



Vlaams
Parlement

stuk **925** (2010-2011) – Nr. 5
ingediend op 16 maart 2011 (2010-2011)

Hoorzitting

over evoluties in het omroeplandschap,
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 mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck

*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. 4: Verslagen over hoorzitting

INHOUD

I.	Uiteenzetting van de heer Peter Quaghebeur	4
1.	Inleidende uiteenzetting	4
1.1.	Marktomgeving	4
1.2.	De beheersovereenkomst van de VRT	5
1.3.	Conclusie	8
2.	Vragen van de leden	8
3.	Antwoorden van de heer Peter Quaghebeur, met reacties van de vraagstellers	10
II.	Uiteenzetting van de heer Stefan De Keyser	15
1.	Inleidende uiteenzetting	15
1.1.	Televisie in Vlaanderen	15
1.2.	SBS Belgium	15
1.3.	De openbare omroep: de laatste dinosaurus?	16
1.4.	Dualiteit van het televisielandschap	16
1.5.	Kerntaken van de openbare omroep	16
1.6.	De VRT is oppermachtig	16
2.	Vragen van leden	17
3.	Antwoorden van de heer Stefan De Keyser en reacties van leden	18
III.	Uiteenzettingen van de heren Toon Osaer en Wim Van Rompaey	20
1.	Presentatie van de heer Toon Osaer	20
1.1.	Braambos	20
1.2.	Waarom op de openbare omroep?	21
1.3.	Vragen voor de minister	21
1.4.	Vragen voor de openbare omroep	21
1.5.	Conclusie	22
2.	Presentatie van de heer Wim Van Rompaey	22
2.1.	Lichtpunt	22
2.2.	Vragen voor het parlement en de minister	23
2.3.	De toekomst	23
3.	Vragen van leden	24
4.	Antwoorden van de heren Osaer en Van Rompaey	24
IV.	Uiteenzetting van de heer Jan Van Broeckhoven	25
1.	Inleidende uiteenzetting	25
2.	Vragen van leden	26
3.	Antwoorden van de heer Jan Van Broeckhoven	27
	Gebruikte afkortingen	29

Ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap, organiseerde de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media op 25 februari 2011 een hoorzitting over evoluties in het omroeplandschap.

I. UITEENZETTING VAN DE HEER PETER QUAGHEBEUR

1. Inleidende uiteenzetting

De heer *Peter Quaghebeur*, directeur-generaal van de Vlaamse Mediamaatschappij (VMMa), zegt dat de VRT als publieke omroep in een commerciële mediamarkt de uitzondering is. Maar alles wat de VRT doet en niet doet, mag en niet mag, heeft een invloed op het Vlaamse medialandschap. In die zin is het logisch dat onder meer ook de VMMa en SBS hier worden gehoord.

1.1. Marktomgeving

Bij de start van de digitalisering, in 2005, deden allerhande onheilsvoorspellingen de ronde: digitalisering zou leiden tot versnippering, tot het einde van televisie als reclame-medium of ten minste tot een andere vorm van televisiereclame. Tony Mary voorspelde zelfs dat de VRT tegen 2010 de helft van haar kijkers zou verliezen. Na vijf jaar digitalisering blijkt echter dat het marktaandeel van de grootste zeven zenders stabiel blijft. Ongeveer 85 percent van de Vlamingen kijkt naar die zeven zenders, 55 percent zelfs maar naar twee zenders: Eén en vtm. Dat percentage blijft de laatste jaren vrij stabiel en allicht zal dat niet snel wijzigen.

De Vlamingen kijken, zoals alle Europeanen en de Amerikanen trouwens, ook langer televisie. De reden is dat lineaire televisie populair blijft, maar het uitgesteld kijken erbij komt: in 2010 keken alle Vlamingen van vier jaar en ouder al gemiddeld vijf minuten per dag uitgesteld. De doorsnee Vlaming kijkt ondertussen in totaal ongeveer drie uur televisie per dag.

Ondanks de opkomst van internet en de digitale evolutie, heeft de televisiereclamemarkt zich snel hersteld van de algemene crisis. Dat geldt trouwens ook voor reclame op internet en op de radio. De printmedia en de affichemarkt hebben het moeilijker. Ook in 2011 worden die trends voortgezet. Televisie is weliswaar veranderd, maar helemaal niet dood. Daarenboven zijn er geen redenen om te vermoeden dat de situatie over vijf jaar wezenlijk anders zal zijn.

In de afgelopen vijf jaar is natuurlijk ook de distributie geëvolueerd. Voor 2005 was er enkel analoge televisie waarbij een gezin maximum 35 kanalen via één distributiewijze, de kabel, kon bekijken. Er waren meerdere kabelbedrijven en de 'macht' lag bij de zenders. Zij bepaalden welke programma's en welke personen op welk uur op televisie kwamen. Door de digitale evolutie van 2005 tot 2009 werd de kabeldistributie geconcentreerd bij één bedrijf, maar er kwamen wel meer spelers in de distributiemarkt met Belgacom TV, TV Vlaanderen en Mobistar TV. De digitalisering leidde voorts tot een groter aanbod aan kanalen. De macht ligt nu niet langer meer bij de zenders, maar bij de distributeurs. Dat houdt een risico in voor de zenders. Een voorbeeld uit een ander domein bewijst dat: in 2009 besloot Delhaize om de producten van Unilever uit de rekken te weren. Bij het uitblijven van een akkoord over de distributievergoeding, de distributiewijze en de -voorwaarden, zijn de distributeurs zelfs bij machte een zender van hun distributiekanaal te weren. Allicht zal het zo'n vaart niet lopen, maar de verhoudingen zijn grondig gewijzigd.

De heer Quaghebeur verwacht in de komende jaren een grotere concurrentie in de distributiemarkt, bijvoorbeeld van Base, dat allicht moeilijk kan overleven zonder distributieaanbod. Microsoft heeft de boot gemist met mobiele telefonie, maar zal dat misschien niet doen voor distributie. De connected tv's komen er ook aan. Die zullen het mogelijk

maken zonder decoder rechtstreeks via internet televisie te kijken. Voorts zijn er ontwikkelingen van Apple, Google en Netflix. Die stijgende concurrentie zal niet leiden tot een totale ommekeer in de distributiewijze. De kabel zal allicht dominant blijven, maar er komen andere manieren om naar televisie te kijken. Zenders krijgen de gelegenheid om hun product op een andere manier bij de kijker te krijgen. Het zal echter niet leiden tot concurrentieoorlogen, zoals in Frankrijk of de VS. Kortom, er mag een meer evenwichtige verhouding tussen zenders en distributeurs worden verwacht, wat een evenwichtigere samenwerking mogelijk zal maken.

Digitale televisie wordt nogal eens voorgesteld als een gouden opportuniteit, maar het is niet al goud wat blinkt. Digitale televisie zou een nieuw businessmodel mogelijk maken, bijvoorbeeld voor VOD. Dat heeft de zenders inderdaad nieuwe inkomsten bezorgd, maar na de eerste sterke stijging van 2006-2008 is het aantal aanvragen gestabiliseerd. Nochtans verdubbelde het aantal digitale abonnees. Voor de distributeurs stijgt het aantal aanvragen van VOD wel, maar dat zijn dan geen programma's van de zenders maar films en programma's die de distributeurs zelf aanbieden.

Flexview bij Telenet en Comfortview bij Belgacom, ondertussen zelfs allebei gratis, maken het mogelijk om een programma stop te zetten en later voort te kijken. Daarenboven zijn er heel wat mogelijkheden om de programma's van de zenders op te nemen. Een consument verkiest uiteraard gebruik te maken van die mogelijkheden, liever dan te betalen om programma's opnieuw of later te bekijken. Dat is de hoofdreden voor de stagnatie. In Nederland bijvoorbeeld, waar de kabeldistributie toch ook wijdverbreid is, bestaat deze mogelijkheid niet. Die gratis mogelijkheden fnuiken het businessmodel van de zenders.

Digitale televisie mag er dan voor gezorgd hebben dat het televisiekijken stijgt, dat betekent niet dat het bereik van de reclameblokken ook toeneemt. Naar de telenovelle *Ella* bijvoorbeeld kijken elke dag 350.000 mensen live. Dat is ietwat teleurstellend, maar als men daar het aantal kijkers dat uitgesteld kijkt, zo'n 100.000, bijtelt, wordt dat wel een succes. Maar niet voor de reclamewerving. Ongeveer 85 percent van de kijkers die uitgesteld kijken, zippen de reclameblokken immers en spoelen ze dus snel door. In de gewone televisietijd mist maar 10 tot 15 percent de reclameblokken. Het uitgesteld kijken heeft dus een veel grotere impact voor de commerciële zenders dan voor de VRT, zij lopen immers reclame-inkomsten mis. Dat heeft onlosmakelijk negatieve gevolgen op de investeringen in programma's. Het systeem heeft dus enkel voordelen voor de distributeurs. Momenteel bespreken de commerciële zenders dat probleem met de distributeurs, maar ondertussen gaat de evolutie wel verder.

Digitale televisie maakt het mogelijk ook televisie te kijken op tablet, smartphone en pc. Momenteel is vtm niet te ontvangen via Yelo, de VRT wel alsook Prime en nog enkele kleinere zenders. Er zijn immers nogal wat bezwaren. Het eerste is de kwestie van de rechten. Gaat het om mobiele rechten, om IP-rechten? Dat is nog lang niet duidelijk, ook niet in andere landen trouwens. Een tweede kwestie is de meetbaarheid van de kijkers. De commerciële zenders kunnen nu onmogelijk bewijzen hoeveel mensen er kijken via de alternatieven en kunnen dat dus niet gebruiken als troef bij hun adverteerders.

De zenders zijn niet tegen de digitalisering, maar hebben tijd nodig om hun businessmodel aan te passen. De zenders mogen niet de dupe van de concurrentie tussen de distributeurs worden, die voortdurend vernieuwingen in de strijd werpen. De snelheid van de vernieuwingen riskeert daarenboven de digitale kloof nog te vergroten.

1.2. De beheersovereenkomst van de VRT

Het marktaandeel van de VRT-televisie blijft stijgen met ongeveer één percent per jaar, tot 43 percent in 2010. Het bereik van de zenders van de VMMA is ongeveer gelijk gebleven rond 31 percent. SBS stagneert rond 10 percent. Op de radiomarkt zijn de verschuivingen

anders, maar nog altijd blijft de VRT dominant: van 68 naar 61 percent. Het marktaandeel van de VMMA is gegroeid van 15 naar 22 percent. 4FM is immers onderdeel geworden van de VMMA en Radio Nostalgie is goed voor 6 percent marktaandeel.

De VMMA heeft vijf televisiezenders en twee radiozenders en beschikt over 230 miljoen euro werkmiddelen en 500 personeelsleden. De VRT heeft twee televisiezenders en vijf radiozenders en beschikt over ruim het dubbele van de middelen en ongeveer vijf tot zes keer meer mensen. Kortom, de VRT hoeft zich niet direct zorgen te maken, zelfs niet als ze moet besparen.

De VMMA heeft zeker niet tot doel van de VRT een kleine zender te maken die enkel nog programma's als Kunstzaken uitzendt. Ze stelt zich op dezelfde lijn als de meeste organisaties, zoals onder meer de Sectorraad Media, en vindt ook dat de opdrachten van de VRT duidelijker moeten worden afgebakend. Voorts moet er een rangorde komen in de opdrachten. De prioriteit is nieuws, cultuur en educatie. Daarna komen sport en fictie en op de derde plaats ontspanning.

De VRT moet af van het kijkcijferfetisjisme. Het is niet de bedoeling dat ze streeft naar programma's die elk 2 miljoen kijkers halen, maar wel dat ze de 6 miljoen Vlamingen over een week tracht te bereiken. De openbare omroep is er voor iedereen en niet alleen voor een bepaalde groep van de bevolking. Uiteraard moet alles wat de VRT niet expliciet toegestaan is, verboden zijn. Vandaag is dat eigenlijk omgekeerd.

Bij nieuwe initiatieven is het belangrijk dat de impact ervan op voorhand onderzocht wordt. Elke zet van de VRT heeft immers impact op de private spelers van radio, televisie, internet, kranten, magazines.

De VMMA is voorstander van een beperkte gemengde financiering van de VRT. In 2009 bedroegen de zuivere subsidies (exclusief de bijkomende financiering vanuit andere bronnen) 310 miljoen euro, de commerciële inkomsten 150 miljoen euro. De commerciële spelers zijn niet tegen de VRT-inkomsten van de distributeurs, van de programmaverkoop in het buitenland, uit VOD of uit merchandising. De inkomsten mogen echter niet tot conflicten met de commerciële spelers leiden. De heer Quaghebeur denkt dat de inkomsten uit televisie- en internetreclame en sponsoring slechts een beperkt deel – 10 à 20 miljoen – van de 150 miljoen euro uitmaken. Nochtans veroorzaken die net heel wat wrevel. Daarom pleit hij voor een duidelijk beeld van de grootte van die middelen en voor een open gesprek daarover.

Uiteraard is de VMMA tegen automatische indexering. Die indexering van 4 percent per jaar gedurende twee beheersovereenkomsten heeft de Vlaamse bevolking heel wat geld gekost, terwijl de kosten niet in die mate gestegen zijn. Het heeft gezorgd voor een explosie van de middelen bij de VRT. Het is dan ook niet zo erg dat de VRT nu moet inkrimpen, wat de commerciële spelers trouwens twee jaar geleden al moesten doen. Kortom, een indexering van de lonen op basis van de gezondheidsindex volstaat.

De VMMA is dus tegen reclame op de VRT-televisie en het internet, maar is wel voor radioreclame bij de VRT. De VRT heeft immers een radiomarktaandeel van meer dan 60 percent bij de radio. Als reclame niet toegestaan wordt, zullen de adverteerders zich misschien terugtrekken uit de radioreclame, met een afkalving van het medium tot gevolg. De VRT moet zich dan wel marktconform gedragen. Nu is dat, mede ten gevolge van de knipperlichtprocedure niet altijd het geval. De VRT krijgt immers geld als ze een bepaald plafond niet haalt. Dat is ten eerste geen motivatie om te verkopen en ten tweede biedt het mogelijkheden om onder de marktprijs te verkopen. Als reclame op de televisie en het internet voor de VRT verboden wordt, hoeft er voor de VMMA evenmin een plafond voor radioreclame te zijn.

Uiteraard is er behoefte aan meer transparantie. Al is het maar om de juiste inkomsten uit reclame te kennen. De spreker herhaalt dat alles wat niet expliciet aan de VRT toegestaan is, verboden moet zijn. Momenteel kan de openbare omroep videoreclame verkopen op internet, chatrooms opstarten, webshops oprichten, games organiseren, alleen maar omdat het niet verboden is.

Voor wie daar nog mocht aan twijfelen: de VMMA is geen voorstander van reclame op de openbare televisie. Dat gaat trouwens in tegen de Europese trend waarbij publieke televisiezenders afstappen van reclame. Daarenboven hebben adverteerders de reclame op de VRT-televisie niet nodig. Met de vijf commerciële zenders kunnen ze 87 tot 92 percent van de Vlaamse bevolking bereiken. Reclame op de openbare televisie zou wel een invloed hebben op de televisiesector, onder meer een verschraving van het aanbod. Doordat de commerciële sector dan inkomsten moet afstaan aan de openbare, zal hij minder kunnen investeren in de programma's, vooral op het vlak van nieuws en lokale producties. Dat zal repercussies hebben op de werkgelegenheid. Het zal ook een invloed hebben op de andere media, omdat sommige adverteerders reclame op de VRT zullen verkiezen boven reclame op de radio of in dagbladen. De spreker besluit dat de commerciële spelers niet zitten te wachten op reclame op de openbare televisie en hij hoopt dat de parlementsleden daar hetzelfde over denken.

Internet moet een extra distributieplatform blijven voor radio- en televisie-inhoud, met een duidelijke link naar de audiovisuele content. De VRT mag via internet geen extra aanbod of diensten aanbieden, zo niet verstoort ze de markt. Momenteel is het trouwens al zo dat de geschreven pers grote concurrentie ondervindt van de VRT. Daarenboven zou de VRT haar videobeelden enkel op eigen sites mogen vertonen. Alleen Corelio is blijkbaar voorstander van een ruimere verspreiding.

Vlaanderen is het enige landsdeel in Europa waar VOD niet gratis is, met uitzondering van het nieuws. Dat is een troef. In andere landen proberen de commerciële zenders nu toch ervoor te laten betalen. Het zou de markt grondig verstoren als de VRT haar VOD gratis zou maken.

De VMMA is tegen een derde net voor de VRT. De openbare omroep heeft nu al een marktaandeel van 43 percent met twee zenders. Een nieuw net zou dat marktaandeel enkel vergroten. Op het vlak van televisie voor kinderen en jongeren is het marktaandeel van de VRT weliswaar gedaald, maar het blijft ruim dubbel zo groot als dat van de andere spelers. Voor jongeren is er voldoende aanbod bij de commerciële zenders. De Britse en Duitse openbare omroep zijn van plan hun net voor jongeren af te schaffen omdat ze om die groep te bereiken eigenlijk de content moeten brengen die commerciële zenders nu uitzenden. Als het derde net daarenboven een mustcarryzender wordt, zal er een andere zender van de analoge kabel moeten verdwijnen en welke zal dat dan moeten zijn? Trouwens, is er in tijden van besparingen wel geld voor een derde net?

Innovatie is iets wat vooral de privésector moet stimuleren. Dat is in het buitenland ook zo: bijvoorbeeld bij Apple en Google. Netlog is dan weer een Vlaams voorbeeld van vernieuwing. Het is gebleken dat de vernieuwingen van de VRT niet altijd beantwoordden aan de vragen van de consumenten. Vlaanderen Digitaal heeft enkel succes gehad omdat alle spelers daar samen aan gewerkt hebben. Het is jammer dat de eerste jaren waarin de VRT er alleen aan werkte, tot een debacle moesten leiden.

De investeringen van de VRT in het Medialab hebben alleen voordelen gehad voor de openbare omroep zelf. De VRT heeft met die verdoken subsidie heel wat technologische snufjes aangeschaft, maar de sector heeft daar geen enkel voordeel bij gehad. Nochtans was dat de bedoeling. Het Medialab heeft enkel een toekomst als het onafhankelijk wordt van de VRT en de steun heeft van de volledige sector. Daarenboven moet het zich beperken tot toegepast onderzoek.

1.3. Conclusie

Samenvattend, voor de VMMA moet de VRT zich focussen op haar kernopdracht en kernmedia, dus televisie en radio. Internet kan enkel gebruikt worden als ondersteunend medium. Ze mag geen commerciële communicatie op televisie en internet uitzenden en geen marktverstoring gedrag vertonen. Wat haar niet expliciet toegestaan is, is verboden.

2. Vragen van de leden

De heer *Jurgen Verstrepen* verwijst naar de voorkeur van de Vlaming voor lokale inhoud. De distributeurs kunnen zich niet veroorloven om de producten van de VMMA niet aan te bieden. Dat relativeert dan toch de macht van de distributeurs?

De digitale consument beschikt over almaar meer mogelijkheden om uitgesteld te kijken, zelfs zonder er voor te betalen. Is de televisiesector niet net als de platensector gedoemd om het gevecht tegen die soms illegale mogelijkheden te verliezen? Of moet er echt een filter komen op het digitale signaal van een televisiezender?

Het lid informeert voorts naar de inkomsten van Flexview. Ook bij analoge televisie zakte het kijkersaantal tijdens de reclameblokken. Is ook dit gevecht niet bij voorbaat verloren in een digitale wereld? Betekent het pleidooi van de VMMA tegen een plafond voor openbare radioreclame dat de VRT zonder grenzen radioreclame mag binnenhalen? Wat een eventueel derde net van de VRT betreft, vindt de heer Verstrepen het argument van plaatsgebrek op de analoge kabel geen hout snijden in het digitale tijdperk. Is het trouwens geen tijd om de analoge kabel af te schaffen? Bij digitale televisie is de capaciteit groot genoeg voor bijkomende zenders. De consument maakt dan de keuze. Let wel, dit is geen pleidooi voor een derde net, maar tegen het capaciteitsargument.

De heer *Johan Verstreken* wil weten hoe de VMMA staat tegenover productiehuisen die met een eigen tv-kanaal willen beginnen. Meer en meer mensen maken gebruik van diverse mogelijkheden om televisie te kijken. Is het niet nodig de kijkcijferberekening aan die trend aan te passen?

VOD is in Nederland gratis. Vorige week nam professor Geert Buelens hier de stelling in dat de VRT elke dienstverlening gratis moet aanbieden omdat de omroep gefinancierd wordt met belastingsgeld. Wat is het antwoord van de VMMA daarop? Mocht de heer Quaghebeur het bij de VRT voor het zeggen hebben, waarop zou hij dan besparen? Het lid vraagt voorts wat meer uitleg bij het pleidooi voor radioreclame zonder plafond. De VMMA is tegen de boodschappen van algemeen nut bij de VRT. Zou het niet beter zijn als de VRT iets als de STER in Nederland zou opzetten?

Het lid informeert ook hoeveel een derde VRT-net minimaal zou kosten. De VRT geeft als voornaamste argument voor een bijkomend net dat ze dan niet langer kinderprogramma's zou moeten onderbreken voor sportuitzendingen. Hoe zou de VRT dat probleem op een andere manier kunnen omzeilen? Kinderprogramma's horen volgens de VMMA blijkbaar niet tot de kerntaken van de openbare omroep, tenzij ze onder educatie vallen.

De heer *Peter Quaghebeur* verduidelijkt dat kinderprogramma's in ieder geval een kerntaak zijn.

Ook de heer *Wim Wienen* is verwonderd over het voorstel om het plafond voor radioreclame te schrappen. Gezien haar marktaandeel, zal de VRT immers een aanzienlijk deel van de radioreclame binnenhalen. Houdt de beperkte gemengde financiering in dat de VMMA precies wil vastleggen hoeveel inkomsten de VRT uit commerciële activiteiten mag putten? Of wil ze de verhouding private-publieke inkomsten veranderen?

Zou een groter Medialab, waar commerciële en private spelers samen nieuwe technologieën ontwikkelen, eventueel in de schoot van het IBBT, dan wel nuttig zijn? De heer Wienen vindt tot slot dat de taak van de VRT al voldoende afgebakend is. De minister moet er gewoon op toezien dat de VRT haar boekje niet te buiten gaat.

De heer *Bart Caron* is bekommerd om de relatie tussen de openbare omroep en de commerciële zenders. De huidige concurrentiestrijd zorgt ervoor dat de kwaliteit heel hoog is. De VMMA pleit hier voor minder inkomsten voor de VRT door de huidige indexkoppeling en het knipperlichtenmodel te schrappen en door reclame op televisie te verbieden. Maar minder inkomsten zorgen niet meteen voor meer kwaliteit, de kijker is daar niet noodzakelijk bij gebaat. Waarom vindt de heer Quaghebeur het plafond voor radioreclame eigenlijk niet meer nodig?

Het lid herinnert zich eerdere pogingen tot samenwerking tussen de openbare en de private omroepen, die weliswaar nooit echt van de grond zijn gekomen. Kan dergelijke samenwerking zinvol zijn? Het lid denkt aan de uitwisseling van beeldmateriaal of samenwerking bij de internationale nieuwsgaring. En is het zinvol om samen internationale sportrechten te kopen?

De heer Caron is geen voorstander van eigen radioreclame-inkomsten voor de VRT. In Nederland komen de inkomsten van reclame op de openbare omroep echter terecht in een fonds voor de creatie van fictie en documentaires. Ook de commerciële omroepen kunnen daar een beroep op doen. Is dergelijke werkwijze haalbaar en zinvol voor de Vlaamse omroepen? Ze zouden de middelen uit het fonds kunnen aanwenden voor de dure creaties.

Mevrouw *Danielle Godderis-T'Jonck* stelt vast dat de advertentiemarkt op radio en televisie volgens de presentatie van de heer Quaghebeur in 2010 is herleefd. Is dat ook het geval bij de VRT? Zal dat, gezien de knipperlichtprocedure, tot gevolg hebben dat de Vlaamse overheid minder moet bijdragen? Het lid informeert voorts naar de oplossingen die de VMMA ziet voor het zippen bij uitgesteld kijken.

De heer *Bart Tommelein* weet dat er in Vlaanderen meer advertenties zijn op de radio dan in de omliggende landen. De VRT is de dominante speler op het vlak van radio. Hebben de commerciële televisiezenders minder reclame-inkomsten ten gevolge van die dominante positie? Zal door de opkomst van internet en andere veranderingen, de radioreclame dalen tot het niveau van de buurlanden?

De VMMA was gedurende jaren de enige belangrijke tegenspeler van de VRT. Is er plaats voor meerdere grote commerciële spelers? Of staat de dominante positie van de openbare omroep meer zenders in de weg?

De heer *Veli Yüksel* vraagt een verklaring van de VMMA voor het huidige marktleiderschap van de VRT op gebied van nieuws. Heeft de VMMA de ambitie om opnieuw marktleider te worden? Hoe is de verhouding tussen de aandacht voor binnenlands en buitenlandse nieuws? En wat met de verdeling van de budgetten?

Vandaag worden de lucratieve producties gemaakt door de VMMA, de minder winstgevende door de VRT. De belastingbetaler betaalt voor de laatste. In de media is al het idee geopperd om een fonds op te richten voor productie van fictie, waaruit zowel de VRT als de vtm zouden kunnen putten. Is dat een goed idee? Kunnen de VRT en de vtm samenwerken om de rechten voor culturele en sportevenementen te verwerven? Is het niet mogelijk een model uit te werken zodat de VRT en de vtm evenveel betalen voor de rechten, en de belastingbetaler ervan profiteert?

De heer *Philippe De Coene* vraagt of de 500 personen bij de VMMA voltijdsequivalenten zijn. Bij andere gelegenheden werd de VRT ervan beschuldigd het knipperlichtenmodel te

misbruiken door de radioreclame-inkomsten kunstmatig laag te houden. Adverteerders zouden bijvoorbeeld aangespoord worden om op de televisie te adverteren en niet op de radio. Daarenboven zou de VRT de tarieven voor radioreclame zo laag houden dat ze niet marktconform zijn. Die tarieven zouden zo de markt verstoren en in het nadeel zijn van de commerciële zenders die geen andere inkomsten hebben. Kloppen deze aantijgingen?

De heer De Coene heeft een aantal cruciale partijen in de advertentiewereld daarover ondervraagd. Zij weten een terugval in de radioreclame aan de crisis, maar niet aan de houding van de VRT. De daling bij de VRT was zelfs kleiner dan de gemiddelde daling en de daling bij de VMMA. Daarenboven is er volgens die deskundigen absoluut geen sprake van dumping bij de VRT, eventueel zien ze dat fenomeen wel bij de affichering. Ze zijn het erover eens dat internet en televisie de twee strategische media zijn. Radio is veeleer een tactisch medium, radioreclame is daardoor veel kwetsbaarder en conjunctuurgevoelig.

De heer De Coene is persoonlijk trouwens niet voor het knipperlichtenmodel omdat het de belastingbetaler doet opdraaien voor een slechte conjunctuur.

3. Antwoorden van de heer Peter Quaghebeur, met reacties van de vraagstellers

De heer *Peter Quaghebeur* beaamt dat ook de VMMA een vrij grote speler is. Ze bekleedt die positie omdat een aantal investeerders destijds het risico genomen heeft te investeren in een medium waarin aanvankelijk niemand geloofde. De VMMA is trouwens op eigen risico blijven investeren, onder meer in nieuwe zenders.

Distributeurs en zenders zijn eigenlijk elkaars gegijzelden. Ze hebben elkaar nodig. Dat geldt eigenlijk ook voor SBS. Daarom denkt de spreker ook dat er wel oplossingen uit de bus zullen komen. Er is hier maar één kabelbedrijf, in Nederland zijn dat er meerdere. Een zender kan het zich niet permitteren om niet ontvankelijk te zijn in zijn hele gebied, dat is zelfmoord.

De distributeurs hebben uitgesteld kijken op eigen initiatief gratis ter beschikking gesteld, zonder de zenders te contacteren. Het is trouwens algemeen bekend dat mensen niet geneigd zijn te betalen voor iets wat ooit gratis was. Met gratis moet dus zorgvuldig omgesprongen worden. Daarenboven gaat het om de programma's van de zenders. De distributeurs hebben dan ook het recht niet om dat zonder overleg gratis te maken. Daarom heeft de VMMA om overleg gevraagd.

Het is niet zo dat Time Shifted Viewing zal verdwijnen of zelfs maar zal verminderen. Daarom moet er een model komen waardoor de situatie van de muziekindustrie vermeden wordt. Zonder inkomsten voor de zenders zal de buitenlandse programma-inhoud immers oprukken, net zoals in het zuiden van dit land. Een gedeeltelijke oplossing ligt in een 'digital rights management'-systeem. Amerikaanse inhoud is al beschermd, door tal van technische en wettelijke bepalingen. Hetzelfde moet gelden voor de Vlaamse programma's. Slechts zo kan de industrie haar positie veilig stellen. Als de lokale inhoud beveiligd is, bestaat de kans dat Vlaanderen de internationale concurrentie voor kan blijven.

De heer *Jurgen Verstrepen* ziet dat eerder als een auteursrechtelijke discussie. De consument betaalt al voor reproductierechten, voor digitale dragers. Is Vlaanderen niet een beetje te klein voor dergelijk systeem?

De heer *Peter Quaghebeur* laakt de huidige ontransparante situatie inzake auteursrechten. Hij vermoedt wel dat er op Europees niveau aan meer klaarheid gewerkt wordt. Dat neemt niet weg dat de Vlaamse kijker zeker geen te hoge prijs betaalt voor televisie.

De inkomsten uit VOD zijn voor de VMMA gestagneerd op 1,5 miljoen euro. Dat is ver beneden het peil dat de distributeurs voorspelden en ver beneden de verwachtingen van de

VMMa zelf. De VMMa had nochtans de bedoeling om met dat geld de dalende inkomsten door uitgesteld kijken te compenseren en het in producties te investeren. Door de mogelijkheid van gratis uitgesteld kijken, is dat businessmodel geblokkeerd.

Het klopt dat ook bij lineaire televisie heel wat kijkers de reclameblokken overslaan: ongeveer 10 percent van de vtm-kijkers, ongeveer 20 percent van de 2BE-kijkers. Maar bij uitgesteld kijken zipt 80 à 85 percent van de kijkers. De zenders kunnen daar niets aan doen, het is de distributie die de sleutel in handen heeft. Zo zou men bijvoorbeeld de doorspoelsnelheid kunnen vertragen zodat de kijker toch een deel van de reclameboodschap opvangt. In Amerika zijn er al reclamebureaus die hun spots aanpassen aan dat versneld kijken zodat de kijker toch nog de boodschap meekrijgt. Een andere mogelijkheid is het reclameblok bij uitgesteld kijken vervangen door een boodschap van dertig seconden, even lang als het zippen duurt. Kortom, er bestaan wel mogelijkheden om toch nog geld te verdienen aan uitgesteld kijken en die mogelijkheden worden momenteel onderzocht.

Volgens sommigen zou de VRT zonder commerciële inkomsten de voeling met de maatschappij verliezen. Volgens de heer Quaghebeur klopt dat absoluut niet. De VMMa is gekant tegen reclame en sponsoring op de openbare televisie en op internet. Als die geschrapt wordt, mag het plafond voor radioreclame verdwijnen. Zonder verbod zal de VRT als een goede verkoper handelen, en zoveel mogelijk en ook andere vormen van reclame blijven verkopen, dat hoort tot de commerciële logica. Daarom is het beter haar vrij spel te geven in een bepaald medium, zonder plafond.

De spreker geeft het voorbeeld van een grote adverteerder op de televisie die een radio-campagne wou op de radio's van de VRT, van de VMMa, van RTBF en van RTL. De offertes van de openbare zenders waren een derde van de prijs van die van de commerciële zenders. De VRT kan dergelijk goedkoop aanbod doen omdat ze dankzij het knipperlichtenmodel de inkomsten toch bijgepast krijgt. Of het klopt dat de VRT radioreclame afraadt, kan de spreker niet bevestigen. Hijzelf heeft dat nog niet gehoord.

De heer *Bart Caron* concludeert hieruit dat de VRT volgens de spreker dus radioreclame aanbiedt tegen dumpingprijzen en toch haar geld krijgt dankzij het knipperlichtenmodel. De heer *Peter Quaghebeur* zegt niet dat dergelijke lage prijzen bij elke campagne aangeboden worden, maar hij kent wel verschillende recente voorbeelden.

De heer *Bart Tommelein* vraagt of een zeer transparant knipperlichtenmodel zinvol kan zijn. Natuurlijk is het ook wel zo dat de commerciële spelers geen enkele verzekering hebben tegen tegenvallende inkomsten. Als er verkocht wordt tegen dumpingprijzen, heeft het huidige model perverse effecten.

Net om die reden zegt de heer *Peter Quaghebeur* dat het model grondig moet worden herbekeken. Zelfs een transparant systeem zal de commerciële logica niet fnuiken: verkopers willen nu eenmaal zoveel mogelijk verkopen.

De heer *Philippe De Coene* vraagt of de heer Quaghebeur de offertes wel degelijk gezien heeft. Hij hoopt dat het niet om een trucje van adverteerders gaat om de commerciële zenders tot meer soepelheid te bewegen, want dit is een serieuze beschuldiging.

De heer *Peter Quaghebeur* wil daar nu niets meer over zeggen, maar benadrukt nogmaals dat de prijzen niet in alle gevallen zo laag zijn. Het knipperlichtenmodel geeft de VAR desalniettemin de mogelijkheid om onder de prijs te verkopen, want de overheid betaalt toch de tekorten.

De heer *Bart Tommelein* is niet verwonderd over dergelijke neveneffecten van het knipperlichtenmodel. Ook in het geval van het wereldkampioenschap veldrijden in Koksijde is dat al gebeurd.

De heer *Jurgen Verstrepen* vraagt een afzonderlijk discreet onderhoud van de commissie met de heer *Quaghebeur*, want die heeft blijkbaar informatie die bepalend kan zijn voor de nieuwe beheersovereenkomst. Het maakt daarbij niet uit of de dumpingprijs slechts één of meerdere keren toegepast is.

De heer *Philippe De Coene* zegt dat tijdelijke promotieacties kunnen. Als dumping de regel wordt, wordt het marktversturend. Hij zal nagaan over welke mogelijkheden de commissie beschikt om daarover informatie in te winnen.

De heer *Bart Caron* vindt de these dat radioreclame op de VRT-radiozenders complementair is aan de televisie- en radioreclame van de commerciële zenders, interessant. Reclame enkel op radio toestaan, zorgt immers voor een zuivere situatie. De politici moeten dan zelf bepalen of de VRT in betere tijden wat meer inkomsten mag proberen te verwerven.

Ook de heer *Wim Wienen* wil meer informatie over de dumpingprijzen die zouden worden gehanteerd. De commissie heeft immers al meerdere keren vergeefs getracht van de VRT en de VAR meer gegevens te verkrijgen. Zelfs het Rekenhof slaagde er niet in de verrichtingen te controleren. Ook het voorstel om het plafond van de radioreclame te schrappen, is het nader bekijken waard.

De heer *Peter Quaghebeur* herhaalt dat voor hem het plafond van de radioreclame mag verdwijnen, op voorwaarde evenwel dat commerciële communicatie op internet en tv verboden wordt voor de VRT.

Tussen de 40 en de 50 percent van de Vlamingen kijkt vandaag nog analoog. Het is dan ook nog te vroeg voor de analoge 'switch-off'. Dat zou zorgen voor een nog grotere digitale kloof. Dat gaat bovendien ook in tegen de opdracht van de VRT die iedereen moet bereiken.

Natuurlijk vindt de VMMA het niet leuk dat een productiehuis een zender koopt of opricht. Maar concurrentie is nu eenmaal eigen aan de markt. Het zal de competitie misschien harder maken, maar eventueel ook het aanbod verrijken, wat in het voordeel van de kijker kan zijn.

De meetbaarheid van de kijkcijfers is een belangrijk probleem, zeker als zenders hun programma's op andere platformen gaan verspreiden. Momenteel zoekt het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) naar nieuwe meetsystemen maar het is niet zo eenvoudig om een consensus te vinden tussen de openbare en commerciële spelers en tussen het noorden en het zuiden van het land. De heer *Quaghebeur* vreest dat het zeker nog twee jaar zal duren vooraleer er een nieuwe meetmethode in voege zal treden.

Gratis VOD bij de VRT zou desastreus zijn voor het huidige model. De stelling van professor *Buelens* is een louter academische stelling. Andere landen trachten VOD opnieuw betalend te maken, het zou van weinig vernuft getuigen om dat hier nu gratis te maken. Het is trouwens niet zo dat elke overheidsdienst gratis is. De spreker geeft het voorbeeld van de trein of de bibliotheek.

De heer *Philippe De Coene* corrigeert dat de heer *Buelens* vond dat de belastingbetaler geen twee keer moet betalen voor dezelfde dienst. Dat is niet het geval bij het ontlener van een boek in een bibliotheek. De belastingbetaler geeft substantieel veel geld voor de programma's van de publieke omroep, waarom zou hij nogmaals moeten betalen om dat programma te herbekijken? Dat principe zou nog meer gelden als de publieke financiering groter wordt.

Voor de heer *Peter Quaghebeur* gaat het om een nieuwe dienst. De kijker heeft al de kans gehad het programma lineair te bekijken, maar wil het nog eens of op een ander moment

bekijken. Door uitgesteld kijken gratis te maken, zal de VRT het businessmodel van de commerciële spelers aanvallen.

Hoe te besparen bij de VRT? De recente managers aan het hoofd van de VRT zagen allicht allemaal in hoe ze konden besparen, maar de kwestie is of ze de kans kregen die besparingen uit te voeren. De mogelijkheden worden bepaald door de overheid. De VRT heeft overduidelijk te veel personeel. Ook bepaalde andere besparingsmogelijkheden zijn duidelijk. Besparen doet pijn, ook bij de commerciële omroepen die daartoe gedwongen waren door de crisis van 2008-2009. Maar het is wel degelijk mogelijk, ook bij de VRT, en het vergt moed.

De heer *Bart Tommelein* stelt dat de netmanager van Canvas vandaag in de krant toegeeft dat er bij de VRT bespaard kan worden, op voorwaarde dat men de moed heeft om keuzes te maken.

De heer *Peter Quaghebeur* benadrukt dat ook hij voorstander is van een goede VRT, maar dat een performante VRT ook mogelijk is met minder middelen. Het is echter een dooddoener dat bij besparingen de kwaliteit van de programma's zal verminderen. Hij is het ermee eens dat men niet mag raken aan de kwaliteit van de programma's. Een openbare omroep mag ook meer kosten dan een commerciële zender, hij moet immers opdrachten uitvoeren waarvoor meer personeel nodig is. Om bijvoorbeeld Radio 1 te maken, is er meer personeel nodig dan voor Q-music.

De spreker is geen voorstander van boodschappen van algemeen nut, dat komt er immers opnieuw op neer dat de kat bij de melk wordt gezet. In Nederland is er discussie over de vraag of de STER niet moet worden afgeschaft. Door reclame mogelijk te maken op de openbare omroep zijn de prijzen van reclame op televisie daar na verloop van tijd gezakt.

Een argument voor een derde VRT-net is dat men te veel materiaal zou hebben. De heer Quaghebeur onderschrijft dat argument niet. Men moet ofwel het beschikbare materiaal uitzenden op een van de twee netten, ofwel minder rechten kopen. Dat is goed beheer van de voorraadportefeuille: je koopt waar je ruimte voor hebt. Voor kinderen en jongeren is er volgens hem nu al voldoende aanbod. Zo nodig kan met een sportuitzending overigens ook naar Eén worden uitgeweken.

Wat de beperkte gemengde financiering betreft, moet de overheid zorgen voor een goed afgebakende opdracht. Dat was in het verleden niet altijd het geval. Vandaag wordt meer dan enkele jaren geleden de nadruk gelegd op de basisopdracht van de VRT. Als de opdracht goed omschreven is, moet men bepalen hoeveel financiële middelen daarvoor nodig zijn. De financiering kan dan voor een deel afkomstig zijn van subsidies en voor een deel van commerciële inkomsten. Als de commerciële inkomsten te hoog oplopen, moet er eventueel een deel van de subsidies terugvloeien naar de overheid, om scheeftrekkingen te vermijden.

Het is mogelijk om een gezamenlijk initiatief te nemen rond het Medialab, maar dan op een aantal voorwaarden. De historiek is immers niet zo gunstig voor de commerciële spelers en het mag geen VRT-gelinkt verhaal meer zijn. Men moet ook nagaan of er een onderwerp is dat voldoende actiegericht is. Daarvoor kan met het IBBT worden samengewerkt, maar het mag niet te academisch zijn.

De heer *Bart Caron* stelt vast dat er voortdurend druk wordt gezet op de inkomsten van de VRT. Voor het knipperlichtenmodel bestaat nu een alternatief. De vier percent indexering is inmiddels afgeschaft en de VRT werkt ook aan een besparingsplan dat goed is voor 65 miljoen euro. Op termijn is dat echter voor niemand interessant. Men moet ook bedenken dat de lonen van het personeel hoe dan ook geïndexeerd moeten worden.

De heer *Peter Quaghebeur* verduidelijkt dat hij een tegenstander is van een automatische indexerings van alle kosten. Jaarlijks vier percent, dat was extreem. Hij kan wel akkoord gaan met de loonindexering, op voorwaarde dat daarbij de gezondheidsindex wordt gevolgd. Hij pleit niet zozeer voor minder geld voor de VRT, maar het moet wel duidelijk zijn waarvoor het dient en het mag geen marktverstorend effect hebben.

Samenwerking met de VRT is volgens hem mogelijk. De VRT staat daar trouwens open voor. De vraag is echter hoe die samenwerking moet verlopen. Als Kim Clijsters speelt in Australië, dan zouden verschillende zenders op dezelfde mensen een beroep doen voor de technische ondersteuning. Inzake de uitzendrechten voor sport zijn er in het verleden al gesprekken gevoerd. Beide zenders willen dat overwegen, maar een samenwerking tussen een overheidsbedrijf en een privébedrijf is juridisch niet zo makkelijk te realiseren.

Voor een fonds voor de creatie van fictie en documentaires dacht men aan reclamegelden. Er zijn echter andere mogelijkheden om daarvoor geld te vinden. Dat zal ongetwijfeld blijken uit andere uiteenzettingen vandaag, onder meer van de VOTP.

Als de reclamebudgetten toenemen, mag ook de VRT meer reclame-inkomsten hebben, op voorwaarde dat dit niet bij de televisie en internet gebeurt en het plafond voor de radioreclame wegvalt. De overheid moet dan echter nagaan wat de gevolgen zijn van een toename van de reclame-inkomsten voor het totale budget: een terugbetaling van een deel van de subsidies bijvoorbeeld.

In België genereert de radio meer reclame-inkomsten dan in andere landen. België heeft een vrij dynamische radiomarkt, daardoor is er veel interesse van adverteerders. Men dacht dat de radio veel beter zou standhouden tijdens de crisis. Radio is zoals al gezegd immers een tactisch medium en in crisissituaties gaat men tactische media inzetten en de strategische inhouden. Het gevolg is dat televisie en magazines verliezen en de radio en de kranten winnen. Men kan namelijk sneller op de bal spelen en de productiekosten liggen lager. De crisis heeft echter hard toegeslagen bij typische radioadverteerders als de auto- en de banksector. Dat is de belangrijkste reden waarom de radio in de crisis zoveel inkomsten verloren heeft.

De heer *Bart Tommelein* stelt vast dat de heer Quaghebeur aan het voorstel voor de afschaffing van het plafond voor de radio-inkomsten meteen de bedenking koppelt dat de overheid dan wel moet nagaan wat er gebeurt met de subsidies. Dat is toch dezelfde situatie als bij de knipperlichtenprocedure? Waarom zou de VRT inspanningen doen om reclame-inkomsten binnen te halen als ze daardoor een deel van haar dotatie dreigt te verliezen? Hij denkt dat de radioreclamemarkt nu voor de VRT een hefboom is om haar dominante positie te behouden.

Op de vraag welke gevolgen de komst van een tweede grote commerciële zender zou hebben voor de commerciële markt, antwoordt de heer Quaghebeur dat de reclame-inkomsten bepalen welke spelers er actief kunnen zijn op de markt. Als er een tweede grote commerciële zender bijkomt, zullen de totale reclame-inkomsten daarom nog niet groter worden. Als die andere commerciële zender marktleider zou worden, dan zal de vtm zich moeten aanpassen. Dat zal ook gevolgen hebben voor de VRT.

Wat is de verklaring voor het marktleiderschap van de VRT inzake het nieuws? Zowel de VRT als de vtm maken goede informatieprogramma's. De middelen spelen daarbij een rol, al heeft het zeker niet alleen met middelen te maken. De nieuwsdienst van de VRT vaart een heel onafhankelijke koers binnen het bedrijf. De VRT heeft meer middelen dan de vtm, maar dat is ook logisch, want informatie is een van de kernopdrachten van de VRT. Het is in dat opzicht niet onlogisch dat de VRT marktleider is. Elke dag kijken er 600- tot 700.000 mensen naar het nieuws van de vtm, wat toch een goed resultaat is. Uiteraard

heeft de vtm de ambitie om inzake het nieuws opnieuw marktleider te worden, maar dat zal niet evident zijn.

De spreker weet niet uit het hoofd wat het aandeel is van het buitenlandse nieuws in het vtm-nieuws. Uit onderzoek blijkt evenwel dat de verhouding wel goed zit. Hij is het er niet mee eens dat de VRT alleen de minder aantrekkelijke sportrechten zou hebben. Daarvoor verwijst hij naar het voetbalcontract.

De heer *Veli Yüksel* wil weten of men voor fictie, cultuur en zelfs sport niet zou kunnen werken met een gemeenschappelijke pot. De heer *Peter Quaghebeur* antwoordt dat dit niet evident is. Er bestaan al een paar dergelijke initiatieven, bijvoorbeeld het Mediafonds en het VAF. Dat is echter zeer moeilijk te organiseren.

II. UITEENZETTING VAN DE HEER STEFAN DE KEYSER

1. Inleidende uiteenzetting

1.1. *Televisie in Vlaanderen*

De heer *Stefan De Keyser*, Chief Operating Officer van SBS Belgium, schetst de situatie van de televisie in Vlaanderen. VRT – met Eén en Canvas –, de vijf zenders van de VMMA en VT4 en Vijftv zijn samen goed voor ongeveer 87 percent van de kijkers. Vroeger hadden de zenders een direct contact met hun klanten, de kijkers. Nu zitten de operatoren daartussen. Zij weten veel beter en gedetailleerder waar de mensen naar kijken. Analooog is er nog één speler, namelijk Telenet, dat ook goed is voor 75 percent van het digitale kanaal. De rest gaat naar Belgacom, TV Vlaanderen en Mobistar. Ongeveer 90 percent van de budgetten die omgaan in het televisielandschap blijven bij de distributeurs, slechts tien percent komt terecht bij de commerciële zenders.

1.2. *SBS Belgium*

SBS Belgium is gestart in 1995 met een Engelse licentie, als zender voor ‘the unserved audience’. Dat heeft maar drie weken geduurd, waarna het geweer van schouder werd veranderd. In maart 2002 is SBS naar Vlaanderen gekomen en werd het logo gewijzigd. In 2004 werd er gestart met Vijftv. In juli 2007 was er een overname door ProSiebenSat.1. Vanaf september 2009 is SBS Vlaams geworden, ook op het scherm. En binnenkort zal er wellicht ook een nieuwe eigenaar zijn.

SBS heeft momenteel 114 medewerkers. Op maandbasis bereikt SBS 92 percent van de Vlamingen, wat niet zo slecht is in vergelijking met het bereik van 96 percent door de VRT. Door de investeringen in Vlaamse content is er sinds 2008 een toename van 181 naar 424 Vlaamse programma's, zonder het nieuws en zonder de sport. De VRT had vorig jaar 1581 Vlaamse producties.

VT4 wil evolueren naar een Vlaamse generalistische zender. Dat betekent dat het ontspanning, sport en nieuws wil brengen. Bij de top 10 van de programma's in 2010 zijn er zes Vlaamse producties. De topscores hebben dus te maken met Vlaamse content. Het sportaanbod beperkt zich niet tot de Superprestige veldrijden. Het was de bedoeling dat uit te breiden met de acht wereldbekerritten, maar de VRT heeft daar uiteindelijk meer voor geboden. Daarbij kan natuurlijk de vraag worden gesteld of belastinggeld op die manier ingezet moet worden. Het sportaanbod bevat ook nog de Formule 1, de Moto GP en Pitlane. Inzake voetbal zijn er onderhandelingen geweest over de thuismatchen van het Belgische team. Ook hier heeft de VRT echter meer geboden, vier keer meer blijkbaar. Als commerciële zenders geïnteresseerd zijn, waarom moet een openbare omroep dan een hoger bod uitbrengen? Voor basket- en volleybalwedstrijden heeft SBS minder belangstelling, maar die zitten bij de VRT ook achter de rode knop. Dat betekent dat een kleine helft

van de Vlamingen die programma's niet kunnen zien, hoewel ze er via de belastingen toch mee voor betaald hebben.

VT4 is zoals al gezegd ook begonnen met nieuwsuitzendingen. Tot nog toe werden er daarmee gecumuleerd al 4,4 miljoen mensen bereikt. In dat verband is het overigens positief dat er naar aanleiding van de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT sprake is van het openstellen van het archief van de openbare omroep. Wie met nieuwsuitzendingen begint, beschikt immers niet over een archief.

VT4 is intussen zowat overal in Vlaanderen geweest met zijn programma's.

Het nieuwe profiel van VT4 leunt dichterbij de commerciële doelgroep. De concurrentie tussen VT4 en de VMMA is gezond en komt de kwaliteit ten goede. Eind vorig jaar werd Vitaya bijvoorbeeld aangekocht door de VMMA met de bedoeling te kunnen beschikken over een vijfde kanaal.

1.3. *De openbare omroep: de laatste dinosaurus?*

Elektriciteit, gas, de post enzovoort werden of worden geprivatiseerd en zelfs de tv-distributie is niet meer in handen van de staat, maar in Amerikaanse handen. Waarom moeten radio en tv dan rekening houden met concurrentie van de overheid en de gedrukte pers niet? Waarom bestaat er geen publieke krant?

1.4. *Dualiteit van het televisielandschap*

De spreker meent dat er een dualiteit is in het televisielandschap, met zowel een culturele als een economische benadering. De culturele benadering vindt hij als Vlaming schitterend. Er zijn veel Vlaamse producties, 87 percent van de kijkers kijken naar de negen Vlaamse zenders en ze hebben een grote keuze van programma's. Als bedrijfsleider van een televisiestation vindt hij evenwel dat de sterke VRT de commerciële zenders enorm beperkt. Alleen de vtm investeert in nieuwsuitzendingen die te vergelijken zijn met die van de VRT. Ook het ontbreken van fragmentatie is voor VT4 een nadeel. Er is voortdurend sprake van een zogenaamde pax media, maar dan gaat het stevast over de VRT en de vtm. Het zou goed zijn als ook SBS als derde grote speler daarbij zou kunnen worden betrokken. SBS heeft zoals bekend geen radio. Als dat wel het geval zou zijn, zou het inzake kwaliteit en prijzen ongetwijfeld concurrentiëler zijn.

De spreker vindt ook dat er een artificiële markt is voor de productiehuisen. Het is opmerkelijk dat wanneer de VRT beslist om 65 miljoen euro te gaan besparen, de productiehuisen meteen gaan protesteren. Er zijn in Vlaanderen zeer veel productiehuisen en misschien wel te veel.

1.5. *Kerntaken van de openbare omroep*

Bij de kerntaken van de VRT springen vooral de informatie- en cultuurprogramma's in het oog, naast sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning. De VRT besteedt slechts 28 percent van haar zendtijd aan informatieve programma's. Bij de BBC, nog altijd het grote tv-voorbeeld in Europa, is dat 42 percent. Aan ontspanning en eigen drama besteedt de VRT dan weer 50 percent van haar zendtijd, tegen slechts 32 percent bij de BBC. De VRT houdt zich dus niet aan wat in deze commissie werd gevraagd en aan de bepalingen van de beheersovereenkomst.

1.6. *De VRT is oppermachtig*

Uit de IP International Television Keyfacts 2010 blijkt dat de VRT in 2009 een marktaandeel had van 42 percent. Daarmee staat ze in Europa aan de leiding: de meeste andere openbare zenders, de BBC bijvoorbeeld, hebben een marktaandeel van ongeveer 30 percent.

De extreem hoge kijkcijfers van een programma als ‘De Slimste Mens’ illustreren een en ander. Op 5 februari laatstleden was dit programma op zijn piekmoment goed voor 86 percent van de kijkers. Dat betekent dat er voor alle andere spelers 14 percent overbleef om te verdelen.

Eén is zonder twijfel te sterk. Dit net laat zelfs minder en minder ruimte voor Canvas: sinds 2008 stijgt het marktaandeel van Eén almaar, terwijl dat van Canvas kleiner wordt. In 2011 – cijfers tot 21 februari – komt de VRT met haar twee zenders aan 48 percent van de kijkcijfers. Dit verstoort onmiskenbaar de markt. Volgens SBS moet een marktaandeel van 33 percent voor de VRT voldoende zijn. Dan is de VRT nog altijd marktleider en blijft zij een sterke openbare omroep met een stimulerend effect inzake Vlaamse cultuur en kwaliteitstelevisie.

2. Vragen van leden

Mevrouw *Danielle Godderis-T'Jonck* merkt op dat de spreker stelde dat er in Vlaanderen mogelijk te veel productiehuisen zijn. Verwacht hij de komende jaren dan meer synergieën en fusies in die sector?

De heer *Bart Caron* stelt vast dat VT4 in opmars is sinds het Vlaamse content brengt. Hij heeft waardering voor het feit dat VT4 nu ook nieuws brengt en het belang onderschrijft van informatie, terwijl dat toch geen corebusiness is.

Vindt SBS samenwerking met de VRT zinvol? En hierbij gaat het niet alleen om de openstelling van het archief van de VRT, maar ook bijvoorbeeld om technische samenwerking, beelduitwisseling en sportrechten. En is de heer De Keyser het eens met de stelling van de vorige spreker dat het knipperlichtenmodel zijn tijd heeft gehad en dat het plafond voor radioreclame kan worden afgeschaft?

De heer *Bart Tommelein* wil weten of ook de heer De Keyser van oordeel is dat de dominantie van de VRT op radio- en televisiegebied, haar mogelijkheden biedt om aan dumping te doen en dat vervolgens via het knipperlichtenmodel te recupereren.

Heeft VT4 overigens het belang van de radio voor een commerciële zender niet onderschat? Men had op een gegeven moment de mogelijkheid om 4FM te kopen, maar heeft dat niet gedaan. De combinatie van de verschillende media – radio, televisie, website en op regionaal vlak ook de print – is nochtans zeer belangrijk.

Het openstellen van het archief van de VRT is nog voorwerp van discussie. Moet dat gratis gebeuren of tegen betaling? Als het tegen betaling gebeurt kan de VRT weer inkomsten binnenhalen uit zaken die al met belastinggeld betaald zijn. Kunnen de commerciële zenders daarover geen afspraken maken? Hoe kan men dat het beste oplossen zonder de markt opnieuw te verstoren? De andere commerciële zenders beschikken immers wel over een dergelijk archief.

De heer *Wim Wienen* vraagt of SBS iets ziet in een regeling waarbij het plafond voor de radioreclame op de VRT wordt afgeschaft, in ruil voor een reclamevrije televisie en website van de VRT. Heeft SBS trouwens nog de ambitie om zelf een radiostation te organiseren? De heer De Keyser is duidelijk van oordeel dat er te veel ontspanning en eigen drama is op de VRT, maar gaat een aanpassing van die situatie de kwaliteit van het geleverde werk niet in het gedrang brengen?

De heer *Veli Yüksel* merkt op dat men stevige brokken informatie alleen verkocht kan krijgen als men die kan inkleden met ontspanning. De heer De Keyser stelde dat er te veel productiehuisen zijn en dat de VRT terug moet naar haar kernopdracht, namelijk informatie en cultuur. Is hij er dan voorstander van dat de productiehuisen worden betaald uit een pot waaraan de verschillende spelers een evenwaardige bijdrage leveren?

De heer *Johan Verstreken* wijst erop dat de spreker stelde dat het niet de taak van een openbare omroep is om te bieden op sportrechten. De heer De Keyser betreurde blijkbaar dat de pax media wordt beperkt tot de VRT en vtm. Hoe zou dan volgens hem de samenwerking tussen de zenders moeten verlopen? Er is sprake van het openstellen van het archief van de VRT, al dan niet tegen betaling. Vraagt men dan ook het openstellen van het archief van de commerciële zenders? En wat ten slotte het succes van 'De Slimste Mens' betreft, werd bij de presentatie gemeld dat op het piekmoment 86 percent van de Vlaamse bevolking naar dat programma keek. In werkelijkheid gaat het echter om 86 percent van de mensen die op dat late tijdstip nog voor de buis zaten.

De heer *Jurgen Verstrepen* vraagt of SBS in zijn groei alleen door de VRT gehinderd wordt of ook door de commerciële zenders. Waarom is de VRT trouwens zo oppermachtig? Heeft dat te maken met de programma's, met de budgetten, met een vorm van politiek protectionisme of met het duopolie van vtm en VRT? Stel dat het te maken heeft met de budgetten, zou SBS een programma als 'De Slimste Mens' kunnen betalen? En als het dat kan betalen, zou het dergelijk programma dan willen uitzenden?

De VRT terugbrengen naar 33 percent is een opvallende stelling, maar hoe denkt SBS dat dan te doen? Wil men de VRT in een keurslijf steken, een debat over de kerntaken vragen?

Er komt mogelijk een overname van SBS. Zou dat een impact kunnen hebben op de Vlaamse strategie?

Ook de heer Verstrepen vermoedt dat het een handicap is dat SBS niet over een radio beschikt. Wat tot slot de distributie betreft, daarover werd opvallend weinig gezegd. SBS heeft echter zeer hard onderhandeld met Telenet, daar is zelfs een dagvaarding aan te pas gekomen. Is de positie van SBS op dit vlak dezelfde als die van de VMMA, of is ze zelfs zwakker?

De heer *Philippe De Coene* stelt dat een effect van de presentatie van de heer De Keyser alvast is dat het standpunt van de VMMA als zeer gematigd overkomt. Verwacht de heer De Keyser van de politici als aandeelhouders dat ze in de beheersovereenkomst de VRT de opdracht geven om tien percent marktaandeel te verliezen? Bepaald motiverend zou dat toch niet zijn en hoe moet dat dan concreet gebeuren? Dat kan toch alleen door dermate in te grijpen in het niveau en de kwaliteit dat de aantrekkelijkheid van de zenders van de VRT vermindert?

3. Antwoorden van de heer Stefan De Keyser en reacties van leden

De heer *Stefan De Keyser* stelt vast dat er in Vlaanderen intussen heel veel productiehuisen zijn. Sommige ervan worden heel goed gemanaged, andere zijn weliswaar heel creatief maar hebben weinig managementcapaciteiten in huis en zijn heel klein. Als de VRT beslist om 65 miljoen euro te besparen, zullen vooral die laatste productiehuisen getroffen worden. Die kleine productiehuisen, met soms maar één productie, zijn immers veel afhankelijker van de VRT dan bedrijven met zes of zeven producties. Een televisiezender moet van de VRM een licentie krijgen en moet van Telenet een analoge frequentie krijgen, maar iedereen kan met een productiehuis starten. Het is echter niet de taak van de VRT of van de overheid ervoor te zorgen dat al die productiehuisen de kop boven water kunnen houden.

De heer De Keyser vindt het gevaarlijk om afspraken te maken rond de biedingen voor sportrechten. Met de weinige spelers die er zijn, is er dan snel sprake van kartelvorming, wat wettelijk verboden is. Op andere gebieden is samenwerking met de VRT in principe wel mogelijk.

SBS heeft niet alleen belangstelling voor het archief van de VRT, maar ook voor dat van de vtm. Er is echter een groot verschil: de vtm is een commerciële zender, terwijl de VRT grotendeels met belastinggeld is gefinancierd. Indien nodig wil SBS voor die rechten betalen. Samenvattingen en sportrechten worden ook doorgespeeld tussen de zenders en daarvoor wordt de marktprijs betaald.

Wat de radio betreft, is het zo dat er in Vlaanderen op dat gebied slechts twee spelers zijn. SBS zou uiteraard ook graag starten met radio. Dan zou er een gezonde concurrentie zijn tussen SBS en de VMMA. Zolang er maar één commerciële speler is, kan men de VRT-radio niet reclamevrij maken. Dan zou er immers alleen reclame zijn bij de zenders van de VMMA. Door de VMMA werd gesuggereerd om de reclame op de VRT-televisie af te schaffen en tegelijk het plafond voor reclame op de VRT-radio te schrappen. Op dit ogenblik is de reclame op de VRT-televisie sowieso al heel beperkt. Bij de televisie is er vooral concurrentie tussen de twee commerciële zenders, hoewel de openbare omroep de grootste kijkcijfers heeft. Ook op de radiomarkt zijn er twee spelers, namelijk de VRT en de VMMA.

Zoals de heer Tommelein stelde, kunnen pakketten inderdaad. Vroeger deed SBS vaak aan sponsoring van evenementen. Sponsors zijn vaak zowel in radio als in televisie geïnteresseerd. Nu de VRT heeft beslist om niet meer met afzonderlijke deals voor radio en televisie te werken, kan SBS – dat geen radiozender heeft – niet meer meespelen. Radio is dus heel belangrijk. Indertijd heeft SBS misschien een kans gemist, ook al omdat het toen bezig was met een overname. Het heeft in elk geval niet te maken met een verkeerde inschatting van het belang van de radio. SBS heeft echter geen ambitie om actief te zijn inzake print. Dat ligt immers verder af van de combinatie radio en tv.

De heer De Keyser benadrukt dat het zeker niet de bedoeling is om van de VRT een kleine nichezender te maken. In Europa zijn de openbare omroepen gemiddeld goed voor 33 procent van de kijkcijfers, alleen in Vlaanderen ligt het marktaandeel veel hoger. Het is niet de bedoeling dat de VRT zich zou gaan beperken tot informatie en cultuur, maar de BBC toont toch aan dat bepaalde specifieke taken wel degelijk kunnen worden waargemaakt in een concurrentiële markt. In de beheersovereenkomst moet uiteraard niet worden ingeschreven dat de VRT marktaandeel moet verliezen. Als de VRT haar beheersovereenkomst zou naleven, dan zal het marktaandeel echter automatisch dalen en de openbare omroep zal dan nog altijd toonaangevend blijven.

Op de vraag van de heer Veli Yüksel welke bepalingen van de beheersovereenkomst vandaag dan niet worden nageleefd, antwoordt de heer De Keyser dat de beheersovereenkomst een prioriteit legt bij informatie en cultuur. Zowat 50 procent van het aanbod bestaat nu echter uit ontspanning. In de beheersovereenkomst is ook sprake van educatie, daar is zelfs helemaal geen aanbod van. Het is de taak van de politici om daar iets aan te doen, via de twee belangrijke instrumenten die daarvoor beschikbaar zijn: de beheersovereenkomst en de dotatie.

De heer *Jurgen Verstrepen* wil weten welke programma's van de VRT volgens de spreker niet nodig zijn op de openbare omroep.

De heer *Stefan De Keyser* verwijst hierop naar het zondagavondprogramma 'De Ronde' dat meteen bijzonder hoge kijkcijfers haalde en naar het SBS-programma 'Vermist' dat al aan 41 buitenlandse zenders verkocht is, wat toch ook wijst op kwaliteit. De VRT mag nog altijd programma's brengen van topkwaliteit, maar het geld en de energie die daaraan besteed worden is niet correct en niet evenredig met de verwachtingen van de markt. Op vragen van de heren Verstrepen en De Coene, antwoordt de heer De Keyser nog dat SBS aan een programma als 'De Ronde' vermoedelijk niet hetzelfde budget zou besteden. De VRT mag dat programma zeker brengen, maar er zouden niet zo veel programma's mogen zijn van dat kaliber. Momenteel lopen er bij de VRT verschillende programma's die heel

veel geld kosten. SBS kan zich per seizoen slechts één dergelijk programma veroorloven, namelijk ‘Vermist’, en de vtm misschien twee of drie. Indien het aantal kwalitatieve programma’s bij de VRT vermindert, komt er meer ademruimte voor de commerciële zenders, waardoor die over meer geld zullen beschikken om te investeren. Een te sterke VRT maakt nieuwe commerciële initiatieven vaak onmogelijk.

De spreker bevestigt de vaststelling van de heer Verstrepen dat het antwoord op de vraag waarom de VRT zo sterk is, altijd neerkomt op een kwestie van budgetten. SBS haalt met de Superprestige veldrijden even goede kijkcijfers als de VRT met de WK-rondes. De VRT zet echter zestien camera’s in terwijl SBS het met twaalf camera’s probeert te rooien. SBS bekijkt het dus commerciëler, maar dat betekent nog niet dat er een verschil is in kwaliteit.

De heer De Keyser stelt tot slot nog dat hij niet denkt dat een van de distributeurs zich kan veroorloven om VT4 of Vijftv van de kabel te halen. Daarvoor zijn deze zenders te sterk. Dat neemt niet weg dat de onderhandelingspositie van SBS zwakker is dan die van VMMA. SBS is goed voor dertien percent van de kijkcijfers en is dus een stuk kleiner dan de VRT en de vtm. Dat de kleinere spelers zoals de regionale zenders beschermd moeten worden, daarover bestaat een zekere consensus. SBS zit echter ergens tussenin. Gemakkelijke onderhandelingen zijn het dus niet en er blijft nog altijd een discussie voor de rechtbank.

III. UITEENZETTINGEN VAN DE HEREN TOON OSAER EN WIM VAN ROMPAEY

1. Presentatie van de heer Toon Osaer

1.1. Braambos

De heer *Toon Osaer*, directeur, stelt Braambos voor, de omroep van de Vlaamse katholieke gemeenschap. Braambos werd opgericht om radio- en televisieprogramma’s te brengen vanuit de katholieke levensbeschouwing. Vandaag zal hij het echter vooral hebben over de televisie.

Men kan zich afvragen of het anno 2011 nog zinvol is dat levensbeschouwelijke derden zendtijd krijgen op de openbare omroep. Voor het antwoord op deze vraag kan worden verwezen naar de stelling van professor Elchardus dat vertooggemeenschappen die participeren aan het maatschappelijke debat, onontbeerlijk zijn voor een open pluralistische samenleving. In die context kunnen de levensbeschouwelijke derden een meerwaarde betekenen binnen het medialandschap en verdienen ze een plaats op de openbare omroep. Braambos probeert programma’s te brengen die informatieve duiding brengen, maar die ook opiniërend zijn vanuit een katholieke levensbeschouwing. Het probeert ook programma’s te brengen die mensen die niet tot die levensbeschouwing behoren, toch inzicht laten verwerven in de specificiteit ervan.

Die programma’s worden niet gemaakt vanuit een wervende ingesteldheid of vanuit een politieke of institutionele invalshoek. Braambos vertegenwoordigt de katholieke gemeenschap, niet alleen de katholieke kerk, maar ook het middenveld. Vanuit een open en kritische ingesteldheid wil het, met respect voor de pluralistische Vlaamse samenleving, programma’s aanreiken voor mensen die op zoek zijn naar zingeving.

Braambos produceert jaarlijks 22 uur en 45 minuten televisie op Canvas. Vermits de uitzendingen nogal moeilijk liggen, is er echter een herhaling op Eén. In de praktijk komt het erop neer dat het programma eerst wordt uitgezonden op Eén en pas daarna op Canvas.

De programmamix is gevarieerd, met actualiteitsprogramma’s, spirituele programma’s en gesprekken met internationale spirituele autoriteiten, wat niet beperkt blijft tot de katho-

lieke wereld. Er zijn ook gesprekken met tijdgenoten. Binnenkort start er bijvoorbeeld een reeks gesprekken met wetenschappers. Er zijn ook cultuurhistorische documentaires. Er is aandacht voor maatschappelijke thema's die benaderd worden vanuit een katholieke invalshoek.

Soms wordt er opgemerkt dat er een gebrek aan kwaliteit is bij de levensbeschouwelijke derden, maar dat is volgens de heer Osaer een achterhaalde stelling. Hij denkt dat de levensbeschouwelijke programma's de kwaliteitstoets kunnen doorstaan, ook op internationaal niveau. De middelen worden echter steeds schaarser en daardoor is het soms moeilijk om kwaliteit te brengen. Een voorbeeld van de geboden kwaliteit is het programma over de Engelse kardinaal Newman dat werd aangekocht door elf landen.

Braambos participeert in internationale coproducties, vooral met Nederland en Frankrijk. Ook met Duitsland en Groot-Brittannië zijn er samenwerkingsverbanden. Met een minimale inbreng komt er aldus een groot budget ter beschikking. Bovendien opent dit ook perspectieven voor Vlaamse productiehuisen. Op dit ogenblik werkt Braambos met een Vlaams productiehuis aan een internationale reeks over spirituele leiders. Deze reeks wordt overgenomen door vier andere zenders in Nederland, Frankrijk en Duitsland.

Daardoor wordt Braambos een gewaardeerde partner voor internationale projecten, soms ook voor partners die bij de openbare omroep niet meteen terecht kunnen. Braambos kan met zijn programma's participeren aan internationale festivals en wordt ook gevraagd voor internationale jury's.

1.2. *Waarom op de openbare omroep?*

Braambos en de andere levensbeschouwelijke derden verdienen een plaats op het open net van de openbare omroep, ook in de toekomst. Ze kunnen immers bijdragen aan een actief pluralisme en aan een open en verdraagzame Vlaamse samenleving. Ook de diversiteit wordt daardoor gestimuleerd. Voor heel wat mensen bieden de levensbeschouwelijke derden een stimulans voor actieve participatie. De herkenbaarheid van de programma's bevordert een zelfbewustzijn dat op een open manier kan geïntegreerd worden in de multiculturele samenleving die Vlaanderen geworden is. Recent internationaal onderzoek wijst trouwens uit dat zingeving en spiritualiteit in toenemende mate interesse genieten bij een ruim kijkerspubliek.

1.3. *Vragen voor de minister*

Braambos heeft ook een boodschap voor de minister. Op dit ogenblik is er immers discussie over de zendtijd en de middelen. De voorbije jaren is er al heel wat bespaard op de budgetten van de levensbeschouwelijke derden. Verdere besparingen zullen dan ook het leveren van kwaliteitsvol werk bemoeilijken. Voorts is er ook nood aan duidelijkheid over de verdeling van de zendtijd vanaf 2011. Er zijn inmiddels al twee maanden van het jaar voorbij en er is nog altijd onduidelijkheid over het aantal uren zendtijd en over het budget voor 2011. Alles moet worden voorgefinancierd, in de hoop dat het budget niet wordt overschreden.

1.4. *Vragen voor de openbare omroep*

Als men het belangrijk vindt om te investeren in levensbeschouwelijke programma's, dan moeten die ook op een gunstig moment worden geprogrammeerd. Nu worden de levensbeschouwelijke programma's vaak voor een stuk uitgezonden na middernacht en dat is uiteraard niet bevorderlijk voor de kijkcijfers. Braambos pleit ook voor structureel overleg, onder meer over uitzenduren en de mogelijkheid van trailering. Enkele weken geleden bracht Braambos bijvoorbeeld een programma over een Egyptisch meisje dat haar land wilde verlaten. Dat programma was zeer actueel want er was toen in Egypte een revolutie aan de gang. Op zo'n moment zou een trailer zeker nuttig geweest zijn.

De levensbeschouwelijke derden zouden ook graag worden opgenomen in digitale platformen zoals ‘Ooit gemist’ en ‘Net gemist?’ en ze willen participeren in de crossmediale ontwikkelingen. Ze zijn ook voorstander van een vlotte en gratis toegang tot het VRT-archief.

1.5. Conclusie

Braambos is een kleine speler, maar beschikt over specifieke troeven die een meerwaarde betekenen voor het televisieaanbod in Vlaanderen. Aldus draagt Braambos bij aan de sociale cohesie en aan een open en verdraagzaam Vlaanderen.

2. Presentatie van de heer Wim Van Rompaey

2.1. Lichtpunt

De heer *Wim Van Rompaey*, directeur, zegt dat Lichtpunt als vrijzinnige omroep televisie wil brengen voor mensen met een visie. Het is een koepelorganisatie van een aantal verenigingen die in de jaren zestig en zeventig al beschikten over zendtijd, namelijk het Humanistisch Verbond, het Willemsfonds en het Vermeulenfonds.

De programma's van Lichtpunt worden gemaakt vanuit een ethisch standpunt en niet vanuit een (partij)politieke hoek. Lichtpunt beschikt net als Braambos over 22 uur en 45 minuten zendtijd op Canvas, telkens herhaald op Eén. De programmatie bestaat uit twee delen: de reeks ‘Tijdgenoten’ en een serie documentaires.

De reeks ‘Tijdgenoten’ omvat jaarlijks zes lange gesprekken met schrijvers, denkers en wetenschappers, met meestal een zeer goed resultaat. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor het interview met Simon Vinkenoog dat werd opgenomen vlak voor zijn dood, een programma dat werd overgenomen door de VPRO.

Daarnaast investeert Lichtpunt jaarlijks in een vijftiental lange documentaires. Meestal duren die 50 tot 60 minuten, maar in de zomer worden ook enkele documentaires van 90 minuten uitgezonden. Een deel van die documentaires wordt aangekocht, maar er zijn ook coproducties. Op dit ogenblik investeren in Vlaanderen overigens alleen Braambos en Lichtpunt op internationaal vlak in documentaires. De VRT en de vtm plooiën zich nagenoeg volledig terug op de Vlaamse markt. Een programma als dat van Jan Leyers is eerder een reportage, wat ook waardevol is, dan een documentaire. In 2009 kreeg ‘Rabbit à la Berlin’ een Oscarnominatie voor de middellange documentaire. Dat was een vrij grote coproductie met de Duitse, de Oostenrijkse en de Finse omroep en met de VPRO.

Lichtpunt is een kleine maar zeer gewaardeerde speler op de documentairemarkt. Het is geregeld aanwezig op internationale pitchings. Dat zijn samenkomsten waar nieuwe projecten worden voorgesteld aan mogelijke geïnteresseerden, zowel van de distributie als van de televisie. Lichtpunt is ook aanwezig op beurzen waar recente documentaires bekeken en gekeurd worden in verband met een mogelijke aankoop.

Lichtpunt besteedt ook een beetje aandacht aan de kortfilm, een genre dat wat ondergewaardeerd is op televisie en in de bioscoop. Nochtans zijn veel grote cineasten met kortfilm begonnen. Lichtpunt reikt ook een prijs uit voor kortfilms waarbij de bekroonde film wordt uitgezonden.

Lichtpunt probeert vanuit een vrijzinnig-humanistische visie op een niet-wervende manier kwaliteitsvolle televisie te brengen voor een publiek van kritische meerwaardezoekers. Daarmee sluit het aan bij het Canvasprofiel.

2.2. *Vragen voor het parlement en de minister*

Uit de visienota van minister Lieten blijkt dat 75 percent van de Vlamingen meent dat de VRT alle opinies en visies in de samenleving aan bod moet laten komen. Over het nieuws- en duidingsaanbod zijn de Vlamingen over het algemeen heel tevreden. Onderzoeksjournalistiek en eigen documentaires en reportages zijn een aandachtspunt voor heel wat Vlamingen.

De vragen van Lichtpunt voor het parlement en de minister zijn ongeveer dezelfde als die van Braambos. Vooreerst wordt er gepleit voor het behoud van zendtijd en middelen. Als er meer spelers komen, moeten de middelen opgetrokken worden. Het decreet bepaalt trouwens dat de levensbeschouwelijke derden over 50 uur zendtijd kunnen beschikken, maar dat een toename van het aantal uren mogelijk is als er meer spelers komen. Er is ook al veel overleg geweest met de VRT over de uitzendingen.

Er is nood aan fatsoenlijke uitzendingen. De vraag van Lichtpunt was altijd om op zondagavond te kunnen beginnen voor 23 uur. Nu is het uitzenduur zeer gevarieerd, mede door de eivolle programmering van de VRT op zondagavond. Voorts is er nood aan regelmatig en structureel overleg met de VRT. Vroeger was er binnen de VRT een aanspreekpunt waar de derden terecht konden met hun vragen, maar dat is nu niet meer het geval. Zoals Braambos, pleit ook Lichtpunt voor de mogelijkheid tot traileren van bepaalde programma's van derden. De mogelijkheid om gratis het archief te raadplegen zou ook in de volgende beheersovereenkomst moeten worden opgenomen.

De heer Van Rompaey pleit voor het behoud van de uitzendingen van derden op het open net. Alle Europese publieke omroepen besteden aandacht aan zingeving. Ondanks het late uur, is het publieksbereik goed en de kijkers, waaronder ook een aantal Nederlanders, reageren bijna altijd positief. Zonder Lichtpunt zouden een aantal creatieve en hoogwaardige documentaires niet meer vertoond worden in Vlaanderen. De film 'Enjoy poverty' bijvoorbeeld, een coproductie van Lichtpunt met de VPRO en de Oostenrijkse tv, was de openingsfilm op het IDFA-festival in Amsterdam en heeft daar veel ophef gemaakt. Een ander voorbeeld is de documentaire 'Verdwaald in het geheugenpaleis', over de manier waarop alzheimerpatiënten zelf hun ziekte beleven. Begonnen als een klein project, is dat een echte internationale productie geworden. Deze film gaat bij Lichtpunt op antenne op 21 augustus in een versie van 90 minuten. Canvas was niet ingegaan op het voorstel van mevrouw Van Es, zonder Lichtpunt zou deze film dus niet gemaakt zijn.

De spreker citeert vervolgens drie uitspraken van mensen uit het vakgebied. Manu Rich stelde "er zouden meer lichtpunten moeten zijn, meer van dat soort programma's.". Frederik Nicolai van Offworld, een van de grote producenten, noemde Lichtpunt de enige Vlaamse omroep met een gedegen documentaire structuur. En Jan Roekens van Sophimages vindt Lichtpunt een betere partner dan de VRT, zeker voor kleine projecten. Deze citaten komen uit de masterthesis van mevrouw Islamaj over de Vlaamse documentaire-sector, gemaakt in 2010.

2.3. *De toekomst*

De heer Van Rompaey verwacht niet dat tv als medium zal verdwijnen. Wel zullen er mettertijd meer crossmediale projecten komen, met actieve participatie van kijkers voor en na een programma. Een voorbeeld daarvan is een project van Arte dat aan een aantal mensen in de Gazastrook camera's heeft gegeven. Die opnames werden op het internet gezet en mettertijd verwerkt tot een documentaire. Daarna was er nog een discussieforum op het internet. Dit zal voor een stuk wellicht de toekomst van de televisie zijn: het samenbrengen van internetmogelijkheden en televisie. Ook in Vlaanderen zou men moeten denken aan het opzetten van dergelijke platformen. Lichtpunt is echter te klein om zelf zo'n platform te ontwikkelen en rekent hiervoor op de openbare omroep. Ook voor bijvoorbeeld de

ondertiteling via pagina 888 van Teletekst en voor ‘Net gemist?’ wordt er samengewerkt, al werden de derden in dat laatste geval niet vooraf verwittigd.

3. Vragen van leden

De heer *Bart Tommelein* meent dat de VRT eigenlijk zelf zou moeten instaan voor levensbeschouwelijke programma's. De aanwezigheid van de derden op de VRT toont aan dat de openbare omroep tekortschiet in zijn maatschappelijke opdracht. In dat licht is het dan ook begrijpelijk dat politici zich afvragen waarom er bovenop de dotatie van de VRT nog een dotatie moet zijn voor een opdracht die eigenlijk door de VRT zou moeten worden uitgevoerd. Uit beide presentaties kwam voorts de indruk naar voor dat de samenwerking met de openbare omroep heel stroef verloopt. Klopt dat?

De heer *Veli Yüksel* vindt het niet erg dat er parallellen zijn tussen het werk van de levensbeschouwelijke derden en de taak van de openbare omroep. Hij heeft ook begrip voor de vragen van de derden aan het parlement en de minister. In sommige landen zijn het de zenders zelf die aandacht besteden aan zingeving en spiritualiteit. Zou dat volgens de derden een meerwaarde kunnen zijn, of net niet?

De minister heeft het licht op groen gezet voor een bijkomende derde. Wat betekent dit concreet voor de andere derden en hoe kan men ervoor zorgen dat dit voor niemand negatieve gevolgen heeft?

Mevrouw *Danielle Godderis-T'Jonck* wil weten of Lichtpunt zicht heeft op het aantal opvragingen van zijn programma's via ‘Net gemist?’. Op welke basis zal er een beslissing worden genomen over de verdeling van de zendtijd en over het budget voor 2011? Hoe ver staat men hiermee?

De heer *Johan Verstreken* vraagt of er al een vergelijkende studie is geweest over de situatie van de derden in Nederland en in Vlaanderen. Zo ja, wat waren de resultaten? Hij vraagt zich voorts af of de levensbeschouwelijke derden liever zouden evolueren naar een situatie die vergelijkbaar is met de Nederlandse, ook wat bijvoorbeeld tralering betreft. Blijkbaar zijn er wat problemen met het overleg met de VRT. Hoe vaak is er dergelijk overleg en hoe verloopt dat dan? Lichtpunt zit blijkbaar in ‘Net gemist?’, maar dan zonder dat hierover afspraken werden gemaakt. Hoe zit het dan met de rechten en met contracten? Zijn de buitenlandse partners hiervan op de hoogte en delen zij mee in de winsten van die rechten? Horen de derden eigenlijk niet eerder thuis op internet-tv dan op een analoge zender als Canvas of Eén?

De heer *Bart Caron* vindt het systeem van de levensbeschouwelijke derden een verouderd model, maar meent tegelijkertijd dat zowel Braambos als Lichtpunt interessante televisie brengen. Documentairewerk en spiritualiteit zijn inderdaad dimensies die in het VRT-aanbod ontbreken, hoewel ze daar thuishoren. Wordt er elders in Europa ook gewerkt met een systeem van derden, of is dat een typisch Vlaamse situatie? Hebben de derden weet van de evolutie van de kijkcijfers?

4. Antwoorden van de heren Osaer en Van Rompaey

Op de vraag of de openbare omroep niet zelf werk moet maken van programma's rond zingeving antwoordt de heer *Toon Osaer* dat het de politici zijn geweest die het systeem van de levensbeschouwelijke derden hebben uitgewerkt. De derden denken alvast dat dit systeem een meerwaarde heeft gecreëerd. Een moeilijk punt is dat de VRT geacht wordt een neutraal standpunt in te nemen. Levensbeschouwelijke programma's worden immers sowieso ingevuld vanuit een bepaalde invalshoek. Er zijn niettemin voorbeelden van openbare omroepen waar dit wel lukt. De BBC bijvoorbeeld heeft een departement voor religie en zingeving.

In Nederland is er een gelijkaardig model met levensbeschouwelijke derden, al is men daar veel genereuzer met de toelagen en de zendtijd. De derden worden geregeld geïnformeerd over de kijkcijfers. De enige constante daarin is dat programma's die na kwart over elf beginnen, significant minder kijkers aantrekken dan programma's die vroeger beginnen. Het aantal kijkers varieert tussen 80.000 en 150.000.

De heer *Wim Van Rompaey* vult aan dat de uitzendingen door derden niet opvallen in negatieve zin: het aantal kijkers is te vergelijken met dat van de laatavondprogramma's van de VRT. Een tijdlang waren er ook kijkcijfers voor Nederland en daaruit bleek dat er daar vaak 100.000 tot 150.000 kijkers zijn.

Het oprichten van een islamomroep zou geen gevolgen mogen hebben voor de bestaande levensbeschouwelijke derden. In het decreet staat immers dat de zendtijd boven de 50 uur kan stijgen en dat de middelen kunnen toenemen. Van de minister kwam echter het signaal dat de huidige spelers zendtijd en middelen zouden moeten inleveren voor de nieuwe omroep. Hoeveel minder zendtijd er dan zal zijn, is echter niet bekend.

Vorig jaar hebben de derden eigenlijk in de illegaliteit uitgezonden, want hun erkenning was al een jaar vervallen. Door een stilzwijgende overeenkomst tussen de VRT en de minister konden de uitzendingen gewoon doorgaan, maar de subsidies zijn uiteindelijk pas eind augustus uitbetaald. Dat betekent dat de derden gedurende acht maanden hebben moeten voorfinancieren. Daarvoor moesten kaskredieten worden aangevraagd bij de bank, met interesten die met eigen middelen moesten worden betaald. Dit jaar is de erkenning in orde, maar er is nog geen politieke overeenkomst over de situatie van de islamomroep. Dat is geen voorbeeld van goed bestuur.

De heer *Toon Osaer* bevestigt tot slot nog dat de contacten met de VRT momenteel stroef verlopen. Vroeger was er een overlegmodel. Nu programmeert de VRT de derden voor en na het eigen programmaschema, zonder dat daarover nog kan worden gepraat. Er is alleen nog overleg op het technische niveau, over de vraag wanneer het materiaal moet ingeleverd worden. Een uitzondering is het constructieve gesprek dat mogelijk bleek over de ondertiteling op teletekst, waarvoor weliswaar moet worden betaald.

IV. UITEENZETTING VAN DE HEER JAN VAN BROECKHOVEN

1. Inleidende uiteenzetting

De heer *Jan Van Broeckhoven*, voorzitter van NORTV, merkt op dat er niet zoiets bestaat als dé regionale omroep. Wel nemen zij, zoals voor deze hoorzitting, via hun koepelorganisatie gemeenschappelijke standpunten in. Volgens het decreet behoren de regionale omroepen tot de categorie van de particuliere, lineaire televisieomroeporganisaties. Vele standpunten van de private televisieomroeporganisaties gelden ook voor de regionale, zodat het niet veel zin heeft die expliciet te herhalen. Er zal vooral worden ingegaan op de invalshoeken die specifiek zijn voor de regionale televisieomroeporganisaties of voor hen in het bijzonder belangrijk worden geacht.

De regionale omroepen hebben ook ten volle meegewerkt aan het advies van de SARC, waarin onder meer wordt ingegaan op de verhouding tussen de VRT en de regionale omroepen. De sectorraad is van oordeel dat de scheidingslijn tussen de openbare omroepopdracht en de commerciële en regionale spelers duidelijker dient te worden getrokken. Een betere en preciezere omschrijving van de omvang en interpretatie van de beheersovereenkomst zal zowel de openbare omroep als de commerciële en regionale spelers ten goede komen, in het belang van de Vlaamse mediagebruiker. Een specifiek voorbeeld hiervan is de relatie tot het regionale nieuws. De openbare omroep moet dit met respect en aandacht voor de taak van de regionale omroepen brengen.

Het is niet voor niets dat het Mediadecreet de taak van de regionale televisieomroeporganisaties als volgt definieert: “Een regionale televisieomroeporganisatie heeft als taak regionale informatie te brengen met de bedoeling binnen het verzorgingsgebied, dat aan de regionale televisieomroeporganisaties door de Vlaamse Regering krachtens artikel 168 wordt toegewezen, de communicatie onder de bevolking en tussen de overheden en de bevolking te bevorderen en bij te dragen tot de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio. Onder regionale informatie worden onder meer journaals, achtergrondinformatie, debatten, verkiezingsuitzendingen en serviceprogramma’s verstaan.”. De decreetgever heeft ook uitdrukkelijk bepaald dat de private televisieomroeporganisaties niet dezelfde omroepdiensten mogen aanbieden als de regionale.

Volgens de spreker kan regionale berichtgeving op grond van het voorgaande evenmin behoren tot de kerntaken van de VRT, zodat daar ook geen bijkomende middelen moeten worden voor uitgetrokken. NORTV meent dat aan contractuele afspraken tussen de VRT en derden met het oog op regionale nieuwsgaring, overleg met de regionale omroepen dient vooraf te gaan.

Idealiter bestaat de VRT-financiering volledig uit publieke middelen. Maar in Vlaanderen is dat blijkbaar onmogelijk, zodat een gedeeltelijke financiering uit commerciële bronnen zoals radioreclame kan worden getolereerd, op voorwaarde dat dit niet tot marktverstoring of concurrentie leidt. Gedecentraliseerd aanbieden van radiatoruimte op Radio 2 tegen abnormaal lage prijzen doet duidelijk afbreuk aan de mogelijkheden tot commerciële communicatie van regionale omroepen. Dat moet dan ook ophouden.

NORTV vindt voorts dat de VRT zich moet beperken tot duidelijk afgebakende kerntaken, met radio en tv als prioriteiten. Haar dotatie moet in verhouding staan tot de middelen die de private omroepen besteden aan vergelijkbare taken. De controle van onder meer het marktconform handelen van de VRT moet efficiënter. De spreker geeft als voorbeeld de prijzen voor uitbestede taken. Als die prijzen stijgen, is dat ook in het nadeel van de regionale omroepen. De terbeschikkingstelling van onder meer nieuwsfragmenten moet transparanter worden en daarbij moet de laagst mogelijke kostprijs worden gehanteerd. Er zouden hiervoor geen verschillen mogen zijn tussen de verschillende regionale omroepen. Belangrijk is ook de toegang tot het historisch archief van de VRT, want dat hebben de regionale omroepen zelf niet. De kostprijs daarvan moet ook hier de laagst mogelijke zijn.

Resultaten van met publieke middelen gefinancierd onderzoek moeten door de VRT volgens afgesproken voorwaarden ter beschikking van de regionale omroepen gesteld worden. Het hoogstnoodzakelijke kijkersonderzoek is voor de regionale omroepen immers een zeer zware last.

Tot slot deelt de heer Van Broeckhoven nog mee dat de regionale omroepen zich kunnen terugvinden in diverse ideeën uit de conceptnota van de parlementsleden Decaluwe, Delva, Verstreken en Yüksel en uit de visietekst van minister Lieten. Ze zijn inzonderheid graag bereid om in te gaan op het voorstel van de minister om tot meer samenwerking te komen tussen de VRT en andere actoren, in het bijzonder met het oog op een Vlaams Audiovisueel Archief en een Vlaams Medialab.

2. Vragen van leden

De heer *Bart Caron* peilt naar de huidige samenwerking van de regionale omroepen met de VRT op het vlak van regionaal nieuws. Het lijkt vanzelfsprekend om, als die voorhanden is, een beroep te doen op lokale technische en menselijke capaciteit en geen ploegen uit te sturen. Kan dat dan niet? Wat is de verklaring voor de uiteenlopende tarieven die de VRT blijkbaar bij de regionale omroepen hanteert voor beeldfragmenten?

De heer *Johan Verstreken* sluit zich aan bij die laatste vraag en informeert naar cijfers. Waarop zijn die verschillen in tarieven gebaseerd? Het lid wil ook graag cijfers over de marktverstoringen van Radio 2. En wat is de visie van NORTV over de tarifiering van archiefbeelden?

De heer *Bart Tommelein* vraagt welke mogelijkheden partnerschappen, hetzij met de openbare hetzij met privéomroepen, kunnen bieden voor de financiële overleving van de regionale omroepen. Elke beslissing lijkt de markt te verstoren, zoals bijvoorbeeld het gratis ter beschikking stellen van archiefbeelden.

De heer *Philippe De Coene* merkt op dat de aanpassing van de VRT-dotatie aan het bestedingsniveau van de private omroepen voor dezelfde taken, op basis van de cijfers die de VMMA hier hanteerde, een daling met ongeveer 100 miljoen euro zou meebrengen. Is dat wat men bedoelt, want dat is toch geen onschuldig bedrag? Verder vraagt hij verduidelijking over de rol van landelijke omroepen in de berichtgeving over regionale fenomenen. Maakt nieuws uit de regio's niet ook deel uit van hun opdracht of mogen ze daar helemaal geen aandacht aan besteden? Welke samenwerking hebben de regionale omroepen op dit vlak precies op het oog?

3. Antwoorden van de heer Jan Van Broeckhoven

De heer *Jan Van Broeckhoven* zegt dat er regionale omroepen zijn die vooral met de VRT samenwerken voor nieuwsuitwisseling, andere met de vtm en nog andere met beide. Dat laatste model draagt zijn persoonlijke voorkeur weg. Samenwerking bij het filmen is in elk geval kostenbesparend. Daarna kan iedereen nog altijd eigen accenten leggen bij montage en uitzending.

De verschillen in de tarieven van de VRT zijn voor een deel historisch gegroeid en hangen blijkbaar ook af van de frequentie en de intensiteit van de samenwerking. Sommige omroepen betalen 300 euro per aangesneden minuut beeldmateriaal, andere maar 125 euro per item. NORTV vindt dat discriminerend.

Radio 2 doet meer en meer aan marktverstoring. De regionale verkoop door de VAR vermindert de mogelijkheden voor de regionale omroepen om in eigen streek reclame te werven. Prijzen vergelijken is bijzonder moeilijk omdat het om radio en televisie gaat. Op het vlak van prijsconcurrentie zijn de regionale omroepen kansloos.

De continuïteit garanderen is inderdaad niet evident en daarom zijn partnerschappen niet uitgesloten. De regionale omroepen vragen geen gratis toegang tot het VRT-archief: 125 euro per aangesneden minuut voor iedereen, achten zij acceptabel. Het is uiteraard niet hun bedoeling dat de VRT het met 100 miljoen euro minder moet doen, maar de aanrekening van programma's moet wel in verhouding staan tot de commerciële en regionale productieprijs. De spreker heeft de indruk dat de VRT, wat sommige zelfgemaakte programma's betreft, erg boven haar stand leeft voor het inzetten van productiemiddelen. De private omroepen leveren evenveel en even goede output met veel minder middelen.

Tot slot vinden de regionale omroepen helemaal niet dat de VRT niet aan regionale berichtgeving mag doen, maar wel dat ze ruimte moet laten en haar nieuws niet eindeloos uitbreiden tot alle interessante regionaal getinte items van over heel Vlaanderen. Dat is een kwestie van aanvoelen. Op vraag van de heer *Johan Verstreken* deelt de heer *Jan Van Broeckhoven* nog mee dat de uitwisseling van beelden met de commerciële omroepen even vlot verloopt als met de VRT. Regionale verschillen zijn in de loop van de tijd gegroeid.

Philippe DE COENE,
voorzitter

Danielle GODDERIS-T'JONCK,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

BBC	British Broadcasting Corporation
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
IBBT	Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtechnologie
IDFA	International Documentary Film Festival Amsterdam
IP	intellectual property
NORTV	Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
SARC	Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
SBS	Scandinavian Broadcasting Systems
STER	Stichting ether reclame
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
VMMa	Vlaamse Mediamaatschappij
VOD	video-on-demand
VOTP	Vlaamse Onafhankelijke Televisieproducenten
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VS	Verenigde Staten
vtm	Vlaamse Televisiemaatschappij
WK	Wereldkampioenschap