

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 97
van **WILFRIED VANDAELE**
datum: 13 december 2017

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

VRT - inkomsten uit merchandising

Op zondag 10 december lanceerde de VRT de frituursnacks van F.C. De Kampioenen in Antwerpen. Het is niet de eerste keer dat de VRT voedingsproducten op de markt brengt om extra inkomsten te verwerven. Denken we maar aan het Slurfkesbier uit Thuis.

In het Mediadecreet lezen we onder artikel 8 onder andere dat de VRT "buiten zijn openbare-omroepopdracht merchandising- en nevenactiviteiten kan verrichten als ze samenhangen of verband houden met de openbare-omroepopdracht, en als ze opgenomen zijn in een kader dat vooraf werd goedgekeurd door de raad van bestuur".

Het VRT-kader voor merchandising en nevenactiviteiten werd vastgelegd in 2013 en laat onder andere alle vormen van pure merchandising toe met een uiteenlopende waaier aan producten, zoals speelgoed, kledij, voeding, ... Volgens de VRT-website heeft VRT Brand Extensions momenteel drie hoofdactiviteiten: merchandising, evenementen en Ooit Gemist.

In het jaarverslag 2016 lezen we dat de inkomsten voor de VRT uit merchandising 2,9 miljoen euro bedroegen, evenveel als in 2015. Uit de exploitatie van afgeleiden werd 100.000 euro meer binnengehaald in 2016 (1,2 mio euro) dan in 2015. De inkomsten uit 'Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties' stegen met 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2015 (2,6 mio euro).

1. Hoe gebeurt de verdeling van de inkomsten op de exploitatie van afgeleiden (merchandising, evenementen, ...) door de VRT? Gebruikt men hiervoor een standaardverdeelsleutel of zijn hier andere regels voor vastgelegd? Graag een toelichting.
2. Via licensing en merchandising streeft de VRT naar een optimale commerciële exploitatie van de merken van de VRT, van haar netten, programma's, figuren en personen (uitgezonderd het informatieaanbod). Zo wordt verwezen naar boeken (FC De Kampioenen-stripreeks), cd's (De Afrekening), dvd's (Eigen Kweek,...) en andere (speldozen, ...).

Kan de minister een overzicht bezorgen van de specifieke verdeling van de inkomsten uit licensing en merchandising tussen de merken van de VRT voor het jaar 2015 en 2016? Welke programma's, figuren en netten brachten de meeste inkomsten uit licensing en merchandising op?

3. Het kader voor merchandising en nevenactiviteiten werd vastgelegd in 2013.

Beantwoordt het kader volgens de minister nog aan de huidige marktwerking in het medialandschap? In hoeverre wordt er binnen de openbare omroep gewerkt aan de herziening van dit kader, gelet op onder andere de gewijzigde basisfinanciering van de openbare-omroepopdracht?

ANTWOORD

op vraag nr. 97 van 13 december 2017

van **WILFRIED VANDAELE**

Ik heb in verband met uw vragen elementen van antwoord opgevraagd bij de VRT.

1. De VRT verdeelt de inkomsten op de exploitatie van afgeleiden volgens de bijdrage van de netten waaraan de acties gelinkt zijn. Die acties zijn in hoofdzaak verbonden met programma's van de netten.
2. De VRT werkt en rapporteert op basis van een beheersovereenkomst. In de beheersovereenkomst staat de opdracht die de VRT moet vervullen en de doelstellingen die zij moet behalen. De VRT communiceert daar open en transparant over, o.a. via het jaarverslag. Een gedetailleerde rapportering over de verdeling van de inkomsten uit licensing en merchandising tussen de VRT-merken en de inkomsten uit licensing en merchandising van specifieke programma's, figuren en netten wordt door de beheersovereenkomst echter niet gevraagd.

Bovendien is de kostprijs van een programma bedrijfsgevoelige informatie. Het publiek bekend maken van een prijs van een programma, kan de VRT op bedrijfsvlak schade berokkenen.

Het VRT-Jaarverslag 2016 gaat dieper in op de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden. (De informatie voor 2017 is nog niet beschikbaar.)

VRT-Jaarverslag 2016 (p. 192)

Exploitatie van afgeleiden

	(in mio euro)			
	2016		2015	
Evenementen	1,2	16,2%	1,1	16,4%
Merchandising	2,9	39,2%	2,9	43,4%
Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand)	3,3	44,6%	2,6	40,2%
Totaal	7,4	100,0%	6,6	100,0%

De opbrengsten uit de exploitatie van afgeleiden stegen met 0,8 miljoen euro in vergelijking met 2015.

De opbrengsten uit evenementen bleven stabiel ten opzichte van 2015. De jaarlijks terugkerende evenementen zoals Ketnet Carnaval, Ketnet Halloween, Ketnet Kerst, de Radio 2 1000 klassiekers, de Thuisdag, en De intrede van de Sint zorgden voor stabiele opbrengsten.

Ook de opbrengsten uit Merchandising bleven stabiel ten opzichte van 2015. In een eerder dalende markt bleef de verkoop van boeken, cd's en dvd's constant.

De inkomsten uit Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand) stegen met 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2015, en zijn ondertussen de belangrijkste inkomstenbron binnen de exploitatie van afgeleiden.

3. Het Kader voor merchandising en nevenactiviteiten dateert nog van de vorige beheersovereenkomst. Aan de VRT zal ik vragen om dit kader – dat ondertussen bijna 5 jaar oud is – na te kijken en desgevallend te actualiseren.