



Vlaams
Parlement

vergadering **C193**
zittingsjaar 2017-2018

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

van 29 maart 2018

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Lode Ceyskens aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het behoud van het label 'kindvriendelijke gemeente' bij fusiegemeenten – 1466 (2017-2018)	3
VRAAG OM UITLEG van Imade Annouri aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over reclameboodschappen voor online en offline gokken – 1469 (2017-2018)	4
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de stimuleringsverplichting voor over-the-topspelers – 1572 (2017-2018)	
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de investeringsverplichting van OTT-spelers (over-the-top) – 1579 (2017-2018)	10
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de plannen van de minister om het doorspoelen van reclame te verbieden – 1573 (2017-2018)	
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de implicaties van uitgesteld televisiekijken – 1575 (2017-2018)	18
VRAAG OM UITLEG van Miranda Van Eetvelde aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het versterken van mediawijsheid bij kinderen en jongeren – 1583 (2017-2018)	29
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over een taxshelter voor de gamingindustrie – 1601 (2017-2018)	33

VRAAG OM UITLEG van Lode Ceyssens aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het behoud van het label 'kindvriendelijke gemeente' bij fusiegemeenten – 1466 (2017-2018)

Voorzitter: mevrouw Miranda Van Eetvelde

De voorzitter: De heer Ceyssens heeft het woord.

Lode Ceyssens (CD&V): Voorzitter, ik ben uitermate gevleid dat ik hier als vreemdeling binnenkom in deze commissie en dat ik meteen als eerste mijn vraag mag stellen, waarvoor dank.

Minister, 21 oktober 2014 kende u het label 'kindvriendelijke gemeente' toe aan vijftien gemeentes in Vlaanderen. Dit waren gemeentes die daartoe een heel traject hadden doorlopen. Een kindvriendelijke gemeente is een gemeente die vertrekt vanuit de visie dat kinderen volwaardige medeburgers zijn van onze samenleving. In de praktijk betekent dit dat beleidsmakers beslissingen, initiatieven en budgetten toetsen aan kinderrechten. Kinderen zijn volwaardige deelnemers aan de samenleving en met hun belangen wordt wel degelijk rekening gehouden in het volledige beleidsproces. Het mag wel duidelijk zijn dat kindvriendelijkheid over alle beleidsdomeinen heen gaat.

Toeval of niet, maar er zijn in Vlaanderen ook vijftien gemeentes die op 1 januari 2019 zullen samensmelten tot zeven fusiegemeentes. In totaal zijn er 308 gemeentes, maar van die 15 kindvriendelijke gemeentes is er eentje die ook voorkomt op de lijst van 15 gemeentes die gaan fuseren, meer bepaald de mooie gemeente Meeuwen-Gruitrode die u vorige zomer naar aanleiding van de kampreglementen met een bezoek hebt vereerd. Dat was trouwens een zeer aangenaam bezoek.

Het label 'kindvriendelijke gemeente' wordt toegekend voor 6 jaar, dus tot 2020. In 2020 dient er een nieuwe aanvraag te gebeuren. De nieuwe legislatuur gaat van start in 2019. Stricto sensu is de nieuwe gemeente Oudsbergen die bestaat uit Meeuwen-Gruitrode en Opglabbeek geen kindvriendelijke gemeente meer in 2019. Voor zover ik dat zie, kan ze die titel ook nog niet verwerven omdat de nieuwe aanvraag pas in 2020 kan gebeuren. Het zou jammer zijn mocht het niet lukken om dat verder te trekken, gelet op het feit dat 'kindvriendelijke gemeente' een heel goed initiatief is waarachter de betrokken gemeentes zich onverdroten hebben gezet. Vlaanderen voert ook een stimuleringsbeleid op het vlak van de fusies. We zitten dan ook een beetje met het vervelende gevolg dat dit zou betekenen dat een kindvriendelijke gemeente haar titel zou verliezen door de fusie.

Is er in overgangsmaatregelen voorzien voor fusiegemeenten waarvan een van de twee reeds het label 'kindvriendelijke gemeente' heeft? Indien ja, welke? Mag de gemeente Oudsbergen zich tot 2020 drager van het label 'kindvriendelijke gemeente' beschouwen?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Met het behalen van het label 'kindvriendelijke gemeente' wil ik gemeenten en steden stimuleren om verdere stappen te zetten in hun streven naar het uitbouwen van een integraal jeugdbeleid met respect voor de rechten van kinderen en jongeren. De gemeenten en steden die dit label ontvangen, hebben al duidelijke stappen in die richting gezet, maar hebben ook nog een weg te gaan. Het realiseren van een kindvriendelijke stad of gemeente doorheen het volledige beleid, vraagt immers wel wat tijd.

Indien een gemeente het label heeft behaald, dan betekent dit zeker niet dat het proces is afgerond. Integendeel, het proces loopt verder, fusie of niet. Dat proces wordt ook beoordeeld. Overgangsmaatregelen voor fusiegemeenten zijn er niet vastgelegd.

Mag Oudsbergen zich dan tot 2020 drager van het label 'kindvriendelijke gemeente' beschouwen? Ik kan daar ondubbelzinnig 'ja, heel zeker' op antwoorden. Het samengaan van twee gemeentes biedt een kans om het kindvriendelijk beleid verder uit te bouwen voor alle kinderen en jongeren die in die fusiegemeente wonen. Ik kan met andere woorden alleen maar toejuichen dat door een fusie nog meer kinderen en jongeren in een kindvriendelijke gemeente kunnen wonen.

Dus, we gaan ervan uit dat in een fusie de ene gemeente de andere gemeente of andere gemeentes haar goede gewoontes kan aanleren. Ik ben blij u dat goede nieuws te kunnen geven op een vraag die ik drie jaar geleden zeker niet had verwacht.

De voorzitter: De heer Ceyssens heeft het woord.

Lode Ceyssens (CD&V): Minister, ik had de vraag drie jaar geleden ook nog niet in mijn lade liggen.

Ik zal eens vaker naar deze commissie komen wegens de zeer gebalde en zeer goede antwoorden. Ik dank u voor uw bondig maar heel duidelijk antwoord.

Als ik even mijn andere pet opzet, dan kan ik meegeven dat we vanuit Oudsbergen zeker en vast een nieuwe aanvraag zullen doen om ook na 2020 de titel verder te dragen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Imade Annouri aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over reclameboodschappen voor online en offline gokken – 1469 (2017-2018)

Voorzitter: mevrouw Miranda Van Eetvelde

De voorzitter: De heer Annouri heeft het woord.

Imade Annouri (Groen): Minister, de VRT-Panoreportage van 7 maart 2018 had als onderwerp online en offline gokken. Tijdens deze reportage zag men hoe reclame voor dat gokken overal terug te vinden is, hoe gokkantoren steeds meer in het straatbeeld opduiken, hoe steeds meer mensen gokken en ook hoe problematisch gokken toeneemt.

Als voetbalsupporter kijk ik graag naar de wedstrijden van de Champions League. Het is opvallend – en het irriteert me zelfs – dat er voor een voetbalwedstrijd drie keer na elkaar reclame wordt gemaakt voor een online gokkantoor, zonder enige opmerking of zonder enige waarschuwing. Hetzelfde gebeurt tijdens de halftime en nog eens na de wedstrijd. Deze reclame komt zonder enige waarschuwing in verband met mogelijke gevaren drie of meer keer na elkaar op je televisiescherm. Bovendien is het ook opvallend dat wanneer je surft naar de website van Sporza, de sportsite van de VRT, je ook daar botst op verschillende van die reclameboodschappen. Kortom, het moge duidelijk zijn: gokken lijkt overal te zijn.

Minister, gokken is niet onschuldig. Begrijp me niet verkeerd: ik ben geen vragende partij om dat allemaal te verbieden, maar wel om er bewust en voorzichtig mee om te gaan. Overdaad schaadt. En zeker als het gaat over gokken, kan overdaad zware gevolgen met zich meebrengen. Het aantal gokverslaafden stijgt en alles wijst erop dat het aantal verslaafden de komende jaren gewoon verder zal blijven stijgen.

Ik citeer uit de bewuste Panoreportage: "Yannick is 23 jaar en worstelt al jaren met een gokverslaving. Hij zegt zelf: 'Ik probeer te stoppen maar als je naar een

voetbalwedstrijd kijkt, zie je vijf reclamespots voor goksites na elkaar met bonussen tot 250 euro. Gokken is vandaag overal: in de krantenwinkel, in het straatbeeld, op televisie en online.”

De reportage maakte ook duidelijk dat ook op het vlak van preventie, gewaarwording en opvolging er nog heel wat werk op de plank ligt. Mijn federale collega Van Hecke heeft minister Geens al ondervraagd over deze problematiek. Er komt een koninklijk besluit, er worden dingen omgezet enzovoort, maar ik wil deze problematiek ook met u in dit huis opnemen.

Als minister van Jeugd en Media wil ik u een aantal vragen stellen. Hoe staat u tegenover reclameboodschappen voor online gokken op Vlaamse televisie, meer bepaald voor, tijdens en na sportwedstrijden? Het valt enorm op. Als je kijkt naar een wedstrijd van de Champions League om te ontspannen, dan zie je drie keer na elkaar reclame, tijdens de halftime nog eens en dat zonder enige waarschuwing of opmerking over de mogelijke schadelijke gevolgen van overdaad van online gokken. Bent u van mening dat er voldoende wordt gewezen op de mogelijke gevaren van gokken?

Hoe staat u tegenover reclameboodschappen voor online gokken op de websites van de VRT, meer bepaald op Sporza.be? Bent u van mening dat dit moet kunnen op een digitaal platform van de openbare oproep? Bent u van mening dat er voldoende wordt gewezen op de mogelijke gevaren voor online gokken?

Bent u zich als minister van Jeugd bewust van de toename van het problematisch gokken bij jongeren? Hebt u daar signalen over ontvangen uit de sector? Uit de Panoreportage blijkt dat er wel signalen zijn, maar dat er heel weinig transparantie en heel weinig overzicht is. Er leek daar toch wel een noodkreet uit te komen.

Uit de uitzending bleek ook dat jongeren nog te vaak gemakkelijk toegang krijgen tot verschillende gokspelen, hoewel dat wettelijk verboden is. Hebt u contact opgenomen met de kansspelensector en uw verantwoordelijke collega's in het federaal parlement om dit tegen te gaan?

Ook blijkt dat er op het vlak van preventie nog heel wat extra werk en middelen nodig zijn om jongeren te helpen. Bent u zich daarvan bewust? Hebt u contact met minister Vandeurzen om daar meer op in te zetten?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Voor ik dieper inga op al uw vragen, denk ik dat het noodzakelijk is om rond gokreclame een en ander in te passen vanuit bevoegdheidsperspectief. Vanuit mediabevoegdheid moet eerst worden bekeken welk bestuursniveau bevoegd is voor gokreclame in het algemeen of onlinegokreclame in het bijzonder. De problematiek daarin is niet nieuw, want uw collega Björn Anseeuw heeft me in december 2015 en juli 2016 daarover reeds vragen gesteld.

Ik kom nu tot de recente ontwikkelingen. Op 13 oktober 2017 heeft de federale ministerraad een voorontwerp van wet en een reeks ontwerpen van koninklijk besluit goedgekeurd in verband met de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers. Op een interfederale werkgroep – en dat moet dan worden begrepen als een interkabinettenwerkgroep – van 21 maart 2018, stond een ontwerp-KB betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten – dus daar zijn we zeker bij media – op de agenda.

Het ontwerp-KB bevat diverse algemene regels omtrent de kansspelen en weddenschappen die via informatiemaatschappij-instrumenten – een vreemd woord, maar we verstaan eronder wat we eronder verstaan – mogen worden aangeboden, alsook nadere voorwaarden waaronder die mogen worden aangeboden, met

inbegrip van regels met betrekking tot de reclame. Dit KB regelt dus gokreclame die via het medium televisie wordt gebracht. Dan zit je inderdaad op de grens tussen consumentenbescherming en mediabeleid over radio-omroep en televisie.

Het Grondwettelijk Hof heeft zich in het verleden al een paar keer uitgesproken over die grens, onder meer in het kader van reclame over plastische chirurgie, alcohol en tabak, en heeft telkenmale geoordeeld dat de hoofdzaak in dezen niet radio-omroep en televisie betreft, maar consumentenbescherming, waardoor de bevoegdheid verhuist naar het federale niveau.

Ik ga hier even dieper op in. Inzake plastische chirurgie hebben we het volgende gezien. In 2011 werd een wet uitgevaardigd door de Federale Regering, namelijk de wet van 6 juli 2011 tot instelling van een verbod op reclame voor ingrepen van medische esthetiek en tot regeling van de informatie over die ingrepen. Die wet stelde onder meer in artikel 3 dat reclame voor dergelijke ingrepen verboden is, maar stelde daarbij ook dat reality-tv-uitzendingen onder reclame vallen en dus met andere woorden ook verboden zijn.

Die wet werd door het Grondwettelijk Hof vernietigd bij arrest van 22 mei 2013, waardoor die bepalingen vandaag niet meer bestaan. Let wel, het Hof heeft de wet vernietigd op basis van het gelijkheidsbeginsel en heeft zich er ten gronde niet over uitgesproken of dit nu een bevoegdheidsoverschrijding inzake media was, omdat dat niet meer nodig was.

Vervolgens werd bij wet van 10 april 2014 de wet van 3 mei 2013 tot regeling van de vereiste kwalificaties om ingrepen van niet-heelkundige esthetische geneeskunde en esthetische heelkunde uit te voeren en tot regeling van de reclame en informatie betreffende die ingrepen gewijzigd. Deze wet herneemt in andere bewoordingen de eerdere wet van 6 juli 2011. De wet stelt onder meer in artikel 20, ten eerste: "Het is elke natuurlijke of rechtspersoon verboden om reclame voor in artikel 3 bedoelde ingrepen te verspreiden."

Het wordt iets duidelijker in verband met alcohol. Er is een arrest van het Grondwettelijk Hof van 31 oktober 2000. Dat arrest heeft het decreet van de Franse Gemeenschap van 4 januari 1999, dat de richtlijn Televisie zonder Grenzen – de toenmalige voorloper van de AVMD-richtlijn (Audivisuele Mediadiensten) – omzette, gedeeltelijk vernietigd. Het arrest vernietigde de decreetbepalingen over tabaksreclame, reclame voor alcohol en alcoholhoudende dranken, en reclame voor geneesmiddelen omdat het, volgens het Hof, federale bevoegdheden zijn. Het Hof oordeelde toen dat de bevoegdheid voor handelsreclame op radio en televisie door de bijzondere wetgever aan de gemeenschappen is toegewezen, maar – maar! – dat dit de gemeenschappen niet toestaat om wetgevende initiatieven te nemen omtrent reclameboodschappen die producten of diensten die behoren tot een aangelegenheid waarvoor de federale overheid bevoegd is, als onderwerp hebben.

De aard van het medium dat de reclameboodschap brengt, doet, volgens het Hof, niets af aan die bevoegdheid. Het Hof verwijst in het arrest naar de parlementaire voorbereiding van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 waarin staat dat de reglementering inzake levensmiddelen, daarin begrepen de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de verbruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, uitgesloten is van bevoegdheidsoverdracht.

Sorry voor de brede omweg, maar u hebt ondertussen al wel begrepen waarom ik die maak.

Op de interfederale werkgroep werd het bevoegdheidsaspect ook gesignaleerd. Er werd door het federale niveau meegedeeld dat de volgende stap in de procedure het advies van de Raad van State is en dat, indien de Raad van State een bevoegdheidsprobleem zou vaststellen, er een nieuw interfederaal overleg zou worden georganiseerd.

Ik wil dan ook, alvorens op uw vragen – die vermoedelijk dan toch eerder voor het federale niveau zouden zijn – ten gronde te antwoorden, eerst afwachten wat de Raad van State hierover opnieuw of alsnog, naast het Grondwettelijk Hof, zou of zal zeggen. Maar als de Raad van State geen bevoegdheidsprobleem vaststelt en met andere woorden het Grondwettelijk Hof volgt, ga ik er dus wel degelijk van uit dat het hier een federale materie betreft, namelijk de consumentenbescherming.

– *Bart Caron treedt als voorzitter op.*

U ziet dus wel, ondanks het feit dat ik alleen formeel heb geantwoord, wat mijn inhoudelijk antwoord onrechtstreeks is.

Ik volg uw bekommernissen zeker. En ik wil u in dat verband ook nog even attent maken op het feit dat ik tijdens mijn interessant bezoek in San Francisco verleden week, op de GDC, de Game Developers Conference, ook een interessant contact heb gehad met een verantwoordelijke van de Kansspelcommissie, die daar toch ook de link legde. Ik bedoel daarmee: u hebt het specifiek over gokken, wat we als dusdanig herkennen. En in principe staat gamen heel ver van gokken. Maar er zijn mensen die proberen om in te breken in het gamingconcept. We hebben een heel boeiend contact gehad, waarbij het zeker de bedoeling is dat wij ons gamingbeleid en de ondersteuning daarvan verder afstemmen op het tegengaan van gokelementen daarin.

Om een lang verhaal kort te maken: ik denk dat uw vraag terecht is, maar ik vrees dat, met al wat we nu als voorgaande weten, het juiste niveau het federale zal zijn om daarover verder vragen te stellen. Want indien de rechtsspraak van het Grondwettelijk Hof wordt gevolgd, heb ik totaal geen bevoegdheid. Totaal niet.

De voorzitter: De heer Annouri heeft het woord.

Imade Annouri (Groen): Minister, ik dank u voor uw antwoord. Ik heb geprobeerd heel aandachtig te luisteren. Het gaat over consumentenbescherming, een federale bevoegdheid, waardoor u als minister van Media eigenlijk niet zou kunnen tussenkomen op wat er op de Vlaamse zenders tevoorschijn komt of dat er een boodschap wordt meegenomen.

In de voorbereiding van het koninklijk besluit over kansspelen dat zou worden uitgerold door minister Geens, werd opgenomen dat er een boodschap zou moeten verschijnen. Ik heb een vraag gelezen die collega Van Hecke in het federale parlement heeft gesteld. Ik heb het antwoord daarop van de minister ook gelezen. Als ik dat document goed heb begrepen, is het zo dat er stappen vooruit zouden worden gezet in hoeveel gokkantoren er zouden mogen zijn per gemeente. Maar evengoed zou er een boodschap moeten komen zoals we kennen bij alcohol en tabak: 'Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand'. Op zijn minst zou er een soort van sensibilisering aan worden gekoppeld. Dat zijn goede en belangrijke stappen.

Minister, mijn volgende vraag zal ik linken aan een persoonlijke anekdote. Ik denk dat het herkenbaar is voor veel mensen. Ik heb vrienden van het voetbal waarvoor het een soort van reflex is geworden om elk weekend wat geld in te zetten op een paar voetbalwedstrijden. Ze denken dan: 'Er zijn een paar matches, we zullen daar wat geld op inzetten.' En af en toe winnen ze, maar veel vaker spenderen ze daar geld aan zonder dat ze zelf beseffen hoeveel. Het probleem dat ik daarmee heb, is dat het heel toegankelijk is. Er zijn bijna geen drempels om dat te doen. Je kunt daarvoor een app downloaden op je gsm. En overall in het straatbeeld zie je kantoren die je kunt binnenstappen. Maar er is daaraan een problematiek gekoppeld. Ik verwijs naar de laatste vraag die ik heb gesteld en waarop u volgens mij bent vergeten te antwoorden. Er werd aan de alarmbel getrokken, ook tijdens de Pano-reportage, door een Vlaamse jeugdwerker. Er is één iemand met specifieke expertise rond jongeren met een gokverslaving. Die persoon zei: 'Ik krijg steeds meer vragen om daarmee om te gaan. Er is meer ondersteuning nodig.'

Ik kijk dan ook naar u, als minister onder andere bevoegd voor de jeugd. Hebt u in die bevoegdheid opmerkingen of signalen gekregen vanuit de jeugdsector, dat dat iets is dat hoe langer hoe meer leeft? Is dat iets waarover u met uw collega minister Vandeurzen zelf ook overleg hebt gepleegd, om te bekijken of we meer werk kunnen maken van die preventieve maatregelen en het weerbaar maken – vooral dat weerbaar maken – van jongeren die daaraan ten prooi vallen? De vergelijking met gaming is eigenlijk heel logisch. Los van de gamesector zelf heb je heel wat apps die door jongeren worden gebruikt en waarbij ze, zonder dat ze het weten, in een soort van stream worden meegenomen waaraan ze plots heel veel geld beginnen te spenderen, omdat ze dat spel willen verder spelen.

In die zin is dat een heel grote uitdaging en problematiek voor jongeren. Hebt u daarover ook al contact opgenomen met uw collega Vandeurzen? In hoeverre staat er daarrond iets te gebeuren?

De voorzitter: Mevrouw Van Eetvelde heeft het woord.

Miranda Van Eetvelde (N-VA): Mijnheer Annouri, ik dank u voor uw interessante vraag. Het is heel goed dat de verschillende overheden daarover met elkaar in overleg gaan. Los van het federale aspect, waar we nu moeten wachten op het resultaat van de Raad van State, denk ik dat het heel belangrijk is dat we blijven strijden om die toegang tot het gokspel veel moeilijker te maken dan dat vandaag het geval is. Het blijft nog altijd verboden voor jongeren om deel te nemen.

Ik vraag me ook af of we vanuit mediawijsheid hier nog een belangrijkere rol kunnen spelen. Hoe denkt u nog meer te kunnen inzetten op die bewustwording? Jongeren zien alleen de voordelen en denken heel vaak aan de winstkansen die ze hebben. Bovendien wordt gokken beschouwd als niet abnormaal, het maakt deel uit van hun sociale contacten. Het is ook een sociaal gegeven van vrienden onder elkaar. Ik denk dat we daar zowel vanuit welzijn als vanuit mediawijsheid en jeugd een belangrijke rol moeten spelen zodat dit zo weinig mogelijk gebeurt bij jongeren.

Ook het overleg met de verschillende overheden lijkt me belangrijk.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Ik leg hier de parallel met de belspelletjes op televisie destijds, die waren toen ook voorwerp van discussie, met onder andere Bart Van den Bossche als presentator, die ons intussen verlaten heeft. Ikzelf maar ook andere collega's hebben daar toen ook vragen over gesteld en het gevolg was dat die belspelletjes verdwenen. Dit is iets anders, maar het zit wel een beetje in dezelfde sfeer als die reclame voor gokken. Je kunt zeggen dat dit in hoofdzaak een federale materie is, en u hebt daarin gelijk, maar wanneer dit ook iets zou zijn dat onze openbare omroep raakt, zoals de heer Annouri zei, dan is het wel onze zaak. Dit is dus zeker iets om met een vergrootglas te blijven volgen.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): We brengen de problematiek van het gokken, het online gokken en de gokverslaving die dit met zich meebrengt, onvoldoende onder de aandacht. Die problematiek kan nochtans zeer verwoestende gevolgen hebben. Ook onze fractie vindt dat het niet kan dat kinderen en jongeren daartoe worden aangezet, zij het spelenderwijze, want dat maakt het nog gevaarlijker. Onze partij wil gewoon een verbod op online gokken. In dat verband is de regulering van de reclame daarvoor, ook al is dat een federale materie, alvast een goede zaak. Minister, wij steunen u in alle initiatieven die u met uw federale collega's zult ondernemen.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: We zullen eerst nagaan in hoeverre de Federale Regering plannen heeft om de reclame voor gokken en de aanwezigheid van de goksector in het algemeen te beperken. Ik ben helemaal geen moralist, maar dat lijkt me inderdaad zinvol. We hebben immers allemaal gemerkt dat de afgelopen vijf jaar de goksector veel meer dan vroeger aanwezig is en ook in meer sectoren. Ik denk dan aan het voetbal, waar elke eersteklasseploeg een cosponsor heeft die in de goksector zit. We kunnen ons daar vragen over stellen want, los van het ethische aspect, beweegt daar ook vaak een zaak van misdaad onder die wij niet altijd zien. Ik ben er wel van overtuigd dat de plannen van de Federale Regering ervoor zullen zorgen dat een en ander zal worden beperkt. Ik zal daarover de nodige contacten blijven houden met federaal minister Geens en met minister Vandeuren.

Ik zal proberen u een overzicht te bezorgen van de verenigingen in de jeugdsector die nu al een vormings- of sensibiliseringsaanbod inzake gokbewustwording hebben. Ik heb nog geen concrete signalen ontvangen vanuit de jeugdsector, maar ik besef dat dit een toenemend maatschappelijk probleem is of kan zijn. Ik zal nagaan welke van onze gesubsidieerde organisaties daar al actief zijn.

In het kader van het brede mediawijsheidsbeleid zal ik contact nemen met het kenniscentrum om te zien in hoeverre zij bepaalde instrumenten kunnen ontwikkelen om op die manier het federale beleid te kunnen ondersteunen.

De voorzitter: De heer Annouri heeft het woord.

Imade Annouri (Groen): Minister, ik dank u voor uw antwoord. Ik vond het een heel opvallend gegeven dat een persoon in die reportage zei dat hij de enige man met expertise is die werkt aan gokverslaving bij jongeren en dat hij wordt overstelpt met vragen. Het zou inderdaad goed zijn om een overzicht te krijgen van alles wat er op dat vlak bestaat zodat we kunnen beslissen welke stappen nodig zijn en zodat we de problematiek beter in kaart kunnen brengen.

Het is terecht wat de heer Vandaele zegt en het is ook een punt waar ik het al eerder over had. Als men surft naar een website van de openbare omroep en er wordt reclame gemaakt voor gokken zonder enige waarschuwing, dan heb ik daar wel moeite mee. Ik wil niet verbieden, helemaal niet, maar ik wil wel dat mensen, wanneer ze ergens aan blootgesteld worden, op zijn minst informatie krijgen over de mogelijke schadelijke gevolgen. Wij vinden dat normaal voor alcohol en voor sigaretten, maar dat zou ook normaal moeten zijn voor gokken.

Minister, u hebt gelijk wat uw opmerking over de sport betreft. Als men surft naar Sporza, dan ziet men reclame. Als men fysiek naar een voetbalmatch gaat, ziet men ook reclame voor wedstrijden of voor het gokken op wedstrijden. Ik zal het daar ook met minister Muyters nog over hebben.

Hoe dan ook, ik ben blij dat heel wat collega's zich bij mijn vraag hebben aangesloten. Ik zal dit blijven opvolgen, want dit is een heel belangrijke materie, waar we zeer voorzichtig en doortastend mee moeten omspringen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

**VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de stimuleringsverplichting voor over-the-topspelers
– 1572 (2017-2018)**

**VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de investeringsverplichting van OTT-spelers (over-the-top)
– 1579 (2017-2018)**

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, we hebben de steun aan audiovisuele producties hier al meermaals in de commissie besproken. Dat kan bijvoorbeeld door een uitbreiding van de stimuleringsregeling naar over-the-topspelers (OTT-spelers) die actief zijn op de Vlaamse markt en die voorlopig nog niet onder de stimuleringsverplichting vallen, zoals Netflix.

Eind vorig jaar bespraken we het advies van de Sectorraad Media over het Vlaams audiovisueel beleid en de ondersteuning van de audiovisuele sector. In uw antwoord op mijn vraag gaf u toen aan dat er gesprekken opgestart waren met Netflix en dat die gesprekken ook moesten worden bekeken in het kader van de herziening van de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (AVMD-richtlijn).

U zei echter ook dat die mogelijke ondersteuning van OTT-spelers moet worden losgekoppeld van de timing van de richtlijn omdat er geen duidelijkheid is over wanneer die van kracht zal zijn.

Minister, in De ochtend op Radio 1 werd u op 20 maart geïnterviewd naar aanleiding van uw werkbezoek aan een gamebeurs en aan enkele grote mediaspelers uit de Verenigde Staten. U zei dat u onder andere een werkbezoek had bij Netflix, waar u het belang van het stimuleren van private investeringen in fictieproducties, en dan concreet Vlaamse fictieproducties, zou aankaarten. Als ik goed geluisterd heb, gaf u aan om nog voor de zomer te willen landen met een aanpassing in het decreet zodat ook de OTT-spelers, net zoals Telenet en Proximus dat vandaag al doen, moeten bijdragen aan Vlaamse producties. U zei tot slot dat uw aanvoelen was dat Netflix hierin zal meegaan omdat het voor een dergelijk groot bedrijf geen grote investering is en omdat ze op die manier meer voeling kunnen krijgen met onze lokale audiovisuele sector.

Minister, de gesprekken met Netflix over de stimuleringsverplichting werden eind vorig jaar al opgestart. Welke concrete vooruitgang werd er geboekt naar aanleiding van uw werkbezoek? Acht u het haalbaar om nog voor het zomerreces die stimuleringsverplichting uit te breiden naar de OTT-spelers? Zo ja, welke stappen moeten nog gezet worden om dat afdwingbaar te maken?

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Bij de doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid heeft Econopolis vorig jaar een aantal concrete beleidsaanbevelingen gedaan met betrekking tot de investeringsverplichtingen. De screenshot die we hadden gemaakt van dat rapport van Econopolis, is blijkbaar weggevallen uit de vragenbundel.

Econopolis raadt in luik 1 'Efficiëntie en effectiviteit steunmiddelen' aan om de versnippering tegen te gaan van steunmaatregelen. Zij suggereren de investeringsverplichtingen onder te brengen onder het Vlaams Audiovisueel Fonds, met hervormd beslissingsproces en inspraak van de distributeurs.

Zij bevelen, ten tweede, de professionalisering aan van de projectbeoordeling, de vergoeding van de leescomités, gerenommeerde namen en een internationale dimensie. Bovendien – en daarover gaat het – vragen zij een uitbreiding van de investeringsverplichting naar OTT-spelers en andere dienstenaanbieders.

Minister, u hebt zich van meet af aan bereid getoond om de uitbreiding van de investeringsverplichting naar OTT-spelers decretaal te verankeren. Uit de berichtgeving na uw werkbezoek aan Netflix maak ik op dat deze regeling binnenkort gefinaliseerd zou kunnen worden. U laat optekenen, in De Morgen van 21 maart 2018 op pagina 19: "Handtekeningen werden er tijdens het bezoek niet gezet, maar de Netflix-top liet wel weten geen bezwaar te hebben tegen dat principe. Alleen willen ze, net als Telenet en Proximus, hun bijdrage niet in een fonds storten, maar zelf kiezen in welke reeksen ze investeren. Gatz wil het wetgevend kader nog voor de zomer rond hebben, opdat Netflix vanaf begin volgend jaar aan de investeringsplicht kan voldoen."

Minister, kunt u een stand van zaken geven van het onderzoek dat door de administratie gevoerd werd naar het opleggen van een stimuleringsverplichting aan de OTT-spelers? Concreet had ik graag geweten wat volgens dit onderzoek de voor- en nadelen zijn van respectievelijk het Franse en Duitse model?

Hoe zult u de investeringsverplichting naar OTT-spelers decretaal verankeren?

Dat Netflix geen bezwaar heeft tegen het principe van een investeringsverplichting, is op zich niet verrassend want inzetten op lokale audiovisuele producties is een steeds belangrijker onderdeel van hun eigen commercieel businessmodel. Denk aan The Crown, als groot voorbeeld van de verankering op de Britse markt. De vraag is echter of hier toch geen rol is weggelegd voor het Mediafonds, zoals Econopolis suggereert? Hieraan gerelateerd, verwijs ik ook naar de recente herschikking van het medialandschap, waarbij televisiezenders volledig onder de controle zijn gekomen van één distributeur. We hadden het er vorige week al over tijdens de hoorzittingen. Er is momenteel geen enkele garantie dat Telenet de stimuleringsverplichting niet zal aanwenden om enkel fictiereeksen te produceren voor de eigen zenders, Vier en Vijf. In welke mate kan men dan nog spreken van het level playing field dat u beoogt door ook OTT-spelers te laten investeren in lokale audiovisuele content? Moeten dergelijke garanties niet decretaal vastgelegd worden?

Hebben er al gesprekken plaatsgevonden met andere OTT-spelers en dienstverleners, zoals Amazon en YouTube? Amazon dreigt een minstens even grote speler te worden op onze markt als Netflix momenteel is. Wat is de uitkomst van deze gesprekken en welke impact hebben ze op het door u gevoerde beleid?

Indien de investeringsverplichting uitgebreid wordt naar OTT-spelers, wordt zij dan gekoppeld aan garanties omtrent free-to-air windows? Netflix coproduceert momenteel de Belgisch-Nederlandse fictiereeks 'Undercover', die internationaal verspreid wordt door de streamingdienst, maar ook op de VRT te zien zal zijn. Bent u bereid om dergelijke free-to-air windows mee decretaal te verankeren? Dat is, denk ik toch, een belangrijke vraag.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Ik wil even duiden waar de communicatie van vorige week vandaan komt. Ondanks mijn bezoek aan de Game Developers Conference, waarover we het straks nog over zullen hebben, heb ik van de gelegenheid gebruikgemaakt om in Silicon Valley contacten te hebben met de zogenaamde techbedrijven: Netflix, Facebook, Apple, Google, Amazon en Microsoft. Die gesprekken hebben niet allemaal op hetzelfde niveau plaatsgehad. Sommige waren presentaties, andere waren met corporate affairs managers. Bij Netflix was het wel degelijk met een gemandateerd persoon die lid is van de raad van bestuur en

hoofd van de juridische dienst. Wij hebben het onderwerp daar aangebracht. Zij hebben bevestigd dat ze wel degelijk bereid zijn om te investeren in Vlaamse producties, maar zij willen zelf kunnen bepalen in welke.

Waarom daar geen handtekeningen zijn gezet, is nogal logisch. Ten eerste waren we daar gewoon op bezoek. Ten tweede is het zo dat, wanneer we decretale verplichtingen zullen doorvoeren, er uiteraard geen gezamenlijke handtekeningen moeten worden gezet. Iedereen moet in deze wereld nog steeds zijn rol kennen. Ik wil wel een eerbiedwaardig privaat bedrijf als Netflix geloven als zij zeggen dat zij in Vlaamse producties willen investeren. Maar weten is beter dan geloven – in die zin is de decretale verankering nog altijd beter dan enkel het vrijwillige.

Dit was trouwens de teneur van het gesprek dat we een zestal maanden geleden met de Europese vertegenwoordigers van Netflix hadden. Ik heb u daarover ook al eens kort een verslag gegeven in deze commissie.

Het is nog steeds de bedoeling dat er een decreetswijziging komt. En ja, de zomer is kortbij, maar het is nog haalbaar. Het is in elk geval de doelstelling om de regeling in werking te laten treden vanaf het volgende kalenderjaar.

Ik ga nog even terug naar het onderzoek dat de organisatie in de breedte heeft gevoerd. We hebben het Franse en het Duitse systeem nog eens onder het licht gehouden. Ik actualiseer hier mijn antwoord dat ik enkele maanden geleden gaf aan – denk ik toch – de heer Vandaele. In die twee landen is er geen keuzevrijheid om een bijdrage te storten in een fonds, dan wel het zelf te kunnen investeren in producties die voor de OTT-speler interessante opportuniteiten kunnen bieden. Beide landen hebben gekozen voor een heffing op basis van de omzet die de OTT-speler realiseert. Dat is een heel ander systeem dan het onze. Verwacht wordt dat de nieuwe Duitse maatregel, die door de Commissie wel degelijk werd goedgekeurd op 1 september 2016, door Netflix nog zal worden aangevochten voor het Hof van Justitie. Het valt af te wachten wat dat zal opleveren. De aangepaste Franse regelgeving werd in het najaar 2017 ook door de Commissie goedgekeurd. Ook daar zullen we het vervolg nog zien.

Ik zeg niet dat dit per definitie geen goede pistes of maatregelen zijn, maar het is zinvol om bij ons de vergelijking met de investeringsverplichting, de stimuleringsverplichting, vanuit de dienstenverdelers door te trekken.

We mogen niet vergeten dat elke audiovisuele markt toch wel nog anders is, zelfs binnen Europa. Hoewel de studie van de Franse en de Duitse modellen interessante informatie heeft opgeleverd, moeten we voorzichtig zijn met het maken van vergelijkingen met onze eigen Vlaamse markt. Zo waren er in België in 2016 'slechts' 600.000 abonnees op video-on-demanddiensten, overwegend weliswaar bij Netflix. In Frankrijk zijn het er 3 miljoen en in Duitsland zelfs meer dan 10 miljoen. Ook is de positie van Netflix niet in elk land even sterk of dominant. In België is de concurrentie voor video on demand minder en heeft Netflix een dominante positie. In Duitsland bedraagt het marktaandeel van Netflix daarentegen 26 procent. Amazon is daar een te duchten concurrent, terwijl het bij ons niet of nauwelijks bestaat. In Frankrijk is het marktaandeel van Netflix 78 procent.

Ik ga ervan uit dat de stappen die de lidstaten nemen om grosso modo ongeveer hetzelfde na te streven, na verloop van tijd gestroomlijnd zullen worden. Maar nu is iedereen andere technieken aan het onderzoeken om hetzelfde doel te bereiken.

Hoe gaan we dit concreet decretaal verankeren? Vooreerst moeten we duidelijk afbakenen waarover we spreken: een dienstenverdelers en een OTT-speler zoals Netflix zijn twee verschillende categorieën van spelers. Een dienstenverdelers bundelt omroepprogramma's zoals Eén, VTM, Vier, enzovoort, en biedt daarnaast ook omroepdiensten op aanvraag aan, niet als dienstenverdelers, maar als omroepdienst.

Bepaalde OTT-spelers zoals Netflix bundelen geen lineaire omroepprogramma's in een pakket, maar bieden audiovisuele content en programma's on demand aan, tegen betaling. Dat zijn dus niet-lineaire omroeporganisaties. Terwijl de niet-lineaire mediadiensten over het algemeen kunnen genieten van een lichte regelgeving, is de situatie voor andere spelers strenger gereguleerd. Het Mediadecreet bevat voor particuliere lineaire televisieomroeporganisaties en voor dienstenverdelers een aantal minder vrijblijvende maatregelen ter promotie en stimulering van Vlaamse en Europese audiovisuele producties. We moeten dus wel nog rekening houden met de huidige regelingen die er bestaan voor de dienstenverdelers, de zogenaamde stimuleringsregeling, alsook voor de lineaire televisieomroeporganisaties, in relatie tot de regeling die uit te werken is voor niet-lineaire mediadiensten.

Het uitwerken van een regeling is op dit ogenblik in voorbereiding. De administratie is er wel degelijk aan begonnen. Zij is het terrein aan het verkennen, niet alleen strategisch en politiek maar nu ook juridisch.

Ik wil er toch al even dieper op ingaan. Het is belangrijk dit verhaal breder te situeren. Een investeringsverplichting voor OTT-spelers vereist vermoedelijk een wijziging van artikel 157 van het Mediadecreet, dat het huidige artikel 13 van de nu nog bestaande AVMD-richtlijn (audiovisuele mediadiensten) omzet.

Dit artikel bepaalt dat de niet-lineaire televisieomroeporganisaties, voor zover dat haalbaar is en met passende middelen, de vervaardiging van en de toegang tot Europese producties promoten. Een dergelijke promotie kan, volgens artikel 157, onder meer betrekking hebben op een financiële bijdrage van de niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de vervaardiging van en de verwerving van rechten op Europese producties, of op het aandeel en/of de prominente aanwezigheid van Europese producties in de door niet-lineaire televisiediensten aangeboden programmacatalogus.

Een aanzienlijk deel van de promotiemiddelen moet volgens datzelfde artikel worden besteed aan Nederlandstalige Europese producties. Artikel 157 bepaalt tot slot dat de Vlaamse Regering mogelijke middelen en maatregelen kan vastleggen. Het Mediadecreet heeft artikel 13 van de richtlijn, dat al heel vrijblijvend geformuleerd was, met name "(...) voor zover dat haalbaar is (...)", bijna letterlijk overgenomen. De Vlaamse Regering heeft tot vandaag geen "middelen en maatregelen" vastgelegd voor de verdere uitvoering van artikel 157 van het Mediadecreet en dus geen concrete bijdrageplicht aan aanbieders van niet-lineaire mediadiensten gevraagd. Vlaanderen was en is niet de enige "EU-lidstaat" die artikel 13 letterlijk heeft overgenomen en geen concrete bijdrage- of investeringsplicht oplegt aan aanbieders van niet-lineaire mediadiensten.

Het al of niet hebben van deze maatregel door een lidstaat wordt sterk beïnvloed door het plaatselijke marktaandeel van grote spelers zoals Netflix, Amazon of Sky, die hun Europese hoofdzetel elders gevestigd hebben, bijvoorbeeld in Nederland of het Verenigd Koninkrijk. Het land-van-oorsprongsbeginsel speelt hier. De reden waarom de Europese wetgever in 2007 in de AVMD-richtlijn geen al te zware verplichtingen wilde opleggen aan de aanbieders van niet-lineaire mediadiensten, was omdat het toen nog een sector in volle ontwikkeling was, die alle groeikansen moest krijgen. Tien jaar later is de situatie in de EU en ook bij ons grondig veranderd. Ik geef u enkele cijfers om dit aan te tonen.

Volgens het Europees Audiovisueel Observatorium realiseerden in 2016 de SVOD-aanbieders in de EU een omzet van 2,5 miljard euro. SVOD staat voor "subscription video on demand", het soort video on demand dat Netflix, Amazon Prime Video en Telenet Play More aanbieden. SVOD is de drijvende kracht achter de groei van betaaltelevisie. Eind 2016 werd het aantal SVOD-abonnees in de EU geschat op 38,7 miljoen tegenover 600.000 in 2011. De penetratie van SVOD in

de EU bedroeg in 2016 17 procent van de huisgezinnen. Hier scoren Denemarken met 50 procent, het Verenigd Koninkrijk met 43 procent, Zweden met 31 procent, Finland met 28 procent en Duitsland met 23 procent het hoogst. Voor België bedroeg de penetratie 11 procent. In België bedraagt het groeipercentage voor SVOD-abonnees nog 80 procent.

Uit analyse van het land van vestiging van de SVOD-aanbieders blijkt dat twee EU-landen kunnen worden beschouwd als 'hub' voor SVOD-diensten, die zich niet enkel richten op het land waar ze zijn gevestigd, maar op de hele EU-markt. Het zijn Nederland met Netflix en het Verenigd Koninkrijk met Amazon. Het zijn de twee belangrijkste spelers: Netflix heeft 18.175.000 abonnees in de EU en Amazon 7.632.000 abonnees. Samen zijn deze twee spelers goed voor 67 procent van het aantal SVOD-abonnees in de EU. Het aandeel van Netflix op de SVOD-markt varieert van land tot land: in Spanje is dat 40 procent, in Polen 16 procent en in Duitsland 34 procent. In België heeft Netflix een quasi-monopoliepositie, net als in de buurlanden Nederland en Luxemburg.

Het speelveld is dus grondig gewijzigd, dat beseft men ook in Europa. Hoe ik de onderhandelingen met betrekking tot de toekomstige AVMD-richtlijn thans kan inschatten, ligt minder voor de hand. Het principe van een 'grensoverschrijdende' heffing voor aanbieders van niet-lineaire mediadiensten staat niet meer ter discussie en wordt als verworven beschouwd.

De stimuleringsregeling voor OTT-spelers komt er omdat het spelers zijn wier rol niet meer onderschat kan worden en waarvan de grootste spelers, door hun internationale karakter, ontsnappen aan elke verantwoordelijkheid inzake ondersteuning van de Vlaamse en Europese audiovisuele productiesector. Voor lineaire omroepen zijn er immers de 'quotaregels' van de artikelen 154 en 155 van het Mediadecreet en voor de dienstenverdelers is er de stimuleringsregeling van artikel 184/1 van het Mediadecreet.

Gezien de snelle ontwikkelingen die de audiovisuele sector de laatste jaren doormaakt, is het dan ook niet meer dan normaal dat ook de OTT-spelers op hun verantwoordelijkheid worden gewezen, waarvan ze zich zelf ook wel bewust zijn. De situatie van Telenet, dat de stimuleringsregeling enkel nog zal aanwenden voor producties voor de eigen zenders, is een verhaal van verticale mediaconcentratie. Ik wacht, net als u allicht, het standpunt van de mededingingsautoriteiten af over het aandeelhouderschap van Telenet in de zenders VIER, VIJF en ZES.

Met Amazon heb ik hierover geen gesprek gehad. Het gesprek in de Verenigde Staten ging over een ander onderwerp en over hun relatie tot de gamingindustrie. Amazon Prime – zo heet het televisieaanbod – is enkel te verkrijgen via de Duitse Amazonsite. Het marktaandeel van Amazon, als OTT-speler, is in Vlaanderen nog zeer gering. Uiteraard zal de stimuleringsregeling voor OTT-spelers ook gelden voor Amazon, net zoals ze ook zal gelden voor alle Vlaamse aanbieders van niet-lineaire televisiediensten op de Vlaamse markt.

Met Google en YouTube heb ik vorig jaar wel een gesprek gehad. YouTube is een aanbieder van niet-lineaire televisiediensten, maar is tegelijk ook een videoplatformdienst, wat dan weer een lichte differentiatie inhoudt.

Free-to-air is een distributievorm waarbij bepaalde content niet dadelijk achter een decoder tegen een meerprijs mag verdwijnen en wordt inderdaad bijvoorbeeld gebruikt in de context van coproducties die via omroepen ook in het free-to-airaanbod van een dienstenverdelers moeten zitten, zoals fictiereeksen die met steun tot stand komen. Een decretale verankering van free-to-air windows is op dit ogenblik nog niet aan de orde. Het is in de eerste plaats aan de betrokken partijen om bij coproductieprojecten de distributievorm te gaan regelen en welke windows eerst verkocht of beschikbaar worden. Maar als een programma op de

VRT te zien zal zijn, dan is er sowieso sprake van free-to-air. Wanneer welk window komt, is echter af te spreken tussen de coproducenten.

Na het nieuwe feit van vorige week heb ik een, weliswaar constructief en hoffelijk, gesprek gehad met de decisionmakers bij Netflix, en dat heeft mij alleen maar gesterkt in de overtuiging dat we op het ingeslagen pad verder moeten gaan. Ik mik nog steeds op de zomer om de eerste grote stap te kunnen zetten.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, ik dank u voor uw uitvoerig antwoord. Over de modaliteiten kunnen we ongetwijfeld nog discussiëren en ook over de manier waarop zal worden bijgedragen aan de Vlaamse fictie. Er zijn verschillende mogelijkheden, die u al hebt besproken.

Over het principe zijn we het eens en het is belangrijk dat we met zijn allen vinden dat we de eigen productie moeten stimuleren en dat daar middelen voor moeten komen en dat daar gerust een bijdrage voor mag worden gevraagd, ook aan de OTT-spelers. We kijken uit naar uw voorstellen. In dit parlement zijn we bereid om daar snel en constructief mee aan de slag te gaan.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp-a): Minister, het was een hele boterham. In deze twee vragen zit er voor nog heel wat vragen, want de situatie is bijzonder complex. We zijn verheugd dat u dit plan hebt opgevat en dat u ermee doorzet. U hebt daarvoor de steun vanuit alle fracties, denk ik. Als we het level playing field en het ecosysteem echt willen behouden, zullen we ook de OTT-spelers erbij moeten betrekken, maar we mogen ons niet enkel fixeren op Netflix. Ik kom daar straks nog op terug.

De lijn die u aanhoudt en die er niet zozeer in bestaat te kijken naar Frankrijk en Duitsland, maar wel de piste te volgen om de investeringsverplichting van distributeurs door te trekken, is een goede optie.

Er rijzen een aantal vragen. Het lijken misschien detailvragen, maar het is wel belangrijk om ze mee te nemen. Op welke basis berekenen we? Als we de investeringsverplichting berekenen op basis van het aantal abonnees, moeten we goed oppassen. U haalt het cijfer aan van 600.000 gebruikers van Netflix. Die 600.000 gebruikers zijn geen 600.000 abonnees. Met één abonnement kun je op vijf schermen kijken. Heel wat mensen delen dus een Netflixabonnement onder familie of vrienden. Netflix zegt zelf dat slechts 16 procent van de mensen hun abonnement alleen gebruiken. 40 procent deelt het met twee. 18 procent deelt met drie en 18 procent met vier. Die 600.000 gebruikers, 11,5 procent van het bereik, zijn dus geen 600.000 abonnees. We moeten dat door drie tot vijf delen, ongeveer.

Een andere zaak die er misschien niet direct mee te maken heeft, maar die wel op een gegeven moment zal opduiken, is de kwestie van portabiliteit. De UK, zo valt vandaag te lezen, beslist dat op 29 maart volgend jaar het recht op portabiliteit voor hen stopt. U zegt dat het country-of-originprincipe heilig is en dat dat ons zal helpen in dezen, voor gelijke rechten. Dan is de vraag welke diensten in de UK gevestigd zijn. Want als die diensten in de UK gevestigd zijn, heeft dat implicaties op de portabiliteit en dus op het country-of-originprincipe.

U weet dat het mij een doorn in het oog is dat Telenet tot vandaag potentieel zonder problemen zou kunnen beslissen om alleen in Vier en Vijf te investeren. U hebt daarnet gezegd 'tot nader order'. Betekent dat: wanneer de mededingingsautoriteit groen licht geeft? Of betekent 'tot nader order' dat u bereid bent om desgevallend wetgevend op te treden, om te zorgen dat die investeringsverplichting voor Telenet gespreid wordt over verschillende zenders? Dan hebt u alvast onze steun.

Dan is er nog een laatste zaak met betrekking tot Amazon Prime. U ziet voorlopig geen centrale rol voor Amazon Prime, maar het is natuurlijk wel zo dat Amazon Prime vandaag ook heel expliciet de Benelux-markt aanboort. Ik denk dat we heel hard naar hen moeten kijken. Vorige week hebben we de hoorzitting gehouden rond mediaconcentratie. Onder andere Olivier Braet gaf daar heel hard het businessinzicht en het businessmodel van Amazon. We zijn dat ondertussen gewend als het gaat over het aankopen van boeken en zo, dat ons daarbij suggesties worden gedaan. Ziet het businessmodel van Amazon er momenteel zo uit dat zij eerst mensen vragen om content te plaatsen op hun platform? Zij analyseren natuurlijk alle data en alle verkeer dat daarnaartoe gaat, waardoor ze heel precies inzicht krijgen in wat de verwachtingen en de voorkeuren zijn van lokale markten als het over content gaat, om die informatie dan vervolgens te gebruiken om zelf reeksen te gaan aanbieden. Ik wil alleen maar zeggen dat we de rol die Amazon Prime in de nabije toekomst gaat ontwikkelen, zeker niet mogen onderschatten.

Ten slotte zegt u dat het af te spreken moet zijn onder de producenten, de 'free-to-air windows'. U weet dat het voor onze fractie toch wel heel cruciaal is dat, met de hele herschikking in het medialandschap en de aan belang winnende over-the-topspelers, die ook reclamevrije content aanbieden, die free-to-air van de belangrijkste content voor iedereen gegarandeerd blijft. Dus ook daar vraag ik waakzaamheid voor.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Dit zijn heel interessante vragen, zeker zo direct na het bezoek van de minister aan de Verenigde Staten. Ik wou even een kleine vergelijking maken. We hebben in de commissie Toerisme een jaar of twee geleden een nieuw Logiesdecreet goedgekeurd, waarin Airbnb ook beloftes had gedaan, als toch wel grote internationale speler, om gegevens ter beschikking te stellen indien dat zou worden opgevraagd door Toerisme Vlaanderen. Wat blijkt nu? Nu het decreet in werking is, doen ze plots toch moeilijk. Dus beloftes van dat soort grote internationale spelers, ik zou daar altijd zeer voorzichtig mee zijn. Daar hebben we bij Airbnb nu toch een beetje onze les geleerd. Niet dat minister Weyts daar bij de pakken blijft zitten, men gaat daarop door, maar ik wil maar zeggen dat het geen kleine jongens zijn. Ik hoop dat de gesprekken goed waren en dat eventuele beloftes, voor zover we daarover kunnen spreken, nagekomen worden.

Straks hebben we hier nog de vragen over de inkomstenmodellen van televisie enzovoort. Ik vraag mij af of het verhaal van de over-the-topspelers niet in dat globale kader moet worden bekeken. Zoals collega Segers zegt, is het een complex verhaal. Ik denk dat het ook allemaal een beetje samenhangt.

U kondigt hier aan, minister, dat u voor de zomer nog uitsluitel wilt brengen over het betrekken van Netflix bij de stimuleringsregeling of een andere mogelijkheid. Maar bij mijn weten gaan we hier nog een klein decreet Media goedkeuren, allicht nog voor de zomer. Dat is toch al eens op de ministerraad van de regering geweest. Dat zit daar, dacht ik, niet in. Gaat dat dan via amendementen op dat decreet komen? Of plant u nog iets totaal nieuws? Of moeten we dat dan pas tegen het einde van het jaar verwachten, om het echt in decreetvorm te gieten?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Ik ben het zeker eens met het feit dat gesprekken en contacten goed zijn en beloftes interessant zijn, maar dat we finaal alleen op onszelf kunnen rekenen om als overheid de nodige zaken desgevallend af te dwingen.

Als ik zeg dat we voor de zomer de volgende stappen willen zetten om in 2019 operationeel te zijn, dan sluit ik ook niet uit, zelfs al zouden we een regeling vinden die zeer gelijklopend is met wat de dienstenverdelers vandaag al moeten doen, dat ook

deze of andere spelers daarvoor naar de rechter zouden gaan. Dat is het normale spel. Ik zeg niet dat het zo zal zijn, maar we moeten daar wel rekening mee houden.

Er zijn inderdaad nog wel wat modaliteiten en techniciteiten te bepalen. Onder meer mevrouw Segers heeft erop gewezen. Daar zijn we nu volop mee bezig. Het is ook niet onlogisch dat een speler als Netflix zegt dat als zij op dezelfde manier als dienstenverdelers behandeld moeten worden, de lineaire omroeporganisaties dat ook moeten zijn. Met andere woorden: een level playing field voor iedereen. In Vlaanderen hebben we daar nu misschien minder last van, maar bijvoorbeeld voor Franstalig België is dat wel een issue. Ik wil maar zeggen dat als je de regels voor iedereen gelijk stelt, dat soms verderstrekkende gevolgen heeft. Maar goed, dat zijn we nu allemaal aan het voorbereiden. We zullen daar de komende maanden toch weer de nodige stappen vooruit in zetten.

Ik wou nog aangeven dat de stimuleringsplicht zoals ik die nu zie, in eerste instantie een economische maatregel is van verantwoordelijkheid van een derde speler in een nieuwe markt, zijnde de onze. De doelstelling van de stimuleringsverplichting is investeren in eigen programma's van hier en door mensen van hier gemaakt, dus het ecosysteem. Betekent dat meteen dat dat ook voor alle kijkers toegankelijk moet zijn? Op zichzelf ben ik daar, als persoon, niet tegen. Maar ik begrijp ook dat in een ecosysteem sommige zaken achter een betaalmuur zitten en andere niet. Daar zullen we dus nog heel wat discussies over moeten hebben, mevrouw Segers. De eerste doelstelling van de stimuleringsverplichting is de sector en het ecosysteem ondersteunen. Men moet ook aan bepaalde spelers bepaalde modellen toelaten. Sommige, zoals de openbare zenders, zijn natuurlijk helemaal 'free-to-air'. Dat is ook wettelijk zo verplicht. En andere hebben helemaal andere modellen of tussenmodellen. Dat is ook een stuk de eigenheid van de bedrijfsvoering in de mediamarkt.

Tot slot ben ik zeker ook waakzaam voor Amazon. Niet dat ik dat geen eerbiedwaardig bedrijf vind, maar in alle gesprekken die ik in Silicon Valley gehad heb, was het duidelijk dat de andere bedrijven, die ik daarnet genoemd heb bij het begin van mijn antwoord, meer klassieke bedrijven zijn, die dan daarna hun bedrijfsactiviteiten uitbreiden, maar die wel een corebusiness hebben, terwijl Amazon de disruptiviteit zelve is.

Het is een eerbaar economisch initiatief, maar we moeten zeer goed begrijpen wat zij doen om hen op tijd te kunnen doorgronden. We zullen dat ook proberen te doen om ervoor te zorgen dat alle goede maatregelen die we mogelijk zouden nemen en waarbij we een gelijk speelveld voor verschillende klassieke en semi-klassieke spelers nastreven, daarna weer niet helemaal op hun kop worden gezet door een volgende speler. We kunnen natuurlijk niet alles regelen vanuit de openbare macht, maar het is mij in San Francisco pas voor het eerst volstrekt duidelijk geworden dat Amazon volledig anders denkt en volledig andere doelstellingen heeft dan een klassiek bedrijf. Dat zijn daarom geen oneerbare. We zullen onze handen daar inderdaad nog vol mee hebben. We proberen tijdig te anticiperen en/of te remediëren. Dat is wel degelijk ons engagement.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Ik ben het eens met mevrouw Segers als ze zegt dat we eigenlijk alle over-the-topspelers moeten meenemen, toch zeker in het principe. Er zullen inderdaad wel nuances zijn, minister.

Het gaat er hier in de eerste plaats natuurlijk om dat we onze eigen audiovisuele producties willen ondersteunen en dat we de creatieve Vlaamse industrie willen versterken. Dat is het doel.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, ik dank u voor uw bijkomende antwoorden. Met betrekking tot Telenet hebt u niet precies geantwoord. U laat nog niet in uw kaarten kijken. Enfin, misschien wel, maar we houden daar een andere mening op na.

Met betrekking tot Amazon Prime ben ik heel blij dat u ook ziet dat een speler met een totaal ander businessmodel op heel korte termijn dat wat we nu uitwerken op een totaal andere manier kan uitdagen. Het wordt een heel moeilijke oefening om bij te zijn en om er tegelijkertijd voor te zorgen dat eenmaal de wetgeving af is we alweer niet hopeloos achteroplopen. Het mediaveld ontwikkelt constant en razendsnel. Het is een 'hell of a job' om daar regelgevend in op te treden met de bedoeling om de sector te laten bloeien en iedereen een gelijke kans te geven. U zult op ons kunnen rekenen om daaraan mee te werken.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de plannen van de minister om het doorspoelen van reclame te verbieden – 1573 (2017-2018)

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de implicaties van uitgesteld televisiekijken – 1575 (2017-2018)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, om te vermijden dat zenders schade lijden doordat distributeurs ingrijpen op hun programma's, bijvoorbeeld door de mogelijkheid te bieden dat reclame wordt doorgespoeld, keurden we hier enige jaren geleden het decreet Signaalintegriteit goed. Dat houdt in dat er een afspraak, met eventuele financiële regeling, moet zijn tussen de zenders en distributeurs, als die distributeurs iets extra willen doen met het signaal. Ook hier is de finaliteit het ondersteunen van de eigen Vlaamse producties.

Of en hoe het systeem uiteindelijk werkt of niet werkt, is mij nooit helemaal duidelijk geworden, maar in ieder geval was en is het decreet een stok achter de deur, een stok die door de zenders gebruikt kan worden als dat nodig is.

Nu neemt u ineens de vlucht vooruit, want in de pers kondigde u op 21 maart aan dat u het doorspoelen van reclame desnoods wilt verbieden. Dat lijkt me op het eerste gezicht een vreemd standpunt, los nog van de vraag of de overheid zich aan dat soort verregaande regulering moet wagen. Maar nu klink ik een beetje als uw partijvoorzitter, en dat is het laatste dat ik wil. *(Gelach)*

Er zijn grenzen. *(Gelach)*

De pers meldde dat uw partijvoorzitter u terugfloot. Dat kan, maar ach, partijvoorzitters: als we moeten luisteren naar wat die allemaal vertellen, dan zijn we ver van huis. *(Gelach)*

Minister, ik wil u toch enkele vragen stellen. Wat brengt u op de gedachte om doorspoelen van reclame te verbieden, tenzij de pers u verkeerd heeft geciteerd? Hebt u de toepassing van het decreet Signaalintegriteit al geëvalueerd? Zo ja, wat zijn de conclusies?

Als er moeilijkheden zijn, hangt er ook nog een soort bemiddelingsprocedure aan vast. Mochten er hinderpalen opduiken, dan zijn er nog extra mogelijkheden om

wat we nu hebben, toe te passen en ten volle te gebruiken alvorens we nieuwe dingen doen. Is het technisch mogelijk om het doorspelen te verbieden? Vindt u niet dat een dergelijke overheidsingreep te ver gaat? Het decreet Signaalintegriteit leek mij al kantje boordje van wat je als parlement of als overheid kunt opleggen. We stonden er uiteraard wel achter, zeker omdat we die middelen willen vrijwaren voor de eigen Vlaamse producties. Is het niet interessanter dat aanbieders aan de kijker zelf de keuze laten of hij een pakket wil met doorspoelmogelijkheid of zonder? Dat model bestaat trouwens. Spotify doet dat nu al. Dat model hebben we tijdens de bespreking van het decreet Signaalintegriteit ook al op de tafel gelegd.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, uw uitspraak in het verre Amerika over het uitgesteld kijken heeft heel wat deining veroorzaakt, ook bij uw eigen partijvoorzitter, die zich niet kon inhouden. Ze kon u fysiek niet op het matje roepen en dus deed ze het maar via Twitter.

In februari 2018 gebeurde 26 procent van het televisiekijken uitgesteld, zo berichtte De Morgen. Dat zou niet significant meer zijn dan vorig jaar, maar het is genoegzaam bekend dat commerciële televisiezenders nog steeds worstelen met de implicaties van uitgesteld televisiekijken. Dat brengt hun hele businessmodel en de reclameinkomsten in gevaar. Wie een programma uitgesteld bekijkt, heeft immers de neiging om de reclameblokken door te spoelen. Dat probleem is genoegzaam bekend.

Sinds enige tijd buigen tv-zenders en distributeurs zich over deze materie om tot een gedragen oplossing te komen. Deze gesprekken zouden nog steeds aan de gang zijn, weliswaar zonder enige uitkomst. Ik begrijp dan ook uw onrust. (*Opmerkingen*)

Woede? Hebben we de minister ooit al woedend gezien?

Dat neemt niet weg dat zenders autonoom reeds bepaalde ingrepen kunnen treffen. Zo heeft Mediaaan er reeds voor gezorgd dat de kijker bij het opvragen van een televisieprogramma de reclame niet meer kan doorspoelen. Het is dus vandaag niet zo dat iedereen alles zomaar kan doorspoelen.

In De Morgen waarschuwde u dat u er niet voor zult terugdeinzen om decretale maatregelen te treffen indien er niet snel een oplossing komt: "Als de zenders en de distributeurs er onder elkaar niet uit raken, zal ik die niet-doorspoelbare reclame via decretale weg opleggen. We zijn nu aan het bekijken dat je ook bij uitgesteld kijken, weliswaar kortere, reclameblokken zou te zien krijgen."

Deze demarche staat in schril contrast met vorige uitspraken van u, met name toen we het in deze commissie hadden over het sterk veranderende kijkgedrag, het evoluerende medialandschap en de rol van over-the-topspelers. Op 22 juni 2017 liet u nog het volgende optekenen: "Samen met de mediabedrijven zal de Vlaamse Regering dit mediatieke ecosysteem monitoren en waar nodig druk uitoefenen door regelgeving aan te kondigen en zo nodig die ook te maken. Maar dat zal steeds gebeuren in een soepel kader. De overheid zal haar wil niet opleggen; in zo'n systeem geloof ik niet. Wel zal de overheid, wanneer ze reguleert, ervoor zorgen dat ze voor het mediatieke ecosysteem positieve langetermijneffecten genereert, waarbij de kijker, luisteraar en surfer steeds aan het langste eind trekt. En dat laatste is ons hoofddoel."

'De overheid zal haar wil niet opleggen', een frappante zinsnede gezien het feit dat noch de televisiezenders, noch de distributeurs staan te trappelen voor het opleggen van niet-doorspoelbare reclame. Laat ons wel wezen, uiteindelijk zou vooral de kijker hier de dupe van zijn en dat mocht allerminst gebeuren volgens u.

Minister, wat is de stand van zaken van de gesprekken tussen de distributeurs en de televisiezenders over de implicaties van uitgesteld televisiekijken? Welke mogelijkheden

werden onderzocht om het terugvloeien van reclame-inkomsten in te dijken? Wat waren de uitkomsten daarvan? Ik verwijs hier naar de experimenten met de langere 'single spot'.

Het staat televisiezenders vrij om zelf maatregelen te treffen, met name het uitschakelen van de mogelijkheid om reclame door te spoelen wanneer men uitgesteld een programma opvraagt, wat Medialaan doet. Maar bent u niet van mening dat dit een commerciële beslissing is, die aan de televisiezenders zelf en niet aan de decreetgever toekomt?

U laat optekenen: "We zijn nu aan het bekijken dat je ook bij uitgesteld kijken, weliswaar kortere, reclameblokken zou te zien krijgen." Wie zijn 'we' en wat zijn de uitkomsten van dit onderzoek? Heeft uw administratie ook al pistes onderzocht of oplossingen voorgesteld?

Met welk scenario zou u genoeg nemen opdat er geen decretale oplossing zou moeten worden gezocht? Met andere woorden, wat is volgens u nodig om een gezond medialandschap en kwaliteitsvolle contentcreatie te vrijwaren? Aan welke benchmark zou dat scenario dan moeten worden getoetst?

Op welke manier kan niet-doorspoelbare reclame via decretale weg überhaupt worden opgelegd, indien u toch voor deze piste zou opteren? Kan dat – en dat is dan een volgende vraag – überhaupt technisch worden gerealiseerd en gemonitord?

Ik dank u alvast voor uw antwoord.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Vooraleer ik op de deelvragen antwoord, schets ik even de context waarin ik mijn uitspraken van vorige week heb gedaan.

Laten we zeggen dat het in elk geval duidelijk mag zijn, urbi et orbi, dat ik de zaken op scherp heb willen stellen, mede omdat de gesprekken waarover de vorige maanden sprake is geweest, niet echt vooruitgaan.

Er zijn natuurlijk een paar beginselen die dan met elkaar in conflict dreigen te komen. Er is een inderdaad een liberaal beginsel – of een beginsel van vrijheid tout court – van de consument om reclame te mogen of te kunnen doorspoelen. Ik heb daar op zich ook geen enkel probleem mee. Daar gaat het niet om. Ik denk ook niet dat reclame doorspoelen een mensenrecht is, maar dan is dan weer iets anders. (*Gelach*)

Ja maar, dat is wel ook een beetje de teneur van sommige reacties geweest. Ik ben niet voor of tegen reclame. Het laat me per definitie koud.

Ik ben er alleen niet in geslaagd – en dat is mijn tweede liberaal beginsel – om aan de publieke opinie – of aan een deel van de publieke opinie, want de anderen hebben het wel begrepen – uit te leggen dat gratis niet bestaat. En dat is ook een liberaal beginsel, dat sommigen in deze zaal dan wel goed zullen kennen.

Die twee dingen komen dus met elkaar in spanning. Er is de vrijheid van de kijker, die ik zo groot mogelijk wil maken, want wie ben ik om daarin keizer-koster te willen spelen? Maar tegelijkertijd wil ik toch zeggen: we hebben veel goede programma's in dit mooie land en tegelijkertijd is het toch zo dat een groot deel daarvan – als ze niet gemaakt zijn met middelen vanuit het Mediafonds of vanuit de dotatie van de VRT – nagenoeg exclusief worden gefinancierd door adverteerders. Het gaat mij erom daarin het juiste evenwicht te vinden. En een verbod klinkt dan nogal snel strafrechtelijk, met boetes en dergelijke meer. Dat is absoluut niet de draagwijdte van mijn woorden geweest.

Maar ik vind het wel goed dat het debat nu op scherp staat. Ik zal proberen aan te geven wat nu de volgende stappen zouden moeten zijn om ertoe komen dat we de kwaliteit van goede programma's in Vlaanderen en België overeind kunnen houden, op verschillende manieren, onder meer door het feit dat adverteerders, dus mensen die reclame maken, daarvoor willen betalen en dat wij dus niet moeten betalen. Daarop komt het toch wel neer.

U kent de Doorlichting van het Vlaams Audiovisueel Beleid van Econopolis. Daarover ga ik het niet meer hebben. Maar ik wil toch even aangeven – voor zover u het zelf niet zou hebben opgezocht – hoe het uitgesteld kijken jaar na jaar stijgt. Meer dan 80 procent van het uitgesteld kijken gaat gepaard met 'ad-skipping', zoals dat zo mooi wordt genoemd. Door het grote aandeel van het uitgesteld kijken en het hoge aandeel van het doorspoelen van reclame bij uitgesteld kijken, wordt bij de recente Vlaamse fictiereeksen slechts 38 tot 60 procent van de reclameblokken effectief bekeken.

En wat doen adverteerders als ze dat zien? Dan zeggen ze: 'Dan gaan we ergens anders adverteren.' En waar gaan ze dan adverteren? Op Facebook en Google. Met andere woorden, dan zou u mij ook vragen stellen. En terecht, hoor. Het is een soort catch 22, van 'ja, wat zult u daartegen doen?' Ik probeer daarin een middenweg te vinden, wat niet altijd gemakkelijk is.

Het uitgesteld kijken stijgt dus, tussen 17 uur en 24 uur tot 24 procent bij dezelfde doelgroep. Het beperkt zich niet alleen tot de commerciële zenders. Ook de openbare omroep ondervindt de gevolgen van het uitgesteld kijken, wat aantoonde dat het uitgesteld kijken niet enkel en alleen een gevolg is van het vermijden van reclame.

Bij diverse populaire titels wordt er nu al meer uitgesteld gekeken dan live. En nogmaals, ik vind dat helemaal niet verkeerd. Ik wil de mensen hun comfort gunnen. Ik doe dat zelf ook. Mijn kinderen maken daarover nu grapjes tegen mij: 'Mogen we de reclame nu doorspoelen of niet?' (*Gelach*)

En dan lach ik eens groen, maar vervolgens kijken we verder.

Waar het vroeger vooral fictieprogramma's waren die uitgesteld werden bekeken – in de hoorzitting vernamen we dat ongeveer 40 tot 65 procent van de commerciële doelgroep de populaire Vlaamse fictie uitgesteld bekijkt – worden nu alle types van programma's van alle zenders meer en meer uitgesteld bekeken. Denk maar aan De Mol, Blind Getrouwd enzovoort.

De technologische evoluties hebben ertoe geleid dat er in Vlaanderen zeer veel set-topboxen zijn met Personal Video Recorder, PVR-functionaliteit, enerzijds en anderzijds dat de dienstenverdelers er – geheel niet onlogisch – ook naar streven om die zo gebruiksvriendelijk mogelijk te maken. In hun plaats zou ik natuurlijk hetzelfde doen. Er is geen enkel bedrijf dat de consumenten graag tegen de haren instrijkt.

Ik heb me dus de vraag gesteld of en hoe we kunnen kijken naar oplossingen om de tendensen uit de Econopolisstudie op te vangen, zonder daarbij meteen de nieuwe kijkmodellen in vraag te stellen. Dat zou ik ook niet kunnen en dat is absoluut niet mijn bedoeling, ik wil dat niet.

Ik wil ook niet de consumenten op extra kosten jagen – en dan komen we toch weer bij de door de reclame betaalde programma's. Ik wil simpelweg het debat aangaan met de spelers en dat op scherp stellen, om te kijken of we tot een gedragen oplossing kunnen komen. Ook Econopolis stelde dat het debat moet worden gevoerd. En dat is wat ik wil doen, namelijk kijken naar de nood voor een platformneutrale, sectorgedragen oplossing voor het volledige Vlaamse audiovisuele ecosysteem, in een samenwerkingsmodel van alle partijen – het liefst alle omroepen en distributeurs, maar ook alle adverteerders en productiehuisen. Dat is niet eenvoudig.

Mijnheer Vandaele, uw vraag naar het decreet Signaalintegriteit in dit alles is terecht. Is het al geëvalueerd? We zullen daar nu een versnelling hoger schakelen, omdat dat toch wel de eerste piste is die ik nu in de diepte wil verkennen. Waarom is dat tot nu toe niet grondiger gebeurd? Het decreet Signaalintegriteit moet worden bekeken in het kader van de toenmalige context, een context die natuurlijk zeer snel is geëvolueerd, omdat uitgesteld kijken intussen immense proporties heeft aangenomen. Het decreet is echter uitgegaan van een alles-of-nietslogica en de procedure van bemiddeling die gepland was, leidde ook toen niet tot oplossingen of werd niet toegepast. Met andere woorden, ik wil nu dieper ingaan op de vraag of het decreet Signaalintegriteit in zijn evaluatie een strohalm dan wel een reddingsboei zal zijn. Ik ben het ermee eens dat we daar nu eerst het onderste uit de kan moeten halen.

Is het technisch mogelijk om een en ander te doen, te verbieden? Nogmaals, ik wil niets verbieden. Ik ben geen verbieder. Maar het is technisch mogelijk. Alles is technisch mogelijk. Zowel dienstenverdelers als omroepen bevestigen me dat dit inderdaad technisch mogelijk is. Maar daarmee gaan natuurlijk ook technische kosten gepaard. Het zijn toch wel serieuze investeringen voor de dienstenverdelers om dit te doen. Kunnen ze dat aan? Kunnen ze dat niet aan? Dat is weer een andere vraag. Maar het is niet met een vingerknip gebeurd.

Gaat zo'n overheidsingreep te ver? Laat mij zeggen – dat hebt u al begrepen en ook mijn partijvoorzitter heeft dat begrepen – dat het inderdaad zeer drastisch is. De vraag is of we wel degelijk tot daar moeten gaan. Maar als we de leefbaarheid van vooral commerciële televisie – en dus het kijkcomfort van de Vlaming in het algemeen – willen garanderen, dan moeten we alle mogelijke maatregelen bekijken, niet meer of niet minder. Dat zal onderwerp zijn van de gespreksronde.

Is het niet interessanter dat de aanbieders aan de kijker zelf de keuze laten? Ja, natuurlijk. Dat is trouwens een keuze die bestaande spelers al aanbieden en die ook in het gedragen model waarnaar ik streef een optie zou zijn. En ook bij de omroepen is dit een mogelijke oplossing, al moet ook rekening worden gehouden met de afspraken met de rechtenhouders. Dat is weer een andere zaak. Het is natuurlijk wel belangrijk dat, als er iets wordt uitgewerkt, dat voor alle spelers op dezelfde manier geregeld wordt.

Wat de gesprekken betreft, heb ik u al aangegeven dat er nog steeds wordt gepraat. De gesprekken lopen niet altijd even gemakkelijk. Uiteindelijk moet er een evenwicht worden gevonden waarbij ook rekening wordt gehouden met de consument, want anders heeft dat allemaal geen zin. Van belang is niet enkel een financieel akkoord, maar ook de technische implementatie van de afspraken.

Is dit niet eerder een commerciële aangelegenheid dan een decretale? Ja, dat zou men kunnen beargumenteren. Maar dat is natuurlijk ook de vraag van: is de signaalintegriteit te verregaand in dezen? Moet dat ook niet een commerciële ingreep zijn? Ik wil aan de vorige decreetgever de spiegel voorhouden dat we hier allemaal gezamenlijk proberen uit te komen. Het is beter dat het commercieel kan worden geregeld, maar als de commerciële niet-regeling ertoe leidt dat het ecosysteem voor de zenders en omroepen onder druk staat, en bijgevolg daarna ook voor de kijker, dan moeten we toch verder durven te denken.

Dan is er de suggestie van kortere reclameblokken. Er zijn nog geen concrete voorstellen. De kwantitatieve reclameregels, waaronder ook de bepalingen over de afzonderlijke reclamespots, de zogenaamde 'single spots', liggen nog op de Europese onderhandelingstafel bij de herziening van de AVMD-richtlijn. Ik bekijk samen met de administratie hoe dit in Europees perspectief verder gaat. Het is moeilijk om in te schatten in welke richting dat gaat. De kortere reclameblokken liggen bij de verschillende spelers van de AVMD-richtlijn op tafel.

Er bestaat jammer genoeg geen benchmark voor de concrete scenario's omdat Vlaanderen een vrij uniek medialandschap heeft, met twee dienstenverdelers die de grote commerciële omroepen nodig hebben op hun platform. Mijn enige toetssteen is bijgevolg de leefbaarheid van het Vlaamse medialandschap op langere termijn. Met een scenario waarin zowel de omroepen als de dienstenverdelers zich kunnen vinden, neem ik zeker genoegen. Maar ik verlies zeker ook nooit de kijker uit het oog.

Theoretisch is alles technisch en decretaal mogelijk. Maar u hebt uit mijn antwoord begrepen dat het soms goed is om de zaken heel duidelijk te benoemen. We gaan nu twee dingen doen. We gaan de signaalintegriteit en de modaliteiten daarvan binnen de huidige context bekijken. Ondertussen intensifiëren we de gesprekken. Dan proberen wij ook daar – het wordt nog een hete lente – voor de zomer ofwel doorbraken te hebben ofwel substantiële stappen voorwaarts te zetten.

Ik heb u nogmaals duidelijk proberen te maken wat mijn doelstellingen zijn. Ik meen te weten dat die doelstellingen ook overeenkomen met de doelstellingen die door de meeste, zo niet alle leden van deze commissie al herhaaldelijk benoemd en gedragen zijn.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, ik hoor u zeggen dat u 'Blind getrouwd' uitgesteld bekijkt. Dat is niet zonder risico, want intussen zijn ze waarschijnlijk al gescheiden.

Het thema dat we hier bespreken, is eigenlijk niet zo heel nieuw. Als we uw beleidsbrief en de bespreking hier bekijken, hebben we het al gehad over een mischien wel regulerend optreden. Ik heb toen ook gevraagd of men niet eerst alles uit de kast moet halen wat in het decreet Signaalintegriteit voorhanden is, tot en met de bemiddelingsprocedure. Ik ben blij dat u nu ook zegt dat we eerst eens gaan evalueren of dat inderdaad nog niet zo oude instrument – maar de tijd vliegt, zeker als we het over media hebben – dat we toen met z'n allen, ik dacht kamerbreed of toch ongeveer, hebben goedgekeurd, evalueren en bekijken of we daarmee verder kunnen, waar het hapert, waar het eventueel kan worden verbeterd, maar het zal ongetwijfeld, als we de OTT-spelers erbij nemen, verruimd moeten worden. Maar ik herinner mij dat we er toen ook van uitgingen dat die erbij waren of dat ze er ook onder zouden moeten vallen. Dat was toen in elk geval onze intentie bij de voorbereiding.

Minister, het doet me plezier dat u zegt dat we dat werk eerst gaan doen, alvorens we eventueel verdere stappen moeten zetten.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, dank u voor het enigszins herhalen maar toch ook voor een deel nuanceren van uw uitspraken. Ik moet bekennen dat ik van mijn stoel viel toen ik het las in de krant. Wat ik vooral merkwaardig vond, was dat u die uitspraken net deed op het moment dat u bij Netflix was. Ik dacht dat u iets te intens naar Netflix had geluisterd. Zij zijn de enigen die goed worden van het verbod op het doorspoelen van reclame. Noch de zenders noch de distributeurs zijn er voorstander van om reclame door de strot van mensen te duwen. Dat gaat hen alleen maar razendsnel, en nog sneller dan we daarnet al aangaven, ertoe bewegen om hun kabelabonnement op te geven en een abonnement op Netflix of Amazon te nemen. Het was dus eigenlijk onbegrijpelijk dat u die uitspraak deed.

Maar soit, ik begrijp dat u wilt dat dat ecosysteem bewaard blijft. Ik apprecieer dat. Dat is een fijne kans voor iedereen. De problemen zijn reëel. Ik apprecieer dat u daarin een rol wilt opnemen. Ik weet alleen niet of een decretaal optreden in de zin van een verbod de oplossing is.

U zei dat er, ondanks de unieke situatie, geen benchmark is. Wel, als u dan toch wilt helpen, steunen en vooruitgang boeken, is het misschien wel een idee om een benchmark te bestellen en een onderzoek te laten uitvoeren door een neutrale partij van experts. Ik denk aan imec of andere onderzoeksbureaus. We zouden die partijen rond de tafel moeten brengen en op basis van data en onderzoeken op een zo objectief mogelijke manier naar een oplossing laten zoeken.

U zei dat de reclame-inkomsten massaal worden versluisd naar de Facebooks en de Googles van deze wereld. Maar vorige week zei Olivier Braet tijdens de hoorzitting dat wij in ons land geen zicht hebben op hoeveel van de reclame-inkomsten op dit moment echt wegvloeien. In Groot-Brittannië is het wel berekend. Daar wordt het geschat op 1 miljard pond. Dat is een pak geld, absoluut. Wij hebben er geen zicht op.

We moeten eerder op die manier proberen om, op basis van objectieve gegevens, de partijen bij elkaar te brengen en te onderzoeken of we op die manier kunnen vooruitgaan. Echt waar, ik denk echt niet dat dat 'the way to go' is, om de mensen te verplichten om de reclame te kijken. Zeker van een liberaal verwachten mensen dergelijke voorstellen niet.

Als we verplichten om de reclame te bekijken, gaan we terug naar tijd van voor de digitale televisie, toen er alleen lineair kon worden gekeken. Toen werden de reclameblokken ook gebruikt als plaspauze of om naar de keuken te gaan of wat dan ook. Het is niet omdat ze niet kunnen doorspoelen dat de mensen aan het kijken zijn. Als er een studie komt, moet de insteek zijn op welke manier het televisiemaken leefbaar kan blijven. Zo kunnen alle partijen tevreden zijn over de deal die ze maken. De reclamemakers moeten tevreden zijn over het effect dat hun reclame heeft. Ik spreek zelfs niet over het effect in aankoopgedrag. Ik heb het erover dat hun reclame de mensen bereikt. Dat is, denk ik, niet door mensen te verbieden om door te spoelen. We moeten wel nieuwe, innovatieve modellen zoeken, kwalitatieve reclame, singles spots... Of nog andere manieren, maar niet verplichten om door te kijken.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): We hebben dit interessante debat hier al een paar keer gevoerd. Daarom heb ik geen vraag ingediend, omdat ik eerlijk gezegd niet zo verbaasd was. Misschien wel over de uitspraak van 'een verbod'. Dat klonk nogal hard. Maar dat we hieraan iets zouden proberen te doen, is hier toch al diverse keren gezegd, sinds we hier de Econopolisstudie hebben besproken.

Minister, u hebt gelijk, dat was ook een reactie op een van de tweets die vorige week passeerden. Er waren reacties allerhande. Ik heb toen ook gezegd dat gratis niet bestaat. U hebt daar groot gelijk in. Als wij ons medialandschap, ons ecosysteem, onze content willen houden op een kwaliteitsniveau zoals we dat vandaag kennen, zal er iets moeten gebeuren.

Een verbod is inderdaad straffe taal, maar dat er iets zou moeten gebeuren, is voor iedereen duidelijk. Ik denk dat het dat is wat u hebt willen zeggen en wat u hier vroeger ook al hebt gezegd. Niemand heeft tot nog toe gezegd – en ik dacht, minister, dat u het ging zeggen – dat wij een regeerakkoord hebben. Dat is natuurlijk alleen bindend voor de meerderheidspartijen. Daarin staat heel duidelijk, onder andere met betrekking tot het tegengaan van de verarming en verschrapping van contentproductie, dat er een protocol met de Vlaamse mediasector zou moeten worden afgesloten. Als dat niet lukt, als ze er onder elkaar niet uit geraken, zouden we decretaal kunnen ingrijpen. Dat is dus niets nieuws. Dat is hier al vier jaar geleden beslist, bij het aantreden van de regering: dit zou de strategie zijn. Wat mij betreft is dat nog altijd de basis.

Anderzijds heb ik alle respect voor de keuzevrijheid van de mensen. De reacties van vorige week waren in mijn ogen soms op het populistische af, maar de reactie van Tim Raets, de docent Mediastudies aan de VUB die we al een aantal keer in de commissie hebben gehad, heel goed. Ik denk dat ik het zag op de website van Knack. Hij zegt: "De oplossing ligt in een doordachte combinatie van alle mogelijke maatregelen, gestuurd door een sector die voorbij de eigen muren denkt en een overheid die zich toelegt op een volledig portfolio aan maatregelen."

Dat vond ik wel interessant. Hij zegt ook: "Misschien zal dan later blijken dat de Vlaamse kijker wel degelijk bereid is om meer te betalen voor extra comfort en reclamevrije programma's als de dienst ook het gebruikerscomfort biedt dat hij bij Netflix en Spotify geniet of dat er tussenformules bestaan, waarbij distributiespelers kijkers kunnen laten genieten van diverse en flexibele betaalformules, op voorwaarde dat de meerkost ook effectief terugvloeit naar de omroepen en producenten en zich niet vertaalt in een simpele verhoging van de televisiefactuur." Hij roept dus op om minder hypegedreven te werken.

Hij pleit voor meer nuance en constructief denken in het debat, minder polemieken binnen de Vlaamse politiek – dat was wellicht een vingerwijzing naar ons. In elk geval denk ik dat het ook deel uitmaakt van het globale debat waarover daarnet al sprake was.

Naar aanleiding van de bespreking van de Econopolisstudie heb ik ook al de vraag gesteld: wat is er in te brengen tegen een single spot? Volgens mij is dat voor heel veel mensen wel 'buivable', als ze daarvoor niet moeten bijbetalen en in ruil daarvoor interessante televisie krijgen.

Zoals mevrouw Segers ook zegt, maak die reclame wat innovatiever en interessanter. Ze moet dus korter zijn, maar ook beter en diverser. Er zijn heel goeie reclames, die ook heel grappig zijn, maar het is vreselijk om dezelfde reclame telkens opnieuw te moeten zien. Reclame kan leuk zijn om te bekijken als reclamemakers een beetje hun best zouden doen om ze interessant en grappig te maken en vooral om ze niet dagenlang telkens opnieuw uur na uur uit te zenden, want dan word je ze beu. Er is dus nood aan dosering in het reclamerijk.

Minister, na uw uitspraak zal de Vlaamse mediasector nu hopelijk ook wel wakker schieten. Die bewustmaking was ook uw bedoeling. Laten we hopen dat ze er zelf uit komen. Anders ben ik wel bereid om mee te werken aan een systeem, decretaal of niet, dat ervoor zorgt dat onze mediasector kwaliteitsvol blijft.

Bart Caron (Groen): Namens onze fractie sluit ik mij aan bij dit debat. Wie dit achteraf bekijkt, kan mijn tussenkomst desnoods doorspoelen. Op YouTube kan dat ook nog altijd.

Het decreet Signaalintegriteit is niet alleen kamerbreed goedgekeurd, maar werd ook kamerbreed ingediend, omdat het een bewuste oefening was in het zoeken naar een nieuw evenwicht op de brede televisiemarkt. De distributeurs wilden een aantal vormen van comfort aan de kijkers aanbieden, maar het inkomstenmodel van de zenders stond toen al onder druk. Er is een bemiddelingsprocedure, maar als ik mij niet vergis, is die nooit gebruikt. Dat is maar goed ook, want de bedoeling was dat men tot een overeenkomst zou komen zonder dat 'de politiek' moest interfereren. Ik ben niet van de Liberale Partij, maar ik vind dat de politiek niet moet optreden als de samenleving of de markt zaken zelf kan reguleren. Het ging erom een evenwicht te zoeken, waarbij de politiek probeert te vermijden om de balans naar de ene of de andere kant te laten doorslaan. Het is voor mij wel van belang dat iedere speler in dat ecosysteem zijn winstmodel kan hebben en kan blijven leven, liefst zonder inmenging van de politiek.

Als we uitgaan van de huidige reclameblokken, zou het plat verbieden van reclame er wel eens toe kunnen leiden dat jonge mensen van vandaag en morgen het klassieke televisiemodel niet alleen deels, maar helemaal verlaten. Jonge

mensen kijken vandaag helemaal anders naar films en reeksen. Er is geen zendergetrouwheid zoals vroeger en er is ook veel minder discipline, laat staan dat het idee van een reclameblok daarin nog zijn plaats zou vinden.

Als we zouden uitgaan van het conservatief denkbeeld dat het niet laten doorspoelen van de huidige reclameblokken de oplossing is, dan jagen we kijkers weg van onze Vlaamse commerciële aanbieders. Daar ben ik vast van overtuigd. Dat zou ook een heel groot verlies zijn. We willen toch niet alle kijkers naar YouTube, Netflix of Amazon jagen? We willen ze toch ook een stukje blijven binden aan onze Vlaamse bedrijven, productiemaatschappijen enzovoort die dat aanbieden? Al hebben productiemaatschappijen morgen hopelijk ook meer aanbod via de Netflixen van deze wereld, toch hebben die zenders ook hun plaats in dat ecosysteem. Een conservatief model is dus helemaal niet op zijn plaats, maar het verdienmodel van onze commerciële zenders staat wel onder druk. Dat begrijp ik wel. Telkens wanneer we op werkbezoek gaan, moeten we dat verhaal node aanhoren. Nu en dan worden er ons wel wat statistieken getoond over de evolutie van de reclameinkomsten. Dat ziet er vooralsnog niet helemaal dramatisch uit, maar het is ook niet rooskleurig. Er is duidelijk een achteruitgang in dat inkomstenmodel.

Ik heb gehoord wat mevrouw Brouwers en mevrouw Segers hebben gezegd over mogelijke oplossingen. Wat Tim Raets hier heeft gezegd en in een recent opinie-stuk heeft geschreven, is een pleidooi voor een geheel van maatregelen en inspanningen, dat de leefbaarheid van onze zenders wel mogelijk maakt. Daar kan volgens mij wel een breed maatschappelijk gedragen pakket van beslissingen uit voortkomen. Dat kan gaan om de investeringsverplichting voor distributeurs en OTT-spelers. Het kan gaan om het verplichten van de Netflixen van deze wereld om de Europese catalogus, waarin onze Vlaamse producenten meer dan vandaag een plaats krijgen, fors te versterken. Het is ook vermijden dat er inderdaad te veel reclame van Vlaamse reclamebureaus naar Google en YouTube wordt afgeleid. Het is misschien wel openstaan voor een ander betaalmodeel. Ik betaal voor Play bij Telenet om uitgesteld te kijken. Als ik spreek voor mezelf, ben ik bereid om iets meer te betalen om de reclame te kunnen doorspoelen. Als ik het inkomstenmodel van mijn zender wil omzeilen, dan wil ik daar wel iets voor betalen indien ik de garantie krijg dat de distributeurs dan ook dat geld aan die zenders doorsturen. Als ik de winstmarges en de jaarrekening van de verschillende mediabedrijven en distributeurs naast elkaar leg – wat trouwens zeer moeilijk te analyseren is –, merk ik dat Telenet en Proximus in ieder geval minder te klagen hebben dan de zenders. Blijkbaar verdienen zij net iets beter hun boterham dan anderen en kunnen ze hun aandeelhouders winsten uitkeren. Er is volgens mij dus wel degelijk een scheefftrekking. Het kan ook gaan om het versterken van het Mediafonds. Dat is ook een inkomstenmodel voor zenders dat vooral een invloed heeft op kwaliteit. Dat gaat ook over kortere reclameblokken, het is hier al gezegd, single spots, of targeted advertising, voor zover de burger daar wil aan meedoen.

Minister, het gaat dus om een samenstel van vele middelgrote of kleine maatregelen waarover die brede rondetafelgesprekken die u voert moeten kunnen gaan en waarbij datzelfde principe geldt van het decreet Signaalintegriteit, met name dat we zoeken naar een evenwichtige balans van alle spelers in dat ecosysteem.

Mijnheer Vandaele, daarbij moet de levensvatbaarheid van de Vlaamse spelers in het bijzonder gegarandeerd worden. Het is een heel moeilijke en wellicht een atypische oefening voor een overheid om te zoeken naar de juiste balans in zo'n mediamarkt. Dat is overigens ook zo omdat we met kwalijke dingetjes geconfronteerd worden als SBS dat voor 100 procent door Telenet is overgenomen. Telenet zou zijn eigen investeringsplicht kunnen verzilveren door eerst een betaalmodeel te hanteren, via de Play More en dan nog eens opteren voor een free-model, via Vier Vijf en Zes, dat niet onderbroken wordt door reclame, waardoor ook oneerlijke vormen van concurrentie ontstaan tussen commerciële spelers.

We moeten ook dat soort elementen mee in rekening brengen. Ik denk dat het een heel moeilijke klus is om dat te doen, minister. Ik pleit ervoor dat zeker over het verdienmodel, over de zogenoemde winsten van reclame, of de dalende inkomsten van reclame, over het verdwijnen van reclame naar buitenlandse over-the-topspelers, over de winsten van de distributie enzovoort, er wel eens een marktonderzoek zou mogen worden gevoerd, waarbij de echte cijfers bovenkomen, zodat wij als politici kunnen oordelen, als we maatregelen nemen, wie dat ten goede of ten nadele komt, wat een evenwicht is dat we kunnen bereiken, en hoe we dat het beste kunnen doen. Zolang we met cijfers moeten werken die voornamelijk uit derde hand komen of die gezegd worden, maar nooit wetenschappelijk onderbouwd zijn, denk ik dat dat een heel moeilijke kwestie is. Ik pleit ervoor om het Econopolisonderzoek aan te vullen met een financieel-economische studie over inkomstenmodellen. Dat mag geanonimiseerd worden, wat natuurlijk heel moeilijk is in Vlaanderen, als je zo weinig aanbieders hebt.

Het mag ook een les zijn, minister, om de verticale integratie op haar limieten te wijzen. Want wat SBS en Telenet nu doen, daar kun je met alle andere maatregelen die Econopolis heeft voorgesteld, niet op ingrijpen. En daardoor ontstaan marktvordelen of -nadelen, waarbij het voor ons zeer moeilijk is om daar post factum op in te grijpen. Ik pleit voor een heel divers en doordacht model, maar ik denk dat er inderdaad gesteld kan worden dat we op een aantal terreinen ook aan de consument mogen vragen, als hij op een luxueuze manier bediend wil worden, en niet op een basic manier, dat dat misschien wel iets kan kosten. Als dat onze Vlaamse productie ten goede komt, is dat verdedigbaar, maar niet in een conservatief model.

Minister Sven Gatz: Wie het artikel gelezen heeft dat ik vorige week in De Morgen heb kunnen laten publiceren vanuit San Francisco, zal daar een bepaalde doelstelling en nuance in gevonden hebben, die, zoals mevrouw Brouwers ook aangegeven heeft, à la limite niet echt nieuw was. Het was wat scherper verwoord, maar op zichzelf was het niet nieuw. Ik wil evenwel toch de vrijheid voorbehouden in dit parlement, een plaats waar er toch nog een beetje tijd en ruimte is voor debat en nuance, om te zeggen dat ik zelf het woord 'verbod' nooit in de mond genomen heb. U kunt zeggen dat dat flauw is, maar u weet dat de journalisten tegenwoordig de koppen boven hun artikels niet meer schrijven. Het zijn de nieuwsmanagers. En dat mag een conclusie of een reductie van de werkelijkheid zijn, vanuit die nieuwsmanager. Daar kan ik ook mee leven. We weten allemaal hoe het mediaspel gaat. Maar ik wil zeggen dat ik zelf niet op een verbod aanstuur. Ik heb het woord 'verbod' ook niet uitgesproken. Ik wil dat gewoon nog eens gezegd hebben, voor wat het waard is.

Ik ben ook niet getrouwd met bepaalde modellen. Ik zie dat bepaalde kijkers – jongere kijkers – zeggen: ik kijk naar VRT NU en daarnaast ben ik geabonneerd op Netflix, en van al de rest moet ik niet meer weten. Ik kan daarmee leven. Dat is een vrije keuze, net zoals een oudere persoon naar VRT of VTM kijkt. Ik ben met geen enkel omroepmodel of videoplatformmodel getrouwd. Daar is mijn motto inderdaad: vrijheid, blijheid. Maar wat we natuurlijk wel moeten zien, is dat programma's die daarop te bewonderen zijn, gemaakt kunnen blijven worden vanuit ons perspectief, vanuit een cultureel perspectief. Ik denk dat het interessant is om mensen met talent van hier fictiereeksen en andere programma's van hier te laten maken. Dat is voor iedereen zo op de wereldbol. Dat maakt Vlaanderen niet uniek. Maar naïef zeggen dat het enkel kan met programma's vanuit andere landen, die ik trouwens ook graag bekijk, die richting gaan we zeker niet exclusief uit.

Het is ook economisch heel belangrijk, zoals we weten. Het zorgt voor veel jobs. Het zorgt voor economische ontwikkeling. De creatieve industrie, waaronder deze sector ondubbelzinnig gerekend mag worden, is een sector die nog steeds groeit, dus we moeten dat kunnen ondersteunen. Ik heb daarom niets nieuws gezegd, maar ik wou gewoon even de omgekeerde techniek gebruiken: wat heb ik niet gezegd?

Sommige mensen hebben het opiniestuk van de heer Raats, docent aan de Vrije Universiteit Brussel, aangehaald. Ik kon me daar inderdaad absoluut in vinden. Meestal ligt de waarheid in het midden, met een veelheid aan temperende maatregelen. We zullen ook verder in die richting gaan, vandaar dat, alvorens verdere decretale mechanismen bekeken worden, we de signaalintegriteit gaan evalueren.

We moeten elkaar daarin wel niets wijsmaken. Ik weet dat buitenstaanders daar weleens mee lachen, maar als wij in staat zijn om als politieke klasse het algemeen belang nog na te streven, dan is dat vanuit privaat perspectief, vanuit al die bedrijven, niet zo. Zij moeten het algemeen belang ook niet nastreven. Je moet dat niet vragen van VTM of Telenet of andere. Maar wij moeten dat wel doen. En daar kom je natuurlijk wel op een soort breekpunt, waarbij het algemeen belang soms gelijk is aan de optelsom van de private perspectieven, maar soms ook niet. In dit geval is het veeleer niet, en zoeken we dus naar een manier waarop we dat wel kunnen doen. Dat wou ik nog meegeven als algemene filosofische bedenking.

En voor de rest: nu iedereen klaarwakker is na vorige week, niet alleen de specialisten in deze commissie, maar ook heel veel kijkers, kunnen we samen met de verschillende spelers verder de volgende stappen zetten. Ik kijk al uit naar volgende vragen daarover. Maar ik hoop vooral dat we een oplossing kunnen vinden die enige tijd meegaat. Ik maak me geen illusies dat we modellen zullen vinden die weer voor jaren en jaren goed zijn, maar we moeten toch minstens een maatregel kunnen vinden die enige tijd meegaat en die al perspectief geeft op wat er daarna zal gebeuren. En dat is een zeer moeilijke oefening. Daarmee vertel ik geen verrassingen.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, niet alleen wij, parlementsleden, en de kijkers zijn klaarwakker. Ook uw partijvoorzitter is nu ineens klaarwakker.

Collega Caron, ik heb geluisterd naar uw bevlogen verhaal, geïnspireerd door Tim Raats. Ik wil wel een eind meegaan en zeggen dat we dat breder kunnen bekijken. Ik zou zelfs durven te zeggen dat het decreet Signaalintegriteit op zich al vrij breed is. Zodra men ingrijpt op het signaal, valt men eronder. Dan moeten we maar eens kijken hoe ver dat gaat. Dat kan wat mij betreft misschien zelfs ook gelden – ik zou het eens moeten herlezen – voor ‘targeted adverstising’. Ik weet het niet. Maar we moeten natuurlijk oppassen dat we de hoop niet te groot maken, want dan maken we het onszelf ook bijzonder moeilijk. Dus in die zin pleit ik toch voor enige voorzichtigheid.

Er is ook gezegd dat het allemaal goed onderzocht moet worden hoe die modellen in elkaar zitten en waar er echt wel tekorten of overschotten zijn qua inkomsten en waar we regelgeving moeten aanpassen om dingen leefbaar te houden. Maar daar kennen we natuurlijk ook wel de beperkingen, collega. We weten dat zelfs onze bloedeigen openbare omroep zeer schaars (karig?) is met informatie. Zelfs op parlementaire vragen krijgen wij geen antwoord zodra er ook maar een zweem is van interne bedrijfsgegevens. Dan krijgen we die ook niet. Ook daar zou ik dus niet te enthousiast zijn.

Minister, ik dank u voor uw antwoord. Ook dit is een thema waarover wij met dit parlement allemaal wat in dezelfde richting kijken. Zeker als het erop aankomt voldoende middelen te genereren om die eigen Vlaamse fictie en dat media-ecosysteem in Vlaanderen leefbaar te houden, dan zijn wij zeker bereid om hier mee aan de weg te timmeren.

Katia Segers (sp.a): Uit het inderdaad boeiende debat dat we gevoerd hebben, blijkt hoe complex de problematiek is. Als het antwoord op complexe vragen eenvoudig is, dan is het fout. Een simpel verbod lijkt dus niet het goede antwoord voor een ‘future proof’ beleid, in de mate dat dat ook al mogelijk zou zijn. Ik noteer, minister, dat u zegt dat u het woord ‘verbod’ niet hebt gebruikt. Wij gaan meewerken aan het zoeken naar andere oplossingen, maar ik wil graag

mijn voorstel herhalen om dat dan toch te doen op basis van een onderzoek naar hoe het precies zit met het derven van de reclame-investeringen – hoeveel vloeit er echt weg momenteel? En ten tweede moeten we zoeken naar mogelijkheden. Ook ik denk dat het nooit één oplossing zal zijn, maar een set van maatregelen, die in eerste instantie vanuit de industrie zelf moeten worden genomen, en in tweede instantie regelgevend indien nodig. Dat moet gedragen worden door de sector, dus het beste is dat die oefening gemaakt wordt met de sector, het liefst gecoördineerd door een onderzoeksinstantie of wat dan ook, experts die boven de partijen kunnen staan. Ik hoop dat u dat voorstel meeneemt.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Miranda Van Eetvelde aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het versterken van mediawijsheid bij kinderen en jongeren – 1583 (2017-2018)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: Mevrouw Van Eetvelde heeft het woord.

Miranda Van Eetvelde (N-VA): Minister, op 19 oktober 2016 keurde het Vlaams Parlement het voorstel van resolutie betreffende de toegang tot en het gebruik van diensten van de informatiemaatschappij door jongeren eenparig goed. Met het voorstel vroeg het parlement aan de Vlaamse Regering om onder andere blijvend in te zetten op mediawijsheid als beleidsprioriteit binnen het Vlaamse jeugd- en mediabeleid. Hiermee wilden de indieners mediagebruikers mediawijsheidscompetenties laten verwerven om bewust en kritisch te kunnen omgaan met nieuwe sociale media. Daarbij werd bijzondere aandacht gevraagd voor voldoende mediatoeegang voor en de mediageletterdheid van kwetsbare doelgroepen.

Er werd in de goedgekeurde resolutie tevens gepleit om de minimumleeftijd voor de toegang tot sociale media te behouden op 13 jaar. De indieners vroegen om er bij de Federale Regering op aan te dringen om gebruik te maken van deze mogelijkheid. Deze mogelijkheid staat immers vervat in artikel 8 van de Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en moet goedgekeurd worden op het federale niveau.

Wereldwijd zijn een derde van de gebruikers op sociale media jonger dan 18 jaar. Het zou vreemd zijn om te denken dat zij hier niet klaar voor zouden zijn. Indien de lat op 16 werd gelegd, worden de jongeren onder de 16 ook minder goed beschermd. Want om toch op de sociale media actief te kunnen zijn, zullen ze valse profielen aanmaken met een gebrekkige beveiliging als gevolg.

De Federale Regering besliste om op de verlaging van de leeftijd voor sociale media tot 13 jaar in te gaan. Daarmee volgen zij het advies van verschillende instanties zoals Child Focus, het Kinderrechtencommissariaat en de Vlaamse Jeugdraad. Evenwel stellen zij allemaal dat kinderen en jongeren opgeleid moeten worden om met de gevaren en opportuniteiten van sociale media om te gaan.

Minister, welke acties hebt u sinds de goedkeuring van de resolutie ondernomen om jongeren mediawijsheid inzake sociale media bij te brengen? Welke acties wilt u in de toekomst nog ondernemen? Hoe wordt er bij het uitwerken van een beleid met betrekking tot mediawijsheid rekening gehouden met kwetsbare kinderen en jongeren? Hoe beoordeelt u de huidige inspanningen om jongeren meer mediawijsheid bij te brengen? Zijn hierbij bepaalde werkpunten op te merken? Hoe wordt er samengewerkt om kinderen te begeleiden in hun mediagebruik via onderwijsinstellingen, centra voor leerlingenbegeleiding (CLB), welzijnsorganisaties, het Kenniscentrum Mediawijsheid en andere intermediairs?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Dames en heren, de bouwstenen van dit antwoord zijn mee aangeleverd door het Kenniscentrum Mediawijsheid.

Ongetwijfeld de belangrijkste actie die ik als minister van Media kon nemen, was die die aan andere acties de mogelijkheid heeft gegeven om zich verder te ontplooiën, namelijk de verlenging van de subsidieovereenkomst voor Mediawijs op 15 december 2017. Het kenniscentrum nam als een van de belangrijkste doelstellingen in die overeenkomst op om datawijsheid als rode draad voor de komende drie jaar te nemen. Daarmee wordt bedoeld zowel het kritisch omgaan met data die gepresenteerd worden in bijvoorbeeld de pers, het actief en creatief omgaan met data die je zelf kunt verzamelen via bijvoorbeeld 'Citizen Science', maar vooral het bewust omgaan met je eigen data en de manier waarop digitale media daar gebruik van maken.

Mediawijs lanceerde daarom eind januari 2018 het educatief pakket 'De nieuwe privacywet van A tot Z'. Centraal in het pakket staat een vriendenboekje waarmee je in de klas in het secundair onderwijs gegevens kunt verzamelen en dat bespreekbaar kunt maken. Die tool ging gepaard met een lesbrief, een informatieve poster en een korte video over de GDPR (General Data Protection Regulation)/AVG van de Privacycommissie. Later dit jaar brengen ze nog een informatieve brochure 'Mediawegwijzer: Datawijsheid' uit.

Samen met de staatssecretaris voor Privacy lanceerde ik dat pakket met Mediawijs en de Privacycommissie in de pers om er de nodige bekendheid aan te geven. Eind 2017 bracht Mediawijs al een affiche 'Stappenplan: hoe bescherm ik mijn privacy op sociale media' uit en voor leerkrachten een informatieve brochure 'Mediawegwijzer: Sociale Media'.

In oktober 2017 werkte Mediawijs samen met Child Focus, Sensoa, Pimento en O'Kontreir aan [sexting.be](https://www.sexting.be), waarop zowel de interactieve video van Mediawijs 'Hé, het is oké', de beleidstool voor scholen over sexting die de partners samen ontwikkelden, het lessenpakket van Child Focus, de schooltoneelvoorstelling van O'Kontreir, de Facebook-oefenchatbox 'Sextmasjien' ontsloten werden. Privacy keert ook daarin terug.

In november organiseerde Mediawijs samen met Ketnet en Mediaraven de wedstrijd voor 10- tot 12-jarigen, De Schaal van M. Ongeveer vijfhonderd klassen met ongeveer tienduizend leerlingen namen daaraan deel. Privacy was een van de thema's die aan bod kwamen en elk van de vijf thema's had met sociale media te maken. Deze wedstrijd wordt de komende drie jaar herhaald en in principe ook uitgebreid.

Sociale media en privacy komen ook aan bod op MediaNest.be, de website van Mediawijs voor ouders over mediaopvoeding. Ook in de op 2 oktober gelanceerde nieuwe Jongerengids van De Ambrassade komen sociale media en privacy aan bod, en dat zal ongetwijfeld ook zo zijn in het te ontwikkelen jongerencommunicatieplatform. Er zijn dus heel wat tools ontwikkeld. Er zullen er misschien nog komen en de vraag is hoe ze verder kunnen doordringen in de samenleving.

Hoe wordt er bij het uitwerken van een beleid rond mediawijsheid rekening gehouden met kwetsbare kinderen en jongeren? Mediawijs houdt op verschillende manieren rekening met maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Zo werd bij het samenstellen van MediaNest.be samengewerkt met Wablieft om alles zo leesbaar mogelijk te houden. Mediawijs financierde een experiment tussen de bibliotheek van Geraardsbergen en het centrum voor basiseducatie om maatschappelijk kwetsbare ouders een opleiding 'digital skills' en mediaopvoeding te geven. Die praktijk werd samen met LINC vzw vertaald naar een inspiratiefiche voor de Digitale Week, die verspreid werd in maart 2018, zeer recent dus.

Mediawijs werkt met financiële ondersteuning van het Departement Onderwijs en Vorming ook aan een Mediacoach Opleiding voor de centra voor basiseducatie. Met de Gezinsbond en LINC vzw werd vorming ontwikkeld voor ouders en kinderopvang over MediaNest.be. Zij richten zich zeker ook op groepen die kwetsbaar of laaggeletterd zijn.

De methodiek van De Schaal van M was zeer aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk en bijvoorbeeld ook bruikbaar in een B-stroom van het secundair onderwijs.

Binnen het Jeugdbeleid subsidieer ik in 2018 een project bij Mediaraven omtrent digitale media in werkingen met maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren. Mediaraven wil ervoor zorgen dat de jeugdwerkers in werkingen met, voor en door kinderen en jongeren uit maatschappelijk kwetsbare doelgroepen, aan de hand van een afwegingskader en een begeleidingssessie, tot een kader op maat van hun werking komen om digitale en sociale media een plaats te geven. Ook Mediawijs wordt daar als expert betrokken. Mediawijs voegt ook inhoudelijke teksten toe over online risico's aan het op 16 maart 2018 gelanceerde Grenslijn.be, het platform Integriteit dat begeleiders in onderwijs, jeugdwelzijn, sport en jeugdwerk kan informeren over hoe ze de lichamelijke en geestelijke integriteit van jongeren kunnen ondersteunen.

Er worden momenteel best wel wat acties ondernomen om het nodige materiaal en de nodige inhoud aan te bieden aan kinderen en jongeren. Zowel Mediawijs als De Ambrassade zullen hun werk in die zin blijven voortzetten. Mediawijs evalueerde voor zichzelf dat het in de komende drie jaar, met het stabiel gebleven subsidiebedrag, harder inzet op bereik bij begeleiders, ouders en jongeren en actualisering van producten en acties, dan op het even hard ontwikkelen van nieuwe thema's en producten als de voorbije jaren.

Mediawijs ziet wel marge voor extra mediawijsheidsinitiatieven vanuit of voor de sectoren van Jongerenwelzijn en mensen met een beperking. Ook binnen Armoede, Gelijke Kansen en Integratie kunnen er bijkomende stappen gezet worden inzake e-inclusie en bijhorende mediawijsheidsskills. Ik breng die warme oproep graag over bij mijn collega's.

Hoe wordt er samengewerkt met anderen? Mediawijs onderhoudt een goede relatie met veel leerkrachten en onderwijsspelers. Maar liefst 80 procent van de downloads van tools op Mediawijs.be gebeurt door mensen die aangeven in het onderwijs te staan. Meer dan de helft van de deelnemers van de jaarlijkse Mediacoach Opleiding bestaat uit leerkrachten. Het Departement Onderwijs en Vorming heeft twee vertegenwoordigers in de stuurgroep van Mediawijs en ondersteunt jaarlijks met een extra subsidie.

De voorbije jaren organiseerde Mediawijs telkens een overlegplatform Onderwijs, samen met de Vlaamse Onderwijsraad (Vlor). Zoals ik al zei, namen aan de Schaal van M zo'n vijfhonderd klassen deel.

Binnen het Welzijnsveld en aanverwanten werkt Mediawijs met een beperkt aantal organisaties samen: voor sensibilisering met Sensoa, de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen (VAD), Child Focus; voor opvoeding met Expoo van Kind en Gezin; voor hulpverlening met Hogeschool UCLL, Konekt, Link in de Kabel, Tonuso, Steunpunt Mens en Samenleving; voor e-inclusie met Digidak, Digipolis, LINC, Thomas More. Gezien de grootte van die sector geeft Mediawijs aan dat hier nog veel groeimarge mogelijk is.

Mediawijs kan ook rekenen op een netwerk van intermediaire organisaties binnen jeugdwerk, basiseducatie en met de bibliotheken. Met CLB's wordt er voorlopig nog weinig rechtstreeks samengewerkt, maar dat is zeker een interessante mogelijke uitbreiding van het netwerk.

Ook via het decreet Vlaams Jeugd- en Kinderrechtenbeleid blijf ik de mogelijkheid bieden aan organisaties om te werken aan mediawijsheid via de middelen voor verenigingen informatie en participatie. Concreet betekent dit dat er subsidies gaan naar organisaties die in hun werking aandacht hebben voor mediawijsheid. Dat kan gaan van de kern van een werking tot specifieke projecten binnen een bredere werking, waarbij het belangrijk is dat er oog is voor de kennis en competenties van de jongeren zelf.

Ik geef u een greep uit het aanbod. Het zijn toch redelijk wat organisaties. Zo is er Mediaraven, dat met kinderen, jongeren en jeugdwerkers hun mediacompetenties en mediawijsheid ontwikkelt. Hierbij begeleiden ze informatieve en vormende activiteiten en trajecten met en over digitale media voor kinderen en jongeren. Ze begeleiden ook jaarlijks kampen en workshops waar kinderen en jongeren met diverse digitale media creatief en mediawijs aan de slag gaan. Er is de organisatie Tumult, die haar kennis en expertise deelt in sectorbrede projecten als Mediawijs. Top Vakantie voorziet in elk thema dat gebruikmaakt van computertechnologie een module op maat over veilig ICT-gebruik voor kinderen en jongeren.

Free-Time is een trekker van het Xperiment De Krook in samenwerking met de educatieve dienst van de bibliotheek Gent. Daar is het opzet om jongeren te laten kennismaken met nieuwe vormen van digitale innovatie, levenslang leren, leesplezier en mediawijsheid. De mensen van Kei-Jong versterken de competenties met betrekking tot mediawijsheid van de deelnemers. Het gaat dan om jongeren met een verstandelijke handicap. Er worden jaarlijks vier vormingsprojecten gepland in samenwerking met Digistap vzw. Daarnaast exploreert deze organisatie mogelijke samenwerkingsverbanden om een vormingsaanbod op te zetten in Antwerpen door middel van een pilootproject in 2018.

StampMedia kent u ook. StampMedia maakt jongeren en jongerenbegeleiders mediawijs en weerbaar door het ontwikkelen en aanscherpen van hun competenties op dit vlak. Ze voorziet onder andere in lessen mediawijsheid en workshops voor scholen en jeugdwerkorganisaties en geeft mediatraining aan jeugdwerkers. Krungsj onderzoekt hoe ze sociale media op een mediawijze manier kan implementeren in haar werking. Piazza dell'Arte heeft een project- en vormingsaanbod met focus op mediawijsheid.

De Groep INTRO stelt in haar beleidsplan: "O3, het team Onderzoek, Ontwikkeling en Ondersteuning", leidt deze beleidsperiode veertig mediacoaches op, tien per jaar. Hiervoor volgen twee medewerkers de opleiding Mediacoach van Mediawijs. Een mediacoach fungeert als aanspreekpunt binnen de eigen werking voor de pedagogische en agogische aanpak van het thema multimedia. In de toekomst zullen sociale media gebruikt worden als nieuwe begeleidingsmethoden. Mediacoaches werken aan een sociaal mediabeleid dat richting geeft aan multimediaal werken – vloggen, bloggen, tweeten – en werken met sociale media in relatie tot de doelgroep."

Dan is er [ew32], een van de Serious Urban Games uit het aanbod Sharing is Caring, dat als thema mediawijsheid heeft. In Sharing is Caring leren de jongeren bij over veiligheid op sociale media door een veilige experimenteerruimte te creëren voor henzelf. Aan de hand van gerichte opdrachten hebben de spelers rechtstreeks contact met onlinemediagebruik. Ze onderzoeken en ontdekken zelf de impact die de verschillende onlinemediën hebben. De jongeren worden ook aangemoedigd en krijgen de tools om zelf op zoek te gaan naar antwoorden op hun vraagstukken in game en daarbuiten.

Tot slot is er De Aanstokerij. Bij hun koopspelen verkopen ze de No Hate Toolbox, met acht informatieve, interactieve, speelse en reflectieve werkvormen om stil te staan bij het thema haatspraak, cyberpesten en delen van informatie op internet.

Samengevat: er is nog altijd ruimte om dingen te verbeteren. Er is zeker nog veel werk om verder in alle plooien van de samenleving door te dringen. Maar er gebeurt al heel veel vanuit Mediawijs, samen met een aantal andere partners in de samenleving.

De voorzitter: Mevrouw Van Eetvelde heeft het woord.

Miranda Van Eetvelde (N-VA): Minister, ik dank u voor uw uitgebreid antwoord. Het is inderdaad zo dat er al heel wat wordt ondernomen. Er worden heel wat acties ondernomen en er loopt al heel wat. Er zijn ook inspanningen van jongeren. Dat is absoluut een heel goede zaak.

Ik ben ook heel blij dat u en de Vlaamse Regering terecht inzetten op die mediawijsheid en dat u dat als een prioriteit behandelt. We moeten altijd aandacht blijven besteden aan dit toch wel zeer complexe en gevoelige thema. Want het is een evolutief thema. Er komen altijd nieuwe mediakanalen bij en andere wijzigen van samenstelling.

Daarom denk ik dat het nodig is dat er een standvastige aanpak is, want het blijft een werk dat nooit zal zijn afgerond.

Het is ook heel belangrijk dat we de ouders betrekken in het hele verhaal. Het gaat niet louter en alleen om het versterken met mediacompetenties. De kennis moet ook terechtkomen bij de ouders. U verwees daarvoor terecht naar Media-Nest. Dat sterke initiatief geeft specifiek advies aan ouders per leeftijdsgroep van hun kinderen. Hebt u er eventueel zicht op hoe dit platform juist verloopt? Zijn er cijfers over hoe vaak dat wordt geraadpleegd? Eventueel wil ik die vraag ook schriftelijk stellen, mocht u niet meteen een zicht hebben op die cijfers.

Het Kenniscentrum Mediawijsheid kreeg in deze legislatuur heel wat extra middelen. Heeft men sinds de verhoging al een evaluatie kunnen maken? Heeft er een evaluatie plaatsgevonden? Want dat zou wel handig zijn om de effecten ten aanzien van kinderen en jongeren te monitoren. Is die evaluatie er? Komt die er ooit?

Minister Sven Gatz: Met uw goedvinden stel ik voor dat ik u op die twee vragen een schriftelijke stand van zaken laat geworden, want op dit ogenblik heb ik dat niet zonder meer bij de hand. Het zijn terechte vragen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over een taxshelter voor de gamingindustrie – 1601 (2017-2018)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, deze ochtend hadden we het ook al over de taxshelter van de podiumkunsten. Maar ik heb begrepen dat u momenteel werkt aan een uitbreiding voor de gamingindustrie, wat we absoluut ondersteunen.

De gamingindustrie wint immers steeds meer aan belang binnen de creatieve industrieën, niet alleen in Vlaanderen en België – waar wij eigenlijk best sterk in staan –, maar ook in de rest van de wereld. Zowel economisch als cultureel is gaming binnen de creatieve industrie een belangrijke sector. De omzet die wereldwijd gecreëerd wordt in die sector is groter dan die van de film- en muzieksector samen. In België alleen al zijn er 4,2 miljoen actieve gamers en spreken we over een omzet van 239 miljoen euro. In 2015 besloeg de gamesector wereldwijd ongeveer 80 miljard euro. Uit meer recente cijfers, in 2017, blijkt dat het al over bijna 89 miljard euro zou gaan. Het gaat dus nog altijd in stijgende lijn.

Naast die indrukwekkende cijfers kopte VRT NWS op maandag 20 maart 2018 ook nog het volgende: 'Howest in Kortrijk: beste gameschool ter wereld, waar ontwikkelaars leren toveren'. De opleiding Digital Arts and Entertainment kan

rekenen op veel lof vanuit de hele wereld. Het is al langer beroemd, maar nu ook internationaal sterk erkend en geroemd. Het maatschappelijke, economische en ook culturele belang van games kunnen we dus geenszins onderschatten.

Binnen de set aan beleidsmaatregelen die in Vlaanderen momenteel al worden genomen, zoals de oprichting van het VAF/Gamefonds, de oprichting van de Flemish Games Association (FLEGA) en het ondersteunen van enkele onderzoeksprojecten zoals LLingo en Games at School, lijkt de tijd gekomen om ook te werken aan een taxshelter voor de gamesector, in navolging van die voor de filmsector en de podiumkunsten.

Ook de sector zelf geeft aan dat ze graag zoals in de ons omringende landen aanspraak zou maken op taxshelter. Zo zei David Verbruggen van FLEGA in Gazet van Antwerpen op 21 maart dat taxshelter van harte welkom zou zijn in de gamingsector.

Tijdens de commissievergadering van 6 juli 2017 gaf u, minister, zelf aan voorstander te zijn van een uitbreiding. U zei toen het volgende: "Ikzelf en minister Muyters zijn er voorstander van, maar de vraag is of iedereen daar voorstander van is en wanneer we dat kunnen doen."

Minister, de sector wordt wat ongeduldig. Hebt u de wenselijkheid en de haalbaarheid van taxshelter voor de gaming al onderzocht? Hebt u er zicht op welke de opties zijn voor de taxsheltermaatregel voor de game-industrie en wat de impact ervan zou kunnen betekenen?

Hebt u een overleg gepland of gehad met uw federale collega's om de mogelijkheid van het taxsheltersysteem uit te breiden naar de gamingsector?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Uit het overleg dat ik had met de Flemish Games Association (FLEGA), de koepelorganisatie van Vlaamse gamebedrijven, blijkt dat zij voorstander zijn van de uitbreiding van het bestaande taxsheltersysteem. Het heeft even geduurd vooraleer zij hun definitieve positie met betrekking tot de vraag 'of taxshelter of taxkrediet' hebben bepaald. Zij kiezen voor de taxshelter omdat het een gekend systeem is, dat toch al zijn succes heeft bewezen. Het lijkt voor hen logischer het bestaande instrument uit te breiden.

De doelstelling die met de implementatie van die taxshelter voor gaming voor ogen kan worden gehouden is de verhoging van het aanbod en de doorstart van kleine naar middelgrote ondernemingen. Daar staan we nu met de sector vooral voor. Een belangrijk aspect is het creëren van werkgelegenheid in eigen land. Veel van de opgeleiden vertrekken al snel naar het buitenland om daar aan de slag te gaan binnen de gamesector. Dat is niet helemaal onlogisch. Het is een zeer globale, universele sector, nog veel meer dan andere cultuursectoren, terwijl het natuurlijk ook zeer economisch is. De uitstroom in Wallonië is nog groter dan in Vlaanderen. Om de angst van investeerders weg te nemen, kan de taxshelter een gunstig effect hebben.

De sector heeft ons recent een voorstel van taxshelter overhandigd. We gaan dit nu grondig bekijken. Er zijn meerdere elementen die spelen en die moeten worden onderzocht. Om de taxshelterregeling uit te breiden, moet worden nagegaan of dit compatibel is met de Europese regels inzake staatssteun en aan welke voorwaarden moet worden voldaan. Een uitbreiding van de taxshelter naar de gamesector zal dan ook moeten worden aangemeld bij de Europese Commissie, overeenkomstig, zoals nu al gebeurd is voor de beheersovereenkomst zelf met het VAF Gamefonds 2018-2021. Die laatste procedure loopt nog. Enkele vragen ter verduidelijking werden afgelopen maand gesteld. Ik hoop hierover spoedig een goedkeuring te kunnen melden. Die elementen zijn natuurlijk belangrijk.

Aangezien de taxshelter federale wetgeving is, zal een uitbreiding naar gaming ook door de federale overheid moeten worden aangemeld bij de Europese Commissie. Los van het mogelijke invoeren van een specifieke fiscale maatregel voor gaming, wil ik erop wijzen dat er al een aantal recente, nog niet voldoende bekende, meer algemene fiscale maatregelen bestaan, die reeds kunnen worden aangewend door actoren binnen de gamesector. In eerste instantie betreft het de taxshelter voor startende ondernemingen. Ook de innovatieaftrek kan interessant zijn. Wat die maatregelen – sommigen zijn pas sinds dit jaar in werking – precies voor de gamingsector kunnen betekenen, wil ik samen met hen bekijken. Dit zal ook aan bod komen in het actieplan, dat ik nu, na mijn werkbezoek aan de Game Developers Conference in San Francisco, dat toch wel zeer indrukwekkend en verhelderend was, kan vervolledigen in de komende weken en maanden.

Ik heb recent het voorstel van FLEGA ontvangen. Ik zal dit met de federale minister bevoegd voor de financiën bespreken en oppikken. Ik wil graag weten of het voorstel de Europese toets kan doorstaan. Ik herhaal dit nog eens omdat, meer dan film en podiumkunsten, gaming een sector is die weliswaar zeker een culturele insteek heeft, maar toch ook in belangrijke mate economisch is. Het is toch voor een deel anders dan de twee sectoren die ik daarnet vernoemde. De vraag is of de Europese Commissie dit op dezelfde manier zal bekijken. We zullen dit uiteraard goed beargumenteren.

Met andere woorden: kan een taxshelter voor gaming, dat niet onder de vrijstellingsgrond valt, een aanmelding succesvol doorstaan? Dat zullen we nu in gang zetten en te weten komen. U weet dat dat een aantal maanden duurt.

Ik ga hierover in de komende periode niet alleen in gesprek met mijn federale collega, we moeten ook kijken naar de andere gemeenschappen. Daarbij is het niet eenduidig wie zich over deze materie ontfermt aan de andere kant van de taalgrens, maar dat zullen we in kaart brengen.

De belangrijke aandachtspunten bij verder overleg zijn dus: de compatibiliteit met de Europese regelgeving inzake staatssteun en inzake culturele aangelegenheden; de totstandkoming van een wetsontwerp rekening houdend met de invulling van het culturele aspect en de bevoegdheden bij de verschillende regio's.

Ik zag, niet geheel tot mijn ongenoegen, dat er in de Kamer zich ook al een en ander aan het roeren is. Men denkt eventueel aan een wetsvoorstel. Voor mij is dat allemaal goed. Hoe rapper hoe beter, bij wijze van spreken. Ook daar zal de aanmelding, welke weg het ook volgt, toch eerst moeten gebeuren. Ik geloof wel dat we nu de trein op de rails hebben gezet en dat we vanaf nu bijkomende etappes en stations kunnen doorlopen.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Dank u voor het antwoord. Het stemt mij zeer tevreden. Gaming is niet alleen voor Vlaanderen maar voor heel België een heel belangrijke sector. U weet dat ons succes daarin zijn grond vindt in onze heel sterke striptraditie. Wij zijn een stripland. Zowel voor Vlaanderen als voor Wallonië is dat een belangrijk speerpunt. Animatiefilm is ook zo'n industrie waarin er aan één product in alle landen wereldwijd tegelijkertijd aan wordt gewerkt, elk met zijn eigen specialisatie, van Amerika tot in India. Het is fantastisch om te zien hoe men wereldwijd en tegelijkertijd aan één product samenwerkt.

Ik heb misschien één zaak misverstaan. Ziet u een reden waarom de Europese Commissie bezwaar zou kunnen hebben? U zei dat gaming een sterkere culturele component heeft dan film en podiumkunsten. Ik zie niet in waarom.

Er is inderdaad een initiatief in de Kamer. Ik denk dat het Roel Deseyn is die dat initiatief heeft genomen. Dat kan de zaken op het federale niveau alleen maar

vooruit helpen. Dan hopen we dat Europa groen licht geeft, zodat we die sector met privémiddelen kunnen ondersteunen.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): We waren op de hoogte van het feit dat Roel Deseyn met een initiatief bezig was. Ik weet niet of het al ingediend is. Wij hopen dat het in de Kamer kan rekenen op de steun van onder andere de sp.a-fractie, als het daar al geagendeerd wordt. Men werkt daar volgens een ander systeem dan hier. Het is niet omdat het is ingediend dat het besproken wordt. De CD&V-fractie steunt dit uiteraard. Het zou er nog aan mankeren.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Het is goed dat de Kortrijkzanen zich in dezen roeren. Zoals u gezien hebt, was de burgemeester van Kortrijk ook aanwezig op de Gaming Developers Conference, maar uiteraard in het kielzog van de Hogeschool West-Vlaanderen (Howest). Ik heb die mensen beter leren kennen. De werkvergadering die ik met hen had, hun talent en de pertinentie van de vragen die zij aan zeer grote spelers konden stellen, waren indrukwekkend. Ik verwacht dus zeker nog veel van die opleiding, als motor voor gaming tout court.

Waarom is er nu enige aarzeling over het al dan niet succesvol aanmelden? Tot nu toe waren er twijfels bij de federale overheid met betrekking tot die aanmelding. Die twijfels waren niet principieel. Maar wij en de federale overheid hadden een zeer kritische lezing van de overeenkomst tussen het Beierse gamefonds en Europa gelezen. Daaruit bleek dat het minder voor de hand lag dan men zou denken. Het is cultuur, maar het is ook economie. Nog meer dan film of podiumkunsten. We zullen beter moeten argumenteren. Er zit inderdaad een culturele component in. Of dat nu vanuit de striptraditie voortkomt of uit de storytelling tout court... We spelen met een grote narratieve component, die half spel, half film is. We zullen dat goed moeten argumenteren want het is geen gewonnen zaak. Ik ga er niet op vooruitlopen.

Er zijn wel landen die geen taxshelter- maar een taxkredietstelsel voor gaming aan Europa hebben kunnen voorleggen, en met succes. Dat is nog altijd een 'second best'-piste. Aangezien alle neuzen in dezelfde richting staan, moeten we er nu voor gaan. Het moet mogelijk zijn om met een goed dossier de argumentatie voor de toepassing onder de taxshelter mogelijk te maken. Alleen zal het nog even tijd vragen. Op zich is dat geen probleem: beter wat meer tijd voor een goed dossier dan het omgekeerde.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, we rekenen op u.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.