



Vlaams
Parlement

ingediend op **1578** (2017-2018) – Nr. 1
2 mei 2018 (2017-2018)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand
uitgebracht door Lieve Maes

over het rapport 'Media in de Vlaamse Rand'

Samenstelling van de Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand:

Voorzitter: Katia Segers.

Vaste leden:

Lieve Maes, Bart Nevens, Peter Persyn, Willy Segers, Jan Van Esbroeck, Karl Vanlouwe;
Michel Doomst, Katrien Partyka, Joris Poschet, Peter Van Rompuy;
Lionel Bajart, Jo De Ro;
Yamila Idrissi, Katia Segers;
Elke Van den Brandt.

Plaatsvervangers:

Piet De Bruyn, Matthias Diependaele, Marc Hendrickx, Marius Meremans, Nadia Sminate,
Karim Van Overmeire;
Karin Brouwers, Sonja Claes, Martine Fournier, Ward Kennes;
Ann Brusseel, Gwenny De Vroe;
Bruno Tobback, Joris Vandenbroucke;
An Moerenhout.

Toegevoegde leden:

Tom Van Grieken;
Christian Van Eyken.

INHOUD

1. Uiteenzetting door Jurgen Minnebo en Anne Borgers, Indiville.....4
 2. Vragen van de leden met antwoord van de sprekers8
- Bijlage: zie [dossierpagina](#) van dit document op www.vlaamsparlement.be.

De Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand hield op 21 maart 2018 een hoorzitting over het rapport 'Media in de Vlaamse Rand' van onderzoeksbureau Indiville. Sprekers waren Jurgen Minnebo en Anne Borgers van Indiville.

De [bijlage](#) bij dit verslag vindt u op de dossierpagina van dit document op www.vlaamsparlement.be.

1. Uiteenzetting door Jurgen Minnebo en Anne Borgers, Indiville

Vorig jaar vroeg de Vlaamse administratie (Team Vlaamse Rand, Agentschap Binnenlands Bestuur) om een verkennend onderzoek naar de integratiemogelijkheden van door de Vlaamse overheid gesponsorde media(-platformen) in de Vlaamse Rand rond Brussel. Bedoeling was na te gaan wat de situatie op dat moment was, wat de mogelijkheden waren om de diverse mediaspelers in de Vlaamse Rand meer te laten samenwerken en hoe ze geïntensifieerd kunnen worden.

Jurgen Minnebo benadrukt dat dit onderzoek een jaar geleden werd uitgevoerd. Allicht zijn een aantal zaken veranderd of zijn samenwerkingsverbanden al in wording. Daar hebben de onderzoekers op dit moment geen zicht op.

Het informatieaanbod in de Vlaamse Rand voor zowel burgers als lokale besturen is aanwezig, maar versnipperd. Dit onderzoek had als doelen:

- nagaan of er integratiemogelijkheden (inhoudelijk en/of organisatorisch) zijn tussen de diverse mediaspelers in de Vlaamse Rand;
- in kaart brengen van de hefboomen en drempels voor deze integratiemogelijkheden;
- verkennen van pistes voor de toekomst.

Het onderzoek betrof geen uitgebreide audit zoals voor BRUZZ gebeurd is. Er is geen werklasmeting gebeurd en geen onderzoek naar de financiële implicaties van samenwerkingsmogelijkheden.

Hoe werd dit aangepakt? Er werden groepsinterviews afgenomen met de diverse mediaspelers: vzw 'de Rand', RINGtv, Brussels Informatie-, Documentatie- en Onderzoekscentrum (BRIO). Er waren gesprekken met de Vlaamse overheid: met Coördinatie Vlaamse Rand (nu: Team Vlaamse Rand) en met het kabinet van minister Ben Weyts. Er werd een aanbodanalyse uitgevoerd bij de mediaspelers en -platformen. Welke inhoud bieden ze aan? Waar zijn overlappingen en mogelijkheden tot samenwerking? Het onderzoek naar de potentiële efficiëntiewinsten van een fusie van de Vlaams-Brusselse mediapartners tot een Vlaams-Brussels Mediaplatform door Capgemini Consulting (2011) werd ook doorgenomen.

Vooreerst geeft Jurgen Minnebo een overzicht van de spelers, daarna de conclusies en ten slotte een aantal potentiële toekomstscenario's voor de media in de Vlaamse Rand.

- De spelers

Vzw 'de Rand' werd bij decreet opgericht met als doel het Nederlandstalige karakter van en gemeenschapsvorming in de Vlaamse Rand te ondersteunen.

Vzw 'de Rand' wordt gefinancierd door de Vlaamse Gemeenschap en de provincie Vlaams-Brabant. Hun publicaties zijn de RandKrant, de gemeenschapskranten, een aantal websites die onder hun beheer vallen en een aantal socialmediakanalen.

De RandKrant brengt nieuws, maatschappelijke, politieke, sociaaleconomische reportages en een stukje latente actualiteit. Ze leggen sterk de nadruk op communitybuilding. De periodiciteit was initieel maandelijks, maar de gedrukte versie is teruggebracht tot negen edities per jaar (verschijnt niet in januari, juli en augustus), afwisselend verspreid aan de oost- en de westkant van de Rand. Het is een printmedium; de nadruk ligt dus op meer latente actualiteit. De productietijd is langer dan bij bijvoorbeeld RINGtv waar dagverse actualiteit gebracht wordt.

Daarnaast zijn er de gemeenschapskranten. Ze worden uitgegeven voor de zes faciliteitengemeenten. De periodiciteit is ook daar negenmaal per jaar. De gemeenschapskranten zijn gedecentraliseerd. Per gemeenschapskrant is er een redactieraad die bestaat uit mensen van enerzijds vzw 'de Rand' en anderzijds van de gemeente zelf. Ze zijn sterk lokaal verankerd en spelen in op hetgeen in die faciliteitengemeenten zelf gebeurt.

Vzw 'de Rand' beheert een aantal websites: www.derand.be, www.randkrant.be en welkom.derand.be. Elk hebben ze hun eigen focus en insteek. Er wordt ook sterk ingezet op social media, vooral als instrument voor communitybuilding. Op het moment van het onderzoek had de vzw net een nieuw online socialmediaplatform uitgewerkt.

De volgende speler is RINGtv. De hoofdpodracht van RINGtv is elke weekdag een regionale nieuwsuitzending te brengen aangevuld met programma's waarin sport, cultuur, lifestyle enzovoort, aan bod komen. Financiering gebeurt deels vanuit de Vlaamse overheid, deels uit reclame-inkomsten. RINGtv werkt samen met Roularta voor de regie-overeenkomst. Er is ook een deel vergoeding door de operatoren die RINGtv verdelen.

Hun publicaties zijn programma's, waaronder de dagelijkse nieuwsuitzending. De productietijd is hier veel korter dan voor de publicaties van vzw 'de Rand'. Het gaat om korte, dagverse actualiteit, en tegelijk programma's op (middel)lange termijn zoals reportages, dossiers enzovoort. Er is de website www.ringtv.be en daarnaast heeft RINGtv een aantal socialmediakanalen zoals Twitter, Instagram, Snapchat en Facebook. De logica is ietwat anders dan bij vzw 'de Rand'. Het gaat over het engageren van het publiek. Op basis van de actualiteit probeert men het publiek via de social media naar de website te leiden en van daar naar de tv-programma's 's avonds. Dit verschilt dus enigszins van de community-insteek bij vzw 'de Rand'.

Het documentatiecentrum Vlaamse Rand is de vreemde eend in de bijt. Het past niet echt in de lijst van spelers omdat het zich niet rechtstreeks richt tot de inwoners van de Vlaamse Rand. Het documentatiecentrum verstrekt informatie over de Vlaamse Rand aan een ruime doelgroep van gespecialiseerde onderzoekers, studenten, overheden, administraties en alle andere geïnteresseerden. Hun website is www.docu.vlaamserand.be en hun nieuwsbrief: r@ndbrief, brengt regelmatig recente informatie met nieuws, publicaties en activiteiten over de Vlaamse Rand.

Er is heel veel informatie over veel verschillende platformen verspreid. Vandaar de versnippering. Ook het verspreidingsgebied van de verschillende spelers is zeer divers (zie bijlage). Het zendgebied van RINGtv (lichtblauwe deel) is een stuk groter dan de Vlaamse Rand in strikte zin. Het groene deel zijn de gemeenten van de Vlaamse Rand die zowel RINGtv als de RandKrant kunnen ontvangen. In het magenta gedeelte liggen de faciliteitengemeenten die RINGtv, RandKrant en gemeenschapskrant ontvangen. Tervuren ontvangt enkel de RandKrant.

Het verschillende verspreidingsgebied bemoeilijkt natuurlijk de mogelijke integratie tussen de verschillende media.

Coördinatie Vlaamse Rand (nu: Team Vlaamse Rand) werkt formeel samen met vzw 'de Rand', RINGtv en documentatiecentrum Vlaamse Rand. Er is ook formele samenwerking tussen vzw 'de Rand' en documentatiecentrum Vlaamse Rand. De overige vormen van samenwerking, bijvoorbeeld tussen RINGtv en vzw 'de Rand', RINGtv en het documentatiecentrum verlopen vooral informeel, deels op directieniveau, deels via de pool van freelancers waar ze allen uit putten. Er is zo eigenlijk een vorm van organische informatie-uitwisseling. Door de andere productielogica heeft dat voorlopig niet veel impact op formele samenwerking. Spreker benadrukt dat dit althans zo het geval was op het ogenblik van het onderzoek. Mogelijks zijn er ondertussen al wijzigingen.

– Conclusies

Jurgen Minnebo komt tot conclusies voor het medialandschap in de Vlaamse Rand. Als sterktes merkt men bij elke speler een uitgesproken engagement op voor de eigen missie. Binnen het beperkte tijdsbestek is spreker nu niet ingegaan op het inhoudelijke aanbod van elke speler, maar het is een breed en complementair aanbod. Er werden succesvolle onlinevernieuwingen doorgevoerd. Er wordt sterk ingezet op communitybuilding en er is een sterke lokale verankering.

Zwaktes zijn de versnippering van informatie over verschillende merken en platformen, sterk verschillende en weinig transparante verspreidingsgebieden. De frequentie van verschijnen (bijvoorbeeld de RandKrant) is weinig transparant. Voor de eindgebruiker is het niet altijd duidelijk wanneer de RandKrant in de bus zal vallen.

Het onderlinge overleg is hoofdzakelijk informeel en vrijblijvend. Destijds was er weinig tot geen inhoudelijke samenwerking, wat samenhangt met de eigenheid van elke speler, de productielogica enzovoort. Er was geen weerstand tegen maar ook weinig animo voor een intensere samenwerking.

Een bedreiging voor dit medialandschap is het gevoel dat de Vlaamse Rand meer een construct is dan een identiteit. Zo ervaren de gesprekspartners dit. Men probeert iets gemeenschappelijk te creëren maar het is moeilijk om in te spelen op de identiteit van de Vlaamse Rand. Anderzijds ligt daar misschien een opportuniteit door een dynamiek te creëren door het versterken van de identiteit van de Vlaamse Rand. Daar kunnen media en een sterk mediamerk een rol in spelen.

Er was op het ogenblik van het onderzoek weinig gemeenschappelijk terrein voor de verschillende spelers. Oorzaken waren de verschillende inhoudelijke/thematische focus, de focus op de eigen missie, de inherent verschillende productiefloer bij de verschillende spelers, het verspreidingsgebied en de doelgroep, de verhoudingen tussen de verschillende organisaties. Er leeft ook geen expliciete vraag naar een uitgebreidere samenwerking. Anderzijds is er geen nadrukkelijke weerstand tegen meer onderling overleg of het uitwisselen van materiaal, maar dit overleg formaliseren stuit op scepsis.

– Mogelijke toekomstscenario's

Op basis daarvan hebben de onderzoekers drie scenario's opgesteld over de manier waarop de verschillende mediaspelers in de Vlaamse Rand in de toekomst zouden kunnen samenwerken.

Anne Borgers stelt de drie toekomstscenario's voor. Een eerste scenario is de status quo met eventuele optimalisatie zonder fundamentele veranderingen. In dit scenario blijven de bovengenoemde sterktes en zwaktes behouden. Er blijft een breed en complementair aanbod. De informatie over de Vlaamse Rand blijft versnipperd ofwel zou dat meer gestuurd moeten worden, zodat het overleg bijvoorbeeld geformaliseerd wordt. Dit is het geprefereerde scenario voor de mediaspelers. Iedereen vindt immers dat de huidige werkwijze goed is. Gezien de verschillen in productiewijze, de inhoudelijke focus en verspreidingsgebied levert dit mogelijk echter weinig structurele efficiëntiewinst op.

Het tweede scenario is een soort tussenoplossing, een gulden middenweg waarbij men een samenwerking zoekt die breder is dan de huidige maar nog geen volledige integratie inhoudt. Het is het model van een single point of contact: één platform met materiaal van de verschillende bronnen. De artikels van de RandKrant, de gemeenschapskranten, de websites van RINGtv en documentatiecentrum Vlaamse Rand, en de video's van RINGtv zouden op één platform komen, met mogelijks thematische bundeling. Er kan een aparte sectie komen voor besturen en ambtenaren met beleids- en subsidie-informatie (momenteel ligt die bij vzw 'de Rand'). Het geheel zou gecoördineerd moeten worden door een van de bestaande spelers of door de Vlaamse overheid. Alles coherent sturen vanuit één platform zou het merk en de identiteit kunnen versterken. Dat zal wel veel communicatie vergen zowel intern voor de mediaspelers, als extern voor de inwoners van de Vlaamse Rand.

Voor de coördinatie door een bestaande speler zijn er twee kandidaten, elk met eigen troeven. RINGtv heeft al een dergelijk platform met multimediale communicatie. Vzw 'de Rand' is een tweede mogelijke kandidaat omdat de idee intrinsiek aansluit bij de (communicatie-)missie van de vzw. Hun bestaande webplatform sluit aan bij het doel van het overkoepelende platform.

Een drempel is het feit dat ieder al via social media een eigen community uitgebouwd heeft, elk vanuit hun eigen logica en missie. Overkoepelend werken is niet in hun belang. Volgens de inschatting van de spelers zal er extra personeelscapaciteit voor nodig zijn. Er zal zeer veel overleg nodig zijn om alles naar het centrale punt te sturen.

Nauwe samenwerking met Coördinatie Vlaamse Rand (nu: Team Vlaamse Rand) is vereist voor de doorstroming van informatie. Het moet makkelijk vindbaar en communiceerbaar zijn en een echte communicatiestrategie zal dan noodzakelijk zijn. Ook transitiebegeleiding voor de personeelsleden van de betrokken organisaties zal onontbeerlijk zijn.

Een tweede mogelijkheid voor dit scenario is de coördinatie door de Vlaamse overheid. De bestaande website www.vlaamserand.be is een portaalsite en kan worden uitgebouwd, onder controle van de dienst Coördinatie Vlaamse Rand (nu: Team Vlaamse Rand). Voordelen van coördinatie door de overheid is dat de overkoepelende partij neutraal is en dat de kennis van beleid en subsidies aanwezig is. Een drempel is het feit dat RINGtv en vzw 'de Rand' via social media een eigen community uitbouwen, elk vanuit hun eigen logica en missie. Eén community op overkoepelend niveau zal nodig zijn. Vereiste is dat de website buiten het stramien van Vlaamse overheidswebsites moet vallen. Ze moet makkelijk vindbaar, communiceerbaar en wervend zijn. Communicatiestrategie,

bijkomende financiële middelen en voldoende aantal voltijdequivalenten (vte) zijn noodzakelijk, alsook transitiebegeleiding voor de personeelsleden van de betrokken organisaties.

Het derde scenario, het meest ingrijpende, is het samensmelten van de bestaande mediaspelers tot een overkoepelend mediamerk, zegt *Jurgen Minnebo*. Dat is gebeurd in Brussel, met BRUZZ. Om diverse redenen is dit niet eenvoudig te realiseren. De Vlaamse Rand is een construct; dat bemoeilijkt de uitbouw van één merk. Er zijn de uiteenlopende missies van de spelers en de uiteenlopende financieringsvormen van de spelers. Het verspreidingsgebied stemt slechts beperkt overeen. Niet alle mediaproducten zijn beschikbaar voor alle inwoners. Dat bemoeilijkt crossmediale versterking. Bij voorkeur worden alle spelers op één centrale locatie gehuisvest. Dat was bij BRUZZ voor de samensmelting al grotendeels het geval.

Anderzijds biedt dit scenario ook opportuniteiten. De identiteit van de Vlaamse Rand kan zeker door een sterk mediamerk uitgebouwd en versterkt worden en vice versa. Door online, print en audiovisueel aanbod op elkaar af te stemmen krijgt men een merkversterkende inhoudelijke samenwerking. Dat werkt altijd als men tenminste een oplossing vindt voor de verschillende verspreidingsgebieden. Er kan één sterke online community opgebouwd worden.

Dit scenario vereist nagenoeg een 'tabula rasa'. Alle elementen, drempels aangehaald in dit rapport dienen in dat geval ten gronde herbekeken te worden.

2. Vragen van de leden met antwoord van de sprekers

Lieve Maes heeft begrepen dat er door het onderzoek al enige samenwerking op gang gekomen is tussen de verschillende mediaspelers. De evolutie is dus positief. Het onderzoek leert dat de idee van samenwerking goed is maar dat het niet zo eenvoudig is. Werklastmeting en financiële implicaties werden niet meegenomen in dit onderzoek. Als er verder stappen ondernomen worden, zouden die elementen zeker onderzocht moeten worden. Spreekster is verbaasd dat er gesuggereerd wordt dat er meer personeel nodig zou zijn. Het doel van meer samenwerking was behalve een groepsmerk ook optimalisatie. Meer middelen en meer mensen was niet direct het resultaat dat N-VA voor ogen had. Dat spanningspunt moet verder uitgediept worden.

Wat is de beste manier om de nieuwe identityvorming die al aan de gang is (via websites) op te volgen en bij te sturen? Hoe meten de onderzoekers dat en hoe kan de efficiëntie opgedreven worden?

Michel Doomst benadrukt dat het hoofddoel afgebakend moet worden. Waar willen we landen met een mogelijk project? Voor het lid is het doel de Vlaamse socio-economische veelzijdigheid in de Rand bij een bepaalde doelgroep te brengen. Het moet natuurlijk aanslaan. De onderzoekers zeggen dat de Vlaamse Rand een construct is. Brussel is dat ook, aldus Michel Doomst. Moet de Rand niet in brede zin bekeken worden, ruimer dan de negentien gemeenten?

Voorts heeft het lid het gevoel dat men moet afstappen van het medium tijdschrift en meer evolueren naar audiovisuele en social media.

Moeten de lokale besturen niet betrokken worden? Zien de onderzoekers daar mogelijkheden? Kunnen lokale infobladen niet benut worden om de doelgroepen te bereiken voor dat eengemaakte platform?

Karin Brouwers volgt ook de commissie Media op. Daar is RINGtv een speciale speler in het landschap van de regionale tv-zenders. Het lid vindt het interessant om te bekijken hoe de media meer op elkaar afgestemd worden. Het onderzoek en de scenario's kunnen als inspiratie dienen voor de verschillende spelers om beter samen te werken. Persoonlijk denkt ze dat alles bottom-up moet groeien. Het derde scenario waarbij de overheid alles van bovenuit integreert, lijkt haar niet realistisch. Zeker niet als blijkt dat de oefening meer zal kosten. Het eerste scenario is uiteraard geen probleem. Bij het tweede scenario werd gesteld dat overkoepelend werken niet in hun belang is, maar wel nodig voor de levensvatbaarheid. Het lid vraagt waaruit de onderzoekers besluiten dat de spelers afzonderlijk niet meer levensvatbaar zijn als ze niet naar een gezamenlijk platform zouden evolueren. Dat lijkt haar overdreven; het zou ook betekenen dat scenario twee onvermijdelijk is.

De financiële analyse ontbreekt in dit onderzoek. Voor men verder gaat moet die analyse in ieder geval gemaakt worden, ongeacht het scenario.

Willy Segers verwijst naar de discussie die reeds in de vorige zittingsperiode in deze commissie gevoerd werd. Hij dringt erop aan dat er eindelijk geland wordt. De conclusie op het einde van de vorige zittingsperiode was dat er samenwerking moest komen. Het tweede scenario is een mooie tussenweg waar iedereen zich wel in kan vinden. Vermits het gaat over het aanwenden van overheidsgeld en overheidscommunicatie is het zinvol dat deze commissie zich daarover buigt.

Het Vlaamse Randgevoel kwam aan bod in de analyse. Het was een probleem, hetzij om het te definiëren, hetzij om het te communiceren. Voor een scenario gekozen wordt, moet een algemeen beeld daarvan gevormd worden. Elke speler stelt vast dat er verschillende definities zijn. Deze oefening kan het startpunt zijn voor het definiëren van één mooi duidelijk Vlaamse Randgevoel of -identiteit. Dat kan dan vermerkt worden in de samenwerking tussen de verschillende spelers. Of is dat het verhaal van kip en ei? Wat moet eerst gedaan worden? Wie moet daartoe het initiatief nemen of de doorbraak forceren om dan te bekijken in welk scenario dat verwerkt wordt?

Joris Poschet vindt het frappant dat hetgeen de basis is voor de identiteit en het bestaan zelf van de Rand, of voor deze commissie, niet ter sprake komt in deze studie: Brussel. Misschien sluit dit aan bij het algemene beleid voor de Rand. Waarom hebben de onderzoekers niet dieper ingezoomd op samenwerkingsmogelijkheden met de Vlaams-Brusselse media? Ze verwijzen naar BRUZZ als voorbeeld van reeds bestaande geïntegreerde crossmediale werking. Waarom gaan ze daar niet verder op in? Mocht dat niet of wilden de onderzoekers dat niet?

De onderzoekers gaven aan dat de Vlaamse Rand meer een construct is dan een identiteit. *Katia Segers* verwijst naar het antwoord van minister Ben Weyts op de vraag om uitleg van Bart Nevens over het onderzoeksrapport 'In de ban van de Rand' van BRIO (*Vragen om uitleg* VI.Parl. 2017-18, nr. 1066). Daar kondigde hij aan dat hij een campagne wil voeren om het imago en het identiteitsgevoel te versterken. Het lid meent dat dan onderzocht moet worden of de Rand beperkt moet blijven tot de negentien gemeenten. De uitdagingen (socio-demografische ontwikkeling, mobiliteit enzovoort) beperken zich helemaal niet meer tot de negentien. Samenwerking is moeilijk omdat het dekkinggebied momenteel niet hetzelfde is voor alle spelers. Dat moet absoluut meegenomen worden. Dat toont ook aan hoe moeilijk het is, zowel voor RINGtv als voor vzw 'de Rand', om dat heel heterogene gebied te bedienen. Minder dan de helft van de kinderen die nu in de Rand geboren worden, hebben het Nederlands als moedertaal. Dat illustreert de specifieke uitdagingen voor beide media.

Positief aan het onderzoek is dat RINGtv en vzw 'de Rand' sindsdien veel meer zijn gaan samenwerken. Het onderzoek was een goede incentive.

Terloops merkt het lid op dat de beperking van de RandKrant tot negen edities en slechts de halve Rand, alles te maken heeft met de besparingen sinds 2014. Zou het volgens de onderzoekers nuttig zijn dat terug op te trekken naar een maandelijks editie?

Het eerste scenario is volgens Katia Segers al geen realiteit meer; de mediaspelers werken nu al meer samen. Bij scenario twee rijst de vraag wie de coördinatie op zich moet nemen. Op Facebook heeft vzw 'de Rand' momenteel 3000 volgers, RINGtv 16.000. RINGtv staat vandaag sterker in de online aanwezigheid. Hebben de onderzoekers een voorkeursscenario? Uiteraard zullen financiële middelen gevonden moeten worden om de coördinatie te realiseren, meent het lid.

Voor het derde scenario sluit spreekster zich aan bij de conclusies van de collega's. Het is niet wenselijk, en zeker als het extra middelen zal kosten. Alleen al omdat hun verspreidingsgebied nu niet hetzelfde is.

Katia Segers mist ook samenwerking met Brussel. De uitspraak van minister Ben Weyts in zijn antwoord op de vraag om uitleg (*Vragen om uitleg* VI.Parl. 2017-18, nr. 1066) is ook veelzeggend: Brussel als 'the big black hole'. RINGtv werkt nu al veel samen met BRUZZ. Het lid vermoedt dat ze nog meer mogelijkheden zien op dat vlak. Brussel en de Rand leven als het ware in symbiose.

Jurgen Minnebo onderstreept dat het om een initieel, verkennend onderzoek gaat. Er werd niet ingegaan op implicaties voor personeel en financiën. Hij beseft dat het een luxe was om zich niet te moeten bekommeren om de restricties van de realiteit. De standpunten daarover in het rapport zijn van de verschillende spelers op dat moment. Het is niet het standpunt van de onderzoekers of het resultaat van een analyse.

Voor gelijk welk scenario – tenzij het status quo – is dit onderzoek een tussenfase en is er bijkomend onderzoek nodig met een uitgebreide audit. Dat is ook gebeurd voor de Vlaams-Brusselse media. De onderzoekers wensen geen standpunt in te nemen over de te kiezen richting. Ze hebben enkel vastgesteld wat leeft, zonder een standpunt in te nemen over de mogelijkheden. De scenario's zijn mogelijke pistes, niet gehinderd door enige zin voor realiteit inzake personeel en financiën.

De vraag of de Rand breed bekeken moet worden, hebben de onderzoekers ook gehoord bij een aantal partijen. Dat is volgens *Jurgen Minnebo* een politieke beslissing. Bij een intensere samenwerking ziet men natuurlijk dat het werkgebied van RINGtv een pak groter is dan dat van de andere media. Voor een goede samenwerking is er iets voor te zeggen om minstens het gebied waarop de verschillende media slaan uit te breiden tot het zendgebied van RINGtv. Dat is logisch.

Met levensvatbaarheid wordt bedoeld: van het scenario zoals het voorligt. Op dat moment gaf elke speler aan dat hij vanuit zijn logica hard werkte aan een mediaplatform. Voor RINGtv gaat het deels over communitybuilding, maar evengoed over het meenemen van de kijker in de flow van de social media via de website naar de tv-programma's. Voor vzw 'de Rand' ligt de nadruk harder op communitybuilding. Voor beide is communitybuilding echt belangrijk. De online media zijn wel belangrijk als men nu een mediamerk wil uitbouwen. Ze zijn absoluut nodig. De gedrukte RandKrant blijft misschien nodig, anders worden niet alle bewoners bereikt. Een deel van de bevolking gebruikt nog steeds geen online media. Anderzijds kan men niet zonder de online media.

Als men naar een single point of contact wil gaan, moet men de community meenemen. Als men een overkoepelend merk in de markt wil zetten zal men een stuk community moeten bouwen, wat men wel weghaalt bij de andere spelers. Daarom spreken de onderzoekers van een drempel. Dat ligt vanzelfsprekend gevoelig bij die spelers. Anderzijds is het voor de levensvatbaarheid van dat scenario belangrijk dat men de online community kan meenemen.

Anne Borgers merkt op dat het eigenlijke rapport uitgebreider is dan de presentatie in de commissie. De mogelijkheden binnen één scenario zijn daar duidelijker. Het gaat over de levensvatbaarheid van het scenario, niet over die van de spelers.

De onderzoekers denken ook dat het nuttig zou zijn het lokale niveau te betrekken. Dat gebeurt al bij de gemeenschapskranten waar met vrijwilligers gewerkt wordt. Die sterke contacten kunnen ook anders aangewend worden. *Anne Borgers* wil zich niet uitspreken over de nood aan gedrukte edities, hoewel de maatschappij evolueert.

Het Vlaamse Randgevoel is een uitspraak van de gesprekspartners, verduidelijkt *Jurgen Minnebo*. Het documentatiecentrum Vlaamse Rand heeft erop gewezen dat het begrip Vlaamse Rand niet duidelijk is voor wie er niet mee bezig is. Minister Ben Weyts heeft inderdaad een campagne aangekondigd voor het versterken van de identiteit in de Vlaamse Rand. Eén mediameerk kan dat versterken. Anderzijds is een identiteit ook nodig voor een dergelijk mediameerk. Spreker durft zich niet uitspreken over de volgorde van beide maar ze hebben elkaar nodig.

Anne Borgers voegt eraan toe dat het duidelijk definiëren daarvoor zeer belangrijk is. Ieder medium heeft zijn eigen definitie van de Vlaamse Rand. De identiteit moet de basis zijn van elk verder denkwerk.

De onderzoekers zijn niet ingegaan op Brussel omdat dat niet de vraag van de opdrachtgever was, zegt *Jurgen Minnebo*. Het onderzoek ging over de spelers in de Vlaamse Rand. Uiteraard zou het interessant kunnen zijn om samen te werken met BRUZZ. Het is een politieke keuze in welke mate men het BRUZZ-verhaal wil koppelen aan hetgeen in de Vlaamse Rand gebeurt. *Jurgen Minnebo* kan zich er niet over uitspreken; de onderzoekers zijn niet met BRUZZ gaan praten omdat het niet het onderwerp van de opdracht was.

Als er ergens een regioverhaal mogelijk is dan is het wel in Halle-Vilvoorde, meent *Willy Segers*. Een dergelijke regiowerking kan enkel maar versterkt worden door samenwerking op mediavlak. Elke speler heeft zijn nut bewezen. Nu is het tijd om naar een versnelling hoger te gaan. Er beweegt heel wat op lokaal niveau; het lid verwijst naar het Toekomstforum Halle-Vilvoorde. De tijd is rijp voor versnelling.

Met de enorme bevolkingsexplosie voor de deur vindt ook *Michel Doomst* het nodig om verder te gaan in dat regioverhaal. Het kan nog versterkt worden vanuit de subregio's. Als de onderzoekers een politieke keuze zouden hebben, naar welk scenario gaat hun voorkeur dan?

De onderzoekers hadden zich voorgenomen niet op deze vraag te antwoorden, zegt *Jurgen Minnebo*. Het onderzoek is misschien deels een top-downverhaal terwijl men ondertussen ook naar het bottom-upverhaal moet kijken. Er bestaan zaken als usergeneratedcontent waarbij een centraal merk mee vanuit de bewoners wordt uitgebouwd. Dat is mogelijk maar is een heel andere aanpak. De scenario's werden uitgetekend als mogelijkheden. Niet gehinderd door organisatorische of financiële aspecten, en het identiteitsverhaal indachtig, zou een overkoepelend mediamerk de voorkeur genieten. Scenario's een en twee houden het risico in dat de versnippering blijft bestaan. Vanuit het standpunt van de mediagebruiker is het minder gunstig om verschillende inhoud op verschillende platformen te moeten zoeken. Anderzijds zijn er moeilijke drempels te nemen.

Katia SEGERS,
voorzitter

Lieve MAES,
verslaggever