



Vlaams
Parlement

ingediend op **303** (2019-2020) – Nr. 1
11 mei 2020 (2019-2020)

Verslag van de gedachtewisseling

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Filip Brusselmans en Stephanie D'Hose

over de aanpak van de coronacrisis
in het beleidsveld Media

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Elisabeth Meuleman.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;

Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;

Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;

Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;

Elisabeth Meuleman, Gustaaf Pelckmans;

Hannes Anaf.

Plaatsvervangers:

Andries Gryffroy, Kathleen Kerkels, Philippe Muylers, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;

Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;

Maike De Rudder, Tinne Rombouts;

Els Ampe, Bart Tommelein;

Tine Van den Brande, Jeremie Vaneeckhout;

Katia Segers.

Toegevoegde leden:

Tom De Meester.

INHOUD

I.	Toelichting	4
1.	Impact op de media	4
2.	Aanpak en maatregelen	6
II.	Bespreking.....	15
1.	Vragen en opmerkingen uit de commissie	15
1.1.	Stephanie D'Hose	15
1.2.	Klaas Sloomans	16
1.3.	Karin Brouwers.....	17
1.4.	Katia Segers	18
1.5.	Marius Meremans	20
1.6.	Gustaaf Pelckmans.....	21
2.	Antwoordenronde.....	22
2.1.	Minister Benjamin Dalle	22
2.2.	Aanvullende vragen en antwoorden.....	26
	Gebruikte afkortingen	29

Op donderdag 23 april 2020 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een gedachtewisseling over de aanpak van de coronacrisis in het beleidsveld Media, met Benjamin Dalle, Vlaams minister van Media, Jeugd en Brussel.

(Tijdens de commissievergadering waren alleen de commissievoorzitter en de commissiesecretaris fysiek in de commissiezaal aanwezig. De vaste leden, de plaatsvervangende leden en de toegevoegde leden van de commissie kregen de mogelijkheid om online aan de vergadering deel te nemen via het platform Zoom. Andere volksvertegenwoordigers konden alleen na motivering online aan de vergadering deelnemen. Minister Dalle integreerde in zijn toelichting de antwoorden op de vragen die commissieleden hem vooraf hadden bezorgd.)

I. Toelichting

Benjamin Dalle, minister: Ik zal de antwoorden op de schriftelijk ingediende vragen in mijn toelichting integreren.

1. Impact op de media

Het zijn bijzonder uitdagende tijden voor de hele maatschappij maar zeker ook voor mediabedrijven. Anders dan veel andere bedrijven moeten zij vandaag niet minder maar meer presteren. Ze spelen ten volle hun rol op informatief, verbindend, maatschappelijk en entertainend vlak. Ze doen dat in een moeilijke context, die hen tot nogal wat maatregelen heeft gedwongen. Zowel de VRT als de private tv-omroepen leveren grote inspanningen om informatie en een aangepast aanbod te brengen, maar voelen een sterke daling van de reclame-inkomsten. Ze moeten ook heel wat evenementen afgelasten en de werkomstandigheden aanpassen. Hetzelfde geldt voor de regionale omroepen, die het voor de coronacrisis al niet makkelijk hadden en nu in een bijzonder moeilijke context moeten functioneren.

De geschreven pers wordt eveneens geconfronteerd met dalende reclame-inkomsten. Roularta heeft zelfs beslist om de publicatie van de gratis bladen als De Streekkrant en De Zondag voor vijf weken stop te zetten. Dat zijn belangrijke bronnen van advertentie-inkomsten. Aangezien een aantal evenementen niet konden doorgaan, hebben sommige uitgevers beslist om hun publicaties terug te schroeven of bepaalde bijlagen te schrappen. Zo kondigde Roularta op dinsdag 21 april aan om de uitgave van Sport/Voetbalmagazine stop te zetten tot de voetbalcompetitie wordt hervat.

Ook de radiosector wordt hard getroffen. Dat geldt vooral voor de lokale radio's omdat de reclame-inkomsten daar grotendeels of volledig wegvallen.

Bijzonder hard getroffen is ook de productiesector, die instaat voor de kwaliteitsvolle Vlaams-Nederlandstalige fictie en non-fictie. Hij heeft heel wat producties moeten stopzetten of uitstellen. Daarnaast liggen heel wat coproducties met het buitenland helemaal stil door het reisverbod.

Dienstenverleners als Proximus en Telenet worden eveneens getroffen door de crisis. Abonnees met een premiumsportabonnement willen dat bijvoorbeeld opzeggen omdat er geen live-wedstrijden meer worden aangeboden.

De mediasector is opgenomen in de lijst van essentiële sectoren, zodat hij kan voortwerken mits het naleven van de voorschriften. De activiteiten beperken zich sinds half maart echter tot het nieuws en het garanderen van bepaalde tv-uitzendingen. Social distancing blijkt in die context niet evident. Heel wat facilitaire bedrijven ondervinden er zware impact van. Ik denk dan aan de annulaties van het Eurosongfestival, de Jupiler Pro League, de Olympische Spelen, het EK voetbal, de

zomerfestivals enzovoort. De facilitaire sector wordt daar enorm hard door getroffen.

De context waarin journalisten vandaag functioneren, is heel uitdagend. Het is niet altijd evident om die job uit te oefenen, waardoor een aantal vrijheden zoals persvrijheid en het recht op informatie in het gedrang dreigen te komen. Een voorbeeld zijn gemeenteraden achter gesloten deuren of op virtuele platformen, waardoor journalisten ze niet kunnen bijwonen. Heel wat lokale besturen nemen initiatieven om de situatie te verbeteren maar het is zeker een aandachtspunt om in deze tijden waarin men fysiek niet ter plaatse aanwezig kan zijn, de toegang voor journalisten te garanderen.

Freelancers in de mediasector, waaronder journalisten, regisseurs, monteurs, cameramensen enzovoort, krijgen minder opdrachten door het stopzetten van producties en het afgelasten van sportevenementen.

Hetzelfde geldt voor de gamesector, waar vele ontwikkelaars zich niet voltijds bezighouden met gameontwikkeling maar ook beschikbaar zijn als freelancer.

De financiële draagkracht van heel wat mediaspelers is gering. Dus wordt ook hier het systeem van tijdelijke en gedeeltelijke werkloosheid gehanteerd. Verschillende spelers worden door de crisis ook met minderuitgaven geconfronteerd, bijvoorbeeld reiskosten die niet gemaakt worden, maar die wegen helemaal niet op tegen de minderinkomsten.

Het is niet evident om een totaalbeeld te krijgen van de geleden economische schade, maar we staan wel voortdurend in contact met de mediasector om die dagelijks in kaart te brengen. Dat evolueert elk dag. Op een bepaalde dag was er sprake van een heropleving van de reclamesector, maar die moet met een serieuze korrel zout worden genomen en blijft bijzonder moeizaam.

Dit is de bijzonder delicate situatie waarin onze mediabedrijven zich bevinden. De Vlaamse overheid heeft heel snel het overleg opgestart om dat te kunnen opvolgen. Een belangrijk element daarin is de taskforce die ik samen met de minister-president heb opgestart, met daarin vertegenwoordigers van de cultuur-, jeugd- en mediasector. De leiding van die taskforce zit bij mijn kabinet en dat van de minister-president, met ondersteuning van onze departementen. Wellicht wordt deze taskforce in de nabije toekomst verder opgesplitst om gericht overleg te kunnen plegen. Voor Media zetelt onder meer het VAF erin. Met het VAF is er al meermaals overleg geweest over de audiovisuele producties die het ondersteunt. Het werkt nu een aantal pistes uit voor verdere bestudering.

Naast die taskforce probeer ik ook de vinger aan de pols te houden bij de verschillende mediabedrijven. Dat gebeurt vaak bilateraal of in kleinere groepen. Gisteren heb ik de hele sector samengebracht. Op dat overleg waren de VRT, Mediahuis, Roularta, DPG Media, NORTV, het VAF, de VOFTP, V.O.T.F., Vlaamse Nieuwsmedia, Media.21, WE Media, de VVJ, de UBA, Mediarte, Belga, Flega, de VRM en Meemoo aanwezig. Als iemand nog andere spelers wil suggereren, aarzel dan vooral niet.

Dit is een delicate context, maar ik zie ook heel positieve elementen. De coronacrisis heeft aangetoond dat de burgers in moeilijke tijden nood hebben aan veel en betrouwbare informatie. Het verbaast dan ook niet dat er een enorme toename is in de lees-, kijk-, luister- en klikcijfers. Nieuwssites bijvoorbeeld lokken meer bezoekers dan ooit tevoren. De laatste drie weken van maart bezocht dagelijks 50 procent meer mensen de websites van Mediahuis, dus van De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. Bij De Standaard Online bedroeg de toename zelfs 80 procent. DPG Media, dat onder meer instaat voor De Morgen en Het Laatste Nieuws, noteerde voor hln.be een record van 3,9

miljoen unieke bezoekers. Gemiddeld heeft die site 2,3 miljoen bezoekers. Bij De Morgen werden pieken boven 1,1 miljoen bezoekers genoteerd, waar dat aantal normaal rond 260.000 hangt. Het zijn niet alleen unieke bezoekers, ze blijven ook langer op de website.

Heel bemoedigend is dat de losse verkoop van gedrukte kranten opnieuw in stijgende lijn is. Ik ben blij dat de Veiligheidsraad op vraag van de Vlaamse Regering vanaf het begin heeft erkend dat krantenwinkels als essentieel worden beschouwd en open zijn gebleven.

Hetzelfde geldt voor nieuwsuitzendingen op televisie, die veel meer kijkers trekken. Op vrijdag 20 maart bijvoorbeeld keken 1,6 miljoen mensen naar Het Journaal van 19 uur. Normaal schommelt dat aantal rond 1 miljoen kijkers. VTM Nieuws had gemiddeld 960.000 kijkers om 19 uur, maar is sinds het uitbreken van de coronacrisis al verschillende keren boven 1 miljoen uitgekomen, het hoogste kijkcijfer sinds 2001. Ook voor de extra late uitzendingen die de zender sinds de start van de coronacrisis uitzendt, zijn er gemiddeld meer dan een half miljoen kijkers.

Door al het nieuws over corona raken de andere topics soms wat in de verdrukking. Ik krijg regelmatig vragen om ook andere dingen uit te zenden, omdat mensen het soms een beetje beu zijn. Het persagentschap Belga stelde vast dat driekwart van het totale nieuwsaanbod coronagerelateerd is. Behalve het Nationaal Crisiscentrum van Binnenlandse Zaken geeft nauwelijks nog iemand persconferenties. Dit betekent niet dat er geen ander nieuws is. Het is een uitdaging voor de nieuwsmedia om ook dat binnen te halen. Het valt uiteraard onder de autonomie van de redacties om de inhoud van nieuwsuitzendingen en artikels te bepalen. Het is niet aan de minister van Media om daarin tussenbeide te komen, maar ik kan een aantal suggesties doen.

Burgers hebben niet alleen nood aan informatie maar ook aan kwaliteitsvolle ontspanning en entertainment, waardoor ook de kijkcijfers van andere programma's pieken. Door het wegvallen van vele andere ontspannende activiteiten is ontspanning via audiovisuele media, films, series en games des te belangrijker geworden.

Uit een onderzoek van de studiedienst van de VRT is gebleken dat de radio geapprecieerd wordt voor het verstrekken van informatie omtrent COVID-19, maar dat hij ook een troost betekent voor vele luisteraars.

Overall in de wereld worden apps ingezet bij het bewaken van de volksgezondheid. Het is daarbij belangrijk om een goed evenwicht te vinden tussen privacy en het bewaken van de gezondheid.

2. Aanpak en maatregelen

Ik zou willen ingaan op de genomen maatregelen. Die gebeuren natuurlijk in overleg met verschillende beleidsdomeinen. Het lokale niveau speelt een kleine rol, het federale niveau een belangrijke. Ook Europa speelt zijn rol. Ik zal niet in detail ingaan op alle maatregelen, maar wel op die gericht op de media.

De schade in de mediasector loopt op tot honderden miljoenen euro's. Het is evident dat de Vlaamse overheid die niet volledig zal kunnen opvangen, maar dat neemt niet weg dat we in voortdurend overleg zijn met de mediasector en onze mediapartners. We hebben al verschillende initiatieven genomen om de mediasector te ondersteunen. Het gaat uiteraard over algemene economische en fiscale maatregelen, maar ook om een aantal specifieke initiatieven ten aanzien van de mediasector.

Als eerste vermeld ik Cultuurloket, een centraal informatiepunt waar alle media-actoren terecht kunnen met vragen.

Er is de ondersteuning van tijdelijk werklozen, waar heel wat bedrijven uit de mediasector gebruik van maken. De Vlaamse Regering heeft dat ook versterkt met een forfaitaire premie van ongeveer 200 euro, bestemd voor de betaling van elektriciteit, gas en water. Ook het uitstel van de onroerende voorheffing voor bedrijven is relevant voor bedrijven die liquiditeitsproblemen zouden hebben.

In de mediasector werken heel wat freelancejournalisten, regisseurs, monteurs, cameramensen enzovoort, die aanspraak kunnen maken op de compensatiepremie. Ze kunnen als voltijds freelancer een beroep doen op een eenmalige premie van 3000 euro, op voorwaarde van een omzetverlies van 60 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar, namelijk tussen 14 maart en 30 april. Als de omzet in de voormelde periode van 2019 abnormaal laag was, wordt die periode vervangen door een andere referentieperiode. Voor freelancers die nog maar net van start zijn gegaan en nog onvoldoende inkomsten hadden, wordt gekeken naar de verwachte omzet zoals vermeld in het financieel plan.

Ook freelancers in bijberoep kunnen op deze compensatiepremie een beroep doen. Freelancers die bijdragen betalen op hun inkomen tussen 7000 en 14.000 euro, kunnen een premie toegekend krijgen ter waarde van de helft van het totaalbedrag van 3000 euro, namelijk 1500 euro, op voorwaarde dat ze minder dan 80 procent in hoofdberoep als werknemer actief zijn.

De aanvraag is vrij eenvoudig en gebeurt met een verklaring op eer, die achteraf wordt gecontroleerd. Ik heb er nog geen zicht op hoeveel freelancers een beroep hebben gedaan op de compensatiepremie. VLAIO is bezig met de verwerking van de aanvragen en de uitbetalingen. Ik vermoed dat het achteraf gedetailleerde statistieken zal kunnen bezorgen.

In overleg met de VRM heb ik beslist om de verplichting tot betaling van de bijdrage voor de lokale radio-omroeporganisaties en de netwerkradio-omroeporganisaties uit te stellen tot 30 september 2020.

De Vlaamse overheid heeft de campagne #IKREDLEVENS opgestart, de check-check-checkcampagne. Het doel is niet alleen mensen op te roepen tot verantwoord gedrag, maar ook om de Vlaamse media extra steun te geven omdat ze geconfronteerd worden met het wegvallen van advertentie-inkomsten. Voor deze campagne heeft de Vlaamse overheid een bedrag van 3 miljoen euro uitgetrokken. Ze heeft een raamovereenkomst met Mindshare voor overheidscampagnes.

Er waren verschillende vragen over de verdeling van het bedrag en welke partners daarbij betrokken zijn. Dit wordt beheerd door de kanselarij van de minister-president. De verantwoordelijke ministers zijn minister-president Jambon en ikzelf. Op operationeel vlak zijn we er niet bij betrokken. We hebben wel drie aandachtspunten naar voren geschoven. Een eerste element is focussen op onze Vlaamse mediapartners. Aan elke campagne komen onvermijdelijk ook de sociale media te pas, maar we willen dat tot een minimum beperken.

Ten tweede verwijs ik naar de eerdere discussie in deze commissie (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 274/1) over de plaats van onze regionale omroepen in de campagnes van onder meer de Vlaamse overheid. Ik heb toen gezegd dat ik contact had opgenomen met de minister-president en zijn kabinet om ervoor te zorgen dat bij toekomstige overheidsopdrachten de regionale omroepen nooit vergeten worden. Welnu, ik ben fier om te zeggen dat het de eerste keer is in zeer lange tijd, misschien wel een primeur, dat de regionale omroepen ook effectief betrokken zijn bij een campagne van de Vlaamse overheid.

Een derde aandachtspunt was om ook de kleinere spelers te betrekken. Daarvoor werd Media.21 gecontacteerd. Hun bedrijven zijn betrokken bij deze campagne. Het is een campagne waarbij uiteraard een mediamarketingplan wordt opgemaakt, rekening houdend met de specificiteit ervan. De kanselarij doet dat samen met MyShare. Daarvoor werd het marketingbureau FamousGrey ingeschakeld. Ik ga niet in op details over facturen maar kan wel zeggen dat FamousGrey mooi werk geleverd heeft tegen een schappelijk tarief, omdat het zich ook sterk geëngageerd heeft ten aanzien van deze campagne, die het zeer waardevol acht en waar die mensen ook ethisch helemaal achter staan.

De campagne, en dus ook de planning en praktische uitwerking ervan, verloopt in fases. Op dit moment zijn er drie fases gepland, die mettertijd nog uitgebreid kunnen worden. Het is de bedoeling om, volgens de evolutie van de situatie en de nood aan een aangepaste boodschap, ook het mediaplan flexibel te kunnen bijsturen. In het begin lag de focus bijvoorbeeld op check-check-check en #IKREDLEVEN, nu op 'Houd vol'. In een volgende fase kan dat nog een andere betekenis krijgen.

We volgen uiteraard ook van heel nabij op wat de Veiligheidsraad beslist. Dat kan misschien ook inspirerend zijn voor de boodschap die een campagne meegeeft. Alles hangt natuurlijk af van wie we willen bereiken met welke boodschap: op een efficiënte manier de boodschap bij de verschillende doelgroepen krijgen is de opdracht. We stemmen uiteraard ook af met het federale crisiscentrum, zodat we elkaar in boodschap en kanalen aanvullen en versterken.

Net als de Vlaamse Regering heb ikzelf verschillende campagnes gesteund. De regering had de campagne 'koop lokaal' om Vlaamse bedrijven te promoten voor onlineaankopen, opdat die niet alleen op buitenlandse sites zouden gebeuren. Dat principe hebben we ook vertaald naar het medialandschap. We hebben 'koop lokaal' vertaald naar 'adverteer lokaal' en 'draai lokaal', om onze Vlaamse muziek en artiesten op de radio en andere media te draaien.

Die oproep werd heel goed gevolgd. De VRT heeft er gehoor aan gegeven in nieuwe programma's en initiatieven. Op de VRT-radiozenders wordt extra airplay gegeven aan muziek van Vlaamse artiesten. Studio Brussel lanceerde zelfs de non-stop-stream #ikluisterbelgisch. Op 27 april zal die zender experimenteren met een onlinefestival met jonge Belgische bands onder de noemer #ikluisterbelgischlive. Op die manier wil de VRT naar eigen zeggen ook de motor zijn van de Vlaamse muziek.

Ook op Spotify werd er trouwens een play-locallijst aangemaakt. Op 15 april jongstleden lanceerde DPG Media een nieuwe radiozender: Joe - Best of Belgium, waarop alleen Belgische muziek te horen is. Doordat deze zender enkel digitaal – waaronder via DAB+ – te beluisteren is, versterkt hij de digitalisering van het radiolandschap. Telkens als een nummer gedraaid wordt, krijgen de artiesten daarvoor een bedrag uitgekeerd via auteurs- of andere rechten.

Het radiogebruik is enorm gestegen. Van de VRT vernam ik dat volgens een onderzoek een kwart van de Vlamingen meer naar de radio luistert sinds de coronacrisis. Dat is zeer bemoedigend voor het medium radio. Ook het bereik van de eigen onlineluisterplatformen van de VRT-radiozenders is fors gestegen: Radio 2 met 60 procent, Radio 1 met 52 procent, MNM met 37 procent, Studio Brussel met 35 procent en Klara met 20 procent. Hieruit blijkt dat onder meer de inspanningen om Belgische muziek te promoten, gepaard gaan met een groter bereik, waardoor de impact duidelijk is. Via het eigen onlineluisterplatform van de VRT, de eigen apps en radioplus.be luisteren al meer dan 12.000 mensen naar de nieuwe onlinestream van Studio Brussel. Er zijn ook heel wat positieve acties en reacties van artiesten, festivalorganisatoren, muziekmanagement enzovoort, die erop inspelen.

Vele vragen gingen over het noodfonds. Zoals bekend hebben we met de Vlaamse overheid beslist om 200 miljoen euro uit te trekken voor het noodfonds, dat uiteraard niet enkel de mediasector ten goede zal komen, maar diverse gesubsidieerde sectoren, bijvoorbeeld ook de sierteelt. Het spreekt voor zich dat dit heel belangrijk is voor de mediasector. Ik kijk uit naar suggesties van de leden over de sectoren die ze belangrijk vinden.

Hoe de middelen exact verdeeld zullen worden, is nu nog niet bepaald. Dat wordt nu besproken binnen de Vlaamse Regering. Om het noodfonds verder uit te rollen, moet natuurlijk ook de economische schade in detail in kaart gebracht worden en wordt die het criterium. Het gaat over het compenseren van een deel van de economische schade. We zijn dus volop aan het onderzoeken welke bedrijven voldoende hebben aan de generieke economische steunmaatregelen, die ook heel betekenisvol zijn in de mediasector, en voor welke bedrijven extra hulp nodig is. De schade moet natuurlijk aantoonbaar zijn. Er zal rekening gehouden worden met alle factoren, zoals technische werkloosheid en reserveopbouw. Voor de meest acute noden zijn er natuurlijk de compensatiemaatregelen. Ik wil ook benadrukken dat het noodfonds betrekking heeft op de geleden schade en losstaat van het hele relancebeleid dat na de crisis ontwikkeld zal worden op economisch vlak.

Ik kijk in dat verband zoals gezegd uit naar de vragen en suggesties van de commissie. Ik zie alvast drie types bedrijven die het vandaag bijzonder moeilijk hebben, en waarvan we zeker moeten bekijken of extra steun nog nodig is. Ik denk aan de lokale radio's. Op een bepaald moment werd gecommuniceerd dat 20 procent van de lokale radio's over de kop dreigt te gaan. Dit is bijzonder zorgwekkend en zullen we opvolgen. Die lokale radio's spelen een belangrijke rol omdat ze nabij de mensen staan.

Ten tweede zijn er de regionale tv-omroepen, die het ook voor de crisis al financieel moeilijk hadden. We willen bekijken of daarvoor extra steun mogelijk is.

Ten derde heeft ook de productiesector het bijzonder moeilijk.

De crisis heeft natuurlijk een heel zware impact op wat men kan zien op televisie. Dat is ook een aandachtspunt, opdat we ook de komende maanden en jaren kunnen rekenen op de sterke Vlaamse producties die vandaag te zien zijn op televisie. Ik sta zeker open voor suggesties. Het is belangrijk dat we hier dat debat voeren.

Wat de toegankelijkheid van de pers betreft, heb ik al verwezen naar de gemeenteraden. Minister Bart Somers heeft de lokale besturen gewezen op het belang dat ze moeten blijven hechten aan openbaarheid van bestuur en de rol van de pers. De lokale besturen zullen daarin een positieve rol kunnen spelen. De persconferenties van de Vlaamse Regering zijn overigens te volgen via livestreaming, en er is ook vaak een doventolk aanwezig.

Ik heb samen met minister van Onderwijs Ben Weyts een overleg gehad met de VRT om het educatieve aanbod van de VRT te versterken. Ik denk dat er voor de paasvakantie al een mooi aanbod ter beschikking werd gesteld. De VRT zet verdere stappen om educatieve programma's ook de komende weken te blijven aanbieden. We kijken in dat verband natuurlijk ook uit naar de beslissing van de Nationale Veiligheidsraad van morgen 24 april, die wat meer helderheid zal brengen over welke categorieën jongeren op welk moment opnieuw naar school zullen kunnen gaan.

Het educatieve aanbod van de VRT dient om leerlingen en leerkrachten te ondersteunen. Het gaat dan om programma's voor zowel: peuters en kleuters; scholieren uit het lager en secundair onderwijs; en studenten van hogescholen en

universiteiten. Op die manier wil de VRT een aanvulling bieden op de preteaching die de scholen aanbieden.

Sommige commissieleden hadden vragen over het bereik bij jongeren en leerkrachten. Ik kan op dit moment niet zeggen hoeveel meer jongeren en leerkrachten op het onlineaanbod zijn ingegaan. Er zijn wel cijfers beschikbaar over het kijkbereik. Zo liet de VRT weten dat het educatieve aanbod op Ketnet tijdens de weken 12, 13 en 14 van maandag tot vrijdag en tussen 8.30 en 10 uur een marktaandeel haalde van 35 procent bij de vier- tot twaalfjarigen. 15 procent van de Vlaamse kinderen keek wel eens gedurende tien minuten naar dat aanbod. Eén haalde tussen 10 en 12 uur een marktaandeel van 11 procent bij twaalf- tot negentienjarigen. Na vijf dagen keek 7 procent van de Vlaamse jongeren tussen twaalf en negentien wel eens tien minuten naar het aanbod. Dat zijn toch mooie cijfers, die bovendien samen moeten worden gezien met wat de scholen aan preteaching aanbieden. Die is er immers sinds de paasvakantie. De VRT heeft ook uitgebreid over dit aanbod gecommuniceerd op diverse kanalen.

In het overleg met de VRT werd er voor deze week op drie punten gefocust. Ten eerste is er het educatieve aanbod, ten tweede het ontspannende aanbod – ook voor kinderen die thuisblijven – en ten derde het aanbod voor ouderen, het zogenaamde nostalgische aanbod.

In uitvoering van het nooddecreet is er een BVR waardoor kosten die subsidiege-rechtigden hebben gemaakt voor activiteiten die door de noodsituatie niet, beperkt of gewijzigd hebben kunnen plaatsvinden, kunnen worden terugbetaald binnen de perken van de toegekende subsidies. Voor de gesubsidieerde actoren zoals de regionale omroepen zal de administratie de voorschotten nog in de loop van de maand april of uiterlijk begin mei in betaling laten stellen. Zo blijft de cashflow bij de regionale omroepen goed. Daarnaast worden de eindrapporteringen 2019 uiterlijk op 30 april verwacht, en zal de administratie die met voorrang behandelen. Het lot van de uitbetaling van het eindsaldo ligt grotendeels in hun eigen handen, en een volledige en correcte eindrapportering kan en zal door de administratie in een sneltempo worden behandeld.

Ik kom tot de vragen over het VAF. Door een aantal modaliteiten met betrekking tot goedgekeurde steun aan projecten aan te passen, kan het VAF in het kader van het Mediafonds en het Gamefonds met bepaalde tegemoetkomingen de penibele situatie van de sector verlichten. Ik neem zeker mijn verantwoordelijkheid op maar de Vlaamse Regering noch ikzelf kunnen tussenbeide komen in effectieve program-maties. We kunnen wel suggesties doen, en dat gebeurt ook af en toe. Mediabe-drijven gaan ook aan de slag met die suggesties.

Er was ook een vraag over het betrekken van mediapartners in de promotie van binnenlands toerisme. Dat lijkt me zeker geen slecht idee. Maar ik denk dat het ook aan de verschillende omroepen is om te kijken of ze daarvoor openstaan. In het kader van een relance kan het interessant zijn om daarop in te zetten, maar dan met respect voor de autonomie in de programmatie. Het klopt wel dat overheden onder boodschappen van algemeen nut commerciële communicatie of be-leidsdoelstellingen kunnen promoten. Dat zou ook voor binnenlands toerisme het geval kunnen zijn.

Ik ga ook kort in op een aantal belangrijke federale maatregelen die specifiek voor het beleidsdomein Media relevant zijn. Ten eerste worden de media – journalisten, maar bijvoorbeeld ook communicatiediensten – beschouwd als noodzakelijk voor de bescherming van de vitale belangen van de natie en de behoeften van de be-volking. Daarom genieten ze van een uitzonderingsregime op de door de overheid aangekondigde maatregelen. Want het is belangrijk dat ze kunnen blijven functio-neren. Goede, kwaliteitsvolle informatie is even belangrijk als een goede gezond-

heidszorg, zeker in tijden waar sensibilisering en preventieboodschappen zeer belangrijk zijn.

Voor journalisten die zich moeten verplaatsen, publiceerden het Nationaal Crisiscentrum van Binnenlandse Zaken en de FOD Volksgezondheid ook een aantal praktische richtlijnen, zodat ze in alle veiligheid kunnen functioneren. Krantenwinkels genieten van een uitzonderingsregime, met een positief gevolg op de verkoop van individuele kranten en weekbladen.

Het regime van tijdelijke werkloosheid – 70 procent van het brutoloon – is een heel belangrijke ingreep in de mediasector. Dat geldt voor de medewerkers, maar zeker ook voor de mediabedrijven. Daarnaast kunnen mediabedrijven een beroep doen op de overbruggingskredieten die nationaal zijn vastgelegd.

Voorts is ook een belangrijke aanpassing gebeurd in verband met de taxshelter: de termijn van achttien maanden voor het verrichten van uitgaven werd met zes maanden verlengd. Ik heb ook vernomen dat die termijn nog verder kan worden verlengd, indien nodig.

Een belangrijke maatregel voor freelancers is het feit dat zij een uitstel, vermindering of vrijstelling van sociale bijdragen kunnen aanvragen. Voor de vele zelfstandigen in de mediasector is er het overbruggingsrecht of -krediet bij een gedwongen onderbreking van de activiteiten van minstens zeven opeenvolgende kalenderdagen. Ook voor zelfstandigen in bijberoep werden maatregelen genomen.

Op Europees niveau hebben enkele belangrijke overlegmomenten plaatsgevonden. Zo was er op 8 april een videoconferentie over de culturele en creatieve sectoren. Het Kroatische voorzitterschap plant het vervolg op dit gesprek tijdens de geagendeerde formele raad van 18 en 19 mei 2020, waar ik ons land zal vertegenwoordigen.

We volgen de evoluties in andere EU-lidstaten op de voet. In Nederland zijn er bijvoorbeeld een aantal steunmaatregelen geweest voor mediabedrijven. In Italië heeft men een zeer interessant fiscaal voorstel gedaan rond reclame-inkomsten. Er komen dus heel wat inspirerende voorbeelden uit het buitenland.

De sector zelf staat ondertussen niet stil. Hij heeft verschillende maatregelen getroffen, van praktische ingrepen tot financiële tegemoetkomingen. De nieuwsmedia zijn blijven inzetten op het informeren van de burgers. Hoewel er in de beginfase van de coronacrisis soms kritiek geuit werd op de manier waarop over die crisis werd bericht, horen we die kritiek vandaag veel minder. De meeste mensen zijn vrij tevreden over het aanbod, zowel van de openbare omroep als van private bedrijven.

De VVJ en European Federation of Journalists hebben opgeroepen om op een verantwoorde manier om te gaan met de berichtgeving over de coronacrisis. De nieuwsmedia hebben zich over het algemeen goed gehouden aan de deontologische code, om de burger op een objectieve en betrouwbare manier correct te informeren. Het is jammer dat er soms complottheorieën en fake news opduiken, maar er zijn heel wat inspanningen, ook van onze media, om ze tegen te gaan. Valse berichten proactief offline halen is onmogelijk, maar kwaliteitsvolle media zorgen wel dat er een antwoord op komt. Onze openbare omroep spoort bijvoorbeeld permanent desinformatie op over het coronathema, met een team van drie of vier personen. Diverse zenders en platformen van de VRT besteden er specifieke aandacht aan, zoals de rubriek 'check' op VRT NWS.

Om de informatiefunctie te kunnen blijven uitoefenen hebben de nieuwsmedia hun werking aangepast, uiteraard op basis van de door de overheid opgelegde

maatregelen, bijvoorbeeld huiswerk, het zelf aanbrengen van make-up, gepaste afstand bij studiogesprekken. Daarnaast hebben de vier grote zenders – VRT, VTM, RTBF en RTL – ook verregaande afspraken gemaakt over het uitwisselen van beeldmateriaal in het kader van de Wetstraatberichtgeving, zodat niet alle journalisten en cameraploegen van alle omroepen aanwezig hoeven te zijn voor interviews. Dit roept natuurlijk wel weer vragen op over de diversiteit van de berichtgeving. De VVJ heeft opgemerkt dat bij een te doorgedreven en structurele beelduitwisseling te vrezen valt voor het pluralisme van de media en de diversiteit van het nieuwsaanbod. In noodgevallen kan en moet dit zeker een uitweg zijn, maar ik deel wel de mening van de VVJ dat het geen gewoonte mag worden en dat we nadien moeten zorgen dat die diversiteit opnieuw sterker gegarandeerd wordt. Het uitgangspunt moet pluralisme van de nieuwsmedia blijven, wat betekent dat toegang wordt verleend aan alle journalisten die zich aandienen.

Ik sta uiteraard in nauw overleg met de VVJ en de Raad voor de Journalistiek. De VVJ neemt ook zelf initiatieven om bepaalde moeilijkheden op te lossen en ervoor te zorgen dat journalisten hun job kunnen blijven uitoefenen. De aankondiging van de rechtbank van Dendermonde half maart, om alle zittingen voortaan achter gesloten deuren te houden, werd op vraag van de VVJ herbekeken. Zo werden eind maart bij de uitspraak in een grote kinderpornozaak drie journalisten toegelaten. Op die manier worden concreet oplossingen geboden.

Alle Vlaamse kranten bieden in deze uitzonderlijke tijden een groot deel van hun berichtgeving over het coronavirus gratis aan. Ik heb van zowel deze commissie als het publiek heel veel vragen gekregen over de betaalmuur. Is informatie over corona achter de betaalmuur zetten wel aanvaardbaar? De betaalmuur zit in het hart van de commerciële strategie van deze spelers. Ik heb vanaf het begin veel contact gehad met onze mediabedrijven om hen te vragen om zo veel mogelijk informatie over corona beschikbaar te stellen. Ze hebben zich daar verregaand toe geëngageerd, en de meest essentiële informatie is ook beschikbaar. Alle essentiële informatie over richtlijnen bij het coronavirus wordt gratis aangeboden, maar kwaliteitsvol nieuws is niet gratis, behalve natuurlijk wat onze openbare omroep doet via vrtnws.be. Op een moment dat de reclame-inkomsten fors achteruitgaan, zou het geen goed idee zijn om onze private nieuwsmedia te verplichten hun commerciële strategie bij te sturen. We hebben van hen al heel wat engagementen gekregen.

De radiozenders hebben ook in de mate van het mogelijke huiswerk ingevoerd. Zo zijn er inderdaad studio's bij de mensen thuis. Alle radiozenders doen dat vandaag. Het kan in de toekomst ook inspirerend zijn voor de manier waarop radio en televisie gemaakt worden. Het samenwerkingsakkoord van radio's rond de digitalisering start ook met een nieuwe campagne om de kracht van radio en van digitale radio in deze tijden van crisis in de verf te zetten.

De opnames van televisiezenders werden voor een groot deel stopgezet. Sommige gaan gewoon door, met aanpassingen. Maar er zijn ook effectief producties stilgelegd. Om verwarring te vermijden over het respecteren van de coronamaatregelen, tonen zenders bij de start van reeds eerder opgenomen programma's boodschappen die dit duidelijk maken.

Natuurlijk wordt de programmatie aangepast. Er is ook aandacht voor levensbeschouwing. De VRT plant en brengt verhalen op de verschillende platformen en in diverse programma's over zowel de Goede Week voor katholieken, als programma's voor joden en moslims. Er zijn lessen getrokken uit het gebrek aan aandacht voor het urbi et orbi van de paus. Zo heeft VRT NWS aandacht besteed aan de Goede Week op radio, televisie en online. Wat de moslimgemeenschap betreft, zullen er vandaag nieuwsverhalen gepubliceerd worden naar aanleiding van de

start van de ramadan. Uiteraard is er ook heel ruim aandacht besteed aan de impact van corona op de organisatie van communies en lentefeesten dit voorjaar.

Om het bereik van het levensbeschouwelijk onlineaanbod te vergroten, werd op het levensbeschouwelijke overleg in het najaar van 2019 voorgesteld om deze content te laten migreren naar vrtnws.be. Het is de bedoeling dat dat zo snel mogelijk in orde komt. Zingeving en levensbeschouwing op VRT-radio zitten vooral op Radio 1 en Klara. Op Radio 1 wordt de wekelijkse mis uitgezonden, natuurlijk ook zonder publiek, en besteedt Touché aandacht aan zingeving. Naar aanleiding van Pasen was er ook aandacht voor zingeving in coronatijden in de duidingsprogramma's van Radio 1. Op Eén worden de vieringen uitgezonden.

Onze dienstenverdelers Telenet en Proximus dragen hun steentje bij, onder meer met extra data, gratis bellen en dergelijke meer. Ze zorgen ervoor dat de laptops uit het project waaraan minister Ben Weyts werkt, over wifi kunnen beschikken.

Het Kenniscentrum Mediawijsheid is bijzonder actief in deze periode. We moeten het ook verder versterken. Laptops aanbieden aan kwetsbare jongeren of aan mensen zonder digitale verbinding, is een ding maar betekent nog niet dat ze er goed mee om kunnen. Het kenniscentrum heeft naar aanleiding van het opschorten van de lessen op school het materiaal dat bruikbaar is voor afstandsonderwijs beschikbaar en bekendgemaakt via opafstand.mediawijs.be, met ook heel wat tips and tricks. Het YouTube-kanaal werd aangevuld. Er werden vragen beantwoord met de onderwijskoepels.

Voorts communiceerde Mediawijs vanuit MediaNest op social media, voornamelijk Instagram, met socialemedia-advertenties. Ook over schermtijd wordt bericht. Mediawijs had ook contact met de taskforce Vlaanderen Helemaal Digitaal van Informatie Vlaanderen. Met IMEC overlegde het kenniscentrum over het plan om digitale diensten voor bedrijven, overheid en maatschappij op één portaal samen te brengen, te ondersteunen en bekend te maken. Mediawijs is ook betrokken bij de taskforce e-inclusie, en onderhoud nauw contact met VRT NWS over desinformatie en cybersecurity. Op de website van Nieuws in de Klas stelden de partners, waaronder Mediawijs, een speciale pagina samen over nieuws en desinformatie in tijden van corona. Mediawijs werkt ook met klasse.be en WAT WAT aan artikelen over fake news en corona.

Dan kom ik tot een aantal financiële gegevens. Wij hebben ons noodfonds op Vlaams niveau. Maar ook de mediabedrijven zijn zeer actief om op financieel vlak ondersteuning te bieden. Het systeem van de tijdelijke werkloosheid speelt daarin een rol. Sommige bedrijven hebben beslist om een solidaire bedrijfsopleg toe te passen en te spreiden over de werknemers. Uit een bericht op de website van de VVJ blijkt bijvoorbeeld dat de familie Denolf dit jaar afziet van haar dividend in de winst van Roularta. Bij Belga leveren de twee managers 5 procent van hun vergoeding in. Het zijn symbolische maatregelen, maar ze tonen wel aan dat de solidariteit niet alleen van de overheid komt maar ook van de spelers zelf.

Private spelers in de audiovisuele sector lanceerden ook zelf een aantal noodfondsen. Zoiets kan ik natuurlijk alleen maar aanmoedigen. Ik benadruk wel dat spelers uit de mediasector die een beroep willen doen op middelen van internationale spelers, goed zullen moeten nagaan welke voorwaarden die daaraan koppelen. Ik denk aan de initiatieven en noodfondsen van Netflix, Facebook en Google, maar ook van Sabam en PlayRight. Sabam geeft zijn leden de kans om vervroegd geld op te nemen uit een sociaal fonds. Het gaat om een soort van spaarpot die automatisch wordt opgebouwd voor leden en normaal pas ter beschikking komt op hun zestigste levensjaar. Om deze moeilijke periode te overbruggen, wordt daar een uitzondering op gemaakt voor wie daar al een zekere som toe heeft bijgedragen. Ook PlayRight heeft een noodfonds opgericht.

De Belgische magazinepers – DPG Media, Roularta, Mac Advertising en Mediahuis – ondersteunt Belgische adverteerders met extra reclameruimte. Voor alle inlassingen in de periode van 1 april tot 15 juni 2020 wordt de aangekochte ruimte verdubbeld. Deze actie is geldig voor adverteerders met een hoofdkwartier in België en voor merken met een Belgische oorsprong.

Ook de lokale detailhandel is zwaar getroffen. Mediahuis, IPM, Pebble Media en Skynet geven aan lokale handelaars gratis banners weg op hun websites. Ook dat is een bemoedigend initiatief.

Ik heb uitvoerig gewezen op de acties van de Vlaamse overheid en andere overheden, en in het bijzonder van de mediasector zelf, die zich bijzonder veerkrachtig toont in deze tijd. Als minister van Media ben ik echt wel fier op het werk dat onze private bedrijven en openbare omroep nu afleveren. We hoorden op een bepaald moment dat de advertentiemarkt opnieuw actiever werd. Er zijn inderdaad hoopgevende signalen. Maar het blijft zeer precair, en de financiële toestand is zeer uitdagend.

In dat verband is er ook een vraag van de mediabedrijven om een fiscale incentive te hebben voor advertising, een vraag die deze commissie zou kunnen steunen. Ik hoor graag haar mening daarover. Ik heb in dat verband contact met de federale ministers en overheid om binnen de vennootschapsbelasting het fiscale voordeel te versterken voor investeringen van Belgische, Vlaamse, bedrijven in reclame en in marketing op onze Vlaamse mediabedrijven. Het gaat dus niet over publiciteit op Facebook en YouTube maar wel op onze televisie, radio en – digitale en papieren – geschreven pers. Dat zou een incentive met een grote impact kunnen zijn. Op die manier kan de reclamemarkt weer aangewakkerd worden op een moment dat de bedrijven geleidelijk aan zullen heropenen. Dat kan een boost geven aan onze Vlaamse economie. Het zou een sterk signaal zijn mocht deze commissie dit ondersteunen. Ik heb gisteren de meeste mediapartners gezien. Er was een vrij unanieme vraag van de bedrijven om dat te verdedigen ten aanzien van de federale overheid. Onze media zouden echt wel een boost kunnen gebruiken.

Ik heb ook heel veel vragen gekregen over de impact van de crisis op onder meer de onderhandelingen over de beheersovereenkomst met de VRT en de zoektocht naar een nieuwe CEO. De onderhandelingen over de beheersovereenkomst lopen door in een bijzonder goede sfeer, en met een bijzonder sterke input vanuit de openbare omroep zelf. In plaats van op mijn kabinet te vergaderen, worden de vergaderingen nu digitaal georganiseerd. Het is nog steeds onze intentie om de voorgestelde timing aan te houden, wat echter niet evident is in deze coronatijden. De huidige beheersovereenkomst loopt af op 31 december 2020. Het is ook de bedoeling dat de nieuwe CEO daarbij wordt betrokken. Hij of zij zal die nieuwe beheersovereenkomst moeten implementeren in de werking van de VRT. Dat zal niet zomaar business as usual zijn. Het zijn zeer uitdagende tijden, met een sterke digitalisering en internationalisering. De VRT moet daar klaar voor zijn, met een sterke beheersovereenkomst en een CEO die betrokken is geweest bij de grote strategische keuzes.

De geplande besparingen bij de VRT en de longreads op VRT NWS worden uiteraard meegenomen in de onderhandelingen. Ik kan daar niet op vooruitlopen.

Voor de zoektocht naar een nieuwe CEO loopt de procedure zoals vooropgesteld. Er is een beperkte impact geweest van de coronacrisis op dit proces: de search werd verlengd met één week om ervoor te zorgen dat de kwaliteit kon blijven geleverd worden, ook door onze partner voor search and selection, Hudson, in samenwerking met het Agentschap Overheidspersoneel. Die ene week vertraging hoeft onze ambitie niet in de weg te staan om tegen de zomer een beslissing te nemen.

We zijn ook bezig met de omzetting van de AVMD-richtlijn in het Mediadecreet. Dat wordt een grote opdracht voor de commissie Media in het najaar. Die omzetting heeft een kleine vertraging opgelopen. We zijn ver gevorderd in de inhoudelijke voorbereiding. Die is zo goed als afgerond. Het is de bedoeling om voor de zomer een definitief ontwerp van decreet te hebben, dat door de Vlaamse Regering kan worden goedgekeurd, zodat het na de zomer in deze commissie kan worden besproken. Dat is voor de planning van de commissie belangrijk. Hopelijk kunnen we elkaar dan fysiek terugzien om die discussie over dat zeer belangrijke thema aan te pakken.

Het nieuwe artikel 23, eerste lid, van de AVMD-richtlijn bevat een versoepeling van de zogenaamde 20-procentregel, namelijk dat men maar 20 procent reclame per uur mag uitzenden. We zijn aan het nagaan of het niet interessant zou zijn om die bepaling al sneller om te zetten omdat het de mediabedrijven zou helpen in tijden waarin de reclame-inkomsten dalen. We zouden het willen doen via een initiatief van de commissie, veeleer dan via een voorontwerp van decreet.

II. Bespreking

1. Vragen en opmerkingen uit de commissie

1.1. Stephanie D'Hose

Stephanie D'Hose: Deze crisis heeft een enorme impact op de mediasector, die het bovendien al langer moeilijk had met de tegenvallende reclame-inkomsten. Hij heeft nu ook een grote verantwoordelijkheid omdat de mensen op zoek zijn naar allerlei informatie en daar tijd voor hebben.

Het gelekte rapport van de Nationale Veiligheidsraad vond ik een spijtige zaak. Sommige media deden al alsof het een uitgemaakte zaak was. Op die manier creëert men veel onzekerheid bij de bevolking. Ik vroeg me af hoe de openbare omroep hiermee is omgegaan.

Verantwoordelijkheid kan ook iets positiefs zijn. Ik vernam bijvoorbeeld van een bevriend middenstander dat Het Nieuwsblad zijn zaak gratis had opgenomen in zijn digitale reclame-aanbod. Ook de minister heeft dergelijke initiatieven opgesomd.

De openbare omroep heeft een grote verantwoordelijkheid. Ik heb getweet over Vlaanderen Vakantieland aangezien we waarschijnlijk moeten profiteren van een staycation. Het zou dan goed zijn om de verborgen pareltjes van ons land te tonen, want anders gaat iedereen massaal naar de kust. We hebben natuurlijk geen rechtstreekse impact op de programmatie.

Het viel me op dat er nog altijd een groot sporthoofdstuk in Het Journaal komt, met vaak weinig nieuws. Ik vroeg me af of dit blok niet zou kunnen worden ingevuld met bijvoorbeeld cultuurnieuws of nieuws dat een glimlach brengt.

Over het noodfonds zijn er nog altijd heel veel vragen, ook als deze commissie het onderwerp cultuur bespreekt. Er wordt enkel gefocust op de gesubsidieerde sector. Minister Dalle gaf aan ook te willen kijken naar de productiesector, maar dat is een niet-gesubsidieerde sector. Hoe gaan we daarmee om?

Ik steun de oproep van de minister om aan de federale overheid een eventuele daling van de vennootschapsbelasting te vragen voor bedrijven die lokaal adverteren. Ook zijn voornemen om de 20-procentregel versneld om te zetten, zou ik heel snel willen uitvoeren.

1.2. Klaas Sloomans

Klaas Sloomans: De minister had het over mediahuizen die het nodig vinden om essentieel coronanieuws achter een betaalmuur te zetten. Hij zegt dat er zware inspanningen worden gedaan om dit te veranderen. Wij zouden voorstellen om eventueel een charter uit te werken om het nieuws dat betrekking heeft op de verspreiding van corona, gratis ter beschikking te stellen.

Voor de vaste redacteuren is er het systeem van de tijdelijke werkloosheid, maar voor de freelancers is het een drama. Een op de vier beroepsjournalisten is zelfstandig.

Een gelijkaardige situatie doet zich voor bij de cultuurjournalistiek, die de gevolgen ondergaat van het on hold zetten van de cultuurprogrammatie. Daarnaast zijn er nog de fotografen en de videojournalisten. De VVBJ meldt dat 90 procent van de persfotografen volledig tot stilstand is gekomen. Vallen ook die fotografen onder de regeling van de compensatiepremie?

We hebben ook vernomen dat de minister gisteren in een conference call voorstellen heeft besproken om freelancebijdragen te ondersteunen met 250 euro per artikel, voor een budget van 105.000 euro. Het zou gaan om tien artikels per medium. Klopt deze informatie? Wat is gisteren nog uit de bus gekomen?

Wat de check-check-checkcampagne betreft, bestaat er heel wat animositeit over de besteding van die middelen. Het gaat om 3 miljoen euro. Minister Dalle bewandelt twee sporen: enerzijds maximale verspreiding van de boodschap en anderzijds maximale ondersteuning van de sector, in het kader van de verloren advertentieinkomsten. Naar welk mediahuis hoeveel heeft gekregen, hebben we voorlopig het raden. Welke verdeelsleutel en parameters werden daarbij gehanteerd? Hoeveel heeft welk mediahuis ontvangen voor die campagne?

Daarbij aansluitend wil ik ook graag een antwoord op de vraag waarom bepaalde mediagroepen wel en andere niet werden geconsulteerd. Zo zou Apache, goed voor 5000 lezers, 5000 euro advertentie-inkomsten hebben gekregen maar de nieuwswebsite SCEPTR, goed voor ongeveer 30.000 lezers, geen enkele. Idem wat de lokale radio's betreft, die nagenoeg volledig afhankelijk zijn van advertentieinkomsten. De minister zei daarnet dat een op vijf over de kop dreigt te gaan. Zij zouden een deel van de koek van die check-check-checkcampagne zeker kunnen gebruiken.

Wat de regionale tv-omroepen betreft, is er sprake van een disproportioneel aandeel in negatieve zin. Als de informatie klopt, zijn de tien samen goed voor 25.000 euro of 0,8 procent van het totale advertentiebudget van 3 miljoen euro.

Minister Dalle heeft duidelijk gezegd dat hij dit doet om de sector te steunen, maar uit de berichten die wij ontvangen blijkt vooral een mattheuseffect waarbij wie veel heeft, het meeste krijgt. Zo maakte DPG Media gisteren zijn jaarcijfers bekend met een jaaromzet van 1,6 miljard euro, waarvan 129 miljoen euro winst. Er is stijgende krantenverkoop, in zowel de losse verkoop als het aantal abonnementen. Die groep dan een groter deel van de koek geven, lijkt me niet bepaald billijk ten opzichte van andere spelers die deze buffers niet hebben.

Wat de VRT betreft, hoeveel kandidaturen voor gedelegeerd bestuurder zijn er binnengekomen? Hoeveel daarvan komen in aanmerking?

Wat tot slot de programmatie betreft, had minister Dalle het terecht over een nood aan nostalgische uitzendingen. Mijn grootvader suggereerde om oude heroïsche voetbalwedstrijden uit te zenden. De commercieel betalende zenders zetten daarop

in. Kan de minister niet samen met de VRT bekijken hoe ook die dat eventueel in haar programmering kan opnemen?

1.3. Karin Brouwers

Karin Brouwers: In deze tijden is het inderdaad belangrijk dat de media hun werk goed kunnen blijven doen. Mensen hongereren naar nieuws over de crisis.

Wat het noodfonds betreft, moet de Vlaamse Regering nog beslissen hoe de 200 miljoen euro zal worden verdeeld. Daar is nogal wat discussie over omdat er in oorspronkelijke teksten van 1 april sprake was van gesubsidieerde verenigingen. In welke mate zal dit ruimer worden opgevat? De minister somde op met wie hij in gesprek is: ongeveer de hele mediasector eigenlijk. Mijn vraag is of ook de audiovisuele technologiebedrijven een rol spelen. Het lijkt me opportuun om die bij de gesprekken te betrekken.

De geleden schade moet worden bewezen, maar wanneer zal die worden uitbetaald?

Ik heb een vraag over de fiscale incentives gesteld omdat de UBA had voorgesteld om lokale adverteerders een fiscale incentive te geven. Dat is een federale materie, maar wij willen het principe graag ondersteunen. Het gaat in elk geval om lokaal adverteren. Het is positief dat na zoveel jaren van afwezigheid van overheidsadvertenties op regionale zenders, de 'Ik red levens'-campagne daar nu ook aan de orde is. Ik heb schriftelijk aan de minister-president gevraagd hoe die 3 miljoen euro is verdeeld. De berichten daarover zijn niet altijd even positief, behalve dan het feit dat er zeer breed wordt geadverteerd. Ik zou willen vragen om eventueel in een volgende fase lokale radio-omroepen te betrekken. Minister Dalle zegt zelf dat die het erg moeilijk hebben, maar ze bereiken samen ook wel 500.000 luisteraars.

Ik maak me grote zorgen over de heropstart van audiovisuele producties. Wil minister Dalle de lokale externe productiehuisen zo veel mogelijk betrekken bij toekomstige audiovisuele producties? Momenteel kunnen er geen films en series opgenomen worden.

De minister heeft geantwoord op mijn vraag omtrent zingeving en levensbeschouwing op de VRT in deze moeilijke tijden. De organisatie heeft zich goed herpakt met een mooi aanbod in de Goede Week. Ik heb ook gezien dat het programma *Wanderlust* op VRT NU te bekijken is. Ik heb in januari een vraag gesteld over het feit dat de pagina van Wereldbeeld op Canvas zou worden overgeheveld naar VRT NU. Het is spijtig dat dat nog altijd niet is gebeurd.

Ik steun de oproep van Stephanie D'Hose dat cultuur meer aan bod mag komen. Er is nog elke dag sport in het nieuws, terwijl er weinig sport te verslaan is. Op sociale media merken we dat heel wat culturele organisaties blijven voortwerken. Er verschijnen bijvoorbeeld nog nieuwe boeken. Het filmfestival MOOOV gaat online verder met wereldfilms. Daar zou ook wel aandacht naar kunnen gaan.

Er was het idee om Vlaanderen Vakantieland opnieuw uit te zenden. Daarnaast zie ik nog een andere mogelijkheid. In de commissie voor Toerisme, met minister Zuhal Demir, kwam aan bod dat we in de zomervakantie waarschijnlijk de verborgen pareltjes in ons eigen land zullen willen ontdekken. Ik zou willen suggereren om die verborgen parels op televisie te brengen. Het is misschien een zot idee, maar meestal zijn sportredacteurs heel sportief en dus zouden ze met fiets en camera op pad kunnen om die parels te filmen.

Mensen met dagcontracten in de media en culturele sector vallen tussen de mazen van het net. Ik weet dat dit in de eerste plaats een federale bevoegdheid is, maar heeft minister Dalle met zijn federale collega overlegd om voor de preciaire situatie van flexwerkers een oplossing te zoeken?

De minister sprak over een versoepeling van de 20 procentregeling voor reclame op televisie. Als de vraag van de mediasector komt om op die manier meer inkomsten te genereren, zouden we erop moeten ingaan. Als we snel willen gaan, zal het met een voorstel van decreet moeten. Ik kijk al rond of de collega's daartoe bereid zijn. Ik voel er alleszins veel voor om hiermee aan de slag te gaan. We kunnen moeilijk het hele Mediadecreet herzien in deze omstandigheden, maar dat ene artikel kan al aangepast worden om tegemoet te komen aan de moeilijkheden waarmee onze mediasector geconfronteerd wordt.

1.4. Katia Segers

Katia Segers: Uit de uitvoerige antwoorden van minister Dalle blijkt dat hij niet bij de pakken is blijven zitten. Er is al ongelooflijk veel werk verricht om ervoor te zorgen dat de brede mediasector niet kopje-onder gaat. Ik ben blij dat alle collega's dezelfde ingesteldheid hebben en ervoor willen zorgen dat alle mazen van het net gedicht worden. De minister laat zich bijstaan door een ruime taskforce, wat erg goed is.

Uit deze crisis blijkt wat essentieel is in onze maatschappij. Het gaat om een sterke overheid, een goeie sociale zekerheid en investeren in zorg, maar ook: cultuur en media. Mensen leven meer dan ooit in de media. Daarvan getuigen de cijfers, zowel op het vlak van fictie als betrouwbare journalistiek. Ik hoop dat we kunnen leren uit deze crisis. Na de heropstart van ons normale leven kan en mag het geen business as usual worden. We moeten hieruit leren en kijken waar onze prioriteiten liggen. Enerzijds blijkt hoe belangrijk de media voor ons zijn en anderzijds hoeveel mensen daar in heel preciaire statuten tewerkgesteld zijn. Er wordt vaak gewerkt met dagcontracten en freelancers.

Ik ben heel blij dat verschillende collega's dezelfde bedenkingen maken bij het noodfonds. Dat noodfonds zal een essentiële bijdrage leveren om de gaten in het net te kunnen dichten. Ik denk ook dat het niet voldoende zal zijn om dat fonds te reserveren voor de gesubsidieerde sector. Er is de heel brede audiovisuele sector, met flexwerkers en vele zelfstandigen, bijvoorbeeld persfotografen. Ik stel me trouwens vragen bij steun aan de sierteelt, die ook rekent op dat noodfonds, terwijl de tuincentra weer open zijn.

De meeste mensen in de cultuursector hebben preciaire statuten. Ik noem het trouwens liever 'de creatieve industrie', want ze is ruim. Het gaat bijvoorbeeld ook over marketing- en reclamebureaus. Sommige communicatiebureaus doen het heel goed. Zo draaien crisiscommunicatiebureaus massa's overuren. Maar andere hebben het een stuk moeilijker. We moeten dus kijken naar de brede creatieve industrie, die goed is voor een groot aandeel van onze economie.

Een tweede belangrijke les is het belang van een sterke openbare omroep. De VRT vervult haar rol op het vlak van betrouwbare informatie, ontspanning, educatief aanbod enzovoort. Via de chatbox die de VRT gelanceerd heeft, strijd ze ook tegen fake news. Dat toont aan hoe belangrijk een sterke openbare omroep is. Ik hoop dan ook dat we dat meenemen. In verband met de strijd tegen fake news verwees de minister al naar de initiatieven van onder andere Mediawijs. Ik hoop dat we hieruit kunnen leren.

Er werden verschillende vragen ingediend over de 3 miljoen euro voor de campagne check-check-check. Klaas Slootmans sprak van een ongelijke verdeling voor

de regionale omroepen. We hebben tien regionale omroepen, dus gaat het over ongeveer 3200 euro per regionale omroep. Dat is heel schamel in vergelijking met de bedragen die uitgekeerd worden aan de grote en sterke mediabedrijven. De cijfers over de omzet en winst van DPG Media zijn hier al bekend. Ik hoop dus op een faire verdeling, ook voor de regionale radio's, die een belangrijke rol spelen maar geen graantje kunnen meepikken.

Wat de situatie bij de grote mediabedrijven betreft, wil ik nog meegeven dat ze vandaag hoogdagen beleven. De mediaconsumptie is enorm gestegen. Minister Dalle stelt dat de reclame-inkomsten spectaculair dalen, maar ik zou graag op het einde van deze crisis bekijken of dat ook effectief is gebeurd. Ik kreeg daarover cijfers doorgestuurd van een doctoraatsonderzoeker aan de Universiteit Antwerpen. Ik vraag me af of de daling van de reclame-inkomsten wel zo dramatisch is als aangegeven wordt.

Wat nog maar zijdelings aangehaald werd, is de kwestie van de privacy en de apps om de coronamaatregelen op te volgen. Ik begrijp niet dat de Nationale Veiligheidsraad beslist heeft dat elk gewest een aparte app kan installeren. Kan minister Dalle er met de Vlaamse Regering op aandringen om in het hele land met één app te werken? Ik denk dan aan alle Vlaamse pendelaars die in Brussel werken.

Het inzetten van die app moet bovendien proportioneel gebeuren, subsidiair en sterk gecontroleerd. Er moeten sterke waarborgen worden ingebouwd op het vlak van privacy. De app moet ook een tijdelijk karakter hebben en een restrictieve toepassing. Er moet ook openheid zijn, zodat we weten wat er met onze data gebeurt. Die data mogen niet gecommercialiseerd worden.

De bevolking zal gesensibiliseerd moeten worden tot meer bereidheid om die app te installeren. Het Kenniscentrum Data & Maatschappij heeft een enquête gelanceerd, waarvan de resultaten vorige week bekendgemaakt werden. Momenteel blijkt slechts de helft van de Belgen bereid te zijn om een dergelijke app te installeren. Als minder dan 60 tot 70 procent van de mensen die app gebruikt, werkt dit niet en zal er een vals gevoel van veiligheid gecreëerd worden. Kunnen de bevoegde ministers daarvoor aandacht hebben?

Aansluitend bij het privacy-aspect: we werken vandaag in het Vlaams Parlement met Zoom. Zoom is heel gebruiksvriendelijk, maar helaas ook heel problematisch op het vlak van privacy. Ik las vandaag een krantenartikel over een inbreuk tijdens een colloquium van de Jonge Academie, waardoor een participant tijdens de vergadering verschrikkelijke kinderpornobeelden toonde. Ik roep de commissievoorzitter dan ook op om op het Uitgebreid Bureau aan te kaarten of Zoom wel het gepaste medium is.

Ik heb vooraf ook vragen over inclusie ingediend. Gisteren ging het er nog over in de plenaire vergadering (*Actuele vragen* Vl.Parl. 2019-20, nr. 465). Als we dachten dat in Vlaanderen de digitale kloof gedicht was, worden we nu met de harde realiteit geconfronteerd. Er zijn in Vlaanderen 150.000 kinderen die geen of onvoldoende toegang hebben tot wifi en laptops. De levering van die laptops gebeurt veel te traag. Het gaat overigens niet alleen over jongeren, maar ook over ouderen. Dezelfde digitale kloof bestaat ook bij oudere mensen, die nu echt alleen zijn. Maak daar dus in de toekomst ook zeker werk van.

Voor maatregelen met betrekking tot film en de audiovisuele sector verwees minister Dalle naar Europese initiatieven. Dat is goed, en ik reken erop dat hij er vanuit Vlaanderen voor zorgt dat de filmindustrie en audiovisuele sector deze crisis zonder te veel kleerscheuren te boven komen. Laten we zeker ook naar Nederland kijken. In Nederland heeft Netflix samen met het Nederlands Filmfonds 1 miljoen euro vrijgemaakt om de sector te ondersteunen.

Ik kom nog even terug op de rol van de VRT op het educatieve aanbod. Sinds gisteren brengt de BBC Bitesize, een dagelijks aanbod van livelessen. Al doet de VRT vandaag zeer goede inspanningen en haalt ze alles uit de kast – zeker gezien de besparingen –, ze teert toch vooral op wat al bestond. Misschien moeten we toch maar nagaan of ze nog iets van de BBC kan leren. Minister Dalle zou op korte termijn nog moeten analyseren of hij extra middelen kan inzetten opdat onze leerlingen maximaal van het televisieaanbod zouden profiteren.

In verband met de vraag rond de fiscale incentives voor de mediabedrijven, moeten we zoals gezegd eerst weten hoe groot de daling van de advertentie-inkomsten effectief is geweest, en wat de balans is met de meeropbrengsten. Dit moet gebeuren op basis van objectieve data. Voorts moeten we kijken hoe de situatie is bij de kleine initiatieven.

Ik deel ook de bezorgdheden van de collega's over coronaberichten achter een betaalmuur. Men beperkt zich vaak tot de meest vitale informatie, terwijl er nog veel te veel berichten achter die muur verdwijnen.

Ik wil zeker een versoepeling bekijken van de regelgeving rond het aandeel reclame per uur, dat nu naar 24 uur wordt uitgebreid. Maar dan moeten er duidelijke regels komen, opdat we niet in primetime een halfuur reclame op een uur uitzending zouden krijgen. Het zou een gemakkelijke oplossing zijn om alle reclame naar primetime te verschuiven en de nachturen te vullen zonder reclame. Ik besef natuurlijk wel dat mediabedrijven slim genoeg zijn om te weten dat mensen dan uiteindelijk afhaken. Maar er moeten toch bepaalde regels worden ingebouwd.

Elisabeth Meuleman, commissievoorzitter: Katia Segers stelde het gebruik van Zoom in vraag. Dat is uitgebreid onderzocht door de IT-afdeling en het is ook al op het Uitgebreid Bureau aan bod gekomen. Het Vlaams Parlement maakt gebruik van een betalende versie van het programma, en die zou veiliger en betrouwbaarder zijn dan de gratis versie, waar een aantal problemen rond privacy zijn opgedoken.

1.5. Marius Meremans

Marius Meremans: Onze dank voor de maatregelen van de Vlaamse Regering. Het gaat hier voornamelijk om tijdelijke maatregelen. De lakmoesproef volgt nadien. Het is in elk geval belangrijk dat we het medialandschap overeind houden, wat al een heel zware klus zal zijn.

Mijn vraag gaat over het ondersteunen van Vlaamse artiesten. Hoe zal de VRT hen extra ondersteunen, nu ze geen concerten meer kunnen geven? Zijn daar ideeën over? Artiesten krijgen natuurlijk wel wat inkomsten als hun muziek op de radio wordt gespeeld, maar dat gaat over een heel klein bedrag. Kan de openbare omroep niet meer doen? Ik denk dan vooral aan de komende zomer.

Wat de coronacampagne betreft, delen we de kritiek van onder meer Klaas Slootmans dat niet alle Media.21-actoren aangeschreven zijn, zelfs al is hun bereik groter dan dat van andere die wel zijn aangeschreven. Vanwaar dat onderscheid?

Het is alleszins niet aan ons om te zeggen wat voor nieuws er moet worden gemaakt, maar men moet toch voor voldoende variatie zorgen. We zijn ook wat bezorgd over het zogenaamde infotainment. Daarin moeten er genoeg verschillende stemmen aan bod komen. Ik begrijp dat een evenwicht tussen informatie en duiding nodig is, maar pleit voor voldoende variatie in die duiding.

Karin Brouwers stelt dat de VRT zich in de Goede Week heeft herpakt als het over zingeving gaat. Maar van de Goede Week heb ik niet veel gezien. Het was een heel

magere programmatie op de VRT. Het verschil met de andere zenders was groot. Er zijn heel veel mensen alleen thuis, en veel van hen zitten met vragen. Dan lijkt zingeving me toch niet onbelangrijk. Pasen heeft daarin een bepaalde rol te spelen in onze christelijke westerse traditie, maar ik heb daar weinig van gezien. Ik betreur dat.

In verband met toerisme heb ik gezien dat Tom Waes een oproep heeft gedaan om dicht bij huis te gaan kijken, en terecht. Het toont aan hoe de VRT beseft dat ze daar een belangrijke rol in te spelen heeft.

Wat educatieve programma's betreft: een grote pluim voor de VRT.

Ook prima zijn de campagnes om lokaal te kopen. Als er misschien enigszins een voordeel aan deze crisis is, dan is het dat lokale handelaars of de lokale landbouwers meer aandacht krijgen.

Wat de beheersovereenkomst betreft, zie ik geen enkele reden om de timing te verschuiven. We hebben maar één hoorzitting gemist, het werk kan gewoon voortgezet worden, zeker voor de aanwerving van de CEO.

De burger moet beseffen dat we de economie opnieuw zullen moeten opbouwen. Wat het noodfonds betreft, moet men nagaan wie echt schade geleden heeft. Men zal niet alles en iedereen kunnen ondersteunen. Ik verwacht van de minister dat hij daarin de nodige keuzes maakt en in het parlement motiveert.

Wat cultuur betreft, kan de ondersteuning ook gebeuren via digitale uitzendingen. Ik kijk hier ook uit naar initiatieven van de VRT.

1.6. Gustaaf Pelckmans

Gustaaf Pelckmans: Eerst wil ik minister Dalle feliciteren met zijn uitgebreide antwoord maar vooral om de fascinerende oprechtheid waarmee hij het brengt. Zoiets schept vertrouwen.

Maar ik heb toch een aantal bemerkingen. Ik heb het gevoel dat er iets vreemds aan de hand is. Er is een 'booming business': er is nog nooit zoveel geluisterd, gekeken, gedigitaliseerd via allerlei kanalen, omdat mensen nu tijd hebben. Dat is een enorme rijkdom, maar blijkbaar toch onvoldoende om een goed businessmodel aan te koppelen. Hoe meer kijkers en luisteraars, hoe meer mogelijke advertenties. Natuurlijk zal de economische recessie als gevolg van de coronacrisis daar voor een stuk tussen zitten. Ook ik vind dat we die balans moeten maken, maar niet alleen die balans. De mediabedrijven moeten ook creatief durven nadenken of dat inkomstenmodel alleen via de advertentiemarkt gecreëerd kan worden.

Er is al heel veel gezegd over de freelancers en de flexwerkers. Op dit moment blijft het onduidelijk wat daar nu mee gebeurt. Er is een mooi monsterverbond mogelijk tussen de twee bevoegde ministers Benjamin Dalle en Jan Jambon. Samen moeten ze in staat zijn om daar eindelijk eens een antwoord op te formuleren. Ik dring daar zo op aan omdat we in de media-, maar nog meer in de cultuursector weten dat we nog heel lang in die crisis zullen zitten. Het zal nog lang duren vooraleer we opnieuw liveactiviteiten kunnen doen.

Ik zie voor het leven na de crisis bepaalde zaken gelijklopen in cultuur en media. Het statuut van de journalist en dat van de kunstenaar vertonen overeenkomstige problemen en oplossingen. Die zaken zouden de twee vermelde ministers best eens met elkaar afstemmen. Steeds betreft het mensen die onregelmatig werken, voor verschillende huizen functioneren, onafhankelijkheid hoog in het vaandel dragen en eventueel buitenlandse opdrachten aanvaarden. Ik zeg dit omdat op dit moment

in de Federale Regering echt nagedacht wordt over het statuut van de kunstenaar. Neem dat van de journalist dan ineens mee.

Het zal niemand verwonderen dat ik een grote fan ben van onze openbare omroep. Ik wil nog even de koppeling maken met de cultuursector. Die heeft het heel moeilijk, en dat zal nog lang duren. Cultuur bedrijven op anderhalve meter is even moeilijk als de liefde bedrijven op anderhalve meter. Die sector heeft de steun van de media nodig. Ik ben een grote fan van de campagne om al de digitale acties van de cultuursector te bundelen en te promoten, maar vraag me echt af waarom dat alleen op Canvas moet gebeuren. Zijn alleen de Canvasmensen in Vlaanderen cultuurmensen? Ook bij de éénkijkers en de radioluisteraars zijn er mensen die cultuur lusten. Het zou ook mooi zijn als die campagne gevoerd werd bij de collega's van de commerciële omroepen. Het opengooien van deze campagne zou een van de eenvoudigste en goedkoopste steunmaatregelen zijn die we op dit moment kunnen aanbieden. Vervang de weinige sport die er nu is, door leuk cultuurnieuws.

Wat de fiscale tegemoetkomingen betreft, ben ik het helemaal eens met Katia Segers. Groen is ook bereid dat ernstig te bekijken. Als we daar ingrijpen, moeten we dat ook koppelen aan het herzien van de steun aan de kleine, onafhankelijke spelers.

Sinds 1 april 2020 wordt al voortdurend het zogenaamde noodfonds aangehaald, dat de ultieme oplossing zou zijn. Maar er blijven nog zo veel vragen over waarop we toch een antwoord moeten krijgen. Als de sierteelt beweert dat hij al meer dan 110 miljoen euro schade heeft opgelopen, zou er maar 90 miljoen euro overblijven voor de media, de jeugd, de sport en blijkbaar voor sommige schoolreizen. Laat ons eerlijk zijn, hiermee zullen we in de problemen raken. Ik dring er zeker niet op aan om dat snel te doen. Het moet vooral goed worden gedaan. Groen is zeker akkoord om er ernstig, maar ook kritisch over na te denken om ook de niet-gesubsidieerde werkers en sectoren erbij te betrekken. De ministers Dalle en Jambon hebben twee zware stemmen in dat debat. Laat het vooruitgaan, de sector wordt ongeduldig.

Ik wil besluiten met twee bezorgdheden. Een aantal collega's stelden dat niet alleen voor Thuis en Familie de opnames stilvielen. Bij uitbreiding hoor ik dat van de hele mediasector, zeker de fictiesector. Wegens de distancing kunnen er geen opnames gebeuren. Dat baart me zorgen op middellange termijn. Alles wat nu niet kan worden opgenomen en gemonteerd, kan later ook niet worden uitgezonden. Ik hoop dat we dan niet met een heel verschaald aanbod komen te zitten op onze zenders, met alleen maar ingekochte buitenlandse producties. Hiervoor heb ik helaas geen oplossing. Ik roep enkel op om deze sectoren zo vlug mogelijk aan het werk te krijgen en daarvoor eventueel ook in steunmaatregelen te voorzien.

Het valt me op dat heel veel mensen opnieuw naar de radio luisteren. Als één medium wat ondergesneeuwd is geraakt, zelfs in onze VRT-hoorzittingenmarathon, is het wel radio. Ik wil voor dat medium extra steun vragen en extra aandacht in de commissie. Het is een medium met enorm veel mogelijkheden, dat snel en actueel kan werken. Ik doel niet alleen op de openbare omroep maar ook op de andere. We moeten onder meer in de beheersovereenkomst met de VRT wat meer aandacht hebben voor dat fantastische radiomedium.

2. Antwoordenronde

2.1. Minister Benjamin Dalle

Benjamin Dalle, minister: Ik dank de commissie voor de opmerkingen, suggesties en bijkomende vragen. Heel wat zaken zijn aandachtspunten voor de komende weken en maanden. Ik probeer de bijkomende vragen correct te beantwoorden.

Stephanie D'Hose verwees naar een tweet over Vlaanderen Vakantieland. Ik moet die nog nakijken om te retweeten. Ik geloof dat Reizen Waes nu ook zal focussen op binnenlandse reizen. Dat is misschien een moderne versie van Vlaanderen Vakantieland. De programmatie kan zeker bekeken worden, om te zien wat de mogelijkheden zijn.

Heel wat collega's maakten opmerkingen over de sportberichtgeving in Het Journaal. De sportactiviteiten gaan vandaag niet door, maar sport ligt veel Vlamingen na aan het hart. Ik beslis niet over de programmatie, maar pleit evenmin voor een afschaffing van het sportnieuws. Men kan daar creatief nieuws brengen. Ik denk aan hoe de Ronde van Vlaanderen werd georganiseerd en gebracht. Ik vond het bijzonder interessant en innovatief, hoe sport en gaming in die uitzending van Sporza werden samengebracht.

Ik beaam dat Het Journaal nog veel aandacht heeft voor sport, maar daarnaar is er ook echt vraag. De leden vragen wel terecht om ook voldoende aandacht te hebben voor andere soorten nieuws. Gustaaf Pelckmans had het over cultuur en Marius Meremans over economisch nieuws. Men moet naar een nieuw evenwicht streven. De mediabedrijven zoeken daarnaar.

Stephanie D'Hose vroeg ook naar de focus van het noodfonds op gesubsidieerde sectoren. Dat is de basisfocus van het fonds. Het departement vertrekt samen met minister-president Jambon en mezelf van cultuur, jeugd, media en sport.

De schade in de sierteelt zullen we samen met minister Crevits moeten nagaan.

Media is niet op dezelfde manier als Cultuur of Jeugd een gesubsidieerde sector. Uiteraard zijn er daar ook belangrijke private inkomsten. De grote mediabedrijven werken bijna niet met subsidies. Anderen hebben wel financiering vanuit subsidies, zeker vanuit de dotatie aan de openbare omroep. Maar het is inderdaad atypisch. Als ik het had over een productiesector die zwaar geraakt wordt, dan is de opmerking pertinent dat hij met private inkomsten werkt.

Het VAF speelt een belangrijke rol in de productie van games en fictie. Voor non-fictie moeten we dat bekijken. In het kader van het noodfonds zoeken we naar mogelijke oplossingen, maar zonder vandaag al verwachtingen te willen creëren. Vele bedrijven lijden vandaag schade. Er zijn algemene maatregelen. We zullen zeer selectief moeten omgaan met de beperkte publieke middelen die hiervoor kunnen worden ingezet.

Klaas Sloomans verwees naar de betaalmuur. In een aantal gevallen zijn berichten over corona betalend. De informatie over het virus die mensen echt moeten kennen met het oog op de volksgezondheid, en waarover er richtlijnen na te leven zijn, lijkt wel degelijk gratis beschikbaar. De links waarnaar de vraagsteller verwijst, betreffen inderdaad artikelen over corona, maar veeleer meerwaardeartikelen. Ik wens in deze context zeker niet het businessmodel van onze bedrijven onderuit te halen. Wij hebben daar al herhaaldelijk met hen over gesproken. Ze hebben zich al verregaand geëngageerd.

Ik begrijp dat er soms frustratie is bij lezers. Mensen hebben ten onrechte de idee opgevat dat nieuws altijd gratis moet zijn. We hebben een fantastisch gratis onlineaanbod, op onder meer VRT NWS, maar ook bij privéspelers. Op het moment dat papieren kranten minder belangrijk worden dan het digitale aanbod moeten we ook aanvaarden dat kwaliteitsvol digitaal nieuws van de privémediabedrijven voor een deel betalend is. We moeten daar echt eens over nadenken. Niemand vindt dat een papieren krant met heel veel nieuws over corona gratis moet worden verspreid. Zeker niet als we wensen dat Vlaanderen een sterke privémediasector behoudt. Maar ik begrijp de zorg.

Via VRT NWS is hoe dan ook al het noodzakelijke nieuws aanwezig. Daarnaast is op de privénieuwssites al het noodzakelijke materiaal over corona dat rechtstreeks impact heeft op de volksgezondheid, eveneens gratis raadpleegbaar.

Voorts maakte Klaas Sloomans gewag van een concreet voorstel dat aan bod zou gekomen zijn op mijn overleg van gisteren. Ik moet toegeven dat ik dat voorstel niet heb genoteerd of gehoord. Voorzitter, kan het lid dat verduidelijken?

Klaas Sloomans: We hebben vernomen dat op een vergadering van gisteren met onder andere Media.21 een voorstel zou zijn besproken. Er zou een budget van 105.000 euro zijn voor de verschillende partners, waarbij 250 euro per artikel zou worden toegewezen.

Benjamin Dalle, minister: Ik kan dat niet bevestigen. Er zijn geen cijfers genoemd, maar de vertegenwoordiger van Media.21 heeft wel aandacht gevraagd voor ondersteuning van de kleine spelers met freelancers. We staan er uiteraard voor open om dat te bespreken.

Er zijn heel wat vragen over de check-check-checkcampagne van de Vlaamse overheid. Ik moet herhalen dat kabinetten en ministers niet tussenbeide komen in het operationele aspect daarvan. Het was inderdaad een vraag van de minister-president en mezelf om ook de regionale omroepen te betrekken. De campagne is trouwens nog niet afgelopen. Maar niet de politiek bepaalt de campagne. Het Departement Kanselarij en Bestuur en onze mediapartner beheren de campagne doelmatig, ook op marketingvlak. De prijzen van een uitzending verschillen bovendien tussen bijvoorbeeld VTM en een regionale zender. Het is ook de eerste keer dat in een campagne van de Vlaamse overheid doelbewust wordt gekozen om ook de digitale partners van Media.21 te betrekken.

Ik deel de analyse en bezorgdheid van sommige commissieleden met betrekking tot het grote belang van de lokale radio's. De kanselarij van de minister-president heeft ongelooflijk sterk werk geleverd bij de lancering van deze campagne, samen met zijn en mijn eigen kabinet.

Het probleem met lokale radio's is dat ze geen gecoördineerde reclameregie hebben. Men zou dus een contract moeten afsluiten met elke radiozender individueel. Dat is niet onmogelijk maar zou enorm tijdrovend zijn en zou zelfs extra aanwervingen bij de kanselarij noodzakelijk maken. De regionale omroepen werken wel gecoördineerd. Het zou zinvol zijn mochten de lokale radio's ook over een dergelijke coördinatie beschikken.

Er was een suggestie om heroïsche sportuitzendingen te herhalen. Voor wielervedstrijden gebeurt dit al. Voor voetbalwedstrijden moet het ook mogelijk zijn, maar het is aan de VRT om dit te bekijken.

Karin Brouwers vroeg of bij het overleg van gisteren ook de bedrijven waren betrokken die bezig zijn met mediatechnologie. Dat is het geval via de koepel V.O.T.F.

Over de migratie van Wereldbeeld naar VRT NWS heb ik in de commissie van 13 februari (*Vragen om uitleg* VI.Parl. 2019-20, nr. 1180) gezegd dat die vergraving had opgelopen. Door de coronacrisis is de migratie nog niet kunnen gebeuren.

In de sectoren Cultuur en Media zijn freelancers en flexwerkers inderdaad heel belangrijk. Er werken ook veel payrollers op basis van tijdelijke en korte contracten. Als ze geen contract hadden getekend voor 13 maart, komen ze inderdaad niet in aanmerking voor tijdelijke werkloosheid en evenmin voor de andere maatregelen. In die sectoren is het gebruikelijk dat contracten pas worden getekend bij aanvang van de prestatie. Ik ben op de hoogte van deze problematiek. We hebben

al contact gehad met federaal minister Nathalie Muylle om na te gaan welke mogelijkheden er zijn, aangezien heel wat daarvan federaal is geregeld.

Katia Segers polste of de reclame-inkomsten wel echt zo drastisch zijn afgenomen en vroeg of dit niet vanzelf goed komt na de crisis. Ook Gustaaf Pelckmans heeft ernaar verwezen. Ik kan bevestigen dat dit wel degelijk het geval is. Die daling van inkomsten is zeer ingrijpend. Het bereik van de media is vandaag inderdaad uitzonderlijk groot. We zouden ervan kunnen uitgaan dat adverteerders daardoor een groot belang hebben om nu te adverteren, maar het aanbod waarvoor vandaag geadverteerd kan worden, is heel beperkt. Op dit moment zijn heel weinig winkels open – misschien komt daar de volgende weken verandering in – waardoor er ook weinig promoties zijn. Verder zijn er ook weinig evenementen, terwijl ook daarvoor normaal veel reclame wordt gemaakt. Dat heeft een grote impact. Voor de VRT worden de minderinkomsten op jaarbasis op 15 à 20 procent geschat. Hetzelfde geldt voor SBS en DPG Media. Ook Roularta ondergaat een enorme impact, zeker ook met zijn gratis en andere tijdschriften.

Als de markt inderdaad opnieuw aantrekt, kan een deel van dat verlies in het najaar worden goedge maakt. Dat hoop ik alvast. Het zou echter jammer zijn om de steun daarmee in verband te brengen. Die steun kan net voor een versterkt effect zorgen in het herstel van de reclame-inkomsten, enerzijds door een fiscaal voordeel binnen de federale vennootschapsbelasting en anderzijds door een versnelde flexibilisering, die er sowieso aankomt bij de omzetting van de AVMD-richtlijn.

Het gaat overigens over een flexibilisering in de tijdspannes van 6 uur 's morgens en 20 uur 's avonds enerzijds, en tussen 20 uur 's avonds en 24 uur 's avonds anderzijds. Ik deel hierin niet het wantrouwen van Katia Segers. Onze mediabedrijven willen natuurlijk dat hun kijkers blijven kijken naar hun aanbod. Een primetime volstoppen met reclame zou de kijkers massaal doen afhaken. Ik ben geen voorstander van een betuttelende visie op media waarbij de overheid al die zaken zou moeten vastleggen. Ik zal dan ook samen met de meerderheid en de leden van de oppositie die daartoe bereid zijn, bekijken hoe we die flexibilisering versneld kunnen doorvoeren.

Voorts had Katia Segers het over e-inclusie. Die geldt niet alleen voor jongeren en kinderen maar ook voor senioren. Ik verwijs naar de initiatieven van de ministers Beke en Somers om in tablets te voorzien in woonzorgcentra en van minister Weyts om in laptops te voorzien in het onderwijs. Ik deel wel de mening van Katia Segers dat dit een grote zorg is voor de bijzonder kwetsbare jongeren en kinderen. Het stopt ook niet bij de hardware. Ik ben dan ook aan de slag met het Kenniscentrum Mediawijsheid om de ondersteuning en vorming te versterken.

Voorts verwees hetzelfde lid naar de app. Federaal minister Philippe De Backer wilde die eerst op federaal vlak realiseren, maar dat komt dus de regio's toe. Minister Beke is er al uitvoerig op ingegaan. Als mediaminister wil ik een goed evenwicht tussen de volksgezondheid en de privacy.

Marius Meremans had het over de ondersteuning van de Vlaamse artiesten. De VRT en de private radio- en tv-zenders zetten zich daarvoor in, maar we zullen moeten nagaan of we na de crisis nog meer kunnen doen.

Wat zingeving betreft, is de paasmis uitgezonden. Het klopt dat niet alle elementen van de Goede Week op de VRT aan bod zijn gekomen. Er was wel een mooi aanbod via Kerknet, en er zijn private initiatieven. Ik denk dan ook dat er een mooi mediaaanbod was tijdens de Goede Week. Ikzelf heb het via mijn eigen sociale media-kanalen en communicatie proberen te versterken.

Wat de openbare omroep betreft, bepaalt de beheersovereenkomst dat een dergelijke programmatie elk jaar samen met de vertegenwoordigers van de verschillende religies en levensbeschouwingen wordt bepaald. Voor de Goede Week gebeurt dat in samenspraak met de christelijke overheden in ons land, zoals die ook vragen. Als dat in de toekomst anders moet, kan daarover worden gediscussieerd. Die afspraken zijn gemaakt conform de beheersovereenkomst. Voor de volgende beheersovereenkomst moeten we eens goed nadenken hoe we rond levensbeschouwing kunnen werken. Het gaat niet alleen over de religies die ons land rijk is, maar ook over zingeving. We moeten eens nadenken over een innovatieve manier om daarmee om te gaan.

Ik heb al gewezen op het belang van flexwerkers en freelancers. We zullen dat de volgende jaren blijven opvolgen. Ik zal de suggesties van Gustaaf Pelckmans ter zake, zeker bekijken.

Ik begrijp ook zijn zorgen over de programmatie en het feit dat er heel weinig nieuwe opnames zijn. Een positief element is dat het MB opnames toestaat. De media in de brede zin van het woord zijn een essentiële sector. Ze mogen hun werk doen mits er social distancing is. We moeten nadenken hoe we dit kunnen aanpakken maar veel zal afhangen van de evolutie van het virus en van het advies van de virologen.

Ik deel het belang dat Gustaaf Pelckmans aan de radio hecht. Net als Stef Bos hou ik van de radio. Het is absoluut hoopgevend dat de radio het vandaag zo goed doet. Er is een verdrievoudiging van het gebruik van DAB+, van 3 naar 9 procent. Internetradio heeft voorlopig nog een beperkt aandeel. Ik maak me vooral zorgen over het feit dat de jongere generatie tot 25 jaar nog zelden de weg vindt naar de radio. In die zin is de recentste trend wel bemoedigend. We moeten sterk inzetten op de digitalisering van de radio, om radio nog aantrekkelijker te maken bij jonge mensen.

De media staan vandaag in de vuurlinie van deze crisis. Dus ben ik blij dat we in Vlaanderen op een zo sterke mediasector kunnen rekenen. Dat is bijzonder hoopgevend, ook voor de toekomst van onze media en voor mediagebruikers in Vlaanderen.

2.2. Aanvullende vragen en antwoorden

Katia Segers: Ik dank de minister voor de gedetailleerde en uitgebreide antwoorden. Ik ben tevreden en positief over hoe de zaken worden aangepakt.

In verband met de aanwerving van de nieuwe CEO van de VRT gaf de minister aan dat de procedure met een week werd verlengd. Is die al afgelopen? Wat is de precieze timing?

Mijn bezorgdheid in verband met de versoepeling van de reclamereglementering is niet betuttelend. Ik heb zelf aangegeven dat mediabedrijven beseffen dat mensen zullen afhaken als ze hun primetime vol reclame stoppen. Ik zou toch willen oproepen om bepaalde principes niet zomaar los te laten. We kunnen versoepelen, maar moeten wel de garantie hebben op kijkcomfort voor de lineaire kijkers.

Mijn grootste bezorgdheid blijft de heel precare positie van freelancers, mensen met dagcontracten, bijberoepers en iedereen die op zelfstandige basis in die sector werkt. Er is een groot probleem met contracten die nog niet waren afgesloten op 13 maart maar waar wel al engagementen voor waren aangegaan. Minister Dalle wil dit dus samen met federaal minister Muylle bekijken. Daar hecht ik veel belang aan. De verlenging van de tijdelijke werkloosheid wegens overmacht is inderdaad federale materie, maar ik hoop dat minister Dalle die meeneemt in de gesprekken.

Blijkbaar is het nog onzeker of die wel zal kunnen gegarandeerd worden tot eind augustus. Ook het overbruggingsrecht zou verlengd moeten kunnen worden na 30 april. Zo niet zullen er zich in mei sociale drama's afspelen.

Karin Brouwers: Het VAF is een belangrijke ondersteunende organisatie. Wat kan het nog meer doen dan vandaag?

Er is momenteel weinig consumptie, waardoor er weinig reclame gemaakt kan worden. Er zijn ook geen evenementen waarvoor reclame kan worden gemaakt. Er is dus heel weinig uit de markt te halen, en we moeten doen wat we kunnen. Ik wil mevrouw Segers geruststellen dat het niet de bedoeling kan zijn om mensen in primetime een half uur te bombarderen met reclame.

Laat ons hopen dat de reclamemarkt zich dit jaar nog herpakt. We zullen er dan voor moeten opletten dat de Var, die de reclameregie voor de VRT doet, niet marktverstoring zal werken in een streven om haar jaarinkomen alsnog te halen. Ik weet niet wat we daar onmiddellijk tegen kunnen doen, maar we moeten waakzaam zijn dat we op die manier de commerciële sectoren niet helemaal de das omdoen.

Klaas Sloopmans: Ik dank de minister voor zijn antwoorden. Wat betreft de check-check-checkcampagne vermeldt hij als reden waarom de lokale radio-omroepen niet geconsulteerd zijn, dat er geen gecentraliseerd platform is en geen coördinatie. Ik vind dat een flauw excuus. 105 spelers is inderdaad veel, maar niet onoverkomelijk. De minister zegt zijn steun toe maar zonder de daad bij het woord te voegen. Er zal dus een tandje bij gestoken moeten worden als we willen dat er morgen nog lokale radio-omroepen zijn.

We hebben evenmin antwoord gekregen op de vraag waarom bepaalde media-actoren wel en andere niet zijn geconsulteerd. Met name denk ik dan aan SCEPTR.

De minister heeft ook niet geantwoord hoe de 3 miljoen euro precies is verdeeld, noch hoeveel kandidaturen voor gedelegeerd bestuurder van de VRT er zijn binnengekomen en hoeveel daarvan er in overweging zijn genomen.

Ik voel een breed draagvlak in verband met Vlaanderen Vakantieland. Het is ook al ter sprake gekomen in de commissie Toerisme, waar minister Zuhair Demir dat voorstel van tafel heeft geveegd omdat binnenlands toerisme naar haar eigen zeggen haar bevoegdheid niet zou zijn. Ik veronderstel dat dat dan Benidorm of Tenerife is, maar laat die woorden voor haar rekening. Ze stelde dat het een zaak is van de provincies en dat die hun verantwoordelijkheid maar moeten nemen om het lokale toerisme aan te zwengelen. Ik vind dat een vreemde redenering. Misschien is het raadzaam om de koppen daarover bij elkaar te steken.

Benjamin Dalle, minister: Wat de gedelegeerd bestuurder van de VRT betreft, was de uiterste inschrijvingsdatum voor kandidaturen oorspronkelijk 3 april 2020, maar is die met een week uitgesteld tot 10 april. Ik zal niet ingaan op details over de lopende procedure, omdat dat niet gebruikelijk en niet aangewezen is.

Wat de vraag van Katia Segers over de reclame betreft, zal ik contact opnemen met de meerderheidspartijen, het commissiesecretariaat en de voorzitter om te bekijken of het tekstvoorstel dat we zullen bezorgen, goedgekeurd kan worden. Ik hoop dat dat kamerbreed ingediend en goedgekeurd kan worden.

Ik begrijp de zorgen over de freelancers en de tijdelijke werkloosheid. Als alle grote evenementen tijdens de zomervakantie effectief geannuleerd worden, heeft dat natuurlijk ook een impact op de mediasector. Ik wil dat zeker verder bekijken.

Karin Brouwers had nog vragen bij de mogelijke rol van het VAF. Het heeft al een aantal maatregelen genomen om de nodige flexibiliteit te hanteren bij de opvolging van zijn dossiers. Twee elementen komen de komende weken nog aan bod: de bespreking met Netflix over hun noodfonds en een eventuele extra ondersteuning vanwege het VAF tijdens deze moeilijke periode.

Wat de reclame-inkomsten betreft, kan ik alleen maar de woorden bevestigen van Karin Brouwers: er is minder reclame, want er is minder vraag naar. Ik hoop dat die vraag binnen enkele weken of maanden kan hernemen. Elke incentive is daar goed voor.

Ik begrijp de zorg in verband met de Var. Op dit moment hebben we geen initiatieven om daarin tussenbeide te komen. Ook de VRT lijdt onder de crisis. De dotatie blijft uiteraard gegarandeerd, maar ze verliest belangrijke commerciële inkomsten. Dat gaat over miljoenen euro's. Ik vermoed dat die reclame-inkomsten wel weer zullen toenemen vanaf dat het weer beter gaat met de economie. In de beleidsnota Media staat de visie dat een kwaliteitsvolle, marktversterkende openbare omroep, evenals een sterke private mediasector, belangrijk is. Dat blijft een aandachtspunt.

Voor Klaas Slootmans kan ik alleen maar herhalen wat ik al zei over de lokale radio's. De kanselarij en de mediapartners hebben dag en nacht gewerkt aan de mediacampagne, die heel snel uitgerold moest worden. 105 onderhandelingen voeren was op dat moment niet mogelijk.

SCEPTR is geen lid van Media.21, wat misschien verklaart waarom de kanselarij met hen geen contact heeft gehad.

Het commissielid had ook vragen over de verdeelsleutel. Maar stel dat ik die verdeelsleutel meegeef en dat daar commentaar op zou komen? Ik zou het eigenlijk bijna onkies vinden om daarop in te gaan. Ik vind het een beetje vreemd dat daar in deze commissie zoveel aandacht heengaait. Ik begrijp wel dat men daar transparantie over vraagt, maar de commissie wil toch niet dat ik als minister van Media zal bepalen welk bedrijf welk deel van de koek moet krijgen?

De minister-president en ik hebben duidelijke signalen gegeven, namelijk dat we ook de kleine partners en de regionale omroepen willen betrekken, en dat we vooral wensten dat de Vlaamse media er beter van werden. Maar verder ingaan op het operationele aspect en op de verdeling tussen mediabedrijven? Ik vind het niet mijn taak of die van de minister-president om daarin tussenbeide te komen. We rekenen op de expertise van onze kanselarij en mediapartners om onze publieke middelen doelmatig te investeren. Ik denk dat ik op dat vlak niet duidelijker kan zijn.

Elisabeth MEULEMAN,
voorzitter

Filip BRUSSELMANS
Stephanie D'HOSE,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

AVMD	audiovisuele mediadiensten
BBC	British Broadcasting Corporation
BVR	besluit van de Vlaamse Regering
DAB	digital audio broadcasting
DPG	(historisch) De Persgroep
EK	Europees kampioenschap
FOD	Federale Overheidsdienst
IMEC	Interuniversity Microelectronics Centre
IPM	(mediaconcern, onder meer La Dernière Heure en La Libre Belgique)
MB	ministerieel besluit
NORTV	Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
RTL	Radio Télévision Luxembourg
SBS	Scandinavian Broadcasting System
UBA	Unie van Belgische Adverteerders
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
Var	Vlaamse Audiovisuele Regie
VLAIO	Agentschap Innoveren en Ondernemen
VOFTP	Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten
VOTF	Beroepsvereniging van Vlaamse Audiovisuele Facilitaire Bedrijven
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTM	Vlaamse Televisiemaatschappij
VVBJ	Vlaamse Vereniging van Beeldjournalisten
VVJ	Vlaamse Vereniging van Journalisten