



Vlaams
Parlement

stuk **128** (2014-2015) – Nr. 1
ingediend op 24 oktober 2014 (2014-2015)

Beleidsnota

Media

2014-2019

ingediend door de heer Sven Gatz,
Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel

Een beleidsnota geeft de grote strategische keuzen en opties van het beleid voor de duur van de regeerperiode weer. De nota is de weergave van de visie van de functioneel bevoegde minister en vormt de basis van een debat in het Vlaams Parlement. In voorkomend geval zullen de uitvoeringsmaatregelen, daar waar nodig, ter goedkeuring aan de Vlaamse Regering of het Vlaams Parlement worden voorgelegd.

Mediawijsheid
Pluriformiteit Rechtszekerheid
Beheersovereenkomst
Media-ecosysteem
Gaming Televisie Applicaties
Mediagebruiker Aanbod
Cultuur Internet Mediabedrijven
Sociale-Media vorming Jeugd
Podcasts Magazines Europa Federaal
FM-plan Reclame Mediawijs.be Level-playing-field content Laptops
PC's Kranten Kik Internationaal Toegankelijk
Privacy Brussel Diversiteit VRT Mobiel Kwaliteit
Radio Onderzoeksjournalistiek
Opleiding Nieuwe-nieuwsmedia
Infrastructuur Audiovisuele-wereld
Geschreven-Pers Digitaal
Innovatie Tablets
Smartphones (r)evolutie

INHOUD

Lijst met afkortingen	5
Managementsamenvatting	6
I. Inleiding	8
II. Omgevingsanalyse	9
III. Strategische en operationele doelstellingen.....	13
1. SD1. Aandacht voor de mediagebruiker in het mobiele en digitale tijdperk	13
OD 1.1. Mediawijsheid als essentiële factor	13
OD 1.2. De noodzaak van toegankelijkheid en betaalbaarheid	16
2. SD2. Inzetten op digitale technologie als motor van groei en veran- dering	18
OD 2.1. Investeren in performante platformen en netwerken	18
OD 2.2. Innoveren als antwoord op nieuwe uitdagingen.....	21
3. SD3. Verzekeren van een divers en kwaliteitsvol aanbod	22
OD 3.1. Creëren van een bloeiend en duurzaam medialandschap...	23
OD 3.2. Pluriforme berichtgeving als democratisch fundament.....	26
OD 3.3. Een nieuw project voor de publieke omroep	28
4. SD4. Transparante, effectieve en afdwingbare spelregels	33
OD 4.1. Een sterke regulator	33
OD 4.2. Samenwerken met Europa, de federale overheid, de an- dere gemeenschappen en andere instanties	34
IV. Bijlage: Koppeling met de begroting	38
V. Bijlage: Regelgevingsagenda	39

Lijst met afkortingen

AD	Audiodescriptie
AVMD-richtlijn	Audiovisuele Mediadienstenrichtlijn
CRC	Conferentie van Regulators voor de elektronische Communicatiesector
BVN	Beste van Vlaanderen en Nederland
CEPT	Conférence Européenne des Postes et Télécommu- nications
Cultuurinvest	Investeringsfonds voor ondernemingen en projecten in de sector van de cultuurindustrieën (media, muziek, design, mode, theater, boeken, games, ...) dat leningen verstrekt aan en participaties neemt in ondernemingen.
DAB	Digital Audio Broadcasting
Digimeter	Digimeter is een project van iMinds waarbij burgers gevraagd wordt naar hun mediabezit en -gebruik teneinde de ICT- en mediatrends in Vlaanderen in kaart te brengen.
Entertainment games	Games die primair ontspanning tot doel hebben. Hiermee worden niet enkel uitgesproken commerciële games bedoeld maar ook games met een cultureel of artistiek karakter.
EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
ERGA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services
EU	Europese Unie
FIT	Agentschap Flanders Investment and Trade
FM	Frequentiemodulatie
GO	Gesproken ondertiteling
ITU	Internationale Telecommunicatie Unie
KiK	Kranten in de Klas
Mediadecreet	Decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie
MHz	Megahertz
MiX	Media Innovatie Centrum
OTT-diensten	<i>Over-the-Top</i> -diensten
PMSE	Program Making & Special Events
Premium Content	Audiovisuele programma's die door een omroep of dienstenverdelers via een betaalpakket aan de eindgebruiker wordt aangeboden.
RvdJ	Raad voor de Journalistiek
Serious games	Games die primair een educatief of maatschappelijk doel dienen. Hieronder vallen ook specifiek de games die bestemd zijn voor het leerplichtonderwijs.
UGC	User Generated Content
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VVJ	Vlaamse Vereniging van (Beroeps)journalisten
WEDDIP	Western European Digital Dividend Implementation Platform

Managementsamenvatting

In veel gezinnen met twee kinderen in de middelbare school of in het hoger onderwijs, tref je tegenwoordig makkelijk meer dan vijf beeldschermen aan. Gezinnen gebruiken ze om tv te kijken, op de laptop te werken, of te tweeten en tegelijk te gamen op tablet of smartphone. De digitale wereld is onder ons. Ons medialandschap is de voorbije jaren enorm veranderd en al weer gluren innovaties om het hoekje. We kijken meer televisie wanneer en waar we dat zelf willen. We lezen minder gedrukte dagbladen en magazines. We brengen een flink stuk van de dag door op sociale media. We scrollen door nieuwssites, kijken videobeelden en beluisteren podcasts op tablets, bloggen of posten selfies. We luisteren nog naar muziek en radio, maar niet meer uitsluitend via de FM-band. Allerhande programma's op televisie of via andere media krijgen staartjes, uitbreidingen en discussiefora in andere media. En deze beleidsnota bulkt van de Engelse leenwoorden, van *level playing field* tot *content*.

Ons Vlaamse media-ecosysteem oogde lang kerngezond. Het inhoudelijk aanbod (content) is divers, overal makkelijk toegankelijk en staat kwalitatief op een hoger peil dan gemiddeld. Bovendien straalt de digitale toekomst: nog meer keuze, nog meer content, nog meer connectiviteit en interactiviteit staan te drummen om onze harten, geesten en schermen te veroveren.

Maar ons media-ecosysteem staat ook voor uitdagingen. Zo wil ik bijvoorbeeld een oplossing vinden voor het lek dat is ontstaan doordat belangrijke buitenlandse giganten als Google, Facebook of Youtube op dit moment advertentiebudgetten aanzuigen die vroeger naar Vlaamse mediabedrijven vloeiden. Ik vind dat er in de grote schemerzone van nieuwe reclametechnieken en -vormen een helder onderscheid moet blijven tussen de redactionele inhoud en de commerciële boodschap. Daarom zal ik ervoor zorgen dat het decretale kader rond reclame en commerciële communicatie logisch en rechtvaardig mee evolueert met de nieuwe reclametechnieken aan de ene kant en met het veranderend mediagebruik van de consument aan de andere kant.

Ik wil er over waken dat een betaalbare toegang van de media en het internet gewaarborgd blijft voor de gebruiker. Voor consumenten houdt dit bijvoorbeeld in dat ik erop zal toezien dat de uitzending op televisie van grote evenementen als de Olympische Spelen, het Europees Kampioenschap voetbal of de Koningin Elisabethwedstrijd zonder extra kosten blijft voor al wie ze wil volgen. Natuurlijk blijf ik er ook zorg voor dragen dat de voorzieningen voor kwetsbare groepen en mensen met een beperking, zoals slechthorenden of slechtzienden, worden verder gezet.

Nieuwe aanbieders van content of diensten moeten mee kunnen spelen in het ecosysteem, via de netwerken van bestaande aanbieders of via nieuwe netwerken. Voor gelijke spelers gelden dezelfde rechten, maar we verwachten van nieuwkomers dat ze ook dezelfde plichten nakomen. Dit is het zogenaamde level playing field. Als er nieuwe spelers bijkomen, moeten ook zij die maatschappelijke rol ter vrijwaring van ons media-ecosysteem opnemen.

In dit nieuwe en nog altijd snel veranderende medialandschap bestaat bij de gebruikers een toenemende behoefte aan vorming en begeleiding om met die nieuwe media kritisch en zelfbewust om te gaan: mediawijsheid. Daar wil ik tijdens deze bestuursperiode grote aandacht aan besteden. In de omgang met de nieuwe sociale media stellen zich immers specifieke nieuwe problemen zoals cyberpesten of privacy issues. Om de Vlaamse mediagebruikers te helpen verstandig met hun privacy om te springen, krijgt het Kenniscentrum Mediawijsheid in samenspraak met allerlei betrokken organisaties in beleidsterreinen als Onderwijs, Welzijn of

Jeugd meer armslag. Met het project Kranten in de Klas wordt al in het onderwijs geleerd om met gedrukte media om te gaan. Tijdens deze bestuursperiode zal ik de focus meer verleggen naar online nieuws en naar digitale media, waarin speuren naar nieuws op maat, participatie, dialoog en discussie een grotere rol spelen.

De nieuwe technologieën en almaar performantere media stellen steeds zwaardere eisen aan onze infrastructuur, vaste en mobiele netwerken. Ik zal binnen mijn bevoegdheden en in overleg met andere bevoegde overheden de uitbouw en ontwikkeling van digitale distributie-infrastructuur faciliteren.

Gelukkig bieden de snelle ontwikkelingen in het brede medialandschap Vlaanderen heel wat economische opportuniteiten met een commercieel potentieel. Creatieve beginnende en bestaande Vlaamse bedrijven zal ik met ons Media Innovatie Centrum (MiX) blijven ondersteunen. Innovatie is immers een permanente en noodzakelijke opdracht om de leefbaarheid van het medialandschap in de toekomst te verzekeren.

Deze regeerperiode wil ik de Vlaamse game-industrie aansluiting laten vinden bij de internationale markt. Een evaluatie zal uitmaken of we er met het Gamefonds kunnen in slagen onze jonge gamesector uit te laten groeien tot een volwassen speler in de brede media-industrie.

In het algemeen wil ik onze mediabedrijven en hun producties een nog sterker internationaal imago bezorgen. Daarom blijf ik de klemtoon leggen op het behoud van een kwaliteitsvol en pluriform aanbod, de levensverzekering voor een bloeiend medialandschap. Ik zal ook het Mediafonds waarmee we investeren in tv-fictie, -animatie en -documentaire, op zijn doelgerichtheid beoordelen.

Ook met het Vlaams Audiovisueel Fonds blijven we inzetten op de export van audiovisuele producties, zonder afbreuk te doen aan de culturele identiteit die de Vlaming herkent. We gaan op zoek naar manieren om onze content optimaal te vermarkten, door alle mogelijke exploitatievormen te benutten en samen met de sector naar alternatieve financieringsvormen op zoek te gaan.

Daarnaast blijft de klemtoon liggen op informatie in de media: de verbetering van de kwaliteit van onze journalistiek, de investeringen in onderzoeksjournalistiek, de steun voor alternatieve nieuwssites om de pluriformiteit van opiniëring en discussie te stimuleren, enzovoort.

In het Vlaamse media-ecosysteem is onze publieke omroep VRT een slagader waaruit vele talenten, creativiteit en vernieuwing voortkomen. En net nu vraag ik van de VRT een belangrijke besparingsinspanning. Dat lijkt een contradictie. Maar zoals in het medialandschap van morgen niets nog is zoals het gisteren was, moet ook de VRT er met een slankere personeelsstructuur in lukken eerder in te zetten op het digitale tijdperk dan op een derde tv-zender.

Als de publieke omroep moet de VRT een antwoord vinden op de vraag hoe hij best alle digitale platformen gebruikt die in het leven van de Vlaming een rol spelen. Tegelijk zal de VRT blijven informeren, inspireren en verbinden, met informatie en cultuur als kernopdrachten maar ook met sport en ontspanning. De eerstkomende jaren zal ik met de VRT intens overleggen over een positief toekomstproject dat in een nieuwe beheersovereenkomst zijn neerslag zal vinden.

I. INLEIDING

Jaar na jaar, legislatuur na legislatuur, blijkt er één constante te zijn wanneer over het medialandschap wordt gesproken: de steeds toenemende snelheid waarmee de evoluties zich in de mediasector voordoen, zowel op technologisch, maatschappelijk als economisch gebied.

De economische verhoudingen in het Vlaamse medialandschap werden recentelijk en worden in de toekomst ongetwijfeld nog meer door elkaar gegooid; omroepen worden dienstenverdelers en dienstenverdelers worden omroepen, uitgevers fusioneren en brengen via hun websites meer en meer audiovisuele content en de audiovisuele productiesector komt onder druk te staan. De maatschappelijke evoluties komen vooral tot uiting door de gewijzigde mediaconsumptie, de alomtegenwoordigheid van media in ons dagelijks leven en het constant geconnecteerd zijn met informatie- en communicatiekanalen. Dit is het gevolg van de wisselwerking met de technologische evoluties. Als we over media spreken, hebben we het niet langer over radio-omroep en televisie, maar over de verspreiding en het gebruik van audiovisuele en auditieve content in de breedste zin van het woord via tablets, smartphones, laptop's, PC's, en ja zelfs, het klassieke televisiescherm dat vandaag steeds slimmer wordt. Ook het luisteren naar radio en het beluisteren van muziek hebben de afgelopen jaren totaal nieuwe evoluties doorgemaakt ten gevolge van de verspreiding van muziek via het (mobiele) internet.

De versnelling van de bovenvermelde evoluties en trends heeft voor gevolg dat het Vlaamse mediabeleid zich de komende regeerperiode – nog meer dan vroeger – op een kruispunt van keuzes bevindt: keuzes over hoe we de mediagebruiker kunnen stimuleren en vertrouwen geven in de digitale samenleving, keuzes met betrekking tot het bewaken van het media-ecosysteem, keuzes voor dynamiek en innovatie, keuzes bij de uitbouw van het radiolandschap, keuzes rond de opbouw van nieuwe regelgeving, alsook keuzes bij investeringen én besparingen.

Mijn beleid wil ik de komende jaren enten op deze keuzes door middel van vier specifieke doelstellingen, gebaseerd op vier clusters: de mediagebruiker, de media-evoluties, het media-aanbod en het media-speelveld.

Mijn eerste reeks doelstellingen vertrekt vanuit de mediagebruiker, die niet alleen bewust moet kunnen omgaan met media, maar ook actief wil en kan participeren aan het mediagebeuren. De tweede reeks doelstellingen gaat over het stimuleren van de technologische evoluties, door in te zetten op digitale technologieën als motor van groei. De derde reeks doelstellingen handelt over het aanbod, waar ik wil inzetten op kwaliteit en pluriformiteit, niet alleen op het gebied van televisieprogramma's, maar ook als het gaat over radio, over geschreven pers, over de openbare omroep, over het hele medialandschap tout court. Een vierde en laatste strategische doelstelling waarop ik mijn beleid zal baseren en die ik wil uitwerken is de rechtszekerheid, die bestaat in transparante, effectieve en afdwingbare spelregels.

II. OMGEVINGSANALYSE

De Vlaamse mediasector is de voorbije jaren ingrijpend geëvolueerd tot het rijke landschap dat we vandaag kennen. Gebruikers hebben via klassieke en digitale platformen een waaier aan kwaliteitsvolle content tot hun beschikking. Het succes van mobiele toepassingen zorgt ervoor dat deze mediacontent zo goed als op elk moment en op elke plaats beschikbaar is. Marktspelers trekken volop de kaart van de crossmedialiteit. De functies van producent, omroep, print, dienstenverdelers en netwerkoperator raken steeds vaker met elkaar verweven. Deze nieuwe media-omgeving stelt een aantal belangrijke uitdagingen, maar biedt ook talrijke mooie opportuniteiten.

Nieuwe consumptiepatronen

Als gevolg van een steeds verder om zich heen grijpende digitalisering, blijft de mediasector razendsnel evolueren. Dit manifesteert zich in de wijze waarop die media worden gebruikt. Doordat klassieke media-inhoud gefragmenteerd en – via tweede schermen en voorzien van verrijkte diensten – verpakt wordt aangeboden, kan de consument deze verbruiken waar en wanneer hij wil. Daarvoor beperkt hij zich al lang niet meer tot het televisietoestel en tot de klassieke kabeltelevisie: volgens de Digimeter 2013 kijkt 54% van de televisiekijkers ook via andere toestellen zoals computer, tablet of smartphone.

27% van de huishoudens in Vlaanderen zijn 'triple screen' (hebben 3 schermen, meestal TV, laptop en desktop), 27% zijn 'quadruple screen' (hebben 4 schermen, meestal TV, laptop, smartphone en desktop) en 16% zijn 'quintuple screen' (hebben 5 schermen, meestal TV, laptop, desktop, smartphone en tablet). Telenet had eind juni 2014 iets meer dan 2 miljoen klanten voor kabeltelevisie in Vlaanderen en Brussel, waarvan meer dan drie vierde digitale kijkers – het aantal analoge klanten daalde tussen juni 2013 en juni 2014 met 15%. Belgacom had eind juni 2014 iets meer dan 1,2 miljoen unieke televisieklanten, weliswaar over gans België.

Volgens de Digimeter 2013 luistert 97% van de Vlamingen af en toe naar de radio, één op drie Vlamingen luistert zelfs dagelijks meer dan 3 uur. Radio wordt vooral beluisterd thuis of in de wagen (87% elk), 53% luistert af en toe via het internet, 9% doet dit zelfs dagelijks.

Hoewel FM nog steeds de belangrijkste manier is om radio te beluisteren, kent het luisteren naar radio en muziek via alternatieve distributievormen een gestadige groei. De meeste radio-omroepen zetten hun signaal ook op het internet, waardoor men via streaming naar radio kan luisteren. Enkel de VRT zendt vandaag uit in DAB. Daarnaast wint het luisteren naar muziek en het zelf samenstellen van een pakket ook aan belang. Zo zijn via internet specifieke geluidstreams beschikbaar voor quasi elk muziekgenre en kan men zijn eigen muziekassortiment uit het internet-radioaanbod samenstellen. In de praktijk wordt dit soort diensten heel vaak op mobiele toestellen gebruikt.

Mediagebruikers en -consumenten verschuiven hun aandacht steeds meer van traditionele media (televisie, radio en print) naar nieuwe media (sociale media, apps, websites, blogs, vlogs, games,...). Eén van de belangrijkste eigenschappen van nieuwe media is het feit dat de consument mee(r) betrokken is en dichter bij de producent staat. Zo kan hij direct feedback geven en/of interageren met nieuwe media. Daarbovenop zijn nieuwe media niet enkel een kanaal langs waar men content ontvangt, maar vaak ook een tool om zelf content te produceren en op een goedkope en laagdrempelige manier de wereld in te sturen. Verder zijn de nieuwe en digitale media nauw verweven met ons persoonlijk leven. Meer en meer

mensen, in het bijzonder jongeren en jongvolwassenen, geven hun identiteit vorm via allerlei sociale media zoals Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, enzovoort.

Volgens de Digimeter 2013 beschikken meer dan 92% van de Vlaamse huishoudens over een computer (laptop en/of desktop). Bijna alle computerbezitters hebben thuis ook een internetconnectie. 6% van de Vlamingen heeft thuis evenwel geen computer, noch internet. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat de Vlaming zeer actief is op sociale media. 77% van de Vlamingen heeft één of meer accounts bij sociale media: 18% van de Vlamingen heeft slechts één account, 28% heeft 2 of 3 accounts en bijna 31% heeft minstens 4 accounts. Marktleider is Facebook (66%), gevolgd door YouTube (37%), Google+ (35%), LinkedIn (31%) en Twitter (28%). Ongeveer 10% van de Vlamingen heeft een account op Instagram, Pinterest en Foursquare.

Media zijn dus alomtegenwoordig in onze huidige maatschappij en spelen een steeds prominentere rol in het gezin, de vrije tijd, het onderwijs en op het werk. Vandaag leven burgers, organisaties en bedrijven in een sterk gemediatiseerde samenleving die niet enkel draait rond media maar ook door media. De exponentiële vooruitgang op technologisch vlak in de 21ste eeuw heeft er voor gezorgd dat media nu overal en altijd aanwezig zijn, wat nog versterkt wordt door de sterke opmars van mobiele toestellen (laptops, tablets en smartphones) en 'wearable technology' (bv. Google Glass en smartwatches). Hierbij komt dat het klassieke eenrichtingsmodel niet meer opgaat voor nieuwe media: naast het consumeren van media gaan mensen, organisaties en bedrijven ook steeds meer zelf media-inhoud produceren, die ze bovendien goedkoop, snel en zelfstandig kunnen verspreiden.

Omgaan met het proces van digitalisering vormt dus een belangrijke uitdaging voor onze moderne maatschappij. Er is gebleken dat de 'digitale kloof' weliswaar kleiner wordt, maar ook verdiept. Degenen die niet mee zijn raken door de digitalisering verder en verder en sneller en sneller achterop. Er is een grote en dringende nood aan andere attitudes, inzichten, kennis en vaardigheden om enerzijds het volledige potentieel van nieuwe media te benutten en anderzijds de risico's ervan in te perken.

Sinds 2013 werkt het Kenniscentrum Mediawijsheid, 'Mediawijs.be', samen met stakeholders uit het werkveld en het beleid aan het stimuleren van mediawijsheidscompetenties, het creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving en het bewerkstelligen van een e-inclusieve samenleving.

Economische omgeving

Op economisch vlak bestaat er geen precies afgebakende 'Vlaamse Mediasector'. Wanneer we echter alle spelers die in Vlaanderen onder verschillende mediavormen actief zijn samen beschouwen, komen we tot een belangrijk segment van de economie. Op basis van het aantal werkzame personen zou deze samen/optelling rond de dertigste plaats ranken tussen officiële bedrijfstakken waarover de Nationale Bank van België wel rapporteert.

De belangrijkste spelers kunnen gerekend worden tot een aantal mediagroepen die verantwoordelijk zijn voor verschillende mediaproducten en -diensten. Tegelijkertijd zijn er opvallend veel zeer kleine of éénmansbedrijfjes actief in alle soorten van de Vlaamse contentcreatie (bijvoorbeeld free-lance journalisten of leveranciers van facilitaire diensten).

Binnen de mediagroepen wegen de distributeurs economisch het zwaarst door. Belgacom en Telenet zijn vooralsnog relatief kleine spelers binnen de schakels

contentcreatie en aggregatie, maar zijn als onderneming vele malen groter dan de andere mediagroepen. Zij hebben meer dan 10.000 werknemers en een miljardenomzet.

Nieuwe marktmodellen

In deze onvermijdbaar veranderende omgeving komen de bestaande modellen meer en meer onder druk: de omroepen, dienstenverdelers, uitgevers, content providers en internet applicatieontwikkelaars bevinden zich op een nieuw speelveld waar nieuwe spelregels gelden, en waar ook nieuwe bedrijven uit de creatieve industrie kansen krijgen. Het businessmodel van nieuwe succesvolle internationale platformen als Google, YouTube of Facebook trekt, naast de internationale adverteerders, ook Vlaamse adverteerders aan. Het fenomeen van lekkage, waarbij advertentiebudgetten wegvloeien naar het buitenland, wordt daardoor steeds groter.

Deze snelle veranderingen hebben impact op de verhoudingen tussen stakeholders en actoren op de markt. De evoluties van consolidatie en convergentie veroorzaken verschuivingen en zenuwachtigheid, en wakkeren de bezorgdheid over een minimumgehalte aan pluralisme en diversiteit in de media aan.

In deze digitaliseringsgolf heeft zich ook een verschuiving voorgedaan van gedrukte media, over online media naar audiovisuele media. De magazinemarkt daalde het afgelopen jaar (juni 2013 – juni 2014) met meer dan 2%, de krantenmarkt daalde in dezelfde periode eveneens met 2% tot bijna 879.000 exemplaren. Worden de digitale abonnees bijgeteld, dan komt men aan bijna 918.000 exemplaren. Klassieke krantenuitgevers worden echter, naast hun bestaande bedrijfsmatige verwevenheden met omroepen, zelf meer en meer aanbieders van audiovisuele content en omgekeerd: omroepen zetten via hun websites meer en meer in op tekstuele nieuwsverslaggeving.

Ondanks de relatief kleine markt, is de kwaliteit van het ruime media-aanbod in Vlaanderen zeer hoog. De Vlaamse mediagebruiker kan genieten van kwaliteitsvolle programma's en andere content, zowel op het gebied van nieuws en informatie als op het gebied van fictie en ontspanning.

Kwaliteit wordt gestimuleerd door in te grijpen op de randvoorwaarden van de mediaproductie, onder meer via de MediAcademie voor de organisatie en coördinatie van opleidingen op maat van concrete opleidingsbehoeften in de Vlaamse geschreven pers- en audiovisuele sector. Het Mediafonds, opgericht binnen het VAF ter ondersteuning van Vlaamse kwaliteitsvolle onafhankelijke audiovisuele producties kent jaar na jaar meer succes: met 85 aanvragen in 2013, tegenover 52 in 2012, en 44 in opstartjaar 2011 tekent zich een opwaartse curve af. In 2013 werden door het Mediafonds 46 steunaanvragen goedgekeurd voor een totaal bedrag van 3,8 miljoen euro.

In 2012 werd binnen het VAF het Gamefonds opgestart, met als doel om de realisatie van serious en entertainment games te stimuleren¹. Het Gamefonds kende in haar tweede werkingsjaar een stijgend aantal aanvragen: 50 aanvragen in 2013 ten opzichte van 32 aanvragen in 2012. In 2013 werden door het Gamefonds 18 steunaanvragen goedgekeurd voor in totaal bijna 700.000 euro. De game-industrie is een groeiende creatieve nijverheid met positieve prognoses voor de toekomst. Het aantal mensen in Vlaanderen dat geregeld een game speelt, gaat volgens Digimeter 2013 in stijgende lijn: In totaal gaf 61,4% van de Vlamingen in

¹ Naast het Mediafonds en het Gamefonds kent het VAF nog andere stimuleringsinstrumenten. Deze worden besproken in de beleidsnota Cultuur.

2013 aan geregeld een game te spelen, dat is 2,4% meer dan in 2012. Games evolueerden in de laatste tien jaar van een product dat slechts voor een kleine subcultuur van belang was tot een breed maatschappelijk verschijnsel en cultuurproduct voor allen. De game-industrie is wereldwijd een groeiende creatieve sector. De totale omzet van de globale game-industrie is reeds groter dan die van de filmindustrie. In Vlaanderen hebben we een eerder kleine gamesector, maar wel één die erin slaagt internationaal mee te spelen. De komende jaren zal deze sector nog belangrijker worden.

Het blijft een uitdaging om de kwaliteitsstandaard van onze informatieve en audiovisuele content te verzekeren en te versterken. Daarom zal ook in Vlaanderen permanente innovatie een opdracht zijn. Het MiX is een expertisecentrum voor media-innovatie dat de ontwikkelingen in het fundamentele onderzoek op de voet volgt en voor de Vlaamse mediasector vertaalt naar concrete, realiseerbare en pre-competitieve innovatieprojecten met een beperkte tijdshorizon. Er werden in de periode van 1 oktober 2012 tot en met 1 september 2014 32 projecten ingediend bij het MiX. 19 van deze projectvoorstellen werden goedgekeurd en kregen funding van het MiX. Bij deze projecten zijn in totaal 49 unieke bedrijfspartners uit diverse sectoren betrokken.

Regelgeving

Om de rijke kwaliteit in een dynamische sector te vrijwaren is een duidelijk kader nodig. Vandaag wordt dit kader gevormd door een aantal regulerende teksten, waarvan hier de belangrijkste worden opgesomd.

Het basisdecreet inzake media is het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en de televisie (verder: Mediadecreet). Deze tekst wordt uitgewerkt door een groot aantal uitvoeringsbesluiten, met betrekking tot onder meer commerciële communicatie, de radiodiensten, de televisiediensten, de dienstenverdelers, de may-carry en de must-carrynetwerken en de VRM.

De richtlijn audiovisuele mediadiensten vormt de hoeksteen van het Europees audiovisueel beleid. Deze richtlijn is ingegeven door onder meer de volgende doelstellingen: het bevorderen van het vrije verkeer van Europese televisieprogramma's binnen de interne markt, het stimuleren van Europese producties, de bescherming van minderjarigen, het regelen van commerciële communicatie en de toegang tot mediadiensten voor mensen met een handicap.

Naast de richtlijn audiovisuele mediadiensten is ook het Europees kader rond de elektronische communicatienetwerken en -diensten van 2002 van belang. In 2009 werd dit Europees kader gewijzigd om de interne markt voor elektronische communicatie te voltooien.

Ook de Europese beleidsmakers spelen in op de wijzigende context via de publicatie van het Groenboek *'Voorbereiding op een volledig geconvergeerde audiovisuele wereld: groei, creatie en waarden'* als eerste stap naar een nieuw regelgevend kader voor audiovisuele mediadiensten. De eerste beleidsvoorstellen van de Europese Commissie naar aanleiding van het groenboek convergerende media worden verwacht in 2015.

In het kader van de zesde staatshervorming werd de omroepbevoegdheid van de Gemeenschappen aangepast aan de technische evoluties en aan de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof door middel van een aanpassing aan de Bijzondere Wet van 8 augustus 1980 tot hervorming van de instellingen. Ook het technische aspect van de mediabevoegdheid is nu uitdrukkelijk in de wet ingeschreven. Voortaan is Vlaanderen bevoegd voor de 'inhoudelijke en technische aspecten van de audiovisuele en de auditieve mediadiensten' en voor de prijsregulering hierrond.

III. STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

RA: *Het Vlaamse mediabeleid moet zowel de verschillende spelers in audiovisuele sector als de mediagebruiker ten goede komen. Daarom voeren we een beleid dat:*

- *een pluriform en evenwichtig medialandschap garandeert;*
- *de negatieve gevolgen van mediaconcentraties en verticale integratie en cross-mediale acties in de markt bestrijdt;*
- *een prioriteit maakt van een gewaarborgde en betaalbare toegang tot een divers en kwaliteitsvol aanbod aan diverse media voor alle Vlamingen;*
- *technologische innovaties en nieuwe mediatoepassingen stimuleert en integreert;*
- *de verarming en verschraving van de contentproductie tegengaat, maar in tegendeel de creatie van gediversifieerde en kwaliteitsvolle content die aansluit bij de hedendaagse en historische eigenheid van Vlaanderen bevordert.*

De Vlaamse mediagebruiker in het digitale en mobiele tijdperk is de spil van het mediabeleid. Hij is de referentie waaruit alle strategische en operationele doelstellingen voortvloeien.

Opdat de mediagebruiker op een kwaliteitsvolle manier kan consumeren, produceren en participeren, willen we een duidelijk regulerend kader dat ervoor moet zorgen dat een divers, leefbaar en duurzaam media-ecosysteem en een kwaliteitsvol aanbod in stand gehouden én versterkt kunnen worden. Vanuit die optiek zijn innovatie en het verder inzetten op en stimuleren van de digitale ontwikkelingen van cruciaal belang.

Een regulerend kader voor de sector alleen is echter niet voldoende. Het beleid wil ook rechtstreeks aandacht hebben voor die nieuwe digitale mediagebruiker, onder meer via het mediawijsheidsbeleid en het verzekeren van de toegankelijkheid.

1. SD1. Aandacht voor de mediagebruiker in het mobiele en digitale tijdperk

Het mediabeleid waar ik wil op inzetten, vertrekt in de eerste plaats van de gebruiker. Deze moet bewust en kritisch met media kunnen omgaan, zeker in de hedendaagse digitale breedbandomgeving, waar gebruikers de media niet enkel passief ondergaan maar er ook actief aan participeren. Actieve deelname aan de media veronderstelt toegankelijke en betaalbare media. Ik wil daarnaast via een gepast mediawijsheidsbeleid alle gebruikers klaarstomen voor de digitale maatschappij.

OD 1.1 Mediawijsheid als essentiële factor

RA: *Mediawijsheid en digitale geletterdheid zijn essentieel. We werken de digitale kloof weg. Ook kwetsbare doelgroepen moeten voldoende mediatoegang hebben en mediageletterd zijn. Mediagebruikers moeten bovendien de nodige vaardigheden verwerven om met nieuwe (sociale) media om te gaan.*

RA: *Het Kenniscentrum Mediawijsheid moet de ruimte krijgen om een gecoördineerd beleid te voeren in samenwerking met de betrokken partners en met andere beleidsdomeinen, zoals onderwijs, welzijn en cultuur.*

In deze nieuwe legislatuur ga ik actief inzetten op het verhogen van de mediawijsheidscompetenties van de Vlaamse burger zodat deze maximaal mee kan in de snel veranderende internationale mediaomgeving. Met de verdere uitbouw van een proactief en toekomstgericht Vlaams mediawijsheidsbeleid wil ik anticiperen op aankomende trends en nieuwe vormen van media. Het doel is om

de Vlaamse burgers actief en kritisch te leren omgaan met de media van vandaag en tegelijkertijd voor te bereiden op de nieuwe media van morgen.

Mediawijsheid heeft uiteraard betrekking op alle vormen van mediagebruik en op alle vormen van media-aanbod, zowel traditionele als moderne. Het Kenniscentrum, projecten zoals 'Kranten in de Klas', maar in belangrijke mate ook de VRT hebben een belangrijke opdracht in het implementeren van het beleid rond mediawijsheid.

Sociale media

De impact van sociale media zoals onder meer Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, enzovoort op onze samenleving en economie is niet te onderschatten. Sociale media veranderen de dynamiek van interpersoonlijke relaties, maar ook de verhoudingen tussen burgers en de overheid, tussen bedrijven en consumenten. Via sociale media krijgen mensen ook kansen en opportuniteiten: ze kunnen zich makkelijk en efficiënt verenigen om maatschappelijke problemen en commerciële wanpraktijken aan te kaarten, om hun ongenoegen te uiten over beleidskeuzes en om maatschappelijke problemen onder de aandacht te brengen. Daarnaast vormen sociale media ook steeds meer een venster op de wereld. Zo blijven veel mensen op de hoogte van hun sociale omgeving en interageren ze ermee via bijvoorbeeld Facebook. Lokaal en internationaal nieuws wordt steeds vaker verspreid en geconsumeerd via sociale media, waar gebruikers kunnen interageren met de berichtgeving en zelf kunnen kiezen welke nieuwsbronnen ze te zien krijgen. Sociale media stellen mensen, organisaties en bedrijven ook in staat om hun eigen 'user-generated content' te delen met de hele wereld en deze als het ware 'in de markt te zetten'. Ze vormen ook een vast onderdeel van de media-mix die ondernemingen inzetten voor marketing en reclame.

Naast de bovenvermelde kansen en opportuniteiten die sociale media bieden zijn er ook risico's aan verbonden. Deze zijn voornamelijk privacy-gerelateerd. Het fenomeen van cyberpesten sluit hier nauw bij aan. De psychosociale impact op de vaak jonge slachtoffers is zeer groot. Een selectieve toegang voor jongeren tot bepaalde content is niet het juiste antwoord.

Ondanks de grote 'empowerment' die uitgaat van sociale media zijn nog te weinig mensen op de hoogte van de economische logica die er achter schuil gaat. Aangezien de grootste sociale media gratis zijn, is het cruciaal om te begrijpen dat niet de sociale mediadienst maar wél de gebruiker het product is. Alle persoonlijke informatie die gebruikers vrijgeven en met elkaar delen wordt via gesofisticeerde algoritmes geaggregeerd, verpakt en doorverkocht aan adverteerders (voornamelijk grote consumentenbedrijven en dienstverleners), die via dezelfde sociale mediakanalen aan 'targeted advertising' kunnen doen.

Ik wil er de komende jaren voor zorgen dat, naarmate de kloof afneemt tussen mensen die wel en geen toegang hebben tot digitale media, ook de kloof gedicht wordt tussen mensen die wel of niet weten hoe ze ermee moeten omgaan. Met het oog daarop zal ik de komende jaren blijven inzetten op het Kenniscentrum Mediawijsheid en op een verruimde, toekomstgerichte versie van het leesbevorderingsproject 'Kranten in de Klas'.

Kenniscentrum Mediawijsheid

Om gelijke tred te houden met de snelle digitalisering en verdere mediatisering van de samenleving moet er de volgende jaren nog meer aan mediawijsheid worden gewerkt. Om deze reden zal ik het Kenniscentrum Mediawijsheid meer verantwoordelijkheid geven. Ik wil dit Kenniscentrum uitbouwen tot hét

referentiepunt voor mediawijsheid in Vlaanderen. Het Kenniscentrum Mediawijsheid zal nieuwe acties en initiatieven ondernemen, actuele trends opvolgen en specifieke doelgroepen bereiken.

Meer specifiek bestaat de rol van het Kenniscentrum Mediawijsheid er in om:

- het Vlaamse mediawijsheidsveld te inspireren, faciliteren en coördineren;
- alle Vlaamse burgers te helpen bewust, kritisch, actief, creatief en participatief om te gaan met zowel nieuwe (digitale) als ook traditionele vormen van media;
- de vinger aan de pols te houden van het Vlaamse mediawijsheidsveld;
- Europese en internationale ontwikkelingen inzake mediawijsheid nauw op te volgen;
- de mediasector te sensibiliseren en mee te betrekken bij het werken aan mediawijsheid.

Concreet betekent dit dat het Kenniscentrum Mediawijsheid de cruciale opdracht krijgt om ervoor te zorgen dat alle Vlaamse burgers over de nodige kennis, inzichten en vaardigheden beschikken om zich mediawijs te bewegen in onze sterk gemediatiseerde samenleving. De outputgerichtheid van het Kenniscentrum zal vastgelegd en afgesproken worden via een overeenkomst. Bedoeling is ook om een multiplicator-effect teweeg te brengen door binnen de gezinnen, scholen, organisaties en bedrijven de opgebouwde kennis uit te wisselen en collectief op te bouwen.

Specifieke aandacht gaat uit naar kwetsbare doelgroepen zoals kinderen, jongeren, senioren, kansarmen, werkzoekenden en personen met een fysieke of mentale beperking. Een bijkomende focus ligt op doelgroepen die een faciliterende rol kunnen en moeten spelen inzake het bijbrengen van mediawijsheidscompetenties. Dit gaat voornamelijk over ouders, jeugdwerkers, begeleiders in de jeugd- en ouderenzorg, bibliotheekmedewerkers en bovenal leerkrachten. Het onderwijs speelt een cruciale rol in het beleid rond mediawijsheid en dient dan ook nauw betrokken te worden bij de werking van het Kenniscentrum Mediawijsheid. De klas vormt de omgeving bij uitstek om kinderen en jongeren in contact te brengen met een divers aanbod aan traditionele en nieuwe media en hen te wijzen op de kansen en gevaren die ermee gepaard gaan.

Bovenal is mediawijsheid een transversaal thema, dat verankerd dient te worden in de beleidsvelden Media, Cultuur, Jeugd, Onderwijs, Welzijn, Inburgering en Gelijke kansen. Om duurzaam succes te hebben moet met alle betrokken beleidsdomeinen worden samengewerkt. Samenwerking is aangewezen en kan het algemene mediawijsheidsniveau van de Vlaamse burgers, organisaties en bedrijven alleen maar ten goede komen.

Van 'Kranten in de Klas' naar 'Nieuwsmedia in de klas'

Het leesbevorderingsproject 'Kranten in de Klas' (KiK) speelt sinds het schooljaar 2003-2004 een voorname rol in de kennismaking van jongeren met het Vlaamse krantenaanbod. Het project is de voorbije jaren sterk geëvolueerd en biedt voldoende flexibiliteit om verder in te spelen op recente evoluties in het medialandschap. Ik wil KiK verbreden. Van een passieve kennismaking met gedrukte kranten moet het project evolueren naar een actieve consultatie van digitale nieuwssites, participatie aan discussiegroepen en dergelijke.

Het lezen van kranten bevorderen en op die manier bijdragen tot het vormen van kritisch geïnformeerde burgers, was van meet af aan de doelstelling van KiK. Leerlingen verwerven door het krantenlezen niet alleen meer informatiegeletterdheid, actualiteitskennis en voeling met de maatschappij, maar werken ook aan tal van (vakoverschrijdende) eindtermen. Sinds het schooljaar 2012-2013

heeft KiK ook een digitale component, waarbij leerlingen toegang krijgen tot de deelnemende kranten via de digitale nieuwskiosk GoPress. Door naast papieren kranten ook digitale kranten aan Kranten in de Klas toe te voegen, ervaren leerkrachten en leerlingen dat kranten niet alleen op papier, maar ook op computer en andere digitale dragers te raadplegen zijn.

De komende legislatuur wil ik dit project nog meer afstemmen op de technologische evoluties binnen het medialandschap. We zullen daarom het project KiK evalueren wat betreft gebruik en impact. Opportuniteiten zullen worden gezocht om het aanbod te verruimen zodat jongeren op een gepaste manier wegwijs gemaakt kunnen worden in het diverse en pluriforme aanbod van onze nieuwsmedia, ongeacht de drager. De nadruk zal hierbij liggen op het digitale aanbod en op de variatie in het aanbod van nieuwsmedia die jongeren vandaag de dag kunnen consulteren. De consultatie van nieuwssites, nieuwsbrieven en de kritische analyse van informatiebronnen behoren tot de logische volgende stappen.

Digitale nieuwssites moeten in het kader van pluriformiteit ook in de klas kunnen worden geïntroduceerd aan de leerlingen, zodat scholieren een totaalbeeld krijgen van de beschikbare nieuwsbronnen. Met aangepaste lespakketten en didactische ondersteuning kunnen jongeren wegwijs gemaakt worden binnen de nieuwsmedia en ontdekken hoe deze complementair kunnen zijn aan elkaar.

OD 1.2. De noodzaak van toegankelijkheid en betaalbaarheid

RA: *De inspanningen inzake ondertiteling en audiodescriptie worden verdergezet via specifieke subsidies, zodat zoveel mogelijk programma's van de Vlaamse en regionale televisieomroepen toegankelijk zijn voor doven, slechthorenden en blinden.*

RA: *We zorgen voor een correcte en eigentijdse invulling van de universele diensten, opdat iedereen kan deelnemen aan de samenleving, ongeacht inkomen en woonplaats.*

Toegankelijk media-aanbod voor mensen met een beperking

De komende regeerperiode zal ik verder werken aan de maximale toegankelijkheid voor personen met een sensorïële handicap en ouderen van het kwaliteitsvol media-aanbod dat in Vlaanderen aanwezig is. Dit impliceert ook de toegankelijkheid van digitale decoders.

In de nieuw af te sluiten beheersovereenkomst met de VRT zal aandacht besteed worden aan de voortzetting en verdere uitbouw van het bestaande toegankelijkheidsluik. Daarnaast zal ik, met toepassing van het mediadecreet, de particuliere televisieomroeporganisaties blijven steunen voor het toegankelijk maken van nieuws- en actualiteitenprogramma's. In eerste instantie zullen deze toegankelijkheidsmaatregelen gefocust zijn op ondertiteling. De steun aan de Vlaamse regionale televisieomroepen (waaronder ook een luik ondertitelingssteun) wordt tot en met 2016 geregeld via de bestaande meerjarige samenwerkingsovereenkomsten. Dit ontslaat de omroepen echter geenszins van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid om zelf in te zetten op toegankelijkheid, iets wat hen zelf trouwens ook ten bate komt door meer kijkers te bereiken.

Digitale televisie biedt veel mogelijkheden op het gebied van het toegankelijk maken van televisieprogramma's, mits ook bijzondere aandacht wordt besteed aan de toegankelijkheid van de eindapparaten. De impact van ondertiteling, gesproken ondertiteling en audiodescriptie zou veel groter kunnen zijn indien reeds bij de productie van de gebruikte decoders rekening zou worden gehouden met toegankelijkheid. Ik zal het gesprek met de dienstenverdelers aangaan betreffende

de auditieve toegankelijkheid van hun eindapparaten en dit zowel voor de bediening van het apparaat zelf (incl. de elektronische programmagids), als voor de ondersteuning van televisieprogramma's door middel van gesproken ondertiteling (GO) en audiodescriptie (AD) bij binnenlandse en buitenlandse televisiekanalen.

Tenslotte wil ik ook de producenten van audiovisuele producties die medegefinancierd worden met middelen van het Vlaams Audiovisueel Fonds of het Mediafonds, aanzetten om AD aan te bieden. Een gesprek met het VAF en de audiovisuele producentenverenigingen dringt zich hieromtrent op.

Toegankelijk media-aanbod voor Vlamingen in het buitenland

Landgenoten die in het buitenland verblijven, moeten eenvoudig toegang kunnen hebben tot het kwaliteitsvol media-aanbod dat Vlaanderen rijk is. In de eerste plaats is dit de verantwoordelijkheid van de media-makers zelf. Gelet op de technologische evolutie is het voor alle Vlaamse omroepen een uitdaging om te investeren in de toegankelijkheid van hun aanbod in het buitenland via digitale toepassingen. Het internet is daartoe het middel bij uitstek. Daarbij moeten een aantal technische, maar vooral juridische obstakels overwonnen worden. Ik wil de sector daarin steunen. Op die manier kan de Vlaming in het buitenland optimaal gebruik blijven maken van zijn/haar vertrouwde media-aanbod.

Vandaag kan de Vlaming in het buitenland al kijken naar BVN-TV, 'het Beste van Vlaanderen en Nederland', een publieke televisieomroep via satelliet voor Vlamingen en Nederlanders in het buitenland. BVN biedt een selectie uit het aanbod van de Nederlandse en de Vlaamse publieke omroepen, met bijzondere aandacht voor nieuws en achtergrondinformatie. De steun aan de Stichting BVN wordt geregeld in een beheersovereenkomst die afloopt eind 2016. Bij de evaluatie van die overeenkomst zal ik nagaan op welke manier de samenwerking met BVN-TV kan worden verder gezet.

Toegankelijk media-aanbod zonder extra betaling: evenementenlijst

Ik vind het belangrijk dat iedereen de kans krijgt om – zonder bijkomende betaling – maatschappelijk relevante evenementen te volgen via de media. De evenementenlijst zorgt ervoor dat eenieder toegang krijgt tot de maatschappelijk meest relevante evenementen, en dit doordat deze in open net moeten worden uitgezonden en niet als premium content achter een betaalmuur terecht komen. Deze lijst bevat een aantal belangrijke sportevenementen en de Koningin Elisabethwedstrijd. De Vlaamse evenementenlijst maakt deel uit van een Belgische evenementenlijst, die werd opgemaakt na overleg tussen de drie Gemeenschappen, en werd goedgekeurd door de Europese Commissie.

Herkenbaar media-aanbod voor diverse doelgroepen

Ik wil sterk blijven inzetten op diversiteit in de media, door te werken aan een structureel en inclusief beleid. Diversiteit betekent behalve aandacht voor etnisch-culturele minderheden ook aandacht voor gender, seksuele identiteit, handicap, leeftijd en sociaaleconomische status (armoede). Ik heb hierbij ook de nodige aandacht voor stereotyperende beeldvorming. De openbare omroep heeft hierbij een voorbeeldfunctie te vervullen: via de beheersovereenkomst heeft de VRT een aantal verplichtingen inzake diversiteit. Deze zullen de komende legislatuur worden geëvalueerd en indien nodig bijgesteld. De VRT zal ook concrete engagementen opnemen in het kader van het integratiepact.

De aandacht voor diversiteit kan zowel kwantitatief als kwalitatief worden uitgedrukt. Een belangrijk aspect hierbij is de beeldvorming omtrent diverse groepen. Een betere weerspiegeling van de maatschappij binnen de mediabedrijven heeft ook gevolgen voor de manier waarop mensen 'in beeld' komen. Wat het bereik betreft, is het van groot belang ernaar te streven zo veel mogelijk mensen te bereiken met een voor hen herkenbaar aanbod. Ik zal de goede praktijken inzake diversiteit in de media inventariseren en meer bekend maken.

Het Elektronisch NieuwsArchief zorgt gedurende reeds vele jaren voor monitoring op het gebied van nieuwsberichtgeving – onder meer voor wat betreft diversiteit – en biedt daardoor ondertussen een ruim zicht op trends en evoluties hierover in historisch perspectief. Daarnaast omvatte de participatiesurvey die het Steunpunt Media recent uitvoerde in samenwerking met de Steunpunten Cultuur, Sport en Jeugd voor het eerst ook een specifiek luik over media. De valorisatie en ontsluiting van deze resultaten is essentieel zodat het beleid en de sector hier maximaal kunnen op inspelen.

2. SD2. Inzetten op digitale technologie als motor van groei en verandering

Een mediabeleid voor de gebruiker veronderstelt een mediabeleid dat inzet op een performante en innovatieve technologie die aanbod en gebruiker samenbrengt. De behoefte aan digitale transmissiecapaciteit blijft stijgen, dus snelle en krachtige netwerken blijven noodzakelijk als onderbouw voor een sterke sector die nieuwe uitdagingen aanpakt via innovatie en creativiteit.

OD 2.1. Investeren in performante platformen en netwerken

RA: *Om een toekomstgerichte economische en creatieve ontwikkeling van de mediasector mogelijk te maken is een grondige ontwikkeling van de digitale distributie-infrastructuur noodzakelijk. We creëren een omgeving waarin deze evolutie mogelijk is. Om dit te bereiken ijveren we omwille van de snel wijzigende context maximaal voor protocol met de spelers uit de mediasector. Daar waar nodig om de vooropgestelde beleidsdoelstellingen te behalen, zal het decretaal kader aangepast worden.*

RA: *We bewaken de Vlaamse bevoegdheid met betrekking tot omroepdiensten, omroepactiviteiten en audiovisuele content.*

RA: *We zetten in op de digitalisering van de radiosector en kiezen daarbij voor de meest toekomstgerichte technologie die breed verspreid is in de Europese Unie.*

RA: *Bij toekomstige veilingen van frequenties moet de verdeling van de opbrengsten tussen de diverse bevoegde overheden in verhouding staan tot het gebruik van de betrokken frequenties voor respectievelijk omroepdiensten of digitale datacommunicatie.*

De digitalisering van de omroepsector en de opkomst van het internet als distributiemedium voor omroepsignalen, maar ook de explosieve groei van user generated content die via het internet verdeeld, gedeeld en verspreid wordt, hebben als gevolg dat netwerkoperatoren meer en meer dienen te investeren in performante elektronische communicatienetwerken. Beeldfragmenten worden in steeds stijgende kwaliteit over deze netwerken – zowel vaste als mobiele – gestuurd. Zowel de klassieke netwerkoperatoren als andere operatoren voelen de noodzaak om hun respectievelijke vaste en mobiele verbindingen uit te bouwen tot netwerken die een grote capaciteit aan datadoorgifte toelaten, precies om te kunnen beantwoorden aan de vraag naar hoge-definitie-omroepsignalen in de huiskamer, naar kwaliteitsvolle mobiele omroepsignalen via smartphones en tablets, en naar distributie van UGC-beeld en -geluid via sociale media.

Deze investeringen worden in de eerste plaats geïnitieerd door de operatoren zelf, die hiermee hun dienstenaanbod kunnen bundelen en verder uitbouwen. Belgacom en Telenet investeren in de upgrade van hun vaste netwerken, de mobiele operatoren schakelen over naar 4G en hogere standaarden. In de mate van het mogelijke wil ik de komende beleidsjaren hierin een faciliterende rol spelen door enerzijds aan te dringen op of mee te werken aan de flexibele uitbouw van deze netwerken, en door anderzijds te onderzoeken in hoeverre regelgeving kan en moet uitgewerkt worden om alle marktpelers eerlijke kansen te geven op de markt.

Netneutraliteit

Met netneutraliteit wordt het concept bedoeld waarbij gelijke toegang tot en gelijk gebruik van het internet wordt gegarandeerd. Dit thema staat hoog op de Europese politieke agenda en zal ook in Vlaanderen de komende jaren onvermijdelijk aanleiding geven tot fundamentele debatten.

Ik wil de Vlaamse netwerkoperatoren alle kansen geven om hun netwerk verder uit te bouwen. Contentaanbieders en/of dienstenverdelers, zowel traditionele als nieuwe spelers die de markt willen betreden, moeten gebruik kunnen maken van performante en kwaliteitsvolle netwerken. Netneutraliteit is een complexe aangelegenheid, gelet op de toenemende data- en massatrafiek. OTT-spelers die audiovisuele content aanbieden, peer-to-peer systemen en ook gebruikers zorgen voor een druk op de huidige capaciteit, waardoor een spanningsveld kan ontstaan tussen de gelijke behandeling van alle data, en correct 'trafiekmanagement' om de kwaliteit te verzekeren.

Vlaamse of federale regelgeving omtrent netneutraliteit mag geen voorafname zijn op de uitkomst van het Europese debat, waar momenteel nog discussies gevoerd worden over de opmaak van het nieuw regelgevend kader rond netneutraliteit. Vlaanderen moet als betrokken partner wel Europees haar stem laten horen. Ik wil dat Vlaanderen actief kan participeren aan beleidsdiscussies die gevoerd worden met betrekking tot infrastructuur, inclusief het internet, aangezien die ook voor mediatoepassingen gebruikt kunnen worden en gelet op het economisch belang ervan voor de ontwikkeling van de audiovisuele sector.

Draadloze netwerken voor omroep en mobiele breedband

Een algemene tendens die zich de laatste jaren voordoet op internationaal en Europees niveau, is de zoektocht naar bijkomende frequentiecapaciteit voor draadloze breedbanddiensten. Daarbij worden ook frequentiebanden meegenomen die in het verleden werden toegewezen aan omroep. Via draadloze breedband kan draadloze toegang tot het internet worden bekomen. Het aandeel van mobiele video in de globale mobiele datatrafiek is niet onbelangrijk en neemt nog steeds toe. Volgens netwerkexpert Cisco vertegenwoordigde mobiele video meer dan de helft van de globale mobiele datatrafiek begin 2012 en Cisco voorspelt dat mobiele video meer dan 69 % van de mobiele datatrafiek zal vertegenwoordigen tegen 2018².

Twee frequentiebanden waarvoor op Europees vlak reeds onderzoek gebeurt om eventueel te komen tot het gebruik ervan voor draadloze breedbanddiensten zijn de zgn. 700 MHz-band (694-790 MHz) en de L-band (1452-1492 MHz). In beide frequentiebanden bezit de Vlaamse Gemeenschap frequenties, verworven tijdens verschillende planningsconferenties voor omroep. Bepaalde frequenties in de 700 MHz-band zijn toegewezen aan Norkring België nv, in principe tot 2024. Ook

² Bron: 2014, Cisco Visual Networking Index: global mobile data traffic forecast update, 2013-2018.

andere diensten, namelijk zogenaamde PMSE³-diensten (voornamelijk draadloze microfoons) die belangrijk zijn voor bijvoorbeeld productiehuzen, omroepen, theaters, ... dreigen frequentiespectrum te verliezen bij de zoektocht naar frequentiebanden voor mobiele breedband.

Het omgaan met deze globale tendens tot herbestemming van omroepspectrum ten gunste van spectrum voor mobiele breedband wordt een belangrijke uitdaging de komende jaren. Dit is in het verleden zo geweest met de 800 MHz-band en zal in de toekomst mogelijk ook gaan over de 700 MHz-band en de L-band.

Voor de eventuele toekomstige veilingen van frequentiebanden voor mobiele breedband zal ik duurzame en concrete akkoorden met de federale overheid nastreven over de monitoring van het gebruik van die banden, en over de verdeling van de eventuele opbrengsten van die banden wanneer die gebruikt worden voor audiovisuele media. Ik verwijs hierbij naar het akkoord op het overlegcomité van 23 april 2013. De bevoegdheid van de Gemeenschappen voor audiovisuele mediadiensten en -activiteiten en het steeds toenemende aandeel van video in de globale mobiele datatrafiek maken het noodzakelijk om tot deze akkoorden te komen.

Aandacht voor digitale radio

Een alternatief voor het klassieke FM-platform is het uitzenden van radio via de ether, via DAB/DAB+-technologieën. DAB staat voor Digital Audio Broadcasting, DAB+ voor een meer geavanceerde versie daarvan. Via DAB(+) kunnen meerdere radioprogramma's via een frequentieblok worden uitgezonden. Deze technologie maakt gebruik van andere frequenties dan de klassieke FM-band. In Vlaanderen zendt tot op heden enkel VRT in DAB uit, sinds 2008 via Norkring. Andere distributiekkanalen die vandaag gebruikt worden als alternatief voor FM-radio zijn onder meer de kabel en het internet. Ook kunnen via het satellietaanbod van TV Vlaanderen de radionetten van de VRT en de landelijke particuliere radio-omroeporganisaties Q-Music, JOE-fm en Nostalgie ontvangen worden. De tendensen en evoluties in het luisteren naar radio en naar muziek, waarbij niet alleen radio wordt verspreid via internet, maar waar specifieke muziekstreams beschikbaar zijn in duizenden varianten, bieden nieuwe uitdagingen, opportuniteiten en kansen voor radiomakers als ook voor muzieksamenstellers en muziekproducenten.

Ik zal nagaan hoe, in het licht van de toekomstige erkenningsronde voor de FM-band (zie verder), een leefbaar radiolandschap tot stand kan komen. Daarbij wil ik van de gelegenheid gebruik maken om een koppeling te maken met een technologische switch naar digitale radio en digitaal muziek beluisteren.

³ PMSE staat voor Programming Making and Special Events zoals bijvoorbeeld draadloze microfoons

OD 2.2. Innoveren als antwoord op nieuwe uitdagingen

RA: *Innovatie is een hefboom voor een kwalitatief sterk en lokaal verankerd medialandschap. Daarom moet de werking van het Media Innovatie Centrum (MiX) aangepast worden. De geïnvesteerde middelen moeten terechtkomen bij kleine startende innovatieve ondernemingen.*

Innovatie, start-ups en rol van MiX

Met een toekomstgericht Vlaams mediabeleid wil ik sterk inzetten op nieuwe digitale media en de groei ervan in Vlaanderen stimuleren door faciliterend op te treden. De enige manier om een antwoord te bieden op de enorme uitdagingen die de nieuwe mediarealiteit met zich meebrengt, is door te innoveren en nieuwe businessmodellen te ontwikkelen die het commerciële potentieel van nieuwe media ten volle benutten.

Vandaag kan men het medialandschap niet meer langs de klassieke landsgrenzen afbakenen. Zeker bij de jongere generaties wordt het directe of indirecte media-aanbod gedomineerd door grote Amerikaanse spelers die internationaal opereren en veel economische waarde weghalen uit onze Vlaamse mediamarkt. Interessant is dat deze bedrijven (zoals Google, Facebook, Netflix en andere) vaak relatief jonge bedrijven zijn. Zij komen niet voort uit gevestigde mediabedrijven, maar zijn net snel groot geworden door met die laatsten de strijd aan te gaan om de mediaconsument en de adverteerder voor zich te winnen.

Om deze reden wil ik als Vlaams minister van Media beginnende Vlaamse start-ups ondersteunen en hen helpen om verder door te groeien. Ik geloof sterk in de kracht van vernieuwing en ben er van overtuigd dat er meer dan genoeg talent aanwezig is in Vlaanderen om innovatieve én rendabele initiatieven te ontwikkelen die de sector in zijn geheel van nieuwe impulsen kunnen voorzien. In de eerste plaats is het noodzakelijk om de 'braindrain' tegen te gaan en onze Vlaamse talenten voldoende perspectieven te bieden om hier te blijven. Het Media Innovatie Centrum (MiX) kan hier een belangrijke rol in spelen. Waar het MiX nu nog grotendeels gericht is op grote projecten met een aanzienlijk technisch innovatief luik zullen we onderzoeken of hiermee voldoende start-ups bereikt worden, die kleinere projecten en initiatieven ontwikkelen die eerder gericht zijn op gebruikers- en businessinnovatie. Eventueel zullen deze starters begeleid worden in de richting van de verschillende bestaande startersinitiatieven en investeringsmogelijkheden. Het MiX is niet enkel facilitator op het gebied van innovatieprojecten binnen de media, maar ook klankbord bij de ontwikkeling van nieuw beleid. Precies daarom moet het MiX vanuit de beleidslijnen innovatie en media, in onderlinge samenwerking worden aangestuurd.

iMinds en het MiX moeten nog sterker in de markt worden gezet als facilitatoren van media-innovatie. Daartoe zal ik de piste onderzoeken of we in de hoofdstad een iMinds Mediahub Brussel kunnen creëren. Het overleg in het kader van deze piste zal zowel gebeuren met iMinds, met de sector als binnen de Vlaamse regering.

Nieuwe vormen van commerciële communicatie

Innovatie heeft niet per definitie alleen maar betrekking op technologie, maar kan ook het antwoord zijn op andere uitdagingen zoals de dalende reclame-inkomsten in de mediasector en de lekkage van advertentiebudgetten naar buitenlandse bedrijven. Commerciële communicatie vormt voor de meeste omroeporganisaties hun belangrijkste inkomstenbron, waarmee hoge kwaliteitsproducties kunnen worden gefinancierd.

Ik zal ervoor zorgen dat het decretale kader rond reclame en commerciële communicatie inspeelt op, en mee evolueert met nieuwe reclametechnieken aan de ene kant en met het veranderend mediagebruik van de consument aan de andere kant. De regels rond reclame en sponsoring die nu gelden voor lineaire televisie zijn erg gedetailleerd. Gegeven de convergentie is het onhoudbaar om televisie zo streng te blijven reguleren, zeker nu digitale kijkers de lineaire uitzendingen kunnen stopzetten, doorspoelen en hervatten en zo reclame kunnen vermijden, terwijl anderzijds het opvraagbaar aanbod soms begint met onvermijdbare reclame. Bovendien bestaan er steeds meer hybride diensten en bijbehorende reclamevormen waarvan nog moeilijk kan worden vastgesteld tot welke categorie ze behoren. De regels moeten terug naar de kern: een helder onderscheid tussen redactionele inhoud en commerciële boodschap.

Ter onderbouwing van mogelijke decretale aanpassingen, wil ik op korte termijn zicht krijgen op welke reclamemogelijkheden technisch en juridisch voorhanden zijn en/of ontwikkeld worden. Nieuwe reclametechnieken, zoals bijvoorbeeld geïndividualiseerde reclameboodschappen, kunnen een nieuw businessmodel schragen voor aanbieders van mediadiensten. Ik wil in dit dossier Vlaanderen een stem geven in het debat dat op Europees niveau wordt gevoerd naar aanleiding van de richtlijn dataprotectie en de herziening van de AVMD-richtlijn. Ik zal indien nodig het Vlaams Parlement vatten met een aanpassing van het decretale kader zodat omroeporganisaties van nieuwe reclametechnieken gebruik kunnen maken.

Gaming en rol van Gamefonds

Tijdens de komende legislatuur krijgt gaming mijn volle aandacht en is het een belangrijke doelstelling om de Vlaamse game-industrie te laten aansluiten bij de Europese en internationale markt. Met een gefocust gamebeleid wil ik inzetten op Vlaamse games die het potentieel hebben om internationaal succes te boeken. Ik ben er sterk van overtuigd dat een internationaal succesverhaal voor een positieve dynamiek kan zorgen binnen de Vlaamse gamesector, en binnen- en buitenlandse investeerders kan aantrekken om hun games te laten ontwikkelen in Vlaanderen door lokale toptalenten.

De algemene doelstelling van mijn gamebeleid is om de Vlaamse gamesector te helpen om op korte of middellange termijn op eigen benen te staan en uit te groeien tot een volwassen sector binnen de brede media-industrie. Er zal nagegaan worden of het Gamefonds voldoende geschikt, efficiënt en doelgericht is om de Vlaamse game-industrie te helpen groeien. Indien nodig zal ik alternatieve of aanvullende maatregelen nemen. Alternatieve vormen van financiering voor de game-industrie moeten onderzocht worden, te beginnen bij een betere toeleiding van de gamesector naar bestaande instrumenten als onder meer Mix en Cultuurinvest. Daarnaast zijn overleg met onderwijs en het MiX, en betrokkenheid van beide bij de totstandkoming van een gamebeleid belangrijke elementen.

3. SD3. Verzekeren van een divers en kwaliteitsvol aanbod

Voor de gebruiker is een kwaliteitsvol en pluriform aanbod primordiaal. Zonder een veelzijdig aanbod dat boeit en beklijft kunnen zelfs de knapste technologieën de mediagebruiker niet bekoren. Vandaag is het media-aanbod in Vlaanderen van zeer hoge kwaliteit, ook voor wat betreft de nieuwsberichtgeving. Ik wil dit zo houden, ook nu het media-ecosysteem en het mediagebruik diepgaand veranderen. De openbare omroep speelt daarbij een prominente rol.

OD 3.1. Creëren van een bloeiend en duurzaam medialandschap

RA: Daarnaast ijveren we voor een protocol met de Vlaamse mediasector om het principe van platformneutraliteit te respecteren.

RA: We voeren een beleid dat de negatieve gevolgen van mediaconcentraties en verticale integratie en cross-mediale acties in de markt bestrijdt.

RA: Als over-the-topspelers (zoals YouTube) de broadcastfunctie overnemen omdat zij meer kijkers bereiken dan reguliere televisiezenders, moet de overheid een aangepast model uitwerken voor de sociale return-on-investment. We zullen er op toezien dat auteurs en uitvoerders voor hun prestaties in de media correct worden vergoed, met vrijwaring van de rechten die hen wettelijk toekomen en het beteugelen van piraterij.

RA: We ondersteunen productie en export binnen de Vlaamse audiovisuele sector. Investeren in kwalitatieve producties van eigen bodem is immers de beste garantie tegen verdrukking, inhoudelijke verarming en verlies van culturele eigenheid door massale import van internationale 'mainstream' content via nieuwe internationale distributiekkanalen en -platformen. We promoten de Vlaamse audiovisuele sector nog beter in het buitenland: Flanders Investment and Trade (FIT) moet in samenwerking met Medianet Vlaanderen de Vlaamse media-industrie (facilitaire bedrijven, technische leveranciers, audiovisuele productontwikkelaars enzovoort) ondersteunen in haar buitenlandse groei.

RA: Het VAF (inclusief het Mediafonds en het Gamefonds) en 'Screen Flanders' geven we alle kansen om hun werking uit te bouwen.

RA: De gevolgen van het nieuwe decretale kader voor de regionale televisie-omroepen monitoren we op economische leefbaarheid. We zorgen er voor dat deze omroepen op alle digitale platformen aanwezig kunnen zijn en over voldoende technische band-breedte beschikken.

RA: Het nieuwe radiofrequentieplan van 2016 moet zorgen voor een divers en economisch leefbaar radiolandschap zodat alle erkende radiozenders maximaal beluisterbaar zijn in hun zendgebied.

RA: Lokale radiozenders zijn verbindend. We evalueren ook de vereisten en vergoedingen voor erkenning en zendvergunning, onder meer op hun doelmatigheid en controleerbaarheid.

RA: Private radiozenders die een extra inspanning leveren voor de Vlaamse muziekindustrie, krijgen een stimulans van de Vlaamse overheid.

RA: Er wordt onderzocht in welke mate het huidige radiolandschap naar frequentiegebruik toe kan worden geoptimaliseerd.

RA: We nemen een daadkrachtige houding aan tegenover storingen van Vlaamse radio-omroepen door (piraat)radio's uit binnen- en buitenland.

RA: De MediAcademie moet alle kansen krijgen om opleidingen aan te bieden op maat van alle mediasectoren.

RA: We onderzoeken hoe mediasubsidies en ondersteuning van papieren kranten meer mediumneutraal en toekomstgericht kunnen worden georganiseerd, ten gunste van kwalitatieve journalistiek.

RA: Het Fonds Pascal Decroos moet voldoende slagkracht krijgen, zodat ook bredere redactionele projecten een beurs kunnen aanvragen.

Naar een level playing field en eerlijke markttoegang

Het media-ecosysteem is, dankzij nieuwe technologieën en een veranderend mediagebruik, aan sterke en steeds snellere wijzigingen onderhevig. We zijn getuige van de komst van nieuwe lokale en internationale spelers die door hun intrede een nieuwe dynamiek genereren in de markt. Daarbij gaat het niet langer alleen meer over klassieke omroepen, operatoren en dienstenverdelers. Over-the-top-spelers, softwarebedrijven en fabrikanten van eindapparatuur hebben evenzeer een impact op het mediagebruik en de bestaande businessmodellen.

Deze (r)evolutie leidt ertoe dat bestaande mediabedrijven hun functies en hun modellen tegen het licht houden en daar waar ze het nodig achten proberen bij te sturen. Die bijsturing kan gebeuren via innovatie, maar evenzeer via horizontale en verticale integratie. Heel wat ondernemingen, of het nu traditionele print-, omroep-, productie- of distributiebedrijven, dan wel nieuwe spelers op de Vlaamse markt zijn, combineren steeds vaker verschillende functies uit de waardeketen. Soms gaat integratie ook gepaard met concentratie en consolidatie. Het is alvast de taak van de VRM om blijvend het jaarlijks rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen', waarin beleidsaanbevelingen worden opgenomen op te maken en te publiceren. Ook de verschillende mededingingsautoriteiten moeten waar nodig hun rol blijven vervullen.

Ik zal deze evoluties eveneens nauwgezet opvolgen, waarbij ik steeds zal nagaan wat ze betekenen voor het in stand houden van een leefbaar, pluriform en duurzaam eco-systeem en voor het verzekeren van een kwaliteitsvol toegankelijk aanbod voor de mediagebruikers. Opportuniteiten en bedreigingen moeten hierbij steeds op een genuanceerde manier tegen elkaar worden afgewogen. Indien nodig, zal ik niet nalaten om binnen de grenzen van mijn bevoegdheden de gepaste maatregelen te nemen om de doelstellingen omtrent een evenwichtig eco-systeem en een kwalitatief toegankelijk aanbod te vrijwaren.

Een economische sector, zoals de mediasector, veronderstelt het uitbouwen van een evenwichtig en duidelijk kader om in een concurrentiële omgeving te kunnen ondernemen. Bij die uitbouw wil ik de focus op twee pijlers leggen: een eerlijke markttoegang en een level playing field voor alle spelers. Eerlijke markttoegang houdt in dat spelers een correcte markttoegang kunnen krijgen via de netwerken en platformen van bestaande en/of nieuwe aanbieders. Een level playing field veronderstelt dezelfde rechten, maar ook dezelfde soorten verplichtingen, voor gelijkaardige spelers. Ik reken er ook op dat de diverse spelers hun verantwoordelijkheid zullen opnemen. Hiertoe wil ik een bemiddelende rol vervullen om tot concrete afspraken te komen. Ik zal hierover ook de dialoog voeren met de Europese en federale overheid.

De VRM heeft de taak om de geografische relevante markt voor producten en diensten in de sector van de elektronische communicatienetwerken – waartoe omroepsignaaltransmissie behoort – te analyseren om te bepalen of de markt daadwerkelijk concurrerend is.

Op basis van deze analyse kunnen aan ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht verplichtingen opgelegd worden. Wegens overlapping van bevoegdheden werken de media- en telecomregulators in België samen binnen de Conferentie van Regulators voor de elektronische Communicatiesector (CRC). In juli 2011 nam de CRC een marktanalysebesluit op basis van een ontwerp van besluit van de VRM. De maatregelen (toegang tot een doorverkoop aanbod voor hun analoge-televisieaanbod, toegang tot hun digitale-televisieplatform en toegang tot een doorverkoop aanbod voor breedbandinternet) hebben tot doel de kabeltelevisiemarkt open te stellen voor meer concurrentie. Binnen de nieuwe context zal een nieuwe marktanalyse moeten worden georganiseerd.

Investeren in kwaliteitsvolle lokale content

De Vlaamse mediasector wordt gekenmerkt door kwaliteitsvolle inhoud. Tijdens de volgende beleidsperiode wil ik volop inzetten op het versterken van onze productiesector en de ontwikkeling van lokale inhoud en creativiteit. Ik ben me bewust van de uitdagingen waar de creatieve sector voor staat, zoals het vinden van voldoende financiering, het behouden of nog verbeteren van het kwaliteitsniveau, het versterken van zijn businessmodel, innoveren in nieuwe

formats en valorisatiemodellen en/of het meer aansluiting vinden op de internationale markt. Dit alles in een context van een wijzigend media-ecosysteem waar traditionele media integreren en uitgedaagd worden door buitenlandse spelers en formats. Mijn beleid zal er op gericht zijn om mee oplossingen te helpen zoeken en een kader te creëren, opdat die uitdagingen in de praktijk kunnen worden omgezet ten voordele van de vrijwaring van lokale kwaliteitsvolle content.

Het VAF zal hiertoe een belangrijke rol blijven spelen. De beheersovereenkomst met het VAF over het Mediafonds, dat kwalitatieve tv-fictie, -animatie en -documentaire steunt, loopt van 2014 tot en met 2016. Op basis van een grondige evaluatie van het Mediafonds en zijn doelmatigheid, zal ik nagaan hoe we de rol van het VAF bij de ondersteuning van audiovisuele content verder kunnen invullen. Ook andere bestaande stimuleringsregels moeten op hun waarde en merites beoordeeld worden en indien nodig bijgestuurd of aangepast worden. Indien andere beleidsdomeinen mee betrokken zijn, zal ik hierover overleg plegen met de bevoegde minister. Wat uiteraard niet wegneemt dat we grondig moeten nagaan welke bijkomende financieringsbronnen kunnen aangeboord worden.

Zo blijft het ondersteunen van de export van onze lokale audiovisuele producten een belangrijke opdracht voor het VAF, onder meer bij de inspanningen die nodig zijn om producties deel te laten nemen aan internationale festivals, wedstrijden of beurzen. Ook is hier een rol weggelegd voor het agentschap Flanders Investment and Trade (FIT). De internationale uitstraling en het internationaal vermarkten van Vlaamse audiovisuele content en formats, moet een speerpunt worden. Vlaanderen is een kleine afzetmarkt. Willen we de sector laten groeien, dan moeten we de blik ook op het buitenland durven richten, zonder evenwel afbreuk te doen aan de aanwezigheid van de Vlaamse culturele identiteit op het scherm.

Als we streven naar een meer zichtbare plaats op het internationale toneel, met de return die hieraan gekoppeld is, dan is permanente innovatie eveneens noodzakelijk. Nieuwe technieken en vernieuwende formats kunnen bijdragen tot succes. Ik wil, in overleg met het VAF, het MiX en de sector, nagaan hoe we de nood aan meer onderzoek en ontwikkeling in alle fases van het creatief proces kunnen ondersteunen. Daarbij moeten we meer aandacht hebben voor de volledige lifecycle van een programma. Audiovisuele content kan immers op meer dan enkel het televisieplatform, zowel nationaal als internationaal, geëxploiteerd en gevaloriseerd worden. Diverse platformen en verschillende soorten rechten moeten een schakel vormen in de toegevoegde waarde die producenten wensen te genereren en die de sector moeten helpen groeien. Vandaag worden nog te weinig exploitatiewindows ten volle benut. Dat veronderstelt uiteraard ook een billijke verdeling van de rechten tussen de diverse spelers in het landschap. Ik wil hiervoor binnen de grenzen van mijn bevoegdheden, een kader creëren en een faciliterende rol spelen. Indien nodig zal ik hierover het gesprek aangaan met de federale overheid, onder meer inzake de correcte vergoeding van alle spelers in de sector.

Regionale omroepen

De 10 regionale televisieomroepen hebben op basis van het mediadecreet een heel specifieke opdracht met betrekking tot de communicatie onder de bevolking en de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio. Een aantal ingrepen uit de vorige legislatuur (samenwerkingsovereenkomsten en decretaal vastgelegde bereik-vergoeding) moesten de leefbaarheid van de regionale televisieomroepen verzekeren. Ik zal via een evaluatie van de samenwerkingsovereenkomsten en de decretale maatregelen nagaan in hoeverre deze doelstelling behaald wordt.

Op basis van de bevindingen van deze evaluatieoefening en de hieruit vloeiende aanbevelingen zal, in overleg met de Vlaamse regionale televisieomroepen, een toekomstgerichte aanpak uitgewerkt worden.

Naar een nieuw radiolandschap

In de komende legislatuur wil ik werk maken van een nieuw radiolandschap. Ik zal daarom op korte termijn starten met de juridische voorbereiding van een nieuwe erkenningsronde voor radio-omroeporganisaties en met het uitwerken van een goed en evenwichtig frequentieplan, zodat we in Vlaanderen kunnen evolueren naar een leefbaar en duurzaam radiolandschap, waarbij niet enkel FM maar ook andere vormen van radio en/of muziek luisteren bijzondere aandacht krijgen en waarbij een vlotte overgang van analoog naar digitaal mogelijk wordt gemaakt. Hierbij zal ook de nodige aandacht worden geschonken aan optimale afstemming van frequentieplannen met de andere Gemeenschappen en de buurlanden.

Het nieuwe frequentieplan moet zich enten op een nieuw kader voor radio in Vlaanderen. Daarom zal ik de relevante decretale bepalingen evalueren. Hierbij zal ik zowel aandacht hebben voor een eenvoudige en rechtszekere erkenningsprocedure als voor een realistische indeling van de diverse radiocategorieën. Ook moeten tijdelijke initiatieven rond radio alsook kleinschalige initiatieven, gericht op specifieke doelgroepen en kleine niche-initiatieven binnen de herziening van dit decretaal kader een plaats krijgen.

Erkenningen/zendvergunningen, storingen

In afwachting van een nieuw frequentieplan voor de FM-band zal ik storingen, afkomstig van radio's van andere Gemeenschappen, aanpakken. Ik zal proberen hieromtrent met de andere Gemeenschappen tot evenwichtige akkoorden te komen.

OD 3.2. Pluriforme berichtgeving als democratisch fundament

Monitoring

De pers als vierde macht en haar rol als venster op de wereld, is ontegensprekelijk een belangrijke bouwsteen in onze maatschappij. De mediagebruiker vertrouwt op de media om accuraat geïnformeerd te worden. De trends in de nieuwsproductie, de journalistieke professionaliteit, de diversiteit en het pluralisme in het aanbod zijn, net als inzichten in het media- en nieuwsgebruik, zeer inspirerend om het publiek debat over de rol van de pers aan te houden.

Het Steunpunt Media heeft als doel om het beleidsmatige en publieke debat over de inhoud van de Vlaamse nieuwsberichtgeving, en over de mediawijsheid van Vlaamse mediagebruikers te verrijken en aan te zwengelen. Het Steunpunt dient over zijn onderzoeksopdrachten en -resultaten actief de dialoog aan te gaan met de sector, zodat de sector hier maximaal kan op inspelen. Voor de bekendmaking van de studies en aanbevelingen van het Steunpunt aan de sector, zie ik een belangrijke rol weggelegd voor de Vlaamse Vereniging van Journalisten. Daarnaast zal ik erop toezien dat de onderzoeksresultaten van het Steunpunt Media, en niet in het minst van de participatiesurvey waar het aan meewerkte, breder verspreid worden om ook het niet-professionele publiek hierover te informeren.

Opleiding op maat via de MediAcademie

Kansen bieden aan mensen in de mediasector om zich te ontplooiën en hun talenten te ontwikkelen, bevordert de kwaliteit van het media-aanbod. Daartoe

werd in 2011 de MediAcademie opgericht door de koepelverenigingen binnen de geschreven perssector, met als doel meer efficiëntie, coördinatie, transparantie, samenwerking en afstemming van het aanbod aan opleidingen, toegespitst op actuele opleidingsnoden bij de verschillende doelgroepen. De MediAcademie kende in 2013 een uitbreiding naar de audiovisuele sector. De uitbouw, coördinatie en organisatie van het opleidingsaanbod werd toevertrouwd aan het Sociaal Fonds voor de Audiovisuele Sector (mediarte.be). De onderwijsinstellingen van het hoger onderwijs (journalistieke opleidingen e.d.m.) moeten verder betrokken worden bij het uittekenen van de strategie en de prioriteiten van de MediAcademie.

De MediAcademie is niet alleen stroomlijner en facilitator van sectorspecifieke en open opleidingen, zij biedt eveneens een platform aan de verschillende stakeholders van de sector om te reflecteren over het opstellen en uitwerken van een talentmanagementbeleid. Overleg, samenwerking, afstemming van het aanbod en focus op een gemeenschappelijk aanbod zijn de kernactiviteiten van de MediAcademie. De opleidingen en het omkaderend overleg zijn erop gericht de diversiteit en kwaliteit van een toekomstgerichte Vlaamse mediasector te optimaliseren met als belangrijkste doelstelling een versterking van deze belangrijke economische en culturele sector.

Ik ga op korte termijn met de betrokkenen in gesprek, om na te gaan op welke manier de kwaliteiten van dit opleidingsplatform maximaal kunnen worden benut. De bestaande structuur van de MediAcademie biedt immers nog opportuniteiten voor de toekomst. Het aanbod kan bijvoorbeeld worden opengesteld voor journalisten van online media. Met betrekking tot het audiovisuele luik zijn er synergiën te vinden met het VAF.

Het belang van journalistenverenigingen en onderzoeksjournalistiek

De Vlaamse Vereniging van Journalisten – afgekort VVJ – is de beroepsvereniging die de professionele, sociale en intellectuele belangen van de Vlaamse beroepsjournalisten behartigt.

De VVJ heeft een zeer representatief karakter en is op verschillende fora spreekbuis voor de Vlaamse beroepsjournalisten. Ik wil er voor zorgen dat de VVJ de resultaten en aanbevelingen van het monitoringonderzoek van het Steunpunt Media via de eigen kanalen en netwerken verspreidt, en dat de VVJ ook niet-professionele journalisten informeert en adviseert.

De Raad voor de Journalistiek vervult een belangrijke rol inzake zelfregulering in de media. De Raad is uitgegroeid tot een vaste waarde binnen de Vlaamse mediasector, waar alle uitgevers en omroepen in verenigd zijn. Ik hecht veel belang aan de journalistieke beroepsethiek, bijvoorbeeld in het kader van berichtgeving over slachtoffers of het afbeelden van personen. In die optiek vraag ik blijvende aandacht voor de richtlijn in verband met de berichtgeving over zelfdoding. Ik schat de meerwaarde van de Raad voor de Journalistiek als zelfregulerend orgaan voor de volledige mediasector hoog in.

Daarnaast blijft ook onderzoeksjournalistiek een waardemeter voor kwaliteitsjournalistiek. Hierbij zie ik enerzijds een specifieke rol weggelegd voor het Fonds Pascal Decroos, en anderzijds een belangrijke taak voor de VRT.

Het Fonds Pascal Decroos heeft de voorbije jaren een essentiële rol gespeeld om de onderzoeksjournalistiek in Vlaanderen uit te bouwen en ervoor te zorgen dat journalisten werk kunnen verrichten dat zij zonder deze steun onmogelijk hadden kunnen realiseren. Het Fonds zal ook in de toekomst een sleutelfunctie in de onderzoeksjournalistiek blijven vervullen, door journalistieke projecten te

ondersteunen na beoordeling door een onafhankelijke jury en rekening houdend met de persvrijheid en de journalistieke deontologie. Het Fonds werkt binnen de koepel van Journalismfund.eu, actief op Europees niveau om kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek te promoten.

Tenslotte heeft de VRT als openbare omroep ook een belangrijke taak inzake onderzoeksjournalistiek: het is immers dé kernopdracht van de openbare omroep om in te zetten op nieuwsberichtgeving. Onderzoeksjournalistiek maakt daar een wezenlijk deel van uit en wordt dan ook een onderdeel van de nieuwe beheersovereenkomst.

Nieuwe nieuwsmedia-initiatieven

Steun aan de pers moet focussen op steun aan de journalistiek. Daarom wil ik opportuniteiten bieden aan kleinere projecten die het pluralisme en de pluriformiteit binnen de mediasector versterken, die complementair zijn aan reguliere media-aanbod en zodoende het informatieaanbod verruimen. Kwalitatieve nieuwssites verdienen zeker hun plaats binnen een pluriform media-aanbod.

OD 3.3. Een nieuw project voor de publieke omroep

RA: *De openbare omroep moet zich terughoudend opstellen tegenover de advertentiemarkt. Advertentievrij is niet realistisch, maar de plafonds blijven onverkort gelden. Waar nodig werken we eventuele onduidelijkheden of grijze zones weg, bijvoorbeeld inzake sponsoring.*

RA: *We vragen aan de VRT een voortzetting van het efficiency-verbeteringstraject dat moet resulteren, zoals bij de brede Vlaamse overheid, in een verdere daling van het personeelsbestand en de budgettaire kost ervan, onder meer inspelend op de opportuniteit dat de volgende jaren een significant aantal medewerkers sowieso de organisatie verlaat door natuurlijke uitstroom.*

RA: *Het derde net zal nog uitsluitend gebruikt worden voor de ontkoppeling van Ketnet en Canvas.*

RA: *Samenwerking met andere Vlaamse mediabedrijven (onder andere de regionale televisieomroepen en de kleinere mediaspelers) moet concreter geformuleerd worden, zodat ze ook geëvalueerd kan worden.*

RA: *Respect voor pluralisme en neutraliteit is in alle programma's van de openbare omroep een evidentie. Ook in dit verband is doorgedreven interne en externe kwaliteitscontrole en rapportering noodzakelijk.*

RA: *We zien er ook op toe dat de openbare omroep zijn specifieke en diversiteitbevorderende rol in het muzikale landschap blijft spelen. In dat kader stellen we ook vereisten met betrekking tot een gewaarborgd aanbod, ook op zenders en tijdens zendingen met een ruim bereik, aan Vlaamse en Nederlandstalige producties en muziek, in verschillende genres.*

RA (inburgering): *We sluiten een integratiepact met de lokale besturen, sociale partners, media, onderwijspartners en verenigingen van mensen met een migratieachtergrond waarbij iedere partner verantwoordelijkheid opneemt om directe en indirecte discriminatie en racisme te bestrijden en respect ten aanzien van personen met een andere geloofsovertuiging of seksuele geaardheid te bevorderen. Het pact vraagt ook engagementen van onderwijsinstellingen, sociale organisaties, media, lokale besturen en werkgevers om te voorzien in stage- en (vrijwilligers)werkplaatsen voor inburgeraars.*

RA: *Alvorens een nieuwe beheersovereenkomst met de VRT te sluiten, zullen we de openbare opdracht van de VRT in een gewijzigd medialandschap evalueren. We voeren daartoe een benchmarking uit met de openbare omroepen in andere Europese landen. Daarbij gaat de aandacht onder meer naar de culturele opdracht,*

pluriformiteit, kwaliteit van de informatieverstrekking in de globale programmering, doelgroepenbereik (bijvoorbeeld jongeren en nieuwe Vlamingen), de opdracht inzake technologische vernieuwing en zorg voor een open, respectvol en verdraagzaam Vlaanderen. In een globaliserend en concurrentieel medialandschap moet de publieke opdracht van de openbare omroep nauwkeurig en doordacht gedefinieerd worden.

Visietekst (bestuurszaken): *De management- en beheersovereenkomsten schaffen we af, behalve voor de VRT en De Lijn*

Visietekst (innovatie): *Via gerichte initiatieven in de media en het onderwijs dragen we Vlaamse succesverhalen en goede praktijken uit en creëren we een positieve attitude tegenover ondernemingszin en ondernemerschap. Daartoe maken we sluitende afspraken in de eindtermen en de beheersovereenkomst van de VRT.*

RA (cultuur): *Zo investeren we in de culturele bagage van volwassenen maar ook van kinderen en jongeren via initiatieven in gezins- en familiaal verband en via onderwijs en media met een voortrekkersrol voor de openbare omroep.*

RA (Brussel): *Ter gelegenheid van de Vlaamse feestdag organiseren we jaarlijks een breed toegankelijke 11-juliviering op de Brusselse Grote Markt, een Vlaams volksfeest met maximale zichtbaarheid in de media.*

De VRT staat de komende jaren voor grote veranderingen. Via een positief toekomstproject wil ik werken aan een moderne publieke omroep, een omroep voor alle Vlamingen, met een nieuwe dynamiek in een nieuw huis en met een efficiëntietraject dat moet leiden tot lagere kosten.

De VRT ziet net zoals de particuliere mediaondernemingen heel wat uitdagingen op zich afkomen. De Vlamingen gebruiken media op een heel andere manier dan vroeger en ze ontwikkelen nieuwe verwachtingen ten opzichte van het media-aanbod dat ze ook op meer flexibele manieren op digitale platformen wensen te consumeren. Dat is zeker voor jongeren het geval. Daarnaast is er een sterke concurrentie van vaak internationale content spelers en technologiebedrijven in de markt. Het Vlaamse media-ecosysteem, waarvan VRT deel uitmaakt en waarin zij een verantwoordelijkheid draagt, wordt vanzelfsprekend hierdoor geïmpacteerd.

Het is in die context absoluut noodzakelijk dat we de rol van de VRT onder de loep nemen. De publieke omroep moet méér betekenen voor Vlaanderen.

Ze moet enerzijds meer dan ooit de Vlamingen informeren, inspireren en verbinden en dit via alle relevante media en platformen. VRT moet altijd trachten een 'extra dimensie/laag' toe te voegen aan haar aanbod. Dit doet ze waar mogelijk en wenselijk in dialoog of samenwerking met andere maatschappelijke actoren. Met onder meer het socio-culturele veld zoekt VRT naar manieren om sneller en beter in te spelen op wat er leeft in de samenleving. VRT moet ook haar aanbod beter ontsluiten naar maatschappelijke actoren zoals bijvoorbeeld het onderwijs.

Anderzijds moet VRT haar rol als hefboom in het Vlaamse media-ecosysteem ter harte nemen. Er is nood aan een duidelijke toekomstvisie die de volgende vijf jaren in de praktijk vertaald wordt. We moeten prioriteiten stellen en duidelijke keuzes maken.

1. Een publieke omroep voor alle Vlamingen
2. Kernopdrachten informatie en cultuur
3. Een digitaal progressieve VRT
4. Meer digitaal aanbod voor jongeren
5. De VRT als drijvende kracht in het Vlaamse media-ecosysteem
6. Blijvende investeringen in productie van kwaliteitsvolle, creatieve en Vlaamse content
7. Een nieuwe beheersovereenkomst
8. Een nieuw gebouw

1. Een publieke omroep voor alle Vlamingen

De VRT van de toekomst neemt haar publieke opdracht meer dan ooit ter harte. De VRT moet alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden. Dat moet de leidraad zijn van alles wat VRT doet.

De publieke opdracht van élk net wordt aangescherpt. Er wordt prioritair geïnvesteerd in programma's en andere mediadiensten die duidelijk bijdragen aan de publieke opdracht en een *return to society* bieden. De publieke opdracht, zoals gedefinieerd in het mediadecreet, dient dus te werken als een 'zuiverend kompas' waarbij de VRT behoudt of introduceert wat essentieel is.

De publieke omroep is per definitie geen niche-omroep en moet er zijn voor alle Vlamingen, ook voor zij die niet per se via de radio of de traditionele televisieset media consumeren. Het aanbod moet daarnaast ook toegankelijk zijn voor blinden, slechtzienden, doven en slechthorenden.

2. Kernopdrachten informatie en cultuur

De publieke omroep moet zich prioritair richten op informatie, duiding, educatie, cultuur, documentaire en onderzoeksjournalistiek. De kernopdrachten van de VRT zijn informatie en cultuur. VRT moet niet louter informatie verstrekken, maar ook een levendige, actieve benadering van informatie brengen die ervoor zorgt dat de Vlamingen interesse krijgen voor de diverse wereld waar ze deel van uitmaken en er volop mee connecteren.

Kunst en cultuur moeten de volle aandacht van VRT krijgen. Ze scherpen immers onze verbeelding aan en prikkelen onze nieuwsgierigheid. Cultuur gaat ook over onze manier van leven, de optelsom van onze onuitgesproken gewoontes, gebruiken en rituelen. Het soms moeilijk definieerbare geheel dat we 'onze Vlaamse cultuur' noemen en waar ook de Nederlandse taal een belangrijk onderdeel van is. De VRT moet de volgende vijf jaar nog meer bijdragen tot culturele vernieuwing en een culturele fierheid in Vlaanderen: een oprechte en gedeelde trots op wie we zijn, wat we maken en creëren en hoe we leven. Hoe meer we ons bewust zijn van onze eigen kracht en creativiteit, hoe meer we ons met plezier laten uitdagen en inspireren door andere culturen.

Ook sport en ontspanning, die voor de VRT belangrijk zijn om een aantrekkelijke publieke omroep te blijven, maken integraal deel uit van de publieke opdracht van VRT. Sport speelt in onze samenleving een verbindende en activerende rol. Ook via ontspannende programma's moet VRT een meerwaarde trachten te realiseren door bijvoorbeeld moeilijke en soms controversiële maatschappelijke thema's toegankelijk en bespreekbaar te maken voor het grote publiek.

3. Een digitaal progressieve VRT

De VRT moet een meer visionaire publieke omroep zijn die in alles wat ze doet toekomstgericht denkt en elke gelegenheid aangrijpt om zichzelf bij de tijd te houden. De digitale realiteit moet daarbij hét vertrekpunt zijn: hoe gebruikt VRT het best alle digitale platformen die de Vlamingen in hun leven geïntegreerd hebben? Hoe kan VRT sommige voorbijgestreefde mediaconventies overboord gooien en structureel innoveren?

Meer concreet, moet de online beschikbaarheid van het VRT-aanbod significant verbeterd worden. Daarnaast zullen de netten en merken van VRT hoe dan ook moeten evolueren naar netwerken die niet alleen content aanbieden, maar ook mensen rond die content connecteren. De Vlaamse mediagebruiker is niet langer een passieve ontvanger van programma's, maar dient ook als inspirerende gesprekspartner, die de inhoud van de programma's mee kan aansturen of er zelfs actief aan kan meewerken, gezien te worden. De Vlaamse mediagebruiker zou de content van VRT ook zelf moeten kunnen delen en verspreiden. Met andere woorden: niet enkel kijk- en luistercijfers, maar ook 'connectiecijfers' zijn belangrijk. Hoe connecteert VRT met de mediagebruiker via haar aanbod en hoe connecteren de Vlamingen met elkaar omwille van mediadiensten van VRT? Kortom, de publieke omroep moet digitaal kunnen denken en werken.

4. Meer digitaal aanbod voor jongeren

OP12 wordt afgeschaft. Dat betekent echter geenszins dat VRT geen werk moet maken van het bereiken van jongeren. De VRT moet er immers zijn voor alle Vlamingen.

Zowel intern als via samenwerking met externe productiehuisen en beloftevolle start-ups moet VRT op zoek gaan naar innovatieve vertelstructuren en content formats en daarmee inspelen op de noden en verwachtingen van de digitale generatie. Voor die generatie moet VRT, net zoals voor ieder ander doelpubliek, niet de norm volgen, maar de toon zetten.

Dat betekent dat er meer digitaal aanbod moet zijn, onder meer voor de jongere doelgroepen van VRT. De lat moet echt hoger. De VRT moet hier ambitieuzer zijn. De nieuwe beheersovereenkomst zal de verwachtingen op dit vlak duidelijker expliciteren.

5. De VRT als drijvende kracht in het Vlaamse media-ecosysteem

In een kleine mediamarkt zoals Vlaanderen is de publieke omroep altijd een hefboom geweest om bepaalde culturele en economische doelstellingen te realiseren. Gegeven de huidige trends, die zowel een bedreiging als een opportuniteit kunnen zijn voor de Vlaamse mediasector, moet de VRT dan ook meer dan ooit de ambitie hebben om een actieve en constructieve rol te spelen in het versterken van het Vlaamse media-ecosysteem. De VRT van de toekomst verstoort de markt niet, maar is een publieke omroep die de functie van drijvende kracht op zich neemt in de verdere ontwikkeling van een sterke, gezonde en duurzame Vlaamse mediasector.

Dat betekent dat VRT met de partners uit de Vlaamse mediasector werkt aan vernieuwende initiatieven die iedereen – in de eerste plaats de consument – ten goede komen. De VRT kan, in het licht van het toenemende aantal windows voor content, onder meer samen met andere spelers in de sector meewerken aan nieuwe en duurzame manieren om Vlaamse content te financieren. VRT moet ook blijvend investeren in innovatie en haar inzichten, die ze onder andere in de European Broadcasting Union en in haar Start-Up opbouwt, delen met andere actoren via het MiX.

6. Blijvende investeringen in de productie van kwaliteitsvolle, creatieve en Vlaamse content

Vernieuwen doe je niet door binnen je eigen vier muren te blijven, maar door naar buiten te treden. De VRT van de toekomst moet VRT niet alleen bouwen. De VRT kan daarbij gebruik maken van de vele talenten die de Vlaamse creatieve industrie

rijk is. Dit door in te zetten op een professionele en wendbare interne productie enerzijds en door te investeren in jonge en gereputeerde productiehuisen anderzijds.

De bestedingsplicht voor de externe productiesector blijft onverkort gelden. De VRT moet, ook los van het VAF, zelf voldoende investeren in externe producties. Daarnaast zoekt VRT samen met de externe productiesector best naar nieuwe vormen van samenwerking om zo kwaliteitsvolle programma's te kunnen blijven produceren en ook om dure genres zoals fictie te kunnen blijven financieren.

7. Een nieuwe beheersovereenkomst

De VRT van de toekomst is een open, constructieve en verantwoordelijke publieke omroep. Ze is er meer dan ooit voor de mediagebruikers, maar neemt eveneens haar marktversterkende rol in het Vlaamse media-ecosysteem op. De VRT is maar zo relevant als haar aanbod voor de mediagebruikers en de samenleving, en maar zo sterk als de sector waar ze deel van uitmaakt.

Om het positieve toekomstproject van de VRT gestalte te geven, zal ik deze legislatuur een nieuwe beheersovereenkomst uitwerken.

8. Een nieuw gebouw

Een open, constructieve en verantwoordelijke publieke omroep die op basis van een nieuwe beheersovereenkomst de Vlaamse mediagebruikers beter bedient en de mediasector structureel versterkt: dat is dus de ambitie. Het nieuwe gebouw zal die ambitie veruitwendingen.

Het huidige VRT-gebouw voldoet niet meer aan de huidige normen op het vlak van energieprestaties en technische uitrusting, en past bovendien niet bij de functionaliteit van een modern, flexibel en innovatief mediabedrijf. Daarom is er beslist een nieuwe huisvesting voor de VRT te voorzien op de Reyers-site.

Wil VRT effectief een 'open' publieke omroep van de toekomst zijn, een venster op Vlaanderen en de wereld, dan is het noodzakelijk dat ze zich samen met de Vlaamse Regering verder engageert om van de Reyers-site een 'open campus' in Brussel te maken. De nieuwe huisvesting is onderdeel van een groter en belangrijk stadsontwikkelingsproject voor Brussel. Dat project wil niet enkel VRT en RTBF huisvesten, maar ook plaats bieden aan start-ups, jonge, creatieve ondernemingen en gezinnen. VRT dient in dat stadsontwikkelingsproject een voorbeeldfunctie op te nemen. Het nieuwe gebouw moet karaktervol en inspirerend zijn, bruisen van energie en creativiteit stimuleren; het moet een toonbeeld zijn van toekomstgericht denken en een ontmoetingsplaats van creatief talent.

Levensbeschouwelijke derden

Levensbeschouwing is voor heel veel mensen belangrijk. Toch hebben de zogeheten 'uitzendingen door derden' op de openbare omroep een heel select publiek. Rekening houdend met de digitale evolutie en met het feit dat veel informatie elders dan via televisie wordt gezocht, wil ik de huidige werkwijze van erkenningen en subsidies voor levensbeschouwelijke verenigingen en een gezinsorganisatie om radio- en/of televisieprogramma's te verzorgen, kritisch tegen het licht houden. De erkenning van de verenigingen loopt af eind 2015. In het verleden werd al aan het concept van de gastprogramma's gesleuteld: de zendtijd en subsidie voor politieke derden werd geschrapt in 2002. De socio-economische verenigingen kwamen in 2007 tot een overeenkomst om de eigen

uitzendingen per vereniging te vervangen door een wekelijks socio-economisch programma op de VRT.

Om levensbeschouwing een breder bereik te geven, zal worden gestreefd naar integratie van de verschillende strekkingen in de algemene programma's van de VRT. Het behoort immers tot de taak van de openbare omroep om alle opvattingen en stromingen aan bod te laten komen. De VRT moet zich op dit vlak onderscheiden van andere omroepen en ruimte bieden aan de waarden en normen die binnen de levensbeschouwelijke stromingen leven. Dit aspect zal ook worden opgenomen in de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT. In het kader van de opmaak van de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT, zal ik samen met de collega's uit de Vlaamse regering een voorstel bespreken met betrekking tot de levensbeschouwelijke derden.

4. SD4. Transparante, effectieve en afdwingbare spelregels

RA: *In uitvoering van de zesde staatshervorming versterken we de samenwerking tussen telecom- en mediaregulatoren, met respect voor ieders bevoegdheden.*

Niemand zal betwisten dat media razendsnel evolueren, zowel vanuit gebruikersperspectief als in de sector zelf. Om de Vlaamse media leefbaar te houden en klaar te stomen voor concurrentie met nieuwe marktspelers uit andere landen of sectoren, moet de sector evenwichtig en toekomstgericht worden georganiseerd. In een snel evoluerend medialandschap is het van belang dat de mediaregelgeving aansluit bij de realiteit. Een gepast regelgevend kader kan garanties bieden voor pluralisme en diversiteit. Gelet op de dynamiek in de sector is het van belang dat de mediaregelgeving de nodige flexibiliteit bevat. Overregulering belemmert de economische groei en flexibiliteit die de sector vereist. Ik werk dus aan regelgeving waar nodig, maar niet meer dan noodzakelijk.

De komende maanden en jaren zal ik daarom het mediadecreet evalueren in samenwerking met de sector. Vanuit die invalshoek zullen we eveneens input verzamelen om te kunnen wegen op Europese debatten, zoals de herziening van Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten of de discussies omtrent dataprotectie.

OD 4.1. Een sterke regulator

De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) is opgericht bij decreet van 16 december 2005. Er werd geopteerd voor een slagkrachtige en onafhankelijke instelling in de vorm van een extern verzelfstandigd agentschap.

De VRM draagt er actief toe bij dat de mediaregelgeving in Vlaanderen nageleefd wordt. Om dit te kunnen realiseren is het een absolute voorwaarde dat de VRM onafhankelijk kan werken. We zullen de VRM hiervoor de nodige ruimte geven opdat hij nauwgezet zijn taken zal kunnen vervullen.

De regulator werkt binnen de specifieke Belgische context voor onder meer de marktanalyse samen met de telecom- en mediaregulatoren. In uitvoering van de zesde staatshervorming zullen we de samenwerking tussen de telecom- en mediaregulatoren versterken, met respect voor ieders bevoegdheden. We bewaken de Vlaamse bevoegdheid met betrekking tot omroepdiensten, omroepactiviteiten en audiovisuele content.

Aan de VRM worden door het mediadecreet een aantal specifieke taken toegewezen. Het uitvoeren van een marktanalyse en het in kaart brengen van de

concentraties in de Vlaamse mediasector werden reeds onder het hoofdstuk 'naar een level playing field en eerlijke markttoegang' beschreven.

De VRM moet ook jaarlijks aan de Vlaamse regering rapporteren over de naleving door de publieke omroep van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap. In het rapport beoordeelt de VRM de mate waarin de VRT haar inhoudelijke strategische en operationele doelstellingen voor het afgelopen jaar heeft behaald.

De afgelopen jaren werden door de decreetgever een aantal extra opdrachten aan de VRM gegeven.

In het kader van het decreet signaalintegriteit is aan de VRM een opdracht toegekend indien er binnen een termijn van 3 maanden geen akkoord bereikt wordt over de financiële bijdragen van de dienstenverdelers aan de omroeporganisaties.

De partijen kunnen een bemiddelingsprocedure aanvragen via een verzoek aan de voorzitter van de raad van bestuur van de VRM. Er zal dan een bemiddelingscollege opgericht worden en binnen de drie maanden dient het hiervoor opgerichte college te melden of een akkoord werd bereikt.

Met betrekking tot het decreet stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector moet de VRM de berekening voor de financiële bijdrage van de dienstenverdelers maken, gebaseerd op cijfers die door de dienstenverdelers zijn bezorgd. Bovendien dient door de dienstenverdelers een keuze gemaakt te worden over de toekenning van hun financiële bijdrage: aan de coproductie van audiovisuele werken of een gelijkwaardige financiële bijdrage aan het VAF. Bij keuze voor bijdrage aan een coproductie, moeten coproductieprojecten voor beoordeling van de ontvanke-lijkheid en erkenning aan de VRM worden voorgelegd. Na advies van een beoordelingscommissie zal de VRM beslissen over de erkenning van de coproductieprojecten en die opvolgen om te kunnen rapporteren over een mogelijk tekort aan investeringen. De VRM zal hiervan een jaarlijks verslag opmaken.

De VRM zal voortaan ook bereikmeting van de regionale televisieomroep-organisaties berekenen, op basis van bereikcijfers die door de dienstenverdelers aan de VRM ter beschikking worden gesteld. Daarenboven moet de jaarlijkse totale vergoeding (op kwartaalbasis) worden berekend op basis van het totaal aantal abonnees van de dienstenverdelers.

Ik zal ook in de toekomst de VRM de nodige ruimte geven om zijn bevoegdheden onafhankelijk te kunnen blijven uitoefenen. In de toekomstige ondernemings-plannen van de VRM zullen de nodige maatregelen en garanties opgenomen worden om deze autonomie verder te garanderen en de werking van de VRM te ondersteunen.

OD 4.2. Samenwerken met Europa, de federale overheid, de andere gemeenschappen en andere instanties

Het Vlaamse mediabeleid wordt voor een groot deel bepaald door evoluties op globaal, Europees en federaal niveau. Ik zal in de relaties met de hierboven genoemde niveaus een actieve rol spelen in het behartigen van de belangen van zowel de Vlaamse mediagebruiker als van de Vlaamse mediasector. Hierbij zal ik steeds de principes van subsidiariteit en proportionaliteit hoog in het vaandel dragen.

Een aantal Europese internationale evoluties die deze beleidsperiode zeker van belang zullen zijn en die ik zal opvolgen zijn:

- het Groenboek '*Voorbereiding op een volledig geconvergeerde audiovisuele wereld: groei, creatie en waarden*' (hierna: Groenboek convergerende media), en de mogelijke herziening van de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten; in het bijzonder de manier waarop Europees opererende mediadiensten (bijvoorbeeld OTT-diensten) zullen worden gereguleerd;
- de Europese digitale agenda;
- de verordening inzake de Europese interne markt voor elektronische communicatie;
- het internationale spectrumbeleid;
- de discussies omtrent dataprotectie en auteursrecht;
- het Europese mededingingsbeleid.

De Europese Commissie zal in de loop van 2015 haar eerste beleidsmaatregelen nemen ter uitvoering van het Groenboek convergerende media. Een van deze maatregelen is een herziening van de richtlijn audiovisuele mediadiensten, die mee aan de basis ligt van het mediadecreet. Een herziening van deze richtlijn zal hoe dan ook gevolgen hebben voor de Vlaamse mediaregelgeving. Ik zal deze ontwikkelingen op het Europese niveau nu al van zeer nabij en zeer actief opvolgen.

De Digitale Agenda voor Europa, die in augustus 2010 werd aangenomen, is één van de zeven vlaggenschipinitiatieven van de Europa 2020-strategie die door de Europese Commissie wordt geïmplementeerd. Zij bevestigt de drijvende kracht van de informatie- en communicatietechnologieën en vooral van het internet, om Europa te voorzien van een intelligente, duurzame en inclusieve groei. *De Digitale Agenda moet uitmonden in een digitale eengemaakte markt die duurzame economische en sociale voordelen creëert op basis van snel en ultrasnel internet en interoperabele toepassingen.*

In het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie ligt een voorstel tot verordening voor tot vaststelling van maatregelen inzake de Europese interne markt voor elektronische communicatie en om een connectief continent tot stand te brengen. De doelstelling is maatregelen te nemen om te komen tot een eengemaakte markt voor elektronische communicatie met onder meer voorstellen tot verbetering van de consumentenbescherming, regels voor netneutraliteit, afschaffing van roamingtarieven, invoeren van één enkele Europese vergunning voor aanbieders van elektronische communicatienetwerken en diensten, en voorstellen voor een toegenomen coördinatie van radiospectrum binnen een eengemaakte markt. Het Europees Parlement heeft al een eerste maal over het voorstel gestemd begin april 2014. De Raad van de Europese Unie heeft tot op heden nog geen definitief standpunt ingenomen in dit dossier. Omwille van de radiospectrumproblematiek en de netneutraliteit zal ik dit dossier actief opvolgen.

Verschillende beleidsniveaus, organisaties en werkgroepen houden zich bezig met het radiospectrumbeleid. Op het niveau van de Internationale Telecommunicatie Unie is er onder meer de opvolging van Wereldradioconferenties. Op Europees niveau dienen onder meer de ontwikkelingen in het Radio Spectrum Committee en in de Radio Spectrum Policy Group te worden opgevolgd en op het niveau van de buurlanden de zogenaamde WEDDIP⁴-groep, waarin onder meer de impact op omroepfrequentieplannen van de vrijmaking van frequentiebanden van omroep ten voordele van draadloze breedband praktisch wordt voorbereid. Deze opvolgingen

⁴ WEDDIP staat voor Western European Digital Dividend Implementation Platform en is een werkgroep bestaande uit een 8-tal lidstaten en waarin onder meer de impact op omroepfrequentieplannen van de vrijmaking van omroepfrequentiebanden voor draadloze breedband praktisch wordt voorbereid.

dienen te gebeuren in het kader van de bevoegdheden van de Vlaamse Gemeenschap, de bescherming van 'zuiver' of klassiek omroepspectrum, het toenemende percentage van omroepvideo in de mobiele datatrafiek en de algemene tendensen tot het harmoniseren van frequentiebanden voor draadloze breedband. Hierbij is een goede verstandhouding, samenwerking en overleg met de federale overheid en de andere Gemeenschappen aangewezen.

European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA)

De VRM is lid van de European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) die op 3 februari 2014 door de Europese Commissie is opgericht. De ERGA zal de Europese Commissie adviseren en assisteren bij de implementatie van de Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Daarnaast biedt de ERGA een mogelijkheid voor de Europese toezichthouders om samen te werken en om ervaringen en expertise uit te wisselen.

Verder is de VRM ook lid van het European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) en Euroregulators, 2 overlegorganen van mediaregulatoren.

Overleg met de federale overheid: samenwerkingsakkoord en overlegcomité

Als gevolg van de zesde staatshervorming is de Vlaamse Gemeenschap bevoegd voor de inhoudelijke en technische aspecten van de audiovisuele en auditieve mediadiensten, en voor het prijs- en inkomensbeleid in dit verband. De traditionele omroepbevoegdheid van de Gemeenschappen is breder dan de bevoegdheid voor audiovisuele mediadiensten indien deze als louter economische diensten moeten opgevat worden. Ik zal de nieuwe gemeenschapsbevoegdheid adequaat invullen, rekening houdend met de evoluties in mediatechnologie- en gebruik, en dit in overleg met de andere Gemeenschappen en de federale overheid.

Ik zal alert zijn voor de mogelijke erosie van de gemeenschapsbevoegdheid voor mediadiensten op breedbandplatformen, nu het toenemende 'professionele' videoverkeer via breedbandplatformen in veel gevallen kan gekwalificeerd worden als audiovisuele media, waarvoor de Gemeenschappen bevoegd zijn. Er is dus minstens een gedeelde bevoegdheid voor de betrokken breedbandplatformen. Ik zal dit als dusdanig verdedigen in de organen van samenwerking en wederzijdse consultatie over regelgeving van de federale wetgever en van de gemeenschappen inzake zowel telecommunicatie als radio-omroep en televisie, het Interministerieel Comité en het Overlegcomité.

Samenwerking tussen regulatoren

De VRM moet op een aantal domeinen samenwerken met een aantal regulerende instanties. Dit werd bepaald in het samenwerkingsakkoord van 17 november 2006.

Deze instanties zijn:

- voor wat betreft de federale Staat: het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie;
- voor wat betreft de Franse Gemeenschap: de Conseil supérieur de l'Audiovisuel;
- voor wat betreft de Duitstalige Gemeenschap : de Medienrat.

Samen vormen zij de Conferentie van Regulators voor de elektronische Communicatiesector (CRC). Onder meer bij het opstellen van regelgeving met betrekking tot elektronische communicatienetwerken, het uitwisselen van informatie en de uitoefening van de bevoegdheden met betrekking tot elektronische communicatienetwerken is samenwerking vereist.

Sven Gatz,
Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel

IV. BIJLAGE: KOPPELING MET DE BEGROTING

Doelstelling	Begrotingsartikel
SD1. Aandacht voor de moderne mediagebruiker	HB0/1HH-I-2-AB/WT HB0/1HH-I-2-AH/WT HB0/1HH-I-2-AY/IS HB0/1HH-I-2-AA/WT
OD 1.1. Mediawijsheid als essentiële factor	HB0/1HH-I-2-AB/WT
OD 1.2. De noodzaak van toegankelijkheid en betaalbaarheid	HB0/1HH-I-2-AH/WT HB0/1HH-I-2-AA/WT
SD2. Inzetten op digitale technologie als motor van groei en verandering	HB0/1HH-I-2-AW/IS HB0/1HH-I-2-AA/WT
OD 2.1. Investeren in performante platformen en netwerken	HB0/1HH-I-2-AA/WT
OD 2.2 Innoveren als antwoord op nieuwe uitdagingen	HB0/1HH-I-2-AW/IS HB0/1HH-I-2-AA/WT
SD3. Verzekeren van een divers en kwaliteitsvol aanbod	HB0/1HH-I-2-AW/IS HB0/1HH-I-2-AG/WT HB0/1HH-I-2-AA/WT HB0/1HH-I-2-AF/WT HB0/1HH-I-2-AC/WT HB0/1HH-I-2-AX/IS
OD 3.1. Creëren van een bloeiend en duurzaam medialandschap	HB0/1HH-I-2-AW/IS HB0/1HH-I-2-AG/WT HB0/1HH-I-2-AA/WT
OD 3.2. Pluriforme berichtgeving als democratisch fundament	HB0/1HH-I-2-AA/WT HB0/1HH-I-2-AF/WT HB0/1HH-I-2-AC/WT
OD 3.3. Een nieuw project voor de publieke omroep	HB0/1HH-I-2-AX/IS HB0/1HH-I-2-AC/WT
SD4. Transparante, effectieve en afdwingbare spelregels	HB0/1HH-I-2-AY/IS HB0/1HH-I-2-AA/WT
OD 4.1. Een sterke regulator	HB0/1HH-I-2-AY/IS
OD 4.2. Samenwerken met Europa en de federale overheid	HB0/1HH-I-2-AA/WT

V. BIJLAGE: REGELGEVINGSAGENDA

Titel van het initiatief	Status van het initiatief
Evaluatie decretale kader rond reclame en commerciële communicatie	Op te starten (cf. SD 2, OD 2.2)
Nieuw radiolandschap en nieuwe erkenningsronde	Op te starten (cf. SD 3, OD 3.1)
Evaluatie erkenning levensbeschouwelijke verenigingen om radio- en televisieprogramma's te verzorgen	Op te starten (cf. SD 3, OD 3.3.)
Evaluatie mediadecreet in kader van het Groenboek convergerende Media en de herziening van de AVMD-richtlijn	Op te starten (cf. SD 4, OD 4.2)