

ingediend op **148** (2024-2025) – Nr. 1  
15 november 2024 (2024-2025)

## **Beleidsnota**

ingediend door Cieltje Van Achter,  
Vlaams minister van Brussel en Media

Media  
2024-2029

**I. INHOUDSTAFEL**

## Inhoud

<b>I. INHOUDSTAFEL</b> .....	<b>2</b>
<b>II. INLEIDING DOOR DE MINISTER</b> .....	<b>3</b>
<b>III. SAMENVATTING</b> .....	<b>5</b>
<b>IV. OMGEVINGSANALYSE</b> .....	<b>7</b>
<b>V. TRANSVERSALE, HORIZONTALE EN OVERKOEPELENDE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN</b> .....	<b>12</b>
<b>V.I. TRANSVERSALE EN HORIZONTALE DOELSTELLINGEN</b> .....	<b>12</b>
<b>V.II. OVERKOEPELENDE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN CJM</b> .....	<b>12</b>
<b>ISE A. CJM-BELEIDSVELDOVERSCHRIJDEND</b> .....	<b>12</b>
SD A.1 Verhogen van de impact van het beleid via expertise- en kennisontwikkeling.....	12
OD A.1.1 Onderzoek en evaluatie als essentiële bouwstenen voor een slagkrachtig en efficiënt beleid.....	12
OD A.1.2 Voorzien van een gecoördineerde aanpak rond databeheer en -ontsluiting.....	12
SD A.2 Voorzien in een integrale beleidsbenadering ter ondersteuning van een toekomstbestendige cultuur-, jeugd-, en mediasectoren.....	13
OD A.2.1 Uitbouwen van een integraal beleidskader dat is afgestemd op maatschappelijke ontwikkelingen en trends.....	13
<b>VI. BELEIDSVELD Media</b> .....	<b>14</b>
<b>ISE V. MEDIABELEID</b> .....	<b>14</b>
SD V.1 Via samenwerking en innovatie naar een sterker, veerkrachtiger en pluriform Vlaams media-ecosysteem.....	14
OD V.1.1 Versterken van het Vlaamse mediabeleid via uitwisseling en vertegenwoordiging op nationaal en internationaal niveau.....	14
OD V.1.3 Versterken van kwaliteit en verspreiding van Vlaamse audiovisuele content.....	18
OD V.1.4 Ondersteunen van diverse en kwaliteitsvolle journalistiek.....	20
OD V.1.5 Stimuleren van innovatie in functie van een toekomstbestendig medialandschap.....	21
SD V.2 Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional.....	22
OD V.2.1 We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap.....	22
OD V.2.2 Garanderen van de toegankelijkheid van mediacontent.....	23
OD V.2.3 Responsabiliseren van de mediasector om maatschappelijke en gemeenschapsvormende uitdagingen aan te pakken.....	23
<b>ISE W. VRM</b> .....	<b>25</b>
<b>ISE X. VRT</b> .....	<b>26</b>
<b>VII. LIJST MET AFKORTINGEN</b> .....	<b>30</b>
<b>VIII. BIJLAGE 'OVERZICHT BELEIDS- EN REGELGEVINGSINITIATIEVEN'</b> 32	
<b>IX. BIJLAGE INDICATOREN METADATAFICHES</b> .....	<b>33</b>

## II. INLEIDING DOOR DE MINISTER

Het Vlaamse medialandschap verandert aan een rotvaart. De opkomst van internationale platformen heeft de manier waarop we media consumeren drastisch omgegooid. Nergens is dat duidelijker dan bij onze jongeren: ze volgen het nieuws via TikTok, kijken kinderprogramma's op Netflix en luisteren muziek via Spotify of Youtube. Maar niet alleen het luister-, kijk- en leesgedrag van jongeren is veranderd. Ook oudere generaties pasten hun mediagedrag aan. Finaal is dat positief voor de Vlaming, want die had nog nooit zo'n ruim media-aanbod als vandaag. Er is evenwel een keerzijde: de internationalisering van de sector zorgt ervoor dat Vlaamse series en programma's moeten concurreren met het aanbod van de grootste bedrijven ter wereld (*Big Tech*). Naast die bikkelharde strijd om de kijker zet die concurrentie ook grote druk op de reclame-inkomsten van klassieke media, waardoor het Vlaams media-ecosysteem een belangrijke inkomstenbron ziet wegvloeiën. Tegen deze internationale achtergrond stellen we vast dat er via platformen meer desinformatie verspreid wordt. Hoewel desinformatie al zolang meegaat als de mens, is de stroom van de afgelopen jaren bijzonder hevig en de technologische evoluties zorgen ervoor dat het steeds moeilijker wordt om correcte informatie van onjuiste informatie te onderscheiden. Het is dan ook niet verwonderlijk dat het Nationaal Crisiscentrum desinformatie aanwijst als een van de grootste veiligheidsrisico's voor ons land.

Er staat dus heel wat op het spel. Net omdat de inzet zo groot is, ben ik ervan overtuigd dat we met het Vlaams mediabeleid wel degelijk het verschil kunnen maken. Meer dan ooit zijn onze media de plaatsen waar we in de 21e eeuw onze unieke Vlaamse verhalen verbeelden en collectief beleven. Ze geven vorm aan wie we zijn, waar we vandaan komen en hoe we samen een betere toekomst verbeelden. Ze zijn een essentieel onderdeel van wat ons als Vlamingen verbindt. Net omwille van hun sleutelrol, moeten we ons bewust zijn van de uitdagingen die voor ons liggen. De internationale concurrentie mag er niet toe leiden dat we onze unieke verhalen niet meer kunnen vertellen louter en alleen omdat internationale spelers de markt inpalmen. Een gelijk spelveld creëren is daarom cruciaal om ons Vlaams medialandschap verder te laten bloeien en talent van bij ons een eerlijke kans te geven.

Als kleine regio moeten we het vooral van onze creativiteit en samenwerking hebben. Aan creativiteit en talent is er in Vlaanderen geen gebrek. Als overheid is het onze kerntaak om het decor te creëren waarbinnen dat talent het best tot zijn recht komt. Als minister ben ik ervan overtuigd dat we op vlak van samenwerking nog veel potentieel onbenut laten om een sterker Vlaams media-ecosysteem te bouwen. Een sterke VRT gaat hand in hand met onze commerciële spelers die de Vlaamse media naar een hoger niveau tillen. Om die samenwerking extra zuurstof te geven, zet ik mee mijn schouders onder de speerpuntcluster rond entertainmenttechnologie die de komende jaren in de Rupelstreek zal groeien. Het is nu zaak om het momentum rond deze cluster te benutten en zo de samenwerking en de innovatie in het Vlaams media- en gamelandschap een flinke boost te geven zodat we in het Europese koppeloton blijven. Onze gamingsector toonde recent nog aan dat we vanuit het 'kleine' Vlaanderen succesvol kunnen zijn in een internationale context. Om ons talent in de gamewereld een eerlijke kans te geven en om de vruchten van deze technologie maatschappijbreed te kunnen plukken, onderzoek ik hoe we een hefboomeffect kunnen creëren via gerichte investeringen.

De technologische evoluties van de afgelopen decennia brachten ons zeker op vlak van media en communicatie veel welvaart en maatschappelijke vooruitgang. Wat voor de ouderen onder ons ooit ondenkbaar was, is voor de jeugd vandaag vanzelfsprekend. We mogen evenwel niet blind blijven voor de uitdagingen die deze evoluties met zich meebrengen. Bij een groeiende groep van jongeren lijkt

overmatig gebruik van schermen en digitale media een nefaste invloed te hebben op hun mentaal welzijn. Aangezien het om een relatief recent verschijnsel gaat, zal ik samen met andere bevoegde ministers een onderzoek voeren naar de impact van digitale media en schermgebruik op het welzijn en het gedrag van jongeren. Indien nodig koppelen we aan de vaststellingen gerichte beleidsmaatregelen om onze jongeren te beschermen. Desinformatie is een andere cruciale uitdaging die door de technologische vooruitgang ons voor nieuwe vraagstukken plaatst. Met gericht beleid wil ik de weerbaarheid voor desinformatie verhogen door via kennis en een kritische reflex burgers beter in staat te stellen feit van fictie te onderscheiden. De vrijheid van meningsuiting blijft voor mij het uitgangspunt. Onze sterke publieke omroep speelt hier een belangrijke rol in, niet in het minst door zelf in kwaliteitsvol aanbod te voorzien dat op vlak onpartijdigheid en onafhankelijkheid de hoogste standaarden haalt. Door in budgettair moeilijke tijden de VRT structureel te versterken, onderstreept deze regering het belang dat ze hecht aan een sterke publieke omroep in een periode waar technologische vooruitgang en desinformatie ons medialandschap op de proef stellen.

We staan er gelukkig niet alleen voor. De Europese Unie is zich al langer bewust van de uitdagingen waar de mediasector mee worstelt. Gaande van desinformatie over het vrijwaren van eerlijke mededinging tegen *Big Tech* tot het stimuleren van de Europese innovatiekracht. Via de verschillende Europese gremia zal ik de belangen van onze Vlaamse media- en gamesector verdedigen zodat mogelijke nieuwe regelgeving terdege rekening houdt met de Vlaamse beleidscontext. Los van regelgeving maak ik op Europees niveau werk van samenwerking met andere mediaorganisaties om ook aan creatieve en innovatieve projecten te werken die ons medialandschap ten goede komen. Alleen ga je sneller, samen geraak je verder.

CIELTJE VAN ACHTER

### III. SAMENVATTING

Het medialandschap en het kijkgedrag wijzigen bijzonder snel. Daarom is het cruciaal dat we het Vlaamse regelgevend kader zo toekomstbestendig mogelijk maken. Tijdens deze regeerperiode zal dat een belangrijke beleidswerf worden.

In 2025 start ik aan de voorbereidingen voor een verdere herziening van het mediadecreet. Hierbij zal ik aandacht besteden aan de juiste zichtbaarheid en vindbaarheid voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van algemeen belang in Vlaanderen. Daarnaast is het cruciaal dat we een gelijk speelveld creëren tussen enerzijds socialemediaplatformen, videoplatformdiensten en online content creators/influencers en anderzijds de traditionele mediaspelers. Het creëren van een gelijk speelveld zal ook een aandachtspunt zijn bij de evaluatie van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in 2026. Ik zal het beleid voor audiovisuele zaken en media binnen de Europese Unie van nabij opvolgen en maximaal inzetten op de belangenbehartiging van Vlaanderen op het Europese niveau. Verder zal ik er ook voor zorgen dat media en gaming deel uitmaken van internationale economische missies, waarbij Vlaamse producties, mediabedrijven en gameontwikkelaars in het buitenland kunnen schitteren.

Radio zal deze regeerperiode hoog op de beleidsagenda staan. De komende jaren zal de duurtijd van verschillende erkenningen en licenties aflopen. De transitie van FM naar digitale radio zal zich blijven verderzetten. Niet alleen overleg met de radiosector is hierbij voor mij erg belangrijk, maar ook dat alle Vlamingen mee zijn.

Ik zal werk blijven maken van de kwaliteitsversterking en verspreiding van lokale producties. Het VAF blijft binnen mijn beleid het instrument bij uitstek om het aanbod aan lokale kwaliteitsvolle content te verzekeren. Het VAF behoudt daarbij zijn voortrekkersrol op het vlak van internationale promotie, duurzaamheid, toegankelijkheid, vertegenwoordiging en strijd tegen grensoverschrijdend gedrag. Dankzij de nieuwe stimuleringsregeling halen we extra middelen op die we opnieuw kunnen investeren in Vlaamse producties. Zoals decretaal bepaald, zal er ten laatste drie jaar na de inwerkingtreding een evaluatie volgen. Ik zal er ook voor zorgen dat er een jaarlijkse monitoring gebeurt van de impact van de nieuwe stimuleringsregeling om na te gaan wat de concrete financiële gevolgen zijn voor de sector.

Een ander speerpunt in mijn beleid is de ondersteuning van de lokale gamesector. Ik zal van het Vlaamse gamebeleid een economische én culturele prioriteit maken. Ik voer de Visienota Level Up (2022-2025) verder uit en ik zal mijn gamebeleid kracht bijzetten via een nieuwe visienota (2026-2030). Binnen mijn gamebeleid blijft het VAF/Gamefonds een belangrijke pijler binnen het VAF en vertaal ik dit in de nieuwe beheersovereenkomst (vanaf 2026). Tenslotte maak ik middelen vrij om de werking van de Flanders Game Hub structureel te verankeren.

Ik hecht veel waarde aan media-innovatie en digitale transformatie. De komende vijf jaar zie ik als unieke kans om de lokale mediasector voor te bereiden op het komende decennium, waarin technologieën zoals generatieve AI en XR de productie en consumptie van mediacontent ingrijpend zullen veranderen. In samenwerking met mijn collega-minister voor Innovatie en Industrie ontwikkel ik een visienota, met focus op samenwerking met de speerpuntcluster rond entertainmenttechnologie (ENT.A) en een belangrijke rol voor de VRT. Daarnaast zal ik samenwerken met andere relevante beleidsvelden, zoals Buitenlandse Zaken, Cultuur en Onderwijs en dit kaderen binnen Flanders Technology & Innovation.

Regionale televisieomroepen blijven omwille van hun unieke karakter een belangrijke speler in ons medialandschap. Ze behouden dan ook hun plaats in het Vlaams mediabeleid.

De verhoogde stroom aan desinformatie maakt de nood aan een mediawijsheidsbeleid des te groter. Deze trend zal nog aan kracht winnen door de verdere opkomst van artificiële intelligentie. Samen met relevante partners zoals Mediawijs, de VRT, onderwijsverstrekkers en andere nieuwsspelers zal ik de komende jaren initiatieven ontwikkelen die de Vlamingen hiervoor weerbaarder maken.

De publieke omroep hoort voor elke Vlaamse mediagebruiker een huis van vertrouwen te zijn. De VRT informeert de Vlaming, geeft duiding, zorgt met een eigen programmatie voor kwaliteitsvolle inhoud, investeert in de lokale creativiteit, biedt een venster op cultuur, taal, gaming en muziek en brengt mensen en de samenleving in beweging. Deze regering pleit dan ook voor een ambitieuze en duidelijke rol voor de publieke omroep. De onderhandelingen voor de nieuwe beheersovereenkomst 2026-2030 zullen snel van start gaan. De volgende punten staan hierbij centraal: een ambitieuze en duidelijk omschreven rol voor de publieke omroep, de maatschappelijke opdracht van VRT moet centraal staan, de VRT dient als motor van de creatieve sector en moet een partner zijn voor andere maatschappelijk gedreven organisaties.

#### **IV. OMGEVINGSANALYSE**

De Vlaamse mediasector is al enkele jaren in volle transitie. Technologische (r)evoluties en het veranderend mediagebruik maken dat het medialandschap flink dooreengeschud is. Gedreven door tendensen als globalisering, digitalisering, algoritmisering en personalisering is er een strijd om aandacht van de mediaconsument ontstaan. Mediagebruikers zijn niet langer trouw aan één kanaal, platform of apparaat.

De concurrentie tussen alle mogelijke platformen en vormen van entertainment om de aandacht en tijd van de (media)consument is enorm vergroot. Deze diverse en complexe mediaconsumptie maakt het voor mediabedrijven moeilijker om hun doelgroepen te begrijpen en te bereiken. De traditionele bedrijfsmodellen van mediaproductie en -distributie, die uitgingen van een massapubliek, worden erdoor uitgedaagd. Mediabedrijven moeten manieren vinden om zich van hun concullega's te onderscheiden: aantrekkelijke en boeiende inhoud creëren die een divers én niche-publiek aanspreekt en data en analyses gebruiken om hun distributie- en contentstrategieën en verdienmodellen op punt te stellen.

Door de wisselwerking tussen media, technologie en maatschappelijke evoluties, blijft het medialandschap zo voortdurend in beweging. Deze evoluties brengen zowel uitdagingen als kansen met zich mee voor de Vlaamse mediasector.

##### *Digitale transformatie en innovatie*

Een belangrijke katalysator voor verandering is de doorgedreven digitale transformatie en innovatie. Nieuwe technologieën zoals Artificiële Intelligentie (AI), Extended Reality (XR), realtime 3D, etc. maken meer geavanceerde vormen van personalisering en afstemming mogelijk. Generatieve AI en gametechnologie bieden veel nieuwe mogelijkheden voor de mediasector. Beide technologieën laten toe om op een meer efficiënte manier content te gaan produceren door aspecten van het creatieproces te faciliteren en deels te automatiseren of te werken met virtuele studio's. Ze bieden ook nieuwe mogelijkheden voor personalisatie door het aanbieden van unieke ervaringen via data-analyse of creativiteit zoals het werken met *digital twins* en *voice cloning*. Dit biedt kansen voor innovatieve vormen van journalistiek, educatieve content en entertainment. Door deze technologieën te omarmen, kunnen mediaspelers nieuwe manieren verkennen om hun verhalen te vertellen en betrokkenheid bij hun publiek te vergroten. Volgens een studie van het Amerikaanse CVL Economics is reeds een derde van de mediasector aan het werk met generatieve AI in functie van efficiëntieverhoging en geeft de helft aan dat binnen 3 jaar generatieve AI een effectieve rol zal opnemen in productieprocessen van film, televisie en games.

Naast de nieuwe mogelijkheden zetten nieuwe technologieën de lokale mediasector ook onder druk. Enerzijds bestaan er drempels om te werken met die technologieën zoals extra investeringskosten, gebrek aan voldoende technische profielen in de mediasector en onduidelijke regelgevende kaders. Anderzijds zijn er ook uitdagingen zoals het herzien van de bestaande businessmodellen, de nood aan nieuwe media-asset managementsystemen en het belang van bescherming van intellectuele eigendom. 75% van de respondenten uit eerdergenoemde studie van CVL Economics geeft aan dat er naast de creatie van nieuwe jobs door generatieve AI, ook reeds jobs verloren gingen als gevolg van deze nieuwe technologie.

De intense digitale revolutie en de hoge mate van connectiviteit zorgen ervoor dat technologieën zich niet langer lineair maar exponentieel ontwikkelen. Dat geldt ook voor 5G, de zogenaamde vijfde generatie van mobiele telecommunicatiestandaarden of het mobiele internet van de toekomst. Waar we 5 jaar geleden focusten op de uitrol van 5G in Vlaanderen, kijken we nu naar de nieuwe processen, diensten (B2B en B2C), applicaties en mogelijkheden voor productie, reclame en formats die deze technologie met zich mee zal brengen.

Op het gebied van radio blijft DAB+, vaak aanzien als de digitale opvolger van FM, een steeds belangrijkere rol spelen voor de distributie van radio via de ether. De bekendheid van digitaal luisteren en dan meer bepaald via DAB+ is sterk toegenomen. Uit de meest recente cijfers van de tweejaarlijkse Ipsos-meting (2023) blijkt nl. dat 85% van de Vlamingen er zich van bewust is dat men digitaal naar radio kan luisteren, hetzij via DAB+ hetzij via internet of digitale TV. 61% van de Vlamingen kent spontaan DAB+ en 49% van het luistervolume gaat over een digitale drager. Het blijft echter cruciaal dat we elke Vlaming in deze veranderingen consequent meenemen. We laten niemand achter.

### *Media-ecosysteem*

In het media-ecosysteem hebben een aantal verschuivingen plaatsgevonden. Distributiemodellen en waardenketens veranderen, waardoor de rollen van dienstenverdelers en omroepen wijzigen. (Nieuwe) aanbieders van niet-lineaire televisiediensten die deze rechtstreeks via het internet aanbieden en dus niet meer afhankelijk zijn van dienstenverdelers, kennen een groeiend succes (OTT-diensten). Er ontstaan nieuwe releasewindows, die de bestaande windows zoals lineaire televisie en bioscoop uitdagen. Daardoor verschuiven geldstromen naar nieuwe exploitatievormen die relatief meer gedomineerd worden door internationale spelers. Dat gaat ten koste van de verdienmodellen van lokale spelers.

Het Vlaamse medialandschap wordt op dit moment gekenmerkt door trends in de mediaproductie zoals crossmedialiteit en mediaconvergentie. Mediabedrijven maken vlijtig gebruik van verschillende mediavormen om hun bereik te vergroten en hun content zo wijd mogelijk te verspreiden. Hierdoor zijn er mengvormen ontstaan, waarbij het onderscheid tussen de mediavormen vervaagt. Niet langer de mediavorm, maar het merk staat centraal.

De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) brengt de Vlaamse mediasector jaarlijks in kaart via zijn jaarlijks mediaconcentratierapport. Hiervoor worden de waardenketens van radio, televisie, internet en geschreven pers uitgetekend en gaat de VRM na welke spelers in de schakels van deze ketens aanwezig zijn. Uit dit rapport blijkt dat de verschillende spelers binnen de Vlaamse mediasector sterk met elkaar verbonden zijn. Volgens de VRM is er in het Vlaamse medialandschap sprake van een sterke concentratie: van alle klassieke mediaproducten in Vlaanderen is meer dan 80% in handen van vijf grote mediagroepen. Het gaat meer specifiek om Telenet/De Vijver Media, Mediahuis, DPG Media, Roularta en de openbare omroep VRT. De laatste jaren stelt de VRM een stabilisatie vast. De VRT onderscheidt zich van de overige omroepen omwille van haar specifieke maatschappelijke rol.

De traditionele aanbieders van audiovisuele mediadiensten (i.e. de omroepen) komen enerzijds in concurrentie met (vaak globale) aanbieders van diensten-op-aanvraag met een gelijkaardig aanbod (denk bv. aan Netflix en Disney+). De concurrentie in de digitale mediaruimte wordt steeds internationaler. Anderzijds trekken online videoplatformdiensten en door gebruikers gegenereerde inhoud die via die weg verspreid wordt, steeds meer schermaandacht en advertentie-



inkomsten naar zich toe (denk o.m. aan YouTube, TikTok, Twitch) door hun algoritmekracht om gebruikers aan zich te binden.

Sinds het begin van de jaren 2010 zijn internationale online platformen (YouTube, Meta, TikTok etc.) opgeklimmen tot marktleiders inzake digitale reclame, ook in de lokale Vlaamse mediamarkt. Het merendeel van de Vlaamse mediaorganisaties is echter sterk afhankelijk van hun reclame-inkomsten, die steeds meer wegvloeien ("digital leakage") naar grotere internationale online platformen aangezien reclamecampagnes zich meer en meer via die weg op het publiek richten. De totale uitgaven binnen de reclamemarkt volgden deze exponentiële groei in reclameruimte echter niet. Met een hogere concurrentie tussen de lokale spelers en de eerdergenoemde internationale spelers voor dezelfde reclame-inkomsten tot gevolg. Momenteel wordt deze concurrentie gedomineerd door internationale 'Big Tech' platformen. Zij beschikken namelijk over meer data en kunnen daardoor een betere dienstverlening en bewijs van 'Return On Investment' leveren.

Daarnaast is de mediasector ook kwetsbaar door zijn unieke 'glokale' positie: die kenmerkt zich enerzijds door het sterk verankerde lokale karakter en anderzijds door de een globale hyperconcurrentiële context waarbinnen men de concurrentie aangaat om de aandacht van de mediagebruiker. Lokale mediabedrijven zoeken naar methodieken om zich van hun internationale concurrenten te differentiëren en zo hun lokale positie minstens te behouden. Voor de Vlaamse mediasector is het op dit moment steeds moeilijker om te concurreren met 'Big Tech' op het vlak van reclame, platformen, distributie en content omdat ze niet over dezelfde schaalgrootte beschikt.

#### *Mediaconsumptie*

Nieuwe mediadiensten en gebruikerservaringen hebben het kijkgedrag van mediagebruikers op significante wijze beïnvloed. De focus is verschoven naar niet-lineair kijken en kijken op nieuwe platformen, waardoor het lineair kijken afneemt. Het standaardbeeld van de passieve mediaconsument voor een televisie in de woonkamer is vervangen door de actieve "prosument", die audio, video en tekst moeiteloos gebruikt, zelf content produceert en die ook deelt. De grote mate van connectiviteit en de trend van crossmedialiteit bewerkstelligen dus nieuwe vormen zoals uitgesteld kijken of 'time-shifted viewing' en 'screen shifting'. Mediagebruikers hebben toegang tot een breed scala aan inhoud van verschillende bronnen, platforms en formaten. Ze kunnen kiezen wat ze willen consumeren, wanneer ze het willen, waar ze het willen en hoe ze het willen consumeren. Mediagebruikers zijn niet langer trouw aan één kanaal, platform of apparaat.

Dat geldt zeker voor de zogenoemde digital natives die opgroeiden met digitale technologie. Zij hebben nooit een wereld gekend zonder computers of het internet en zijn doorgaans erg vergroeid met en gehecht aan digitale technologie. Klassieke vormen van mediaconsumptie verliezen dan ook steeds meer terrein ten opzichte van nieuwe. Al in 2016 stootte de smartphone de televisie van de troon als meest onmisbare technologie onder Vlamingen jonger dan 60, zo bleek uit de jaarlijkse Digimeter bevraging door imec. De smartphone wint sindsdien jaar na jaar aan gewicht en onderscheidt zich in termen van belang en onmisbaarheid verder van de anderen. In 2023 gaf 64% van de Vlamingen de smartphone als onmisbaar op. De computer (17%) en televisie (11%) volgen op grote achterstand.

#### *Desinformatie en mediawijsheid*

In onze gedigitaliseerde en gemediatiseerde maatschappij is er een overvloed aan media en informatie voor de burger beschikbaar. Platformen en sociale media zijn steeds vaker de belangrijkste toegangspoort tot nieuws en informatie over alle

aspecten van de maatschappij. Deze platformen vergroten naast de ruimte voor het delen van informatie ook de ruimte voor vrije meningsuiting en publieke participatie, maar zij verspreiden niet per sé geverifieerde informatie van gevestigde professionele nieuwsmakers. Dat heeft de potentie en reikwijdte van desinformatie enorm vergroot en deze stroom aan foute en/of valse informatie ondermijnt het vertrouwen van de burger in de media, de politiek, publieke instellingen, de wetenschap, enzovoort. In zijn laatste nationale risicoanalyse wijst het Nationaal Crisiscentrum desinformatie aan als één van de grootste veiligheidsrisico's voor ons land omdat het verdeling en radicalisering in onze samenleving veroorzaakt.

Desinformatie is geen nieuw fenomeen. Sinds lang is foutieve informatie een middel geweest voor publieke invloed en misleiding gebruikt door verschillende actoren en voor verschillende doeleinden. De voorbije jaren werd desinformatie een steeds pertinenter probleem. De evoluties gelinkt aan de opkomst van internet en sociale media plaatsen ons voor een nieuwe uitdaging. Het is steeds makkelijker om desinformatie te verspreiden, maar tegelijkertijd steeds moeilijker om te detecteren dat het om desinformatie gaat. De huidige mediaconsumenten gebruiken steeds vaker sociale media als toegangspoort tot nieuws waar journalisten en nieuwsmedia hun rol als poortwachter en factchecker minder tot niet kunnen opnemen. Hierdoor circuleert er meer, maar ook meer onjuiste, informatie.

Daarnaast versterken de technologische evoluties dit fenomeen, zowel in creatie als in distributie van desinformatie. Momenteel bestaat desinformatie vooral uit tekst met daarbij misplaatst of gemanipuleerd beeldmateriaal. Door nieuwe technologieën als AI en VR is het mogelijk om content volledig te vervalsen, denk aan *deepfakes*. Die technologieën zullen het komende decennium enkel goedkoper en toegankelijker worden. Daarnaast zijn de algoritmes van online platformen vaak gericht op het maximaliseren van betrokkenheid. Dit betekent dat ze content die veel reacties of klikken genereert, voorrang geven. Op die manier wint sensationele informatie en desinformatie nog aan kracht.

Kwaliteitsvolle journalistiek en onafhankelijke media (inclusief nieuwsmedia) zijn essentieel voor de werking van onze democratie. Ze geven toegang tot uiteenlopende standpunten en zijn betrouwbare informatiebronnen voor zowel burgers als bedrijven. Ze dragen bij aan de vorming van de publieke opinie en helpen mensen en bedrijven om een standpunt in te nemen en geïnformeerde keuzes te maken.

Gelet op de prominente rol van media en de snelle ontwikkelingen ingevolge digitalisering is het meer dan ooit belangrijk dat burgers over de nodige kennis, vaardigheden en attitudes beschikken om bewust en kritisch met media en de digitale samenleving te kunnen omgaan.

### *Regelgeving*

De mediasector is trendgevoelig en evolueert mee met actuele en toekomstige ontwikkelingen. Een helder, kwalitatief en toekomstbestendig regelgevend kader rond media is daarom essentieel.

De hoeksteen van de Vlaamse mediaregelgeving is het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en de televisie (het mediadecreet). Deze regelgeving kreeg middels diverse uitvoeringsbesluiten verder vorm. De tekst is sinds zijn ontstaan verschillende keren gewijzigd, onder meer naar aanleiding van Europese richtlijnen en verordeningen.

Het belangrijkste Europese regelgevende kader voor het aanbieden van audiovisuele mediadiensten is de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (AVMD). De

officiële gecoördineerde versie van de AVMD-richtlijn dateert van 2010 (AVMD2010). De AVMD-richtlijn werd eind 2018 grondig gewijzigd (AVMD2018). In 2026 zal men de AVMD-richtlijn evalueren, zoals bepaald in artikel 33 van de tekst. Op dat moment zal de richtlijn moeten aangepast worden aan de snelle evoluties in de markt op vlak van technologie, marktspelers en mediaconsumptie.

De voorbije jaren heeft de Europese wetgever een aantal transversale regels aangenomen die een impact hebben op de mediabevoegdheid en op de mediasector. Opvallend daarbij is dat het niet langer en alleen richtlijnen betreft (Europese regelgeving die een omzetting vereist in Vlaamse regelgeving), maar meer en meer verordeningen die rechtstreeks van toepassing zijn in de Vlaamse rechtsorde (i.e. zonder omzetting in een decreet of besluit). Hiermee wil de Europese Unie onder meer inspelen op de snelle evoluties van marktdynamieken (bv. De rol van digitale platformen en sociale media) en technologie, verschuivingen binnen het media-ecosysteem, de opkomst van online desinformatie en de druk op vrije media. Het gevolg is een toenemende complexiteit en transversaliteit in de regelgeving, met vertakkingen naar bepalingen over bv. elektronische communicatie, mededinging en justitie. Het audiovisuele mediabeleid krijgt als gevolg daarvan steeds meer raakvlakken en overlappingsen met andere bevoegdheden.

De Vlaamse Gemeenschap volgde nieuwe EU-regelgeving in dit verband nauwkeurig op en dat zullen we in de toekomst blijven doen. Wel gaan we hierbij niet verder dan nodig, kwestie van voldoende ruimte te laten voor innovatie en de regeldruk te beperken. Desgewenst zullen we ze uitvoeren en toepassen in het licht van (de relevantie voor) de audiovisuele en auditieve mediadiensten en hun veranderende waardenketens en verdienmodellen.

Op dit moment gaat het concreet om de volgende instrumenten:

- De Europese verordening mediavrijheid (European Media Freedom Act – EMFA)
- De digitaledienstenverordening (Digital Services Act, DSA)
- De digitale marktenverordening (Digital Markets Act, DMA)
- De verordening inzake politieke reclame
- De verordening artificiële intelligentie (AI Act)

Het is niet uitgesloten dat daar in de komende maanden – nu ook de Europese Commissie opnieuw is samengesteld – nog nieuwe initiatieven bijkomen.

## **V. TRANSVERSALE, HORIZONTALE EN OVERKOEPELENDE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN**

### **V.I. TRANSVERSALE EN HORIZONTALE DOELSTELLINGEN**

### **V.II. OVERKOEPELENDE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN CJM**

#### **ISE A. CJM-BELEIDSVELDOVERSCHRIJDEND**

Prestatie-indicatoren bij ISE A. CJM-beleidsveldoverschrijdend<sup>1</sup>:

*Indicator A.2.2.2. Het aantal gebruikers van het Verenigingsloket*

SD A.1 Verhogen van de impact van het beleid via expertise- en kennisontwikkeling

*OD A.1.1 Onderzoek en evaluatie als essentiële bouwstenen voor een slagkrachtig en efficiënt beleid*

Het stimuleren en het verder uitbouwen van kwaliteitsvolle kennis, inzichten en vooruitzichten is één van de strategische doelstellingen van het Departement Cultuur, Jeugd en Media. Het doet dat niet alleen, maar in nauwe samenwerking met verschillende partners. Goed mediabeleid kan er alleen komen na grondig studie- en onderzoekswerk.

Een van de pijlers van wetenschappelijk onderbouwd beleid is de duurzame samenwerking met het Kenniscentrum Mediaonderzoek, Mediapunt. Dat wetenschappelijk steunpunt verzamelt en deelt het vele onderzoek dat in Vlaanderen gebeurt op vlak van media, mediagebruik en mediaparticipatie en vertaalt dit naar concrete aanbevelingen voor beleidsmakers en mediaprofessionals. Daarnaast voert Mediapunt ook zelf onderzoek uit.

Daarnaast ondersteun ik de werking van het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA). Het ENA heeft als kerntaak data-analyse, monitoring en de ontsluiting van de Vlaamse nieuwsuitzendingen van 19 uur.

Een sterke kennisinfrastructuur is essentieel om de complexe en snel veranderende uitdagingen van vandaag beter te begrijpen. Ik zal focussen op het verder afstemmen van de bestaande initiatieven op vlak van monitoring, evaluatie en onderzoek. Het gaat dan bijvoorbeeld over het onderzoek van Mediapunt, het Crossmediaal Meetsysteem of andere databronnen. Deze kennis samenbrengen en verdiepen, helpt het beleid om doeltreffend te reageren op de uitdagingen waar we vandaag voor staan, zowel binnen de Vlaamse overheid als in het bredere werkveld. Ik zorg voor betrouwbare cijfers, waardevolle inzichten en een grondig onderzoeks- en evaluatiebeleid dat vertaald wordt in een meerjarige planningskalender.

Ten slotte investeer ik in een efficiënte kennisontsluiting- en deling tussen overheid en sectoren, wat bijdraagt aan een efficiënter beleid omdat meer spelers zo kunnen beslissen op basis van volledigere informatie.

*OD A.1.2 Voorzien van een gecoördineerde aanpak rond databeheer en -ontsluiting*

In 2023 kende mijn voorganger een investerings- en projectsubsidie toe aan het Cross Mediaal Consortium om een crossmediaal meetsysteem te ontwikkelen en in de praktijk te brengen. De data die voortkomen uit het Crossmediaal Meetsysteem zullen ook ten goede komen van het Vlaamse mediabeleid en (academisch)

---

<sup>1</sup> Alle meta-datafiches van de prestatie-indicatoren zijn in bijlage bij de beleidsnota toegevoegd.

onderzoek. De Vlaamse overheid en onderzoeksinstituten zullen op een geaggregeerd niveau toegang kunnen krijgen tot deze data. Een specifieke rol is weggelegd voor het Kenniscentrum Mediapunt, dat vanaf 2025 aan de slag gaat met deze data en de belangrijkste inzichten inzake mediagebruik jaarlijks ontsluit. Dit heeft een positief effect voor de Vlaamse mediaconsument en -sector, aangezien zo relevanter, gericht en correcter onderzoek en beleid mogelijk worden.

De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) maakt jaarlijks een rapport op over de mediaconcentratie in Vlaanderen.

SD A.2 Voorzien in een integrale beleidsbenadering ter ondersteuning van een toekomstbestendige cultuur-, jeugd-, en mediasectoren

*OD A.2.1 Uitbouwen van een integraal beleidskader dat is afgestemd op maatschappelijke ontwikkelingen en trends*

Het medialandschap is in voortdurende verandering, inspelend op technologische en maatschappelijke ontwikkelingen. Deze evoluties volgen elkaar snel op en verdienen permanente monitoring. Het Vlaamse mediabeleid speelt in op deze trends. Ik verwijs hierbij onder meer naar [OD V.1.2](#) met het omzetten van Europese richtlijnen in Vlaamse wetgeving, [OD V.1.5](#) met toekomstig media-innovatiebeleid en [OD V.2.1](#) over het beleid mediawijsheid.

Grensoverschrijdend gedrag binnen de cultuur- en mediasectoren kreeg de afgelopen jaren veel meer aandacht. Na een evaluatie en overleg met de betrokken sectoren werden daarom in 2024 twee nieuwe actieplannen gelanceerd. Het uitgangspunt is de maximale responsabilisering van de betrokken sectoren. Ik verwijs naar [OD V.2.3](#) voor de aanpak binnen het mediabeleid.

Ik draag, waar relevant vanuit het beleidsveld media, bij aan de opmaak van nationale en Vlaamse transversale actieplannen in de komende beleidsperiode.

In uitvoering van het regeerakkoord wordt het Verenigingsloket de overkoepelende en voornaamste toegangspoort van de overheid voor verenigingen en dit op alle niveaus. Het Verenigingsloket richt zich op alle types van verenigingen, waaronder dus ook verenigingen binnen de mediasector.

## **VI. BELEIDSVELD MEDIA**

### **ISE V. MEDIABELEID**

Prestatie-indicatoren bij ISE V. Mediabeleid:

*Indicator M.2.1.1: Aandeel van de bevolking dat aangeeft dat omgaan met digitale technologieën gemakkelijk is voor hen*

*Indicator M.2.1.1: Aantal kinderen en jongeren bereikt door de campagne(s) van een kenniscentrum voor mediawijsheid*

SD V.1 Via samenwerking en innovatie naar een sterker, veerkrachtiger en pluriform Vlaams media-ecosysteem

*OD V.1.1 Versterken van het Vlaamse mediabeleid via uitwisseling en vertegenwoordiging op nationaal en internationaal niveau*

Vlaanderen is onlosmakelijk verbonden met het Europese project. Ik zal de komende beleidsperiode het beleid voor audiovisuele zaken en media binnen de Europese Unie van nabij opvolgen en werk maken van de belangenbehartiging van Vlaanderen op het Europese niveau.

In de eerste plaats denk ik daarbij aan de herziening van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (AVMD) die een rechtstreekse en ingrijpende impact zal hebben op het Vlaamse mediadecreet. De AVMD is het Europese regelgevende kader voor het aanbieden van audiovisuele mediadiensten en videoplatformdiensten, en is omgezet in het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (mediadecreet).

De AVMD-richtlijn zal eind 2026 geëvalueerd worden. Wellicht doet de Europese Commissie tegelijk ook een voorstel tot herziening van de richtlijn. Vanaf 2025 start de voorbereiding van deze evaluatie. Socialemediaplatformen, videoplatformdiensten en online content creators /influencers concurreren voor dezelfde kijkers en reclame-inkomsten als de traditionele mediaspelers. Omwille van deze nieuwe ontwikkelingen is er nood aan een gelijk speelveld. We zien erop toe dat dit aandachtspunt voldoende aan bod komt tijdens de evaluatie. Na de wijziging van de richtlijn zullen het mediadecreet en een aantal uitvoeringsbesluiten vermoedelijk een grondige aanpassing dienen te krijgen.

Daarnaast volg ik de initiatieven op die relevant zijn voor het mediabeleid die de Europese Commissie zal nemen. In het kader van de versterking van de democratie zal de Commissie vermoedelijk initiatieven nemen in de strijd tegen desinformatie en aan het bevorderen van digitale en mediageletterdheid. Er zullen voorstellen geformuleerd worden over de steun voor en de bescherming van onafhankelijke media en journalisten. Er komt meer aandacht voor de bescherming van de rechtsstaat, in het bijzonder voor wat mediavrijheid betreft.

Daarnaast zet ik in op multilaterale samenwerking, zowel op politiek als ambtelijk niveau. Naast de Europese Unie is ook de Raad van Europa hier toonaangevend. Ik zal ook ontwikkelingen en initiatieven die aan het mediabeleid raken binnen andere multilaterale organen de nodige aandacht geven.

Naar aanleiding van het nieuw Meerjarig Financieel Kader zal ik, samen met mijn collega bevoegd voor Cultuur, ervoor pleiten om de EU-beleidsinstrumenten voor cultuur en media, zoals het Creatief Europa-programma, zo goed mogelijk af te stemmen op de noden en ontwikkelingen van de Vlaamse culturele en creatieve sectoren.

Op het niveau van de Raad van Europa ben ik via mijn administratie betrokken bij de initiatieven van de Raad over de bescherming van de vrijheid van meningsuiting

via de autonomie van de (openbare) omroepen, de waarborgen voor journalisten, maar evenzeer de analyses en reflecties die er gebeuren rond AI en media, mediawijsheid, desinformatie en andere relevante thema's.

Tijdens deze regeerperiode zal ik nagaan hoe bilaterale contacten het Vlaamse mediabeleid kunnen inspireren of versterken. De Vlaams-Nederlandse samenwerking won de voorbije jaren aan kracht. Zowel Mediawijs als Journalismfund.eu ontvangen in hun huidige overeenkomst middelen om in te zetten op kennisdeling tussen de respectievelijke velden. Dat komt ook tot uiting via de samenwerking die de VRT opzet met de Nederlandse publieke omroep. Ik zal hier in de huidige bestuursperiode verder werk van maken.

Daarnaast zal ik ook de Vlaamse omroepbevoegdheid blijven bewaken in internationale en nationale fora waarin de toekomst van omroepfrequentiespectrum ter sprake komt. Ik geef mijn administratie tevens de opdracht om tijdens frequentieonderhandelingen over omroepspectrum met de buurlanden en de andere gemeenschappen de verworven Vlaamse frequentierechten secuur te bewaken.

#### *OD V.1.2 Samen met onze partners garanderen we een dynamisch en evenwichtig omroeplandschap in Vlaanderen*

Om een ambitieus mediabeleid te voeren zal ik ten volle inzetten op afstemming en overleg met alle betrokken actoren. Ik streef naar een win-winsituatie door efficiënte afspraken en performante samenwerking tussen de verschillende Vlaamse mediaspelers om het medialandschap te versterken en te verrijken. Met gebundelde krachten geraken we verder.

De mediasector is permanent onderhevig aan zowel maatschappelijke, economische, juridische als technologische evoluties. Ook de komende jaren zullen die evoluties in de mediasector zeer snel gaan. Het is belangrijk om op elk van deze domeinen beleidsmatig een adequaat antwoord te bieden op de uitdagingen.

Nieuwe actoren en nieuwe uitdagingen maken dat de beleidsvoorbereiding hier wendbaar op inspeelt. De samenstelling van de Strategische adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media nemen we in dat licht onder de loep. Voor de sectorraad Media werk ik een specifieke regeling uit gelet op het snel wijzigend landschap en de nieuwe belanghebbenden. Dat zal gebeuren via een wijziging aan het decreet van 30 november 2007 houdende de oprichting van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media zodat ze kan ingaan bij de volgende benoemingsronde in 2028.

#### *Herziening mediadecreet en omzetting EU-regelgeving*

Niet alleen de mediaspelers leveren inspanningen om een duurzaam en kwalitatief lokaal aanbod te garanderen en van de Vlaamse mediasector een sterke economische sector te maken. Er is ook nood aan een toekomstgericht regelgevend kader. Het mediadecreet zal ik aanpassen. Als antwoord op de vele veranderingen in het medialandschap zal ik een voorontwerp tot aanpassing van het mediadecreet aan de regering voorleggen. Daarbij houd ik rekening met het evoluerende Europese regelgevend kader. Bij de herziening van het mediadecreet zal ik focussen op passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van algemeen belang in Vlaanderen en naar nieuwe spelers, zoals aanbieders van gebruikersinterfaces en online content creators. Deze regeerperiode zet ik de nodige stappen richting een toekomstbestendig mediadecreet waarbij we voor de verschillende spelers tot een gelijk speelveld trachten te komen.

Recent vaardigde de Europese Unie een aantal transversale regelgevingsinstrumenten uit die ook een aanzienlijke impact hebben op de Vlaamse mediasector. Opvallend daarbij is dat de EU de voorbije jaren

voornamelijk gebruik maakte van het instrument van de rechtstreeks toepasselijke verordeningen, terwijl het in het verleden vaak richtlijnen betrof waardoor er nog omzettingen naar nationale wetgeving nodig waren. Die recente evolutie noopt tot een nieuwe aanpak, met specifieke aandacht voor het behoud van de overzichtelijkheid van het Europese en het Vlaamse regelgevend kader. Rekening houdend met de bevoegdheidsverdeling binnen België zal ik ervoor zorgen dat elk van deze instrumenten een passende vertaling krijgen in het Vlaamse mediabeleid.

Dat betreft in de eerste plaats de Digitaal dienstenverordening (Digital Services Act (DSA)). De DSA harmoniseert de regels die van toepassing zijn op tussenhandelsdiensten op de interne markt (zoals Amazon, Booking, Twitter, Zalando, Google, Apple), met als doel te zorgen voor een veilige, voorspelbare en betrouwbare onlineomgeving. In die omgeving krijgen de verspreiding van illegale online-inhoud en de maatschappelijke risico's die de verspreiding van desinformatie of andere inhoud met zich kunnen meebrengen geen vrij spel. Het mediadecreet werd reeds met deze verordening in overeenstemming gebracht en we sloten een samenwerkingsakkoord af met de Franse en Duitstalige Gemeenschap en de federale overheid. In dat akkoord kwamen de partijen overeen om het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) aan te stellen als interfederale digitaal dienstencoördinator. Verder regelt het samenwerkingsakkoord de taken, de werking en de samenwerking met de bevoegde autoriteiten van de Gemeenschappen. De volgende stap is nu om de samenwerking tussen regulatoren in de praktijk vorm te geven.

Daarnaast verwijs ik ook naar de AI-verordening van de EU die op 12 juli 2024 werd gepubliceerd. De AI-verordening bevat regels voor de ontwikkeling en het gebruik van AI-systemen en geeft rechten aan burgers die in aanraking komen met AI-systemen. De tekst focust voornamelijk op transparantie over hoe AI wordt ingezet. Aangezien de Vlaamse Gemeenschap bevoegd is voor AI-toepassingen die betrekking hebben op omroepactiviteiten, zal ik nagaan welke regelgevende initiatieven binnen onze Vlaamse mediabevoegdheid noodzakelijk zijn om de risico's rond AI te beperken zonder het innovatieve karakter en de mogelijkheden in de mediasector teniet te doen. Een helder en overkoepelend kader moet zorgen voor duidelijkheid voor ontwikkelaars en gebruikers in Vlaanderen. Het Vlaamse Beleidsplan Artificiële Intelligentie zal in deze richtingevend zijn.

Vervolgens dient ook de Verordening van 29 februari 2024 over transparantie en gerichte politieke reclame een vertaling naar de Vlaamse rechtsorde te krijgen. Deze verordening heeft als doel om informatie-manipulatie en buitenlandse inmenging in verkiezingen tegen te gaan, en moet het voor burgers eenvoudiger maken om politieke advertenties als zodanig te herkennen, weten waar ze vandaan komen en kunnen nagaan of het gerichte reclame betreft. Het toepassingsgebied van deze verordening is niet louter beperkt tot audiovisuele en auditieve mediadiensten, maar omvat alle media. De wijze waarop de reclamedienst wordt geleverd of verspreid, is irrelevant. Gelet op de bevoegdheidsverdeling binnen België zal ik niet enkel het mediadecreet in overeenstemming brengen met deze verordening, maar ook afstemmen met de andere gemeenschappen en de federale overheid, minstens voor wat betreft het toezicht op en de handhaving van deze verordening.

Ten slotte zal ik de mediaregelgeving in Vlaanderen ook in lijn brengen met de Europese Verordening Mediavrijheid (European Media Freedom Act, EMFA) die op 17 april 2024 gepubliceerd werd. De EMFA zorgt voor een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten in de interne markt en moet het pluralisme in de media en de onafhankelijkheid van mediadiensten beschermen. De tekst bevat een aantal nieuwe regels die van toepassing zijn op mediadiensten in de brede betekenis waaronder publieke en commerciële televisie- en radio-uitzendingen, audiovisuele mediadiensten op aanvraag, online mediadiensten, audiopodcasts en perspublicaties. De EMFA is eveneens een verordening, hetgeen betekent dat de tekst rechtstreeks toepasselijk is in de rechtsorde van de lidstaten zonder dat er



uitvoeringswetgeving nodig is. Toch zullen we het mediadecreet met deze verordening in overeenstemming brengen.

Daarnaast zal ik met de Franse en Duitstalige Gemeenschap en met de federale overheid afspraken maken over de toepassing, implementatie en handhaving van de EMFA. Dat is nodig omdat het toepassingsgebied van de EMFA niet louter beperkt is tot audiovisuele en auditieve mediadiensten, maar ook de geschreven pers omvat en omdat de EMFA ook raakt aan andere rechtsdomeinen dan het mediarecht (bv. mededingingsrecht en bescherming van het journalistieke bronnengeheim).

Met de federale overheid zal ik ten slotte samenwerken op het vlak van de aanpak van digitale piraterij, omdat dit een grote impact heeft op de inkomsten van de mediasector. Volgens een studie van de Audiovisual Anti-Piracy Alliance worden de verloren inkomsten in 2021 van legale betaalomroepen in Europa door het illegale IPTV-aanbod op 3.21 miljard euro geschat en volgens de Pro League zou het jaarlijks verlies door digitale piraterij voor sport neerkomen op 134 miljoen euro.

#### *(Digitale) Radio*

De komende vijf jaar staat het radiolandschap voor een aantal belangrijke gebeurtenissen. De erkenningen van de lokale radio-omroeporganisaties lopen bijna allemaal af op 31 december 2026, net als die van de netwerkradio-omroeporganisaties. Op 31 december 2027 lopen de FM-erkenningen van de landelijke radio-omroeporganisaties (Qmusic, Joe, Play Nostalgie) af of kunnen ze verlengd worden (met maximaal 3 jaar, tot 31 december 2031). Op 31 december 2027 loopt ook de licentie van On Tower Netherlands af voor multiplex 11A. Daarnaast lopen de tijdelijke zendvergunningen die door de VRM werden toegekend aan lokale DAB+-proefprojecten, waarbij via partiële provinciale dekkingen een aantal lokale radio-omroeporganisaties hun omroepprogramma's verspreiden, af op 30 januari 2026. Het aflopen van deze erkenningen en licentie zorgt ervoor dat radio deze regeerperiode hoog op de beleidsagenda zal staan. Om een coherent radiobeleid te kunnen voeren, is het belangrijk dat het toekenningsmoment van bepaalde erkenningen zoveel mogelijk in elkaars lijn liggen. Ik zal samen met mijn administratie onderzoeken op welke manier ik dit best realiseer.

De afgelopen jaren focuste het mediabeleid op de digitalisering van de radiosector en de digitalisering van radio-ontvangst gelet op de algemene transitie van een analoog naar een digitaal Vlaams radiolandschap. Uit de IPSOS-bevragingen blijkt dat dit ervoor zorgde dat tussen 2018 en 2023 het aandeel van FM in het luistervolume daalde van 76% (bij de zgn. nulmeting) naar 50% en het aandeel van digitaal steeg van 21% naar 49%. Ik zal de komende jaren verder werk maken van de digitalisering van het radiolandschap en op de transitie van analoge naar digitale radio, en dit zoveel mogelijk op het ritme van de sector en de Vlaming. De resultaten van het eindrapport 'Digitale radio in Vlaanderen. Radiostudie over de transitie van analoge radio naar digitale radio en over de toekomstige DAB+/digital only omgeving' zullen hierbij als leidraad dienen. Duurzaamheid, de economische impact op de reclame-inkomsten van een potentiële afschakeling van FM en het draagvlak bij de Vlaming zijn belangrijke factoren waarmee ik bij deze oefening rekening zal houden. Op vandaag zijn er nog te veel parameters waarover onduidelijkheid bestaat om te kunnen bepalen wanneer de FM-afschakeling er zal komen. Ook afstemming met de Franse Gemeenschap en eventueel met de ons omringende landen zal belangrijk zijn. Maar dat de transitie er komt, lijkt onvermijdelijk.

Essentieel is dat hierover overleg is met de sector. Digitale Radio Vlaanderen zal hier een belangrijke partner in zijn. Ik zal hun werking van dan ook verder ondersteunen via onder meer externe expertise om dit te coördineren. Digitale Radio Vlaanderen is het sectorinitiatief dat gebaseerd was op een Memorandum of Understanding van 2017 waarbij ook de overheid als waarnemende instantie en

facilitator betrokken is en waarbij initiatieven ter ondersteuning van DAB+ en de digitalisering van de radiodistributie een plaats krijgen.

Ik maak werk van een plan voor (boven-)lokale DAB+ waarbij bestaande en eventueel nieuwe (niet-landelijke) frequentiecapaciteit gezocht en gebruikt wordt om precies voor die bovenlokale gebieden frequentiezones af te bakenen om op DAB+ uit te zenden.

Voor mij is de overstap van een operatormodel naar een omroepmodel een essentieel onderdeel van een toekomstig digitaal radiolandschap, waarbij - net zoals bij FM - de frequentiegebruiksrechten voor radio's terechtkomen bij de omroepen zelf en niet langer toegekend worden aan een etheromroepnetwerk.

Conform de bepalingen van het mediadecreet zullen er nieuwe metingen komen.

### *Spectrumgebruik*

Ik zorg dat mijn administratie de omroepfrequenties van de Vlaamse Gemeenschap bewaakt en beheert.

Op het snijveld van telecommunicatie en media bewaken we de Vlaamse bevoegdheid en de verdeling van inkomsten uit veilingen van frequentiebanden wanneer die netwerken ook voor mediadiensten dienen. Ik zal met de federale overheid onderhandelen over een hoger aandeel in de verdeling van de eenmalige én jaarlijkse opbrengsten van de 5G-veiling van het spectrum voor mobiele breedband. Ik verwijs hierbij naar het voorstel dat de 3 gemeenschappen in consensus hebben ingediend bij het Overlegcomité. Een adequate verdeling van de inkomsten uit de veilingen van 2023 blijft het streefdoel van de Vlaamse regering.

### *OD V.1.3 Versterken van kwaliteit en verspreiding van Vlaamse audiovisuele content*

Het VAF blijft binnen mijn beleid een belangrijk instrument om de audiovisuele sector te ondersteunen en het aanbod aan lokale kwaliteitsvolle content te verzekeren. Het VAF behoudt zijn voortrekkersrol op het vlak van internationale promotie, duurzaamheid, toegankelijkheid, vertegenwoordiging en strijd tegen grensoverschrijdend gedrag. Het VAF/Mediafonds zal de creatie en promotie van kwaliteitsvolle series (fictie, animatie, documentaire) en podcasts blijven steunen en de Vlaams verankerde producenten zo een houvast bieden. Het VAF zet zijn opdracht rond Vlaams-Nederlandse samenwerking verder door o.m. coproducties actief te ondersteunen. Ik bereid, in afstemming met mijn collega-minister bevoegd voor Cultuur, een nieuwe beheersovereenkomst voor met het VAF waar bovenstaande ambities leidinggevend voor zullen zijn.

Ook de Tax Shelter is en blijft een belangrijk instrument in de ondersteuning van de brede audiovisuele sector. Deze fiscale regeling zorgt ervoor dat Belgische of buitenlandse vennootschappen die in België zijn gevestigd, kunnen genieten van belangrijke fiscale voordelen als ze investeren in Belgische producties of internationale coproducties met België. Jaarlijks maakt mijn administratie een rapport met de cijfers voor Vlaanderen.

Internationale samenwerkingsprogramma's en ondersteuningskaders vormen een aanvullende bron van financiering en bieden een verrijkende ervaring en kansen op internationale partnerschappen en uitwisseling. Bovendien kunnen internationale coproducties genieten van een bredere distributie, wat leidt tot meer zichtbaarheid en nieuwe samenwerkingen voor Vlaamse onafhankelijke producenten. Het *Budapest Drama Series Process* van de Raad van Europa zet sinds 2022 in op het ondersteunen van internationale coproducties van series. Ik zal de huidige deelname aan het pilootprogramma voor de coproductie van series evalueren en de onderhandelingen over een nieuwe conventie ter ondersteuning

van seriecoproducties actief opvolgen. Het eerdergenoemde Creatief Europe programma verdient ook blijvende aandacht.

Samen met mijn collega-minister bevoegd voor Cultuur steun ik de activiteiten van de Creatief Europa Desk - Vlaanderen in hun opdracht om de sector te informeren over de drie subprogramma's (Cultuur, Media en Cross-Sectoraal), potentiële aanvragers te begeleiden bij hun subsidieaanvraag en de audiovisuele, creatieve en culturele sectoren te helpen internationaliseren, verduurzamen en professionaliseren. Ik zet proactief in op een structurele versterking van de toegang tot EU-financieringsinstrumenten voor de media- en gamesector.

Daarnaast blijf ik op het niveau van de Raad van Europa via mijn administratie ook betrokken bij het Europees Audiovisueel Observatorium (EAO) dat markt- en statistische gegevens, juridische informatie en beleidsinformatie en productie- en financieringscijfers verzamelt over de audiovisuele sector.

In 2024 voerde het Vlaams Parlement een nieuwe regeling voor de stimulering van de productie van audiovisuele werken in. Belangrijke nieuwigheden daarbij zijn dat de bijdragen naar omhoog gingen en dat het toepassingsgebied van de regeling wordt uitgebreid naar videoplatformdiensten, zelfs al zijn zij niet gevestigd in Vlaanderen. De hoofdlijnen van deze nieuwe regeling zijn opgenomen in het decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het mediadecreet. De regeling kreeg verdere uitwerking in het besluit van de Vlaamse Regering van 26 april 2024.

In uitvoering van het decreet zal ik jaarlijks nagaan wat de impact van de nieuwe stimuleringsregeling is om zo te bloot te leggen wat de concrete financiële gevolgen zijn voor de sector. Daarnaast stelt het nieuwe art. 188/8 van het mediadecreet dat - uiterlijk in het derde jaar na de inwerkingtreding van de nieuwe regeling voor de stimulering van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken – de Vlaamse Regering deze zal evalueren en, desgevallend, deze evaluatie zal koppelen aan voorstellen tot herziening van de stimuleringsregeling. Ik zal dus ten laatste in 2027 een evaluatie van de stimuleringsregeling voorbereiden en voorleggen aan de Vlaamse Regering.

De nieuwe stimuleringsregeling is de eerste in de EU die ook van de videoplatformdiensten een bijdrage vereist. Mede door de precedentswaarde voor mogelijk gelijkaardige regelingen in andere lidstaten van de EU, werd de nieuwe stimuleringsregeling voor het Grondwettelijk Hof aangevochten door de aanbieders van videoplatformdiensten Google, Meta en Tiktok. Ik zal al het mogelijke en nodige doen om de stimuleringsregeling voor het Grondwettelijk Hof te verdedigen. Netflix vocht het decreet over de nieuwe stimuleringsregeling van de Franse Gemeenschap reeds aan voor het Grondwettelijk Hof. Ter vrijwaring van onze (gelijkaardige) belangen is de Vlaamse Gemeenschap tussenkomende partij in deze zaak.

De gamesector is wereldwijd een sterk groeiende markt. De Vlaamse gamesector is in volle expansie. Om de groei ervan te stimuleren en de maatschappelijke vruchten ervan te kunnen plukken, krijgt de sector al enkele jaren steun van de Vlaamse overheid. De Vlaamse gamesector heeft immers enorm veel potentieel en bevindt zich in een hypercompetitieve globale context. Ik maak van het Vlaamse gamebeleid dan ook een prioriteit, niet in het minst vanwege de innovatieve kracht die technologie uit deze sector voor onze maatschappij als geheel kan betekenen.

Ik voer de Visienota Level Up (2022-2025) verder uit en werk aan de versterking van het Vlaamse gamebeleid met de ambitie om onze concurrentiepositie in het buitenland te versterken en de Vlaamse gamesector tegen 2030 structureel aansluiting te laten vinden bij de Europese (sub)top. Concreet zal ik mijn gamebeleid kracht bij zetten via een nieuwe visienota (2026-2030). Daarvoor werk ik nauw samen met mijn collega-ministers die bevoegd zijn voor o.m. Innovatie, Buitenlandse Zaken, Cultuur en Onderwijs. Ik zal ook samenwerkingen opzetten met Flanders Technology and Innovation en het Entertainment Technologie-project

(ET-project), zoals goedgekeurd in een nota Vlaamse Regering van 16/06/2023 (30 projecten en 6 werven). Daarnaast zal ik in overleg met VLAIO, naar voorbeeld van Screen Flanders, nagaan of we een specifiek investeringsinstrument kunnen ontwikkelen voor de gamesector om de internationale ambitie van de Vlaamse gamesector te versterken.

Binnen mijn gamebeleid blijft het VAF/Gamefonds een belangrijke pijler. Dat zal ook blijken in de volgende beheersovereenkomst met het VAF (vanaf 2026). Om zowel beginnende gamestudio's te begeleiden en scale-ups te laten doorgroeien, maak ik de nodige middelen vrij om de werking van de Flanders Game Hub structureel te verankeren. Ik zal cross-sectorale samenwerking tussen de (audiovisuele) mediasector en gamesector aanmoedigen via de organisatie van inspiratiemomenten en netwerkevents. Daarnaast kunnen producenten van games sinds 2023 ook gebruik maken van de Tax Shelter. Ik verwacht voor de gamesector nog een groei met het gebruik van deze maatregel.

#### *OD V.1.4 Ondersteunen van diverse en kwaliteitsvolle journalistiek*

Een eerste manier om diverse en dus pluriforme journalistiek te waarborgen in Vlaanderen is via de regionale omroepen. De Vlaamse regionale televisieomroepen in Vlaanderen hebben de decretale opdracht om regionale nieuws- en informatieprogramma's te maken die gericht zijn op de lokale gemeenschap. Regionale televisieomroepen brengen lokaal nieuws in de Vlaamse huiskamers. Omwille van hun unieke karakter blijven ze een belangrijke speler in ons medialandschap. Om deze opdracht op te nemen, moeten deze organisaties erkend zijn en worden er samenwerkingsovereenkomsten met bijhorende subsidieregeling afgesloten, telkens met een looptijd van 5 jaar. Via deze regelingen zorgen we voor een stevige basis met oog op een verdere toekomstbestendige ontwikkeling van deze spelers. Met een addendum bij de huidige overeenkomsten (2024-2028) kreeg het overkoepelend orgaan, de Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen vzw of kortweg NORTV, in 2024 uitdrukkelijk de opdracht toebedeeld om verder te professionaliseren en zo de omroepen bij de uitvoering van hun taken nog beter te kunnen ondersteunen.

Ik zal de bestaande regelgeving in stand houden en, waar nodig, herzien of aanpassen in functie van de evaluatieresultaten van de huidige samenwerkingsakkoorden en onderzoeken hoe ik de regionale televisieomroepen verder kan ondersteunen. De huidige erkenningen zullen ten gevolge van een aanpassing aan het mediadecreet samen met de samenwerkingsovereenkomsten eind 2028 komen te vervallen. Ik zal tijdens mijn ambtstermijn in de eerste plaats dan ook verder uitvoering geven aan de bestaande overeenkomsten en naar aanloop van de vervaldatum in 2027 een nieuwe erkennings-/ verlengingsronde opstarten, de erkenningen formaliseren en nieuwe samenwerkingsovereenkomsten afsluiten. Deze nieuwe erkenningen moeten per 1 januari 2029 van start gaan en zullen 10 jaar geldig zijn.

Door de internationale concurrentie en het veranderend mediagebruik dienen de regionale televisieomroepen zich blijvend heruit te vinden. Een cross-mediale mediastrategie en een digitale aanwezigheid zijn uitermate belangrijk om te evolueren naar financieel slagkrachtige organisaties. Samenwerking en kennisdeling tussen de regionale omroepen blijf ik stimuleren. De regionale televisieomroepen hebben een vaste plaats in de mediastrategie van de Vlaamse overheid. Ik onderzoek een partnerschap met de VRT, zodat alle Vlamingen toegang hebben tot nieuws uit hun regio.

Minstens zo belangrijk is de nood aan kwaliteitsvolle journalistiek. Vrijheid van pers, vrije meningsuiting en onafhankelijke (onderzoeks)journalistiek zijn essentieel voor goed geïnformeerde burgers en een sterke democratie. In een tijdperk waar desinformatie alomtegenwoordig is, dient kwalitatieve journalistiek als een baken van waarheid en objectiviteit. De ondersteuning van journalisten,

hun veiligheid en belangen speelt een cruciale rol in het handhaven van de principes van een vrije pers en het waarborgen van de integriteit van de journalistiek. Belangenverdediging van journalisten in een steeds uitdagender en vijandiger medialandschap is essentieel. Vrijheid van pers, vrije meningsuiting en onafhankelijke onderzoeksjournalistiek zijn noodzakelijk voor goed geïnformeerde burgers en een sterke democratie. Momenteel krijgt de Vlaamse Vereniging van Journalisten, die haar oorsprong vindt in de wettelijke opdrachten in het kader van de erkenning van beroepsjournalisten en het Journalismfund.eu (Fonds Pascal Decroos) hiervoor ondersteuning via een overeenkomst tot en met 2025.

In het programmadecreet houdende bepalingen tot begeleiding van de begroting 2023 worden de subsidies van deze twee organisaties met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid geregeld. In 2025 zal mijn administratie de oproep voor de toekenning van werkingssubsidies voor een nieuwe meerjarenperiode organiseren.

#### *OD V.1.5 Stimuleren van innovatie in functie van een toekomstbestendig medialandschap*

Op 2 april 2022 besliste de Vlaamse Regering om 35 miljoen euro vrij te maken voor het digitale transformatieprogramma voor de mediasector. Het programma focust onder meer op een beter gebruik van data, het delen van sterke media-infrastructuur, het connecteren met de mediagebruiker, innovatieve tools om content te maken, projecten rond desinformatie en de transformatie van de regionale omroepen. Het algemene strategische doel is om de technologische weerbaarheid en de economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem te versterken. Ik zal de uitvoering en evaluatie van het programma nauwgezet opvolgen en waar nodig verderzetten door waardevolle initiatieven die de innovatie van de lokale mediasector bevorderen een duw in de rug te geven. Het is mijn overtuiging dat media-innovatie en digitale transformatie investeringen wettigen om de technologische weerbaarheid en economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem te versterken en om finaal de competitiviteit van onze lokale mediabedrijven ten opzichte van de grote techspelers en platformen te vergroten. Zo creëren we de noodzakelijke basis voor investeringen in kwaliteitsvolle, aantrekkelijke Vlaamse content en journalistiek, het verzekeren en versterken van de pluraliteit, kwaliteit en onafhankelijkheid van het nieuws en de media in het algemeen. Dat alles komt ten goede aan de tewerkstelling in de mediasector en ook de mediabeleving van de burger. De komende 5 jaar zijn bepalend om de lokale mediasector voor te bereiden op het volgende decennium, waarin de totale convergentie van verschillende krachtige technologieën (zoals generatieve AI, XR en realtime 3D) de manier waarop mediacontent produceren en consumeren mogelijk ingrijpend zullen veranderen.

Om op (middel)lange termijn de technologische leefbaarheid en economische weerbaarheid blijvend te versterken, zal ik het beleid van de voorbije jaren evalueren en waar nodig verderzetten door waardevolle initiatieven die de innovatie van de lokale mediasector bevorderen een duw in de rug te geven. Via structurele steun aan het door de VRT getrokken Europese netwerk van Future Media Hubs stimuleer ik daarnaast samenwerking en kennisuitwisseling met andere Europese publieke en private mediaorganisaties ([zie ISE X](#)). Om een hefboomeffect teweeg te brengen inzake media-innovatie en digitale transformatie zal ik met mijn collega-minister bevoegd voor Innovatie en Industrie de krachten bundelen en een visienota uitwerken. Het Departement CJM werkt hiervoor samen met VLAIO. De aankomende speerpuntcluster rond entertainmenttechnologie (ENT.A) zal hierbij een belangrijke rol spelen, net zoals de VRT en de commerciële mediaspelers. Met datzelfde oogmerk zal ik ook samenwerken met andere relevante beleidsvelden (o.m. Buitenlandse Zaken, Cultuur en Onderwijs) en dit kaderen binnen Flanders Technology & Innovation. Alle overheidsactoren en betrokken sectorspelers versterken elkaar hierin vanuit hun eigen expertise en rol.

Hierbij zal ik ook specifieke aandacht hebben voor snelle evoluties op het vlak van (generatieve) AI en mogelijke toepassingen hiervan, zonder de ethische aspecten uit het oog te verliezen.

SD V.2 Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional

*OD V.2.1 We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap*

Mediawijsheid en digitale inclusie zijn nog nooit zo belangrijk geweest in onze gedigitaliseerde en gemediatiseerde samenleving. Voor bijna 40% van de Vlaamse mediagebruikers vormen platformen en sociale media de belangrijkste toegang tot nieuws en informatie over verschillende maatschappelijke onderwerpen. Deze platformen vergroten naast de ruimte voor het delen van informatie ook de ruimte voor vrije meningsuiting en publieke participatie. De voorbije jaren werd desinformatie een steeds pertinenter probleem. De evoluties gelinkt aan de opkomst van internet, sociale media en nieuwe technologieën plaatsen ons voor nieuwe uitdagingen. Hierdoor zijn burgers genoodzaakt continu nieuwe digitale vaardigheden bij te leren en bestaande vaardigheden te onderhouden. Daarnaast hebben sociale media ook impact op het welzijn van jongeren. Daarom zal ik samen met andere bevoegde ministers ook onderzoek voeren naar de impact van digitale media en schermgebruik op het welzijn en het gedrag van jongeren. Indien nodig koppelen we aan de vaststellingen gerichte beleidsmaatregelen om onze jongeren te beschermen.

Door de opkomst en de convergentie van immersieve technologieën zal onze samenleving verder digitaliseren en mediatiseren waardoor digitale vaardigheden niet losstaan van digitale- en mediawijsheid. De *'soft skills'* die we vaak benoemen onder digitale en mediawijsheid zijn essentieel voor burgers om een volwaardige rol op te kunnen nemen in onze maatschappij en bij uitbreiding de rest van de wereld. Om sterk te staan in de strijd tegen desinformatie en in te zetten op volwaardige participatie aan de (digitale) maatschappij is mediawijsheid een cruciaal fundament. Als we niemand willen achterlaten, kunnen we in onze gedigitaliseerde wereld niet voorbijgaan aan de noodzaak om ook digitaal mee te zijn.

Ik wil deze regeerperiode dan ook werk maken van een daadkrachtig mediawijsheidsbeleid dat alle Vlamingen de kennis en vaardigheden bijbrengt die noodzakelijk zijn om tot volwaardig burgerschap te komen. De uitbreiding van mediawijsheid met algoritmewijsheid is noodzakelijk om de Vlaming ook weerbaar te maken ten aanzien van artificiële intelligentie. Hiervoor zet ik in op bestaande initiatieven zoals het Vlaams Kenniscentrum Digitale- en Mediawijsheid (Mediawijs) en het media-educatief project Nieuws in de Klas. Het kenniscentrum staat in het programmadecreet houdende bepalingen tot begeleiding van de begroting 2023 als een organisatie met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid geregeld. In 2025 zal mijn administratie de oproep voor de toekenning van werkingssubsidies voor een nieuwe meerjarenperiode organiseren.

Mediawijsheid is een thema dat raakt aan elk onderdeel van onze maatschappij en dus ook aan verschillende beleidsdomeinen. Ik zal dan ook bekijken hoe ik met mijn collega-ministers kan samenwerken aan het Vlaamse Digitale- en Mediawijsheidsbeleid om vanuit één duidelijk kader initiatieven uit te voeren. De publieke omroep en het onderwijs spelen hier alvast een belangrijke rol in, maar ook bevoegdheden als Jeugd, Welzijn, Werk en Digitalisering. Ook STE(A)M kan hier een hefboom in zijn, waarbij digitale vaardigheden, wetenschappen en creativiteit samenkomen om kinderen en jongeren voor te bereiden op de toekomst.

In opvolging van het Belgisch voorzitterschap van de Raad van de Europese Unie waarbij influencers op de Europese agenda zijn geplaatst, blijf ik dit thema opvolgen. Influencers zijn een belangrijk fenomeen in het huidige medialandschap. Ze hebben impact op de samenleving, de publieke opinie en de persoonlijke opvattingen van hun publiek. Het is daarom belangrijk dat influencers zich bewust zijn van hun impact en de nodige vaardigheden hebben om ermee om te gaan.

Ik maak verder werk van de bekendmaking van het classificatiesysteem voor audiovisuele media GoedGezien en evalueer het systeem grondig. Een mogelijke samenwerking met andere gemeenschappen en een uitbreiding van het systeem naar de Vlaamse bioscopen, in samenwerking met de minister van Cultuur, behoort tot de mogelijkheden.

#### *OD V.2.2 Garanderen van de toegankelijkheid van mediacontent*

Het toegankelijk maken van televisieprogramma's is essentieel om alle kijkers, ongeacht hun fysieke of mentale mogelijkheden, gelijke toegang te bieden tot informatie, cultuur en entertainment. Dat omvat het aanbieden van ondertiteling, gesproken ondertiteling, audiodescriptie en Vlaamse Gebarentaal voor mensen met gehoor- of zichtbeperkingen, evenals het toegankelijker maken van de eindapparaten die toegang verschaffen tot deze programma's. Toegankelijke televisieprogramma's bevorderen inclusie, maatschappelijke betrokkenheid en gelijke kansen voor alle burgers, wat bijdraagt aan een divers en representatief medialandschap dat niemand uitsluit.

In de Vlaamse Gemeenschap is de toegankelijkheid van televisieprogramma's decretaal en reglementair geregeld door middel van verplichtingen en quota, maar ook door het ter beschikking stellen van subsidies aan particuliere televisieomroeporganisaties en de beheersovereenkomst met de VRT. De toegankelijkheidssubsidies aan de particuliere omroepen zal ik gedurende mijn ambtstermijn conform de bepalingen van het uitvoeringsbesluit toegankelijkheid jaarlijks blijven toekennen. In de loop van 2027 zal er ook een evaluatie gebeuren van het uitvoeringsbesluit toegankelijkheid.

Ik zet me tevens in voor de verdere organisatie van het overlegplatform toegankelijkheid televisie(diensten) waarbij grotere mediaspelers in Vlaanderen (omroepen en distributeurs) omtrent de toegankelijkheid van hun diensten hun technische kennis en goede praktijken uitwisselen en afspraken maken met als doel een uniform aanleveringssysteem te hanteren.

#### *OD V.2.3 Responsabiliseren van de mediasector om maatschappelijke en gemeenschapsvormende uitdagingen aan te pakken*

Net als andere sectoren wordt de mediasector geconfronteerd met allerlei maatschappelijke uitdagingen. Waar nuttig en mogelijk zal ik samen met de media-actoren bekijken hoe zij ondersteund kunnen worden om antwoord te bieden op deze uitdagingen.

Ik volg de toepassing van het sociaal charter op. Dat charter voor de mediasector is een verzameling van engagementen en gedragsregels die de ondertekenaars onderschrijven. Het vormt een leidraad voor een leefbare werkomgeving in de Vlaamse mediasector.

Daarnaast zet ik de strijd tegen grensoverschrijdend gedrag in de mediasector onverminderd verder. Ik volg het actieplan 2024-2025 tegen grensoverschrijdend gedrag in de Vlaamse Media- en Filmsector op en bekijk na een evaluatie een mogelijk vervolg. De VRT ([zie ISE X](#)) en VAF ([zie OD V.1.3](#)) nemen een voorbeeldrol op in de opvolging van het sociaal charter en het actieplan en dragen deze instrumenten mee uit naar de sector door het bijvoorbeeld als voorwaarde op te nemen bij samenwerking of het toekennen van subsidies.

Ik zet mij in om het mediaveld te versterken door het ondersteunen van initiatieven die inspelen op beleidsprioriteiten.



**ISE W. VRM**

Prestatie-indicatoren bij ISE W. VRM:

Indicator: Voorbereiding en afhandeling dossiers door de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) binnen de periode vastgelegd in het ondernemingsplan.

SD W.1. De VRM draagt bij tot het evenwichtig functioneren van het Vlaamse medialandschap audiovisueel ecosysteem

Een sterke mediaregulator is noodzakelijk voor een gezond medialandschap in een democratische samenleving. Met de VRM kunnen we in Vlaanderen rekenen op een daadkrachtige toezichthouder, maar omdat in de toekomst ook zo te houden zijn blijvende inspanningen nodig. We gaan daarom na waar we de werking van de VRM kunnen verbeteren. We nemen de implementatie van en het toezicht op relevante Europese verordeningen mee in deze oefening.

*OD W.1.1. Toezicht houden op de naleving van de Vlaamse omroepregelgeving*

Een van de kernopdrachten van de VRM is het toezicht houden op de naleving van de Vlaamse mediaregelgeving door de openbare omroeporganisatie, de particuliere radio- en televisiesector, de dienstenverdelers, de netwerkoperatoren en de videoplatformdiensten.

In uitvoering van de Digitaal dienstenverordening werd de VRM aangeduid als bevoegde autoriteit. In die hoedanigheid zal hij samenwerken met de digitaal dienstencoördinator BIPT en met de andere bevoegde autoriteiten.

Op 11 april 2024 werd de Europese verordening mediavrijheid (EMFA) aangenomen die een grote impact op de werking van de VRM zal hebben. In de EMFA staat immers bepaald dat het toezicht op het merendeel van de bepalingen door de mediaregulatoren zal gebeuren waardoor de toezichtstaken van de VRM zullen toenemen. De VRM zal er in ieder geval een aantal taken bij krijgen. De precieze inhoud van de bijkomende taken zal bepaald worden door richtsnoeren die de Europese Commissie en de Europese Raad voor Mediadiensten zullen formuleren.

De VRM rapporteert jaarlijks aan de Vlaamse regering over de naleving van de performantiemaatstaven die in de beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT zijn opgenomen.

In navolging van de expliciete garanties voor een onafhankelijke mediaregulator, opgenomen in zowel de AVMD-richtlijn, als in de EMFA, zal de VRM ook in de toekomst de nodige ruimte krijgen om zijn bevoegdheden onafhankelijk uit te oefenen. In de toekomstige ondernemingsplannen 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 W.1.2. Marktanalyse*

De VRM zal binnen de specifieke Belgische context voor onder meer de marktanalyse samenwerken met de telecom- en mediaregulatoren. De VRM zorgt dat de bepaling en de analyse van de relevante markten voor producten en diensten in de sector van de elektronische communicatienetwerken gebeuren volgens de door de Europese Commissie opgelegde richtlijnen en aanbevelingen.

De basismarktanalyse omtrent de breedband- en omroepmarkten die in de loop van 2018-2021 operationele werking kreeg, is aan herziening toe. In dit kader werd tijdens de vorige legislatuur alvast gestart met het verzamelen van voorbereidende inlichtingen. Op basis van deze inlichtingen zal door de VRM, in nauwe samenwerking met de andere bevoegde regulatoren, verder onderzoek gebeuren met het oog op een nieuwe marktanalysebeslissing.

**ISE X. VRT**

Prestatie-indicatoren bij ISE X. VRT:

- Indicator: Totaalbereik VRT over alle aanbodsmerken en platformen heen bij Vlamingen ouder dan 16 jaar.
- Indicator: Het aantal innovatieprojecten die VRT uitvoert of waaraan het samenwerkt

De bepalingen over de VRT vormen de hoeksteen van het medialuik in het Regeerakkoord. Dat is niet meer dan logisch: de publieke omroep is voor elke Vlaamse mediagebruiker een huis van vertrouwen. VRT informeert de Vlaming, geeft duiding, zet fors in op het tegengaan van desinformatie, investeert in de lokale creativiteit, biedt een venster op cultuur, taal en muziek, en brengt mensen en de samenleving in beweging. Het Vlaams regeerakkoord pleit dan ook voor een ambitieuze en duidelijke rol voor de publieke omroep.

1. Een ambitieuze en duidelijk omschreven rol voor de publieke omroep

De essentie van een publieke omroep is en blijft om met inhoud die er écht toe doet, zoveel mogelijk inwoners van Vlaanderen en Brussel te bereiken en op die manier de Vlaamse identiteit en de maatschappelijke verbinding te versterken.

De VRT is er voor élke Vlaming. Specifieke aandacht gaat uit naar kinderen en jongeren, ouderen, laaggeletterden, personen met een buitenlandse herkomst en mensen met een handicap. In die filosofie kadert ook de maatschappelijke rol van de VRT inzake verbinding, impact en Vlaamse gemeenschapsvorming. De publieke omroep biedt de Vlaming een blik op de wereld. De VRT raakt de Vlaming met haar aanbod, door (h)erkenning. Omdat ze inspeelt op de leefwereld van de Vlaming (en) omdat ze geen taboes uit de weg gaat. Naast het bieden van straffe content, inspireert de publieke omroep de Vlaming om het beste uit zichzelf te halen en zet ze de samenleving in beweging. Ze doet dat ook op vlak van domeinen zoals cultuur, muziek, sport en beweging, welzijn, innovatie, wetenschap, educatie, digitale inclusie, enz.

2. De maatschappelijke opdracht van de VRT centraal

Het bereiken van zo veel mogelijk mediagebruikers gebeurt via het aanbod dat de VRT tot bij hen brengt.

De focus van dat aanbod blijft de informatie- en duidingsopdracht en daarbij ligt de lat hoog: de norm van de VRT is om de betrouwbaarste nieuwsbron in Vlaanderen te zijn en te blijven. De Vlaming kan bij de VRT terecht voor correcte en toegankelijke informatie op maat van de verschillende mediagebruikers. De VRT biedt daarbij een schild tegen de desinformatie en stimuleert kritisch denken en mediawijsheid. Respect voor pluralisme, onpartijdigheid en betrouwbaarheid zijn de sokkels waarop de informatieopdracht gefundeerd is. De journalistieke onafhankelijkheid en de redactionele autonomie worden daarbij gewaarborgd, onder meer door interne en externe kwaliteitscontrole en rapportering.

Naast informatie zet de VRT in op educatie, cultuur, sport, en op kwaliteitsvolle ontspanning waarbij maatschappelijke meerwaarde een garantie is. Het sportaanbod onderscheidt zich van sportverslaggeving van de particuliere media omdat VRT complementair ook sporten aanbiedt die anders minder of niet aan bod komen. Van belang is ook de aandacht voor een divers en inclusief sportaanbod. Denk onder meer aan vrouwensporten en G-sporten. Het verwerven van uitzendrechten op (grote) sportevenementen gebeurt op een marktconforme en kostenbewuste manier en ondersteunt de ambitie om vanuit de aandacht voor 'grote' sporten ook minder populaire sporten onder de aandacht te brengen.

Ook zingeving is een belangrijk deel van Vlaamse gemeenschapsvorming, wat inhoudt dat levensbeschouwing en erediensden hun plaats hebben in het aanbod van de VRT.

Doorheen het aanbod van de VRT staat het gebruik van de Nederlandse standaardtaal centraal.

Even belangrijk als de inhoud van het aanbod is de noodzaak om dat aanbod ook tot bij de kijker en gebruiker te brengen. Door de razendsnelle verandering in mediagedrag zet VRT meer en meer in op het bereiken van de Vlaming via de kanalen die zij gebruiken om media te consumeren, zowel eigen kanalen als die van derden. De digitalisering ("digital first") heeft gezorgd voor een exponentiële toename van on-demand video- en audioconsumptie over diverse platformen en noopt de VRT tot een multimediale strategie met respect voor de noden van specifieke doelgroepen.

VRT MAX - voor het volledige aanbod - en VRT NWS - voor informatie en duiding - zijn de digitale steunpilaren van VRT. Het zijn met het oog op de toekomst de belangrijkste toegangspoorten tot het aanbod van VRT voor een steeds grotere groep Vlamingen. VRT heeft op die manier troeven in handen om met haar maatschappelijk relevante content de strijd aan te gaan met internationale platformen. Zo kan ze de Vlaamse cultuur, creativiteit en identiteit beschermen en voorkomen dat onze kwalitatieve lokale verhalen verdwijnen in het grote aanbod van internationale spelers.

VRT investeert verder in de merkenstrategie en plaatst VRT centraal om zo een vertrouwde uitvalsbasis te zijn voor elke Vlaming waar die zijn of haar media ook raadpleegt. Sociale media zijn daarbij een hulpmiddel om specifieke doelgroepen te bereiken.

### 3. VRT als motor van de creatieve sector en partner voor andere maatschappelijk gedreven organisaties

De VRT kan haar opdracht niet uitvoeren en het aanbod niet brengen en verspreiden zonder de fundamenteën van een solide interne organisatie, een stevige werkingsstructuur en een toekomstvisie.

Wat de fundamenteën betreft, kan dit zelfs letterlijk geïnterpreteerd worden, nu het nieuwe VRT-omroepgebouw steeds verder vorm krijgt en normaliter in 2027 zijn deuren zal openen.

Een van de axioma's voor de VRT is samenwerking. Die samenwerking is sector-breed, aanbods-breed en organisatiebreed.

Op het gebied van sectorbrede samenwerking is en moet de VRT de motor blijven en de functie van rolmodel vervullen. Zo moet de VRT met de commerciële mediagroepen en de adverteerders de krachten bundelen om nieuwe businessmodellen te ontwikkelen om commerciële inkomsten zo veel mogelijk in Vlaanderen te houden. Het aanbod van de Vlaamse omroepen verdient verdere verspreiding en promotie. Maar evenzeer streven we actief naar verdere samenwerking met Nederland en de Nederlandse omroepen, met wie we niet alleen de taal delen maar ook een historisch en cultureel verleden.

VRT vervult ook een marktversterkende rol via significante investeringen in externe productiehuisen en facilitaire bedrijven voor de totstandkoming van haar aanbod. Dit betreft de samenwerking met het VAF, grote en kleine productiehuisen, maar ook grotere, geconsolideerde spelers.

Met haar activiteiten stimuleert VRT bovenal nieuw, creatief talent in Vlaanderen. Het ecosysteem versterken zal in 2030 – meer nog dan vandaag – betekenen dat de publieke omroep ruimte geeft aan lokale creativiteit, talent uit Vlaanderen,

start-ups, opstartende productiehuizen, uitblinkende muzikanten, enz., en deze op een correcte manier vergoedt. VRT investeert in de lokale mediasector en verankert creativiteit en productie in Vlaanderen, in een lokaal medialandschap dat meer en meer het slachtoffer dreigt te worden van een internationale consolidatiebeweging. De publieke omroep maakt ruimte voor creatieve risico's, straffe en innoverende content, en een project dat vanuit een maatschappelijk doel ook economische valorisatie binnen en buiten Vlaanderen mogelijk maakt. Net zoals bijvoorbeeld de Nederlandse, Deense, Ierse en Britse publieke omroepen draagt VRT daardoor ook bij aan de internationale valorisatie en zichtbaarheid van Vlaamse producties.

De voorbeeldfunctie van de VRT inzake sectorsamenwerking manifesteert zich ook door samenwerking van VRT met andere bedrijven en organisaties op het gebied van de technologie en innovatie. De samenwerking rond de Future Media Hubs is daar een voorbeeld van. Andere domeinen betreffen onderzoek en ontwikkeling rond AI, strijd tegen desinformatie, mediawijsheid en algoritmewijsheid. Innovatie zal een sleutelwoord blijven in de toekomst van VRT, steeds vaker in een open-sourcemodel zodat ook andere mediaspelers hiervan kunnen gebruikmaken. Ik ga na hoe we de sectorversterkende rol van VRT op vlak van innovatie verder kunnen concretiseren.

Aanbodsbrede samenwerking krijgt vorm via onder meer samenwerking met onderwijs, de cultuursector en de muziekwereld. Deze domeinen vormen een voedingsbodem voor de opdracht van de VRT inzake cultuur, educatie en informatie. De publieke omroep maximaliseert haar impact door slimme samenwerkingen met onderwijs, bijvoorbeeld via Edubox of haar samenwerking met platformen zoals SmartSchool. Samenwerking zal ook in de toekomst het vertrekpunt blijven voor VRT om haar samenlevingsversterkende rol op te nemen.

Een andere vorm van aanbodsbrede samenwerking situeert zich in de relatie met de regionale televisieomroeporganisaties. Samenwerking kan hier leiden tot meer en beter regionaal nieuws voor de Vlamingen. Een blijvend aandachtspunt hierbij is de ontsluiting van dat nieuws richting de Vlaming.

Ten slotte moet ook de VRT als organisatie de nodige ruimte krijgen om zich verder om te vormen tot een sterke en wendbare organisatie, met de nodige flexibiliteit en marktconformiteit. De publieke omroep zal blijven werken aan de interne transformatie. VRT investeert blijvend in de ontwikkeling en opleiding van haar medewerkers, in leiderschap en cultiveert een bedrijfscultuur waarin digitaal denken, samenwerking over merken en afdelingen heen, keuzes maken en performantie nastreven centraal staan, met aandacht voor het welzijn van de medewerkers. Die wendbaarheid laat de VRT toe om een context te creëren om creatief te zijn, uit te blinken en antwoord te bieden op de uitdagingen waar ze voor staat.

#### 4. De nieuwe beheersovereenkomst 2026-2030

Veel van bovenstaande elementen maken al deel uit van wat de VRT vandaag al doet en een groot deel ervan vindt zijn weerslag in de huidige beheersovereenkomst.

De huidige beheersovereenkomst loopt af in 2025 en een nieuwe treedt in voege op 1/1/2026. De totstandkoming van die beheersovereenkomst houdt een vast traject in startend met een visietekst van de VRT waarin ze conform de bepalingen van het mediadecreet de concrete krijtlijnen van haar toekomstige publieke omroepopdracht schetst, met specifieke vermelding van de geplande nieuwe diensten. Daarna volgt een advies van de SARC en meestal ook een resolutie van het Vlaams Parlement. Uiterlijk zes maanden voor het verstrijken van de

beheersovereenkomst legt VRT een ontwerp van nieuwe beheersovereenkomst voor aan de Vlaamse Regering.

De publieke omroep dient bij de opmaak van de nieuwe beheersovereenkomst de nodige ambitie te tonen. Ik pleit voor een beheersovereenkomst die een duidelijke rol vastlegt voor VRT, met focus op klare doelstellingen en de belangrijke rol die onze publieke omroep dient te spelen in het brede Vlaamse media-ecosysteem. Volgens het duale financieringsmodel moet VRT ook een deel van haar middelen halen uit de valorisatie van haar aanbod. We houden de vinger aan de pols van de marktevoluties en gaan blijvend na hoe de VRT daar het best op kan inspelen rekening houdend met haar specifieke rol als publieke omroep.

**VII. LIJST MET AFKORTINGEN**

- 5G: 5e generatie mobiele netwerk of 5e generatie draadloze systemen  
AI Act: Verordening Kunstmatige Intelligentie / Artificial Intelligence Act
- AVMD(-richtlijn): Audiovisuele Mediadiensten(richtlijn)
- B2B: bedrijven aan bedrijven / business to business
- B2C: bedrijven aan klanten / business to consumer
- BIPT: Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie
- CDMSI : Comité rond Digitale Media en Informatiemaatschappij / Comité des directeurs sur les media et la société d'information / Steering Committee on Media and Information Society
- CJM: Cultuur, Jeugd en Media
- DAB+: Digital Audio Broadcasting + (de technologische opvolger van DAB)
- DCJM: Departement Cultuur, Jeugd en Media
- DMA: Digitale marktenverordening / Digital Markets Act
- DSA: Digitaal dienstenverordening / Digital Services Act
- EAO: Europees Audiovisueel Observatorium / European Audiovisual Observatory
- EMFA: Europese Verordening Mediavrijheid / European Media Freedom Act
- ENA: Elektronisch Nieuwsarchief
- EU: Europese Unie
- FM: Frequentiemodulatie
- Imec-SMIT-VUB: Interuniversitair Micro-Electronica Centrum – Studies in Media, Innovation & Technology – Vrije Universiteit Brussel
- ISE: Inhoudelijk Structuur Element
- MoU: Memorandum van overeenstemming / Memorandum of Understanding
- NORTV: Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen
- OD: Operationele Doelstelling
- OTT-diensten: Over-the-Top diensten
- RA: Regeerakkoord
- SARC: Strategische Adviesraad voor het Beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media
- SD: Strategische Doelstelling
- STE(A)M: Science, Technology, Engineering, Arts en Mathematic
- VAF: Vlaams Audiovisueel Fonds
- VLAIO: Vlaams Agentschap Innoveren & Ondernemen
- VRM: Vlaamse Regulator voor de Media
- VRT: Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie

---

VVJ: Vlaamse Vereniging voor (Beroeps)journalisten

XR: Uitgebreide Realiteit / Extended Reality

**VIII. BIJLAGE 'OVERZICHT BELEIDS- EN REGELGEVINGSINITIATIEVEN'***Decreetswijziging "RADIO".*

Om tot een digitaal radiolandschap te komen waarbij digitale frequenties via erkenningen worden toegekend, herzien we het regelgevend kader.

*Decreetswijziging "Omzetting European Media Freedom Act"*

De Europese Verordening Mediavrijheid (European Media Freedom Act, EMFA) bevat een aantal nieuwe regels die van toepassing zijn op mediadiensten in de brede betekenis waaronder publieke en commerciële televisie- en radio-uitzendingen, audiovisuele mediadiensten op aanvraag, online mediadiensten, audiopodcasts en perspublicaties. De EMFA is een verordening, hetgeen betekent dat de tekst rechtstreeks toepasselijk is in de rechtsorde van de lidstaten zonder dat er uitvoeringswetgeving nodig is. Toch zal het mediadecreet met deze verordening in overeenstemming dienen te komen, onder meer om het toezicht op de naleving van de verordening te regelen.

*Decreetswijziging "Omzetting Verordening politieke reclame"*

De Verordening politieke reclame is in principe ook rechtstreeks toepasselijk in de rechtsorde van de lidstaten zonder dat er uitvoeringswetgeving nodig is. Toch zal het mediadecreet met deze verordening in lijn moeten komen, onder meer om het toezicht op de naleving van de verordening te regelen.

*Decreetswijziging "herziening mediadecreet"*

De mediasector is de afgelopen jaren met veel wijzigingen geconfronteerd, maar ook de komende jaren zullen de evoluties in de mediasector zeer snel gaan. We hebben nood aan toekomstgerichte mediaregelgeving. De komende jaren zal een herziening van het mediadecreet vorm krijgen, die rekening houdt met het evoluerende Europese regelgevend kader.



## IX. BIJLAGE INDICATOREN METADATAFICHES

## ISE A - CJM-beleidsoverschrijdend

- SD 2: Voorzien van een integrale beleidsbenadering ter ondersteuning van toekomstbestendige cultuur-, jeugd- en mediasectoren
  - OD 2.1: Uitbouwen van een integraal beleidskader dat is afgestemd op maatschappelijke ontwikkelingen en trends
    - Indicator: Het aantal gebruikers van het Verenigingsloket

<b>Benaming</b>	Het aantal <b>gebruikers</b> van het Verenigingsloket.
<b>Definitie</b>	De indicator monitort het <b>aantal bezoekers dat gebruik maakt</b> van het Verenigingsloket. Dit wordt aangevuld met het <b>aantal verenigingen dat effectief aanmeldt</b> en zich dus kenbaar maakt op het loket in een bepaald jaar.
<b>Ontsluiting</b>	<b>Trendgrafieken:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aantal gebruikers per jaar</li> <li>• Aantal aangemelde verenigingen per jaar</li> </ul>
<b>Streefwaarde</b>	De Vlaamse Overheid wil bijdragen aan de participatie van verenigingen binnen de beleidsvelden cultuur, jeugd en media en ruimer. De <b>beleidsdoelstelling</b> is <b>kwantitatief</b> van aard. Deze houdt in dat we ernaar streven <b>elk jaar meer bezoekers aan te trekken</b> op het Verenigingsloket. Er wordt daarom <b>een numerieke streefwaarde</b> geformuleerd. Voor de komende beleidsperiode streven we naar een <b>groei van minstens 5%</b> van het aantal gebruikers van het Verenigingsloket <b>in het desbetreffend jaar ten opzichte van</b> het aantal gebruikers in het <b>voorgaande jaar</b> .
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	ISE A - CJM-beleidsoverschrijdend <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD 2: Voorzien van een integrale beleidsbenadering ter ondersteuning van toekomstbestendige cultuur-, jeugd- en mediasectoren           <ul style="list-style-type: none"> <li>○ OD 2.2: Ik bevorder participatie aan de CJM-sectoren</li> </ul> </li> </ul> <p>De gekozen indicator heeft betrekking op het aantal gebruikers van het Verenigingsloket.</p> <p>De Vlaamse overheid wil via het Verenigingsloket het verenigingsleven en de participatie van verenigingen ontzorgen en dus indirect stimuleren. De indicator aantal gebruikers van het Verenigingsloket monitort deze participatie dus in zekere mate.</p> <p><b>Sterkte:</b> We krijgen middels deze indicator inzicht in de bezoekersaantallen van het Verenigingsloket. Dit geeft inzicht in wie in de context van het Verenigingsleven naar informatie of dienstverlening zoekt en dus wellicht actief participeert of wil participeren in het verenigingsleven.</p>

	<b>Zwakte:</b> Slechts een specifiek deel van het landschap en de beleidsdoelstelling wordt gemonitord, aangezien er niets gezegd wordt over vrijetijdsparticipatie buiten het verenigingsleven. Bovendien monitort deze indicator enkel gebruikers van het Verenigingsloket. Dit zijn niet per se allemaal vertegenwoordigers van verenigingen, maar kunnen ook toevallige passante zijn. Het zijn dus niet per se allemaal participanten van het verenigingsleven.
<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HB0-1HBA2AJ-WT
<b>Berekeningswijze</b>	Aantallen en aandelen ten opzichte van voorgaande jaren
<b>Bron</b>	DCJM
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks

### ISE V – Mediabeleid

- o SD 2: Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional
  - OD 2.1: We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap
    - Indicator M.2.1.1: Aandeel van de bevolking dat aangeeft dat omgaan met digitale technologieën gemakkelijk is voor hen

<b>Benaming</b>	Aandeel van de bevolking dat aangeeft dat omgaan met digitale technologieën gemakkelijk is voor hen
<b>Definitie</b>	De indicator monitort het <b>aandeel van de bevolking</b> dat aangeeft dat <b>omgaan met digitale technologieën gemakkelijk is</b> voor hen, in een bepaald jaar. Men meet op basis van het jaarlijkse <a href="#">Digimeter-onderzoek van imec</a> .
<b>Ontsluiting</b>	<b>Trendgrafieken:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aandeel van de respondenten in het Digimeter-onderzoek van imec die positief antwoorden op de stelling "Omgaan met digitale technologieën is makkelijk voor mij.",           <ul style="list-style-type: none"> <li>o Uitgesplitst naar de leeftijdscategorieën in het Digimeter-onderzoek. De leeftijdscategorieën zijn: 18j – 24j; 25j – 34j; 35j – 44j; 45j – 54j; 55j – 64; 65j – 74j; en 75+j</li> </ul> </li> </ul>
<b>Streefwaarde</b>	De Vlaamse Overheid wil mediawijsheid van makers en gebruikers verhogen. Deze <b>beleidsdoelstelling</b> is <b>kwalitatief</b> van aard (zie specifieke SD hieronder). Er wordt <b>daarom geen numerieke streefwaarde</b>

	<p>geformuleerd. De streefwaarde omvat de toestand beschreven in de strategische beleidsdoelstelling.</p> <p>Toch wordt een beleidsindicator opgenomen. De <b>indicator monitort de kwantitatieve inspanning</b> van de Vlaamse Overheid <b>aan de kwalitatieve beleidsdoelstelling</b>.</p>
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	<p>ISE V – Mediabeleid</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD 2: Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ OD 2.1: We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap</li> </ul> </li> </ul> <p>Volgens de conceptnota mediawijsheid is mediawijsheid het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik, dat gericht is op maatschappelijke participatie.</p> <p>Media zijn sterk digitaal aanwezig waardoor een vlotte omgang met digitale technologieën een belangrijke voorwaarde is voor een hoge mediawijsheid onder de bevolking. Het Digimeter-onderzoek van imec daarom jaarlijks o.a. het gemak van omgang met digitale technologieën onder Vlamingen, en maakt hierbij een onderscheid naar leeftijdscategorie. Deze indicator is gebaseerd op de resultaten van de stelling "Omgaan met digitale technologieën is makkelijk voor mij." in het Digimeter-onderzoek.</p> <p><b>Sterkte:</b> We krijgen middels deze indicator een zicht op de zelfinschatting van respondenten van de digimeter over hun eigen mediawijsheid.</p> <p><b>Zwakte:</b> Deze indicator monitort een zelfinschatting, dit is geen objectieve meting.</p>
<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HBO-1HEI2VD-WT
<b>Berekeningswijze</b>	Aandeel
<b>Bron</b>	Digimeter
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks

- **ISE V – Mediabeleid**

- SD 2: Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional
  - OD 2.1: We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap

- Indicator M.2.1.1: Aantal kinderen en jongeren bereikt door de campagne(s) van een kenniscentrum voor mediawijsheid

<b>Benaming</b>	Aantal kinderen en jongeren bereikt door de campagne(s) van een kenniscentrum voor mediawijsheid
<b>Definitie</b>	De indicator monitort het <b>aantal kinderen en jongeren</b> die bereikt worden door de campagne(s) van een kenniscentrum voor mediawijsheid.
<b>Ontsluiting</b>	<b>Trendgrafieken:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aantal kinderen en jongeren <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Uitgesplitst per campagne</li> </ul> </li> </ul>
<b>Streefwaarde</b>	<p>De Vlaamse Overheid wil mediawijsheid van makers en gebruikers verhogen.</p> <p>Deze <b>beleidsdoelstelling</b> is <b>kwalitatief</b> van aard (zie specifieke SD hieronder). Toch wordt een beleidsindicator opgenomen. De <b>indicator monitort</b> de <b>kwantitatieve inspanning</b> van de Vlaamse Overheid <b>aan de kwalitatieve beleidsdoelstelling</b>.</p> <p>De streefwaarde is opgenomen in de subsidieovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en een kenniscentrum voor mediawijsheid.</p> <p>De lopende overeenkomst is afgesloten met imec vzw met betrekking tot Mediawijs, het huidige Vlaams Kenniscentrum mediawijsheid. In deze subsidieovereenkomst 2022-2025 is de streefwaarde gelegd op <b>30.000 kinderen en jongeren</b>. De gesubsidieerde partner en de streefwaarde kunnen wijzigen in een volgende overeenkomst.</p>
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	<p>ISE V – Mediabeleid</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD 2: Waarborgen van een inclusieve mediaomgeving voor gebruiker en professional <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ OD 2.1: We verhogen de mediawijsheid en zorgen voor een toegankelijker en veiliger Vlaams medialandschap</li> </ul> </li> </ul> <p>Mediawijsheid is in Vlaanderen de term voor digitale en mediageletterdheid: het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers digitale technologie en media gebruiken en begrijpen om actief, creatief, kritisch en bewust te participeren aan onze complexe en veranderende digitale en gemediatiseerde wereld.</p> <p>Media zijn sterk digitaal aanwezig waardoor een vlotte omgang met digitale technologieën een belangrijke voorwaarde is voor een hoge mediawijsheid onder de bevolking. Een kenniscentrum voor mediawijsheid stimuleert voortdurend mediawijs gedrag, nieuws- en informatie- en digitale geletterdheid bij burgers in Vlaanderen en Brussel met informatie, campagnes en projecten. Deze indicator is gebaseerd op indicator 1.1 van de</p>

	<p>subsidieovereenkomst 2022-2025 met Mediawijs.</p> <p><b>Sterkte:</b> We krijgen middels deze indicator een zicht op het bereik van de campagne(s) van een kenniscentrum voor mediawijsheid bij kinderen en jongeren.</p> <p><b>Zwakte:</b> Deze indicator bouwt verder op het opgebouwd bereik van Mediawijs. Aangezien nog niet zeker is met welke organisatie na 2025 een beheersovereenkomst wordt afgesloten en welke doelstellingen daarin staan opgenomen, zijn de bereikcijfers misschien onderhevig aan andere contextfactoren.</p> <p>De bereikcijfers tonen slechts een deel van de werking van Mediawijs:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Er wordt enkel gefocust op kinderen en jongeren rechtstreeks. Er wordt geen rekening gehouden met de verschillende campagnes en projecten naar andere doelgroepen zoals ouders, leerkrachten, etc. Via wie ook kinderen en jongeren worden bereikt in tweede lijn.</li> <li>- Doelgroepen als senioren, personen met een beperking of andere sectoren als zorg en werk die ook aan bod komen in de werking van Mediawijs komen zo niet in beeld, wat niet strookt met de opdracht van Mediawijs (de brede bevolking in Vlaanderen en Brussel).</li> <li>- Om dit mogelijk te remediëren is echter op dit moment geen eenduidig cijfer beschikbaar.</li> </ul> <p>De bereikcijfers tonen het bereik van een kenniscentrum dat voor 940.000 euro aan subsidies ontvangt, naast andere bronnen van inkomsten zoals NIK. Een verlaging van de subsidie kan eventueel ook een verlaging in het bereik inhouden. De financiële toestand van de organisatie kan dus een impact hebben op de indicator.</p>
<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HB0-1HEI2VD-WT
<b>Berekeningswijze</b>	Aantal
<b>Bron</b>	Mediawijs
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks

**ISE W – VRM**

- SD W.1. De VRM draagt bij tot het evenwichtig functioneren van het Vlaams audiovisueel ecosysteem
  - OD W.1.1. Toezicht houden op de naleving van de Vlaamse omroepregelgeving
    - Indicator: Voorbereiding en afhandeling dossiers door de Vlaamse Regulator voor de Media binnen de periode vastgelegd in het ondernemingsplan

<b>Benaming</b>	Vorbereitung en afhandeling dossiers door de Vlaamse Regulator voor de Media binnen de periode vastgelegd in het ondernemingsplan													
<b>Definitie</b>	<p>De indicator monitort de doorlooptijd van voorbereiding en afhandeling van dossiers.</p> <p>De administratie van de VRM bezorgt ter voorbereiding van de beslissingen van beide kamers een volledig dossier aan de algemene kamer of aan de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen en levert na de beslissing van de kamers de beslissing aan de partijen.</p> <p>Het bezorgen van een beslissing bestaat uit volgende stappen.</p> <p>Het uitwerken van de beslissing die een van de kamers heeft genomen, het voorleggen ter goedkeuring van de beslissing, de ondertekening van de beslissing door de kamervoorzitter en het bezorgen van deze beslissing aan de partijen.</p>													
<b>Ontsluiting</b>	<b>Trendgrafieken:</b>													
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doorlooptijd van dossiers</li> </ul>													
<b>Streefwaarde</b>	<p>De administratie bezorgt een volledig dossier aan de bevoegde kamer binnen een periode van</p> <table border="1"> <tr> <td>Aantal kalenderdagen</td> <td>35 dagen</td> <td>40 dagen</td> </tr> <tr> <td>Te behalen %</td> <td>95%</td> <td>98%</td> </tr> </table> <p>De administratie bezorgt de beslissing van de algemene kamer of van de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen aan de partijen binnen een periode van</p> <table border="1"> <tr> <td>Aantal kalenderdagen na de beslissing</td> <td>45 dagen</td> <td>60 dagen</td> </tr> <tr> <td>Te behalen %</td> <td>92%</td> <td>94%</td> </tr> </table> <p>Deze termijnen worden opgeschort van 16 juli tot en met 31 augustus en van 25 december tot en met 2 januari.</p>		Aantal kalenderdagen	35 dagen	40 dagen	Te behalen %	95%	98%	Aantal kalenderdagen na de beslissing	45 dagen	60 dagen	Te behalen %	92%	94%
Aantal kalenderdagen	35 dagen	40 dagen												
Te behalen %	95%	98%												
Aantal kalenderdagen na de beslissing	45 dagen	60 dagen												
Te behalen %	92%	94%												
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	<p>ISE W – VRM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD W.1. De VRM draagt bij tot het evenwichtig functioneren van het Vlaams audiovisueel ecosysteem</li> </ul>													

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ OD W.1.1. Toezicht houden op de naleving van de Vlaamse omroepregelgeving</li> </ul> <p>De VRM heeft als missie de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen in verband met de mediaregelgeving en het uitreiken van media-erkenningen en -vergunningen, overeenkomstig de regelgeving (artikel 218, §1, Mediadecreet).</p> <p>Binnen de VRM bestaan twee kamers:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1° een algemene kamer</li> <li>• 2° een kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen.</li> </ul> <p>De meeste beslissingen worden genomen door de algemene kamer.</p> <p>De taken van de algemene kamer worden opgesomd in artikel 218, §2, <a href="#">Mediadecreet</a>.</p>
<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HB0-1HEI2WY-IS
<b>Berekeningswijze</b>	Percentage
<b>Bron</b>	Vlaamse Regulator voor de Media
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks

#### ISE X – VRT

- SD De maatschappelijke opdracht van VRT centraal
  - OD VRT bereikt over alle aanbodsmerken en platformen heen 85% van alle Vlamingen
    - Indicator: Het aantal Vlamingen van 16 jaar en ouder dat VRT wekelijks bereikt over platformen en merken heen.

Benaming	Bereik VRT
<b>Definitie</b>	Het aantal Vlamingen van 16 jaar en ouder dat VRT wekelijks bereikt over platformen (TV, Radio, Online, Sociale media) en merken (alle VRT merken uit de VRT-portfolio, vb: VRT1, VRT Canvas, Ketnet, Sporza, VRT NWS, VRT MAX, Stubru, Radio1, Radio 2, ) heen.
<b>Ontsluiting</b>	De resultaten van het onderzoek naar totaalbereik worden gerapporteerd in het Jaarverslag van VRT. Dit kan in tabel- of grafiekvorm en inclusief evolutie.
<b>Streefwaarde</b>	VRT bereikt met haar aanbod op weekbasis minstens 85% van alle Vlamingen van 16j en ouder.
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	Een publieke omroep kan maar maatschappelijke impact hebben als ze voldoende Vlamingen bereikt. <b>Sterkte:</b> -Geeft inzicht in het weekbereik van VRT bij diverse doelgroepen en bereik geldt als basisvoorwaarde voor het kunnen vervullen van onze maatschappelijke opdracht.

	<p>-Vlamingen moeten zelf expliciet benoemen of ze met VRT content/merken in contact zijn gekomen, het gaat dus om een bewust contact.</p> <p><b>Zwakte:</b></p> <p>-Aangezien het gaat om verklaard gedrag, zijn eerder vluchtige contacten (vb snel voorbij VRT content op sociale media scrollen) ondergerapporteerd via deze meetmethode.</p> <p>-Het onderzoek vindt plaats in oktober en november van elk jaar, het gaat dus om een (langere) momentopname en geen continue meting doorheen het hele jaar.</p>
<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HB0-1HEI2XX-IS
<b>Berekeningswijze</b>	Aandeel
<b>Bron</b>	Onderzoek VRT Studiedienst
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks

- SD VRT als motor van de creatieve sector en partner voor andere maatschappelijk gedreven organisaties
  - OD VRT werkt samen met diverse partners rond innovatie
    - Indicator: Het aantal innovatieprojecten die VRT uitvoert of waaraan het samenwerkt

<b>Benaming</b>	Het aantal innovatieprojecten die VRT uitvoert of waaraan het samenwerkt.
<b>Definitie</b>	De indicator monitort het aantal start ups dat ondersteund wordt door VRT
<b>Ontsluiting</b>	Aantal start-ups die worden ondersteund <ul style="list-style-type: none"> <li>- met omschrijving van de start-ups en wat die doet binnen welk strategisch topic</li> </ul>
<b>Streefwaarde</b>	Via Seeds & Growth for Media worden 4 start-ups per jaar verbonden met Vlaamse mediabedrijven (waaronder VRT). VRT Sandbox brengt minstens 3 Vlaamse start-ups ook naar Europa via onze Europese netwerken. Wanneer Seeds & Growth stopt, is het de bedoeling om verder te innoveren met startups binnen VRT, maar niet meer binnen het bredere Vlaamse ecosysteem. De indicator monitort ook deze samenwerkingen.
<b>Beleidsmatige relevantie</b>	<p><b>Zwakte:</b> Kwantitatieve prestatie-indicator. Puur een cijfer, met name het aantal samenwerkingen.</p> <p><b>Sterkte:</b> laat toe om externe kennis aan te wenden om intern vernieuwing te installeren (de samenwerkingen zijn cruciaal voor de impact van innovatie op VRT en andere mediabedrijven). VRT helpt op die manier start-ups te laten groeien.</p>



---

<b>Budgettaire relevantie</b>	Zie begrotingsartikel HB0-1HEI2XX-IS
<b>Berekeningswijze</b>	Aantal
<b>Bron</b>	VRT Innovatie
<b>Meetfrequentie</b>	Jaarlijks