

# VLAAMSE RAAD

---

ZITTING 1995-1996

26 OKTOBER 1995

---

## **BELEIDSBRIEF**

### **De media in Vlaanderen**

### **Pleidooi voor een slagvaardige openbare omroep en een dynamische mediasector**

### **Beleidsprioriteiten 1995-1999**

ingediend

door de heer Eric Van Rompuy,  
Vlaams minister van Economie, KMO, Landbouw en Media

Met deze beleidsbrief wordt voor de periode 1995-1999 een meer concrete uitwerking gegeven van de basisopties vervat in het regeerprogramma. De brief is de weergave van de visie van de functioneel bevoegde minister en vormt de basis van een debat in het Vlaamse Parlement. In voorkomend geval zullen de uitvoeringsmaatregelen ter goedkeuring aan de Vlaamse regering of het Vlaamse Parlement worden voorgelegd.

## INHOUD

1. Inleiding .....	4
1.1. Toenemende concentratie en concurrentie .....	4
1.2. Multimedia : de totale omwenteling .....	4
1.3. Vervaging technologische grenzen .....	4
1.4. Nieuwe produkten en nieuwe definities .....	5
1.5. Internet .....	5
1.6. (R)Evolutie .....	5
1.7. Bedreigingen .....	6
1.8. Vlaanderen .....	6
2. Het Vlaamse medialandschap .....	
2.1. BRTN .....	7
2.2. VTM .....	7
2.3. Regionale televisie .....	7
2.4. Betaalomroepen .....	8
2.5. Doelgroepenomroepen .....	8
2.6. Lokale radio's .....	8
2.7. De geschreven pers .....	8
2.8. Recente ontwikkelingen .....	9
3. Doelstellingen van het mediabeleid .....	
3.1. Bevorderen van de Vlaamse identiteit .....	9
3.2. Ondersteuning van de democratie .....	9
3.3. Economische ontwikkeling .....	10
3.4. Ruimte creëren voor de nieuwe media .....	10
4. Middelen .....	
4.1. Ruimte voor een eigen beleid .....	10
4.2. Vlaamse uitgevers en omroepen .....	10
4.3. Een sterke openbare omroep .....	10
4.4. Een pluriforme geschreven pers .....	10
4.5. De uitbouw van lokale media .....	11
5. Beleidslijnen .....	
5.1. Televisie .....	11
5.1.1. De openbare omroep .....	11
5.1.2. Particuliere televisieomroep .....	12
5.1.3. Nieuwe diensten .....	12
5.1.4. Kabelmaatschappijen .....	13
5.2. Radio .....	
5.2.1. De openbare omroep .....	14
5.2.2. Een aanvullend kleinschalig medium .....	14
5.2.3. De komst van de digitale radio .....	14
5.3. De schrijvende pers .....	15
5.4. Vrije nieuwsgaring .....	15
5.5. Film .....	15
5.6. Beleidsinstrumentarium en controle .....	16

## 1. Inleiding

Het mediadebat wordt in Vlaanderen wel eens beperkt tot de televisie. Toch houdt media veel meer in. Zo is de minister van media bevoegd voor alles wat met omroep te maken heeft, zowel inzake radio als televisie. Hij houdt zich tevens bezig met de kabel, de uitgevers en de film. Maar zelfs deze definitie is beperkend. Wie een beleid wil uitstippelen, moet oog hebben voor alle aspecten van media. Van daar dat in dit eerste hoofdstuk eerst dieper wordt ingegaan op de evoluties die zich momenteel afspeelen. Het mediaveld is immers in volle beweging. Niet alleen veranderen de spelers maar ook inhoudelijk ondergaat de mediasector grondige wijzigingen. Er komen nieuwe media bij terwijl de kloof tussen media en andere economische sectoren met de dag kleiner wordt.

### 1.1. Toenemende concentratie en concurrentie

Het Vlaamse medialandschap is de voorbije jaren reeds flink gewijzigd. Bij televisie lag de klemtoon met de komst van de commerciële en regionale omroepen op een uitbreiding van het aanbod. De concurrentie werd dus groter. Op hun beurt kwamen de kranten onder druk te staan van de beeldcultuur. Dit leidde in de krantensector tot een toenemende concentratie. Concentratie en concurrentie gaan in de media-sector hand in hand.

De komende jaren zal de rust in medialand nog niet terugkeren. Wie naar het buitenland kijkt, merkt een enorme concentratiebeweging. In de Verenigde Staten zijn de twee grootste televisiestations op korte termijn van eigenaar veranderd. De meest opvallende transactie was wellicht het samengaan van Disney en ABC/Capital Cities. Overigens heeft deze maatschappij een deel van het kapitaal van SBS – en dus van VT4 – in handen. De grootste operatie was dan weer de fusie tussen Turner Broadcasting Systems, het moederbedrijf van CNN, en Time Warner.

Europa blijft echter niet achter. In Nederland maakt de productiemaatschappij Endemol deel uit van Holland Media Group, de nieuwe constructie rond de zenders Veronica en RTL. Ook uitgever VNU participeert in dit project.

Uit deze voorbeelden blijkt dat de concentratie zich in de eerste plaats vertikaal afspeelt. Zo verzekert Disney zich als producent van amusement van een vaste afzetmarkt. En RTL en Veronica kunnen via de tv-bladen van VNU hun programma's promoten. Maar de concentratie blijft echter niet beperkt tot de mediasector in enge zin. Producenten van electronica-materiaal zoals Philips en Sony kopen op hun beurt platenmaatschappijen, filmstudio's, distributiebedrijven, tv-stations en kabelmaatschappijen op.

Deze concentratiebeweging wordt veroorzaakt door de technologische evolutie en in de eerste plaats de digitalisering van beelden en geluid. Tegelijk zorgen nieuwe compressietechnieken er voor dat steeds meer informatie kan worden opge-

slaan en verzonden. De technologische evolutie zorgt er voor dat de kloof tussen de informatica en de media wordt overbrugd. De nieuwe term 'multimedia' symboliseert deze evolutie. In de toekomst zullen in één enkel toestel de functies inzake audio, video, het opslaan van gegevens en transmissie kunnen geïntegreerd worden. Telecommunicatie, electronica en informatica zullen één sector worden.

### 1.2. Multimedia : de totale omwenteling

Het begrip 'multimedia' is veel ruimer dan wat tot nog toe onder media werd verstaan. Wellicht het meest fascinerende onderdeel van de multimedia is de mogelijkheid om een totaal fictieve omgeving te creëren. De virtuele realiteit wordt in de eerste plaats toegepast bij allerlei spelletjes.

Meer nuttige toepassingen zijn simulatoren die bijvoorbeeld gebruikt worden bij de opleiding van piloten. Of de architect kan zijn klant laten rondlopen in zijn toekomstig huis. Er zijn ook minder vreedelievende toepassingen. Voor militairen vormt multimedia een geschikt instrument om zich voor te bereiden op acties. Volgens de Amerikaanse hoogleraar Nicholas Negroponte ligt de oorsprong van multimedia bij het Amerikaanse leger. In 1978 werd met het Aspen-project voor het eerst een virtuele stad gecreëerd.

De komst van de multimedia zorgt samen met de ontwikkelingen inzake transmissie (satelliet en kabel) voor een totale omwenteling van het medialandschap. Vroeger was dit relatief eenvoudig. Onder de media verstond men de massacommunicatie waarbij gegevens vanuit één enkele bron bij duizenden mensen terecht kwamen. Het ging uitsluitend om eenrichtingsverkeer. Naast radio en televisie waren er de kranten en de tijdschriften. Het verschil tussen de diverse vormen van media was zeer duidelijk. De media vormden tegelijk een afgebakend terrein tegenover de telecommunicatie. Met de staatshervorming werd met deze verschillen rekening gehouden. Telecom bleef een federale materie terwijl media aan de gemeenschappen werd toevertrouwd. Zeker de omroep, zelfs wat de technische vereisten betreft, is in de eerste plaats een instrument van het cultuurbeleid.

### 1.3. Vervaging technologische grenzen

Al deze technologische grenzen zijn nu aan het vervagen. Zo gaat de televisie steeds meer op een computer gelijken en de computer op de televisie. De televisie en de computer worden elkaars concurrenten. De televisie wordt intelligenter terwijl de PC over een betere beeldkwaliteit zal beschikken en zal uitgerust worden met een geluidssysteem. De Verenigde Staten die niet meer over een eigen producent van tv-toestellen beschikken, stellen de personal computer centraal in de ontwikkeling van de multimedia. Europa en Japan zien eerder het tv-toestel als centrum van de multimedia.

Tegelijk vervaagt het onderscheid tussen de kabel-distributie en de telefonie. In de toekomst zal de kabel gebruikt kunnen worden voor de telefonie en de telefoonlijn voor het doorsturen van tv-omroepen. Uiteindelijk zal er geen onderscheid meer bestaan. De mogelijkheden van de kabel zullen vrijwel onbeperkt zijn. Honderden zenders kunnen tegelijk worden doorgestuurd.

Tot slot zal het onderscheid tussen materiële informatiedragers (papier, video- en audio-cassettes en CD-schijfjes) en de omroepactiviteiten kleiner worden. Gedrukte kranten moeten concurreren met faxkranten en videotext. Televisieomroepen worden rechtstreekse concurrenten van videotheken. CD-Rom vormt een alternatief voor het gedrukte boek, zeker als het voor de opslag van grote hoeveelheden gegevens gaat zoals bij naslagwerken. En er duiken reeds nieuwe toepassingen op. De Amerikaanse mediagroep Knight-Rider heeft een prototype van een nieuw soort elektronische krant waarbij de voordelen van een gedrukte krant worden behouden, met name het formaat en de draagbaarheid. Op een LCD-scherm van 2 centimeter dik met de grootte van een A4-formaat krijg je de traditionele frontpagina te zien met het overzicht van het nieuws. Het gaat om een 'levende pagina'. Met een vingerdruk kan meer informatie worden bekomen. Dat kan gaan om artikels, grafieken of videobeelden. De consument moet 's morgens enkel de krant opladen.

#### **1.4. Nieuwe producten en nieuwe definities**

Inhoudelijk klopt de tot nog toe gebruikte definitie van media niet meer. Het gaat niet langer uitsluitend om massacommunicatie. Door de technologische vooruitgang kunnen steeds meer producten op maat gemaakt worden. Na de regionale televisie duiken nu de temazenders op. In Vlaanderen biedt Filmnet een sportzender en een filmkanaal aan. MTV beperkt zich tot het uitzenden van videoclippen terwijl CNN doorlopend nieuws op de buis brengt. In de Verenigde Staten is deze evolutie reeds veel verder gevorderd. Daar bestaan omroepende uitsluitend informatie over het weer geven.

Een ander maatprodukt is video-op-aanvraag. Hier kiest de kijker en niet het tv-station wat hij op het scherm krijgt. Video-op-aanvraag kan dan ook uitgroeien tot een volwaardige concurrent van de tv-omroepen.

In de krantenwereld dromen sommigen ervan dat de lezers zelf hun eigen krant kunnen samenstellen. In de toekomst zouden de artikels elektronisch worden verspreid. Op basis van de persoonlijke interesses kan je thuis op de printer je eigen krant afdrukken.

De technologische evolutie maakt het dus mogelijk dat via elektronische weg informatie op maat kan worden bezorgd. Dit veronderstelt dat men weet wie de informatie krijgt. Eenmaal de consument gekend, kan de producent ook de kosten voor de geleverde informatie doorrekenen. Voor radio en televisie was dit tot nog toe onmogelijk. Men kon niet nagaan wie wel of niet keek of luisterde.

Echt revolutionair is dit niet. Iedereen vindt het logisch dat hij of zij voor zijn krant of tijdschrift een deel van de kostprijs moet betalen. Enkel de huis-aan-huis bladen kennen een gratis verspreiding. Soms wordt bewust gekozen voor het weren van reclame. Dat is onder meer het geval met de betaalradio die door een aantal kabelmaatschappijen wordt aangeboden. Een aantal consumenten is bereid om te betalen voor muziekprogramma's die niet door reclame worden onderbroken.

Maar ook voor andere activiteiten kan de kabel gebruikt worden. De meest bekende toepassing is wellicht de televerkoop. Maar er wordt aan andere toepassingen gewerkt die veel nuttiger zijn. Via de kabel kan U uw bankverrichtingen verrichten of een cursus volgen. De kabel kan tevens worden ingeschakeld als alarmcentrale.

#### **1.5. Internet**

De komst van Internet zal bovenstaande evoluties nog eens extra versnellen. Internet is een wereldwijd communicatienetwerk tussen computers. Het maakt daarbij gebruik van de bestaande telecommunicatiekanalen, met name de telefoonlijn en de satelliet. Groot voordeel van Internet is dat de communicatiekosten fel beknot worden. De verbinding verloopt tegen zonaal tarief indien er binnen je zone een inbelpunt is. Internet is voor internationale gesprekken en communicatie dan ook een rechtstreekse concurrent voor de telefoonmaatschappijen. Wel moet voor Internet een vast abonnementsgeld betaald worden. Dit betekent tegelijk dat telefonie en kabel inzake tarifiëring naar elkaar toegroeien. Internet biedt nog andere voordelen. Het systeem van elektronische post zorgt er voor dat je – ongeacht de plaats waar je je bevindt – altijd bereikbaar bent.

Verder biedt Internet heel wat informatie. Tal van databanken zijn via Internet bereikbaar. Maar ook gewone bedrijven beschikken over een site waarop ze informatie ter beschikking stellen. Op deze wijze wordt Internet zelf een nieuw medium. Kranten en tijdschriften kunnen al dan niet gratis via Internet geraadpleegd worden. Winkelen behoort eveneens tot de mogelijkheden. Daarbij wordt volop gewerkt aan een veilig systeem om virtueel te betalen.

De technologische evolutie biedt zelf een antwoord aan de concentratiegolf die zij veroorzaakt. De kostprijs om zelf met bijvoorbeeld een faxkrant te starten, is vrijwel nihil. Internet is een andere mogelijkheid om goedkoop informatie te verspreiden. Het volstaat om een PC te beschikken en toegang tot Internet te hebben, om zich tot de hele wereld te wenden. Internet biedt bijgevolg aan kleine bedrijven vele mogelijkheden om te participeren aan de media-revolutie.

#### **1.6. (R)Evolutie**

Waar dit alles zal eindigen, is zeer onduidelijk. Sommigen voorspellen een ware maatschappelijke revolutie. Hiertoe behoort ook Negroponte die

verbonden is aan het Medialab van het Massachusetts Institute of Technology. Volgens Negroponte zal het onderscheid tussen de diverse informatiedragers volledig verdwijnen. Het enige wat nog telt, zijn bits. De ontvanger zal zelf kunnen kiezen op welke wijze hij deze bits tot zich wil nemen : via beelden, via geluid of via papier. Voor de wetgever zal dit belangrijke gevolgen hebben. Een onderscheid op basis van de informatiedragers zal in deze optiek niet meer houdbaar zijn. Ook de auteurswetgeving zal als gevolg van de digitalisering moeten worden herschreven. In een digitale wereld kan iedereen zelf de beelden of het geluid wijzigen. 'De' auteur zal niet meer bestaan. En wie is bevoegd om Internet te reglementeren? Internet is immers een wereldomvattend communicatiesysteem. Als Internet niet te reglementeren is, betekent dit ook dat het steeds moeilijker zal worden om tegen de reeds bestaande media op te treden wanneer die zich aan de Internet-concurrentie aanpassen.

Negroponte ziet de traditionele omroepen verdwijnen. De consument zal zelf kiezen wat hij wanneer, waar en hoe wil zien. Enkel de verkiezingsresultaten en grote sportmanifestaties zullen volgens Negroponte nog rechtstreeks worden uitgezonden. Er zal geen 'prime-time' meer zijn. Het grote probleem voor de consument zal eruit bestaan om tussen het overaanbod van zenders en programma's zijn keuze te kunnen maken. Nu reeds maakt in de Verenigde Staten TV-Guide meer winst dan de vier grote netwerken samen. Maar ook de manier waarop programma's worden gekozen, zal zich wijzigen.

Bij het sturen van de programma's zullen bits worden gevoegd die inhoudelijke informatie geven. Het volstaat om in de computer een aantal persoonlijke voorkeuren te steken zodat deze zelf de keuze kan maken. Overigens staat Negroponte met deze visie niet alleen. In een boek over het Medialab spreekt Steward Brand over 'broadcasting' in plaats van 'broadcasting' terwijl The Economist het houdt op 'narrowcasting'. Een andere Amerikaanse auteur, George Gilder, voorspelt het einde van de televisie. Door de grote fragmentering zal het medium televisie zijn macht verliezen.

Over de snelheid waarmee deze evolutie zich zal afspelen, bestaan er echter grote vraagtekens. Het Amerikaanse onderzoeksinstituut 'Stanford Research Institute' stelt dat de noodzakelijke infrastructuur er niet voor het einde van de eeuw zal liggen. De hoge investeringskosten en een gebrek aan standaardisatie vormen belangrijke hinderpalen voor een snelle evolutie. Twijfels bestaan er ook over de noodzakelijkheid en de leefbaarheid van de huidige evolutie. Bestaat er bij de consument wel een behoefte voor de nieuwe diensten? Experimenten in Nederland en de Verenigde Staten tonen aan dat de bevolking zelfs niet warm loopt voor video-op-aanvraag. Men blijft naar de videotheek lopen. En bij het opstarten van Telenet Vlaanderen kwam men tot de conclusie dat het nieuwe initiatief enkel leefbaar kan zijn indien er via de kabel ook telefoongesprekken kunnen worden aangeboden.

### 1.7. Bedreigingen

Tot slot zijn er de negatieve aspecten. Vlaanderen dreigt nog meer dan nu het geval is, overspoeld te worden door buitenlandse produkties. Voor kinderen neemt het gevaar op verslaving aan tv-programma's en videospelletjes verder toe. De verspreiding van pornografisch materiaal wordt eenvoudiger.

De opportuniteiten zijn echter groter dan de bedreigingen. In hun boek 'Wie doet wat op de informatiesnelweg' komen De Standaard-journalisten Frederik Marain en Johan Mortelmans tot de conclusie dat Vlaanderen de infrastructuur en de kennis in huis heeft om in Europa een voortrekkersrol te spelen. 'Angst is een slechte raadgever. Een protectionistische opstelling kan op korte termijn de vrees van de critici bezwaren. Maar op lange termijn leidt een defensieve ingesteldheid ertoe dat het initiatief uit handen gegeven wordt.'

### 1.8. Vlaanderen

Het Vlaamse bedrijfsleven is volop met de nieuwe instrumenten aan het experimenteren. Roularta en de Financieel Economische Tijd brengen hun jaargangen op CD-Rom uit. De voordelen zijn duidelijk. Op een CD kunnen bijvoorbeeld vijf jaargangen van de Tijd worden gezet. De uitgevers werken aan het opstarten van een gemeenschappelijke elektronische databank : 'Central Station'. Beursinformatie kan real-time via de PC worden geraadpleegd. En er lopen projecten om informatie via de kabel te verspreiden. Tot slot verovert Internet Vlaanderen. Tal van bedrijven hebben nu reeds een site. Hier en daar wordt in navolging van American on-line gewerkt aan een eigen regionaal netwerk dat is aangesloten op het wereldwijde Internet. Uitgeversbedrijf Tijd baat Belgium on-line uit terwijl Concentra Limburg on-line uitbouwt.

De Vlaamse overheid steunt deze evolutie. In de eerste plaats is er Telenet Vlaanderen. Dit consortium van uitgevers, kabelmaatschappijen, Vlaamse financiële groepen en de GIMV moet trachten om het kabelnet te moderniseren zodat het voor nieuwe toepassingen in aanmerking komt. De Vlaamse Regering heeft een speciaal medialab opgericht dat over de nodige middelen beschikt om experimenten inzake multimedia te financieren. De universiteiten zijn nu reeds gratis aangesloten op Internet. Zelf zal de Vlaamse overheid een site op het Internet uitbouwen.

Dat media en economie aan dezelfde minister werden toegewezen, biedt hier duidelijk voordelen. Multimedia kan in Vlaanderen uitgroeien tot een nieuwe belangrijke sector. Dit betekent overigens niet dat de media – en zeker de omroep – enkel vanuit economisch oogpunt zullen worden bekeken. Integendeel. Media blijft voor de overheid een hulpinstrument om een aantal doelstellingen te verwezenlijken, met name het verstrekken van informatie en de bevordering van de Nederlandse taal en cultuur. Eerder wezen we er reeds op dat media en multimedia andere begrippen zijn.

Zeker een kleine cultuurgemeenschap als de Vlaamse heeft nood aan ondersteuning. Een slagvaardige openbare omroep is hiervoor een geschikt instrument. Tegelijk wil de Vlaamse overheid de pluriformiteit van de Vlaamse pers bewaren. Er moet vermeden worden dat nieuwe mediavormen leiden tot een verschraling van het landschap. Voornamelijk de geschreven pers wordt hierdoor bedreigd. Op initiatief van de Vlaamse overheid werden de uitgevers van Nederlandstalige dag- en weekbladen betrokken bij de oprichting van een commerciële omroep. Op deze wijze konden de minderontvangsten uit reclame bij de geschreven pers als gevolg van reclame op tv worden opgevangen.

Bij de ontwikkeling van nieuwe producten moeten de uitgevers eveneens betrokken worden. Met Telenet Vlaanderen is dit gebeurd. Positief is wel dat vele uitgevers zelf met multimedia aan het experimenteren zijn.

Op wetgevend vlak zal de Vlaamse Regering zoveel mogelijk met kaderdecreten werken. Op deze wijze moet vermeden worden dat de wetgeving reeds na enkele jaren al te vlug moet worden gewijzigd als gevolg van de technologische evoluties.

## 2. Het Vlaamse medialandschap

### 2.1. BRTN

De BRTN is een openbare instelling die radio en televisie-uitzendingen verzorgt. De instelling beschikt als dusdanig over een ruime autonomie. Het personeel heeft het ambtenarenstatuut. De financiering gebeurt op een gemengde wijze. Het overgrote deel van de middelen is afkomstig van de overheid. De BRTN ontvangt in 1996 een dotatie van 7,5 miljard fr. Die wordt aangevuld met private middelen.

De BRTN rekent op een globaal budget van 9,5 miljard fr. De BRTN mag op televisie geen reclame uitzenden. Sponsoring en co-producties zijn wel toegestaan. De Vlaamse gemeenschap, overheidsinstellingen, overheidsbedrijven en humanitaire verenigingen kunnen 'boodschappen van algemeen nut' uitzenden. Voor de radio is de situatie anders. Daar beschikt de BRTN over een monopolie inzake landelijke reclame. Tot slot kan de BRTN eigen producten commercialiseren ('merchandising'). Al deze meer commerciële activiteiten worden uitgevoerd door de Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR). Zelf beschikt de BRTN over 55 procent van de aandelen. De resterende aandelen zijn in handen van de VUM.

De belangrijkste bron van private inkomsten is de reclame op radio. Dat levert de BRTN ruim een miljard fr. op, hetzij de helft van de private middelen. Sponsoring op radio en televisie is goed voor 220 miljoen fr. Co-producties brengen 127 miljoen fr. op en de kabelakkoorden 234,4 miljoen fr. Andere initiatieven (merchandising, mededelingen, ...) brengen 253,3 miljoen fr. op.

De openbare omroep kampt met financiële problemen. De kosten stijgen sneller dan de dotatie. Eén van de redenen is de toenemende concurrentie tussen de omroepen waardoor er steeds meer aan uitzendrechten moet betaald worden. Als gevolg van deze financiële problemen zendt de BRTN op televisie steeds minder eigen producties uit. Tegelijk stelt de directie dat de BRTN enkel met meer eigen producties de kijker kan terugwinnen. De BRTN kampt ook met bestuurlijke problemen waardoor de slagvaardigheid van de openbare omroep aangetast is.

### 2.2. VTM

De Vlaamse Televisiemaatschappij (VTM) is een commerciële omroep. Zij is erkend door de Vlaamse overheid en beschikt over een monopolie voor de werving van landelijke reclame. De overheid besliste destijds tot deze constructie over te gaan uit vrees dat meerdere commerciële omroepen in Vlaanderen niet leefbaar waren. Tegelijk wou de overheid de negatieve gevolgen van de komst van een commerciële omroep op de schrijvende pers beperken. Om minderontvangsten inzake advertenties op te vangen, gaf de overheid aan de Vlaamse pers de mogelijkheid om in VTM te participeren. De meeste Vlaamse uitgevers zijn op dit aanbod ingegaan. De oorspronkelijke doelstelling van het monopolie werd verwezenlijkt. VTM keert jaarlijks een belangrijk deel van de winst uit zodat de uitgevers inderdaad over een bijkomende financiële injectie beschikken.

VTM beschikt momenteel over twee grote aandeelhouders. Aan de ene kant is er de Vlaamse Media Holding (VMH) die een aantal Vlaamse uitgevers groepeerd. De VMH beschikt over 55,5 procent van de VTM-aandelen. In VMH zitten Roularta, De Persgroep, BMH (Belgian Media Holding) en Concentra. Aan de andere zijde beschikt de Nederlandse uitgevergroep VNU over 44,3 procent van de aandelen in VTM. Tot slot beschikt De Vlijt nog over 0,19 procent van de aandelen.

Sinds eind januari 1995 beschikt VTM over een tweede net, met name Kanaal 2. Hiermee reageerde VTM op de komst van VT4 op de kabel.

In vergelijking met commerciële omroepen in andere landen van Europa heeft VTM steeds veel aandacht besteed aan lokale producties. Dat verklaart mede waarom VTM er in geslaagd is om op korte termijn een belangrijke plaats op de markt te veroveren.

VTM maakt zelf heel weinig producties. De omroep werkt samen met productiehuzen. Rond VTM is dan ook een heuse audio-visuele industrie ontstaan.

### 2.3. Regionale televisie

Naast de landelijke televisie-netten bestaan er in Vlaanderen ook regionale omroepen. De wetgever heeft Vlaanderen in diverse regio's onderverdeeld.

In elke regio werd één regionale omroep erkend. De omroepen mogen per jaar maximaal 200 uur uitzenden. Herhalingen worden hierbij niet meegeteld. De meeste regionale zenders maken dan ook dagelijks een programma dat de hele dag herhaald wordt. Om programma's te financieren, mogen zij streekgebonden reclame werven.

Tussen de diverse regionale omroepen en de uitgevers bestaan er enge banden. Dat blijkt voornamelijk bij de werving van reclame.

Zo is de reclameregie voor de West-Vlaamse omroepen Focus en WTV-Zuid in handen van Roularta. Roularta bezit ook 50 procent van de aandelen in RAR dat de reclame werft voor de Oost-Vlaamse omroepen AVS en ADS Kanaal 3, voor de Vlaams-Brabantse omroepen ROB en Ring TV en voor TV-Brussel. De VUM is met 20 procent de tweede grootste aandeelhouder van de RAR. De rest van het kapitaal is gelijkmatig verdeeld tussen Concentra, De Periscoop en De Beukelaer. De Periscoop staat in voor de reclamewerving van de Antwerpse zenders ATV en TV-Kempen. Aandeelhouders zijn : De Vlijt (48%), Katholieke Propaganda (26%) en Katholiek Persfonds (26%). Tot slot beschikt TV-Limburg over een eigen regie waarvan Concentra 51 procent van de aandelen heeft en Interelectra 49 procent.

#### **2.4. Betaalomroepen**

In het Vlaamse medialandschap is momenteel één betaalomroep actief, met name Filmnet. Oorspronkelijk zond Filmnet enkel films uit. De jongste tijd streeft men meer naar differentiatie. Zo is Filmnet begonnen met het rechtstreeks uitzenden van competitie- en bekervoetbal. Momenteel beschikt Filmnet over twee kanalen. Naast zijn filmkanaal beschikt het nu ook over een sportzender.

Organisatorisch zijn er eveneens wijzigingen. De activiteiten inzake decoder en abonnementenbeheer zijn afgesplitst van de omroepactiviteiten.

De Franstalige omroep Canal+ heeft bij het Arbitragehof een vernietiging gevraagd van het wederkerigheidsprincipe dat in de Vlaamse regelgeving is ingeschreven voor betaalomroepen van de Franse Gemeenschap.

#### **2.5. Doelgroepenomroepen**

De Vlaamse overheid heeft drie doelgroepenomroepen erkend, met name Kinder-atelier, Kunstkanaal en Seniortelevisie. Alleen Kinder-atelier zendt uit. De doelgroepenomroepen stoten op financiële problemen. Zij kunnen voor de financiering van hun programma's enkel beroep doen op sponsoring.

#### **2.6. Lokale radio's**

In Vlaanderen zijn er zo'n 340 lokale radio's erkend, gespreid over 324 frequenties. Zij beschikken over een beperkt zendbereik van 8 kilometer. De lokale radio's moeten beheerd worden door een vereniging zonder winstoogmerk. Om hun werking te financieren mogen zij in hoofdzaak lokale reclame uitzenden. De lokale radio's moeten tenminste 80 procent eigen programma's uitzenden.

Verskillende lokale radio's gaan gebukt onder problemen met het zendcomfort binnen de hen toegewezen acht-kilometerzone. Het groot aantal erkende radio's in Vlaanderen is daar niet vreemd aan. Daarnaast zijn er problemen met het nieuwe frequentieplan van de Franse Gemeenschap dat eenzijdig en zonder overleg werd opgestart. Radio's die erkend zijn door de Franse Gemeenschap mogen met een groter vermogen uitzenden waardoor zij de Vlaamse radio's storen. De Vlaamse Gemeenschap zal met alle middelen blijven eisen dat haar rechtmatige belangen niet worden geschaad. De Vlaamse Regering heeft dit probleem reeds aangekaart binnen het overlegcomité van de regeringen. Bij de Raad van State werden zelfs twee procedures tegen de Franse gemeenschap opgestart. Over de eerste klacht, die in juni 1994 werd neergelegd, is nog geen uitspraak ten gronde geveld.

#### **2.7. De geschreven pers**

In Vlaanderen wordt de krantenwereld beheerst door twee grote persgroepen. In de eerste plaats is er De Persgroep die de kranten 'Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet' en 'De Morgen' uitgeeft. Daarnaast is er de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (VUM) met als titels 'De Standaard', 'Het Nieuwsblad/De Gentenaar' en 'Het Volk/De Nieuwe Gids'. Verder zijn er de regionale uitgevers Concentra ('Het Belang van Limburg') en De Vlijt ('Gazet van Antwerpen'). Uitgeversbedrijf Tijd brengt 'De Financieel Economisch Tijd' op de markt.

In de weekbladpers heeft zich eveneens een concentratie voorgedaan. De Internationale Uitgeversmaatschappij, de Belgische dochter van de Nederlandse VNU-groep, beschikt over een quasi-monopoliepositie voor de tv- en vrouwenbladen. Tot de groep behoren Humo, TV-blad, TV-Express, Panorama/de Post, Elga, Flair, Story, Libelle en Feeling. De Persgroep is de tweede grote speler met Dag Allemaal, Kwik, Blik en Joepie. Roularta is met Trends en Knack toonaangevend in de nieuwssector. Onze Tijd is een andere uitgave van Roularta.

De geschreven pers is ook meer en meer in de audiovisuele sector aanwezig. De overheid heeft hier met de constructie rond de commerciële omroep VTM toe bijgedragen. Daarnaast is de werving van reclame voor regionale televisie grotendeels in handen van uitgevers. Tot slot is er de samenwerking tussen de VUM en de BRTN, eveneens voor de werving van reclame.



Een deel van de sector heeft het moeilijk. Dat heeft er onder meer toe geleid dat het ACW de krant 'Het Volk' heeft verkocht aan de VUM. Opmerkelijk is dat een aantal uitgevers een deel van hun aandelen in VTM hebben verkocht. Dat geldt onder meer voor Het Volk, De Persgroep en Concentra. De Vlijt trok zich bijna volledig terug uit VTM terwijl de VUM de resterende VTM-aandelen van Het Volk na de overname van de krant aan De Persgroep heeft verkocht. Hierdoor verhoogde De Persgroep opnieuw haar aandeel in VTM.

De Vlaamse overheid heeft met de geschreven pers een protocol ondertekend. Deze overeenkomst houdt in dat de Vlaamse overheid jaarlijks 250 miljoen fr. steun geeft. Deze subsidie kan de vorm aannemen van advertenties, rechtstreekse steun aan de dagbladers, subsidies voor Stichting voor de Pers en investeringssteun.

In uitvoering van artikel 92 van de gecoördineerde omroepdecreten kan de Vlaamse overheid een gedeelte van de bruto-inkomsten op radio- en televisie aan de geschreven pers toekennen. Tot op heden is er terzake geen uitvoeringsbesluit genomen. In ieder geval zouden de lokale radio's niet aan dergelijke regeling kunnen onderworpen worden.

## **2.8. Recente ontwikkelingen**

Het aantal omroepprogramma's neemt fors toe. Deze evolutie zal zich de komende jaren voortzetten. Eigenaars van schotelantennes zullen een ongelimiteerd aanbod aan buitenlandse omroepprogramma's kunnen ontvangen. De kabelmaatschappijen hebben eveneens geïnvesteerd in de uitbreiding van de capaciteit van de kabel. Zij willen nu hun investeringen rendabel maken. De digitalisering opent voor hen goede perspectieven om de concurrentie van de schotelantennes tegen te gaan. Dit alles zal zeer snel leiden tot een verruiming van het kabelaanbod met bijkomende programma's en diensten. Het valt te betwijfelen of de kabelmaatschappijen hierbij de zorg voor de Vlaamse identiteit als prioritair erkennen. De discussie rond VT4 heeft aangetoond dat de belangen van de kabelmaatschappijen en van de Vlaamse overheid niet gelijklopend zijn.

Sinds 1 februari 1995 zit VT4 van de Zweedse groep SBS op de Vlaamse kabel. VT4 beschikt over een Britse licentie maar is enkel in Vlaanderen te zien. Rond VT4 zijn er twee procedures hangende. VT4 heeft bij de Raad van State klacht ingediend tegen de weigering van de Vlaamse overheid om de omroep op de kabel toe te laten. In kortgeding heeft de Raad van State beslist dat VT4 in afwachting van de uitspraak ten gronde op de kabel moest omdat door de komst van Kanaal 2 VT4 een onherstelbare schade kon leiden.

Daarnaast heeft VT4 bij de Europese Commissie klacht ingediend tegen de monopoliepositie van VTM voor het uitzenden van landelijke reclame op televisie. De Vlaamse Regering heeft haar bemerkingen terzake aan de Europese Commissie over-

gemaakt. Het is nu wachten op een beslissing van de Europese Commissie.

VTM wijst op het nut van het monopolie. Volgens de commerciële omroep beschikt zij zonder dit monopolie niet over de nodige inkomsten om hoogstaande Vlaamse programma's te brengen. Zelf vraagt de commerciële omroep dat de bestaande regels inzake reclame worden versoepeld.

Ondertussen wordt in Vlaanderen aan nieuwe initiatieven gewerkt zoals interactieve teletekst, data-broadcast, kabelkrant, near-video-on-demand, pay-per-view,... Er is vraag van omroepen en bedrijven om vanuit Vlaanderen op te stralen.

## **3. Doelstellingen van het mediabeleid**

### **3.1. Bevorderen van de Vlaamse identiteit**

De media spelen in de huidige maatschappij een zeer belangrijke rol. Iedereen kijkt televisie, luistert naar de radio, leest een boek of koopt een krant. De media vormen het middel om de hele bevolking te bereiken.

De media vormen één van de meest wezenlijke elementen van een gemeenschap. Een groot deel van de dagelijkse bezigheden van de burgers, wordt door de media ingevuld. Indien dit niet gebeurt in de eigen taal, is deze op termijn ten dode opgeschreven. Het behoud van eigen cultuur vereist dan ook de beschikking over eigen media.

De media spelen ook een positieve rol. Zij bieden de mogelijkheid om de eigen cultuur te ontplooiën. Via boeken, artikels, documentaires en drama kan de eigen geschiedenis of actuele situatie in Vlaanderen belicht worden. Op deze wijze kan een zekere vorm van eigenwaarde gecreëerd. Door verkoop van producties aan het buitenland kan men ook daar een beter zicht krijgen op wat Vlaanderen is.

De culturele ontplooiing moet echter meer zijn. Het houdt ook een intellectuele ontwikkeling in. Er moet plaats en ruimte zijn voor discussie. Historisch gezien hebben regio's met grote internationale openheid ook het meest hun eigen cultuur kunnen waarmaken. Het beklemtonen van de eigen cultuur is dan ook geen synoniem voor het zich opsluiten in de eigen kern. Men moet echter over een gevoel van eigenwaarde beschikken om op voet van gelijkheid met andere culturen in contact te komen. Vanuit deze confrontatie kan men zichzelf en de ander in vraag stellen om aldus tot een verdere ontwikkeling te komen.

### **3.2. Ondersteuning van de democratie**

Een democratie kan zonder media niet overleven. Een van de belangrijkste taken van de media is om de burger te informeren; niet alleen over de actualiteit maar ook over de wijze waarop onze instellingen werken. Zonder deze informatie kan de burger niet op een volwaardige wijze deelnemen aan

de huidige samenleving. En de democratie staat of valt met de deelname van de burgers.

De taak van de media blijft echter niet beperkt tot het verstrekken van informatie. De media vormen ook de plaats waar een maatschappelijk debat over allerlei problemen kan worden gevoerd. Denken we maar aan veiligheid of drugs. In deze optiek vormen de media een aanvulling op de parlementaire instellingen. Alleen hoeft het debat in de media niet enkel beperkt te blijven tot de politieke partijen. Ook andere maatschappelijke groepen kunnen daar aan het debat deelnemen.

### **3.3. Economische ontwikkeling**

De media vormen in de huidige samenleving een belangrijke economische sector. Het beleid van de overheid moet er op gericht zijn deze sector de nodige groeikansen te geven zodat zij kan bijdragen tot een welvarend Vlaanderen.

De mediasector is terzake een zorgenkind. Terwijl de Vlaamse economie grotendeels gericht is op de buitenlandse markt, is de mediasector een binnenlandse aangelegenheid. En zelfs op de eigen markt staat de Vlaamse positie onder druk. Buitenlandse groepen spelen een steeds grotere rol, onder meer op de tijdschriftenmarkt en de televisie. Tegelijk besteden de Vlaamse audiovisuele media een groot deel van de zendtijd aan buitenlandse producten.

### **3.4. Ruimte creëren voor de nieuwe media**

Een economische ontwikkeling van de mediasector kan pas indien Vlaanderen de technologische revolutie die zich momenteel voordoet, niet mist. De huidige ontwikkelingen zijn zo belangrijk, dat een deelname van de Vlaamse media hierin voor de Vlaamse Regering een afzonderlijke doelstelling vormt.

Vlaanderen moet aan de nieuwe ontwikkelingen participeren om de andere doelstellingen te verwezenlijken, met name de culturele ontplooiing en het ondersteunen van de democratie. Indien Vlaanderen niet participeert aan de nieuwe technologieën, zal het een deel van zijn eigen media verliezen.

De Vlaamse overheid pleit dan ook voor sterke Vlaamse mediabedrijven. Daarbij zal echter gelet worden op het behoud van de concurrentie op de Vlaamse markt. Het beleid zal dan ook in overeenstemming zijn met de Europese regelgeving. Het doel van dit beleid is erop gericht om van een defensieve aanpak over te gaan tot een pro-actieve.

## **4. Middelen**

Om de doelstellingen te bereiken moet de overheid over een aantal middelen beschikken.

### **4.1. Ruimte voor een eigen beleid**

In de eerste plaats moet de Vlaamse overheid een eigen beleid kunnen voeren. Het kan niet dat de hele wetgeving op Europees vlak wordt uitgevaardigd zonder inspraak van Vlaanderen. Hierdoor komen de eigen gevoeligheden niet volledig aan bod. Als kleine cultuurgemeenschap heeft Vlaanderen immers andere belangen dan de grote lidstaten. In het kader van de subsidiariteit is het dan ook aangewezen dat Vlaanderen over eigen beslissingsmacht beschikt. Tegelijk moet op Europees vlak vermeden worden dat de media louter vanuit economisch oogpunt worden benaderd. De audiovisuele sector moet een onderdeel van het cultureel beleid blijven.

Vlaanderen moet in staat zijn om specifieke steunmaatregelen ten gunste van de media te nemen. Aangezien Vlaanderen slechts zes miljoen inwoners telt, hebben de media het hier economisch en financieel heel wat moeilijker als hun collega's in landen met grote afzetgebieden. Een Nederlandstalige krant verkoop je nu eenmaal niet aan bijvoorbeeld een Engelsman. Dat dit probleem reëel is, bewijst de Franse houding inzake de televisie. Frankrijk pleit voor het behoud van quota voor Europese producties uit vrees overspoeld te worden door Engelstalige programma's.

### **4.2. Vlaamse uitgevers en omroepen**

Buitenlandse uitgevers en omroepen hebben weinig belangstelling voor wat er in Vlaanderen omgaat. Dat kan ook niet anders omdat hun publiek in doorsnee niet enkel uit Vlamingen bestaat. Omroepen als Super Channel richten zich tot heel Europa terwijl een tijdschrift als Time Magazine over de hele wereld verkrijgbaar is. Er is dan ook nood aan Vlaamse uitgevers en omroepen. Enkel zij hebben oog voor wat er in Vlaanderen gebeurt en kennen de specifieke omstandigheden.

### **4.3. Een sterke openbare omroep**

Zelfs indien er Vlaamse omroepen bestaan, blijft er nood aan een openbare omroep. Dergelijke omroep hoeft in tegenstelling tot de commerciële omroepen geen rekening te houden met kijkcijfers. Daardoor ontstaat er ruimte voor kwalitatief hoogstaande programma's die gericht zijn op een bepaalde doelgroep en door die doelgroep ook zeer gewaardeerd worden.

### **4.4. Een pluriforme geschreven pers**

In een democratie is het belangrijk dat alle strekkingen aan bod komen. Van daar dat de Vlaamse overheid streeft naar een pluriforme geschreven pers. De steun aan de geschreven pers kadert in deze doelstelling. Naast een specifieke steun voor sommige noodlijdende kranten bestaat er ook een algemene steun voor de hele sector.

#### 4.5. De uitbouw van lokale media

Wie op internationaal vlak streeft naar subsidiariteit, moet dit ook in eigen land doen. Wie zegt dat Vlaamse media het best geplaatst zijn om de Vlaamse bevolking te benaderen, moet tegelijk zeggen dat er lokale media nodig zijn om de plaatselijke leefomgeving te belichten. Vandaar het belang van regionale televisie-omroepen en lokale radio's.

### 5. Beleidslijnen

#### 5.1. Televisie

In onze maatschappij wordt steeds meer belang gehecht aan het beeld waardoor de invloed van televisie groter wordt. Van daar het belang van eigen Vlaamse omroepen. Zij zijn beter in staat om de Vlaming vanuit zijn eigen culturele context te benaderen. Tegelijk vormen de Vlaamse omroepen belangrijke opdrachtgevers op het vlak van de audiovisuele produktie. Op die manier zijn ze niet alleen de motor voor de culturele ontplooiing maar dragen ze ook bij tot de economische ontwikkeling van Vlaanderen. Tot slot kan de ene mediasector de andere ondersteunen. Zo vloeien de reclameinkomsten van de audiovisuele sector voor een deel terug naar de geschreven pers.

##### 5.1.1. De openbare omroep

###### a) Vertrekpunt : streven naar een groter bereik

Een belangrijk voordeel van de openbare omroep is dat de kijkcijfers niet hoeven te primeren. De BRTN wordt immers in hoofdzaak met publieke middelen gefinancierd. De openbare omroep moet de kijkers dan ook niet benaderen als consumenten van een commercieel produkt maar als leden van een gemeenschap. De openbare zender kan de burgers via radio en televisie elementen aanreiken om zich een persoonlijke mening te vormen, om zich verder te ontwikkelen of om zich op een behoorlijke wijze te ontspannen. Een van de belangrijke doelstellingen is dan ook om de burger in staat te stellen op een kritische wijze deel te nemen aan de sociale, politieke en culturele en democratische ontwikkelingen.

De doelstelling van de openbare omroep is dan ook verschillend met deze van de commerciële omroep. Door de andere benadering van de kijker, zal hij een ander soort van programma's aanbieden. De kwaliteit staat daarbij voorop. Toch moet de openbare omroep zich richten tot alle inwoners. Hij is immers de omroep van de hele gemeenschap. Hij kan dit realiseren door aan steeds andere doelgroepen specifieke aandacht besteden.

Dat de kijkcijfers niet moeten primeren, schept echter tegelijk een probleem. Kijkcijfers zijn uitgegroeid tot het beoordelingscriterium bij uitstek. Voor de BRTN is het belangrijk om een eigen meetinstrument uit te werken om te kunnen

nagaan of de omroep al dan niet aan de verwachtingen voldoet. In plaats van de kijkcijfers zou de BRTN het bereik moeten meten. Bij de kijkcijfers wordt nagegaan hoeveel kijkers op een bepaald ogenblik naar een bepaald programma kijken terwijl het bereik betrekking heeft op het aantal Vlamingen dat de omroep regelmatig raadpleegt. Bij het bereik meet men hoeveel procent van de Vlamingen gedurende een bepaalde periode – bijvoorbeeld een week – naar een BRTN-programma heeft gekeken. Dat kan alleen maar via een programmatie die op verscheidene doelgroepen gericht is. Vervolgens moet nagegaan worden of deze doelgroepen inderdaad bereikt worden. De BRTN moet zich een publiek vormen van 'bewuste' kijkers die kiezen voor bepaalde programma's. Daarnaast blijven de waarderingscijfers voor de openbare omroep zeer belangrijk.

###### b) Pijnpunten

De BRTN-televisie staat momenteel onder zware druk. Door de opkomst van de commerciële omroepen verliest de BRTN kijkers. Maar de BRTN slaagt er niet in om zich als openbare omroep te herdefiniëren. De vraag tot welk publiek men zich moet richten en met welke programma's is nog steeds niet beantwoord.

Tegelijk kampt de BRTN met interne problemen. De bestaande structuren werken niet of worden niet gerespecteerd. Het beslissingsproces loopt te traag en is te weinig gericht op de wezenlijke opdracht, met name het maken en uitzenden van programma's. De verdeling van de bevoegdheden in de top verhindert een modern bedrijfsbeleid. De bevoegdheden zijn te weinig afgelijnd. De raad van bestuur en de vaste commissie vervullen taken die eigenlijk door het dagelijks bestuur zouden moeten worden vervuld. Tot slot is er op bepaalde niveaus en in sommige diensten een communicatieprobleem. Het statuut van de BRTN staat een dynamische aanpak in de weg.

###### c) Hervormingen

De BRTN-top is zich van deze problemen bewust. De openbare omroep heeft zelf een grondige bezinning over zijn toekomst opgezet. In april van dit jaar verscheen een bezinningsnota. De omroep is reeds gestart met de implementatie van de principes.

Vraag is echter of binnen de huidige structuur een grondige hervorming mogelijk is. De Vlaamse Regering heeft aan het management-adviesbureau McKinsey opdracht gegeven om hierover tegen half oktober een advies op te stellen. McKinsey heeft reeds heel wat ervaring opgedaan bij de omvorming van andere publieke omroepen.

Gezien de korte termijn zal McKinsey zich bij het uitwerken van een nieuwe structuur beperken tot de top van de BRTN. Tegelijk zal het management-adviesbureau de krachtlijnen van de strategische positie die de openbare omroep op het mediaveld moet innemen, uittekenen. Het zal ook advies geven over het statuut dat voor een slagvaardig beleid aangewezen is.

Mede op basis van dit onderzoek zal de Vlaamse Regering een ontwerp van decreet aan het Vlaamse Parlement voorleggen. Daarbij zal ook rekening worden gehouden met de bezinningsnota van de BRTN.

Nu reeds kunnen een aantal krachtlijnen worden vooropgesteld :

- De openbare omroep moet zich richten tot alle Vlamingen. Dit betekent niet dat de kijkcijfers moeten primeren. Wel moet de BRTN alle Vlamingen 'bereiken'. Alle Vlamingen moeten bij de BRTN terecht kunnen voor een of ander programma. Het 'bereik' is voor de BRTN een duidelijk meetinstrument om na te gaan of de opdracht goed volbracht wordt.

- Kwaliteit moet prioritair zijn. De kijkcijfers mogen geen criterium vormen voor het programmabeleid van een openbare omroep. De kwaliteit kan gemeten worden via de waarderingcijfers.

- Als kwaliteitsomroep moet de BRTN zich profileren in de volgende sectoren : informatie (inclusief sport), cultuur, aan het medium en de tijd aangepaste educatie, eigen drama, amusement van het betere soort en jeugd- en kinderprogramma's. In deze genres moet de BRTN de ambitie hebben om door de kijkers als de beste aanzien te worden. De programma-opdrachten staan echter niet los van elkaar. Zij moeten op een geïntegreerde wijze vervuld worden.

- Bij het uitvoeren van zijn taak mag de openbare omroep geenszins worden gehinderd door een statuut dat onaangepast is. Er moet dan ook onderzocht worden welk statuut voor de BRTN het best geschikt is. Het statuut moet alle ruimte bieden om een efficiënt en stimulerend personeelsbeleid te voeren. Minimaal lijkt de invoering van een mandaatsysteem vereist. Het nieuwe statuut moet de BRTN in staat stellen om in de evoluerende media-ontwikkelingen een rol te blijven vervullen.

- De openbare omroep moet over een maximale autonomie beschikken om zijn taken naar behoren uit te voeren. De ruime autonomie waarover de BRTN nu reeds beschikt mag in geen geval worden afgebouwd. Momenteel bestaat er enkel een legaliteitscontrole en wordt jaarlijks nagegaan of de BRTN recht heeft op de aanvullende dotatie.

- Er moet een doorzichtige structuur komen. De vaste commissie zal worden afgeschaft. De bevoegdheden van de raad van bestuur en van het dagelijks beheer moeten worden herzien en duidelijk worden afgebakend.

- De werking van de openbare omroep moet op alle niveaus worden geresponsabiliseerd, gedynamiseerd en gerationaliseerd zodat de omroep terug slagvaardig kan worden.

- Een zuivere financiering met openbare middelen valt te verkiezen. In afwachting van de nodige budgettaire ruimte, zal het huidig systeem van gemengde financiering gehandhaafd blijven.

### 5.1.2. Particuliere televisieomroep

De Vlaamse Regering respecteert de bestaande wetgeving. De wetgever heeft geoordeeld om aan de commerciële zender voor een periode van 18 jaar een monopoliepositie inzake landelijke reclame toe te kennen.

Momenteel zijn er rond deze wettelijke bepalingen twee procedures lopende : een voor de Raad van State over de vraag of VT4 al dan niet een Vlaamse zender is, en een voor de Europese Commissie over de rechtsgeldigheid van het VTM-monopolie. De Vlaamse Regering heeft in beide dossiers een duidelijk standpunt ingenomen. Het is nu wachten op de beslissingen van de Raad van State en de Europese Commissie. De Vlaamse Regering zal de wetgeving aanpassen indien zij hiertoe door de uitspraken verplicht wordt. De Vlaamse Regering zal in dit geval met de betrokkenen nagaan op welke andere wijze de oorspronkelijke doelstelling van het VTM-monopolie kan worden beantwoord, met name de pluriformiteit van de geschreven pers en de levensvatbaarheid van de Vlaamse commerciële TV.

### 5.1.3. Nieuwe diensten

#### a) Omroep versus telecommunicatie

Voor sommige toepassingen komen omroep en telecommunicatie dicht bij elkaar te liggen. Dat kan aanleiding geven tot bevoegdheidsconflicten. Zeker omdat sommige diensten langs verschillende kanalen kunnen verstrekt worden.

Vóór het arrest van het Arbitragehof in verband met de wet op de radiobereiding werd algemeen aangenomen dat de technische aspecten van omroep een federale bevoegdheid waren. Nu zijn de gemeenschappen – met uitzondering van de technische controle en de coördinatie – volledig bevoegd. De Raad van State beschouwt zelfs de straalverbindingen voor omroepdoeleinden als gemeenschapsbevoegdheid. Nochtans gaat het hier om een punt tot puntverbinding.

De definitie van omroep is de jongste decennia dan ook verruimd. De essentie van een omroepuitzending is de verspreiding naar een algemeen publiek. Omroep onderscheidt zich daardoor van de individuele radiocommunicatie. De notie algemeen publiek mag daarbij niet worden gelijkgesteld met de mogelijke totaliteit van het publiek. Ook uitzendingen die zich slechts tot een beperkt publiek richten, kunnen omroepuitzendingen zijn. De definitie van omroep slaat op de kenmerken van het benutte communicatiesysteem, met name een systeem waarbij vanuit één punt via aardse zenders, kabel of satelliet een signaal wordt verstuurd dat gelijktijdig door iedereen binnen het ontvangstgebied kan worden ontvangen. Dat niet iedereen de programma's kan bekijken omdat deze gecodeerd zijn, is hierbij niet essentieel.

Een dergelijke interpretatie van het begrip omroep sluit aan bij de definitie die in de Europese richtlijn televisie zonder grenzen en in de Europese conven-

tie betreffende grensoverschrijdend omroepverkeer aan het begrip omroep werd gegeven en die in de Vlaamse regelgeving is vermeld.

Volgens diezelfde definitie vallen de communicatiediensten die informatieve gegevens of andere prestaties op individueel verzoek verstrekken, niet onder het begrip omroep. Voorbeelden van individuele diensten zijn telekopiediensten en elektronische databanken.

Een aantal nieuwe toepassingen zoals teletekst, datacast, betaaltelevisie en pay-per-view zijn onbetwistbaar omroep. Zij betreffen programma-aanbiedingen of informatie die met het televisiesignaal worden doorgegeven en die voor iedereen met een decodeertoestel en/of abonnement beschikbaar zijn.

Video-op-aanvraag, algemeen als video-on-demand aangeduid, is geen omroep indien de kijker op het moment van de bestelling zelf het bestelde programma kan bekijken. Dat is echter nog toekomstmuziek. In de tussenfase spreekt men van near-video-on-demand. Het gaat dan om een omroepactiviteit omdat een bepaald programma op verschillende tijdstippen telkens opnieuw wordt doorgegeven en er derhalve een signaal wordt doorgestuurd dat gelijktijdig door vele mensen kan worden ontvangen.

Bij andere toepassingen zal geval per geval en op basis van de dan geldende wettelijke bepalingen moeten worden nagegaan of het al dan niet om omroep gaat. Het ziet er echter naar uit dat vele toepassingen omroepactiviteiten zullen zijn.

#### b) *Europa*

Op Europees vlak werd aan een verdere verruiming van het begrip omroep gedacht. In de eerste ontwerpen tot wijziging van de televisierichtlijn ging de Europese commissaris, de heer Pinheiro, uit van de idee dat de nieuwe diensten die op individueel verzoek kunnen worden verstrekt in principe als mededelingen aan het publiek en derhalve als omroep moeten beschouwd worden. Volgens Pinheiro vallen de (communicatie)diensten die op individueel verzoek informatieve gegevens of andere prestaties verstrekken, slechts buiten de notie omroep als de gegevens het kenmerk van privé-correspondentie hebben of persoonlijke gegevens omvatten.

De huidige teksten voor de televisierichtlijn gaan niet zo ver. Een aantal landen dringt evenwel aan op een ruime omschrijving van het begrip omroep. Ook de Vlaamse Gemeenschap steunt dit streven. Er ligt een amendement voor om ook de mededelingen aan publiek van audiovisuele programma's die op individuele vraag en tegen betaling verstrekt worden, in de definitie van omroep op te nemen.

De Europese Commissie legt momenteel de prioriteit bij het verder uitbouwen van de informatiemaatschappij. In dit kader is de Commissie voorstander van een volledige liberalisering van de telecommunicatie-infrastructuren en van de kabelnetten, onafgezien of die diensten omroepactiviteiten of telecommunicatie betreffen. Het ontwerp richt-

lijn inzake telecommunicatie heeft daarbij weinig of geen aandacht aan de aflijning van de definities.

#### c) *Vlaamse steun voor multimedia*

De nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden worden in Vlaanderen van nabij opgevolgd en voorbereid. Het Vlaamse Gewest heeft samen met de GIMV laten onderzoeken welke nieuwe diensten in Vlaanderen kunnen worden gestimuleerd.

Met Telenet Vlaanderen wil de Vlaamse overheid inspelen op de liberalisering van de telecommunicatie-sector. Telenet Vlaanderen moet nagaan op welke wijze de kabel van deze liberalisering kan gebruik maken. Vlaanderen heeft het unieke voordeel dat de overgrote meerderheid van de bevolking op de kabel is aangesloten. In Telenet Vlaanderen participeert de GIMV naast de kabelmaatschappijen, uitgevers en Vlaamse financiële groepen. De kabelmaatschappijen spelen een cruciale rol in het project Telenet Vlaanderen. Zij moeten hun infrastructuur ter beschikking stellen.

Medianet Vlaanderen gaat zich toespitsen op de ontwikkeling van nieuwe diensten. In Medianet Vlaanderen zetelen een aantal uitgevers, omroepen, kabelmaatschappijen en bedrijven die met multimedia actief zijn.

De Vlaamse Regering heeft extra middelen toegekend aan het Medialab om nieuwe experimenten op te starten. Er zullen onder wel bepaalde voorwaarden experimenten kunnen worden doorgevoerd, ook inzake toepassingen die niet of nog niet reglementair zijn geregeld.

#### 5.1.4. *Kabelmaatschappijen*

De kabelmaatschappijen hebben de voorbije jaren sterk geïnvesteerd in een verhoging van de capaciteit van de kabel via een uitbreiding van de bandbreedte en de digitalisering. De bijkomende ruimte gaat zowel naar nieuwe omroepen als naar nieuwe diensten. Voorlopig heeft de kabel weinig te vrezen van de concurrentie door de schotelontvangers. BRTN, VTM, de regionale televisie-omroepen en Kinder-atelier worden niet via de satelliet uitgezonden.

Hoe het aanbod er in de toekomst zal uitzien, is nog onduidelijk. Zeker is dat het aantal aanbiedingen tegen betaling fors zal toenemen. Tevens schijnen meer en meer omroepen aan de kabelmaatschappijen een vergoeding te vragen voor het doorgeven van hun programma's. De kabelmaatschappijen denken zelf aan een segmentering van het aanbod. Wanneer en op welke wijze dat zal worden doorgevoerd, is minder duidelijk.

De Vlaamse Gemeenschap heeft de kabel een grote mate van autonomie gegeven. Dat brengt ook een grote verantwoordelijkheid met zich mee. De Vlaamse overheid rekent erop dat de kabelmaatschappijen prioriteit zullen verlenen aan alle Vlaamse omroepinitiatieven.

Daarnaast moet gezorgd worden voor een kwalitatief aanbod. Het stoort momenteel vele abonnees,

dat de cultuurzender Arte nog steeds niet in heel Vlaanderen wordt doorgegeven.

De Vlaamse Regering rekent er tevens op dat de kabelmaatschappijen oog hebben voor een zo gelijk, zo kwalitatief en zo sociaal mogelijke toegang. In ieder geval moet worden vermeden dat er een opdeling komt tussen informatie-rijke en informatie-arme Vlamingen.

## 5.2. Radio

In tegenstelling met televisie zijn de technische mogelijkheden voor het uitzenden en ontvangen van radio-programma's beperkt wegens de huidige beperkingen van het spectrum. Gezien het beperkt aantal frequenties moet hier een keuze gemaakt worden. De Vlaamse Regering kiest voor een sterke openbare radio die wordt aangevuld met een kleinschalig medium op lokaal en streekgebonden vlak.

### 5.2.1. De openbare omroep

De openbare omroep werkt naar ieders tevredenheid. De netdifferentiëring en de voortdurende bijsturing van de programmatie op basis van het wetenschappelijk onderzoek, verklaren het succes van de openbare radio. De opsplitsing in verschillende netten met een duidelijk profiel moet behouden blijven. Gelet op het gediversifieerd aanbod van de BRTN is er geen behoefte aan een private landelijke radio.

### 5.2.2. Een aanvullend kleinschalig medium

Sedert het decreet van 1990 is de leefomgeving van de lokale radio's ingevolge van binnen- en buitenlandse ontwikkelingen fel gewijzigd. Het medium lokale radio wordt sterk gehinderd door een gebrek aan economische leefbaarheid en het slechte zendcomfort.

De hoofdzakelijk streekgebonden reclame-opbrengsten blijken onvoldoende om alle lokale radio's in stand te houden. Daardoor zijn de lokale radio's geneigd in te gaan op initiatieven die in de richting gaan van ketenvorming.

Een tweede probleem is het zendcomfort. Het onvoldoende zendcomfort vloeit onder meer voort uit onregelmatige frequentietoewijzingen

van de Franse Gemeenschap en door onoordeelkundige frequentietoekenningen in het verleden waarbij geen rekening werd gehouden met de rechten van de buurlanden. Op basis van de voortdurende klachten moet worden vastgesteld dat er teveel frequenties werden toegekend. Een afdoende technische oplossing is er niet.

Een herschikking van de frequenties en een vermindering van het aantal radio's lijkt noodzakelijk te zijn. Zonder zendcomfort heeft het medium geen overlevingskansen. Essentieel is immers dat

de luisteraars worden bereikt. In het Vlaamse Parlement moet over deze problematiek een open debat gevoerd worden. Een beslissing mag echter niet genomen worden zonder eerst de radio's gehoord te hebben.

De Vlaamse overheid blijft geloven in de rol van de lokale radio's als aanvullend medium. Het is vanuit dit geloof dat de Vlaamse overheid zich tegen grote landelijke radio's blijft verzetten.

Gezien de problemen inzake zendcomfort en de financiële leefbaarheid moet een nieuw reglementair kader worden uitgewerkt. Daarbij kan van volgende uitgangspunten vertrokken worden :

- De lokale radio's moeten tenminste 50 procent eigen programma's uitzenden. Daarin moet de streek waarin de radio werkt voldoende aan bod komen. Verder kan worden samengewerkt met andere radio's die in dezelfde streek actief zijn.

- Een beter zendcomfort moet de radio's meer armslag geven om hun opdracht zo onafhankelijk mogelijk te vervullen. De frequentieruimte die voor lokale radio's beschikbaar is, mag alleen door hen worden benut. De ruimte mag niet gebruikt worden voor initiatieven die zich in feite tot heel Vlaanderen richten.

Tot slot zal de Vlaamse Regering alles in het werk stellen om de belangen en de uitzendmogelijkheden van de lokale radio's te verdedigen, zelfs tot bij de Raad van State.

### 5.2.3. De komst van de digitale radio

T-DAB staat voor Terrestrial Digital Audio Broadcasting ofwel aardse digitale radio-uitzendingen. T-DAB biedt ten overstaan van de huidige FM-uitzendingen twee grote voordelen. In de eerste plaats is het geluid van veel betere kwaliteit. De kwaliteit van T-DAB kan vergeleken worden met die van de CD-speler.

Daarnaast biedt T-DAB de mogelijkheid om data door te sturen. Dat is bijvoorbeeld nuttig voor verkeersinformatie. T-DAB neemt ook minder ruimte in. Op één T-DAB frequentie bevinden zich zes hoogwaardige stereoprogramma's. Dezelfde frequentie kan dan ook gebruikt worden om zes programma's te verdelen.

Het belangrijkste nadeel van T-DAB is het alles of niets karakter. Ofwel komt het signaal er quasi perfect door, ofwel is er helemaal niets. Een sterke ruis op de achtergrond, zoals bij FM het geval kan zijn, is uitgesloten.

Tijdens een conferentie in Wiesbaden werd in juli van dit jaar een concreet plan voor de invoering van T-DAB in Europa voorgesteld. Daar voor T-DAB geen speciale frequentieband beschikbaar kan worden gesteld, werd beslist T-DAB te plannen tussen de televisiekanalen. Ook werden nieuwe banden gedeeltelijk ter beschikking gesteld.

Voor Vlaanderen konden volgende toewijzingen bekomen worden :

- blok 12A in band III voor heel Vlaanderen ;
- blok 11B in band III voor Oost- en West-Vlaanderen ;
- blok 11C in band III voor Vlaams-Brabant en Antwerpen ;
- blok 6C in band III voor Limburg ;
- blok LB in band L voor Oostende.

Er werd maximaal getracht om bedieningen in de band III te bekomen. De Vlaamse Gemeenschap is daarin geslaagd. De L-band wordt, het blok voor Oostende uitgezonderd, nog niet gebruikt. Dat laat ruimte voor lokale toepassingen. De beslissing hierover moet later vallen.

De conferentie heeft een onderscheid gemaakt tussen enerzijds het recht op het gebruik van een blok binnen bepaalde grenzen en anderzijds het effectief gebruik ervan. De procedure ter zake moet nog op internationaal vlak worden vastgelegd.

De T-DAB zit nog in een ontwikkelingsfase. Er zijn nog geen ontvangers beschikbaar. In Duitsland wordt met proeftoestellen de techniek op punt gesteld. Verwacht wordt dat de industrie tegen 1998-99 apparaten zal aanbieden.

De BRTN plant tegen 1997 een gebruik van de frequenties voor Vlaanderen in de as Antwerpen-Brussel. Vanaf 1999 volgt de rest van Vlaanderen. De regionale blokken zijn voor een latere fase. Aangezien er de eerste jaren weinig of geen ontvangsttoestellen zijn, zullen gedurende ongeveer 15 jaar dezelfde programma's via FM als via T-DAB moeten worden doorgegeven.

### 5.3. *De schrijvende pers*

De Vlaamse Regering is ten zeerste bezorgd over het voortbestaan van een pluriforme schrijvende pers. Vanuit deze zorg heeft de Vlaamse overheid in het verleden de uitgevers bij het opstarten van de commerciële omroep VTM betrokken. Ook bij nieuwe initiatieven wil de Vlaamse overheid de schrijvende pers betrekken. Telenet Vlaanderen bewijst dit.

De Vlaamse Regering wil het protocol met de pers verder zetten. Via de Stichting van de Pers zal de overheid blijven aandringen op het invoeren van een redactiestatuut.

### 5.4. *Vrije nieuwsgaring*

De omroepen moeten steeds meer betalen aan uitzendrechten. Dat geldt niet alleen voor algemene programma's maar ook voor activiteiten die nieuwswaarde hebben zoals sportwedstrijden. Tegelijk trachten de organisatoren de rechten exclusief aan een omroep te verkopen. De organisatoren maken daarbij handig gebruik van de toenemende concurrentie onder de omroepen. De komst van thematische en betaalzenders zullen in de toekomst voor een verder opbod zorgen. Voor

open-netomroepen – en in het bijzonder voor openbare omroepen – is dergelijke evolutie nefast. Het recht op informatie komt hierdoor in het gedrang.

Op Europees vlak is er tot nog toe alleen een aanbeveling van de Raad van Europa (aanbeveling nr R/91/5 van 11 april 1991) inzake de beperking van exclusiviteiten op basis van het recht op informatie van alle burgers. Onze Vlaamse regelgeving bevat een evenementenbesluit dat een zekere prioriteit geeft aan BRTN en VTM ten overstaan van de andere Vlaamse omroepen.

In het Vlaamse Parlement zijn er tijdens de vorige legislatuur reeds verschillende voorstellen van decreet ingediend om de vrije nieuwsgaring te garanderen. Het gaat om voorstellen van de heren Stefaan Declerck, André Denys en Dirk Van der Maelen. Er stelt zich echter een bevoegdheidsprobleem. In zijn advies over het voorstel van decreet van Van der Maelen (nr 663/2 parlementair jaar 1994§95) heeft de Raad van State de aandacht hierop gevestigd. De Raad van State heeft gesuggereerd om op Vlaams vlak pas een regeling te treffen na afronding van de goedkeuringprocedure op federaal vlak. De Vlaamse Regering zal nagaan of op federaal niveau initiatieven ter zake zullen worden genomen.

### 5.5. *Film*

Met het recente filmdecreet werd een belangrijke stap gezet voor een boeiende en cultureel belangrijke sector met grote tewerkstellingskansen en met een onmiskenbaar economisch impact.

Vóór de oprichting van het fonds 'Film in Vlaanderen' kon alleen de film worden ondersteund. Nu komen ook animatiefilms, kunstproducties, creatieve documentaires en zelfs televisiefictie van betere kwaliteit voor subsidiëring in aanmerking.

De klemtoon ligt op het realiseren van eigen films, inclusief co-producties. Daarnaast is er ook ruimte voor steun aan andere culturele en economische activiteiten met betrekking tot de audiovisuele sector zoals pedagogisch werk, vertoningen van films die niet tot het commerciële circuit behoren, tijdschriften, praktische opleidingen, colloquia, de promotie van film en filmfestivals.

De Vlaamse Regering wenst dit beleid voort te zetten. In de ontwerp-begroting voor 1996 is voor het fonds een bedrag van 305,2 miljoen fr. ingeschreven. Tenminste 75 procent van de middelen moet gaan naar de ondersteuning van producties. Het is te hopen dat de sector van de voorziene middelen ook gebruik maakt.

Tijdens de komende legislatuur zal de Vlaamse Regering ook specifiek aandacht hebben voor de kortfilm. De kortfilm die in het bijzonder voor het aankomend talent mogelijkheden biedt, wordt minder en minder in de bioscoop vertoond, zowel in Vlaanderen als elders in Europa. Daar het essentieel is dat de films die gemaakt worden, ook worden bekeken, zal de Vlaamse Regering in overleg

met de sector naar een oplossing zoeken voor de distributie van de kortfilm in Vlaanderen.

### ***5.6. Beleidsinstrumentarium en controle***

Uit het vorige mediadebat in het Vlaamse Parlement zal de Vlaamse Regering de vraag naar een grotere afdwingbaarheid van de regelgeving overnemen. Tevens zullen een aantal maatregelen worden genomen om het beleidsvoorbereidend en wetenschappelijk werk uit te bouwen. Er is reeds een eerste – zij het beperkte – stap gezet. De administratie voor de media zal worden versterkt, zowel wat beleidsvoorbereiding als de technische aspecten en controle betreft.

---