

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2000-2001

29 juni 2001

VERZOEKSCHRIFT

betreffende de reclame op de VRT-radio

VERSLAG

**namens de Commissie voor Cultuur, Media en Sport
uitgebracht door de heren Carl Decaluwe en Marino Keulen**

Samenstelling van de commissie :

Voorzitter : de heer Jos Stassen.

Vaste leden :

de heren Carl Decaluwe, Eddy Schuermans, mevrouw Riet Van Cleuvenbergen, mevrouw Mieke Van Hecke ;

de heren Frans De Cock, Peter Gysbrechts, Marino Keulen, Cis Schepens ;

mevrouw Marijke Dillen, de heren Julien Librecht, Miel Verrijken ;

de heren Chokri Mahassine, Dany Vandenbossche ;

de heer Jos Stassen ;

mevrouw Margriet Hermans.

Plaatsvervangers :

mevrouw Gisèle Gardeyn-Debever, de heren Luc Martens, Freddy Sarens, Gilbert Vanleenhove ;

de heren André Denys, Jacques Devolder, Jacques Laverge, Paul Wille ;

mevrouw Niki De Gryze, de heren Pieter Huybrechts, Felix Strackx ;

de heren Peter De Ridder, André Van Nieuwkerke ;

de heer Jo Vermeulen ;

de heer Herman Lauwers.

INHOUD

1. Procedure.....	4
2. Hoorzitting.....	4
3. Bespreking en standpunt van de commissie	5

DAMES EN HEREN,

1. Procedure

Op 25 april 2001 diende de heer Herman Heylen een verzoekschrift in betreffende reclame op de VRT-radio.

De Commissie voor Binnenlandse Aangelegenheden, Huisvesting en Stedelijk Beleid, bevoegd voor de verzoekschriften, verklaarde op 16 mei 2001 het verzoekschrift ontvankelijk en verwees het voor verdere behandeling door naar de Commissie voor Cultuur, Media en Sport.

Voorliggend verzoekschrift werd in deze commissie behandeld op 31 mei en 26 juni 2001. Op 31 mei werd de verzoeker gehoord door de commissieleden. Op 26 juni werd in de commissie rond voorliggend verzoekschrift een gemotiveerde beslissing genomen.

2. Hoorzitting

De heer Herman Heylen diende zijn verzoekschrift in op 25 april 2001, toen de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT nog niet was ondertekend, en de inhoud ervan dus ook voor de verzoeker nog niet bekend was.

Verzoeker ervaart het aanhoren van de reclame voor het ochtendnieuws van 7.30 uur op Radio 1 als een dagelijks ongenoegen, ook omdat er geen enkel verschil bestaat in inhoud en kwaliteit van de reclame-boodschappen op de VRT in vergelijking met de lokale en commerciële zenders. Hij meent een belangrijke oorzaak te vinden in het ten onrechte vermengen van doelen en middelen wanneer men argumenteert over het organiseren van de openbare en de commerciële omroep. Hun doelen zijn verschillend, en toch worden ze vaak op dezelfde manier beoordeeld naar hun eindproducten en kijkcijfers.

De VRT is een onafhankelijk medium voor informatie, cultuur en ontspanning, met als sleutelopdrachten respect voor iedere mening, het nastreven van authenticiteit en geloofwaardigheid.

Het doel van de commerciële zenders is winst te maken. Het middel hiertoe is het aantrekken van zoveel mogelijk reclame. Het produceren van goed in de markt liggende programma's is voor commerciële omroepen dus levensnoodzakelijk. Ze moet producten maken die de burgers doen besluiten af te stemmen op de commerciële zenders in plaats

van op de openbare, waarvoor ze nochtans elk jaar betalen.

Verzoeker meent dat de VRT zich ten onrechte liet meeslepen in de strijd om hoge kijkcijfers. De eigen doelstellingen werden gemixt met die van de commerciële zenders. Naast onzuiverheid van doelstellingen was er ook de onzuiverheid van de middelen. Dat behalve uit een eigen dotatie voor de VRT, ook middelen uit reclame moeten worden gehaald, leidt volgens de verzoeker tot een overdreven aanbod van reclame, vooral tijdens prime-time. Bovendien is het oneerlijk t.o.v. de commerciële zenders die enkel moeten leven van de reclame. Verzoeker meent dat de eigen opdracht van de VRT duidelijk moet worden afgelijnd. Indien op de VRT reclame wordt gemaakt, moet het dus enkel gaan om kwaliteitsreclame.

Verzoeker vat zijn uiteenzetting samen in een aantal punten :

1. Het maken van reclame op de openbare omroep is 'onzuiver', zowel wat betreft het nastreven van het specifieke doel als de middelen daartoe.
2. Betreffende het doel is het streven naar kwaliteit primordiaal. Pas nadien komt het nastreven van het behalen van de kwantitatieve normen.
3. Middelen uit reclame moeten progressief worden afgebouwd. Een reclamevrije VRT zal de Vlaamse Gemeenschap positief profileren binnen het Europees radio- en televisielandschap.
4. Het nastreven van winst uit eigen activiteiten is wenselijk. De VRT mag zich commercieel profileren, ook met het nastreven van winst en beloning voor de creatieve en goed presterende medewerkers, ook al om deze medewerkers te kunnen behouden binnen de eigen rangen.
5. Alhoewel binnen de af te sluiten beheersovereenkomst de VRT zelf beslist binnen welke modaliteiten de radio reclamearm wordt gemaakt, wordt voorgesteld volgende concrete maatregelen te nemen :
 - voor of na het nieuws wordt geen reclame uitgezonden op radio en televisie ;
 - Radio 1, Klara en Canvas zijn de reclamearm zenders. Zij zenden enkel reclame uit voor of na programma's naar eigen keuze, voorzover de inhoud van de reclame niet strijdig is met de inhoud van het programma

en er kwaliteit in de reclameboodschap aanwezig is ;

- Radio 2, Donna en TV 2 zijn binnen de huidige overeenkomst de ‘reclamerijkere zenders’. Het inlassen van reclame mag dan ook op een ‘opportunere’ wijze gebeuren, echter binnen dezelfde kwaliteitsnormen, en los van het nieuws.

3. Bespreking en standpunt van de commissie

De commissieleden menen dat het probleem van de reclame op de VRT-radio én televisie uitgebreid aan bod is gekomen tijdens de bespreking van de “Beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap 2002-2006”.

De commissieleden stellen voor om aan de verzoeker een kopie van deze bespreking te bezorgen, evenals de tekst van de “Beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap 2002-2006”.

De verslaggevers,

Carl DECALUWE

Marino KEULEN

De voorzitter,

Jos STASSEN
