



Vlaams
Parlement

stuk **835** (2010-2011) – Nr. 1
ingediend op 1 december 2010 (2010-2011)

Conceptnota voor nieuwe regelgeving

van de heren Carl Decaluwe, Paul Delva, Johan Verstreken en Veli Yüksel

over een effectieve nieuwe beheersovereenkomst
tussen de Vlaamse overheid en de VRT

1. Situatieschets

De draagwijdte van de vijfjarige beheersovereenkomsten tussen de Vlaamse openbare omroep en de Vlaamse overheid laat zich in zekere mate voelen binnen de Vlaamse mediasector, die op haar beurt zelf ook impact heeft op diezelfde publieke omroep. De effecten van de beheersovereenkomst zijn voor de Vlaamse mediasector weliswaar niet überhaupt negatief. De impact van de mediasector op de VRT zit onder meer vervat in contextuele, economische, sociologische en technologische factoren. De VRT is immers een mediabedrijf in een open commerciële sector, die in volle transitie is. De technologische evoluties, internationale tendensen en de bedrijfseconomische situatie van het Vlaams medialandschap brengen nieuwe denkrichtingen naar voren, die vanzelfsprekend anders zijn dan bij de vorige beheersovereenkomst. Een korte situering van enkele treffende kenmerken van deze markteconomie geeft een betere duiding van de knelpunten en uitdagingen voor de nieuwe aankomende beheersovereenkomst 2012-2017.

1.1. *Algemene context*

Onze samenleving ondergaat mondiaal grote veranderingen. Het samenspel van technologische, sociale en economische ontwikkelingen heeft een fundamentele invloed op de huidige transitie naar een informatiesamenleving. Niet enkel de gangbare, traditionele samenlevingsvormen eroderen, ook de communicatiekanalen en het mediagebruik ondergaan snelle veranderingen. De technologische veranderingen hebben nieuwe verhoudingen gecreëerd, zowel in de productie als consumptie van de mediabeleving, terwijl de traditionele organisatorische en economische modellen niet langer soelaas bieden.

Almaar meer zijn massacommunicatie, telecommunicatie en datacommunicatie geconvergeerd. Door digitalisering is de massamedia grondig veranderd. De technologische innovaties en convergenties bieden de mediaconsumenten almaar meer gebruikersmogelijkheden, want dezelfde content wordt via verschillende kanalen aangeboden. Hierdoor is het medialandschap uitgebreider en gevarieerder dan ooit te voren. Maar is wat er ooit uitzag als een min of meer geordend medialandschap ook wel grondig overhoop gehaald. De multimedialiteit gooit daarenboven de ganse maatschappelijke informatievoorziening overhoop.

Entertainment en media vormen geen uitzondering voor de globale standaardisering en homogenisering. Hierdoor gaan mensen dezelfde boeken en kranten lezen, kijken ze naar dezelfde films en luisteren naar dezelfde muziek. Op termijn zal de ‘McDonald’-isering almaar dominanter het Europees maatschappijbeeld bepalen, dit door de macht van de sterkste.

Er is een toename van het aantal vrijetijdsvoorzieningen dat dag en nacht open is en van het aantal diensten dat beschikbaar is op elk moment van de dag. De evolutie naar een 24 uursmaatschappij, met almaar meer flexibele jobs, laat de vraag naar niet-lineaire mediadiensten aangroeien. Dit betekent televisiekijken, nieuwsoverzichten bekijken, kortom het totale aanbod van de massamedia is toegankelijk op het moment dat de gebruiker zelf kiest. De huidige jongvolwassenen en jongeren zijn de eerste generaties die al gretig gebruik maken van de reeds bestaande mogelijkheden. Ze kiezen zelf waar, wanneer en hoe ze zich informeren en entertainen met audiovisuele media.

Aan de almaar stijgende investeringseisen voor audiovisuele en informatietechnologie en voor de digitalisering hangt veelal een hoog prijskaartje. Bovendien wordt de levensduur van veel technische investeringen almaar korter. Om hierin een evenwicht te houden, is technische en financiële expertise noodzakelijk. De keuze waarin, wanneer en hoeveel er precies geïnvesteerd wordt inzake technologische nieuwigheden kan belangrijke strategi-

sche gevolgen hebben. Zeker in de audiovisuele sector. Bovendien verandert de concurrentiedynamiek sneller in sectoren met grote investeringen in informatietechnologie.

1.2. *De mediagebruiker*

MEDIADECREET

Art. 20. §1. Ter voorbereiding van elke nieuwe beheersovereenkomst met de VRT organiseert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een publieke bevraging over de omvang van de openbare-omroepopdracht en de invulling ervan tijdens de nieuwe beheersovereenkomst, rekening houdend met belangrijke evoluties in de mediamarkt en in de technologie, met het evoluerende medialandschap en met de rol van de VRT daarin.

De sectorraad Media evalueert de mediamarkt op basis van de wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap, het algemeen media-aanbod in de Vlaamse markt, de technologische evoluties, de internationale tendensen, de bescherming en promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit en de verwachtingen en behoeften van de mediagebruiker.

§2. Voor de begeleiding van die publieke bevraging doet de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een beroep op wetenschappelijke experts.

§3. Op basis van de resultaten van deze publieke bevraging formuleert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een advies voor de Vlaamse Regering over de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT. Dat advies wordt gepubliceerd op de website van de sectorraad Media.

De Mediaraad (SARC) bestelde bij de UA een enquête bij de Vlaamse bevolking over hun wensen en verwachtingen aangaande de VRT. De hamvraag is weliswaar of de mening van de Vlaming via een grootschalige, kwantitatieve enquête een zinvolle bijdrage in het debat over de beheersovereenkomst kan opleveren. Het kijk- en luisteronderzoek geeft immers al heel wat informatie over programmavoorkeuren van de doorsnee-Vlaming. Bovendien voert de VRT zelf ook geregeld onderzoek uit over tevredenheid bij haar luisteraars en kijkers. Grootschalige enquêtes peilen bovendien naar de voorkeur van de meerderheid en dat is sowieso meer entertainment, meer tv-drama enzovoort: een profiel dat meer aanleunt bij dat van een private commerciële omroep.

Het Nederlands Sociaal en Cultureel Planbureau publiceerde in september 2010 een studie over de digitalisering van mediagebruik¹. Ze wilden een antwoord geven op de vraag in hoeverre het mediagebruik, het zoeken naar informatie en onderlinge communicatie veranderd zijn door de digitalisering en convergentie. Opvallend is de toepasbaarheid van de voorlopers/volgerstypologie uit de innovatietheorie van Rogers. Het empirisch onderzoek naar het adoptieproces van nieuwe telemediatechnologie toont aan dat de verschillen vooral bestaan in het tempo waarin vernieuwingen worden overgenomen door de voorlopers en volgers. De voorlopers hebben een voorsprong in het gebruik van internet, nieuwe tv- en radiotoepassingen, in het bezit van nieuwe toegangsmogelijkheden tot media en communicatie en in cultuurdeelname. De kloof met de volgers zal na verloop van tijd verdwijnen, zoals in het verleden het geval was met gsm en internet. De studie voorspelt dat

¹ Frank Huysmans en Jos de Haan, september 2010, "Alle kanalen staan open. De digitalisering van mediagebruik. Het culturele draagvlak, deel 10", Sociaal en Cultureel Planbureau.

dit patroon ook voor het bezit van de smartphone, de verspreiding van breedbeeldtelevisie en digitale tv-aansluiting zal gelden. Momenteel is nog steeds ruim 90% van het televisiegebruik lineair kijken, maar de voorlopers hebben reeds een ander televisieconsumptieprofiel. De rest zal volgen.

Het Tijdschrift voor Mediacommunicatie² publiceerde dit jaar een bijdrage van Frank Van Vree over ‘journalism studies’ en de mediarevolutie. Van Vree verwijst onder meer naar de Amerikaan Cass Sunstein: “De media, aldus Sunstein, vormen geen vrije ‘marktplaats van ideeën’, waar mensen zich laven aan een overvloed van nieuws en opvattingen en met elkaar in debat gaan, zoals de profeten van het digitale paradijs voorspelden. Integendeel, de rijkdom aan informatie en de nieuwe technologie, zoals weblogs, podcasts, e-mailabonnementen en RSS-feeds, stellen burgers in staat ‘een ideologisch exclusieve Daily Me’ te creëren, ‘informatiecocons’, ‘echokamers’ waarin je je kunt afsluiten voor onwelvallige feiten en opvattingen. Daarmee is het open debat, waarin met argumenten wordt gestreden en waarop de democratie is gebouwd, ten dode opgeschreven.”. Er zijn ontegensprekelijk verschuivingen in de verhouding tussen publiek, private en publieke instituties, journalisten en andere leveranciers van informatie. Ook de schaal en het bereik, de vorm en stijl en de processen van participatie en identiteit zijn door de mediarevolutie gewijzigd. De veranderingen in de publieke sfeer verdienen onze aandacht, omdat ze structureel zijn voor de openbaarheid. Volgens Van Vree vragen de radicale verschuivingen door de mediarevolutie zelfs om een nieuwe conceptualisering van de publieke sfeer en daarmee ook van de journalistiek.

1.3. De trends

De televisiesector ondergaat een evolutie van ‘broadcast’ naar ‘on demand’. In de VS staat deze ontwikkeling al verder dan in Europa. Met de niet-lineaire televisie bekijkt men programma’s, films en series op de zelf gekozen momenten.

Een tweede trend is de fragmentatie. Vroeger keken we samen naar één televisietoestel. Nu zijn er meerdere televisies in huis en kijken we ook via computers en gsm. Dit is de ‘multiscreen’-toekomst. Televisie wordt bovendien ook intelligent, gaat onze voorkeuren onthouden en herinneringen sturen als ons favoriete programma begint.

Nog een grote trend: personalisatie. De startpagina gaat heel persoonlijk worden met persoonlijke suggesties voor films, al naargelang het profiel van de gebruiker.

In functie van de technische ontwikkelingen, het praktisch nut en de concurrentie zal er een totaal ander plaatje ontstaan als de kijker zelf ‘in control’ is en niet langer de omroep. Televisie gaat substantieel veranderen. Niet langer staan alleen de uitzendingen centraal, maar ook de individuele wensen van de ontvanger. De omroepen zullen evolueren van zender naar context- en contentorganisatoren. De ontvanger wordt de echte gebruiker, want hij heeft almaar meer controle over het moment van consumptie.

Zo zal de zender niet langer centraal staan, maar wel de aanbieder van on demand-diensten. Tot nu toe is de rol van de omroepen slechts in beperkte mate geëvolueerd: van lineair eenrichtingsmedium naar een aanbieder van on demand-content.

Omdat er almaar meer content beschikbaar is, zal het in de toekomst almaar meer gaan om de kracht van het netwerk. Als er teveel content is om alles te kunnen bekijken, zal de

² Frank Van Vree, “Wankele wetenschap. De studie van de journalistiek & de revolutie in de media”, Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, jaargang 38/2010 nr. 3, p. 215 - 223.

‘networked’ media haar plaats innemen. Gebruikers laten in toenemende mate aan elkaar weten wat wel of niet relevant is.

Televisie zal evolueren van een zendergedreven, content-centrisch medium naar een platform met één of meerdere schermen die de gebruiker ervan verbindt met zijn of haar wereld. De technologische ontwikkelingen stimuleren de integratie van deze trends, al wordt het tempo van de technologische veranderingen nog steeds bepaald door de media-consument.

1.4. Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten

De laatste jaren is de impact van de Europese Unie op media steeds groter geworden. De Europese Commissie kijkt naar de openbare omroepen vanuit concurrentievrijwaring. Openbare omroepen moeten aantonen wat hun meerwaarde is. Ze moeten bewijzen dat ze iets anders aanbieden dan de commerciële omroepen en zo het marktfalen compenseren. Ze moeten een duidelijke publieke opdracht hebben, transparant werken, niet meer geld krijgen dan noodzakelijk, door een onafhankelijk orgaan gecontroleerd worden en investeringen voor commerciële activiteiten niet betalen met belastinggeld.

De Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten van 11 december 2007 werd naar Vlaamse decreetgeving omgezet via het nieuwe Mediadecreet van 27 maart 2009. Met de opkomst van niet-lineaire diensten stelde de Europese Commissie onder meer voorschriften op voor deze nieuwe mediatoepassingen met een uitbreiding van de taken van de openbare omroepen. De richtlijn bepaalt dat men vooraf moet checken wat behoort tot de opdracht van de openbare omroep door een voorafgaand onderzoek dat nagaat in hoever de nieuwe diensten aanleiding geven tot conflict met de andere mediaspelers.

MEDIADECREET

Art. 8. Buiten zijn openbare-omroepopdracht kan de VRT, als ze samenhangen of verband houden met de openbare-omroepopdracht, en als ze opgenomen zijn in een kader dat vooraf werd goedgekeurd door de raad van bestuur, merchandising- en nevenactiviteiten verrichten, rekening houdend met de volgende voorwaarden:

- 1° de activiteiten hebben als doel de programma's uit het aanbod van de VRT en diensten binnen de publieke opdracht te ondersteunen, de verspreiding ervan te faciliteren of de kosten van het aanbieden ervan te verlichten;
- 2° de activiteiten zijn zelfbedruipend en de transparantie van de ermee gepaard gaande uitgaven en inkomsten is via een gescheiden boekhouding verzekerd;
- 3° de activiteiten worden tegen marktconforme voorwaarden uitgevoerd en brengen geen ernstige concurrentievervalsing met zich mee.

Met merchandisingactiviteiten als vermeld in het eerste lid, worden alle activiteiten bedoeld die gericht zijn op het behalen van voordeel uit de bekendheid van programma's uit het aanbod van de VRT. Met nevenactiviteiten als vermeld in het eerste lid, worden alle andere activiteiten bedoeld.

Art. 18. §1. De VRT kan nieuwe diensten of activiteiten die niet door de beheersovereenkomst zijn gedekt, pas uitoefenen na uitdrukkelijke toestemming van de Vlaamse Regering.

§2. De Vlaamse Regering vraagt daarover het advies van de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media, opgericht bij het decreet van 30 november 2007. In zijn advies houdt de sectorraad Media rekening met de observaties van derden. Het advies van de sectorraad Media wordt gepubliceerd op zijn website.

Het advies van de sectorraad Media houdt rekening met de belangrijke evoluties in de mediamarkt en in de technologie, met het evoluerende medialandschap en met de rol van de VRT daarin.

§3. De sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media evalueert de mediamarkt op basis van de wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap, het algemeen media-aanbod in de Vlaamse markt, de technologische evoluties, de internationale tendensen, de bescherming en promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit en de verwachtingen en behoeften van de mediagebruiker.

De marktinterventie door de openbare omroep impliceert dat de activiteiten van de openbare omroep zeer nauwkeurig worden omschreven door de overheid. Vanwege haar specifieke decretaal bepaalde publieke opdracht mag de openbare omroep weliswaar enkel op de markt komen met initiatieven die voor de ganse Vlaamse Gemeenschap relevant zijn.

1.5. De Vlaamse audiovisuele media

Onze Vlaamse televisie-industrie heeft een internationaal gewaardeerd niveau.

De VRT is de Vlaamse openbare omroep en meteen ook het grootste mediabedrijf in Vlaanderen. De omroep is zowel voor radio als televisie bijzonder succesvol met hoge kijk- en luistercijfers.

De Vlaamse Mediamaatschappij VMMA is een joint venture van de Roularta Media Groep en de Persgroep. Met VTM ging in 1989 de commerciële televisie van start.

VT4, een dochter van de mediagroep SBS zond aanvankelijk, vanaf 1995, uit vanuit Londen, om de Vlaamse decreetgeving te ontwijken. Na enkele jaren kwam VT4 naar Vlaanderen.

Naast deze belangrijkste spelers zijn er nog enkele nichezenders, zoals Exqi en Acht.

Sinds vijftien jaar zijn er in Vlaanderen gaandeweg meer en meer productiehuisen. Woestijvis heeft nog tot media 2011 een exclusiviteitscontract met de VRT. Er zijn nog enkele productiehuisen, onder andere Studio 100, die langlopende contracten hebben met de openbare omroep.

In de Vlaamse audiovisuele media werken er in totaal ongeveer 5000 mensen, van wie 2700 bij de VRT. De omzet van de Vlaamse audiovisuele sector bedraagt 1,2 tot 1,3 miljard euro op jaarbasis. De productiehuisen zijn een belangrijke partner. Ze hebben een jaarlijkse omzet van 130 tot 140 miljoen euro. Een kleine helft daarvan wordt geproduceerd voor de VRT.

Vlaamse audiovisuele producties zijn een succesformule voor alle Vlaamse zenders en dragen bij tot het gemeenschapsgevoel in Vlaanderen.

1.6. VRT

De activiteiten van de Vlaamse openbare omroep zijn afgebakend in de Mediadecreten. De openbare omroep is de aanbieder van een programma-aanbod dat zich in se moet onderscheiden van het commerciële aanbod door kwaliteitsinvulling.

De invulling van de opdracht van een openbare omroep is een belangrijk gegeven. De algemeen aanvaarde omschrijving van het protocol van Amsterdam (1997) stelt: "De

opdracht van de openbare omroep houdt rechtstreeks verband met de democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving en met de noodzaak pluralisme in de media te behouden.”.

De Vlaamse decretale invulling van de opdracht van de publieke omroep bepaalt dat de VRT een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers moet bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen. De omroep moet zorgen voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd.

De publieke financiering van de VRT wordt gelegitimeerd door de democratische en culturele functie van de openbare omroep. De financiering van de VRT heeft grote impact op zowel de Vlaamse begroting als op het Vlaamse medialandschap. De gemengde financiering is kenmerkend voor de financieringsmodaliteiten van de meeste Europese openbare omroepen, zo ook de VRT. De ervaring leert dat het bijzonder moeilijk is om én een juiste verhouding met de private inkomsten én een correcte grootte van de dotatie te vinden. Het 'gouden axioma van de media' stelt dat de openbare omroep enkel met publieke middelen moet gefinancierd worden, maar tot op vandaag is er daarvoor nog geen Vlaamse begrotingsmogelijkheid geweest. Dus is er nog steeds een aanvulling met commerciële inkomsten noodzakelijk. De huidige beheersovereenkomst voorziet dat de verhouding overheidsdotatie/eigen opbrengsten evolueert naar 62%/38% in 2011.

MEDIADECREET

Art. 6. §1. De VRT heeft als maatschappelijk doel om radioprogramma's, televisieprogramma's en andere soorten programma's te verzorgen binnen de opdracht van de openbare omroeporganisatie die hierna wordt omschreven, en activiteiten uit te voeren die daartoe rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen, waaronder het produceren, laten produceren of verwerven van programma's, het samenstellen van het programma-aanbod, het omroepen, het laten omroepen en het bekendmaken ervan, in de ruimste omvang van de betekenis die aan elk van die begrippen is gegeven in artikel 2.

§2. Als openbare omroeporganisatie heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.

De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd. Het hele aanbod van de VRT wordt gekenmerkt door een hoge kwaliteit van de programma's, zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. In al zijn programma's streeft de VRT naar een zo groot mogelijke kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit, waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aangeboord moeten worden. Het programma-aanbod wordt op een aangepaste manier gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.

De programma's dragen bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT draagt via de programma's bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom streeft hij naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.

Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroeporganisatie te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroeporganisatie veilig te stellen, is een voldoende aantal programma's erop gericht een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's komen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoet. De beoogde doelgroepen zijn voldoende ruim en ze worden door de programma's in kwestie ook bereikt.

De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat hij zijn programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn kijkers en luisteraars kan aanbieden.

Tot de openbare opdracht van de VRT behoren ook alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering ervan.

“De Vlaamse politiek sleept al jarenlang het dilemma mee of de VRT voldoende overheidsgeld krijgt om haar taak naar behoren, of de VRT voldoende overheidsgeld krijgt om haar taak naar behoren te vervullen en of ze al dan niet meer geld uit de markt mag halen.

Beide elementen hebben immers implicaties op het marktevenwicht van de mediasector. Voldoende informatie en transparante cijfergegevens zijn daarbij essentieel. De strategische vaagheid die de VRT hanteert onder de noemer van bedrijfsgeheim, bemoeilijkt een behoorlijke analyse en evaluatie naar haar marktconformiteit en marktverstorende impact.

De VRT is, ondertussen, onder impuls van de financieringsdrift en het vorige management en door haar megalomane ambities, flink doorgeschoten in haar concurrentierol. Er was een tijd van doortrapte tegenprogrammatie, manipulaties van de reclameprijzen, de aankoopwoede van sportrechten en van budgettaire ontsporingen.

Deze problematiek is een rechtstreeks gevolg van de gemengde financiering die aan de VRT werd opgelegd. Dat de VRT zelf voor 38 procent van haar inkomsten moet instaan³, zorgt voor een assertief gedrag van de openbare omroep in de markten waar commerciële inkomsten kunnen gehaald worden.

De openbare omroep ontpopte zich ondertussen wel als geduchte concurrent van de commerciële omroepen, terwijl ze echter niet aan dezelfde bedrijfseconomische beperkingen onderworpen is. De VRT kan zich permitteren om zich in de spits van de innovatie te bewegen, omdat er toch telkens extra financiering van de overheid komt. Zo ontstond bij de openbare omroep een mentaliteit van een voortdurende, tussentijdse vraag naar meer financiële middelen. Rode cijfers vormden geen probleem omdat de overheid tot hier toe telkens bijpaste. De VRT heeft hierdoor een onberekenbaar kader voor de ontwikkeling van haar activiteiten. Dat bemoeilijkt op lange termijn de ontwikkeling van de commerciële modellen van de private bedrijven in de sector.”⁴

³ Beheersovereenkomst 2007 – 2012.

⁴ Carl Decaluwé, ‘Inspiratiebronnen voor VRT-bashen’ in: Frank Thevissen (red.), ‘De vierde onmacht. Journalisten, politici en critici over media en journalistiek’, Van Halewijck, Leuven, 2010, p. 415-416.

1.7. De drie beheersovereenkomsten

De beheersovereenkomst tussen de Vlaamse overheid en de VRT heeft betrekking op de uitvoering van de openbare-omroepopdracht en de financiële middelen die de Vlaamse Gemeenschap daartoe ter beschikking stelt. De rol van het parlement bij de beheersovereenkomst blijft beperkt tot een evaluatie. Het parlement kan enkel, bij de jaarlijkse controlebegroting, budgettaire aanpassingen en/of dotatieverhogingen al dan niet goedkeuren.

MEDIADECREET

Art. 17. §1. De beheersovereenkomst regelt in het bijzonder de volgende aangelegenheden:

- 1° de meetbare doelstellingen met betrekking tot het omroepaanbod, uitgaande van de openbare-omroepopdracht van de VRT en de vooropgestelde strategie, die invulling geeft aan de openbare-omroepopdracht, vermeld in artikel 6, §2. De meetbare doelstellingen hebben onder meer betrekking op de kwaliteitscontrole en op hetzij bereikcijfers, hetzij waarderingscijfers;
- 2° de doelstellingen betreffende de onderzoeks- en innovatieopdracht van de VRT, uitgaande van de openbare-omroepopdracht van de VRT en de vooropgestelde strategie die invulling geeft aan de openbare-omroepopdracht, vermeld in artikel 6, §2, vijfde lid, en in artikel 8;
- 3° de doelstellingen betreffende het personeelsbeleid, het financiële beleid, technologie en transmissie;
- 4° de berekening van de enveloppe aan financiële middelen die noodzakelijk is voor het verzorgen van het openbare radio- en televisieaanbod, vermeld in punt 1°, en de uitbetalingsvoorwaarden ervan. De bepalingen van de Europese richtlijn 2006/111/EG van 16 november 2006 betreffende de doorzichtigheid in de financiële betrekkingen tussen lidstaten en openbare bedrijven en de financiële doorzichtigheid binnen bepaalde ondernemingen zijn van toepassing;
- 5° de berekening van de financiering voor de toegevoegde opdracht voor onderzoek en innovatie;
- 6° het uitbrengen van een jaarlijks rapport voor 1 juni van het volgende jaar betreffende de uitvoering van de beheersovereenkomst gedurende het afgelopen kalenderjaar, en het uitbrengen van andere documenten die jaarlijks, al dan niet ter goedkeuring door de Vlaamse Regering, moeten worden voorgelegd;
- 7° de maatregelen bij niet-naleving door een partij van haar verbintenissen die voortvloeien uit de beheersovereenkomst;
- 8° onder bereikcijfer als vermeld in het eerste lid, 1°, wordt begrepen het percentage van de bevolking dat binnen een bepaalde periode, namelijk een maand, week of dag, gedurende een bepaalde tijd afstemt op een bepaalde omroeporganisatie of op televisie of radio in het algemeen;
- 9° onder waarderingscijfer als vermeld in het eerste lid, 1°, wordt begrepen het gemiddelde van de door de kijker of luisteraar gegeven score.

De eerste beheersovereenkomst werd afgesloten op een moment dat de openbare omroep het niet gemakkelijk had. Daardoor werd de nadruk hoofdzakelijk gelegd op kijkcijfernormen. Met de volgende beheersovereenkomst stond de innovatieve voortrekkersrol, die de VRT moest invullen, vrij centraal. Dat werd het tijdperk van de wilde plannen en de megalomanie. De bijsturing in de derde beheersovereenkomst verengde de ambities.

1.8. De eerste beheersovereenkomst 1997-2001

In de eerste beheersovereenkomst werd de jaarlijkse enveloppe vastgelegd op 7,612 miljard BEF. In deze beheersovereenkomst had de Vlaamse Regering ingeschreven dat informatie en cultuur primeerden. Kwalitatieve programma's voor een breed publiek. Er werd

geopteerd voor netprofilering⁵. De openbare omroep mocht geen complementaire ‘nichezender’ zijn, noch een doelgroepen-zender. De openbare omroep zou zich richten tot een segment van 76% van de kijkers.

De eerste beheersovereenkomst was bedoeld als een voluntaristisch plan waar in de volgende jaren meer middelen zouden vrijgemaakt worden voor de programmatie. Er was de ambitie om 50% Vlaamse producties te verwezenlijken. De nieuwe programmatie zou de eerstkomende jaren via een overbruggingskrediet van 1,3 miljard BEF gefinancierd worden. De dotatie van 7,612 miljard BEF zou vanaf 1 januari 1998 met 4% verhoogd worden. Geen reclame op de openbare televisie, wel sponsoring en boodschappen van algemeen nut. Voor de radio bleven de radioreclame-inkomsten.

Om de openbare omroep te evalueren zouden verfijnde toetsingscriteria ontwikkeld worden. Men wou voor de prioritaire opdrachten cultuur en informatie een kwalitatieve beoordelingsmethodologie. Omdat de BRTN geen marktleiderschap nastreefde, werd het marktaandeel⁶ geen performantiemaatstaf. Door de keuze voor netprofilering kon de BRTN immers de eerste plaats niet bezetten. De VRT-missie werd weliswaar vertaald naar een openbare-omroepopdracht met een zo groot mogelijk aantal kijkers en luisteraars. Dat was 1,5 miljoen mensen voor informatie.

1.9. De tweede beheersovereenkomst 2002-2006

In aanloop van de tweede beheersovereenkomst ambieerde men kwaliteit als het sleutelwoord en nieuwe media als de spil van dit contract.

De tweede beheersovereenkomst bepaalde dat de VRT maximaal 1.650 miljoen BEF netto-omzet mocht hebben uit de verkoop van radioreclameruimte. Maximaal 350 miljoen BEF netto mocht de verkoop van alliantiepartnershippakketten opbrengen.

Voor de televisie waren de performantiemaatstaven weinig veranderd. De omroep kreeg meer middelen om haar informatieopdracht te versterken. Voor nieuws en informatie bleef de lat op 1,5 miljoen kijkers per dag. In 2002 zou de VRT 9,251 miljard BEF krijgen. Die dotatie zou vervolgens jaarlijks met 4% stijgen.

Ook de financiering van de e-VRT-projecten was in de beheersovereenkomst opgenomen. De modaliteiten waren nader uitgewerkt in een aparte overeenkomst die op 1 augustus 2001 werd ondertekend.

1.10. De derde beheersovereenkomst 2007-2011

Bij de bespreking van de beleidsnota Media in december 2004 in het Vlaams Parlement werd een met redenen omklede motie ingediend. Enkele leden van de Mediacommissie vroegen aan de Vlaamse Regering om een regelgeving uit te tekenen die een grotere financiële transparantie van de VRT zou waarborgen. Ook werd een grondige evaluatie van de rol en opdracht van de VRT gevraagd en dat vooraleer de onderhandelingen over een nieuwe beheersovereenkomst zouden aanvatten. Via een brede wetenschappelijk begeleide maatschappelijke enquête die zou uitmonden in een VRT-verwachtingsrapport dat als basis kon dienen voor het parlementaire debat.

5 Elke zender van de openbare omroep heeft specifieke programma's die zijn afgestemd op een bepaalde doelgroep uit het publiek.

6 Het marktaandeel geeft het aantal kijkers weer die gedurende een bepaalde duur naar televisie kijken.

Als reactie op de groeiende kritiek dat de VRT te veel producties uitbesteedde aan productiehuisen, legde de Vlaamse Regering de VRT op om een intern productiehuis uit te bouwen. De VRT moet de competenties zelf in huis houden. De overeenkomst benadrukte een versterking van het aanbod op het vlak van informatie en duiding. In de digitale toekomst moet dit een grote troef worden voor de openbare omroep.

De VRT kreeg de opdracht om zo snel mogelijk een digitaal televisiekanaal te lanceren in samenwerking met de private sector en de kunstensector. Voor dit digitale cultuurkanaal zou nog een addendum bij de beheersovereenkomst worden opgesteld tegen uiterlijk 1 december 2006. Dit om de voorwaarden, het financieel plan en de concrete startdatum van dit cultuurkanaal te regelen.

Opdat de VRT zich verder digitaal zou kunnen ontplooien in aanbod, productie en distributie, zou het digitale productieplatform (DMF) verder ontwikkeld worden.

Voor de vastlegging van de basis financieringsenveloppe voor 2007-2011 werd vertrokken van de dotatie van 2006: 268,3 miljoen euro. De overheidsdotatie zou met 25 miljoen euro stijgen naar 293,3 miljoen euro in 2011 of een stijging van 9,3%.

Voor de financiering van de renovatie van het omroepcentrum werd een kredietlijn toegekend van jaarlijks 10 miljoen euro. In 2012 kon nog een laatste schijf van 6,5 miljoen euro worden opgenomen. De terugbetaling van de kredietlijn zou gebeuren na de voltooiing van de renovatie. De VRT engageerde zich om de kredietlijn zo snel mogelijk terug te betalen in functie van haar kaspositie, maar in ieder geval uiterlijk einde 2021.

Omdat de mediamarkt en de technologie continu en snel wijzigen, zou er na drie jaar een evaluatie gebeuren van het medialandschap en van de rol van de openbare omroep. Die evaluatie is niet gebeurd.

De nieuwe Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) houdt sedertdien toezicht op de naleving door de VRT van de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst.

De beheersovereenkomst voorziet, net als de voorgaande, in het knipperlichtenmodel⁷.

2. De knelpunten

De afgelopen vijftien jaar waren er duidelijke effecten van verregaande commercialisering van de VRT-activiteiten: een zekere ontworping van het Vlaams medialandschap en in zeker mate een verkeerde focus ten nadele van de publieke opdracht van de VRT.

Een oplijsting van de knelpunten van de VRT-werking en van de lopende beheersovereenkomst illustreert de volgende uitgangspunten:

- 1° de openbare omroep heeft niet te weinig geld maar ze maakt te weinig of verkeerde keuzes bij de besteding ervan;
- 2° de basisopdracht uit het decreet moet behouden blijven en de prioriteiten moeten in de nieuwe beheersovereenkomst vastgelegd worden;
- 3° de gemengde financiering van de VRT moet behouden blijven, want de dotatie zal niet meer stijgen zoals in het verleden. De commercialisering moet worden afgebouwd,

⁷ Deze procedure treedt in werking als de VRT aangeeft aan de Vlaamse Gemeenschap dat de inkomsten uit radioreclame onder het afgesproken niveau zouden dalen. Het maximum bedrag wordt dan gegarandeerd voor een periode van 12 maanden, dit vanaf de maand volgend op de formele melding aan de bevoegde minister. Voor die periode van 12 maanden dient de VRT een afrekening voor te leggen. Binnen de 60 dagen wordt vervolgens het verschil tussen het vooropgestelde bedrag aan radioreclame-inkomsten en het netto bedrag aan inkomsten uit radioreclame bijbetaald aan de VRT. Beide partijen dienen echter binnen de 6 maanden na dergelijke formele melding een oplossing te vinden voor het financieringsprobleem.

- want de inkomsten kunnen ook niet onbeperkt stijgen, omdat dit marktverstorende effecten heeft. Er moeten nieuwe inkomsten worden gezocht, mits respect voor de Europese regels ter zake;
- 4° de openbare omroep moet volledig marktconform werken voor de niet-publieke opdrachten. Dit veronderstelt een gedetailleerde beheersovereenkomst die bovendien dynamisch is en kan inspelen op nieuwe ontwikkelingen, uiteraard mits naleving van spelregels en transparantie inzake marktconform optreden van de openbare omroep en controle door de bestuurders;
- 5° de openbare omroep moet geen voortrekker zijn in nieuwe technologieën en moet bij het gebruik van technologie neutraal zijn tegenover de distributeurs. Weliswaar moet de omroep vlot kunnen inspelen op nieuwe marktevoluties en zich daarop ook beter organiseren.

2.1. Immobiliteit van de beheersovereenkomst

Gezien het steeds sneller evoluerend medialandschap en de gedurige aangroei van nieuwe mediatechnologieën en convergenties is de duur van de beheersovereenkomst, vijf jaar, een bijzonder lange termijn. Dit tijdsbestek kan worden behouden, mits de mogelijkheid tot anderhalfjaarlijkse bijsturingsmogelijkheden.

Door de immobiliteit van de beheersovereenkomst worden financiële besognes, door de marktevoluties en bij laagconjunctuur, steeds weer afgeleid naar de Vlaamse overheid, die dan telkens opnieuw financieel bijpast.

2.2. Te weinig transparantie

Transparantie is de mate waarin een organisatie naar buiten toe inzicht geeft in hoe ze intern handelt. Voordelen van transparantie zijn onder andere kostenverlaging, betere kwaliteit van het eindresultaat en betere binding tussen klant en leverancier. Transparantie vraagt om aanpassing van bedrijfsprocessen en eventueel ook van de organisatiestructuur⁸.

De redenen waarom organisaties veelal niet transparant zijn, is onder meer de angst voor de concurrentie die goede ideeën en werkwijzen kaapt. Daarnaast is er ook de angst voor een verzwakte positie in situaties waar de organisatie aansprakelijk wordt gesteld. De VRT heeft in het verleden steeds haar bedrijfsgeheimen afgeschermd en hield zo de informatiedrempel voor haar aandeelhouder zeer hoog. Doch meestal is meer dan 90% van alle activiteiten in een bedrijf helemaal niet beschermd. Zo beweren althans de theoretische beschouwingen over transparantie. Als de vrijwaring van het bedrijfsgeheim welbeschouwd een drogreden was, kan het dan niet zijn dat de VRT zoveel mogelijk verzaakte aan haar verantwoordingsplicht vanuit schroom voor haar aansprakelijkheid voor de managementbeslissingen en -uitgaven? Er is weliswaar een positieve mentaliteitswijziging en we krijgen nu almaar meer bedrijfsinformatie van de VRT, die ons stilaan toelaat te oordelen of het overheidsgeld rechtmatig is aangewend. Toch is er zeker nog werk aan de winkel.

De nood aan meer transparantie vertaalt zich onder meer in de communicatie over de financiële informatie en de jaarverslagen. Met een meer uniforme communicatiestroom door de jaren heen, zouden de cijfers kunnen worden vergeleken.

Controle impliceert niet enkel het nagaan of de aanwending van overheidsmiddelen effectief was, maar is tevens checken in hoeverre de openbare omroep al dan niet marktverstorend is. Het is ook verifiëren of de publieke opdracht van de VRT conform de beheersovereenkomst wordt uitgevoerd. Er zijn mettertijd diverse controleorganen in het

⁸ 'Transparantie: van bedreiging tot businessmodel', Erwin Oord in 'Informatie' – maandblad januari/februari 2010, p 18-23.

leven geroepen, maar toch is er nog steeds nood aan een betere transparantie tegenover het parlement.

2.3. *Te weinig responsabilisering*

De bedrijfsstructuren van de VRT moeten gekneed zijn in functie van een flexibel media-bedrijf met een publieke opdracht, dat kostenbewust is. Transparantie van en controle op de uitgavenstroom is cruciaal. Momenteel moeten de kostenmakers nog steeds te weinig verantwoording afleggen. Situaties waarbij een eindregisseur bijvoorbeeld een ganse ploeg aan het werk zet voor een project waarmee uiteindelijk niets gebeurt, moeten worden vermeden. Dit geldt ook voor de overtollige kosten bij de producties. Het ‘nobody knows’-principe⁹ is niet altijd een excuus.

2.4. *Te veel infotainment*

De verkleuring van de informatie, verpakt als infotainment, moet gestopt worden. Kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek moeten heel hoog in het vaandel van de VRT staan. Er is immers een structurele transformatie van de publieke sfeer, die het primaire werkerrein van de journalistiek is. Bovendien is er een neergang van de gevestigde journalistieke instituties. Naast het basisidee van democratische openbaarheid rechtvaardigt vooral een doordachte professionele journalistiek de toegekende rechten en andere bijzondere prerogatieven van de redacties.

Het gebeurt dat spinning zonder nuance nieuws wordt en het nieuwsaccent ligt dikwijls al te zeer op de gevolgen voor en verwachtingen van het publiek. Bij bepaalde getuigenissen bij nieuwsitems kunnen vragen gesteld worden over de relevantie van deze informatie. Er is tevens reële nood aan meer buitenlands nieuws.

2.5. *Tering naar de nering*

Onze Vlaamse publieke omroep heeft nood aan een financieel gezonde basis. Het systeem van almaar tussentijds geld bijvragen, moet stoppen. In tijden van hoogconjunctuur is een extra budgettering eenvoudiger dan in de huidige besparingstijd.

Het is een onwenselijke en laakbare mentaliteit te denken dat rode cijfers geen probleem vormen omdat de overheid toch steeds bijpast. De omroep moet daarom resoluut schoon schip maken met haar kostenoverdaad en haar financiële verliezen. Door te zaaien naar de zak. Deze taak van het management en het bestuur moet hun topprioriteit zijn, waarvoor ze zich moeten verantwoorden bij de aandeelhouders en de vakbonden.

2.6. *Te weinig focus op de kerntaken*

De kerntaken van de publieke omroep moeten steeds de uitgangsbasis voor het economische en commerciële gedrag van de VRT zijn. Dit is de corebusiness van de publieke omroep, zoals ze decretaal omschreven is: “De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma’s brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd.”. De VRT-opdracht is op vandaag nogal maximalistisch uitgeschreven en dat veronderstelt ook onbeperkte financiële middelen. De VRT is een mediabedrijf met een publieke zorgplicht, die daarenboven als culturele instelling producties moet maken voor iedereen. Aangezien die onbeperkte middelen er niet zijn, zal de Vlaamse overheid prioriteiten moeten vastleggen in de beheersovereenkomst.

⁹ De onzekerheid of nieuwe programma’s zullen aanslaan of niet.

2.7. *Geen afgelijnd kader voor de business development*

Door de mercantiele overdrive van het vorige management kwam er een mentaliteit waarbij men ervan uit gaat dat alles mag, wat niet expliciet in de Mediadecreten en de beheersovereenkomst wordt beperkt of verboden. Bij het genereren van extra commerciële inkomsten liep het VRT-management er graag de kantjes van af. Dat is al te dikwijls gebeurd. Een dergelijke attitude is echter ongepast voor een overheidsbedrijf, wat de VRT nog steeds is. Aan de verleiding om via alle mogelijke wegen commercieel succes te boeken, moet paal en perk gesteld worden.

Weliswaar blijft het vandaag nog steeds een evidente keuze dat onze openbare omroep een deel van haar inkomsten via commerciële kanalen genereert en hiertoe de mogelijkheden krijgt. Maar de praktijk leerde dat deze activiteiten best strikt afgebakend zijn en per rubriek geplafonneerd, wat nu niet zo is – op radioreclame en alliantiepartners na.

Nuttige maatschappelijke informatie kan gebracht worden via niet-commerciële tv-spots onder de noemer van ‘Boodschappen van algemeen nut’. Voor zover ze geen verdoken reclame zijn. Om dat te garanderen en om de verleiding van dit instrument als lucratieve inkomstenbron te fnuiken, moeten deze inkomsten eveneens geplafonneerd worden. Ook is er nood aan een verfijning van wat onder de noemer ‘Boodschappen van algemeen nut’ valt. Een aanbeveling voor de mutualiteiten valt niet onder deze noemer. De promotie-spots van VLAM¹⁰ zijn volgens ons eerder sponsoring. VLAM kan dus beter als een alliantiepartner beschouwd worden.

Ook de inkomsten uit productplaatsing kunnen best begrensd worden door een maximum. De inkomsten uit productplacement van programma's die door externe productiehuisen zijn gemaakt, moeten volgens objectieve criteria en bepalingen voor alle productiehuisen in dezelfde verhouding zijn. Het kan niet dat er een deel van deze inkomsten bij het productiehuis blijft en dat er verschillende maten en gewichten zijn.

2.8. *Grote uitgaven voor sportrechten*

Naast de commerciële inkomsten, is ook een striktere afbakening en plafonnering van de uitgaven voor sportrechten en productiekosten opportuun. Sport behoort niet tot de prioritaire taakstelling van onze publieke omroep – dit is cultuur en informatie. De omroep heeft voor deze aanvullende opdracht geen nood aan een breed scala sportrechten zoals in het verleden. Men moet echt niet alles op de schappen liggen hebben. Veldrijden is hier een mooi voorbeeld. Vandaag zit de Superprestige bij VT4, de Gazet van Antwerpen-prijs bij VTM en de wereldbeker bij de VRT. Dat is een goede spreiding. Wanneer echter het prijsbod van een commercieel bedrijf op de uitzendrechten van de wereldbeker cyclocross overruled wordt door onze publieke omroep én dat tijdens een besparingsronde binnen de VRT, dan frons je toch wel eens de wenkbrauwen met de bedenking of dit wel hoeft.

Ook al past het sportrechtenplaatje binnen het besparingsplan, toch moet men durven ‘out of the box’ denken en met de verminderde budgetten voor sportrechten en in functie van de publieke functie bijvoorbeeld de zalsporten meer in beeld brengen in plaats van veel tot alles op het voetbal, vrouwentennis en wielrennen te zetten.

2.9. *Geïnformeerde burgers?*

De informerende taak van de openbare omroep verdient zeker meer beklemtoning. Want het dominante infotainment heeft enigszins geresulteerd in een verkleuring en een vervlakking van de informatie en nieuwsberichtgeving.

¹⁰ Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing.

Uit een wetenschappelijke vergelijking tussen de VS en drie Europese landen van James Curran¹¹ blijkt duidelijk dat landen met een sterke openbare omroep een beter geïnformeerde bevolking hebben. De kloof tussen hoog- en laaggeschoolden en tussen arm en rijk is er ook merkkelijk kleiner. James Curran stelt dat een medialandschap met een goed functionerende openbare omroep bijdraagt aan een meer egalitaire maatschappij.

Als je dit vertaalt naar onze openbare omroep, kan je stellen dat het een foute operationele keuze is om de redactie van het variétéprogramma ‘De Rode Loper’ sterker uit te bouwen dan deze van een duidingsprogramma, zoals ‘Reyers laat’. Het zou omgekeerd moeten zijn. Dan zou men ook meer op de lijn van de beheersovereenkomst zitten. De mening van gewezen VRT-journalist Jef Lambrecht in De Morgen van 31 maart 2010¹², dat de media zichzelf in het zonnetje zetten in plaats van de wereld te belichten, past in deze context.

Informatie en nieuwsberichtgeving zijn, mijns inziens, de cruciale en elementaire elementen die precies het verschil maken tussen een publieke omroep en een commerciële zender. Terecht stelt Nick Davies in zijn boek ‘Gebakken lucht’ dat de kranten vroeger werden gemaakt door eigenaars met een passie voor het journalistieke bedrijf. Vandaag hebben deze journalistieke bedrijven eigenaars die gedreven zijn door winstmaximalisatie. Dit is eigenlijk ook het verschil tussen een publiek en een commercieel mediabedrijf. Commerciële zenders gaan voor maximale winsten. Voor de publieke zenders is dit niet het uitgangspunt. Zeker inzake nieuws en informatie moet de openbare omroep het grote verschil kunnen maken, ook al gaat deze focus ten koste van de kijkcijfers. Een pervers effect van de kijkcijfers als performantiemaatstaf op te nemen in de beheersovereenkomsten, was een zekere vervlakking van de journaals. Dit was geen goede zaak voor het kwaliteitsaspect van de informatietaak.

2.10. *Gratis op open net?*

Het Vlaams Parlement stelde destijds bij de opstart van digitale televisie in Vlaanderen en daarna nog eens na het Flikken-incident dat elk programma dat met belastinggeld is gemaakt of gekocht eerst gratis op het open net moet getoond worden. Digitale televisie was toen amper voorbij de fase van de marktintroductie en nog maar weinig Vlamingen keken al digitaal televisie. Ondertussen is de situatie totaal veranderd. Vorig jaar alleen al was er een aangroei van 440.000 digitale kijkers. Vandaag zijn er reeds meer digitale dan analoge kijkers. Kunnen de previews tegen betaling dan ook niet beter aanvaard en verantwoord worden bevonden, ook als deze programma’s of reeksen nog niet op het open net vertoond zijn? Wellicht wel.

Hoe men het ook draait of keert, het afgeschafte kijk- en luistergeld is in de praktijk in een verkapte vorm weer opgedoken. Een verkapte vorm, omdat er nu opnieuw moet betaald worden voor (publieke) programma’s, die achter de fameuze rode knop gecodeerd zitten. Want dit kan enkel met een abonnement voor digitale televisie.

Het is bovendien een feit dat het gratis aanbod van de openbare omroep voor de commerciële zenders een rem is op de ontwikkeling en uitbouw van nieuwe en bijkomende inkomsten, die voor de generalistische zenders meer dan noodzakelijk zullen zijn.

¹¹ Engelse prof Communicatiewetenschappen - uit www.dewereldmorgen.be – “Minder VRT maakt dom”, 31 maart 2010.

¹² De Morgen, 31/03/10 – “Huizen van toenemend wantrouwen”.

2.11. Digitale radio en het knipperlichtenmodel

Zodra het experiment van Telenet slaagt om, via de nieuwe LTE-technologie¹³ een veel hogere up- en downloadsnelheid van de mobiele breedbandtechnologie te bereiken, wordt het mogelijk om te internetten in de auto. Dan wordt ook ‘realtime’ televisie kijken op de gsm en mobiele ‘videoconferencing’ werkelijkheid. Dat wordt ook de doorbraak van de digitale radio in de wagen en het einde van de huidige etherfrequenties. Misschien beter nu meteen nog een aantal frequenties te gelde maken?

De publieke radio opereert in een concurrentiemodel. Als de commerciële tegenvallende radioreclame-inkomsten hebben, is er de economische logica dat ze het zelf moeten klaren zonder dat een overheid de verminderde inkomsten bijpast.

Het argument dat het knipperlichtenmodel voorkomt dat de publieke opdracht in het gedrang komt, valt sterk te relativiseren. Simpelweg omdat deze publieke opdracht, zoals ze decretaal beschreven staat, toch niet correct wordt ingevuld. Het knipperlichtenmodel bewijst geen nut. Als het concreet aantoonbaar is dat de huidige dotatie ontoereikend is voor een correcte invulling van de publieke opdracht, dan moet de overheid bijpassen vanuit de algemene middelen.

Het stemt tot nadenken dat de VRT jaarlijks in haar jaarverslag jubelt dat ze het financieel goed doet – al was het jaarslag over 2009 al wat genuanceerder – maar dat dit wel komt doordat de laatste jaren de put gedempt werd door het knipperlichtenmodel. Tijdens het bezoek van de Mediacommissie aan de VRT op 15 januari 2010 beaamde de financieel directeur Wijnants dat er voor de lopende beheersovereenkomst naar schatting 20 miljoen euro extra door het knipperlichtenmodel werd ontvangen.

2.12. Exclusiviteitscontracten en eigendomsrechten

Kan de openbare omroep blijven werken met langlopende exclusiviteitscontracten met productiehuisen, met termijnen die de looptijd van een beheersovereenkomst ver overschrijden? Langlopende contracten alleszins niet, misschien wel een exclusiviteit van maximaal één televisieseizoen of iets langer.

Exclusiviteitscontracten kunnen zeker niet langer afgesloten worden zonder de noodzakelijke transparantie en de garantie van marktconformiteit, wat vandaag niet het geval is.

Bij het afsluiten van exclusiviteitscontracten speelt tevens de rechtenproblematiek mee. De intellectuele eigendomsrechten, vooral dan de auteurs- en beeldrechten, zullen een cruciale rol spelen in het digitale medialandschap, zeker met de aangroei van de distributieplatformen.

Het is zowat de plicht van de VRT haar rechten te maximaliseren. Als een programmaformat een succes blijkt op onze openbare televisie, is de kans groot dat het format in het buitenland verkocht of op een ander manier gecommercialiseerd wordt. Het is belangrijk dat dan zowel het aanleverend productiehuis als de openbare omroep een graantje meepikken van deze opbrengsten. Met een billijke verdeling voor beide partijen.

Een van de kantelmomenten in de Vlaamse audiovisuele sector volgend jaar wordt zeker de verdere bedrijfsontwikkeling van het productiehuis Woestijnvis en diens holding De Vijver. Het bedrijf gaat stilaan verder dan de creatie van content – gegenereerde inhoud – alleen.

¹³ Long Term Evolution.

Woestijnvis is zeer belangrijk voor de VRT; dat is een open deur intrappen. Als echter zou blijken dat de VRT zonder dit productiehuis amper overleeft, zou dit het ultieme bewijs zijn van strategische fouten van het VRT-management van de laatste jaren.

De openbare omroep heeft alle belang bij transparantie en een duidelijke beleidslijn aangaande de eigendomsrechten. In het verleden ging men hier veel te lichtzinnig mee om. Er is vooralsnog geen eenduidige interne beleidslijn over het al dan niet behouden van auteurs- en beeldrechten of afstaan aan het productiehuis.

Zo is het een publiek geheim dat de productiehuizen niet gelijk behandeld worden. Waarom kan het ene productiehuis alle rechten behouden en kunnen de andere dat niet? Dat lijkt ons willekeur of favoritisme en is zeker geen neutraliteit waarvoor de openbare omroep nochtans moet staan.

Het is ook geweten dat het faciliteitenbedrijf Alfacam¹⁴ vaak opnames van klassieke concerten verzorgt in opdracht van de openbare omroep, omdat het bedrijf hiervoor specifieke HDTV-camera's en televisiewagens heeft. Dit zijn dikwijls uitvoeringen van het Vlaams Radio Orkest of het Vlaams Radiokoor. De betrokken VRT-medewerkers mogen hiervoor echter geen rechten voor de VRT laten gelden. Deze rechten worden vaak als deal afgestaan aan Alfacam. Men zou minstens verwachten dat die concerten toch enkele keren door de publieke omroep uitgezonden kunnen worden. Dat is echter niet het geval.

Een ander voorbeeld dateert van 2009. Toen de archiefbeelden van een concert met Toots Thielemans ter beschikking werden gesteld aan de RTBF, was men in de veronderstelling dat het om een VRT-RTBF-coproductie ging, wat wel vaker gebeurt. Het opnamemateriaal belandde echter bij een Waals productiehuis dat achter ieders rug om een overeenkomst had gesloten met Alfacam. Het gevolg was dat Alfacam dit programma ongelimiteerd kan uitzenden en de VRT maximum vier keer. Wel niet echt fair van de RTBF.

2.13. *Technologische innovator*

In de vorige beheersovereenkomst werd er bijzonder veel belang gehecht aan een voortrekkersrol in technologische innovatie. De vraag is of, ondanks het regeerakkoord, hierin alsnog een rol weggelegd is voor de openbare omroep. Moet de VRT zich daar eigenlijk nog mee bezighouden? Het is geen kernactiviteit en we moeten lessen durven trekken uit het dure e-VRT-verhaal. Met de huidige context is het niet langer de taak van de omroep om samen met ICT-bedrijven of distributeurs hoogtechnologische medianieuwigheden te ontwikkelen of om te pionieren in techniek, waarvan men niet kan inschatten of er een marktvraag voor is. Bij de marktintroductie van een nieuwe techniek is de fase van 'early adopter' meer dan vroeg genoeg voor de VRT om op de kar te springen. Het kan wellicht beter zijn wat af te wachten naargelang de acceptatiegraad door de markt; dit als kostendrukkend middel. Omdat innovatie in de mediemarkt geenszins een decretale prioriteit is voor de VRT, kan de overheidsfinanciering hiervoor best verder afgebouwd worden tot het minimale. Wel blijft er nood aan een soort stafafdeling binnen de publieke omroep die de noodzakelijke competenties in huis heeft om technologische mediaevoluties op te volgen, als ondersteuning voor strategische managementbeslissingen.

2.14. *VRT-websites*

Met haar online nieuwsaanbod via websites is de publieke omroep in het vaarwater van de uitgevers gekomen. Door de geringe economische schaal hebben de Vlaamse uitgevers

¹⁴ Vlaamse onderneming die wereldwijd tv-faciliteiten en diensten aan omroepen en productiehuizen aanbiedt.

sowieso al een kleine markt. Er zijn ook maar weinig of geen exportproducten en het aantal mediagroepen wordt almaar kleiner en geconcentreerder.

Een alternatief marktsegment via internet was dan ook welgekomen voor bijkomende reclame-inkomsten. Al is het internet geen eenvoudige omgeving met de diverse internetactoren die allen een deel van de publieksaandacht willen en dat in een zeer gefragmenteerd en uitgebreid domein.

De winstgevendheid voor de Vlaamse media staat onder druk door de aanwezigheid van de openbare omroep, omdat die voor verschillende van haar sites reclame verwerft en diverse nieuwe commerciële inkomsten genereert. Op vandaag is er geen juridische afbakening voor de internetactiviteiten van de VRT. De printmedia volgt dan ook met argusogen de online ontwikkelingen van de openbare omroep.

De finale hamvraag is of de Vlaamse uitgevers op termijn een renderend betaalmodel van hun nieuwssites kunnen ontwikkelen. Sinds Rupert Murdoch¹⁵ koos voor de betalende toegang tot zijn informerende websites en dit met de steun van Google¹⁶, zal de balans in Vlaanderen vroeg of laat ook wel omslaan in die richting. Zit hierin een nieuwe inkomstenbron voor de VRT?

De lopende beheersovereenkomst laat, volgens de website van de VRT, toe:

- De VRT zal haar programma's en diensten via alle relevante platformen en toestellen, zowel crossmediaal als multimediaal, lineair en niet-lineair aanbieden.
- Naast radio en televisie worden ook het internet en de mobiele beleving als belangrijke media erkend.
- De VRT kan lineaire en niet-lineaire verrijkte inhoud, interactieve diensten en aanbod-op-aanvraag ontwikkelen (VIA).

BEHEERSOVEREENKOMST

Artikel 6: schrappen Begrippenkader

§1. De VRT brengt zijn generalistisch aanbod voor iedereen, zijn generalistisch aanbod voor doelgroepen, zijn specialistisch thematisch aanbod onder net-merken via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet en Mobiel.

§3. Het Internet-aanbod is een aan het medium aangepast aanbod dat gegroepeerd onder een net-merk via een open elektronisch breedbandnetwerk aan de mediagebruiker wordt aangeboden. Het Internet-aanbod gaat in op de behoefte van de mediagebruiker tot een individuele mediabeleving.

2.15. *Maximale toegang met maximale kwaliteit*

Het samengaan van maximale toegankelijkheid van het VRT-aanbod met een maximaal kwaliteitsniveau is de grote uitdaging voor de nieuwe beheersovereenkomst. Geen eenvoudige opgave met moeilijk meetbare performantiemaatstaven. De VRT heeft de zorgplicht voor een gediversifieerd, kwalitatief en performant aanbod. Dit bewerkstelligt op haar beurt een hoge kwaliteitsnorm voor de commerciële in het Vlaamse concurrentiële medialandschap.

¹⁵ Amerikaanse mediatycoon, eigenaar van 's werelds grootste mediagroepen.

¹⁶ Populaire zoekmachine voor internetsites.

Deze sturende rol in kwaliteitsbewaking in de mediasector is vandaag een fundament van het maatschappelijk draagvlak van de VRT. Met een hoge kwaliteitsmaat voor informatie, nieuws, duiding en journalistiek zet de openbare omroep niet alleen de audiovisuele maar ook de print- en telemedia aan tot kwaliteitsverhoging.

In de lopende beheersovereenkomst heeft de VRT onder meer de opdracht van een specialistisch thematisch aanbod in het derde spoor in de openbare omroepdomeinen Cultuur, Sport en Nieuws. Het gaat onder meer over de nieuwssite op internet, waarvan het de bedoeling is kwalitatieve en onafhankelijke informatie te garanderen via snelle informatie en live streamen van belangrijke evenementen. Het derde spoor gaat over een aanbod op de plaats en het tijdstip dat de mediagebruiker het best past.

2.16. *Samenwerking en gepaste neutraliteit*

De grootste en wellicht tevens de moeilijkste uitdaging is de noodzakelijke samenwerking van de openbare omroep met haar concurrenten en een gegarandeerde neutraliteit vanuit de VRT tegenover alle media-actoren.

In de mediasector is partnerschap de meest geschikte modus voor schaalvergroting en kostenbeheersing. Dit wordt weliswaar bemoeilijkt door de Europese mededingingsregels. Samenwerking wordt weliswaar meer en meer de boodschap. De VRT kan zich daarenboven niet permitteren om bijvoorbeeld enkel previews aan Belgacom aan te bieden. Een belangenverstrengeling zoals met Corelio kan in de toekomst echt niet meer. We mogen met de reclameregie voor het internet, Pebble Media, niet dezelfde weg als de VAR opgaan. Exclusiviteitscontracten zijn uit den boze. De terbeschikkingstelling van beeldmateriaal voor internettoepassingen zal neutraal moeten zijn. Dus geen voordelige voorwaarden en afspraken of ondoorzichtige ruiloperaties met specifieke partners.

Samenwerking impliceert gemeenschappelijke structuren en daarbij is transparantie zeker het sleutelbegrip. Ook een strikte scheiding van de belangen is noodzakelijk. Als een structurele partner bijvoorbeeld op een bepaald moment een nieuw tijdschrift lanceert, is die strikte scheiding sowieso geen eenvoudige zaak.

Naast de vraag of er marktconforme prijzen worden gehanteerd, zal er immers altijd een zweem van favoritisme rond de VRT-kanalen hangen. Want wie zal bepalen wat inhoudelijk aan bod komt in bepaalde programma's? De overdreven VRT-aandacht voor het tijdschrift Goedele en de specials rond VRT-schermmfiguren Erik Van Looy en Tom Waes is een voorbeeld van hoe het in de toekomst niet meer kan. De ruggensteun van de openbare omroep is effectief een hefboom. Met deze positie moet dus heel omzichtig en correct worden omgesprongen.

2.17. *Personeelsbeleid*

De VRT-medewerkers mogen niet vergeten dat ze niet voor een gewone omroep werken, maar wel voor een publiek bedrijf met een publieke opdracht. Daarvan moeten ze doordrongen zijn en bij hun carrièrekeuze moeten ze beseffen wat de implicaties ervan zijn.

De carrièreplanning van medewerkers met vedettepotentieel moet beter gekaderd zijn. Het kan niet dat de openbare omroep louter wordt gebruikt als kweekvijver van talent om personen te lanceren, die de grote gecreëerde marktwaarde vervolgens ten persoonlijke titel verzilveren bij diezelfde omroep, door een bvba op te richten en zich als zelfstandige per prestatie royaal te laten betalen. De VRT moet het vertrek van een mediafiguur of een productiebedrijf kunnen dragen zonder gedesoriënteerd te zijn.

3. Aanbevelingen voor de nieuwe beheersovereenkomst

De aanbevelingen voor de nieuwe aankomende beheersovereenkomst bevatten die elementen die vanuit het Vlaams Parlement werden gepercipieerd als belangrijke aandachtspunten. Gezien de aard van deze conceptnota is het geenszins het opzet om een model-beheersovereenkomst op te maken. Dat is het werk van de openbare omroep en de Vlaamse Regering. Het Vlaams Parlement vraagt beide partijen wel om met de bezorgdheden en expertise vanuit het Vlaams Parlement rekening te houden. De knelpunten kunnen best samen met de aanbevelingen worden gelezen.

3.1. *De commerciële activiteiten*

We moeten komen tot een situatie waarbij elke mogelijke nieuwe commerciële activiteit die nog niet expliciet voorzien is in de beheersovereenkomst, pas kan geëxploreerd worden na een beoordeling door de toegewezen controle-organen en dit na de opname van deze bepaling in het beheerscontract via een addendum.

De achterliggende reden voor deze aanbeveling is de nood aan een betrouwbaar kader voor de business development van de VRT. Zolang er geen duidelijke lijn zit in het economische en commerciële gedrag van VRT blijft dit een knelpunt voor de private bedrijven in de sector. We moeten streven naar een evenwichtig samengaan van de publieke en private spelers. Temeer omdat de sector arbeidsintensief en conjunctuurgevoelig is. Geringe verschuivingen in deze markt werken meteen in op de kwetsbare lagen in de audiovisuele arbeidsmarkt. Met deze kennis moet rekening worden gehouden bij de business development van de VRT.

In Duitsland bestaat er sinds 1 juni 2009 het 12e ‘Rundfunkänderungs-staatsvertrag’¹⁷, waarin duidelijke grenzen opgenomen zijn voor de aanwezigheid van de openbare omroep op het internet, zonder die tegenwoordigheid in vraag te stellen. Zo is het voor de Duitse publieke omroep onder meer verboden om spelletjes en muziek aan te bieden. Nieuwe telemedia-initiatieven¹⁸ van publieke omroepen worden door de raad van bestuur aan een driestappentest onderworpen. Die gaat onder meer na of het voorstel een meerwaarde biedt voor de democratische, sociale en culturele behoeften van de Duitse samenleving. Ook het kwalitatief aspect en het effect op de concurrentie worden nagegaan. Tevens onderzoekt men de noodzakelijke financiële middelen. Hierbij geldt de redenering dat alles wat niet uitdrukkelijk is toegestaan, ook niet mag. Het is opportuun dat er in de nieuwe beheersovereenkomst iets dergelijks wordt opgenomen.

Een zeer duidelijke afbakening van de commerciële activiteiten met een ingebouwde plafonnering zal de commerciële omroepen meer zekerheid bieden voor hun strategische planningen, waardoor zij op hun beurt minder zullen discussiëren met de aandeelhouders van de VRT. Dit alles zal hopelijk de controverse doen luwen over de ontplooiende en uitgebreide commerciële activiteiten van de publieke omroep.

Financiële transparantie en duidelijkheid inzake de commerciële activiteiten en de inkomsten- en uitgavenstroom zijn belangrijke katalysatoren voor kostenefficiëntie, verantwoordingszin en marktevenwicht. De VRM moet daarom absolute controle kunnen uitoefenen op de financiële processen en engagementen, tot en met inzage in de contracten. Pas dan is er echte controle op de marktconformiteit inzake reclamatarieven en de naleving van de wetgeving.

¹⁷ Staatsverdrag inzake omroep en telemedia.

¹⁸ Telemedia = online mediadiensten.

3.2. *Radioreclame*

De nieuwe beheersovereenkomst is de uitgelezen kans om klare wijn te schenken over de publieke hitradio MNM. De verkoop van de radiofrequenties van MNM moet worden overwogen. Mits een kleine herpositionering van de andere openbare radionetten, zullen wellicht alle beoogde doelgroepen bereikt blijven. Als de frequenties van MNM bij de VRT blijven, zou er geopteerd kunnen worden voor een bijkomende publieke zender voor de 45-plussers. Omdat die commercieel oninteressant is, is dit een opdracht voor de openbare omroep.

Uiteraard moet bekeken worden hoe de radioreclame-inkomsten van MNM dan kunnen gecompenseerd worden door de andere radionetten of door nieuwe activiteiten. Radiofrequenties brengen nu zeker meer op dan over tien à vijftien jaar. Wellicht worden ze quasi waardeloos na de saturatie van de digitale kanalen en internetradio. Nu kunnen ze nog te gelde gemaakt worden.

In de toekomst zullen de radioreclame-inkomsten steevast dalen. De plafonds – zowel minimum als maximum – van het knipperlichtenmodel uit de beheersovereenkomst kunnen daarom best op een dynamische manier aangepast worden. We moeten vrijdelen dat de Vlaamse overheid jaar na jaar financieel moet bijpassen door tekorten inzake radioreclame-inkomsten. Dat is mettertijd niet langer verdedigbaar bij de Europese Commissie. Transparantie en marktconformiteit zijn fundamenteel om dit inkomstenverhaal leefbaar te houden.

De afgelopen periode bleken de berekeningen van de bedragen die in aanmerking kwamen voor het knipperlichtenmodel, niet transparant te zijn. Het huidige systeem van systematisch bijpassen door de Vlaamse overheid is bovendien niet langer houdbaar, net zo min als de beweegreden ervan. Ook hier moet een navenante oplossing worden gezocht in het kader van strikt gescheiden geldstromen tussen de dotatie en commerciële opbrengsten met een afbakening van de opdrachten binnen de prioritaire publieke opdracht van de VRT. Hier past tevens de bedenking dat een optimalisatie van de inkomsten voor het gebruik van het VRT-archief, voor het aanbod aan mediaproducten en line extensions en vooral voor de rechten, opportuun is. Er mag echter geen platte commercie zijn. De commerciële inkomsten kunnen immers niet onbeperkt stijgen omdat dit marktverstorende effecten heeft. De VRT zal nog andere nieuwe inkomsten moeten zoeken onder meer een taks op de distributeurs of bepaalde kosten aanrekenen aan de gebruikers mits respect voor de Europese regels ter zake.

Een vorm van rentabilisatie van het telemediamateriaal van de openbare omroep zou kunnen door een betalend aanbod van beeldmateriaal aan andere websites. De Vlaamse commerciële zenders als VTM en VT4 kunnen hierbij betrokken worden in een soort ‘stermodel’ zoals in Nederland, maar dan louter voor beeldmateriaal.

Met de reclame- en sponsorinkomsten via onlinediensten moet de openbare omroep omzichtig omspringen. Voor ons kan een sponsor voor *sporza.be* wel, maar niet voor *deredactie.be* bij voorbeeld. Ook dit moet duidelijk omschreven worden in de nieuwe beheersovereenkomst met dynamische plafonds die liefst tweejaarlijks, in functie van de marktontwikkelingen, heronderhandeld worden.

In de nieuwe beheersovereenkomst zal sowieso duidelijk moeten omschreven zijn wat wel en wat niet tegen betaling kan worden aangeboden. Dit zijn volgens ons strategische beslissingen die daarom door de raad van bestuur van de VRT moeten worden beslist.

3.3. *Kwalitatieve meerwaarde via de zorgplicht*

Kwaliteitsprogramma's moeten primeren op kijkcijfers. Vier programma's met telkens 'slechts' 200.000 kijkers zijn minstens even belangrijk als één uitzending met 800.000 kijkers.

De VRT moet niet alles uitzenden, maar wat ze uitzendt moet kwalitatief beter zijn dan de commerciële zenders, om het verschil te maken.

Indien de aankomende trends in rekening worden gebracht en ook het aankomend consumentenprofiel van de mediagebruiker au sérieux wordt genomen, dan moet sowieso de kaart van de kwalitatieve meerwaarde getrokken. Cas Goossens' adagium 'making good programs popular and popular programs good' moet hoog in het vaandel staan. Dergelijke bakens van creatieve kennisverrijkende inhoud en prikkelende cultuurelementen zijn een belangrijk tegengewicht voor het platte amusement en de misleidende realitytoestanden.

De zorgplicht beperken tot informatie alleen zou een sterke verenging zijn van de publieke opdracht van de VRT en is niet aan de orde. De taak van de openbare omroep bevat dan wel een contradictie tussen mediabedrijf en culturele instelling/instrument om cultuur te brengen, toch kan er voor de nieuwe beheersovereenkomst alsnog geen sprake zijn van een opsplitsing in specifieke entiteiten rond de cultuur- en informatiezorg.

Dat de aantrekkingskracht van informatieve, nieuws- en duidingsprogramma wordt versterkt door een inbeddende programmatie met amusement heeft de VRT bewezen. Die inbedding mag niet het hoofddoel worden en moet ondergeschikt blijven aan de prioriteit van cultuur en informatie. Zeker ook omdat de mediasector een evolutief landschap is en er almaar meer mediagebruik gebeurt buiten radio en televisie om.

Het belang van de goede populaire eigen programma's hoeft niet alleen door de VRT en haar dotatie te worden gedragen. Het Vlaams Audiovisueel Fonds zou kunnen subsidies geven aan alle Vlaamse mediaproducten die aan bepaalde culturele kwaliteitsvereisten voldoen. Dit zou meer kansen moeten bieden aan de kleinere productiehuisen die momenteel de oneerlijke concurrentie van Woestijnvis moeten ondergaan. De VRT hoeft niet de enige audiovisuele drager voor goede programma's van eigen bodem zijn. Wel moet ze hierin toonaangevend zijn.

Kwalitatieve criteria moeten een grotere rol spelen en er is meer nood aan buitenlands nieuws en duiding, zodat we niet op elke zender hetzelfde zien. De journalistiek pur sang en de onderzoeksjournalistiek moeten via de 'public broadcast' opnieuw gestimuleerd worden. Zelfs als deze niet onmiddellijk swingende kijkcijfers opleveren. De VRT moet gewoonweg het verschil maken met de commerciële, wat nu op het vlak van nieuws en duiding onvoldoende het geval is.

3.4. *Sportverslaggeving*

Exclusieve beeldverslaggeving van de grote sportevenementen blijft niet haalbaar voor de Vlaamse omroepen. Mogelijks wordt dit een activiteit voor de distributeurs, die er dan hun geld insteken. Wat ook kan en meer aanbevelingswaardig is, is een samenwerkingsmodel tussen de omroepen waardoor de mogelijkheid blijft van sportuitzendingen in open net. De dwingende kostenbeheersing bij de openbare omroep maakt samenwerking sowieso noodzakelijk. Dergelijke keuzes moet men aandurven. Niet elke sportcompetitie kan blijvend gratis worden uitgezonden. Wel moet de Vlaamse overheid erover waken dat bepaalde sportpakketten via 'open net streaming' gegarandeerd blijven. De verslaggeving

van heel specifieke sporttakken kan als betaalmodel worden ontwikkeld. Voetbal en tennis lenen zich hier zeker voor. Zo kunnen de belangrijke matches van Belgische ploegen en Belgische spelers in open net gebracht worden en de overige matches uit een competitie via een businessmodel dat door de distributeur ontwikkeld is. In dit scenario kunnen de productiehuisen en/of omroepen de beeldproducties voor de distributeurs verzorgen.

Dit alles moet bekeken worden in combinatie met een aanpassing van het decreet op de vrije nieuwsgaring, waarbij het aantal toegelaten minuten voor verslaggeving wordt opgetrokken. Qua kostprijs is dit voor de omroepen en de distributeurs een win-winsituatie. Alleen de houder van exclusieve sportrechten zou wat verliezen. Maar dan rijst de vraag of de prijzen voor bepaalde sportrechten wel zo exuberant hoog moeten zijn en of men niet boven zijn stand leeft.

Met de huidige tendensen kan de VRT beter haar klemtoon van sportrechten verschuiven naar sportproducties. Programma's over bepaalde sporten met sterke (Belgische) beoefenaars, die bij het brede publiek worden gebracht in aangepaste formats. Een voorbeeld hiervan is het programma over het Belgisch bobsleeteam en de uitstekende documentaires Belga Sport. Ook de samenwerking met regionale omroepen voor de verslaggeving van zaalsportcompetitie kan een synergie zijn.

3.5. *Ontsluiting archief*

De VRT heeft een belangrijk archief, dat Vlaams cultureel erfgoed is. De nieuwe beheersovereenkomst zal het daarom zeker ook moeten hebben over de digitalisering en ontsluiting van het VRT-archief. Dit belangrijk archief zou, samen met de archieven van de regionale en commerciële omroepen, toegankelijk moeten worden minstens voor specifieke doelgroepen als bijvoorbeeld leerkrachten en eigenlijk voor alle Vlamingen. Een denkpiste, ondertussen geconcretiseerd in vzw De Krook, is een centrum waar de verschillende archieven raadpleegbaar zijn. De inbreng van het VRT-archief zal hierin cruciaal zijn, alsook de rechtenproblematiek.

4. *Aanpak conceptnota*

Het Mediadecreet¹⁹ bevat een specifiek onderdeel over de beheersovereenkomst:

TITEL IV. – Beheersovereenkomst

Art. 16. De bijzondere regels en voorwaarden voor de toekenning van de financiële middelen ter uitvoering van de openbare-omroepopdracht, vermeld in artikel 6, worden vastgelegd in een beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT.

De beheersovereenkomst treedt in werking op de datum die door de Vlaamse Regering bepaald is.

Art. 17. §1. De beheersovereenkomst regelt in het bijzonder de volgende aangelegenheden:

1° de meetbare doelstellingen met betrekking tot het omroepaanbod, uitgaande van de openbare-omroepopdracht van de VRT en de vooropgestelde strategie, die invulling geeft aan de openbare-omroepopdracht, vermeld in artikel 6, §2. De meetbare doelstellingen hebben onder meer betrekking op de kwaliteitscontrole en op hetzij bereikcijfers, hetzij waarderingscijfers;

2° de doelstellingen betreffende de onderzoeks- en innovatieopdracht van de VRT, uitgaande van de openbare-omroepopdracht van de VRT en de vooropgestelde strategie die invulling geeft aan de openbare-omroepopdracht, vermeld in artikel 6, §2, vijfde lid, en in artikel 8;

¹⁹ Decreet betreffende de radio-omroep en de televisie van 27 maart 2009, gewijzigd bij: decreet van 24 juli 2009 (*Belgisch Staatsblad*, 16 september 2009), decreet van 18 december 2009 (*Belgisch Staatsblad*, 28 januari 2010).

- 3° de doelstellingen betreffende het personeelsbeleid, het financiële beleid, technologie en transmissie;
- 4° de berekening van de enveloppe aan financiële middelen die noodzakelijk is voor het verzorgen van het openbare radio- en televisieaanbod, vermeld in punt 1°, en de uitbetalingsvoorwaarden ervan. De bepalingen van de Europese richtlijn 2006/111/EG van 16 november 2006 betreffende de doorzichtigheid in de financiële betrekkingen tussen lidstaten en openbare bedrijven en de financiële doorzichtigheid binnen bepaalde ondernemingen zijn van toepassing;
- 5° de berekening van de financiering voor de toegevoegde opdracht voor onderzoek en innovatie;
- 6° het uitbrengen van een jaarlijks rapport voor 1 juni van het volgende jaar betreffende de uitvoering van de beheersovereenkomst gedurende het afgelopen kalenderjaar, en het uitbrengen van andere documenten die jaarlijks, al dan niet ter goedkeuring door de Vlaamse Regering, moeten worden voorgelegd;
- 7° de maatregelen bij niet-naleving door een partij van haar verbintenissen die voortvloeien uit de beheersovereenkomst.

Onder bereikcijfer als vermeld in het eerste lid, 1°, wordt begrepen het percentage van de bevolking dat binnen een bepaalde periode, namelijk een maand, week of dag, gedurende een bepaalde tijd afstemt op een bepaalde omroeporganisatie of op televisie of radio in het algemeen.

Onder waarderingscijfer als vermeld in het eerste lid, 1°, wordt begrepen het gemiddelde van de door de kijker of luisteraar gegeven score.

§2. De Vlaamse Regering kan in de beheersovereenkomst verdere regels bepalen voor de commerciële communicatie die de VRT krachtens artikel 48 kan brengen.

Art. 18. §1. De VRT kan nieuwe diensten of activiteiten die niet door de beheersovereenkomst zijn gedekt, pas uitoefenen na uitdrukkelijke toestemming van de Vlaamse Regering.

§2. De Vlaamse Regering vraagt daarover het advies van de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media, opgericht bij het decreet van 30 november 2007. In zijn advies houdt de sectorraad Media rekening met de observaties van derden. Het advies van de sectorraad Media wordt gepubliceerd op zijn website.

Het advies van de sectorraad Media houdt rekening met de belangrijke evoluties in de mediamarkt en in de technologie, met het evoluerende medialandschap en met de rol van de VRT daarin.

§3. De sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media evalueert de mediamarkt op basis van de wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap, het algemeen media-aanbod in de Vlaamse markt, de technologische evoluties, de internationale tendensen, de bescherming en promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit en de verwachtingen en behoeften van de mediagebruiker.

Art. 19. §1. De beheersovereenkomst wordt gesloten voor een periode van vijf jaar.

§2. De VRT legt uiterlijk zes maanden voor het verstrijken van de beheersovereenkomst aan de Vlaamse Regering een ontwerp van nieuwe beheersovereenkomst voor.

Als bij het verstrijken van de beheersovereenkomst geen nieuwe beheersovereenkomst in werking is getreden, wordt de beheersovereenkomst van rechtswege verlengd tot het ogenblik dat een nieuwe beheersovereenkomst in werking is getreden.

§3. Elke beheersovereenkomst en elke wijziging en verlenging van de beheersovereenkomst worden onmiddellijk meegedeeld aan het Vlaams Parlement.

Art. 20. §1. Ter voorbereiding van elke nieuwe beheersovereenkomst met de VRT organiseert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een publieke bevraging over de omvang van de openbare-omroepopdracht en de invulling ervan tijdens de nieuwe beheersovereenkomst, rekening houdend met belangrijke evoluties in de mediamarkt en in de technologie, met het evoluerende medialandschap en met de rol van de VRT daarin.

De sectorraad Media evalueert de mediamarkt op basis van de wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap, het algemeen media-aanbod in de Vlaamse markt, de technologische evoluties, de internationale tendensen, de bescherming en promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit en de verwachtingen en behoeften van de mediagebruiker.

§2. Voor de begeleiding van die publieke bevraging doet de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een beroep op wetenschappelijke experts.

§3. Op basis van de resultaten van deze publieke bevraging formuleert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een advies voor de Vlaamse Regering over de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT. Dat advies wordt gepubliceerd op de website van de sectorraad Media.

Art. 21. Het jaarlijkse rapport, vermeld in artikel 17, §1, 6°, wordt door de Vlaamse Regering voorgelegd aan het Vlaams Parlement voor 30 september.

Het doel van deze conceptnota is in eerste instantie om over de geuite kritieken, opmerkingen en aanbevelingen in de commissie Media van gedachten te wisselen. Hieruit kan een aanbeveling aan de regering resulteren. Een andere mogelijkheid is de conceptnota als basis te gebruiken bij de eventuele concrete uitwerking van een voorstel van decreet, dat een aanpassing van het Mediadecreet is. In dit laatste geval gaat de bijzondere aandacht naar:

- artikel 18: bepalingen rond nieuwe diensten en activiteiten van de VRT;
- artikel 19: de duur van de beheersovereenkomst;
- artikel 20: de voorbereidingen van een nieuwe beheersovereenkomst.

Carl DECALUWE

Paul DELVA

Johan VERSTREKEN

Veli YÜKSEL