



Vlaams
Parlement

stuk **2167** (2012-2013) – Nr. 1
ingediend op 4 september 2013 (2012-2013)

Gedachtewisseling

over de adviesopdracht
met betrekking tot het verzorgingsgebied
van de regionale televisieomroeporganisaties

Verslag

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door de heren Bart Tommelein en Veli Yüksel

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Philippe De Coene.

Vaste leden:

de heer Paul Delva, mevrouw Els Kindt, de heren Johan Verstreken, Veli Yüksel;
de heren Johan Deckmyn, Chris Janssens, Wim Wienen;
de heren Jean-Jacques De Gucht, Jo De Ro;
de heren Philippe De Coene, Chokri Mahassine;
mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck, de heer Marius Meremans;
de heer Jurgen Verstrepen;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

dde dames Vera Jans, Tinne Rombouts, de heer Johan Sauwens, mevrouw Katrien Schryvers;
de heren Frank Creyelman, Jan Penris, Wim Van Dijck;
de heren Peter Gysbrechts, Bart Tommelein;
mevrouw Yamila Idrissi, de heer Jan Roegiers;
de heren Wilfried Vandaele, Kris Van Dijck;
mevrouw Ulla Werbrouck;
de heer Luckas Van Der Taelen.

INHOUD

1. Uiteenzetting door de heer Patrick Deroost, gedelegeerd bestuurder van PPM.....	4
2. Vragen en bemerkingen van de commissieleden en bespreking	7
Gebruikte afkortingen	12

Op 9 juli 2013 organiseerde de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een gedachtewisseling over de adviesopdracht met betrekking tot het verzorgingsgebied van de regionale televisieomroeporganisaties. De analyses, conclusies en aanbevelingen werden gepresenteerd door de onderzoekers van Podium Perception Management (PPM).

1. Uiteenzetting door de heer Patrick Deroost, gedelegeerd bestuurder van PPM

De heer *Patrick Deroost* heeft onderzocht of de grenzen van de huidige zendgebieden die op de arrondissementen zijn gebaseerd, samenvallen met de nieuwsgebieden. Er werd gezocht naar homogene nieuwsgebieden en in welke mate die met de huidige zendgebieden samenvallen.

Er werd gevraagd die bevindingen te vertalen naar een meer praktisch niveau, met een aantal centrale onderzoeksvragen. Wat is de impact op de kijker, als men zendgebieden herbekijkt in functie van homogene nieuwsgebieden? Mogen de regionale televisieomroepen verwachten dat ze hiermee meer kijkers kunnen aantrekken en binden? Het hertekenen van gebieden zou een complexe operatie zijn. Er moet dus een voordeel zijn. Er werd onderzocht wat de impact is van de hertekening op de redactionele strategie of de nieuwsgaring en op de economische leefbaarheid van de omroepen.

De methodologie is gebaseerd op drie zaken. Ten eerste werd een literatuuroverzicht gemaakt van wetenschappelijke studies naar homogene gebieden. Het onderzoek bekijkt de homogene nieuwsgebieden vanuit het perspectief van de kijker. Er is studiewerk beschikbaar om vanuit het feitelijke gedrag van de Vlaming te kijken hoe die homogene nieuwsgebieden definieert. Dit studiewerk, geleverd door de Vlaamse universiteiten, bekijkt onder meer de invloedssferen van Vlaamse steden. Hierin werd de combinatie gemaakt van waar de mensen naartoe gaan om te winkelen, of voor aspecten als verzorging, sport, cultuur, onderwijs enzovoort.

Op basis van de literatuurstudie werd in een uitgebreid onlineonderzoek getracht om een brug te slaan naar het invullen van regionale nieuwsbehoeften. Een panel van kijkers van regionale televisieomroepen werd gepolst naar hun evaluatie van de huidige zendgebieden. Er werd gepeild naar de mate van interesse voor nieuws van de eigen zender, van andere regionale televisieomroepen en vanuit een alternatieve homogene regio.

Een derde bron van informatie in dit onderzoek waren de regionale omroepen zelf.

Vanuit die drie bronnen werd er per gemeente gekeken of de gemeente goed bediend wordt met het huidige zendgebied, of beter gediend zou zijn met twee omroepen. PPM ging ook na of er gemeentes zijn die een voorkeur hebben voor een ander zendgebied. Het gehanteerde principe is dat een gemeente pas een andere classificatie krijgt als minstens vijftig percent van de bronnen daarvoor pleit.

Bij de doorvertaling naar de regionale omroepen zijn er drie categorieën zendgebieden. De eerste categorie is die waarbij de hele hertekening weinig impact heeft. Het enige dat verandert, is dat er in de grensstreken heel wat gemeenten zijn die interesse hebben in nieuwsuitzendingen van twee regionale omroepen.

Bij een tweede categorie ziet men dat bijvoorbeeld AVS en ATV een bredere invloedssfeer hebben dan hun zendgebieden toelaten. AVS palmt een stuk in van TV Oost. ATV palmt zowel een stuk in van TV Oost als van TV Mechelen. Het zijn twee zenders die nu al groot zijn en waarvoor de interesse in nogal wat randgemeenten heel groot is. Soms betreft het zelfs een voorkeur.

Bij een derde categorie, met TV Oost en Ring TV, zou het fundamenteel anders moeten. Uit een studie van professor Van Hecke van de KU Leuven blijkt dat TV Oost volgens het concept van de homogene nieuwsgebieden beter uit elkaar zou vallen in een nieuwsgebied rond Sint-Niklaas en één rond Aalst. Het nieuwsgebied rond Aalst trekt heel wat gemeenten aan die nu bij Ring TV zitten. Ring TV kent hetzelfde fenomeen als TV Oost. Veel gemeenten zijn meer gericht op Brussel. Ring TV zou beter ofwel versmelten met tvbrussel, ofwel er intensief mee samenwerken. Een aantal gemeenten bij Ring TV zoekt meer aansluiting bij Mechelen. RTV Mechelen zou verliezen aan ATV, maar winnen bij Ring TV.

De vraag stelt zich of de hele operatie iets wezenlijks gaat veranderen aan de manier waarop de omroepen de kijker kunnen bedienen en de manier waarop ze worden gewaardeerd door de kijker. Een studie uit 2010 toont aan dat de regionale omroepen met een aantal structurele problemen kampen in verband met het bereik en de waardering. Het dagbereik van de regionale zenders wordt sinds 2007 op jaarbasis gemeten door een portable people meter. De maatstaf is dat men minstens een minuut moet hebben gekeken. Dit is een vrij lage drempel. Alle omroepen verliezen jaar na jaar bereik. Voor sommige omroepen is het bereik van het journaal heel laag. Er zijn zenders die in 2012 een dagbereik van tien percent hadden. Dit is een eerste indicatie dat er iets fundamenteels fout is. Een andere verontrustende evolutie is dat de regionale omroepen ook een oud publiek hebben. Het bereik is dalend.

Bij een onderzoek naar de oorzaken hiervoor, heeft men gepeild naar de interesse van de Vlaming voor regionaal nieuws. Die blijft heel actueel. De nationale media brengen al een hele tijd regionaal nieuws. Ook de kranten zijn hierin actief. Dit is dus niet de oorzaak van het dalende bereik.

Sinds de eerste metingen in 2010 is de waardering van sommige omroepen zeer laag. In de beheersovereenkomst van 2012 is overeengekomen dat de journaals van de regionale televisieomroepen een minimumwaardering van 7 op 10 zouden halen. Er zijn vijf omroepen die het goed doen, namelijk WTV, Focus-TV, TV Limburg, ATV en AVS. Er zijn er vier die dicht op de grens van het cijfer 7 zitten, met name RTV, tvbrussel, Ring TV en TV Oost en één die er onder zit, namelijk ROB TV. Diezelfde meting werd in 2010 al gedaan. Tussen 2010 en 2012 is de waardering verder gezakt. De gemiddelde waardering schommelde in 2010 rond de 7,5. De indicatoren zijn slecht en blijven longitudinaal dalen.

Men heeft de mensen gevraagd de journaals te beoordelen op aspecten als betrouwbaarheid, actualiteitswaarde en relevantie. Op het vlak van boeiende items en relevantie liggen de cijfers zeer laag. Er is een relatie tussen deze cijfers en die voor waardering.

Samenvattend stelt de heer Deroost dat het zinvol is om de gebieden te hertekenen en te denken vanuit homogene nieuwsgebieden. Dit is een basisvoorwaarde om de betrokkenheid bij de kijker te vergroten. Het is echter niet voldoende om de negatieve trend te keren. De redactionele strategie moet worden herdacht. De regionale omroepen moeten op een nieuwe manier regionaal nieuws maken.

In de bevraging van de regionale omroepen is opgenomen hoe zij hun redactionele strategie zien en hoe zij vandaag regionaal nieuws brengen. In grote lijnen gesteld, gaan ze ervan uit dat elke gemeente in haar gebied op een gelijkwaardige manier aan bod moet komen. Ze maken lokale nieuwsitems die ze in één uitzending samenbrengen. Dit is geen regionaal nieuws, maar een optelsom van lokale onderwerpen.

Bij de hertekening in homogene nieuwsgebieden moet er een centrumstad zijn. Deze centrumsteden zijn een belangrijke onderliggende verbindende factor. Elke omroep moet de kans krijgen om binnen een homogeen nieuwsgebied met kijkers met dezelfde interesses zich te gaan toespitsen op wat er gebeurt in de centrumstad. Veel meer nieuwsitems moeten geselecteerd worden in functie van relevantie van het nieuwsgebied. Zenders moeten meer creativiteit aan de dag leggen bij de keuze en de aanpak van nieuwsonderwerpen.

In de afgelopen tien jaar is de manier waarop nieuws wordt gebracht, fundamenteel veranderd. De omroepen moeten bekijken of ze hun redactionele strategie niet grondig moeten wijzigen. De cruciale vraag is hoe men ervoor zorgt dat de Vlaming de regionale omroep opnieuw als een relevante en boeiende bron beschouwt.

Een volgende vraag die onderzocht werd, is wat de impact is van de hertekening op de economische leefbaarheid. Er werd voorgesteld de impact op gemeentelijk niveau door te rekenen. De omroepen vonden dat dit weinig zin had omdat de pure lokale gemeentelijke inkomsten zeer klein zijn. Er werd daarom gekeken naar nieuwsgebieden vanuit het standpunt van de adverteerder. Wat zijn voor adverteerders homogene gebieden? Er is daarvoor gedeeltelijk teruggespreng naar het studiewerk dat voor het eerste deel werd gebruikt. PPM bracht studies samen, die de verschillende functies combineren zoals winkelen, uitgaan, verzorging enzovoort.

PPM kwam op deze manier tot drie grote invloedssferen, namelijk de kleinstedelijke invloedssferen voor dagdagelijkse en frequente aankopen, de regionaal stedelijke invloedssferen voor periodieke en uitzonderlijke aankopen en de grootstedelijke invloedssferen voor uitzonderlijke aankopen. De eerste twee zijn de zones die goed samenvallen met de gemeentes en de huidige zendgebieden. Deze worden nu goed afgedekt. Er is wel winst te boeken in de grootstedelijke invloedssferen. Men spreekt dan over de winkelorganisaties zoals Makro, Ikea, shoppingscentra zoals dat van Wijnegem en de Vlaamse centrumsteden met hun citymarketing.

De drie aangewezen supraregionale exploitatiegebieden zijn West- en Oost-Vlaanderen, Antwerpen-Limburg en Brussel-Brabant. De reclame-inkomsten van regionale omroepen liggen zeer laag. Het is zinvol om voor de regionale omroepen te overwegen een scheiding te maken tussen de redactionele en commerciële exploitatie. Men zou beter opereren vanuit de grote supraregionale organisaties om terug aantrekkelijk te worden voor regionale adverteerders die momenteel bij VTM en SBS zitten.

De regionale televisieomroepen hebben in de brutobestedingen aan televisiereclame slechts een aandeel van één percent. Dat staat niet in verhouding tot wat ze van deze bestedingen zouden kunnen ontvangen. De cijfers zijn niet van die aard dat ze adverteerders vertrouwen geven. Er moet worden gewerkt aan een betere positionering. De regionale omroepen moeten volgens de heer Deroost een antwoord bieden aan de agressiviteit van VTM en SBS, die al een hele tijd de regionale markt met een harde prijspropositie bewerken. De regionale omroepen hebben troeven om geen prijzenslag te moeten voeren. Ze zouden een valuepropositie in de markt kunnen zetten. Ze hebben door hun regionale verankering mogelijkheden om goede deals te maken op regionaal vlak.

Een derde probleem is het ontbreken van dé regionale omroep. De onderlinge verschillen tussen de regionale omroeporganisaties zijn groot. Nationale en supraregionale adverteerders wensen een uniform kwaliteitsniveau, en momenteel is de heterogeniteit tussen de regionale omroepen te groot.

Volgens de heer Deroost moeten de regionale omroepen zichzelf heruitvinden en opnieuw nieuws maken dat relevant en boeiend is en dat de concurrentie met de andere media aan kan. Indien met deze hypothesen rekening wordt gehouden, is het zinvol de operatie door te voeren. Dit zal echter niet voldoende zijn om de negatieve trend die de cijfers aangeven, te doen keren. Een aantal omroepen zal fundamenteel moeten ingrijpen in de manier waarop ze televisie maakt.

2. Vragen en bemerkingen van de commissieleden en bespreking

De heer *Veli Yüksel* informeert naar de wetenschappelijke onderbouw van de conclusies. Hij wil meer duidelijkheid over de richting van de hertekening die zou moeten gebeuren voor TV Oost en Ring TV. Hij wil ook graag weten of er cijfers zijn over de interesse van Vlamingen voor regionaal nieuws.

Een van de conclusies is dat er problemen blijven voor een aantal omroepen. Er is een grote daling van de waarderingscijfers tussen 2010 en 2012. Wat zijn de voornaamste redenen voor het aanhoudend dalen van de waarderingscijfers? Waarom slaan de journaals niet aan? De heer Yüksel vraagt zich af hoe nabij het nieuws is voor iemand die ver van de centrumsteden woont. De regionale omroepen hebben een beperkte tijd om nieuws te brengen. Door meer aandacht te vragen voor nieuws uit centrumsteden, pleit men tegen de essentie van regionale omroepen.

Hij vindt het onderscheid tussen de redactionele werking en de commerciële exploitatie een goed uitgangspunt. Hij vraagt of er, als men de exploitatie in drie tot vier gebieden clustert, voorstellen zijn voor mogelijke fusies of exploitatiemaatschappijen in een bepaald gebied. Hij geeft een voorbeeld waarbij een maatschappij uit West-Vlaanderen samenwerkt met een exploitatiemaatschappij uit een ander gebied, en vraagt zich af of dat mogelijk is.

De heer *Bart Tommelein* vraagt of er in de studie rekening is gehouden met de bestaande meerjarenovereenkomst zoals die van AVS, dat volgens de huidige overeenkomst ontkoppeld nieuws moet brengen over drie gebieden.

De minister deed mee dat ze een vergoeding wil op basis van het bereik. Is dat een bruikbare werkwijze voor de randprogrammatie of is dit enkel aangewezen voor de nieuws-items?

Er worden drie supraregionale exploitatiegebieden voorgesteld. In de wandelgangen vernam de heer Tommelein dat Roularta interesse toonde voor West- en Oost-Vlaanderen en Concentra voor Limburg en Antwerpen. Vlaams-Brabant zou dan in Corelio kunnen komen. Heeft men bij het uitvoeren van de studie daarover indicaties gekregen?

De heer *Wilfried Vandaele* heeft bedenkingen bij de hertekening in homogene nieuwsgebieden als basisvoorwaarde om de betrokkenheid van de kijker te vergroten. In het rapport leest hij de stelling dat het zinvol lijkt om naar een scheiding te gaan tussen de redactionele werking en de commerciële exploitatie. De drie argumenten die daarvoor worden aangehaald, vindt hij niet overtuigend. De redactionele werking is gebaat bij homogene nieuwsgebieden met de respectievelijke centrumsteden als bindend element. Dat is mogelijk, maar het is geen pleidooi voor de scheiding van de exploitatie en de redactionele werking. Het stuk van de commerciële exploitatie dat betrekking heeft op kleinstedelijke en regionaal stedelijke adverteerders en sponsors, blijft samenvallen met het zendgebied. De commerciële exploitatie die betrekking heeft op grootstedelijke adverteerders en sponsors, wordt best ondergebracht in een supraregionale organisatie, zoals ook nu RTVM de nati-

onale exploitatie doet. Hij heeft het gevoel dat dit eerder stellingen zijn dan onderbouwde conclusies.

De heer *Patrick Deroost* erkent dat dit het gevolg is van een onnauwkeurigheid in de presentatie. Hij bedoelt dat er naast een commerciële exploitatie ook moet gewerkt worden met een aanpak rond de centrumsteden. Het één vervangt het andere niet.

De heer *Jurgen Verstrepen* begrijpt dat de regionale omroepen kampen met een dalend bereik, een ouder wordend publiek en dalende advertentie-inkomsten. Hij concludeert hieruit dat de regionale televisie volledig moet worden heruitgevonden. Dit betekent dus ook dat de decreten moeten worden aangepast. Hij vraagt of dit een correcte gevolgtrekking is.

Er is een agressieve aankooppolitiek bij nationale omroepen. Hij stelt de vraag of ze zichzelf niet kannibaliseren op die manier. Ze zitten in de structuren van de regionale zenders en hebben een aan- en verkooppolitiek die haaks staat op die van de regionale zenders. De regionale televisie heeft een ander, misschien minder interessant inkomstenmodel. De vaststelling is dat ze lijden onder invloed van diegenen die in hun structuren zitten. Is het niet door de stiefmoederlijke behandeling door de groepen dat er geen investeringen meer gebeuren binnen de regionale omroepen?

De stelling dat de regionale omroep niet bestaat, vindt hij boeiend. Hij vraagt of er niet altijd een grote heterogeniteit geweest is.

De heer *Wim Wienen* meent dat het hertekenen van de nieuwsgebieden en de focus leggen op de centrumsteden, zaken zijn die ingaan tegen de initiële bedoeling van de regionale omroepen die werden opgericht om het lokale nieuws over het hele zendgebied te brengen. Naar welke soort van regionale omroep gaat men evolueren? Ring TV heeft bijvoorbeeld een specifieke opdracht om het Nederlandstalige karakter van de rand te bewaren. Als men dan nieuws uit Brussel moet brengen, zal die opdracht op het achterplan verdwijnen.

Het vergroten van de zendgebieden biedt voordelen voor ATV en AVS. De herverdeling geeft de bestaande regionale omroepen de kans om te overleven. De heer Wienen vraagt of deze stelling klopt, of dat eerder te verwachten is dat ze voor reclamewerving overvleugeld zullen worden door de grote zenders. Hij vermoedt dat er bij het invoeren van de commerciële exploitatie door drie supraregionale organisaties problemen zullen zijn bij de verdeling van de reclame-inkomsten. Hij informeert naar een mogelijke aanpak.

De heer *Philippe De Coene* vindt dat de concurrentie ten opzichte van de landelijke televisie slagvaardiger moet worden aangepakt en dat de commerciële exploitatie van een aantal regionale televisies niet van eigenaar moet veranderen. Men treedt dan in concurrentie met zichzelf. De Vlaamse Mediamaatschappij bijvoorbeeld is voor de helft in handen van een mediagroep die zelf de commerciële exploitatie doet van regionale zenders. Het doet er dan weinig toe welke media ontvangende partij zijn, want daarachter zit één en dezelfde ontvangende persoon. Volgens hem strekt het mogelijks tot aanbeveling dat die exploitatiegroepen losgemaakt worden van de televisiemakers, en van de groepen waarin ze nu vaak zitten.

De heer De Coene vraagt of de waardering op dezelfde wijze werd gemonitord als voor landelijke omroepen. Kwantitatieve bevragingen leiden tot kwalitatieve beoordelingen, zeker voor leeftijdscategorieën. Het publiek wordt schaarser en ouder. Het ene houdt waarschijnlijk verband met het andere. In de mate dat er geen nieuwe jonge kijkers komen,

worden de bestaande kijkers ouder en sterven ze letterlijk uit. Dit zijn correlerende fenomenen.

De heer *Bart Tommelein* wil weten of de bevraging online en de leeftijd van de kijkers van regionale omroepen niet met elkaar conflicteren. Misschien heeft men een deel van het doelpubliek niet bereikt. In bepaalde zendgebieden is het aantal mensen dat werd bevraagd laag. De vraag rijst dan of de grote verschillen in waardering wel representatief zijn. De gemiddelde score zal wel kloppen. Bij de verdeling in de zendgebieden loopt men volgens de heer Tommelein het risico dat de betrouwbaarheidsfactor minder groot is.

De heer *Daniël Poesmans*, consultant van PPM, deelt mee dat het bereik wordt gemeten op basis van een portable people meter. Dit meetsysteem meet onafhankelijk van de bron naar wat men gekeken heeft. Een signaal wordt opgestuurd en via een pager opgevangen. Een representatief panel van 1500 leden met voldoende respondenten voor elk verzorgingsgebied draagt een dergelijke pager de hele dag mee. Ze plaatsen die 's avonds in een docking station dat de gegevens terugstuurt. Men meet niet alleen het rechtstreeks kijken maar ook het uitgesteld en online kijken.

Het gemiddelde dagbereik daalt van jaar tot jaar. Een dagbereik is een percentage van de populatie binnen het verzorgingsgebied dat gedurende minstens één minuut naar een zender keek. Dit is een lage drempel. Bij het gemiddelde maandbereik – waarbij men het aantal mensen meet dat binnen de tijdsduur van een volledige maand wel eens kijkt – is het effect van de daling nog veel groter. Deze kijkers, die gedurende een hele maand niet één minuut meer gekeken hebben naar de regionale zender, is men definitief verloren. Het bereik daalt in alle leeftijdscategorieën, sociale groepen en opleidingsniveaus. Bijgevolg krijgt men een veroudering van het publiek omdat het bereik het hoogst ligt bij de oudste leeftijdscategorieën. Het bereik bij de jongste leeftijdscategorieën blijft eveneens systematisch dalen. Bij de waarderingscijfers moet men in acht nemen dat die waardering gevraagd werd aan de mensen die nog steeds naar het journaal kijken. Dit publiek wordt steeds kleiner. In principe zou dit van jaar tot jaar tot hogere waarderingscijfers moeten leiden. Het omgekeerde wordt vastgesteld.

In het onderzoek van 2012 werd gepeild naar de redenen voor de lagere waarderingscijfers. Een aantal factoren zoals betrouwbaarheid en actualiteit van het nieuws scoren vrij goed. De perceptie is dus dat het nieuws op een goede manier wordt gebracht en actueel is. Het wordt wel als minder relevant beschouwd, met name omdat het over lokaal nieuws gaat van gemeenten die verder van centrumsteden gelegen zijn of van de gemeente waar men woont. Bij Ring TV is dat een acuut probleem. Men meent dat het lokaal nieuws steeds over de andere kant van het gebied gaat. Het probleem is dat de zenders het nieuws over al de gemeenten willen verdelen. De opdracht is om regionale televisie te brengen. Het nieuws moet boeiend en interessant zijn voor de hele regio.

De heer *Christophe Druïne*, consultant van PPM, verduidelijkt dat de aanbevelingen om tot homogene nieuwsgebieden te komen, gebaseerd zijn op een literatuurstudie en een eigen onderzoek binnen een online panel. PPM heeft samen met verschillende universiteiten bekeken welk onderzoek reeds werd verricht rond homogene gebieden. Een belangrijke bron was het onderzoek bij 30.000 gezinnen in de jaren 2000 naar de invloedsferen van de Vlaamse steden.

Een andere methodologie onderzocht homogene gebieden en de samenhang tussen de verschillende gemeenten op basis van duizenden mobiele telefoniegegevens. Er is een mooie overlapping tussen de homogene gebieden op basis van mobiele telefoniegegevens en homogene gebieden op basis van de aantrekkingskracht van Vlaamse centrumsteden.

De gerichtheid op centrumsteden is dus vaak bepalend voor de afbakening van homogene gebieden.

In het onderzoek is PPM op zoek gegaan naar de verbindende factoren binnen een homogeen gebied. Grootsteden als Antwerpen en Gent hebben momenteel een te klein zendgebied. Opvallend was het gebrek aan homogeniteit van TV Oost. In Limburg spelen die centrumsteden niet zo. De informatie over dat wat een gebied homogeen maakt, zal elke zender moeten uitspelen in zijn redactionele strategie.

De heer *Patrick Deroost* vult aan dat men in de gegevens van het uitgebreide rapport een correlatie ziet tussen heterogene zendgebieden en hun waardering. ROB TV is daar een uitzondering op waar het zendgebied goed in elkaar zit. Hij benadrukt nogmaals dat alle regionale omroepen verder achteruitgaan. Verontrustend is ook dat de respondenten in de bevraging aangeven dat ze verwachten in de toekomst nog minder te zullen kijken. Dit is een goede voorspeller van de evolutie van het bereik en de waardering. De afkalving is niet gestopt.

In een onderzoek in 2010 werd de waardering van de randprogrammatie gevraagd. Die is dramatisch. De beheersovereenkomst richt zich op de waardering van de journaals. De eerste opdracht voor onderzoek van de regionale omroepen dateert van het jaar 2001. Er is dus al heel wat ervaring op dit vlak. De hoofdprioriteit is dat er terug een journaal wordt gemaakt dat relevant en boeiend is.

Misschien werd in de presentatie de aanbeveling om rond de centrumsteden te werken wat zwart-wit voorgesteld. Sommige omroepen huldigen de journalistieke strategie om elke gemeente binnen het zendgebied regelmatig aan bod te laten komen. De heer Deroost stelt voor om met een nieuwsaankpak te werken die relevant is voor het hele nieuwsgebied en boeiend voor alle kijkers. Dergelijke nieuwsitems zal men eerder in de centrumsteden vinden.

De vragen over de commerciële exploitatie gingen verder dan de ambities van het rapport. Het is een piste waarvan het zinvol is ze te bestuderen. PPM wil enkel aangeven dat de cijfers niet goed zijn. De regionale omroepen zullen moeten zoeken naar manieren om een alternatief te zijn voor de adverteerders.

De heer *Tom Sierens*, raadgever Media van Vlaams minister Ingrid Lieten, verduidelijkt dat er bij de onderhandelingen over de samenwerkingsovereenkomsten geluisterd werd naar de input van de regionale omroepen. AVS suggereerde om enkele onderwerpen te ontkoppelen voor de zones Eeklo en Oudenaarde. Uit het onderzoek blijkt dat deze steden te klein zijn om een verbindende functie te hebben. Als AVS akkoord gaat, zou men de samenwerkingsovereenkomst op dit punt kunnen herzien.

De vergoeding gebaseerd op bereik is volgens de heer *Patrick Deroost* een heikel punt. Er is daarover weinig eenstemmigheid tussen de omroepen. Hij heeft daar geen pasklaar antwoord voor. De studie in 2010 werd in nauw overleg met de omroepen uitgevoerd. Het is moeilijk om bij een dergelijk groot onderling wantrouwen een goede oplossing te vinden of beslissingen te nemen. Er is weinig gebeurd met het eerste rapport van 2010. De aanbevelingen erin zijn nauwelijks opgevolgd. Er is ook een emotioneel probleem. Als men de onderzoeken van de voorbije jaren samenvat, dan is de conclusie dat de omroepen zichzelf moeten heruitvinden. De spreker heeft niet het gevoel dat daartoe bereidheid bestaat. Als dit niet kan worden gekeerd, dan zullen de cijfers binnen twee jaar nog slechter zijn.

De regionale exploitatie moet niet veranderen. Het is wel zinvol om over andere exploitatiemodellen na te denken. Er zijn heel wat regionale adverteerders die over vrij veel budget beschikken die vooral adverteren bij VTM of SBS. Hij denkt dat als de regionale omroepen zich meer op hun niveau gaan organiseren en de bedrijven met proposities benaderen, waarbij ze niet alleen commercials verkopen maar ook een stuk animatie en redactionele omkadering geven, dan kunnen ze terug competitief worden.

De keuze voor een methodologie van een bevraging via internet staat niet haaks op de ouderdom van het publiek van regionale omroepen. De ouderen zijn namelijk de trouwste respondenten. Als er al een vertekening zou zijn, dan gaat die het tegenovergestelde effect hebben. Essentieel is dat er een neerwaartse trend is. Al de indicatoren zijn negatief.

De heer Deroost is ervan overtuigd dat de ontkoppeling van de exploitatie een goede oplossing zal zijn. VTM, SBS en Radio 2 zijn al jaren bezig om de regionale markt leeg te zuigen. De regionale omroepen zouden zich moeten bezinnen over een commerciële strategie die een antwoord biedt op de houding van de grote zenders. Dit zit voor een deel in het zoeken naar een andere propositie. Op de prijs inspelen, zal waarschijnlijk niet lukken. De grote centrumsteden zijn altijd goede partners geweest van de regionale televisieomroepen. Citymarketing beperkt zich niet langer tot de eigen regio. Brede samenwerkingsverbanden voor de exploitatie, lijkt een interessante piste.

De heer Deroost pleit ervoor om zonder taboes na te denken over de toekomst.

De heer *Bart Tommelein*, plaatsvervangend voorzitter, dankt de sprekers van PPM voor de interessante uiteenzetting.

Philippe DE COENE,
voorzitter

Bart TOMMELEIN
Veli YÜKSEL,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

ATV	Antwerpse televisie
AVS	Audio Video Studio
Focus-WTV	regionale televisiezender van West-Vlaanderen
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
PPM	Podium Perception Management
ROB	Regionale Omroep Brabant
RTV	regionale televisie
RTVM	Regionale TV Media
SBS	Scandinavian Broadcasting System
vtm	Vlaamse Televisiemaatschappij