



Vlaams
Parlement

ingediend op **457** (2014-2015) – Nr. 1
25 augustus (2014-2015)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers

over de vergelijkende studie
van openbare omroepen

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Bart Caron.

Vaste leden:

mevrouw Cathy Coudyser, de heer Marius Meremans, mevrouw Ann Soete, de heer Wilfried Vandaele, mevrouw Miranda Van Eetvelde, de heer Herman Wynants;
de dames Caroline Bastiaens, Karin Brouwers, Sabine de Bethune, de heer Joris Poschet;
de heren Lionel Bajart, Jean-Jacques De Gucht;
de dames Yamila Idrissi, Katia Segers;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

mevrouw Kathleen Krekels, de heren Bart Nevens, Ludo Van Campenhout, Karl Vanlouwe, mevrouw Manuela Van Werde, de heer Peter Wouters;
de dames Cindy Franssen, Tinne Rombouts, de heren Koen Van den Heuvel, Johan Verstreken;
de heren Rik Daems, Francesco Vanderjeugd;
de dames Tine Soens, Freya Van den Bossche;
de heer Imade Annouri.

INHOUD

I. Toelichting door Tim Raats.....	4
II. Bespreking.....	6
Gebruikte afkortingen	9

Op 2 juli 2015 organiseerde de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting met de heer Tim Raats, senior researcher van iMinds, over de vergelijkende studie van openbare omroepen.

I. Toelichting door Tim Raats

Tim Raats beperkt zich in zijn presentatie tot de resultaten van de benchmark-studie die hij samen met collega-professoren Hilde Van den Bulck (UAntwerpen) en Leen d'Haenens (KU Leuven) uitvoerde in opdracht van het departement CJSM en het kabinet Media. De VRT werd vergeleken met tien publieke omroepen voor meer dan 70 indicatoren. Voor de overzichten van de technologische en bedrijfseconomische evoluties, die de auteurs daaraan toevoegden, verwijst hij naar het rapport zelf.

Bij de vergelijking van de details moet men rekening houden met de verschillen tussen de omroepsystemen, ook al zijn ze alle publiek. Verder moeten de resultaten in hun context worden geplaatst: wordt een bepaald marktaandeel bijvoorbeeld betwist of toegejuicht? Tot slot volgt daaruit dat landen moeilijk in groepen te categoriseren zijn.

Onderzocht werden Nederland, Ierland, Denemarken, Oostenrijk, Wallonië, Zweden, Zwitserland, Noorwegen, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. De indicatoren werden geordend volgens thema's, waarvan hij als eerste het aanbod noemt. In alle beheersovereenkomsten en charters werd bekeken hoe de kanalen, de diensten, de spreiding, de culturele opdracht, de pluriformiteit en de kwaliteit worden geformaliseerd. Het tweede thema wordt gevormd door multimediale en digitale diensten: hoe vullen publieke omroepen hun online-opdracht in en op welke manier zijn ze actief op sociale en mobiele media? Het derde aspect is het publieksbereik en het doelgroepenbeleid met specifieke aandacht voor diversiteit. Het vierde thema is opdracht en organisatie. Hierbij noemt de spreker verschillende onderdelen zoals samenwerking, personeel, regionale werking, partnershipagenda en productiebeleid. Bij het laatste thema, met name de financiering, werd gekeken naar het budget, de kostprijs per inwoner en tegenover het bnp, en de verhouding tussen de publieke en de private inkomsten.

Tim Raats merkt op dat niet alle data voorhanden waren of toegankelijk bleken. Voorts waren ze niet altijd consistent. Zo wordt voor genres soms gewerkt met de indeling van Nielsen, soms met die van de EBU. Deze indelingen overlappen niet altijd. Verder moesten de onderzoekers ook keuzes maken met het oog op de haalbaarheid. Hij wijst op de verschillen tussen omroepmodellen en op de context. Het beeld dat de onderzoekers presenteren, vergelijkt hij dan ook met een snapshot. Er zijn voortdurend veranderingen, zoals de onderzoekers reeds in de redactiefase van hun rapport konden vaststellen. Het is ook moeilijk om te benoemen wat een goede score is.

De spreker gaat vervolgens in op het aanbod en toont een dia met het aantal tv-kanalen per omroep inclusief de digitale. Het is logisch dat de grotere er meer hebben. Bij verschillende stelt men regionale ontkoppeling vast. Voor radio geldt hetzelfde. Zo kwamen vorig jaar de regionale radiozenders in Nederland onder de koepel van de NPO. Die tendens ziet men in verschillende landen.

Wat spreiding betreft, blijken nieuws, duiding en fictie de belangrijkste pijlers. Het grootste aandeel entertainment is te vinden bij de Oostenrijkse ORF, de Noorse NRK en de Ierse RTE, terwijl het ontspanningsaanbod van de VRT gemiddeld is. Educatie en wetenschap hebben een groot aandeel bij de RTBF, de NPO en in Zweden, waarbij het aandeel van de VRT, die educatie transversaal ziet, moeilijk af te bakenen is. Voor alle elf zijn ontspanning en sport kerntaken.

Voor de radio is muziek de belangrijkste pijler, gevolgd door nieuws en duiding. Het aandeel entertainment varieert sterk. Veel meer dan bij tv is er sprake van uitgesproken profielen. De BBC is koploper in het sportaanbod. Overal komt cultuur veel minder aan bod, al is de afbakening lastig. De VRT doet het goed wat het aandeel binnenlandse en Europese producties betreft. In tegenstelling tot in Frankrijk en Ierland is het Amerikaanse percentage klein. Niet verrassend is dat de BBC het hoogst scoort voor binnenlandse en zeer laag voor Europese producties.

De invulling van de culturele opdracht loopt sterk uiteen. Ierland en Oostenrijk houden vast aan kunst en expressie, terwijl de meeste andere omroepen breder gaan. Noorwegen en Denemarken zijn uitschieters, maar de spreker nuanceert meteen dat het al dan niet meerekenen van fictie een groot verschil maakt in de bepaling van de percentages. Heel veel omroepen vullen de opdracht in met klassieke, jazz- of wereldmuziekradiozenders of met themakanalen op tv. Ook online is cultuur sterk uitgebouwd, behalve in Noorwegen.

Verder is er een tendens naar een toenemende pluriformiteit en onpartijdigheid, die oudere termen als objectiviteit en neutraliteit voorbijstreven. Men streeft er eerder naar verschillende meningen aan bod te laten komen in de plaats van de meeste objectieve. Daarnaast wordt kwaliteit steeds meer veruitwendigd.

Alle publieke omroepen bieden minsten één catch-updienst aan via digitale tv of online. De meeste hebben online livestreaming van hun lineaire netten, waarbij de VRT opvalt als de enige omroep die nog geen online on-demanddiensten aanbiedt. Previews zijn bij veel publieke omroepen ofwel niet aan de orde ofwel niet toegestaan, omdat hun aanbod zo breed mogelijk toegankelijk moet zijn. Alle omroepen, behalve de VRT, bieden een online visueel archief aan, waarbij vaak een onderscheid wordt gemaakt tussen privégebruik, onderzoek en onderwijs, en professioneel gebruik. De meeste van die diensten maken uit van de omroep zelf. Sommige hebben een zelfstandige structuur, zoals in Wallonië en Nederland (Beeld en Geluid).

De meeste publieke omroepen hebben een online aanbod voor nieuws, sport, cultuur en kinderen. Bij nieuws bestaat vrijwel overal de mogelijkheid van feedback, maar de VRT promoot dit niet. Men is, uitgaande van de redactionele onafhankelijkheid, weinig geneigd om het aanbod te linken met sites van kranten of partnerorganisaties. Het aanbod van kinderen vindt meestal plaats in geïsoleerde omgevingen zoals KetNet, al kan er vaak wel doorgeklikt worden naar een webwinkel.

Alleen Zweden en het Verenigd Koninkrijk vullen hun publieke opdracht technologie-neutraal in, terwijl het onlineaanbod van de meeste andere verwijst naar het lineaire. De omvang van de onlinediensten is niet duidelijk af te leiden uit de regels, die bijvoorbeeld een maximumaantal websites opleggen aan de NPO. Dit belet deze omroep niet veruit het grootste aanbod van alle publieke omroepen te hebben. Alleen in Oostenrijk leiden de strenge regels tot een vrij beperkt onlineaanbod.

Vervolgens bespreekt Tim Raats het marktbereik. De VRT scoort goed voor tv. Omdat de onderzoekers vergelijkbare omroepen selecteerden, liggen de aandelen vrij dicht bij elkaar. In Oost- en Zuid-Europa is het beeld heel anders. Het marktaandeel van de VRT voor radio bedroeg 72,6 percent in 2013, wat hoog is, al halen sommige nog meer zoals de Zwitsers-Italiaanse regionale omroep, de Zweedse publieke omroep en de Deense, met respectievelijk 80, 79 en 76 percent. Ook voor tv behoort de VRT tot de koplopers, samen met Noorwegen en het Verenigd Koninkrijk, al zijn de meeste nog steeds koplopers in hun mediamarkt. Vrijwel overal wordt het sterkste net voor zowel radio als tv door een publieke omroep aangeboden.

De spreker gaat in op het thema diversiteit. Op papier is die opdracht het meest uitgebreid ingevuld bij de VRT, samen met de BBC en de Zweedse publiek omroep, wat echter nog niets zegt over de uitvoering daarvan.

In verschillende landen (Zweden, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk) bestaan meerdere omroepstelsels. Overal, behalve in Zwitserland en Nederland, hebben de publieke omroepen een centrale basis. Bij alle omroepen is het bestuur in de loop der tijden opgedeeld in een raad van bestuur en een directie. Er zijn wel grote verschillen in wie voorzitter kan zijn en wie hem aanwijst, maar ook in de samenstelling, die politiek, deskundig of ideologisch kan zijn.

Daarna gaat de spreker in op de verdeling van interne en externe productie. De VRT blijkt samen met het Verenigd Koninkrijk koploper voor externe bestellingen. Het aandeel van aangekochte producties ligt hoog in Ierland, dat veel BBC-programma's aankoopt.

Wat personeel betreft, blijkt de VRT vrij efficiënt georganiseerd met zijn 2268 vte's, tegenover 22.000 bij de BBC. In verhouding tot het inwoneraantal doet Nederland het nog beter. De meeste hebben geen preferentiële partnerships of outputdeals. Experimenten daarmee zijn overal teruggedraaid, behalve voor commerciële takken als BBC Worldwide. Geen enkele stelt zich nog geïsoleerd op, alle hebben samenwerking in hun beheersovereenkomst of charter ingeschreven, vooral met culturele spelers maar ook met innovatie-actoren en de onderwijswereld. Opvallend zijn de vaak duidelijke beperkingen in de samenwerking met commerciële partners. Vooral in Scandinavië staat men daar weigerachtig tegenover.

Tot slot behandelt hij de financiering. Vrijwel overal, behalve in Vlaanderen en Nederland, bestaan licence fees: een jaarlijks bedrag dat door huishoudens wordt betaald. Voor de Britten en de Zwitsers ligt dat een pak hoger dan voor de Zweden. De meeste omroepen hebben daarnaast commerciële inkomsten, waarvan de percentages sterk uiteenlopen. De verdeling van de totale financiering loopt gelijk met die van het personeelsaantal. De BBC heeft de hoogste, Vlaanderen de derde laagste. De VRT kost de Vlaming 68 euro per jaar. Het aandeel van de commerciële inkomsten is erg beperkt in Zweden en Noorwegen.

Vergeleken met de andere spelers, ziet hij voor de VRT mogelijkheden op het vlak van het educatieve aanbod, de samenwerking bij de archiefontsluiting en als online player.

II. Bespreking

Het is *Karin Brouwers* opgevallen dat de VRT als enige geen online ondemandaanbod heeft. Hoe realiseren de andere omroepen dat? Moet de kijker betalen of zijn er commerciële boodschappen? Zijn er ook verschillen in de soorten van commerciële inkomsten? Hoe reageren de commerciële omroepen in landen waar meer mogelijk is dan hier?

Wilfried Vandaele had gehoopt om meer te vernemen over de verhouding tussen de publieke en de commerciële omroepen in andere landen. Hij noemt adverteren en participeren in productiehuizen. Hij kan zich niet voorstellen dat dit elders geen rol speelt en dat daar geen afspraken over bestaan.

Lionel Bajart vraagt of de vergelijking van de onderzoekers de conclusie van de EBU volgt dat de VRT met het budget een goed aanbod en bereik realiseert, of plaatst hij daar kanttekeningen bij? Levert het onderzoek goede of slechte voorbeelden op van de mediasector als ecosysteem? Welke verschillende systemen ziet hij voor de innovatie van de mediasector en de rol van de

openbare omroep daarin? Wat zijn goede voorbeelden van samenwerking op dat vlak? Welk budget zetten de openbare omroepen in het buitenland daarvoor in? Komt dat alleen uit hun dotatie?

Katia Segers vraagt hoe het aandeel van de commerciële inkomsten elders is geregeld, en wil in het bijzonder weten of het online wordt begrensd.

Joris Poschet vraagt wat de methodologische bezwaren zijn tegen een vergelijking met Zuid-Europese omroepen.

Bart Caron informeert of het onlineaanbod van andere omroepen lineair is of niet. Kan men in het rapport de verhouding tussen overheidsdotatie en alle andere inkomsten terugvinden?

Tim Raats deelt mee dat het innovatiebudget niet werd onderzocht. Het onlineaanbod is bij de meeste omroepen volledig gratis. Wel signaleert hij dat Nederland voor uitgesteld kijken in de richting van samenwerkingsverbanden ging met abonnementen of reclame. Hij wijst ook op de territoriale beperkingen voor buitenlandse kijkers. Opvallend is dat sommige programma's nog alleen worden aangeboden op iPlayer en niet meer op lineaire tv. Door connected tv en YouView is het verschil tussen tv en internet kleiner geworden in het Verenigd Koninkrijk. Daarin zitten ook gratis previews, zoals van de eerste aflevering van jongerenprogramma's.

De spreker bevestigt dat het aandeel van de commerciële inkomsten samenhangt met het type. In landen met een kleiner commercieel aandeel zijn zij beperkt tot line extensions en de verkoop van programmarechten. Andere landen staan ook sponsoring of reclame op radio of tv toe. Inkomsten uit onlineadvertenties worden door dochter- of zustermaatschappijen beheerd. Opvallend is dat de VRT de meest zichtbare advertenties heeft. Daarbij komt dat de advertenties die men als buitenlander ziet op www.bbc.co.uk, niet zichtbaar zijn voor Britten, die immers een licence fee betalen.

Participaties in productiehuisen komen voor, zij het zeer beperkt en altijd bij commerciële dochtermaatschappijen. Op de samenwerking met commerciële spelers in outputdeals konden de onderzoekers weinig zicht krijgen, al verzekeren de meeste studiediensten dat er geen meer zijn. In Nederland schroefde de Rekenkamer die praktijk van de NPO terug na een vermoeden van dumpingprijzen. Hij signaleert nog de distributiedeals die BBC Worldwide sluit voor de distributie van BBC-programma's, waarbij hij ook wijst op het steeds groter wordende verschil met de openbare omroep BBC, en op de invloed die de commerciële dochter op die laatste uitoefent.

Hij denkt dat het onderzoek voor een groot stuk de EBU-vergelijking bevestigt, voor zover het kwantificeerbare indicatoren betreft, en niet om andere zoals diversiteit en pluriformiteit. Online en multimediaal heeft de VRT nog wat marge in vergelijking met andere omroepen.

Veel omroepen hebben innovatie en een koploperspositie op dat vlak nog steeds in hun opdracht staan. Ierland is een interessante case op dat vlak, ook wat samenwerking met marktspelers betreft. Waar dat niet het geval is, mikt men vaak op samenwerking met de EBU en andere publieke omroepen.

Hij herhaalt dat de online-inkomsten moeilijk in kaart te brengen zijn, omdat ze niet altijd opgenomen zijn in de beheersovereenkomsten of de charters. In de meeste gevallen zijn ze wel begrensd, zoals bijvoorbeeld het duidelijkst in Scandinavië. De BBC heeft helemaal geen onlineadvertenties.

De keuze van de omroepen is mee bepaald door de opdrachtgever: Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en Nederland moesten erin, samen met vergelijkbare omroepen. Vergelijking met RAI en TVE is echter niet onmogelijk, maar in dit licht minder interessant.

Bij de meeste publieke omroepen is het onlineaanbod zowel lineair als niet.

Bart CARON,
voorzitter

Karin BROUWERS,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

BBC	British Broadcasting Corporation
bnp	bruto nationaal product
CJSM	Cultuur, Jeugd, Sport en Media
EBU	European Broadcasting Union
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
NPO	Nederlands publiek omroepbestel
NRK	Norsk Rikskringkasting
ORF	Österreichische Rundfunk
RAI	Radiotelevisione Italiana
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
RTE	Raidió Teilifís Éireann
tv	televisie
TVE	Televisión Española
UAntwerpen	Universiteit Antwerpen
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie