

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 333

van **WILFRIED VANDAELE**

datum: 22 september 2016

aan **SVEN GATZ**

VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

VRT - Exploitatie van afgeleiden

Het Mediadecreet (artikel 8) verleent de VRT toestemming om merchandising- en nevenactiviteiten te verrichten, rekening houdend met een aantal decretaal bepaalde voorwaarden. Via met name merchandising- en nevenactiviteiten haalt de VRT inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden van het programma-aanbod.

De exploitatie van afgeleiden wordt door de VRT in haar jaarverslag opgesplitst naar drie types: evenementen, merchandising en Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties. Volgens het Jaarverslag 2015 genereerde de VRT in 2015 6,6 miljoen euro aan inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden, terwijl de VRT in 2014 nog 8 miljoen euro aan inkomsten genereerde.

Regelmatig zien we op (o.a. de websites van) de openbare omroep boodschappen verschijnen over (fan)reizen. Een aantal voorbeelden: de Sporza-fietsvakantie, met Radio 2 naar de Baltische Staten, de Thuis-reis,...

Een ander verschijnsel dat we recentelijk opmerken, is dat de onlineradiospeler niet enkel een overzicht geeft van de speellijst van het radiostation, maar ook de mogelijkheid biedt om (via doorverwijzing) het nummer online aan te kopen (via iTunes).

1. Hoeveel (fan)reizen worden er jaarlijks georganiseerd rond VRT-programma's? Graag een overzicht voor de periode 2012-2015 met een opsplitsing van het aantal reizen naar de verschillende VRT-merken.
2. In de vorige legislatuur stelde ik reeds een schriftelijke vraag (nr. 375 van 1 augustus 2012 aan minister Lieten) over de fanreizen, waarin ik o.a. vroeg naar wie de beslissing neemt over het organiseren van zo'n fanreis en welke procedure binnen de VRT gehanteerd wordt voor toewijzing van dergelijke opdrachten aan externe bedrijven.

In hoeverre zijn de toenmalig verleende antwoorden nog steeds actueel? Wordt er tegenwoordig op een andere manier beslist over het organiseren van dergelijke fanreizen of werd de procedure voor de toewijzing van dergelijke opdrachten aan externe bedrijven aangepast?

3. Welke kosten/baten hangen er voor de VRT vast aan het, via de onlinespeellijsten van een radionet, aanbieden van de mogelijkheid tot het aankopen van een muzieknnummer?

4. Waarin schuilt volgens de minister de concrete meerwaarde van het aanbieden van de mogelijkheid tot het aankopen van een muzieknummer?

ANTWOORD

op vraag nr. 333 van 22 september 2016

van **WILFRIED VANDAELE**

Ik heb in verband met uw vragen elementen van antwoord opgevraagd bij de VRT.

1. De (fan)reizen rond VRT-programma's worden georganiseerd door de afdeling VRT Line Extensions.

Het aantal reizen varieert jaar per jaar.

Overzicht (fan)reizen rond VRT-programma's (2012-2015)

2012

Eén: Thuis-fanreis van 21 t.e.m. 28 oktober - bestemming Turkije, Kızılagac.

Studio Brussel: Snowcase van 24 maart t.e.m. 31 maart - bestemming Frankrijk, Avoriaz

2013

Eén: Thuis-fanreis van 13 t.e.m. 20 oktober - bestemming Griekenland, Rhodos

2014

Eén: Thuis-fanreis van 12 t.e.m. 19 oktober - bestemming Griekenland, Kos

Eén: Phantasialand met FC de Kampioenen: 28 en 29 juni - bestemming Duitsland.

Eén: Phantasialand met Thuis: 1 en 2 november - bestemming Duitsland.

Eén en Radio 2: Cruise van 17 t.e.m. 24 mei - bestemming Noorse Fjorden.

Sporza: Fietsvakantie van 12 t.e.m. 19 oktober en van 19 t.e.m. 26 oktober - bestemming Spanje, Mojacar

2015

Eén: Thuis-fanreis van 19 t.e.m. 26 september - bestemming Bulgarije

Radio 2: Cruise van 17 t.e.m. 24 oktober - bestemming Middellandse zee (Italië, Griekenland, Turkije, Kroatië)

Sporza: Fietsvakantie van 11 t.e.m. 18 oktober - bestemming Spanje, Mojacar

2. De krachtlijnen van de VRT-aanpak m.b.t. fanreizen (zoals beschreven in het antwoord op de schriftelijke vraag uit 2012) zijn nog steeds van toepassing.

Het initiatief voor het organiseren van een fanreis kan genomen worden door VRT Line Extensions of door een erkende reisorganisator. Het organiseren van een reis gebeurt na goedkeuring van de directie en het betrokken net.

Bij het organiseren van een fanreis kent de VRT een licentie toe aan een externe reisorganisatie. In het geval van de Thuis-fanreis verkoopt de VRT een licentie om de naam "Thuis" en het afgeleide product "Thuisreis" in de markt te mogen zetten.

Alvorens een dergelijke licentie wordt toegekend onderzoekt VRT Line Extensions de opportuniteiten en het potentieel ervan in de markt. Na deze marktverkenning gaat zij op zoek naar mogelijke partners. De uiteindelijke partner wordt geselecteerd op basis van een aantal criteria.

- Financiële criteria, waaronder: investeringsrisico voor de VRT, kredietwaardigheid van de partner, verwachte opbrengst van de licentie, e.d.

- Niet-financiële criteria, waaronder: specifieke productvoorstel van de partner, ervaring van de partner, kwaliteit en betrouwbaarheid van de partner, e.d. Ook de netten worden betrokken bij de selectie van een partner.

Een voorbeeld

Voor de organisatie van de Thuis-fanreis werden de concrete voorstellen van drie potentiële partners onderzocht.

De huidige partner levert nog steeds zeer goed werk waardoor VRT Line Extensions in goede verstandhouding met deze partner verder werkt.

Bij de cruise van Radio 2 en de Sporza Fietsvakantie is een erkende reisorganisator naar VRT Line Extensions gekomen met een voorstel. Dat werd volgens de bovenstaande criteria onderzocht en daarna goedgekeurd.

3. Voor de VRT hangen geen rechtstreekse kosten vast aan het plaatsen van links naar iTunes en andere platformen bij de onlinespeellijsten van een radionet.

De VRT ontvangt een substantiële commissie per gegenereerde verkoop.

Een gedetailleerde rapportering over de opbrengsten uit het aanbieden van de aankoopmogelijkheden wordt niet extern gecommuniceerd (conform de bepalingen van de beheersovereenkomst).

4. De VRT ziet naar eigen zeggen het aanbieden van de aankoopmogelijkheid als een dienstverlening naar de gebruiker toe. Op deze manier vergemakkelijkt zij de zoektocht van de consument naar zijn favoriete muziek.

Ik ga hierbij wel van uit dat de VRT artikel 8, 3° van het mediadecreet naleeft en deze activiteiten uitvoert tegen marktconforme voorwaarden zonder dat zij ernstige concurrentievervalsing met zich meebrengen.