



Vlaams
Parlement

vergadering **C186**
zittingsjaar 2016-2017

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

van 23 maart 2017

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de stopzetting van het Media ID-project – 1553 (2016-2017)	3
VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de regionale televisie-omroepen – 1599 (2016-2017)	8

VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de stopzetting van het Media ID-project – 1553 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, een paar weken geleden maakte De Tijd melding van de stopzetting van het Media ID-project. Ik denk niet dat dat voor de rest sterk aan bod is gekomen in de media. Het is een vrij technische, maar wel belangrijke kwestie. Het was een onderzoeks- en innovatieproject dat onder impuls van uw voorganger Ingrid Lieten op gang getrokken werd door wijlen het MiX, het media-innovatiecentrum dat in het begin van deze legislatuur jammer genoeg een tragische dood is gestorven, wat we allemaal betreuren.

Dat Media ID was dan toch een interessant iets dat daaruit is voortgekomen. Het moest een antwoord bieden op de toegenomen vraag van adverteerders om meer gepersonaliseerd te kunnen adverteren. Ik heb ook liever dat de reclames die ik binnenkrijg echt op mijn lijf geschreven zijn. En mijn echtgenoot zal misschien liever reclame hebben over auto's. Ik ben nu zeer seksistisch bezig, maar het is nu eenmaal zo. Ik heb liever de bons van een of andere winkel met schoonheidsproducten die 20 procent korting geeft. Daar ga ik op af. En ik denk niet dat bepaalde andere mensen daarin geïnteresseerd zijn. Je kunt tegen of voor dat gepersonaliseerd adverteren zijn, maar ik skip zoveel mogelijk advertenties, tenzij ze me echt aanspreken. En ik denk dat adverteerders dat ook heel goed weten. Vooral giganten zoals Facebook en Google doen dat al, dat zie je elke dag.

Maar de Belgische media-uitgeverijen konden minder goed preciseren wie zich op hun nieuwssite bevond. Het idee van dat hele Media ID was dat, als een bezoeker op een van de deelnemende sites kwam, en dat was crossmediaal, hij zich slechts eenmaal moest registreren, door een aantal voorkeuren op te geven in zijn Media ID. Daarna kon hij gemakkelijk inloggen op alle deelnemende nieuwssites. Je had dus ook het voordeel dat je gemakkelijk aan allerlei nieuws zou kunnen geraken. Begin 2015 was Media ID operationeel, maar er werd nooit heel veel reclame voor gemaakt door de deelnemende nieuwssites. Dat werkte dus blijkbaar toch niet echt zoals het hoort.

De belangrijkste mediahuizen en uitgeverijen – Mediahuis, Roularta, de Persgroep en VRT – hadden nochtans meegewerkt, en dat maakte dat dit project tot het eerste grote samenwerkingsproject in de mediasector mocht worden gerekend. Maar wie nu inlogt op een van die nieuwssites met zijn Media ID-account, botst op de mededeling 'Media ID houdt op te bestaan'. De ontmanteling is dus al aan de gang.

De Tijd is daarop uitgekomen en vroeg aan Christian Van Thillo van De Persgroep naar de reden voor de stopzetting. Hij heeft daar niet zo heel veel uitleg bij gegeven. Hij zei: 'Er was solidariteit nodig van alle uitgevers. Eén uitgever deed niet goed mee.' Hij wou daarbij niet zeggen over welke uitgever het precies ging.

Er blijven dus toch wel wat vragen. Ik stel die vragen dus maar aan u. Ik hoop dat u er meer over weet.

Minister, wie nam de regie van het Media ID-project over na de stopzetting van MiX? Want als MiX, dat zowat de regisseur van het hele ding was, wegvalt, dan is het misschien vanzelf in het water gevallen? Met andere woorden: was er geen regie meer?

Hoeveel overheidsmiddelen werden er uiteindelijk geïnvesteerd? U mag daarvoor gerust enkele jaren teruggaan. Het hoeft met andere woorden niet van deze legislatuur te zijn. Hoeveel werd er indertijd via het MiX in geïnvesteerd?

Welke mediahuizen en uitgeverijen hebben uiteindelijk deelgenomen aan het project? Wie heeft de samenwerking stopgezet en wat was hiervoor de reden? Ik hoor daarover dingen, maar ik zou het interessant vinden mocht dat hier worden bevestigd.

Wat zijn de concrete realisaties, toepassingen of conclusies van het project ?

Wat zal er gebeuren met alle gegevens van de mensen die zich reeds geregistreerd hebben? Misschien is er een privacy-aspect aan verbonden? Wat gebeurt daarmee?

In het regeerakkoord werd afgesproken dat het mediabeleid zowel de verschillende spelers als de mediagebruiker ten goede moet komen en dat daartoe een beleid wordt gevoerd dat onder andere technologische innovaties en nieuwe media-toepassingen stimuleert en integreert. In de beheersovereenkomst met de VRT werd de nadruk gelegd op samenwerking met particuliere mediabedrijven ter versterking van het media-ecosysteem. Hoe evalueert u de realisatie van die beide doelstellingen met betrekking tot dit specifieke Media ID-project?

In ieder geval – en het komt straks terug in mijn volgende vraag – is er grote vraag naar een crossmediaal meetsysteem. De regionale tv's vragen dat. Ik denk dat iedereen in de mediasector daarbij baat heeft. De vraag is hoe we als overheid daarin de draad kunnen opnemen. Doet de VRT daar wat ze moet doen? Dat is toch wel een beetje de kern van de zaak.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Wie nam de regie van het Media ID-project over na de stopzetting van MiX? Ik breng even in herinnering dat begin 2013 een coöperatieve vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (cvba) Media ID werd opgericht met als oprichters: de Persgroep Publishing, Corelio Publishing, Concentra Uitgeversmaatschappij, Mediafin, Sanoma Magazines Belgium, Roularta Media Group, IPM, Rossel & cie en Mediargus.

Het doel van de vennootschap was het voeren van een digitaal platform voor alle transacties tussen consumenten en bedrijven in de mediasector in de brede zin, alsmede de organisatie van een aanverwante dienstverlening ten behoeve van de eigen leden en derden.

Mevrouw Brouwers, innovatie valt onder de bevoegdheid van minister Muyters. Ik zal u die informatie schriftelijk bezorgen. Ik heb de informatie nog niet. In dat geval zou ik ze u nu al geven. Ik zal daarover duidelijkheid kunnen verschaffen. We zijn er ons in elk geval van bewust dat de middelen die in innovatie worden geïnvesteerd, soms wel en soms niet tot resultaten leiden. Dat is natuurlijk de essentie van een innovatiebeleid.

De persgroepen, vennootschappen of mediagroepen die ik net heb opgesomd, hebben allen aan het project deelgenomen. De VRT en RTL zijn er ook bij gekomen. Hen heb ik daarnet niet vermeld.

Hoewel we allemaal weten hoe het systeem in elkaar zit, zal ik het nog even aanstippen. Het ging om een zogenaamde single sign-on (SSO), waarmee de gebruiker met een enkele login en paswoord op de meest bezochte nieuwssites kon inloggen. Dit was een gezamenlijk initiatief van de grootste Vlaamse nieuwsmedia. De bedoeling van Media ID was tweeledig. In de eerste plaats bood Media ID de bezoeker gebruiksgemak. Er was slechts een sleutel voor al het nieuws. In de tweede plaats konden de nieuwsbedrijven hun bezoekers herkennen en het nieuws beter op hen afstemmen of personaliseren.

Voor de lancering is Media ID binnen verschillende doelgroepen uitgebreid getest. Dit heeft tot relevante opmerkingen geleid. De belangrijkste opmerking was dat de

gebruiker onvoldoende meerwaarde zag in een login voor verschillende nieuws-sites. Het was dan ook moeilijk het inloggen om nieuws te lezen staande te houden en geen rekening te houden met de verzuchtingen van de bezoekers.

Aangezien het geregistreerd gebruik bij de Vlaamse consumenten een ingeburgerd gebruik is, zullen de nieuwsmedia in Vlaanderen zich op individuele basis blijven inzetten om gebruikers beter te herkennen en om de content, de diensten beter op de noden van de gebruikers af te stemmen. Op verschillende sociale media, videoplatformen en muziekstreams kan iemand weinig doen zonder zich eerst kenbaar te maken. Dit zal niet met een SSO gebeuren, maar met behulp van de merkeigen login. Jammer genoeg is het niet aan mij om mee te delen om welke redenen welke privébedrijven een samenwerking niet wensen voort te zetten.

Wat de concrete realisaties, toepassingen en conclusies van het project betreft, zijn toch wel een aantal zaken tot stand gebracht. Dit project heeft een aantal jaren gelopen, weliswaar niet met de verhoopte impact.

Op het vlak van de geregistreeerde gebruikerservaring heeft Media ID de lat significant hoger gelegd. Het project heeft innovatie gestimuleerd in de interne systemen van alle deelnemende mediabedrijven en heeft geleid tot een sterke toename van de gemeenschappelijke knowhow over het gebruikersgedrag en de mogelijke toekomstige zakelijke modellen die hierop inspelen.

Media ID heeft alle participerende mediabedrijven verplicht te investeren in een eigen SSO-technologie om met het centrale platform van Media ID te interageren. Nu Media ID is weggevallen, blijft deze investering voor elk bedrijf vruchten afwerpen. Het gaat dan om de optimalisatie van de registratie- en loginsystemen, om de centrale verwerking van de gebruikersdata, om een significante verhoging van het gebruiksgemak en om de performantie voor de geregistreeerde gebruikers.

Het Media ID-project heeft de Vlaamse mediabedrijven ertoe gebracht samen zeer waardevolle conclusies te trekken over de risico's van een afhankelijkheid van technologie-reuzen als Facebook of Google. Wat het respect voor de privacy betreft, heeft het alle spelers in het ecosysteem bewuster gemaakt. Dat is ook niet onbelangrijk. Dankzij de gedeelde knowhow in het Media ID-project is de gebruikersflow voor de registratie en de login voor alle participerende websites en applicaties op een veel hoger niveau getild. Het concrete resultaat is een hoge standaard van gebruiksgemak voor de Vlaamse digitale nieuwslezer.

Ten gevolge van het Media ID-project weten alle deelnemende bedrijven momenteel veel beter waartoe een gebruiker met betrekking tot registratie en login bereid is. Ze weten nu welke verplichte velden acceptabel zijn en na hoeveel stappen in een registratieproces een gebruiker afhaakt. Dit zijn basiselementen geworden voor elk digitaal nieuwsmodel. Ze weten nu ook hoe de frictie bij het inloggen te minimaliseren en hoe de gebruiker van een anonieme naar een geïdentificeerde gebruiker kan worden geconverteerd. Dit zijn cruciale vragen geworden in het nieuw zakelijk model van alle nieuwsuitgevers.

Tot slot heeft Media ID als consortium de verdienste gehad de individuele spelers in contact te brengen met de internationale state-of-the-art-SSO-toepassingen. Dit heeft hen in staat gesteld deze toepassingen voor eigen rekening te implementeren. Ze hebben de hulp gekregen van de beste academische en zakelijke experts die Vlaanderen rijk is.

Er is me tevens gevraagd wat zal gebeuren met de gegevens van de mensen die zich inmiddels al op het centrale platform hadden geregistreerd. De cvba Media ID houdt op te bestaan. Volgens de betrokkenen zullen de centrale gegevens wel degelijk zonder meer worden gewist.

Ik zal nog even ingaan op de rol die de VRT in het geheel heeft gespeeld ten gevolge van de beheersovereenkomst die met de VRT is afgesloten. In uitvoering van de beheersovereenkomst, in het bijzonder strategische doelstelling 6, 'Versterking van het media-ecosysteem', voert de VRT verschillende acties uit om als hefboom te fungeren voor een sterke audiovisuele sector en voor een opkomende digitale creatieve sector in Vlaanderen. Een van die acties is 'het zoeken naar samenwerking met andere Vlaamse mediabedrijven tegen het lokaal verlies van digitale inkomsten'.

De performantiemaatstaf voor de doelstelling inzake versterking luidt als volgt: "De openbare omroep laat haar samenwerkingsinitiatieven met de mediasector tweejaarlijks evalueren door een onafhankelijke deskundige, gekozen door zowel de VRT als de minister van Media". Deze evaluatie focust op de bijdrage van de samenwerking aan drie elementen.

Het eerste element is de maatschappelijke opdracht van de VRT, namelijk de vraag of een of meerdere van de strategische doelstellingen 1 tot en met 5 beter worden vervuld. Het tweede element is een kwalitatief sterke, diverse en economisch duurzame ontwikkeling van het media-ecosysteem. Het derde element is de concrete meerwaarde of kostenreductie voor de betrokken partners in de samenwerking.

Dit is in 2016 ingegaan. De eerste rapportering volgt in 2019. Met betrekking tot de evaluatie stipuleert de beheersovereenkomst een specifieke bepaling. De eerste rapportering is niet voor meteen. Om de evaluatie te kunnen uitvoeren, zullen uiteraard de nodige voorbereidende stappen worden gezet.

Ik wil afsluiten met een persoonlijke noot over Media ID. Deze grotere operatie is niet geslaagd. We zouden ook kunnen stellen dat het is mislukt. Desondanks hoor ik positieve signalen uit de sector. Op tal van vlakken heeft het project een meerwaarde gecreëerd. Het gaat dan onder meer om de knowhow, de innovatie en de internationale uitstraling.

Mevrouw Brouwers, u hebt daarnet gevraagd wat er nu zal gebeuren. Dat is een terechte vraag. Ik heb vernomen dat dit project de weg heeft geëffend voor toekomstige samenwerkingen. Nu lijkt het misschien veeleer alsof een aantal stappen terug zijn gezet. Een aantal grote mediabedrijven hebben elkaar met betrekking tot dit project echter uitvoerig kunnen besnuffelen. Hierdoor zullen in de toekomst een aantal samenwerkingen in het algemeen of tussen een aantal in het bijzonder mogelijk kunnen worden. De toekomst zal dit verder uitwijzen.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, ik dank u voor uw antwoord. Het is me opgevallen dat bij de oprichting van de cvba hoofdzakelijk printmedia betrokken waren. Volgens mij staan zij op het vlak van reclame-inkomsten het meest onder druk. Ze hebben hier echt voordeel bij. Het gaat er niet enkel om het juiste nieuws bij de juiste mensen te brengen. We weten allemaal dat hier een heel kostenmodel met reclame-inkomsten en dergelijke aan verbonden is.

U hebt dit nadien bijgesteld en vermeld dat de VRT en RTL erbij zijn gekomen. Het zou natuurlijk sterk zijn geweest indien de VRT op die manier echt een samenwerking met andere mediaspelers, onder meer de printmedia, had kunnen uitbouwen. Kwatongen beweren echter dat de VRT in feite op de rem is gaan staan, vooral wat betreft het doorgeven van de gegevens van de mensen die deredactie.be bezoeken. Ik weet niet of dat klopt. U bent daar zelf niet op ingegaan. Misschien is dat enkel roddel in het medialandschap. Het zou goed zijn indien u daar nog op zou antwoorden.

Het blijft relevant over een meetsysteem te beschikken. We hebben hieruit geleerd dat een toekomstige samenwerking, waarbij de valkuilen kunnen worden vermeden, mogelijk is. Dat is natuurlijk afwachten.

Minister, ik heb in elk geval nog een andere vraag. U hebt Medialaan niet genoemd. Dat is toch ook een andere sterke speler. Is Medialaan hier dan nooit bij betrokken geweest? Weet u dit?

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Er is al veel gezegd. De vraag van collega Brouwers was vrij uitvoerig en het antwoord van de minister ook, maar ik wil er toch een paar punten nog eens uitlichten.

Destijds werd het project als zeer ambitieus naar voren geschoven. De Vlaming zou er heel veel aan hebben, de consument zou qua gebruiksgemak echt een stap vooruit kunnen zetten. De verwachtingen waren erg hooggespannen. Het was ook een voorbeeld van de samenwerking die wij ook vanuit deze commissie en vanuit de regering altijd aanmoedigen. Zeker richting openbare omroep raden wij altijd aan te proberen het mediaweefsel te versterken en samen te werken. Op dat vlak is dit natuurlijk wel een mislukking. De verschillende privéspelers trekken zich terug en doen dergelijke dingen blijkbaar liever op eigen houtje. Ze verzamelen de gegevens liever voor zichzelf dan dat ze dat in een gezamenlijk platform moeten doen. Dat is een vaststelling. Dat is natuurlijk een deuk voor de gedachte van samenwerking die wij er altijd proberen in te hameren. Zijn daar nu gevolgen van? U zegt wel, minister, dat er nog zal worden samengewerkt, maar dit lijkt me toch een heel concreet voorbeeld waarbij het niet is gelukt. We kennen het dossier van de online reclame. Ook daar hopen we op samenwerking. Dit is dus wel een deuk in de samenwerking die we zo graag zien.

Dan is er het financiële. Ik hoor waaien dat er ergens een financiële put zou zijn of zou kunnen zijn. Als dat zo is, hoe moet die dan worden gevuld? Worden de schulden onder de deelnemers verdeeld en welk aandeel moet de openbare omroep voor zijn rekening nemen? Hebt u daar al zicht op?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Medialaan was wel degelijk bij het project betrokken en zeer intens. Dat wil ik duidelijk zeggen. Ik heb u alleen de oprichtende vennootschappen van de cvba gegeven, maar meer spelers zijn wel degelijk bij de hele operatie betrokken. Ook de openbare omroep is betrokken en ik wil met klem ontkennen dat daar de aanleiding zat om de stekker eruit te trekken. Er waren op een bepaald ogenblik moeilijkheden, maar die waren voor een deel normaal gezien de rol die de openbare omroep in het gehele platform had. De openbare omroep wilde op zich wel meewerken, dat was niet het punt. De openbare omroep beseft dat hij zelf nood heeft aan bepaalde big data, ook al is dat minder advertentiegerelateerd dan voor de privéspelers. Ik erken echter wel dat de openbare omroep met een specifiek juridisch probleem zat. Volgens de Europese standaarden moet de openbare omroep bepaalde informatie en nieuwselementen sowieso ter beschikking stellen zonder single sign-on. De single sign-on is altijd een soort drempel. Er werd naar een evenwicht gezocht en op een bepaald ogenblik was die zoektocht vergevorderd. Niet de openbare omroep was het eerste dominosteentje dat gevallen is, wel een van de privéspelers. Nogmaals, het is niet mijn taak de naam daarvan te onthullen en ik wil ook niemand de zwartepiet toespelen. Mijnheer Vandaele, wij zitten natuurlijk zo in elkaar vanuit onze panoramische beleidsblik. Wij willen de samenwerking zo groot mogelijk maken, en dat zullen we ook blijven proberen. Alleen zitten we met een reeks privéspelers met andere businessmodellen. Alle spelers samen moesten de big data, de bulk aan gegevens op een of andere manier zo groot mogelijk maken om ze dan over al die spelers te verdelen. Bepaalde spelers

waren echter heel fel gericht op abonnementen. Dat is een ander, legitiem businessmodel, maar voor deze spelers was de drang om mee te blijven doen kleiner. Dat zullen we altijd hebben, daar is niets aan te doen.

Dat betekent niet dat grotere spelers – en ook die namen kan ik niet noemen – geen commerciële afspraken met elkaar kunnen maken om big data te delen. Op die manier creëren ze dan niet het grote platform waarop we allemaal hadden gehoopt, maar wel een platform dat ook groot is en waarmee ze elkaar voor een stuk helpen, al dan niet met gesloten beurs, zodat ze niet in het andere uiterste vervallen en ieder hun eigen weg gaan. Dat laatste is ook niet gebeurd. Wat de komende maanden en jaren daarvoor zullen betekenen, kan ik niet voorspellen, maar ik ben gematigd optimistisch.

Ook de openbare omroep heeft net zoals elk bedrijf zeker nood aan data en data-verzameling. Die uitdaging blijft sowieso bestaan en misschien zijn er wel samenwerkingsmodellen. De regionale televisies zitten met dezelfde uitdaging en ik kom daarop nog terug.

De financiële input zal ik u nog bezorgen. Op de financiële output – of moeten we zeggen 'out-put' – heb ik geen zicht, mijnheer Vandaele. Ik zal dat navragen. In elk geval is het een private afwikkeling van een private cvba. Als er een put is, dan zal die onder de deelnemers worden verdeeld. Dat behoort tot het normale zakendoen. Sometimes you win, sometimes you lose. Openstaande rekeningen worden vereffend. Tegelijkertijd heeft men veel bijgeleerd en is de samenwerking tussen bepaalde spelers verstevigd. Het is een beetje vervelend dat ik niet dieper kan ingaan op al die private spelers, maar dat is niet mijn rol. Ik mag de kroon niet ontbloten, dat zijn bedrijfsgeheimen waar de bedrijven recht op hebben. Er zijn wel degelijk bepaalde samenwerkingen ontstaan die een vorm van duurzaamheid kunnen hebben. Ik betreur samen met u dat het grote geheel door de verschillen in economische belangen tussen de grote spelers net niet gelukt is.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Ik deel uw conclusie, minister. Uit het mislukken, als we dat zo mogen zeggen, van dit grote project moeten we lessen trekken. Er zijn inderdaad tegenstrijdige belangen, niet enkel tussen de commerciële spelers onderling, al schijnen ze elkaar hier en daar toch gevonden te hebben, maar ook met de VRT, die niet zozeer belangen, als wel een opdracht heeft. In de toekomst zullen we moeten zien hoe een verdere, crossmediale samenwerking dan toch mogelijk is om ons sterk te maken tegenover de rest van de wereld. We willen in Vlaanderen een sterk medialandschap behouden, en daarvoor moeten we blijven samenwerken. Wij hopen met u dat we niet verder uit elkaar gaan. Anders kunnen we ook gewoon niet overleven. Maar ik heb ook begrepen dat dat niet alleen van de overheid afhangt.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de regionale televisieomroepen – 1599 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, dit is eigenlijk een opvolgingsvraag. De regionale televisieomroepen zijn hier het afgelopen jaar eigenlijk niet uit beeld geweest. We hebben het decreet moeten aanpassen om de vergoeding nog een jaar langer te kunnen uitkeren. Dat betekent dat er stilaan een ei moet worden gelegd

over hoe het nu verder moet na het rapport dat Podium Perception Management, PPM, ons in de loop van het najaar heeft bezorgd.

Het laatste wat is gebeurd, was een interessante hoorzitting. Het verslag daarvan is nog voorwerp van discussie met een van de sprekers, maar we hopen dat we het zeer snel ter beschikking kunnen stellen van de rest van de commissie en van de minister.

We hebben met de onderzoekers van Podium Perception Management (PPM) een heel interessante hoorzitting gehad naar aanleiding van hun studie over de evaluatie van de huidige samenwerkingsovereenkomsten met de regionale televisie-omroeporganisaties voor de periode 2012-2016. Ook de vertegenwoordigers van de Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen (NORTV) en van RINGtv – omwille van de specifieke positie van RINGtv – werden gehoord door de commissie. De hoorzitting voegde enkele belangrijke aanvullingen en nuanceringen toe aan de oorspronkelijke alarmerende conclusies, die bij de publicatie van het onderzoeksrapport in het najaar 2016 in de pers kwamen.

Dit is, denk ik, een schoolvoorbeeld van het gezegde dat de soep niet zo heet gegeten of gedronken wordt als ze wordt opgediend. Enfin, dat hoop ik toch. Minister, ik zal zien wat u daarover nog allemaal te zeggen hebt. U hebt zich, behalve in uw boek, nooit echt uitgesproken over hoe het verder moet. U hebt altijd gezegd dat u de conclusies afwacht. U gaat nu ook in gesprek. Wij denken dat die gesprekken nu stilaan moeten zijn afgerond. Hoe moet het nu verder?

Over de verlenging zei u, tijdens de bespreking van uw beleidsbrief: "Om tijd te kopen en geen grote schokken teweeg te brengen wil ik in het voorjaar van 2017 samen met de regionale tv-omroepen nagaan hoe hun problemen moeten worden aangepakt. Indien hieruit een draagvlak naar voren komt, kan het nieuwe beleidskader af zijn in de zomer van 2017. Dan weet iedereen waar hij in 2018 aan toe is." We zijn nog maar net aan de lente begonnen. De zomer van 2017 is nog een beetje veraf. Maar ik kan mij toch voorstellen dat u al een aantal richtlijnen hebt met betrekking tot hoe het verder moet.

Minister, welke concrete stappen hebt u al genomen sinds de publicatie van het PPM-rapport met betrekking tot de aanbevelingen die werden geformuleerd? Op welke aanbevelingen uit het rapport zult u voortwerken en op welke niet? Er is bijvoorbeeld de aanbeveling dat ze zich zouden moeten hergroeperen en meer samenwerken en fusioneren, enzovoort. Gaat u in op die concrete aanbeveling? U weet dat bij de hoorzitting niemand daarom stond te roepen. Dergelijke aanbevelingen deden in het najaar het landschap toch wel wat op zijn grondvesten daveren. Ik zou van u toch eens willen horen hoe u daar verder mee omgaat.

Wat is de timing voor de onderhandelingen over de nieuwe samenwerkingsovereenkomsten?

Wat is de stand van zaken van de gesprekken met de VRT over mogelijkheden tot versterking van de samenwerking met de regionale omroepen in het kader van de uitvoering van de beheersovereenkomst van de VRT? En werden in deze gesprekken al afspraken gemaakt met betrekking tot de concurrentiële reclamewerving door Radio 2? Dat is een heel specifiek punt.

Uit de hoorzitting onthouden we vooral de grote noodzaak van een kwalitatief en kwantitatief betrouwbaar crossmediaal meetinstrument in opvolging van het Portable People Metersysteem en ter aanvulling of vervanging van de CIM-cijfers (Centrum voor Informatie over de Media). Er werden gedurende de onderzoeksperiode twee meetmethodes gebruikt. Daardoor kon er moeilijk worden vergeleken. Welke rol wilt en kunt u hierbij spelen? Een dergelijk meetinstrument is nodig en nuttig voor alle mediabedrijven, niet alleen voor de regionale televisieomroepen. En zal ook onderzocht worden of dit nieuwe meetinstrument kan worden gekoppeld aan de berekening van de bereikvergoeding die de zenders nu ontvangen van de distributeurs?

Tijdens de bespreking van de beleidsbrief stelde u voor om de regionale omroepen voorts ook te betrekken bij de mogelijkheden om inkomsten te halen uit digitale reclame-inkomsten, onder andere in het kader van het Media ID-project. Welke mogelijkheden ziet u nu dit project is stopgezet?

De regionale zenders zijn ook vragende partij om opnieuw overheidscommunicatiecampagnes uit te zenden: boodschappen van algemeen nut of regeringsmededelingen. We zien die steeds minder, maar het kan toch nog altijd belangrijk zijn om de bevolking op de hoogte te houden van allerlei zaken. De regionale televisieomroepen zeggen dat ze samen dagelijks evenveel kijkers bereiken als VTM. Dat is toch een vrij groot bereik. Minister, wat is uw standpunt hierover?

Het nieuwe systeem voor de bereikvergoeding is positief voor bijna alle zenders behalve voor RINGtv omwille van hun specifieke situatie in de Vlaamse Rand. Hun vergoeding is echt wel merkkelijk lager dan vroeger. Is er een oplossing in het vooruitzicht om iets te doen aan die structurele tekortkoming?

De regionale zenders moeten meer inzetten op digitaal en crossmediaal aanbod. Minister, dat hebt u ook al verklaard. Ook de CEO van de VRT heeft al gezegd dat iedereen meer zal moeten inzetten op het digitale. Maar voor de regionale omroepen is dit nefast. Ze kannibaliseren dan op hun inkomsten, die ze via de bereikvergoeding kunnen krijgen. Hoe gaan we dat oplossen, minister? Hebt u daarover al nagedacht? Welke oplossing voorziet u voor dit heel specifieke probleem?

In het regeerakkoord werd ook afgesproken dat de regionale omroepen op alle digitale platformen aanwezig moeten kunnen zijn en over voldoende technische bandbreedte moeten kunnen beschikken. Welke stappen hebt u al ondernomen om dit uit te voeren en zal dit aspect ook aan bod komen bij de onderhandelingen over de nieuwe samenwerkingsovereenkomsten?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Ik zal de vragen over welke concrete stappen er al zijn genomen en wat de stand van zaken is, samennemen. Dat doe ik ook met uw vraag over de overheidscommunicatiecampagnes omdat dat bij een van die vragen ter sprake komt als mogelijke remediëring.

Zoals ook gesteld in de vraagstelling werd de huidige samenwerkingsregeling met de regionale televisiezenders eind 2016 verlengd door middel van het decreet van 23 december 2016 houdende de verlenging van de samenwerkingsovereenkomsten van de regionale omroepen. Deze decreetsaanpassing houdt een wijziging in aan artikel 166, paragraaf 2, van het Mediadecreet en trad per 1 januari 2017 in werking.

In januari en februari 2017 werden reeds intensieve gesprekken gevoerd met de regionale televisieomroepen, die voorwerp uitmaakten van de evaluatieoefening. Er werden ook gesprekken gevoerd met de koepelorganisatie, de Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen (NORTV) en de exploitatiemaatschappijen NV De Buren en de Regionale Media Maatschappij (RMM). Over de reeds gevoerde gesprekken kan ik alvast zeggen dat deze in een zeer goede sfeer verlopen zijn. Alle gesprekspartners gaven blijk van zowel een positieve instelling als van de nodige beroepsbekwaamheid.

Een belangrijk punt dat naar voren werd gebracht door de regionale zenders, is dat de in de PPM-studie verzamelde en becommentarieerde data onvoldoende de vooruitgang weerspiegelde die in 2016 werd gerealiseerd. Dit is inderdaad ook aan bod gekomen tijdens de hoorzitting in deze commissie vorige maand.

Ik heb uit de gesprekken volgende aandachtspunten en conclusies opgemaakt.

Alle regionale omroepen zijn het ermee eens dat er een efficiënter meetinstrument moet komen. Een van de aandachtspunten is het ontbreken van een geschikt meetinstrument om het bereik van de regionale omroepen, zowel kwalitatief als kwantitatief, te meten, alsook op een crossmediale manier. Het beschikken over een accuraat meetinstrument is niet alleen handig voor de regionale omroepen zelf – het gaat dan over bereik, waardering, reclame-inkomsten en dergelijke meer – maar het is ook noodzakelijk voor de overheid om de omroepen op een correcte manier te kunnen evalueren. Het performant kunnen meten vormt dus een belangrijk onderdeel voor het nieuwe kader.

Ik heb intussen de opdracht gegeven aan de administratie om een beknopte analyse door te voeren van de gehanteerde meetinstrumenten in de afgelopen jaren: wat precies wordt gemeten, wie het eigenaarschap heeft van deze meetinstrumenten, wat de kostprijs is, enzovoort. Vervolgens zal op basis hiervan worden gekeken naar de set van kwalitatieve en kwantitatieve data die een toekomstig performant crossmediaal meetsysteem zou moeten kunnen meten.

Ook de rol van de VRT bekijk ik hierin, en dat brengt me onmiddellijk tot het volgende aandachtspunt.

Met de VRT wordt bekeken waar samenwerking kan worden opgestart of uitgebreid. Onder andere op het gebied van kennis- en expertisedeling, beelduitwisseling, opleidingen en het meetinstrument kan de VRT een significante rol spelen. Ik heb dus ook uit de uitspraken van de gedelegeerd bestuurder enkele weken geleden afgeleid dat die openheid aan de Reyerslaan daarover zeker bestaat.

Ik sluit eventuele andere vormen van samenwerking dan ook niet uit. De VRT doet op dit ogenblik intern een oefening rond mogelijke samenwerking in het kader van de beheersovereenkomst. Die elementen zullen we dan samenleggen en maken deel uit van het gesprek rond de regionale omroepen dat ik in de komende periode met de VRT plan. Daarin – u verwees specifiek naar het aspect Radio 2 – zal ook aandacht gaan naar de reclamewerving.

Het bepalen van een crossmediale redactionele strategie is natuurlijk in grote mate een zaak van de omroepen zelf. Zij beseffen dat ook. Zij zijn daar inderdaad intens mee bezig. Internet en sociale media wordt niet als een bedreiging gezien, maar als een opportuniteit om meer kijkers aan te trekken. Elke regionale zender heeft misschien eigen accenten en prioriteiten, en daar is an sich zeker niets mis mee, maar de overheid kan wel verdere digitalisering stimuleren. Hier komt het meetinstrument waarover ik daarnet sprak uitdrukkelijk om de hoek kijken.

Ik bekijk deze twee elementen in relatie tot de toelage en het samenwerkingskader dat er vandaag bestaat en wat er met het oog op het nieuwe kader zal worden uitgewerkt.

De drie aandachtspunten die ik zonet vernoemde – het meetinstrument, de verdere digitalisering en de samenwerking met de VRT – zijn de drie belangrijkste klemtonen in het nieuwe kader.

Ik kom tot enkele andere, daarom niet minder belangrijke, aandachtspunten, die in deze fase ofwel in mindere mate of helemaal geen actie vereisen door de overheid ofwel eerder nog – bijkomend – te bespreken zijn.

Ten eerste kunnen de huidige zendgebieden best behouden blijven. Dit is ook wat de regionale zenders zelf willen. Belangrijk evenwel is dat de eventuele fusies van vzw's niet uitgesloten worden, net zoals een samenwerking met exploitatiemaatschappijen.

Ten tweede geven de regionale zenders aan dat hun economische leefbaarheid in voldoende mate gegarandeerd wordt mits de bestaande toelagen via de samenwerkingsovereenkomsten, maar ook via de bereikvergoeding behouden blijven.

Wat de samenwerkingsovereenkomsten betreft, kijk ik naast de toegankelijkheid dus ook naar een eventuele link met het meetinstrument en/of de stimulering van verdere digitalisering, waarvan hierboven sprake. Of er al dan niet gesleuteld zal worden aan de bereikvergoeding is nog een issue dat nader onderzoek vereist. Ik kom hier zo meteen op terug.

Ten derde was er ook uw vraag en de vraag vanuit de omroepen om meer betrokken te kunnen worden bij de overheidscommunicatie. Ik zal deze vraag bespreken met de minister-president, die hiervoor bevoegd is.

Ik wil hierbij wel de kanttekening plaatsen dat, als het mogelijk zou zijn om opnieuw aan te knopen bij de traditie van ondersteuning van overheidscommunicatie van vóór 2008, dat welkom is. Maar het zwaartepunt blijft hoe dan ook liggen op de voorgaande punten. Men moet een rangorde maken in prioriteiten. Ik denk dat het ook zo wordt bekeken door de regionale zenders.

U vroeg ook naar de timing. Met het oog op de punten die ik zonet aangaf, voer ik de komende maand bijkomende gesprekken. Onze doelstelling, zoals eerder vermeld in deze commissie, is om het nieuwe kader rond de zomer – vóór de zomer – vorm te kunnen geven. De richting waar we naartoe werken, begint alvast vorm aan te nemen.

Ik heb al geantwoord op uw vraag met betrekking tot het meetinstrument. De analyse van de administratie zal mij hierbij helpen. Dan moeten we bekijken of het opportuun is of het nieuwe instrument al dan niet zal worden gekoppeld aan de berekening van de bereikvergoeding. Dat is een open vraag, waar ik op dit ogenblik nog geen concreet antwoord op kan formuleren.

In uw vraag hebt u terecht de link gelegd met het Media ID-verhaal. Ik zal niet herhalen wat ik in het antwoord op uw vorige vraag heb gezegd. De piste valt de facto weg. Dus zullen we moeten bekijken wat dat nieuwe performante crossmediale meetinstrument kan betekenen voor de regionale omroepen, al dan niet in samenwerking met wat de VRT daarmee als belanghebbende partij of als gedeeld belang zou kunnen hebben. Op die manier kunnen we de nodige stappen zetten.

U vroeg ook naar de problematiek van de bereikvergoeding specifiek voor RINGtv. Zowel tijdens de gesprekken als tijdens de hoorzitting haalde RINGtv inderdaad aan dat, mochten zij worden vergoed op basis van de CIM-cijfers (Centrum voor Informatie over de Media), zij er aanzienlijk op vooruit zouden gaan. Ik ben mij daarvan bewust.

Misschien kan het antwoord worden gevonden in het kader van het nieuwe crossmediale meetinstrument. Maar, zoals eerder gesteld, staat deze – en ik wil dit onderstrepen – complexe oefening in haar startblokken. Ik hoop in elk geval dat we tot een langetermijnoplossing kunnen komen waarmee iedereen gediend kan zijn.

Wat met het mogelijke risico van digitale en crossmediale metingen en verdere uitbreidingen van het aanbod ten opzichte van de huidige bereikvergoeding die is gebaseerd op het lineaire tv-kijken? Het is inderdaad een probleem dat door enkele zenders wordt aangehaald. Sommige zenders zijn ervan overtuigd dat inzetten op het online medium een risico op kannibalisering met de klassieke manier van televisiekijken inhoudt. Andere zenders zien het dan weer als een opportuniteit om nieuwe kijkers binnen te halen.

Het is dus een beetje gemengd.

Ik heb hieromtrent via NORTV de boodschap gekregen dat de regionale televisieomroepen over het algemeen wel tevreden zijn met de huidige overeenkomst met de dienstenverdelers en dat zij geen vragende partij zijn om deze voor de zenders

cruciale overeenkomst opnieuw aan te passen. Zij steunen allen de vraag van RINGtv om iets aan haar probleem hieromtrent te doen, maar geven wel aan – en dat is ook niet onlogisch – dat zij hun eigen positie en vergoeding wel wensen te behouden.

U had ten slotte ook een vraag in verband met de technische bandbreedte waarover de regionale televisie kan beschikken. Ik heb hieromtrent in de gesprekken van de voorbije maanden geen specifieke signalen tijdens de besprekingen ontvangen. Mocht dit een issue zijn – en het is in deze commissie inderdaad al een aantal keren kort aan bod gekomen – dan zal dit zeker nog ter sprake komen en zal ik u hierover brieven.

Ik ben in ieder geval tevreden dat, na de relatieve schok van de PPM-studie en dan toch ook wel een stukje – u hebt het terecht genoemd: 'hoe heet wordt de soep opgediend?' –, we nu in een duidelijk toekomstspoor zijn waarvoor een breed draagvlak bestaat. Dat neemt niet weg dat heel de uitdaging van dat crossmediale meetinstrument ons nog de nodige uitdagingen en kopzorgen voorschotelt, omdat we daar echt nieuwe dingen aan het ontwikkelen zijn of zullen zijn. Maar bon, dat is ook waar de zenders, de regionale en de openbare, voor staan. Samen met het beleid kunnen we daarin een aantal stappen in de goede richting zetten.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, ik dank u voor uw uitgebreid en interessant antwoord. U hebt zich nog nooit zo in z'n geheel punt per punt uitgesproken over de toekomst van de regionale televisie, hoe u dat ziet na het rapport dat toch niet zo positief was, of dat tenminste niet zo positief in de pers is gekomen.

De informatie die we vandaag hebben gekregen, is zeer interessant. Ik wil u daar ook voor danken. Het nieuwe meetinstrument dat er inderdaad nog niet is, waarbij de administratie nog maar net aan de analyse is begonnen, zal toch wel van groot belang zijn voor toekomstige rapporteringen, evaluaties enzovoort.

Voor de omroepen zelf en voor de hele mediasector zou ik daar nog twee dingen rond willen vragen, daarover uw mening horen, al hoeft u die niet meteen te zeggen. Is er ergens al eens een benchmark gebeurd? Bestaat er in omliggende landen of regio's een goed meetsysteem? Bestaat dat ergens?

Gisteren heb ik in het kader van de actuele vragen van de heren Vandaele en Bajart over het Mediafonds nogal gemakkelijk gezegd dat we het excedent van de reclame-inkomsten van de VRT dan maar moeten gebruiken om dat Mediafonds te spijzen. Maar ik moet toegeven: dat zijn zaken waarop je niet jaarlijks kunt rekenen. Maar dat geldt inzetten voor een eenmalig deftig onderzoek en de opstart van zo'n nieuw meetinstrument is misschien wel interessant? Ik weet niet hoe u daartegenover staat? We kunnen natuurlijk de middelen die het excedent al dan niet jaarlijks genereert, niet blijven uitdelen aan tal van dingen, maar aan een niet-structureel iets, zoals het ontwikkelen van zo'n meetinstrument, lijkt mij misschien nog niet zo'n slecht idee. Ik werp het hier maar op.

Twee bijkomende vragen dus. Ten eerste, de benchmark. Ten tweede, waar zullen we de middelen halen? In de mate natuurlijk dat u dat als een taak ziet van de overheid alleen. Moeten de omroepen daarin meehelpen? De andere media-partners? Dat is misschien weer een totaal andere vraag. Ik vind dat u zelf zeer diep bent ingegaan op het meetinstrument. Daarover kunnen we dan misschien nog even doorbomen?

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Er is inderdaad al heel veel gezegd. Er waren veel vragen en ook veel antwoorden, die ook uitvoerig waren.

Minister, het is uw aanvoelen dat er aan het decreet eigenlijk niet zoveel moet worden gesleuteld en dat de situatie zoals die nu is, eigenlijk redelijk bevredigend is, ook wat de zend- of verzorgingsgebieden betreft.

Ik denk dat dat inderdaad een conclusie is waarmee wij kunnen leven.

De regionale omroepen zijn eigenlijk wel tevreden met die bereikvergoeding die wij hun in de schoot hebben geworpen. Ik denk dat ze ons daar eeuwig dankbaar voor moeten blijven en dat ze er ook wel iets mee moeten doen. Wij hebben daar een aantal verwachtingen aan gekoppeld, onder andere wat digitalisering en professionalisering betreft. Er zit natuurlijk wel wat verschil tussen de verschillende regionale omroepen, maar ik hoop dat dat inderdaad gebeurt en dat ze echt wel tonen wat ze waard zijn en dat ze waard zijn wat wij toen beslist hebben.

Het probleem van RINGtv is een probleem waar naar moet worden gekeken. Iedereen is blij met die bereikvergoeding. Er is er maar eentje dat achteruit boert en dat is RINGtv. Het volgende baart mij ook wat zorgen. We zijn enige tijd geleden bij BRUZZ geweest waar ook een regionale omroep onder zit. Toen werd de vraag gesteld hoe ver het werkingsgebied van BRUZZ gaat, waar heel wat overheidssubsidies in omgaan, namelijk 8 tot 9 miljoen euro per jaar. Hoe ver gaat dat ook richting Vlaamse Rand? Ze hadden het ook over een stadsmagazine en dergelijke waarmee ze naar de Rand wilden. Er moet misschien ook eens worden gekeken naar de verhouding Brussel-Rand met BRUZZ en met RINGtv wat de regionale omroepen betreft.

De voorzitter: De heer Bajart heeft het woord.

Lionel Bajart (Open Vld): Het is bijna onmogelijk om nog vragen te stellen. Het is bijna een schriftelijke vraag die ingedoken is in een vraag om uitleg.

Bart Caron (Groen): Minister, ik kan heel goed leven met uw antwoord. Er is een vrij breed draagvlak in het parlement over de toekomst van de regionale televisie, die ook geïllustreerd werd op de hoorzitting door de zenders zelf, maar waarbij het onderzoek hier en daar wel wat onder vuur kwam te liggen. Er zat duidelijk een zekere spanning op dat verhaal. Ik denk dat u met het overleg zoals u het aangeeft en de thema's die ter sprake komen, dat wel wat ontzenuwt.

De samenwerking met de VRT en de nadruk op het meetinstrument zijn heel belangrijke punten. Ik wil uit die analyse één element als aandachtspunt naar boven halen, namelijk dat de aandacht voor het dalende bereik bij een aantal doelgroepen zorgen kan baren. Ik wil het niet te negatief inkleuren, zoals het onderzoek dat wel een beetje deed, maar je hebt een verouderend kijkpubliek en je hebt een stukje digitale ontwikkeling bij jongeren die op die manier aanhaken bij de regionale televisie. Maar het gaat niet alleen om het medium, het gaat ook om de 'message' in dezen. Jongere kijkers hebben wellicht een aantal andere interessepunten dan de oudere kijkers. Ik denk dat de regionale televisie, zoals ook de VRT, de onwaarschijnlijke uitdaging heeft om het brede spectrum van de regionale bevolking te bereiken. Ik zou graag hebben dat dat punt onder de aandacht blijft, zonder dat er een sanctionering of wat dan ook op moet zitten. Ik vind het een heel belangrijk punt om de legitimering van de regionale televisieomroepen blijvend te kunnen verdedigen. Ik zeg niet dat ze slecht werken wat dat betreft, maar het is wel een aandachtspunt dat ze niet zo gemakkelijk meer aansluiting vinden bij jongere doelgroepen. Als ik zie wat de VRT doet via MNM, StuBru en dergelijke om jongerengroepen te bereiken, dan kan dat inspirerend zijn. Het kan een instrument zijn dat samenwerking met de VRT wordt aangeboden, met korte nieuwsflashes, WhatsApp-berichten en bedenk het maar allemaal wat betreft nieuw instrumentarium, om ook die doelgroepen te bereiken.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Ik ga niet in op alle bijkomende beschouwingen. Ik neem ze zeker mee in het bredere debat. Ik wil graag de twee bijkomende vragen beantwoorden. We zullen ons inderdaad informeren of er een leerrijke benchmark in de ons omliggende landen bestaat die ons met betrekking tot het meetinstrument wijzer kan maken. Ik vrees er een beetje voor omdat ik denk dat iedereen op hetzelfde moment naar de heilige graal aan het zoeken is, maar we gaan het zeker doen. Het kan altijd zijn dat we ergens iets over het hoofd hebben gezien.

De vraag met betrekking tot de aanwending van het excedent: ik sluit niets uit. We weten allemaal wat het excedent juist is: het is een teveel uit de markt halen door de openbare omroep van reclame-inkomsten die dan op een wachtrekening terecht komen waarna in eerste instantie de minister van Financiën en Begroting en in tweede instantie de volledige ministerraad beslist over de aanwending daarvan. Die regels kent u, die zijn niet veranderd. Daarmee is niets mogelijk en tegelijkertijd alles mogelijk. In die zin sluiten we niets uit. Ik wil wel mee in rekening brengen dat de middelen die de regionale zenders vandaag al samen besteden aan de kosten voor het CIM-instrument (Centrum voor Informatie over de Media) substantieel zijn en daar in een of andere mate – ik zeg het voorzichtig – mee voor kunnen worden aangewend. Aangezien de VRT zelf voor opdrachten staat om voor zichzelf daarin te kunnen investeren, zijn daar ook nog een aantal middelen. Met andere woorden, het is zeker niet onmogelijk om een realistische hefboom voor investering te vinden, maar hoe we dat juist gaan doen, daar is het nog net iets te vroeg voor.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, dank u wel voor de bijkomende antwoorden. Ik ben in elk geval tevreden dat de gesprekken in een goede sfeer verlopen. U hebt gezegd dat het een positief verhaal aan het worden is. De voorzitter zegt daarbij dat hij niet negatief wil zijn, maar het bereik van jongeren is misschien niet wat het moet zijn. Dat klopt natuurlijk wel, maar ik wil nog even zeggen dat net RINGtv hier in de hoorzitting zijn project van 'nieuwsneuzen' heeft voorgesteld, waarin ze met heel jonge mensen aan de slag gaan in de Rand. Ik vond dat heel knap. Op die manier proberen ze heel wat jonge mensen te bereiken. Het is dus altijd nuanceren.

In elk geval ben ik blij dat collega Vandaele er nog eens extra naar heeft verwezen dat RINGtv een probleem blijft hebben. We moeten misschien eens nadenken in welke mate we met de nieuwe samenwerkingsovereenkomsten naar een specifieke overgangsregeling kunnen gaan met RINGtv.

Minister, misschien kunt u nog eens bij minister Weyts aankloppen. Ik besef dat zijn middelen ook niet onbeperkt zijn. Ik zou toch graag zien dat dit niet uit het oog wordt verloren in het licht van het verdere traject dat dit jaar nog moet worden afgelegd.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.