

**SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 308  
van **KATIA SEGERS**  
datum: 18 juli 2018

---

aan **SVEN GATZ**  
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

---

*Uitgesteld kijken en doorspoelen van reclame - Onderhandelingen met de audiovisuele sector*

In de commissie Media van 29 maart 2018 werd de discussie gevoerd rond de modaliteiten van uitgesteld televisiekijken en een mogelijk verbod op het doorspoelen van reclame. Het is genoegzaam bekend dat commerciële televisiezenders nog steeds worstelen met de implicaties van uitgesteld televisiekijken. Wie een programma uitgesteld bekijkt, heeft immers de neiging om de reclameblokken door te spoelen, waardoor de commerciële zenders inkomsten mislopen.

Sinds enige tijd buigen tv-zenders en distributeurs zich over deze materie om tot een gedragen oplossing voor alle betrokken partijen te komen. Dat neemt niet weg dat zenders autonoom reeds bepaalde ingrepen kunnen treffen. Zo heeft Mediaaan er reeds voor gezorgd dat de kijker bij het opvragen van een televisieprogramma de reclame niet meer kan doorspoelen.

De minister gaf eind maart 2018 aan dat, wat hem betreft, een decretale oplossing met betrekking tot het verbieden van het doorspoelen van reclame tot de mogelijkheden behoort om "ertoe te komen dat we de kwaliteit van goede programma's in Vlaanderen en België overeind kunnen houden". Hij lichtte tevens de volgende stappen in het proces toe: "We gaan nu twee dingen doen. We gaan de signaalintegriteit en de modaliteiten daarvan binnen de huidige context bekijken. Ondertussen intensifiëren we de gesprekken. Dan proberen wij ook daar - het wordt nog een hete lente - voor de zomer ofwel doorbraken te hebben ofwel substantiële stappen voorwaarts te zetten."

Die zomer is ondertussen aangebroken. Ik had dan ook graag van de minister een stand van zaken ontvangen.

1. Op welke manier werd het decreet Signaalintegriteit geëvalueerd? Wat was hiervan de uitkomst?
2. De minister ambieerde een "platformneutrale, sectorgedragen oplossing voor het volledige Vlaamse audiovisuele ecosysteem, in een samenwerkingsmodel van alle partijen - het liefst alle omroepen en distributeurs, maar ook alle adverteerders en productiehuizen".

Hoe verlopen de gesprekken met de betrokken partners? Wat zijn de concrete resultaten van deze dialoog? Zit er een consensus in de pijplijn? Zo ja, graag

toelichting bij het voorstel dat momenteel op tafel ligt. Zo neen, welke verdere stappen plant de minister te ondernemen?

**ANTWOORD**

op vraag nr. 308 van 18 juli 2018

van **KATIA SEGERS**

---

1. en 2.

In 2017 schreef Econopolis in het onderzoeksrapport "Doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid" hier het volgende over:

*"De TSV-trend is echter zeer zorgwekkend voor de Vlaamse fictie programma's. Zoals door de grafieken wordt aangetoond, stijgen zowel het % uitgesteld kijken als de ad-skipping bij uitgesteld kijken sterk voor de Vlaamse fictie reeksen van 2015 tot 2016.*

*Het aandeel uitgesteld kijken is hoger bij de 18-54 doelgroep dan bij de totale bevolking. Tevens is het aandeel veel hoger (tussen 46% en 64% voor 18-54) voor de nieuwe reeksen in 2016 versus de herhaalde series (Patrouille linkeroever).*

*Naast de sterke stijging van het TSV-kijken is er ook een zeer hoog volume ad-skipping bij het uitgesteld kijken. Meer dan 80% van de reclameblokken wordt doorgespoeld bij het uitgesteld kijken.*

*Beide factoren hebben een grote impact op de totale reclame impressies voor Vlaamse fictiereeksen. Van de totale kijkcijfers (live en uitgesteld) voor Vlaamse fictie reeksen in 2016 worden slechts 40% à 60% 'gemonetiseerd' via reclame.*

*Aanbeveling.*

*Econopolis pleit voor een sectoroverleg tussen omroepen en distributeurs om intelligente reclamemodellen bij uitgesteld kijken in te voeren teneinde het verlies aan reclame-inkomsten te beperken."*

De observaties van de Econopolisstudie zijn zorgwekkend.

Gelet op de mogelijke impact ervan op continuering van de productie, aggregatie en distributie van kwaliteitsvolle Vlaamse content heb ik een actualisatie gevraagd van de studie. Daarin wordt niet alleen het huidige kijkgedrag in kaart gebracht, maar wordt ook de invloed ervan op de leefbaarheid van het media-ecosysteem bekeken. De actualisatie van de Econopolisstudie die ik heb gevraagd zal bestaan uit:

- een actualisatie van de evolutie van het kijkgedrag alsook een actualisatie van de invloed hiervan op de inkomsten uit traditionele televisiereclame maar ook uit nieuwe vormen van commerciële communicatie;
- een evolutie van het betalend aanbod;
- ontwikkeling van nieuwe inkomstenmodellen;
- beleidsaanbevelingen om tot een platformneutrale en sectorgedragen oplossing te komen. Hiervoor zal Econopolis minstens de dienstenverdelers Telenet, Proximus en Orange, de omroeporganisaties VRT, Mediaaan en SBS, en de VOFTP consulteren.

Op basis van de bevindingen van de nieuwe studie zal ik al dan niet beleidsinitiatieven nemen.

Ik verwacht de nieuwe Econopolisstudie dit najaar.