

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 315
van **WILLY SEGERS**
datum: 14 augustus 2018

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

Mediahub Brussel - Taak en doelstelling

In de beleidsbrief Brussel 2017-2018 kondigde de minister voor de eerste keer aan een startsubsidie te willen toekennen aan Mediahub Brussel. Die startsubsidie, afkomstig van het Vlaams Brusselfonds, bedraagt 500.000 euro en zal over een periode van drie jaar degressief worden toegekend. Na die periode moet Mediahub Brussel zelfstandig kunnen functioneren. Samen met de VUB en de bedrijfswereld zal de Vlaamse Gemeenschap trachten d.m.v. de Mediahub verder in te spelen op de prominente aanwezigheid van de mediasector in de hoofdstad en de Vlaamse Rand. De Mediahub zal worden ondergebracht binnen de VUB en meer bepaald binnen haar onderzoeksgroep 'Studies in Media, Innovation and Technology' (SMIT).

Op 19 juni 2018 hield de minister samen met de rector van de VUB de Mediahub boven de doopvont. De bedoeling is om mediabedrijven, interdisciplinaire onderzoekers en beleidsmakers op alle niveaus dichter bij elkaar brengen in crossdisciplinaire en crossindustriële initiatieven die de media-industrie versterken.

1. Hoeveel studenten schreven zich al in voor het nieuw postgraduaat in Media Economics?
2. Welke taken zal de Mediahub Brussel op zich nemen naast het inrichten van een postgraduaat media economics?
3. Welke concrete doelstellingen moet de Mediahub Brussel halen in ruil voor de subsidies?
4. Voorzien bedrijven ook in een deel van het budget van de mediahub? Zorgen zij op andere manieren voor ondersteuning?
5. Hoeveel zal de mediahub investeren in fundamenteel onderzoek? Hoeveel doctoraatsstudies zal men financieren? Werden al onderwerpen en doctorandi geselecteerd?
6. Kwam de mediahub al opportuniteiten m.b.t. vraaggedreven onderzoek op het spoor? Zo ja, graag een lijst met de (mogelijke) onderzoeksprojecten.
7. Welke doorgroeitrajecten voor start-ups werden al geïdentificeerd?

ANTWOORD

op vraag nr. 315 van 14 augustus 2018

van **WILLY SEGERS**

1. Dit aantal is nog niet gekend omdat de inschrijvingen nog lopen.
Studenten kunnen zich voor het volledige postgraduaat tot 1 september inschrijven; voor specifieke modules kunnen studenten zich tot 3 weken voor de module van start gaat inschrijven. Na de inschrijving maken de verantwoordelijken van het postgraduaat een selectie op basis van de inhoudelijke dossiers van de kandidaten. Na goedkeuring van een kandidatuur toetst de VUB die centraal aan formele criteria, zoals vereiste diploma's of bewijs van Engelse taalbeheersing. De VUB licht de toegelaten kandidaten hierover in. Dan kunnen die zich tot eind oktober inschrijven. De organisatoren schatten dat een 20-tal studenten zich zullen inschrijven voor het volledige postgraduaat. Opleidingen halen zelden een hoog inschrijvingscijfer in hun eerste jaar. Het postgraduaat beoogt ook geen al te hoge inschrijvingscijfers omdat dat een educatief programma op maat moeilijker maakt.
Daarnaast zal er dus ook een zij-instroom zijn voor de specifieke modules. Hiervoor is al interesse vanuit talrijke publieke instellingen, maar ook vanuit bedrijven. Verschillende organisaties hebben personeelsleden ingeschreven. Accurate cijfers hierover zullen eind december beschikbaar zijn.
2. De taken van de MediaHub zijn ondergebracht onder drie doelstellingen:
 1. Kenniscreatie en opleiding
 - a) Investeren in fundamenteel onderzoek (zie ook vraag 5)
 - b) Investeren in nieuwe opleidingen
 - Het internationale "Postgraduate in Media Economics" (zie ook vraag 1);
 - De modules kunnen ook afzonderlijk gevolgd worden;
 - De MediaHub werkt in samenspraak met mediabedrijven aan toekomstige opleidingen (executive programma's; trainingen op maat).
 2. Kennisdeling
 - a) Organisatie van minstens zes workshops per jaar rond strategische aspecten die relevant zijn voor de Vlaamse media-economie, onder het label "Smart Media Meetups";
 - b) Organisatie van 1 jaarlijkse conferentie (juni) rond media-economische aspecten;
 - c) Minstens om de twee maanden publicatie van een "Media Policy Briefing", die aspecten op het snijpunt van media-economie, mediagebruik en mediabeleid toelicht aan een professioneel publiek.
 3. Stimuleren van groei
 - a) Vlaamse en Brusselse bedrijven begeleiden naar steunmogelijkheden via Innoviris, VLAIO, en Europese fondsen;
 - b) Matchmaking tussen Vlaamse of Brusselse bedrijven enerzijds en onderzoeksgroepen anderzijds, voor eventuele R&D pistes;
 - c) Matchmaking van Vlaamse of Brusselse bedrijven en starters en groeiers onderling, met het oog op eventuele commerciële samenwerkingen of kruisinvesteringen.
3. De opstartsubsidie vanuit het Vlaams Brusselfonds omvat uitsluitend de loonkosten voor de opdrachten van MediaHub Brussel rond kenniscreatie (creëren van

internationale netwerking en platformen), kennisdeling (andere onderzoeksgroepen en industrie) van de informatiedoelstelling, de opdracht "acceleratie van doorgroeiende mediabedrijven" en tenslotte bevestigingen en analyses, zowel van de markt als van de bevolking.

De opstartsubsidie vanuit het Vlaams Brusselfonds ondersteunt geen onderzoekstaken noch onderwijstaken. De uitbetaling van de subsidie wordt gespreid over de drie werkingsjaren, gekoppeld aan tussentijdse verantwoordingen. Deze zullen getoetst worden aan de doelstellingen van de MediaHub, zoals opgenomen in het subsidiedossier. Na drie jaar, dus eind 2020, moet de MediaHub Brussel zelfstandig functioneren.

4. 1. Kenniscreatie en opleiding:

- De MediaHub stelt de resultaten van het fundamenteel onderzoek gratis ter beschikking van de media-industrie;
- Studenten betalen het postgraduaat en de modules; bedrijven kunnen deze inschrijvingskost dragen voor werknemers.

2. Kennisdeling

- De zes workshops "Smart Media Meetups" per jaar worden gratis ter beschikking gesteld.
- Vanaf volgend jaar zullen deelnemers aan de jaarlijkse conferentie een kostendekkende registratiekost betalen.
- Gratis nieuwsbrief "Policy brief".

3. Groei

- De advisering van bedrijven over steunmogelijkheden en de begeleiding van bedrijven bij de indiening van projectvoorstellen zijn gratis.
- Naargelang het steuninstrument hebben onderzoeksgroepen er baat als zij projecten binnenhalen, aangezien dit de aanwerving van onderzoekers toelaat. Hoeveel lokale bedrijven bijdragen aan een project, hangt volledig af van de mate van innovatie van het project, bedrijfskenmerken (KMO of niet) en het steuninstrument (VLAIO O&O, Icon-project, Innoviris Team-up, Europees H2020 project). Doorgaans dragen bedrijven 65% tot 75% van de kost.
- Op vrijdag 26 oktober 2018 organiseert de MediaHub een "Matchmaking Day" tussen lokale mediabedrijven en jonge technologische bedrijven uit heel Europa. Dit initiatief is gratis voor de bedrijven.

5. De MediaHub investeert vanuit de Vrije Universiteit Brussel 900.000 euro over de komende vier jaar (2018-2021) om drie doctoraten en een postdoctoraal traject te financieren. Er werden drie kandidaten geselecteerd na een open vacature: een master communicatiewetenschappen (VUB), een master media and communication studies (Westminster University) en een master new media and society (VUB). Het overkoepelend onderzoek heet "Exchange value and public value of content and communication services in future media ecosystems".

De doctoraatsstudenten werken rond de volgende (sub)thema's:

- The value of data: Wat zijn data waard, niet enkel voor bedrijven, maar ook voor overheden? Hoe kunnen data door lokale spelers gevaloriseerd worden?
- The value of platforms: Hoe handelen platformen in deze economie? Wie wint als iedereen platformfuncties integreert? Kan er zo nog eerlijke concurrentie zijn? Neemt de Europese Commissie de juiste acties op dit vlak en welk beleid is er nodig?
- The value of policy interventions: Wat is de culturele en economische impact van diverse interventies zoals subsidies, tax shelters, investeringsplicht op de creatie van content (cases: audiovisuele content en journalistiek).

Elk subthema beoogt:

- Concepten zoals publieke waarde en economische waarde te conceptualiseren en te operationaliseren;
- Kwalitatieve en kwantitatieve indicatoren voor resultaten en impact te ontwikkelen;
- Comparatieve studies van relatief kleinere Europese mediamarkten (zoals onze Vlaamse Nederlandstalige markt);
- Aanbevelingen te formuleren voor een mediabeleid dat het ganse ecosysteem ten goede komt en niet de belangen van individuele spelers.

Het postdoctoraal traject handelt over de ontwikkeling van het gehele mediaecosysteem en met name over de concentratie van activiteiten in mediaclusters.

De postdoctorale onderzoeker coördineert ook samen met de promotoren de methodologische vernieuwingen die de MediaHub nastreeft.

6. De MediaHub diende de volgende vraaggedreven onderzoeksprojecten in tijdens 2018:
 1. ICON project "Newsbuttlr", toegekend, kick-off meeting op 30/08/2018. Partners: Roularta, Noisychannels, Bothrs, SMIT (VUB), ITEC (KU Leuven).
 2. Innoviris project "RadCity", ingediend 22 juni 2018, in afwachting van evaluatie. Partners: Clear Channel, SMIT (VUB), ETRO (VUB).
 3. Eén Europees project wordt momenteel uitgewerkt, maar informatie hierover is momenteel nog onder embargo (non disclosure agreement).
 4. Er zijn ook verkennende gesprekken (in diverse stadia) met verschillende Vlaamse mediabedrijven om hen actiever te betrekken bij de uitwerking van zowel Vlaamse als Europese innovatie-subsidiedossiers. Hierover kan uiteraard op dit moment nog niet concreter gecommuniceerd worden. Met name voor valorisatiegeoriënteerde projecten moet de MediaHub de vertrouwelijkheid waarborgen aan bedrijven.
7. Om doorgroeitrajecten te identificeren zal de MediaHub het resultaat van de "Matchmaking Day" tussen mediabedrijven en jonge technologische bedrijven op vrijdag 26 oktober 2018 afwachten. De MediaHub gebruikt het eerste jaar ook om de praktische organisatie van een pitch-sessie tussen investeerders en doorgroeiërs op poten te zetten waarbij het evenwicht tussen investeerders en groeiers belangrijk is. De MediaHub beoogt bovendien om vanaf begin 2019 de vele initiatieven op vlak van investeringen in startups te dupliceren en ook om naar synergiën te zoeken.