



Vlaams
Parlement

ingediend op **261** (2019-2020) – Nr. 1
3 april 2020 (2019-2020)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Klaas Sloomans en Wilfried Vandaele

over de nieuwe beheersovereenkomst
van de Vlaamse Gemeenschap met de VRT
en over de omzetting van de
Europese richtlijn Audiovisuele Mediadiensten

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Elisabeth Meuleman.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;

Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;

Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;

Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;

Elisabeth Meuleman, Gustaaf Pelckmans;

Hannes Anaf.

Plaatsvervangers:

Andries Gryffroy, Kathleen Krekels, Philippe Muylers, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;

Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;

Maaïke De Rudder, Tinne Rombouts;

Els Ampe, Bart Tommelein;

Tine Van den Brande, Jeremie Vaneekhout;

Katia Segers.

INHOUD

1. EBU	4
1.1. Toelichting	4
1.2. Bespreking	9
2. Karen Donders en Dirk Wauters	14
2.1. Toelichting Karen Donders	14
2.2. Toelichting Dirk Wauters	19
2.3. Bespreking	21
Gebruikte afkortingen	27
Bijlagen: zie de dossierpagina van dit document op www.vlaamsparlement.be	

Op donderdag 23 januari 2020 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting over de nieuwe beheersovereenkomst van de Vlaamse Gemeenschap met de VRT en over de omzetting van de Europese richtlijn Audiovisuele Mediadiensten.

De presentaties bij de toelichtingen zijn te vinden op de [dossierpagina](#) van dit verslag op www.vlaamsparlement.be.

1. EBU

1.1. Toelichting

Roberto Suárez Candell, head of Strategy and Media Intelligence, EBU: Het is een eer en een genoegen om een bijdrage te leveren aan dit debat. Eerst wil ik echter even toelichten wat de EBU is.

De EBU is de professionele vereniging van de openbare omroepen in Europa. Ze telt 116 organisaties in 56 landen en biedt de Europese burgers heel wat diensten aan. Als beroepsorganisatie verdedigt de EBU de belangen van haar leden. Ze helpt haar leden te transformeren. Die leden leveren een bijdrage tot de samenleving. Dat is het motto van de EBU. De openbare omroepen zijn er om de burgers iets terug te geven voor de investeringen van de samenleving.

De gegevens die ik hier zal tonen, zijn uitgewerkt door de Media Intelligence Service van de EBU, een van de departementen onder mijn bevoegdheid. Ik ben ook hoofd van de dienst Corporate Strategy. Voor nog meer gegevens of publicaties over de openbare omroep verwijs ik naar de EBU-website <https://www.ebu.ch/home>.

Het gaat hier over de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT. De commissie heeft waarschijnlijk heel wat vragen. Waarom is deze organisatie nodig? Wat is haar opdracht en functioneert ze naar behoren?

Voor ik naar Brussel kwam, vroegen mijn twee kinderen me waar ik heen ging. Ik kom regelmatig in Brussel en ze weten wat ik doe, maar ze zijn altijd zeer nieuwsgierig en dus moest ik uitleggen wat het Vlaams Parlement is. Ik heb uitgelegd dat het Vlaams Parlement bestaat uit de mensen die in de regio Vlaanderen zijn verkozen om beslissingen te nemen, zodat het land goed werkt en de burgers veilig zijn en goede diensten krijgen. Mijn kinderen hebben me gezegd dat ik het Vlaams Parlement in dat geval goed moet helpen. Ze zijn blij dat ik hier ben. Ook zelf ben ik overtuigd van de job die ik uitoefen. Mijn kinderen hebben van me begrepen dat zoiets een complexe zaak is. Het wordt voor volksvertegenwoordigers steeds moeilijker om ten volle te begrijpen wat er gebeurt.

Het is niet eenvoudig om beslissingen te nemen over de media, want daarbij komen niet enkel de dossiers en aspecten kijken die strikt met de media zelf zijn verbonden. Ook andere maatschappelijke, politieke en economische kwesties moeten in overweging worden genomen. Alles is verbonden. De zaken gebeuren steeds sneller en de complexiteit groeit.

Wat de complexiteit op het internationale niveau betreft, besteedt de EBU de grootste aandacht aan de internationalisering en globalisering van de markten. Spelers uit andere sectoren verschijnen met zakken vol geld. Dat zien we in heel Europa. Voor landen en regio's is dat de grootste bedreiging van de nationale industrie. De openbare media kunnen een belangrijke rol spelen. Een openbare omroep hoeft daarin niet de enige speler te zijn en kan op dat vlak ook met de privésector samenwerken.

Er is een fragmentatie van het publiek. Mensen hebben verschillende noden die een oplossing behoeven. Er gaan natuurlijk uitdagingen gepaard met een samenleving die wordt gedreven en bestuurd door data. We bevinden ons allemaal op een kruispunt. Wat is Europa? Wat is Vlaanderen? Het zijn vragen die het Vlaams Parlement zelf moet beantwoorden.

Bij deze vragen hoort de heel legitieme vraag waarom Vlaanderen een openbare omroep nodig heeft. Waarom moet het geld investeren in die organisatie? De EBU is er zich van bewust dat niet iedereen achter dit concept staat. Velen zijn ook van mening dat de organisatie moet worden hervormd. Met de data die ik vandaag zal aanleveren, hoop ik argumenten aan te brengen voor de waarde van een openbare omroep in een samenleving.

Een en ander hangt sterk af van de omstandigheden waarin een organisatie moet werken. De maatschappelijke uitdagingen zijn niet nieuw, maar ik wil het internationale perspectief schetsen. We zien doorheen heel Europa meer polarisatie. De maatschappij heeft het moeilijk om tot een consensus te komen. Er zijn verschuivingen in de waarden, en er is de cultuur van de onmiddellijkheid. Mensen willen hun wensen hier en nu vervuld zien. Dat zet druk op de mediabedrijven. Ik kan me inbeelden dat het ook druk op het Vlaams Parlement zet. Het Vlaams Parlement moet onmiddellijk aan de burgers leveren.

Wat de toekomst in Europa betreft, geef ik wat data mee waarmee de commissie mogelijk al is geconfronteerd. Uit officiële bronnen blijkt dat 25 procent van de burgers op de rand van de armoede leeft en dat 57 procent van de burgers geen betere toekomst voor hun kinderen verwacht. Dat is verschrikkelijk. Is dat het Europa dat onze gemeenschappen en landen willen? Ik breng dit naar voren omdat ik denk dat de openbare dienstverlening een antwoord kan bieden. Wat nu gebeurt, is een gevolg van de vertrouwenscrisis. De burgers raken losgekoppeld van de instituten en openbare diensten.

Van de nieuwe evoluties geloven mensen dat het instrumenten van de democratie zijn. Ze kunnen hun mening uitdrukken, krijgen een like en vragen zich af of ze op die manier de samenleving veranderen. Natuurlijk kunnen sociale media conversaties helpen aandrijven, maar ze kunnen instituten als de openbare omroepen niet vervangen. In Europa zijn zeven op de tien burgers bezorgd dat verkeerde informatie en fake news het politieke debat en de politieke wereld beschadigen. De EBU neemt die bezorgdheid zeer ernstig.

De EBU wil geen apocalyptisch beeld neerzetten, want er is ook goed nieuws. Als we naar het vertrouwen in de media kijken, blijkt dat radio doorheen Europa op een consistente wijze het meest vertrouwde medium blijft. Ze wordt gevolgd door televisie en de pers. Paradoxaal genoeg – want we gebruiken allemaal onze telefoon en het internet – beschouwen steeds meer burgers de sociale media niet als bronnen die volledig kunnen worden vertrouwd. Dit is de context waarbinnen de EBU de vragen moet beantwoorden over de diensten die aan de burgers moeten worden geleverd.

Een van de vragen in het debat in dit parlement is waarschijnlijk of de VRT goed werkt. Ik ben blij te kunnen melden dat dit wel degelijk het geval is. Eigenlijk werkt de VRT zeer goed, zeker in vergelijking met andere organisaties in Europa. Wat het wekelijkse bereik van haar televisiekanalen betreft, bereikt de VRT 76,6 procent van de Vlaamse burgers en zit ze op die manier boven het gemiddelde. Met een betere score dan de Scandinavische openbare omroep staat ze zelfs in de allerbeste groep, in het gezelschap van de BBC en Duitse omroepen als de ZDF. Dat zijn instituten met een lange traditie en meer geld dan de VRT. Dat is een reden om trots te zijn.

Natuurlijk kan men opwerpen dat die cijfers het publiek heel algemeen benaderen. Hoe zit dat bijvoorbeeld met de jongeren? Ook op dat vlak presteert de VRT bovenmaats en zit ze met haar 51 procent in de kopgroep, terwijl het gemiddelde rond 35 procent ligt. Het eerste kanaal van de VRT is ook de meest geprefereerde zender bij het Vlaamse publiek. Voor radio geldt dezelfde situatie. Radio is het medium dat men het meest vertrouwt. Publieke omroepen hebben het in Europa moeilijk in de concurrentie met anderen, maar in Vlaanderen is het wekelijkse bereik van de VRT – zowel bij burgers in het algemeen als bij de jongeren – zeer gunstig. Ook staat de belangrijkste VRT-zender op één. Op marktaandeel en bereik scoort de VRT dus uitstekend.

Een andere vraag is hoeveel dat alles kost en of men de juiste bedragen investeert. In totaal gaat in Europa 35 miljard euro naar de openbare omroepen die deel uitmaken van de EBU. Zou dat geld moeten worden geïnvesteerd in andere diensten? Hoe kunnen we dat vergelijken met de privésector? De enige manier om uit te maken of dat te veel geld is, is door de prestaties onderling te vergelijken – zoals gezegd scoort de VRT behoorlijk – en ook met de andere spelers.

Een vergelijking tussen de 65 Europese publieke omroepen en de 10 grootste bedrijven uit dezelfde marktsector leert dat publieke omroepen helemaal niet marktverstrend werken op opbrengsten en inkomsten. Sinds 2013 zijn de inkomsten van openbare omroepen op hetzelfde – lage – niveau gebleven, terwijl die van bedrijven als Google en Amazon met 112 procent zijn toegenomen. De bedreiging komt dus van die wereldwijde bedrijven, die de nationale markten in Europa aan het overnemen zijn.

De min of meer stabiele inkomsten van de openbare omroepen – de stijging over die periode bedraagt 0,3 procent – is in de realiteit en gezien de inflatie eigenlijk een daling. Ze hebben dus geld verloren, want met dat beschikbare vermogen is minder mogelijk dan in 2013. Vaak namen regeringen natuurlijk openbare omroepen in het vizier om te kunnen besparen, maar de realiteit is dat in heel Europa het bbp is toegenomen zonder vertaling daarvan in toegenomen investeringen in openbare omroepen.

Vlaanderen investeert 0,16 procent van zijn bbp als belastinggeld in zijn openbare omroep en staat daarmee in Europa op plaats 19 van de 49. Slecht is dat niet. Vlaanderen komt zo net achter de Noord-Europese landen, maar ook net achter sommige Oost-Europese landen die grote inspanningen doen om de omstandigheden voor hun openbare omroepen te verbeteren.

Het percentage van het bbp dat Europese landen in hun openbare omroepen investeren, blijkt in dalende lijn, en op dat vlak is ook de Vlaamse situatie negatief. Vlaanderen maakte in de periode 2014-2018 deel uit van de groep landen die op hun openbare omroepen hebben bespaard, zij het niet zo drastisch als bijvoorbeeld Roemenië. Recenter, van 2017 tot 2018, zette die evolutie zich in Vlaanderen nog sterker door en komt het terecht in de groep landen die een aanzienlijke daling hebben gekend. De EBU, die deze financiële evoluties op alle Europese markten opvolgt, is daarover bezorgd. Vlaanderen beschikt immers over een fantastische openbare omroep die op het hoogste niveau presteert en de vergelijking met de BBC, Duitsland en de Scandinavische landen mooi kan doorstaan. Bepaalde beslissingen of trends op het vlak van de financiering blijven echter achter bij die trends. Dat zou volgens de EBU beter kunnen.

In de rangschikking van de financiering in absolute cijfers komt Vlaanderen op plaats 15 van 50. Opnieuw kan het zichzelf feliciteren met een dergelijke toppositie, maar om de weg te volgen van de Scandinavische landen en de grote omroepen in Europa, is financiering vereist.

Is de VRT duur voor de Vlaamse burgers? Neen. De gemiddelde kostprijs is 3,42 euro per maand per burger. Dat is een onaanzienlijke kostprijs, de prijs van een krant of een kop koffie. In de bekeken periode is die kostprijs bovendien met 9 procent afgenomen.

De laatste vraag is die naar de waarde voor de samenleving van wat de openbare omroep in Vlaanderen aflevert. Uiteindelijk zijn het marktaandeel en de kijkcijfers onbetekenend als de burgers die bijdrage niet als waardevol ervaren. Precies aan dat aspect hecht de EBU groot belang, en ze propageert het bij haar leden.

Het begrip waardevol kan vele vormen aannemen. De Europese openbare omroepen investeren samen 18,6 miljard euro in content, ongeveer 52 procent van hun bedrijfsopbrengsten. Vergeleken met Netflix en Amazon leveren ze een veel hogere inspanning om originele verhalen te brengen. De VRT presteert daarin beter dan het gemiddelde. Ook op dat vlak biedt ze waar voor haar geld. Die waarde zit overigens niet louter in de kwaliteitsvolle verhalen die de VRT brengt, maar vooral in het feit dat ze de binnenlandse activiteiten van hooggekwalificeerde sectoren, zoals de audiovisuele productie, aandrijft. Ook op die manier wordt geld geïnvesteerd in de eigen verhalen, in de nationale bedrijven. Wat betreft de output van de Europese openbare omroepen op het vlak van binnenlandse producties, scoort de VRT alweer beter dan het gemiddelde. Haar 91 procent is zelfs beter dan het percentage dat de Scandinavische landen halen.

De EBU zegt aan haar leden dat ze zich moeten focussen op hun bijdrage aan de samenleving: hoe lossen ze problemen van burgers op? Verschillende openbare omroepen hebben zich aangesloten bij dit strategische initiatief van de EBU. De VRT was er vanaf het prille begin bij. Ze draagt daartoe bij met erg innovatieve en zeer goede voorbeelden, en wordt door vele organisaties gevolgd. De VRT incarneert dat samenlevingsinvesteringsfonds, zoals de EBU het noemt.

Als het Vlaams Parlement beslist de VRT geld te geven, gaat het over meer dan de VRT alleen. De VRT is slechts een gemachtigde, die iets van waarde levert voor de burgers, opdat dat een impact zou hebben op de samenleving. Die impact kan economisch, cultureel, educatief of democratisch zijn. De VRT heeft de jongste jaren haar impact geanalyseerd. De EBU heeft dat initiatief met veel plezier gesteund, en de resultaten over heel Europa verspreid.

De vraag rijst of er een link is tussen een sterke openbare omroep en een gezonde democratie. De directeur-generaal van de EBU was vandaag in Davos om daarover te praten. De EBU is ter zake samen met het World Economic Forum een initiatief aan het propageren, dat hopelijk in 2020 het licht zal zien. Landen met een sterke openbare omroep scoren inderdaad goed op de democratie-index. Er is een sterke correlatie. Hetzelfde geldt voor de link met het marktaandeel van de openbare radio-omroepen. In landen waar de burgers de openbare omroep steunen, waar ze zich wenden tot de openbare omroep voor hun nieuws, is corruptie ook meer onder controle.

Gaat dit dan uiteindelijk over geld? Inderdaad. Door geld te geven aan een omroep is die in staat om een betere service te geven, wat dan weer een breder publiek en een grotere democratische impact oplevert. De formule is dus vrij eenvoudig.

Natuurlijk zou iemand kunnen opwerpen dat de EBU de belangen van de VRT verdedigt, en dat klopt ook. Ik ben dan ook graag bereid om nog meer data te geven. Maar hoe dan ook bewijzen genoeg gegevens voor heel Europa de kruiscorrelatie tussen de hoeveelheid geld die men in de openbare omroepen – die eigenlijk een investeringsfonds vormen – stopt, hoeveel waardevols de burgers daarvoor krijgen en de impact op het vlak van gezonde democratie.

De VRT heeft dat geanalyseerd. Ze heeft zich ingeschakeld in dat EBU-initiatief. Zo heeft ze jaar na jaar haar bereik bij bepaalde doelgroepen vergroot in verband met hun nood aan informatie om een beslissing te nemen bij verkiezingen. In bijna alle leeftijdsgroepen vertrouwen Vlaamse burgers die informatie zoeken, de openbare omroep meer dan de andere media.

Het gaat niet alleen over dit soort data, maar ook over de economische impact. In opdracht van de VRT voerden twee universiteiten daarover een studie uit. De EBU was zeer tevreden met het resultaat: voor elke euro die de overheid aan de VRT besteedt, worden er voor 2,51 euro economische activiteiten gegenereerd. Die activiteiten zijn onder meer verbonden met technologische innovatie. Ze drijven de radioreclamemarkt aan. Daar heeft dus ook de commerciële sector baat bij. Ze drijven de muziekindustrie aan. Voor de eigen identiteit van deze regio is dat cruciaal, aangezien op die manier Vlaamse content wordt gecreëerd, die de eigen realiteit weerspiegelt. Die activiteiten genereren ten slotte ook banen.

Zo men zou nadenken over de vraag of het niet beter is om dat geld in iets anders te investeren, kan ik alvast stellen dat een investering in de VRT geen slechte investering is.

Wat het effect op de creatieve sectoren betreft, stel ik voor dat de commissie contact met hen opneemt, want ze beschikken ter zake over veel gegevens, die ook de EBU al heeft bekeken. Wat haar rol in de muziekindustrie betreft, helpt de VRT de eigen burgers lokale en regionale dingen ontdekken, die geen kans zouden maken als de markt alleen door grote mondiale ondernemingen zou worden gecontroleerd. De VRT is in staat de muziekindustrie te versterken. Sommige bands werden ontdekt dankzij een VRT-programma en kregen zo de kans om hun eerste album op te nemen. De industrie heeft de gegevens daarover.

Ik begrijp dat mensen vragen hebben bij de hoeveelheid geld die aan de VRT wordt gegeven, maar dat geld blijft niet in de zakken van haar werknemers zitten. Het vloeit terug naar de markten. Van het geld dat de VRT krijgt, komt 58 miljoen euro bij de onafhankelijke productiesector terecht en 17 miljoen euro bij de toeleveringsbedrijven. Als men bespaart op de VRT, heeft dat zijn impact op andere sectoren.

Ik verwijs ook nog naar content die niet alleen wordt gedreven door marktaandelen of kijkcijfers, maar door waarden. Audiovisuele media kunnen immers een positieve impact hebben op onze kinderen en jongeren, en op onszelf. We ervaren allemaal disruptieve momenten. Dan is het belangrijk om content te hebben die helpt na te denken over het soort land dat we willen zijn en de waarden die we willen volgen. Ik geef enkele voorbeelden van dergelijke waardegedreven programma's en campagnes, die vaak enorm worden gewaardeerd door de burgers (zie presentatie).

Ik roep het Vlaams Parlement en wie moet beslissen over de VRT, op om alstublieft aan de toekomst te denken. Als het er tegenwoordig op aankomt de prestaties van een omroep te evalueren, is het narratief meestal gericht op hoeveel geld eraan werd besteed en welke output en bereik daartegenover staan. Dat is oké. In dat narratief is de positie van de VRT al gunstig. Ik nodig de commissieleden echter uit om verder te kijken en na te denken over de reden waarom ze hier zijn. Ze zijn hier omdat ze zijn verkozen om goede beslissingen te nemen, om goede dingen te doen voor de burgers. Denk na over de impact, over het soort verhalen waarvan u graag hebt dat uw kinderen ze horen, bijvoorbeeld over het soort verhalen dat u wilt horen om de problemen van ouderen te begrijpen.

Mijn conclusie is dat Vlaanderen een excellente openbare omroep heeft, vanuit het oogpunt van prestaties, vanuit het oogpunt van hoe de middelen worden gebruikt,

vanuit managementoogpunt. Ik weet dat dat laatste deze week gevoelig ligt, maar zonder een goed management zouden die resultaten er niet zijn. Voorts heeft Vlaanderen een excellente openbare omroep als het gaat over de waarde en de impact op de samenleving. Ik vraag hier dus niet zozeer om de VRT te blijven steunen, maar wil het idee aanbrengen dat investeren in de VRT een meerwaarde oplevert voor de samenleving.

Ik vraag om deze middelen niet als kosten te bekijken maar als een investering. Denk aan de kostprijs mocht Vlaanderen niet over een dergelijke omroep beschikken. Denk daarbij aan de landen in het rood op mijn presentatie. Wil Vlaanderen een van die landen zijn? Ik wed van niet. Uiteindelijk zijn openbare omroepen er immers niet alleen om programma's te maken. Ze zijn een instrument om de gezondheid van onze samenleving te verzekeren.

Een samenleving waarin iedereen heel de dag lang media op zijn telefoon aan het bekijken is, moet ervoor zorgen – naar analogie met instellingen als de voedselveiligheid of het leger – dat er iemand garant staat voor de kwaliteit en de impact van de mediasector. Dus zie ik in de VRT een essentieel instrument voor de gezondheid van de Vlaamse samenleving. Ik hoop dat ik de commissie met de gegevens die ik vandaag heb aangebracht, heb geholpen om de juiste beslissingen te nemen.

1.2. Bespreking

Katia Segers: Ik dank de spreker voor zijn uitstekende presentatie, die de positie van onze openbare omroep in een Europees perspectief schetst. Ik wou dat we die presentatie al eerder hadden gehad, gezien het intense debat dat we gisteren in de plenaire vergadering hebben gevoerd over de toekomst van de VRT. Roberto Suárez Candel verwees er al naar: vorige zondag heeft de Vlaamse Regering de CEO van de VRT ontslagen, hoewel die alle doelstellingen had bereikt die de Vlaamse Regering had vooropgesteld, en nog wel ondanks de vermindering van de financiering die de spreker net heeft getoond.

De conclusies uit deze presentatie zijn duidelijk. Ten eerste is de VRT een van de beste leerlingen onder de Europese openbare omroepen. Ten tweede is de VRT dat ook wat haar kostenefficiëntie betreft. Ten derde is de EBU bezorgd over de afname van het budget, omdat er een uitstekende economische reden is om te investeren in onze openbare omroep, maar ook omdat dat maatschappelijk erg belangrijk is. Ik had dus echt gewild dat we deze presentatie vóór de beslissing van de Vlaamse Regering hadden gekregen.

Het stond niet in zijn presentatie, maar misschien kan Roberto Suárez Candel zijn visie geven over het volgende. Een van de oplossingen om onze Vlaamse mediamaarkt klaar te stomen voor de toekomst, is het idee van een Vlaamse Netflix. DPG Media kondigde kortgeleden aan dat het daarmee zou starten. Dan rijst de vraag of de VRT eraan zou deelnemen en er al haar content voor beschikbaar zou stellen, samen met die van de verschillende mediaspelers. Vindt de spreker dat een goed idee? Is het een goede oplossing met het oog op de toekomst? Wat precies zou de rol van de openbare omroep moeten zijn in dit project? Kan hij dit vergelijken met gelijkaardige projecten in andere Europese landen?

Filip Brusselmans: Dank voor de presentatie. Wat ik ervan onthoud, is dat de VRT goed werk levert als het gaat over het totale aantal burgers die elke week worden bereikt, maar ook dat dat te verklaren valt omdat de gemiddelde kostprijs per burger hoger ligt dan het Europese gemiddelde. Heeft de EBU om de gemiddelde kostprijs te berekenen de hele populatie meegeteld of alleen de belastingbetalers? Dat is immers een belangrijk onderscheid.

Roberto Suárez Candel trachtte de correlatie aan te tonen tussen democratie en de VRT, maar hoe zit het met de gelijke vertegenwoordiging van alle politieke standpunten? Mijn politieke partij is in de nieuws- of praatprogramma's van de VRT maar goed voor 3 procent van alle politieke gasten, terwijl ze toch 18 procent van de kiezers vertegenwoordigt. Heeft de EBU de statistische gegevens over de vertegenwoordiging van alle politieke denkbeelden op de openbare omroepen?

Wilfried Vandaele: De uiteenzetting is natuurlijk waardevol, en geeft de klemtonen weer die we doorgaans ook vinden als we, in de aanloop naar de beheersovereenkomst, de internationale vergelijking maken.

Terecht beklemtoont Roberto Suárez Candel, zoals ikzelf dat in de plenaire vergadering van gisteren ([Actualiteitsdebat Vl.Parl. 2019-20, nr. 6](#)) eveneens heb gedaan, het belang van de openbare omroep als element in de opbouw van een samenleving, om mensen te informeren. Op die manier zijn ze op de hoogte en kunnen ze ook deelnemen aan het democratisch proces, waarvan wij een exponent zijn. Dat belang staat voor mij zeker voorop, net als het belang om cultuur te ondersteunen. Dat verhaal wil ik ten volle erkennen.

De spreker heeft enkele keren gezegd dat we toch wat meer moeten doen, en dat we erop achteruitgaan. Het beleid zou de openbare omroep minder ondersteunen dan voorheen. Hij zei op een bepaald moment ook dat Vlaanderen in de middenmoot zit wat de ondersteuning van de openbare omroep betreft. Maar in de rangschikking in zijn presentatie staan we op de vijftiende plaats van vijftig landen. Dat lijkt me beter dan de middenmoot, en is tenzij ik het fout interpreteer, een vrij goed resultaat.

Hoe dan ook heb ik dus het gevoel dat Vlaanderen het belang van zijn openbare omroep onderschrijft, en ten tweede dat de financiering ervan door de Vlaamse overheid nog redelijk goed zit. In ons geval financiert wel niet alleen de overheid de openbare omroep. Die verhouding tussen eigen middelen en middelen van de overheid ligt in andere landen wel anders. Hoe dan ook is mijn gevoel dat we hier nog redelijk goed zitten, tenzij de spreker dat zou corrigeren.

Karin Brouwers: Ik dank de spreker voor zijn interessante uiteenzetting. Wat toch weer opvalt, is dat de VRT het eigenlijk uitstekend doet qua bereik, en alle zaken die ze van de Vlaamse overheid moet doen, voor mekaar krijgt met relatief minder middelen dan andere openbare oproepen onder de EBU-leden. Daarop mogen we best trots zijn. We moeten natuurlijk proberen om dat in een volgende periode ook zo te houden. Als Roberto Suárez Candel daarop nog verder wil ingaan, graag.

Ik sluit nog aan bij de laatste vraag. In Vlaanderen haalt de VRT relatief veel middelen uit de markt, maar dat is een mooi ecosysteem. We spreken altijd over een ecosysteem, waarin de VRT dus marktversterkend optreedt. Maar hoe zit dat precies in andere landen? Worden hun openbare omroepen volledig betaald door de overheid, of zijn er ook elders gemengde systemen zoals het onze? Wat is dan de relatie met de private spelers in het veld?

Ik sluit ook aan bij de opmerking van Katia Segers over een Vlaamse Netflix. Ik ken toevallig Britbox, maar weet niet in hoeveel landen men op die manier – publieke en privésector samen – iets op gang probeert te krijgen om grote internationale spelers het hoofd te bieden. Terecht merkt Roberto Suárez Candel op dat daar nu heel veel reclame-inkomsten naartoe gaan, en zijn presentatie toont dat duidelijk aan.

Hoe kunnen we als Europeanen, en dan specifiek in Vlaanderen met onze VRT, tegengewicht bieden aan de grote internationale spelers? In welke mate kan dat

gezamenlijk met de private spelers gebeuren? Zijn er nog voorbeelden? Zijn nog andere publieke omroepen daarmee bezig?

Ik zou het een goede zaak vinden als de publieke omroepen, zeker binnen Europa, daarin een soort gezamenlijke strategie nastreven. We kunnen misschien ook leren van elkaar. Misschien heeft de EBU daar zicht op en kan de spreker ons daarin wat wegwijs maken.

Freya Perdaens: Ook mijn dank voor de toelichting. Een vergelijking van de verdeling tussen publieke en private middelen in de verschillende landen – waarop ook Wilfried Vandaele doelde – zou een ongelooflijk interessante grafiek kunnen opleveren. Ik begrijp dat zoiets niet hier en nu kan worden voorgelegd, maar ze kan misschien achteraf aan de commissie worden bezorgd?

Tussen de Europese landen die in het overzicht worden vergeleken, zitten waarschijnlijk ook grote verschillen op het vlak van televisiecultuur. Als het gaat om het bereik, de impact en de invloed op de beeldvorming van mensen, kan het misschien ook interessant zijn om een vergelijking te maken met landen waarmee we een vergelijkbare televisiecultuur hebben. Ik denk aan Nederland of Wallonië. Ook hun programma's kunnen wij immers volgen. Is een dergelijke vergelijking mogelijk? Ook hier geldt dat die cijfers nu wellicht niet beschikbaar zijn, maar zouden ze kunnen worden nagestuurd?

Roberto Suárez Candel: Ik dank iedereen voor de opmerkingen, en voor de positieve commentaren.

Een voorstel om een gezamenlijk televisieplatform op te richten met publieke en private spelers is niet nieuw. We hebben dergelijke samenwerkingen al eerder gezien in verschillende Europese landen. Dat was het geval bij de introductie van digitale televisie, maar ook bijvoorbeeld voor private distributeurs die openbare zenders aanbieden.

Ook met betrekking tot VOD-diensten is in verschillende landen samenwerking tussen publiek en privé ontstaan. Zo heeft Spanje een publiek VOD-kanaal gelanceerd met een specifiek aanbod. Over enkele weken ga ik naar Madrid, waar we het onder meer over deze kwestie zullen hebben. We proberen om beter te begrijpen hoe dergelijke samenwerkingen functioneren.

Bij dergelijke projecten is de erkenning van het principe van universaliteit cruciaal. Publieke omroepen worden betaald door de bevolking, en horen daarom gratis en makkelijk toegankelijk te zijn. Bij de creatie van een gemengd platform dreigt die basisvoorwaarde te botsen met de belangen van de betrokken privépartners. Zij streven immers naar een economisch voordeel, wat ook hun goed recht is. Kennelijk vindt elk land hiervoor zijn eigen oplossing. We hebben nu niet de tijd om verder in te gaan op de bestaande overeenkomsten in verschillende Europese landen, maar kunnen daar later nog informatie over verschaffen.

Maar het werkt dus. Daarbij zien de EBU noch de verschillende betrokken landen zelf, een openbare omroep als een geïsoleerd en geprivilegieerd systeemonderdeel. Het is ook net de taak van openbare omroepen om samen te werken met de commerciële platforms. Daarmee beantwoord ik ook meteen de vraag hoe men de nationale ecosystemen beter kan wapenen tegen de druk van internationale spelers: door onderling samen te werken en daarbij zorg te dragen voor alle spelers. Zorg dragen voor andere spelers betekent overigens niet de ene partij benadelen om het andere platform te ondersteunen.

Dat brengt mij tot de vraag over de financiering. De VRT kan rekenen op inkomsten uit reclame. Ik kan begrijpen dat commerciële zenders denken daardoor geld te

mislopen, maar studies tonen aan dat dat niet noodzakelijk het geval is. Wanneer openbare omroepen met gemengde middelen zich niet langer mogen beroepen op commerciële inkomsten – zoals in Frankrijk en Spanje – verschuiven die inkomsten niet integraal naar de commerciële zenders, maar veeleer naar onlinekanalen of naar het buitenland. Verschillende studies en grafieken tonen dat duidelijk aan. De gezondheid van de markt verbeteren is dus niet louter een kwestie van trade-offs tussen de verschillende spelers binnen die markt, maar vooral van maatregelen die samenwerking stimuleren. Of het gezamenlijke platform een goede beslissing is, daar wil ik me niet over uitspreken, maar de kwaliteit ervan zal afhangen van een goede samenwerking en respect voor elkaars belangen. Het is zeker niet eenvoudig om een oplossing te vinden die voor iedereen voordelig is, maar het is wel mogelijk, zo tonen buitenlandse voorbeelden aan.

Er was ook een vraag over de wijze waarop wij de gemiddelde kosten van een openbare omroep berekenen. De EBU brengt daarvoor alle inwoners in rekening, ook degenen die geen belasting betalen. Ook die mensen halen immers voordeel uit een openbare omroep. De openbare omroep is er voor iedereen. Ze heeft een universeel bereik, zowel op geografisch als op demografisch vlak. Ook mensen die zich geen abonnement zouden kunnen veroorloven, kunnen ervan genieten.

In alle landen worden vragen gesteld bij de vertegenwoordiging van bepaalde politieke groeperingen in het nieuws of in andere programma's. De EBU houdt daarover geen statistieken bij, omdat ze niet als politie wil optreden en dus niet wil tussenbeide komen in inhoudelijke debatten. De EBU gelooft heel sterk in de onafhankelijkheid van journalistiek. Dergelijke data bijhouden zou tot misbruik kunnen leiden. In bepaalde landen, waaronder in Spanje en Duitsland, is overwogen om een controlesysteem te introduceren, waarin elke politieke partij minuten toegewezen zou krijgen in verhouding tot het aantal zetels in het parlement. De EBU ziet dit als een inbreuk op de journalistieke onafhankelijkheid en vraagt zich af of het echt betere resultaten zou opleveren. Volgens mij moeten problemen in verband met ondervertegenwoordiging zeker gemeld worden, maar dan via een open debat. Journalisten staan alleszins open voor een dergelijk debat, veeleer dan onderworpen te worden aan een controlesysteem.

Mijn uitspraken over het budget waren niet bedoeld om bepaalde partijen met de vinger te wijzen. Wat ik wilde zeggen, is dat de VRT het heel goed doet, maar dat de cijfers aantonen dat sommige beslissingen een daling van de inkomsten voor gevolg hebben gehad. Wat de EBU wel zorgen baart, is dat die neerwaartse trend geen halt toegeroepen wordt, maar terwijl de economie het eigenlijk wel goed doet, zelfs nog wordt versterkt. Men mag niet vergeten dat radio en televisie maken heel wat geld kost. Daarbij komt nog dat grote internationale spelers als kapers op de kust staan te wachten om lokaal talent weg te halen.

Met betrekking tot de huidige situatie wil ik nog opmerken dat de Scandinavische landen in het verleden sterk in hun openbare omroepen hebben geïnvesteerd. Denemarken is een succesvoorbeeld. Iedereen heeft waarschijnlijk reeksen als Borgen gezien. Dit heeft enkel voordelen voor de omroep, maar het heeft ook een sterke industrie gecreëerd. Vele professionelen werken voor de omroepen, verlaten dat bedrijf en beginnen hun eigen bedrijf. Die mensen zijn goed opgeleid en versterken met hun ideeën de sector.

Een andere vraag was of de vijftiende positie op een totaal van vijftig geen goede positie is. Dat is inderdaad een goede positie, maar de grafiek geeft ook aan dat de kloof met de volgenden in de rangschikking klein is, waardoor een kleine verlagening van haar financiering de VRT al in een lagere positie kan doen belanden, wat we dus liever niet zien gebeuren.

De VRT is een fantastisch instrument. Het is geen instrument om het Vlaams Parlement te behagen, maar om de burger diensten te verlenen. Daarvoor heeft de VRT middelen nodig. Ik begrijp dat de overheid met verschillende openbare diensten moet jongleren, maar de impact van de VRT is zeer sterk.

Met de financieringswijze van openbare omroepen in Europa is de EBU goed vertrouwd. We beschikken ter zake over alle informatie. Ik heb niet alle cijfers bij de hand, maar weet wel dat van het totaalbedrag van 55 miljard euro dat de openbare omroepen gezamenlijk ter beschikking krijgen, ongeveer 65 procent afkomstig is van licenties. Voorts komt ongeveer 20 procent uit de staatsbegrotingen en ongeveer 10 procent uit advertentie-inkomsten.

De reclame-inkomsten dalen, want die markt krimpt in veel landen. Sommige openbare omroepen hebben de idee van reclame ook verlaten omdat reclame soms een impact heeft en de onafhankelijkheid moet worden verzekerd. Het gaat niet enkel om politieke maar ook om commerciële onafhankelijkheid. De EBU is niet van oordeel dat alle advertentie-inkomsten op zich slecht zijn of de functie van een openbare omroep verstoren. Als deze inkomstenbron wordt gebruikt, creëert dit een debat in de samenleving en in de markt. Commerciële operatoren kunnen de verwachting hebben dat ze 100 procent van hun inkomsten uit die bron kunnen ontvangen, maar dat zal niet gebeuren.

Het is voor de EBU geen probleem hierover meer gegevens te verschaffen. Ook beschikt ze over informatie over andere landen en regio's, zoals Nederland of Wallonië. Indien er bijzondere vragen zijn, kan de EBU nagaan welke informatie ze kan verschaffen, maar er zijn soms wel limieten in het delen van informatie, onder meer vanwege de privacy. De EBU moet ook de bereidwilligheid respecteren van de organisaties waarvan ze gegevens verzamelt. Ze doet altijd haar best om gegevens te verschaffen, want goed geïnformeerde politici nemen betere beslissingen.

Katia Segers: Ik heb nog een aanvullende vraag over een eventuele Vlaamse Netflix. Als de VRT hiervan een partner zou worden, zou de door de belastingbetaler betaalde content van de VRT achter een betaalmuur verdwijnen en van het online-platform van de VRT weg moeten. Ik ga ermee akkoord dat de samenwerking tussen openbare omroepen en private media cruciaal is, maar zou dit geen conflict met het essentiële principe van de universaliteit betekenen?

Freya Perdaens: Ik spreek niet tegen dat we een excellente openbare omroep hebben, maar we zien ook dat we nergens aan de top staan. We hebben het hier al over fondsen en dergelijke gehad, maar ik kan me voorstellen dat de EBU op basis van haar overzicht over verschillende landen advies kan geven over de aanpak van het bereik, en van de impact op de mensen die die kanalen gebruiken. Kan Roberto Suárez Candel voorbeelden van best practices uit andere landen geven? Er zijn duidelijk landen die beter presteren. Welk advies heeft hij op dat vlak voor Vlaanderen?

Roberto Suárez Candel: Content die de VRT maakt en door de burgers is betaald, wordt inderdaad verondersteld voor iedereen beschikbaar te zijn. Het is niet logisch dat die achter een betaalmuur zou terechtkomen. Dat zou onacceptabel zijn, en de burgers zouden er niet blij om zijn.

Het is onmogelijk hier alle verschillende modellen te bespreken. In sommige gevallen zijn de platformen deels open en deels gesloten. Een platform kan complementair of concurrentieel zijn met het platform van de VRT. De VRT heeft nu al een platform voor content on demand. Er zijn verschillende opties.

Alvorens een beslissing te nemen, moeten de spelers op de markt overleggen over wat voor hen allemaal het voordeligst is. Als de toegangspunten voor de burgers worden vermenigvuldigd, wordt ook de markt groter, maar kan het succes verminderen. Als het aanbod al te verschillend en complex is, kunnen mensen beslissen naar Netflix te kijken, want dat begrijpen ze wel.

Dat betekent niet dat er geen competitie in de markt kan zijn. Het is binnen dit tijdsbestek niet mogelijk om al die elementen te analyseren, maar dit is niet de eerste keer dat het aan bod komt. Nu gaat het om VOD, maar ook vroeger al bestonden er – andere – platformen en werd die vraag gesteld.

De VRT en de commerciële zenders moeten overleg plegen. Ze moeten werken voor de mensen en rekening houden met hun waarden en de rechten. Ze moeten eveneens de legitimiteit van hun streven naar financiële inkomsten beschermen.

Wat de best practices betreft, heeft de EBU veel thematische groepen, bijvoorbeeld met betrekking tot drama of technologie. Er zijn expertengroepen in verband met elk aspect dat met de werking van de VRT is verbonden. De VRT is niet enkel een van de meest actieve, maar ook een van de meest bevraagde partners. Alle Zuid- en Oost-Europese landen vragen dat iemand van de VRT hen zou uitleggen hoe het moet. Ook de Scandinavische landen doen dat trouwens. We hebben het bewijs dat de VRT een partnerschap met veel Scandinavische omroepen heeft. Zelf vraagt ze ook vaak aan de EBU wat Scandinavische omroepen of de BBC doen. Die vragen worden niet noodzakelijk alleen aan de EBU gesteld, want de VRT is ook heel autonoom en heeft uit zichzelf een sterke relatie met de meest geavanceerde omroepen.

De EBU faciliteert soms bezoeken van raden van bestuur van omroepen aan andere omroepen. Zo kunnen die mensen elkaar ontmoeten. In die zin is de EBU zeer actief. Als het Vlaams Parlement of deze commissie interesse in een bepaald thema hebben, zal de EBU binnen haar mogelijkheden met plezier meer informatie verschaffen.

2. Karen Donders en Dirk Wauters

2.1. Toelichting Karen Donders

Karen Donders, hoofd Media & Society Onderzoeksprogramma bij imec-SMIT en docent aan de VUB: De Europese Commissie en het Europees Parlement hebben bijna tien jaar nodig gehad om de belangrijke AVMD-richtlijn, die oorspronkelijk in 2007 werd aangenomen, in overeenstemming te brengen met de nieuwe context. Nu is het aan de verschillende lidstaten, en dus ook aan Vlaanderen, om die richtlijn om te zetten. Dat betekent dat we het Mediadecreet moeten updaten.

Ik wil in mijn presentatie graag vier punten aanraken:

- 1° Wat zijn de grote aanpassingen in die richtlijn, in vergelijking met de versie van 2007?
- 2° Waar is actie van Vlaanderen vereist?
- 3° Waar kan Vlaanderen beslissen om bijkomende actie te ondernemen, zonder Europese verplichting? Op dat punt kan de Vlaamse Gemeenschap eigen beleidsaccenten leggen.
- 4° Ik heb de vrijheid genomen om een aantal aanbevelingen op te stellen, op basis van het bestaande onderzoek van mezelf en collega's.

Het eerste zal ik snel behandelen, aangezien Katrien Thienpont daar vorige week al vrij uitgebreid op is ingegaan (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 207/1).

Een deel van mijn exposé is gebaseerd op een groot project dat mijn onderzoeksgroep op dit moment uitvoert voor de Europese Commissie, in samenwerking met Deloitte, over de omzetting van deze richtlijn in de – voorlopig – 28 lidstaten van de Europese Commissie. Die studie wordt verwacht in september.

Ik overloop de aanpassingen in vogelvlucht. De scope van de richtlijn is aangepast, met name verbreed richting 'videosharingplatforms'. De definitie daarvan is overigens nog vrij 'high level', en zal nog meer precisering en verduidelijking moeten krijgen.

Het 'land van herkomst'-principe werd verduidelijkt en verfijnd. Er werden een aantal nieuwe uitzonderingen in de richtlijn opgenomen.

Voor de lidstaten – of in ons geval gemeenschappen – komt er een verplichting om een register aan te leggen van de aanbieders van audiovisuele diensten die onder hun jurisdictie vallen. Dan is duidelijk wie het nu juist voor het zeggen heeft.

Er komt meer flexibiliteit op het vlak van commerciële communicatie. De limiet van 20 procent blijft, maar men zal niet langer 12 minuten chronometreeren per uur. Men heeft een slot binnen en buiten primetime gedefinieerd. Dat is een goed idee, omdat de commerciële spelers zo meer ruimte krijgen om, op een markt die toch vrij moeilijk is, de werving van commerciële inkomsten te optimaliseren.

Er zijn quota voor Europese werken. In ondemandomgevingen bedragen die 30 procent. In de schrijvende pers en elders is vaak beweerd dat VOD-omgevingen van Telenet, DPG Media of Netflix gemakkelijk aan die 30 procent komen. Lopend onderzoek van onder andere het European Audiovisual Observatory nuanceert die stelling. Op het niveau van titels klopt dat cijfer. Maar kijkt men naar het aantal uren en de reeksen, dan stijgt het aandeel van Amerikaanse content. Van series die tieners graag volgen, zoals Vampire Diaries, zijn er vaak heel veel seizoenen – van zeven tot wel veertien. De Europese content is op dat vlak daarentegen meer gelimiteerd. Natuurlijk zal dus de rekenwijze impact hebben op het behalen van het 30 procentcriterium. Die berekening moet nog worden bepaald. Ook het Europese niveau zal daarover nog aanbevelingen doen.

Een andere vereiste is de prominentie van Europese werken in VOD-omgevingen. Daar kom ik nog op terug. Het is de juridische basis voor eventuele regels op het vlak van vindbaarheid en zichtbaarheid van Europese en Vlaamse content, een element dat naar voren komt in het Vlaamse regeerakkoord.

Europa liet al langer een investeringsplicht toe voor aanbieders van niet-lineaire audiovisuele diensten. Maar die verplichting kan – dat hoeft niet – van toepassing worden gemaakt op spelers die niet gevestigd zijn in de markt, maar er wel diensten aan leveren. In Vlaanderen is dat systeem er eigenlijk al, net zoals bijvoorbeeld in Duitsland of Frankrijk. Dat is de zogenaamde Netflix-taks.

Er zijn meer regels op het vlak van de bescherming van minderjarigen. Voor hen moet de toegang tot schadelijke content, bijvoorbeeld content die aanzet tot haat, worden belemmerd. Op dat vlak is er heel veel nood aan co- en zelfregulering.

De mediaregulatoren moeten worden versterkt op Europees niveau. De functionele en operationele onafhankelijkheid van die regulatoren moet worden gegarandeerd en versterkt. Dat heeft natuurlijk te maken met het feit dat dit in bepaalde lidstaten niet zo geweldig loopt.

Ook in een vorige hoorzitting (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1880/1) zat ik hier samen met Dirk Wauters. Het ging toen onder andere over het succes van het decreet betreffende de signaalintegriteit, met vragen daarover van Wilfried

Vandaele en Karin Brouwers. We vragen ons soms af of dat decreet wel of niet heeft gewerkt, maar hoe dan ook hebben Vlaanderen en Duitsland als enigen in Europa regels over signaalintegriteit. Nu heeft de Europese Commissie dat principe dus opgenomen als een materie waarover lidstaten mogelijk regels kunnen maken. Momenteel verrichten we een studie voor de Europese Commissie, die bijzonder geïnteresseerd is in de Vlaamse wetgeving over signaalintegriteit. Misschien is dit parlement wat te hard voor zichzelf, als de Europese Commissie en het Europees Parlement dergelijke regelgeving als exemplarisch beschouwen.

Daarnaast bevat die richtlijn een aantal aanbevelingen over het meer en progressief toegankelijk maken van audiovisuele mediadiensten voor doven, slechthorenden, blinden en slechtzienden. Er komt ook een rapporteringsplicht op dat vlak.

Waar in al die wijzigingen is van Vlaanderen actie vereist? Er zijn een aantal evidente zaken, zoals het register over aanbieders, dat aangeeft wie onder de jurisdictie van Vlaanderen valt en wie niet. Uiteraard zal er moeten worden toegezien op die co- en zelfreguleringsinstrumenten omtrent aanzetten tot haat of schadelijke content voor minderjarigen. Ook op het vlak van ongezonde voeding en commerciële communicatie worden er wat dingen verplicht. Het komt erop neer dat Vlaanderen alle minimumregels in die richtlijn sowieso zal moeten omzetten. Het Mediadecreet hoeft daarvoor niet te worden weggegooid. Er is veel overlapping tussen de richtlijn en het huidige Mediadecreet. Maar het gros van die aanpassingen zal in het Mediadecreet moeten worden overgenomen.

Waar is meer actie van Vlaanderen mogelijk? Uiteraard zijn er meerdere domeinen, maar ik beperk mij hier tot drie aandachtspunten: de investeringsplicht, de vindbaarheid van content en schadelijke content.

De investeringsplicht is momenteel perfect in lijn met de nieuwe richtlijn. Maar er zijn twee regimes: een regime voor dienstenverdelers als Telenet en Proximus, en het recentere regime uit de vorige legislatuur voor de Netflixen van deze wereld. In het licht van de nieuwe richtlijn zou het interessanter kunnen zijn om die twee regimes met elkaar te aligneren. Dat zou betekenen dat we de bijdrage voor spelers als Netflix zouden verhogen en proportioneel gezien op een vergelijkbaar niveau brengen met de bijdrage van spelers zoals Telenet en Proximus.

Ik wil wat langer ingaan op de vindbaarheid, omdat dat element ook in het Vlaams regeerakkoord zeer duidelijk naar voren is geschoven als een mediabeleidsprioriteit van deze Vlaamse Regering. De nieuwe richtlijn laat toe om regels op te nemen op het vlak van vindbaarheid en zichtbaarheid van content. Het gaat dan vooral over VOD-omgevingen maar ook over smart-tv-omgevingen. Wie een smart-tv van Samsung heeft, zal bijvoorbeeld als eerste apps stevast Netflix, Spotify en YouTube zien verschijnen. De Europese Commissie staat via deze richtlijn de EU-lidstaten toe om regels op te leggen waardoor bijvoorbeeld een Vlaamse Netflix of het ondemandaanbod van DPG Media of de VRT – waaraan de overheid toch veel geld uitgeeft – ook daar zichtbaar is, en niet alleen Netflix, Spotify of YouTube. Het gaat dan niet alleen over de catalogi van het ondemandaanbod, maar in principe ook over mobiele, online- of smart-tv-toepassingen.

Landen als Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn daar al mee bezig. De achterliggende gedachte is dat lokale content belangrijk is en dat burgers die dus snel moeten kunnen zien, zonder doorklikken. Maar ook de financiering van die lokale content – bij ons het VRT-aanbod of drama- en fictieproducties van commerciële omroepen met vaak financiering vanuit het VAF – speelt een rol. Men vindt het onzinnig om geld te geven aan content die vervolgens in die nieuwe omgevingen niet gemakkelijk vindbaar is voor de consument, voor de belastingbetaler. Ik zal niet voorlezen wat daarover in het regeerakkoord staat, aangezien de commissie daarmee wellicht beter vertrouwd is dan ikzelf.

Mijn onderzoeksgroep aan de VUB voert momenteel – in opdracht van DPG Media en de VRT – een onderzoek naar de impact van waar de content wordt geplaatst. Intuïtief denken we dat mensen zaken die wat lager staan, niet zo makkelijk vinden. We hebben allemaal het beeld van de actieve consument die gaat waarvoor hij of zij wil gaan. Maar wat is nu de werkelijke impact van de plaatsing? Uit het onderzoek blijkt dat plaatsing effectief een grote impact heeft. Ik leg dit even uit op mijn presentatie (zie bijlage). Het gaat hier om proportionele cijfers, die niets zeggen over het absolute aantal kliks op bijvoorbeeld VTM GO. Gepersonaliseerde content is wat iemand op basis van het eigen consumptiegedrag ziet verschijnen op bijvoorbeeld Netflix. Het gecensureerde onderdeel is de content die DPG Media en de VRT op de voorgrond brengen. Het populaire onderdeel is gebaseerd op waar anderen het meest naar kijken, dus niet op het eigen kijkgedrag maar wat in het algemeen het best scoort. Dat is te vergelijken met de melding op krantensites: wat is het meest populair?

In dit verband zijn de volgende bevindingen belangrijk. Het aantal kliks op content die in de bovenste lane wordt aangeboden, is altijd substantieel hoger. Die cijfers zijn nog niet gefinaliseerd. Links bovenaan op het scherm scoort beter dan ongeacht waar elders. We zien zeer duidelijk dat er een grote impact is van de plaatsing. We hebben dit getest in een setting met controlegroepen, zonder ruimte voor toeval. Er waren zes variaties. Zowel bij VTM GO als VRT NU is een grote impact merkbaar. De nuanceverschillen zijn misschien nog niet zo duidelijk bij duizenden views, maar bij miljoenen views zijn ze steeds significant.

Interessant is dat het niet alleen gaat over content die wordt aanbevolen door een zender, of door Telenet, Proximus of Netflix, maar ook over de content die wordt samengesteld op basis van vaak onzichtbare algoritmes. Daarmee zou de wetgever rekening moeten houden. Regels daarover mogen niet alleen gebaseerd zijn op wat in de richting van de consument wordt gepusht, maar ook op die algoritmes. Want die bepalen uiteindelijk wat de consument te zien krijgt op dat scherm.

We hopen dat we die studie binnenkort kunnen publiceren. We ronden nu een aantal laatste experimenten af. Uiteraard krijgt de commissie daar toegang toe.

Sommigen vragen zich misschien af waarom we dat niet in een andere omgeving hebben getest. Ten eerste hadden we toegang tot de data. Ten tweede gaat het hier om een relatief gecontroleerde omgeving: omroepen beslissen hier nog zelf over de plaatsing. In smart-tv-omgevingen of omgevingen van operatoren is de impact van omroepen op die plaatsing minimaal.

Het volgende onderdeel waarin Vlaanderen zeker extra werk zal moeten verrichten, betreft de co- en zelfregulering op het vlak van schadelijke content en bescherming van minderjarigen. Het betreft niet alleen de omroepen en de providers als Telenet en Proximus, maar ook de videosharingplatforms, voor zover die tenminste onder onze jurisdictie vallen. Daarin moeten een aantal fundamentele keuzes worden gemaakt. Gaan we voor een systeem van coregulering of voor een systeem van zelfregulering? Heel wat lidstaten hebben een grotere voorkeur voor coregulering, omdat ze op die manier toch wat meer controle hebben. Ook op dat vlak zal de rol van de regulator wellicht toenemen.

Hoewel ik uiteraard niet zelf in het parlement zetel, ben ik toch zo vrij om enkele inhoudelijke aanbevelingen mee te geven. De vorige aanpassing van de richtlijn dateert van 2007, met daarna de omzetting naar ons Mediadecreet. Daar komen af en toe stukjes bij, die het Vlaams Parlement goedkeurt. Op zich zijn die valabel, maar op termijn ontstaat zo wel patchwork, een bricolage met van alles en nog wat. Het zou interessant zijn om met de experts van de Vlaamse administratie te bekijken hoe dat bricolagewerk meer consistent kan worden gemaakt.

Ik beveel aan om – in lijn met wat andere landen van plan zijn – regels op te nemen op het vlak van vindbaarheid en zichtbaarheid. Vindbaarheid en zichtbaarheid zijn dan best te definiëren in functie van principes. Ik verwijs naar de Britse aanpak. Limitatief opsommen heeft gezien de snel veranderende technologie geen zin. Mijn voorkeur gaat uit naar een systeem van coregulering. Een volledige regulering door de overheid is mogelijk noch wenselijk, net gezien de razendsnelle evoluties. Maar een volledige zelfregulering zonder tijdslimiet zal wellicht evenmin lukken wegens te trage vorderingen.

Lidstaten kunnen zelf beoordelen welke content prominent hoort te worden getoond. Gaat het bij ons alleen om Vlaamse content? Gaat het om het integrale aanbod van bepaalde Vlaamse omroepen? Welke content verdient die juridische bescherming?

Er zijn verschillende benaderingen. Het Verenigd Koninkrijk focust bijvoorbeeld op Britse fictie en Britse kinderprogramma's, met dus een duidelijke focus op de Britse content. Die wetgeving is nog niet afgerond, maar in ontwikkeling. In Duitsland is er dan weer een getrappt systeem, met een basisvindbaarheid voor het integrale aanbod van Duitse publieke en commerciële omroepen, en extra vindbaarheidsprincipes voor specifiek Duitse content. Veel meer kunnen we er nu nog niet over zeggen.

Hoe dan ook is iedereen op zoek naar de beste oplossing. Dat systeem zou transparant moeten zijn voor de mediagebruiker. De systeemeffectiviteit zullen we eveneens moeten onderzoeken. Regulering die vervolgens niet blijkt te werken, is uiteraard niet zo interessant. Belangrijk is ook hier het proportionaliteitsprincipe. Regeldrift is uit den boze. Het komt erop aan een systeem te ontwerpen dat werkbaar is voor iedereen: niet te beschermend voor sommige bedrijven noch te offensief tegenover andere.

Mijn volgende inhoudelijke aanbeveling betreft een geïntegreerde investeringsplicht in plaats van twee aparte regimes. Ook moeten we zorgen voor een level playing field op het vlak van die bijdragen. Ik verwijs naar een grootschalig onderzoek in 2018. Het behelsde de 'Netflix-taksen' in de hele wereld, maar voornamelijk hoofdzakelijk in Europa. Het onderzoek is intussen wereldwijd opgepikt, tot in Canada, Australië en Brazilië toe. De conclusie van die onderzoekers, inclusief mezelf, is dat een rechtstreekse bijdrage aan een fonds van het genre VAF het zuiverste systeem oplevert. Het huidige Vlaamse regime daarentegen laat ook rechtstreekse investeringen in rechten toe. De internationale casussen tonen aan dat een bijdrage aan een fonds het best garandeert dat het geld echt naar de Vlaamse productie gaat en het ecosysteem versterkt, wat toch de ultieme doelstelling is.

Vorig jaar is met betrekking tot een Vlaams ondemandaanbod, de zogenaamde Vlaamse Netflix, decretaal een mustcarryverplichting ingevoerd voor Telenet, Proximus en andere dienstenverdelers. Dat is een heel goed idee, maar ook daarnaast bestaan er bepaalde types content waar must carry in een ondemandomgeving waardevol kan zijn, terwijl er maar een zeer beperkte betalingsbereidheid van de mediagebruiker tegenover staat. Het gaat dan om historische documentaires, creatieve documentaires, onderzoeksjournalistiek, cultuurprogramma's, informatie, lokale kinderprogramma's enzovoort.

Wat betreft coregulering op het vlak van schadelijke content en de bescherming van minderjarigen, is de knowhow van de sector – zeker de omroepsector – al vrij uitgebreid. Verplichtingen opleggen zal dan ook niet werken waar die sector dat niet wil. Dus moet de overheid het initiatief van daaruit laten komen. Wel pleit ik om daarbij de actoren te betrekken die het belang van de mediagebruiker ter harte nemen, bijvoorbeeld een organisatie als Mediawijs. Bovendien staan bepaalde

landen in de bescherming van minderjarigen al wat verder dan wij. Het Verenigd Koninkrijk is een goed voorbeeld. We hoeven het warm water dan ook niet telkens opnieuw uit te vinden en kunnen ook uit buitenlandse praktijken leren.

Voor de VRM betekent de omzetting nogal wat extra werk, waaronder complexe taken. Bescherming van minderjarigen en beteugeling van content die aanzet tot haat of geweld, vallen steeds af te wegen tegen de vrijheid van meningsuiting. Dat zijn geen gemakkelijke casussen. Dus is het absoluut nodig om de regulator te versterken en voort te professionaliseren. Ik zeg niet dat hij nu niet goed is, maar zijn opdracht zal gevoelig toenemen en is daarmee een aandachtspunt.

2.2. Toelichting Dirk Wauters

Dirk Wauters, gastprofessor KU Leuven: Ik wil in mijn presentatie drie zaken toelichten. Eerst zal ik cijfers geven over het Vlaamse tv- en radio-ecosysteem. Dan wil ik een lans breken betreffende een belangrijke parameter in de beheers-overeenkomst, namelijk het bedrag van de investeringen in Vlaamse producties. Ten derde wil ik een aantal bedenkingen maken bij het ecosysteem en de beheers-overeenkomst.

Ik heb de vorige keer de data gepresenteerd tot 2017. Nu krijgt de commissie in de presentatie de nieuwe data tot 2018. We zien dat het Vlaamse tv-ecosysteem gegroeid is tot meer dan 1,5 miljard euro inkomsten, of een groei met 3 procent. Die groei komt voornamelijk uit het aandeel van de consumenten, dat met 5 procent gegroeid is tot 900 miljoen euro. De televisiereclame is gedaald met bijna 3 procent. Het overheidsdeel, de dotatie aan de televisieactiviteiten van de VRT, is licht gedaald. De export is licht gestegen. De financiering is ook gestegen, zij het dat die nog steeds beperkt blijft tot 3 procent van de totale stromen.

In het aandeel van de consument zijn vooral zijn bijdragen aan OTT of de SVOD-diensten zoals onder andere Netflix gestegen. Daarvoor heeft de Vlaamse consument in 2018 63 miljoen euro betaald, 76 procent meer dan in 2017. De distributie-inkomsten, dus de Vlaamse tv-inkomsten van de drie grote distributeurs en TV Vlaanderen, zijn gegroeid met 3 procent, tot 816 miljoen euro. Het aandeel uit betalingen door de consument wordt dus steeds belangrijker, met daarin een gestage groei van betalingen aan buitenlandse spelers.

In het radio-ecosysteem betreft het aandeel van de consument voornamelijk de digitale streaming. De reclameomzet is gedaald met 2,1 procent, waarmee 2018 voor het eerst sinds 2009 een daling van de nettoreclamemarkt heeft gekend. Van 2012 tot 2017 kende die een groei van 5,5 procent per jaar. De verklaring van de daling van het markt totaal zit in de beperkingen die zijn opgelegd aan de VRT. Voorts is ook de opkomst van streaming, het digitale luisteren, een belangrijke trend.

Ik wil een lans breken om de investering in Vlaamse content als een belangrijk element te nemen in de beschouwingen rond het Vlaamse ecosysteem. Meer dan 90 procent van de totale investeringen in Vlaamse tv-content komt van de drie grote omroepen: VRT, DPG Media en SBS: 50 procent van de VRT en 41 procent van de twee private omroepen. Maar we zien dat de investering door die groepen sinds 2014 met 4 procent gedaald is. Na inflatie, in reële termen, is dat zelfs 10 procent.

In de dynamiek van het ecosysteem is een belangrijke vraag hoeveel de mediagroepen in Vlaamse content investeren ten opzichte van hun belangrijkste inkomstenbron. De VRT investeert 60 procent van haar dotatie in Vlaamse content. De rest van de dotatie gaat naar radio en naar thematisch aanbod. De private omroepen investeren ongeveer 50 procent van de tv-reclame in Vlaamse content.

Daarentegen investeren distributeurs en OTT-platformen zoals Netflix minder dan 5 procent van hun omzet in Vlaamse content. Er zal dus duidelijk een daling zijn in de totale investering in Vlaamse content bij een daling van de primaire inkomsten van de VRT of van de private omroepen, en eveneens als er euro's verschuiven van de omroepen naar de andere actoren in het ecosysteem.

Het Vlaamse ecosysteem is niet langer een 'zero sum game'. We zijn geen gesloten markt meer. Wat we van de ene afpakken of waarin we deze beperken, gaat niet langer automatisch naar de andere. We zijn nu een open systeem. Opgelegde beperkingen ten aanzien van één speler hebben meestal een negatieve repercussie op het hele ecosysteem.

We kunnen aantonen dat de beperking op reclame een negatieve impact heeft op de traditionele spelers. Een eerste voorbeeld is de politieke reclame. In 2018 is daaraan 5,4 miljoen euro uitgegeven op sociale media, terwijl op de traditionele media geen politieke reclame is toegelaten. Daarnaast hebben de beperkingen op de VRT-radioreclame in 2018 een daling van de totale radioreclamemarkt veroorzaakt. Die daling met 2,1 procent komt dus voor 100 procent van de VRT.

Er is een absolute nood aan innovatie in het ecosysteem, zeker voor het bereik bij jongere doelgroepen. De gemiddelde leeftijd van de tv-kijker was in 2019 56,8 jaar. Er bestaat al samenwerking, maar voor adresseerbare reclame kan die tussen de distributeurs en de omroepen nog worden versneld. Hoe dan ook betreft dat enkel live tv, met haar alsmaar kleinere aandeel van het totale tv-kijken, waarin uitgesteld kijken gestaag toeneemt. Zoals al eerder toegelicht verdwijnt het positieve effect van adresseerbare reclame door de voortdurende toename van het uitgestelde kijken, met de bijhorende ad skipping in opnames op de settopbox.

Er is een duidelijke nood aan nieuwe businessmodellen. SVOD met zijn Netflix-achtige platformen is voor de media-industrie wat elektrische wagens voor de auto-industrie zijn. Zou men op dit ogenblik een autoconstructeur nog aanbevelen om niet te investeren in elektrische wagens? In 2020 zal Netflix meer dan 1 miljoen abonnees hebben in Vlaanderen, en een omzet van meer dan 100 miljoen euro. Met andere woorden gaat een enorme besteding van de consument daarheen, en is er dus een verschuiving van budgetten aan de gang van het klassieke naar het nieuwe ecosysteem.

Tot slot kom ik tot een aantal bedenkingen bij de VRT-beheersovereenkomst. Ten eerste blijft de VRT een uniek instrument van de Vlaamse overheid om de kwaliteit en leefbaarheid van het Vlaamse audiovisuele ecosysteem te ondersteunen. Maar er zijn ingebouwde spanningen in de rol van de VRT als marktspeler.

Zo is er de vraag of de gemengde financiering een zegen of een gesel is. De VRT mag middelen uit de markt halen, maar ook weer niet helemaal. De overheid legt haar daarin beperkingen op, hoewel die dan een effect op het hele ecosysteem blijken te hebben.

Een tweede belangrijke element is dat de strategische objectieven van de VRT en de private omroepen van elkaar verschillen. De VRT streeft volgens de beheersovereenkomst naar een universeel bereik, en moet dus iedereen bereiken. De private omroepen streven naar een monetiseerbaar bereik. De kijkers en de momenten waarop ze hen bereiken, moeten ze ook kunnen verzilveren. Een vraag is of de VRT er goed aan doet om veel gratis aan te bieden van het soort content waaruit de anderen munt kunnen slaan. De audiovisuele wereld wordt nu gekenmerkt door een systeem van zogenaamde windows, bijvoorbeeld een Vlaamse Netflix of het klassieke 'free-to-air'. Vele Amerikaanse films zijn nu al in preview beschikbaar op betaal-tv-platformen, maar worden daarna via de klassieke televisie ook ter beschikking gesteld van iedereen. Ook voor de Vlaamse content zal een

dergelijke strategie mogelijk zijn indien er een SVOD- of een Netflixachtig platform komt.

Met die duidelijke spanning tussen beide soorten omroepen moeten de objectieven van de beheersovereenkomst rekening houden. Streven naar een universeel bereik maakt misschien het objectief van de leefbaarheid niet voor 100 procent haalbaar.

Zoals Roberto Suárez Candel al gezegd heeft, heeft een studie de VRT ten opzichte van de andere publieke omroepen gebenchmarkt en blijkt daaruit dat de VRT een lagere financiering per inwoner krijgt dan het Europese gemiddelde. De data die Freya Perdaens hem gevraagd heeft, hebben wij gepresenteerd op 18 december 2018 als een deel van de meerwaardestudie van de VRT en staan op slide 15 en 16 daarvan (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1898/1, bijlage) .

De VRT is aangetoond effectiever dan andere publieke omroepen. Een vermindering in de financiering zal dus met grote waarschijnlijkheid leiden tot een vermindering in output: kwantitatief en/of kwalitatief. Aangezien de VRT tekent voor 50 procent van de investeringen in Vlaamse content, in het ecosysteem, is dat toch wel een parameter om rekening mee te houden.

Tot nu toe is er in de beheersovereenkomsten meestal lineair gedacht vanuit de vorige. Wij wijzen echter op de nood aan een gedragen visie op het hele Vlaamse ecosysteem. Men zou een zero base moeten vaststellen waarin de rol van de VRT gepreciseerd wordt, maar waarin ook de KPI's voor de VRT consequent vermeld staan, aangepast aan haar rol.

2.3. Bespreking

Katia Segers: Ik dank beide sprekers voor de bijzonder gebalde maar zeer inzichtelijke uiteenzettingen.

Het zal inderdaad zeer zinvol zijn om de investeringsbijdrage te uniformiseren, zoals professor Donders aangeeft. Vandaag bestaan er twee regimes. De vraag is waarop we een uniform systeem zouden baseren: op winst of op omzet? Wat is haar visie daarop?

De Europese Mediarichtlijn besteedt terecht veel aandacht aan schadelijke content, zeker ten aanzien van kinderen, maar niet alleen ten aanzien van hen. We hebben in het Vlaams Parlement op het einde van de vorige legislatuur verschillende keren gedebatteerd over een mogelijk verbod op gokreclame. Op basis van welke bepalingen van de Europese richtlijn ziet professor Donders mogelijkheden om er werk van te maken? Of zijn die er niet?

Karin Brouwers: Ik dank de beide sprekers voor de interessante uiteenzettingen. Er is een hele discussie over reclame doorspoelen. Eigenlijk hebben de partijen dat geschil nog altijd niet opgelost. Moeten we daar regelgevend verder op ingaan? Of moeten we de zaak als overheid op zijn beloop laten en zal het systeem zichzelf wel reguleren?

Dan is er de verplichting van 30 procent Europese content. Ik heb hier ooit de vraag gesteld hoe we de kwaliteit van die content kunnen omschrijven. Kunnen we in die zin iets in onze regelgeving opnemen? Hoe omschrijven we dat dan best? Kwaliteit omschrijven is wellicht niet eenvoudig. Hebben sommige landen al dergelijke regels ingevoerd? Allicht niet, aangezien ze nog volop aan de omzetting werken.

Wat de vindbaarheid betreft, onderscheidt Karen Donders een Frans en een Duits model. Welke richting gaan we best uit? Ik voel wel iets voor het Duitse systeem.

Dan is er nog de handhaving. Moeten we ter zake aan de VRM meer bevoegdheden toekennen, en in welke richting?

Met betrekking tot de investeringsverplichting pleit Karen Donders voor één algemene regel in plaats van twee aparte. Is het niet nodig om ook de videoplatformen daarin op te nemen? Ik denk aan YouTube, dat door jongeren heel veel wordt bekeken.

Er is vastgesteld dat de totale radioreclamemarkt met 2,1 procent afgenomen is nadat de VRT daarin ernstig is beperkt. In Wallonië is er toen geen dergelijke beperking gekomen. Heeft zich daar dan geen krimp voorgedaan? Mocht dat wel zo zijn, dan kunnen er ook andere factoren in het spel zijn. Daarbij hebben we toch wel wat vragen.

Karen Donders: Katia Segers vroeg naar de investeringsplicht op basis van winst of omzet. De aanbeveling in onze studie van vorig jaar was om die op de omzet te baseren omdat het de duidelijkste basis is. In de landen met winst als criterium was de discussie immers wat dan moet worden afgetrokken. Dat werd dan natuurlijk heel expansief ingevuld. Omzet lijkt me dan ook de duidelijkste basis, ook omdat we dan goed kunnen vergelijken met de cijfers van Dirk Wauters, namelijk hoeveel de commerciële en de publieke omroepen besteden aan lokale content in functie van hun omzet. Men kan dan duidelijk zien dat de bijdrage van ongeveer 2 procent die Vlaanderen vraagt, nog altijd zeer klein is. Dat lijkt me ook de richting waarin de meeste andere lidstaten gaan.

Vooraf in Oost-Europa zijn er nog andere systemen, die afwijken van winst of omzet, of een combinatie van beide zijn. Frankrijk heeft weliswaar een omzetsysteem, maar enorm getrapt en met honderd uitzonderingen. Ik pleit voor eenduidige systemen die achteraf gemakkelijk kunnen worden geïmplementeerd, want er is ook een kostprijs verbonden aan die implementatie.

In de meeste lidstaten is er een aanmeldingsplicht voor aanbieders. Zij moeten hun omzet aanmelden aan bijvoorbeeld een regulator als basis voor hun bijdrage. Dat lijkt me ook voor Vlaanderen een goed systeem. Een systeem met aanmeldingsplicht is nu al in voege.

De vraag over het verbod op gokreclame vind ik moeilijk, omdat ook ik er persoonlijk ongerust over ben. Het is een bijzonder grote problematiek, zeker bij jongeren. Aan de universiteit zien we hoe verwoestend zo iets kan zijn. Daarnaast is er ook de discussie over het legale en illegale circuit, waardoor het argument voor of tegen gokreclame niet altijd eenvoudig is.

Het is wel degelijk mogelijk om op basis van de AVMD-richtlijn actie te ondernemen met het oog op de bescherming van minderjarigen en de bescherming tegen schadelijke content in het algemeen. Ik sluit evenwel niet uit dat de sector daartegen zal protesteren op basis van vrij verkeer enzovoort. Dat bevindt zich niet per se in een zwart-witgebied. Er is nog geen sluitend antwoord hoewel onder andere de Scandinavische landen nu de gokreclame strenger reglementeren.

De vraag over kwalitatieve normen bij de 30 procent Europese content wordt ook in andere landen vaak gesteld. Zo iets is perfect mogelijk ten aanzien van wat wij de 'quota quickies' noemen. Ook vóór het ondemandtijdperk bleken in bepaalde landen omroepen ter wille van de quota – met name slecht gefinancierde publieke omroepen of commerciële omroepen in Oost- en Zuid-Europa – snel erg minderwaardige content aan te kopen, bijvoorbeeld talkshows van drie of vier uur met één gast. Op zich hoeft een dergelijk programma niet per se slecht te zijn, maar het ging dan om loutere schermvulling waarin bijvoorbeeld een Poolse presentator

met een Poolse gast volstond voor drie à vier uur Poolse content per dag. Ook in het niet-lineaire tijdperk was dat dus een bezorgdheid.

Kwaliteit is natuurlijk moeilijk te definiëren, maar in bepaalde landen moet het gaan om originele content, dus geen heruitzendingen. Zeker Frankrijk en Italië kijken in die richting. Ik verwacht dat meer lidstaten dat zullen doen, en dat het dus moet gaan over nieuwe producties, waardoor nieuwe zuurstof aan het ecosysteem wordt gegeven. Het is mijn aanbeveling om dat misschien niet voor de volle 30 procent te doen, maar toch voor een aandeel daarvan te eisen dat het om originele, nieuwe Vlaamse content gaat. Frankrijk bijvoorbeeld heeft het niet alleen over 30 procent Europese content maar definieert daaronder ook een aandeel Franse content, niet op basis van economische maar van culturele parameters. Zo niet is men in strijd met de Europese interne marktregulering.

Wat de vindbaarheid betreft, is vooralsnog geen enkel systeem al in uitrol. In die zin is het moeilijk om een appreciatie te geven van wat ik – enigszins kort door de bocht – het Britse of Duitse model noem. Dat zijn twee grote markten. Toch lijkt het Duitse model, rekening houdend met de beperkte grootte van de Vlaamse markt, interessanter voor Vlaanderen dan het Britse. Daar is immers al voorzien in een basisvindbaarheid voor die spelers die veel in lokale content investeren. Er is dus wel een cultureel argument te vinden om dat aanbod een basisbescherming te geven.

Bepaalde zenders van Vlaamse mediabedrijven bieden alleen Amerikaanse content; daar heb ik overigens niets op tegen. Van een bijkomende bescherming zouden die dan niet genieten, want dat zou een puur economische protectionistische maatregel worden die weinig of niets te maken heeft met cultureel geïnspireerd beleid. We moeten de balans vinden tussen economische en culturele doelstellingen van het beleid. In die zin ben ik wel voor een basisvindbaarheid en voor een vindbaarheid voor content die men van groot belang vindt voor de Vlaamse cultuur en identiteit.

Extra bevoegdheden van de VRM zullen moeten worden ingeschreven in het Mediadecreet in functie van de bepalingen van de betreffende richtlijn. Wanneer een regulator echt slagkrachtig moet zijn, dan moeten daarvoor – en ik durf het bijna niet zeggen – wat meer middelen uitgetrokken worden, gezien de toegenomen taken als gevolg van een vergroot toepassingsgebied. Op dat vlak ben ik voorstander van het Ofcom-model. Dat bepaalt dat de regulator wat meer aanbevelingen kan doen en los van specifieke casussen in dialoog wil gaan met de sector. Ik ben absoluut voor regels op het vlak van commerciële communicatie, maar soms wordt er wat te zeer naar de letter geïnterpreteerd en is er te weinig oog voor de economische verschuivingen in het landschap. Bepaalde regulatoren, in het Verenigd Koninkrijk maar ook in andere Europese landen, starten regelmatig onder Chatham House Rules dialoog oefeningen op met de commerciële sector, los van specifieke casussen.

Wij hebben het geluk dat geen enkele van onze commerciële omroepen volgens het Amerikaanse model de kijker compleet wil bombarderen met productplacement. Er zou iets meer openheid tot dialoog moeten zijn om die regels niet minder juist, maar wel flexibeler en in het licht van de omstandigheden te interpreteren.

Er is de vraag of de investeringsplicht moet worden uitgebreid naar spelers zoals YouTube, Apple, Facebook en Google. Dat model is in voege in Frankrijk. Voor de volledigheid moet ik wel toevoegen dat die spelers daartegen procederen. Zij noemen het een internettaks. Bepaalde Amerikaanse politici – niet alleen huidig president Trump maar ook zijn voorganger Obama – vinden dat oneerlijke handelspraktijken. Zij zien het als een specifieke straf voor Amerikaanse bedrijven, en overwegen vergeldingsmaatregelen die dan slecht zouden zijn voor onze export

naar de Verenigde Staten. Wanneer bijvoorbeeld Apple of Disney ook een ondemandaanbod brengen, vallen ook zij voor dat aanbod hoe dan ook onder de investeringsplicht. Het gaat natuurlijk over de reikwijdte van het product. Volgens de Fransen zijn die diensten ook alleen maar populair omdat er content op te vinden is, waaraan die diensten volgens hen dan ook verplicht moeten bijdragen. Hoe dit zal evolueren, weet ik niet goed.

Op dat vlak is er nood aan meer harmonisering op Europees niveau. Nu laat Europa dit soort maatregelen toe zonder ze echter te verplichten, en evenmin is duidelijk gedefinieerd hoe dat dan moet gebeuren, bijvoorbeeld op het vlak van de Netflix-taks. Steeds meer lidstaten willen zoiets invoeren. Volgend jaar plannen we een geüpdatet overzicht van de Netflix-taksregimes in heel Europa. Nu is dat een ratjetoe, wat geen goede zaak is voor de juridische zekerheid van de marktspelers.

Soms is het een terechte keuze van Europa om de lidstaten op hun niveau regels te laten maken die de zaken specifiek invullen, aangezien de audiovisuele markt historisch, economisch, cultureel en sociaal in bepaalde contexten ingebed is. Maar soms laat de EU op dat vlak toch ook wat te veel vrijheid. Als alle landen de investeringsplicht op een hoog niveau zouden interpreteren en zouden beslissen dat die 30 procent over originele content moet gaan, dan zou dat de voorspelbaarheid en de impact op de audiovisuele sector in Europa gevoelig verhogen.

Dirk Wauters: De vraag van Karin Brouwers over het doorspoelen van reclame is terecht. Een oplossing zoeken in adresseerbare reclame is enigszins dweilen met de kraan open. Als bij uitgesteld kijken geen reclame wordt gezien, geldt dat ook voor adresseerbare reclame.

Het algemene aandeel van uitgesteld kijken is gestegen van 17,5 procent naar 19,2 procent, het gaat dan over alle zenders over de hele dag. Voor de periode tussen 17 uur en 24 uur, waaruit de commerciële omroepen 80 procent van hun reclame-inkomsten halen, is er een stijging van 29,5 procent naar bijna 33 procent. Die impact is erg groot, want terwijl bij live kijken ad skipping tot 12 procent beperkt blijft, gaat het bij uitgesteld kijken om 73 procent.

Wij hebben in onze vorige studie gepleit voor sectoroverleg. Met het ecosysteem als perspectief, en zeker in geval van samenwerking op het vlak van adresseerbare reclame, zou de volledige keten van economische winst en verlies voor alle partijen moeten worden bekeken. We hebben begrepen dat dit niet onmiddellijk tot iets heeft geleid maar pleiten er opnieuw voor dat de partijen dit samen zouden bespreken, want het gaat hier om een verlies voor het ecosysteem.

Wat de radioreclame betreft, vertrekken we van de jaarverslagen van de verschillende bedrijven. We bekijken de evolutie voor radio en televisie om daaruit de netto-evolutie van de reclamemarkt af te leiden. Voor het zuiden hebben we die oefening nog niet gedaan, maar zullen we die eveneens op de jaarverslagen baseren. Er is een enorm verschil tussen de bruto- en de nettocijfers door de kortingen en door de manier van berekenen. We zullen daarover terugkoppelen van zodra we die oefening hebben gedaan.

Karen Donders: Of het nu gaat over een Vlaamse Netflix of over ad skipping, steeds weer blijken de spelers niet in staat het eigen bedrijfsbelang te overstijgen. Professor Wauters en ikzelf pleiten om het ecosysteem als perspectief te nemen aangezien een sterk ecosysteem ons beter wapent tegen de internationale giganten, die meer dan ooit op onze markt komen. Daarom waren we blij met de in het regeerakkoord aangekondigde dialoog tussen de verschillende stakeholders. Er is echt op het hoogste niveau engagement nodig om na te gaan wat nu precies zal werken voor het hele ecosysteem.

Iedereen heeft op middellange termijn het meeste baat bij een ecosysteem. Wanneer het gaat over de Vlaamse Netflix, moet de publieke omroep begrijpen dat het voor commerciële omroepen belangrijk is om het publiek te monetiseren. Omgekeerd moeten de commerciële omroepen begrijpen dat de publieke omroep de taak heeft om iedereen laagdrempelig en aan een draagbare prijs te bereiken. Als dat inzicht er niet is en daar geen empathie voor bestaat – ook bij de distributeurs die hun eigen objectieven en motivatie hebben – zullen we hier over vijf jaar nog praten over de Vlaamse Netflix, ad skipping enzovoort. Ik vraag dan ook om werk te maken van die dialoog.

Katia Segers: Bij de stemming over de Europese richtlijn was de vraag of ze wel voldoende vooruitkeek. Alles wat we over media in een decreet opnemen, blijkt binnen de kortste keren gedateerd. Niets belet Vlaanderen om verder te gaan dan dat. De richtlijn moeten we wel omzetten, maar we zouden verder vooruit kunnen denken.

Een van de belangrijkste kritieken die ik deel, is dat er te veel wordt uitgegaan van klassieke audiovisuele media terwijl er in de realiteit een synergie is tussen alle media, als gevolg van de digitalisering. Heeft Karen Donders suggesties om een omzettingsdecreet langer te laten meegaan?

Karen Donders: Die mogelijkheden lijken toch wel beperkt, maar bij een verdere definiëring van videosharingplatforms, zijn er wel mogelijkheden om de scope uit te breiden. Er is discussie over definiëren in functie van de kernfunctionaliteit van een dergelijk platform, aangezien die bijvoorbeeld bij Google of Facebook niet audiovisueel is. Of definiëren we in functie van hoe de gebruikers het platform percipiëren? Binnen Europa groeit de coalitie van organisaties, ook in civil society, die voor het gebruikersperspectief pleiten. In functie van dat perspectief zal de gebruiker immers bepaalde regelgevende bescherming verwachten. Dan zal het niet aan bijvoorbeeld Facebook of Google zijn om te bepalen wat de gebruiker verwacht, maar gebeurt dat op basis van wat de gebruiker zelf denkt in termen van bescherming. Daar ligt dus nog wel wat bewegingsruimte.

Ik ben het wel met Katia Segers eens dat richtlijnen altijd gedateerd zijn op het moment dat ze worden goedgekeurd, aangezien het ongeveer tien jaar duurt om tot een nieuwe richtlijn te komen en de belangen van alle lidstaten te aligneren. Het is natuurlijk gemakkelijke kritiek, daar het Europese besluitvormingsproces complex is en het daardoor lang duurt voor er een nieuwe richtlijn ligt.

Men zegt dat het toepassingsgebied van deze richtlijn is uitgebreid is maar dat moeten we met een korrel zout nemen. Het is uitgebreid tot videosharingplatforms, maar eigenlijk maar voor 5 procent van de regels in de richtlijn. Dat is een groot probleem, dat we op Vlaams niveau niet zullen kunnen oplossen. De zuiverste oplossing zou zijn geweest om op basis van puur audiovisuele diensten te reguleren en vanaf het moment dat men die aanbiedt. Ongeacht het percentage van de omzet, valt men dan integraal onder die regelgeving. Daarin kan dan nog een onderscheid worden gemaakt tussen lineair en niet-lineair, hoewel dat op termijn compleet irrelevant wordt.

Van zodra de omzetting is gebeurd, zal men beginnen aan een nieuwe update. Behalve de gebieden waar bijkomende actie kan worden ondernomen, is het echter heel moeilijk om het toepassingsgebied uit te breiden. Bepaalde diensten van videosharingplatforms vallen immers onder een andere richtlijn. Het kan niet de bedoeling zijn dat het ene regelgevende kader in de weg komt van het andere. Dat is nu al een heel slappe koord. Ik verwacht daarover dan ook best wel wat vragen ten aanzien van Europese gerechtshoven, aangezien de videosharingplatforms nu op een wat artificiële manier in de AVMD-richtlijn zijn getrokken.

Samengevat: er zijn mogelijkheden om die regelgeving meer toekomstbestendig te maken, maar ze zijn beperkt.

Elisabeth MEULEMAN,
voorzitter

Klaas SLOOTMANS
Wilfried VANDAELE,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

AVMD	audiovisuele mediadiensten
BBC	British Broadcasting Corporation
bbp	bruto binnenlands product
CEO	chief executive officer
DPG	(historisch) De Persgroep
EBU	European Broadcasting Union
imec	Interuniversitair Micro-elektronicacentrum
KPI	key performance indicator
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
Ofcom	Office of Communications
OTT	over the top
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SMIT	Studies in Media, Innovation and Technology
SVOD	subscription video on demand
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VOD	video on demand
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTM	Vlaamse Televisiemaatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen