



Vlaams
Parlement

ingediend op **387** (2019-2020) – Nr. 1
24 juni 2020 (2019-2020)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers,
Stephanie D'Hose en Gustaaf Pelckmans

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 Muyters, 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.

Toegevoegde leden:

Tom De Meester.

INHOUD

I.	VRT-organisatie	5
1.	Toelichting	5
1.1.	Inleiding.....	5
1.2.	De Vlaamse samenleving als vertrekpunt	7
1.3.	Een breed en kwaliteitsvol aanbod voor iedereen	8
1.4.	Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt	9
1.5.	Vlaamse creativiteit stimuleren	11
1.6.	Samen innoveren	12
1.7.	Financieel kader	13
2.	Bespreking	16
2.1.	Katia Segers	16
2.2.	Stephanie D’Hose	17
2.3.	Karin Brouwers	18
2.4.	Klaas Slootmans	20
2.5.	Gustaaf Pelckmans	21
2.6.	Wilfried Vandaele	22
2.7.	Filip Brusselmans	23
2.8.	Manuela Van Werde.....	23
2.9.	Elisabeth Meuleman.....	23
2.10.	Antwoorden van de VRT	24
II.	VRT-syndicaten	29
1.	Toelichting	29
1.1.	Inleiding.....	29
1.2.	Opdracht en autonomie.....	30
1.3.	Financiering.....	32
1.4.	Sociaal personeelsbeleid	33
1.5.	Oproep aan de commissie	35
2.	Bespreking.....	35
2.1.	Katia Segers	35
2.2.	Marius Meremans	35
2.3.	Karin Brouwers	36
2.4.	Antwoorden van de VRT-syndicaten.....	36

III. UBA	37
1. Toelichting	37
1.1. Uitgangspunten en misvattingen	37
1.2. Wat adverteerders echt willen	38
1.3. Aanbevelingen	39
2. Bespreking	40
2.1. Katia Segers	40
2.2. Marius Meremans	40
2.3. Karin Brouwers	40
2.4. Antwoorden van de UBA	40
Gebruikte afkortingen	42

Bijlagen: zie [dossierpagina](#) van dit verslag op www.vlaamsparlement.be

Op woensdag 20 mei 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.

(Tijdens de commissievergadering waren alleen de commissievoorzitter en de commissiesecretaris fysiek in de commissiezaal aanwezig. De vaste leden, de plaatsvervangende leden en de toegevoegde leden van de commissie kregen de mogelijkheid om online aan de vergadering deel te nemen via het platform Zoom. Ook de externe sprekers namen op deze manier aan de vergadering deel. Andere volksvertegenwoordigers konden alleen na motivering online aan de vergadering deelnemen.)

De presentaties bij de toelichting van de VRT-organisatie, de VRT-syndicaten en de UBA zijn te vinden op de [dossierpagina](#) van dit verslag op www.vlaamsparlement.be.

I. VRT-organisatie

1. Toelichting

1.1. Inleiding

Luc Van den Brande, voorzitter van de raad van bestuur van de VRT, gaat ervan uit dat de uitkomst van de vele hoorzittingen een resolutie van het Vlaams Parlement zal zijn, een richtsnoer voor de onderhandelingen tussen de VRT en de Vlaamse Regering over de nieuwe beheersovereenkomst. Ook voor de huidige en vorige beheersovereenkomsten was dit het geval.

Als eerste overweging geeft de VRT-voorzitter mee dat de wereld is veranderd en complexer geworden, en dus ook het medialandschap. In de globalisering zoeken mensen een houvast. Polarisering is vaak een gevolg van dat streven.

Ten tweede zijn ook het media-aanbod en -gebruik drastisch veranderd. Op de audiovisuele markt voeren zogenaamde giganten de druk op. Steeds meer Vlamingen hebben geen klassiek tv-abonnement. Het niet-lineaire kijken wint terrein, maar anderzijds heeft de coronasituatie aangetoond dat het niet gaat om of/of. Mensen willen nog steeds hier en nu samen dingen ervaren.

Het zoeken naar houvast is verbonden met een recht, haast een basisrecht, op informatie. Een van de grootste vragen is dan wat waar is en wat niet.

De digitale revolutie is een deel geworden van het Vlaamse medialandschap, besluit de spreker.

Zijn derde overweging is dat het precedentloze en het onvoorziene een deel zijn geworden van het dagelijkse leven. De vraag is dan wat na de coronatijden het nieuwe normaal zal zijn.

Met betrekking tot zijn drie overwegingen ziet Luc Van den Brande voor de VRT een unieke rol weggelegd. Het onderzoek van Roberto Suarez Candel van de EBU toont het belang aan van een goed omroepbeleid maar vooral ook van een sterke openbare omroep. Zo doet zich op de democratie-index een correlatie voor tussen een sterke openbare omroep en het democratische gehalte van een land. In nogal wat landen is die correlatie er ook met corruptiepreventie. Hoe sterker de openbare omroep, hoe minder corruptie en hoe meer vertrouwen. De participatie in het democratische leven is eveneens sterker in landen met een sterke openbare omroep.

Uit de vorige hoorzittingen over de beheersovereenkomst distilleert de spreker drie vaststellingen. Ten eerste is hem opgevallen hoezeer de middelen van de grote internationale spelers zijn gestegen, terwijl die van de openbare omroepen systematisch zijn afgenomen in het hele EBU-gebied.

Ten tweede hebben alle sprekers aangegeven dat de VRT het goed doet. Vandaag zal de organisatie dat ook zelf komen toelichten met zaken die kwantitatief en kwalitatief kunnen worden gestaafd.

Ten derde hebben alle stakeholders het belang van de VRT als openbare omroep bevestigd en dichten ze haar voor de toekomst een sterke plaats toe. Voor lippen-diensten wil de spreker zich uiteraard hoeden. De vraag is dan of een pleidooi voor een sterke openbare omroep zich ook in feiten vertaalt.

Tot slot heeft iedereen aangedrongen op een sterke samenwerking van de VRT met de andere spelers in het veld. In dat licht geeft Luc Van den Brande de uitgangspunten van zijn organisatie mee. Uiteraard is de VRT als multimediaal bedrijf een deel van een netwerk. Diezelfde evolutie geldt voor de universiteiten, het onderwijs, de onderzoekswereld enzovoort. Tussen de lijnen heeft de VRT-voorzitter wel een zeker animo gelezen over een VRT die zichzelf als het centrum van het mediaveld ziet. Dat is niet waar hij voor wil staan, wel dat de VRT in het mediaveld een centrale positie bekleedt. Daarom moet de VRT een maatschappelijke opdracht vervullen, onderscheidend zijn, het democratische en pluralistische aspect van de samenleving verankeren en dus de verschillende opinies aan bod laten komen. Vandaar het belang van diversiteit.

Het Vlaams regeerakkoord bepaalt trouwens meer dan ooit dat de VRT moet focussen op haar publieke karakter en de versterking van de Vlaamse identiteit. Vlaanderen wordt gekenmerkt door een divers ideologisch landschap. In die opdracht kan de VRT zich dan ook prima terugvinden. Luc Van den Brande hangt een extern pluralisme aan, waarin overtuigingen niet louter voor de huiskamer bestaan maar op een evenwichtige manier moeten worden gedeeld in de samenleving.

Een spreker was van oordeel dat de VRT complementair moet zijn met het aanbod van commerciële mediaspelers, maar daarmee is Luc Van den Brande het niet eens. Sommigen vinden dat de VRT niet hoort te doen wat anderen al doen. Maar het zou omgekeerd moeten zijn: de VRT doet precies wat de anderen niet doen. Ze is incubator van mediavernieuwing en heeft de ambitie – niet de pretentie – om de standaard te zijn op het vlak van kwaliteit, creativiteit, diversiteit, inclusie en innovatie.

Dat er bepaalde knelpunten zijn, wil de spreker niet verhullen. De afgelopen maanden heeft de organisatie zich op zes klemtonen gericht en die in een visietekst 'Vlaanderen mee-maken' neergeschreven. Die zal gedelegeerd bestuurder Leo Hellemans toelichten. De zes krachtlijnen zijn de commissie bekend. Van alles een prioriteit maken, maakt dat niets nog een prioriteit is. Vandaar deze visietekst om prioriteiten te selecteren voor het werk voor de komende tijd.

Hoewel hij ze niet louter in de context van knelpunten wil zien, wil Luc Van den Brande nog vier punten naar voren schuiven, met als eerste de financiering. Het geloof zonder de werken is dood, citeert de spreker uit de bijbel. Voor de toekomst blijft een gemengd model met een gewaarborgde dotatie essentieel. De tweede financiële pijler zijn dan eigen inkomsten. Historisch bedroeg de verhouding 70 procent dotatie en 30 procent eigen middelen, maar dat is intussen 60/40. Beide pijlers zijn alleszins essentieel voor de kracht en kwaliteit van het aanbod.

Ten tweede deelt de VRT de zorg van de culturele wereld. Productiehuizen en de Vlaamse creatieve wereld zien in meer middelen vanwege de VRT voor de externe

productiesector dé oplossing voor hun problemen. De VRT wil daar graag op ingaan, maar bevindt zich gezien haar dalende dotatie niet in de mogelijkheid tot dergelijke impulsen. Nog heel recent is naar voren gekomen wat de VRT al doet om de ruime commerciële sector te ondersteunen. De huidige beheersovereenkomst schrijft 18,25 procent voor als productiebudget bij externe huizen.

Ten derde pleiten sommigen er bijna voor dat de VRT zich geheel zou onthouden van digitale ontwikkelingen, en uitsluitend de klassieke paden zou bewandelen. In het danig veranderde medialandschap zou Luc Van den Brande het echter ondenkbaar vinden om de VRT terug te trekken op de campus van de klassieke connectie. Het gaat hier immers ook om een connectie met de samenleving. Essentieel is dan, zeker maar niet uitsluitend ten aanzien van de jongeren, om de beschikbare tools ten volle in te zetten met het oog op de verbondenheid met iedereen in de samenleving.

Een laatste punt van zorg voor Luc Van den Brande op basis van de hoorzittingen, is de stelling dat de VRT op het vlak van innovatie weliswaar een rol mag spelen, maar dan uitsluitend samen met anderen. Bepaalde initiatieven die de VRT ten dienste van de samenleving heeft ontwikkeld, moeten echter niet alleen overeind blijven maar verdienen ook om versterkt te worden. Dan hoort de VRT niet alleen een volger te zijn, maar ook een trekker en voortrekker van innovatie: tegelijk een inspirator en realisator voor de media en de samenleving.

Ten slotte legt de spreker de commissie zijn conclusies voor. Hij heeft uit de hoorzittingen afgeleid dat de VRT hoe dan ook sterke resultaten levert. Uit het betoog van alle sprekers blijkt dat ze weliswaar niet perfect is maar toch heel goed werk verricht. Ten tweede blijkt ook iedereen unisono voor een sterke openbare omroep in het media-ecosysteem te pleiten. Voor de democratie en samenleving is ze een essentiële partner, die zich objectief en correct van haar opdracht kwijt. Die opdracht behelst informatie, duiding en cultuur, maar net zo goed kwaliteitsvolle ontspanning en sport die verbindend werkt.

Leo Hellemans, gedelegeerd bestuurder ad interim van de VRT, somt de elementen in de voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst op: de hoorzittingen in de commissie, de verwachte resolutie, het Vlaams regeerakkoord, de beleidsnota Media van minister Dalle, en de visietekst van de VRT, waarnaar Luc Van den Brande zonet verwees en die de raad van bestuur intussen ook heeft goedgekeurd. De VRT neemt haar visienota als basis voor deze toelichting.

De belangrijkste opdracht van de Vlaamse openbare omroep in deze tijden is Vlaanderen 'mee-maken'. Daarmee heeft de VRT een andere opdracht dan de commerciële omroepen.

1.2. De Vlaamse samenleving als vertrekpunt

De Vlaamse samenleving als vertrekpunt is de eerste krachtlijn. Het onderscheid tussen een publieke en een commerciële omroep situeert Leo Hellemans bij de doelstelling. Een openbare omroep is er niet om geld te verdienen maar voert voor de samenleving een dienstverlenende opdracht uit. Op dat vlak komt de VRT van ver. Als monopolist had ze ooit de alleenheerschappij over alle audiovisuele middelen van Vlaanderen. Vanaf 1989 werd dat dan een duopolie met de VTM, met een duidelijk onderscheid tussen één publieke en één commerciële oproep. Vervolgens kwam er een oligopolie, en ten slotte een verward landschap met prominente internationale spelers, en met andere mediagroepen op het terrein van de VRT en vice versa. In die context hoort de openbare omroep zich te onderscheiden, en wel met zijn maatschappelijke opdracht.

Die opdracht staat niet ter discussie, en Leo Hellemans heeft dat ook niemand in de hoorzittingen horen beweren. De Vlaamse privémedia, in het ecosysteem zowel concurrenten als collega's van de VRT, hebben hun waardering uitgesproken. De EBU, de mediagebruikers en diverse organisaties en producenten maakten gewag van een uitstekende openbare omroep in Vlaanderen. Uiteraard is de VRT daarover heel tevreden, maar blijft het niet bij lof. Er zijn uitdagingen, zoals de maatschappelijke breuklijnen in de Vlaamse samenleving. Een Vlaamse identiteit is dus niet zo vanzelfsprekend en behelst een zoektocht naar wat ons bindt. Het mediagebruik individualiseert en fragmenteert intussen. De internationalisering maakt dat Vlaamse mediaspelers daarin met hun bescheiden middelen toch een plaats moeten vrijwaren.

Als vertrekpunt van de nieuwe beheersovereenkomst geldt meer dan ooit het vaste principe dat de maatschappelijke rol van de publieke omroep centraal staat, net als haar onderscheidende vermogen. Dienstverlening aan de Vlaamse samenleving moet het kompas zijn van de hele organisatie in haar cultuur en aanbod. De VRT wil verbindend zijn voor een divers Vlaanderen.

Als eerste ontwikkelingspunt geeft Leo Hellemans aan dat de VRT de maatschappelijke impact beter zal meten. Nu meet ze vooral bereik en marktaandeel. Bereik blijft heel belangrijk, maar de VRT wil het meer baseren op de maatschappelijke impact dan op het marktaandeel.

Ten tweede wil de VRT meer de vinger aan de pols houden. Ze denkt weliswaar dat ze weet wat er in Vlaanderen leeft, maar dat denken volstaat niet. Er zal meer onderzoek komen om zeker te zijn dat de VRT alle facetten van de Vlaamse samenleving correct inschat.

Ten derde wil de VRT een voorbeeldfunctie bekleden voor belangrijke maatschappelijke topics, stelt de gedelegeerd bestuurder tot slot van zijn toelichting van de eerste krachtlijn.

1.3. Een breed en kwaliteitsvol aanbod voor iedereen

In de zin 'voor iedereen met een breed en kwaliteitsvol aanbod' betekent 'voor iedereen' dat de VRT alle lagen en groepen van de bevolking bereikt. Dat moet ze dus met een kwaliteitsvol aanbod verwezenlijken. Op dat vlak waren er in de hoorzittingen twee strekkingen te horen, analyseert Leo Hellemans. Bepaalde media-organisaties poneren de vraag om de VRT op nieuwe digitale platformen te beperken, aangezien ze een audiovisuele speler is en het lineaire aanbod haar historische opdracht. Moet de VRT dan wel zo ambitieus zijn op nieuwe digitale platformen, vragen ze zich af.

Andere organisaties vinden net dat de VRT daar juist wel een rol te spelen heeft, aangezien die platformen de toekomst uitmaken en onmisbaar zijn voor het bereik van hele groepen Vlamingen. De VRT kan met doorverwijzingen vanop haar digitale platformen ook het bereik van die van andere spelers doen toenemen. Ze kan tevens bepaalde eigen content delen op de platformen van de andere mediabedrijven.

Sommigen stellen ook in vraag of de VRT wel echt iedereen moet aanspreken met een breed aanbod. Moet ze niet meer een nichezender worden, met informatie en cultuur als dragers, waardoor sport en ontspanning op de VRT niet meer vandoen zouden zijn? Het antwoord en de uitdaging van de VRT is dat ze aantrekkelijk wil zijn voor iedereen. Als openbare omroep wordt ze immers door alle Vlamingen gespijst. Om er voor hen allen te zijn, hoort ze hun mediaconsumptiegedrag te volgen.

De VRT heeft een belangrijke opdracht ten aanzien van de jongeren, een doelgroep die overigens niet beperkt blijft tot de twaalf- tot achttienjarigen. Lineaire radio en televisie zijn het jongere publiek geleidelijk aan het verliezen.

Voorts moet de VRT kunnen inspelen op de fragmentatie en individualisering van het mediagedrag. Dat houdt in dat ze ook op de smartphone terug te vinden is. De VRT wil overal toegankelijk en vindbaar zijn en gaat dan ook voluit voor de digitale focus.

Het vertrekpunt van deze krachtlijn is dus dat de VRT er voor alle Vlamingen is, met de juiste aanbodmix, breed toegankelijk, maar soms ook meer specifiek, onderscheidend en gelaagd, en steeds kwaliteitsvol en relevant. Zoals het Media-decreet bepaalt, zijn informatie, cultuur en educatie de hoogste prioriteiten. De VRT is het grootste cultuurhuis van Vlaanderen en wil dat ook blijven. Waar mogelijk en nodig wil de omroeporganisatie voldoende bereik creëren opdat mensen cultuur en informatie weten te vinden dankzij het aanbod aan sport, fictie en ontspanning. Als ankerpunten in haar relatie met de Vlamingen heeft de VRT sterke merken nodig.

De spreker komt tot de ontwikkelingspunten binnen de tweede krachtlijn en vermeldt ten eerste de focus op digitaal, zonder lineair te vergeten. De VRT zal een digitale strategie uitschrijven, met VRT NU als een volwaardig platform en met algoritmes waardoor mensen die voor ontspanning op VRT NU terecht komen, ook naar informatie en cultuur worden geleid. Voorts wil de VRT werk maken van haar vindbaarheid en distributie op andere platformen. Daartoe wil ze samenwerken. De VRT stelt bij vele mediaspelers de goede wil vast om de hele Vlaamse productie en het hele Vlaamse netwerk te vergroten en te versterken.

Zowel voor Cultuur met een grote C als cultuur met een kleine c wil de VRT steunpilaar blijven.

1.4. Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt

Liesbet Vrieleman, algemeen directeur Informatie van de VRT, komt terug op de hoorzitting met Pol Deltour, nationaal secretaris van de VVJ (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 252/1). Deze dicht de VRT een sterke en professionele redactie toe, met veel aandacht voor de deontologie. Nog volgens Pol Deltour is er een groot vertrouwen in de VRT en haar berichtgeving. Roberto Suarez Candel heeft het verband aangehaald tussen een sterke informatieve omroep en het democratische gehalte van een samenleving.

Uiteraard zijn er ook binnen deze krachtlijn aandachtspunten. Zo is Media.21 vragende partij voor een nog betere en intensere samenwerking, zeker op het vlak van de onderzoeksjournalistiek. Ook de longreads zijn in de hoorzittingen vaak aan bod gekomen, met een pleidooi om de VRT meer nadruk te laten leggen op de louter audiovisuele berichtgeving, en tekst enkel ter ondersteuning daarvan te gedogen. Die vraag was vooral te horen bij DPG Media en Mediahuis.

Wat de uitdagingen voor VRT NWS betreft, stelt Liesbet Vrieleman dat desinformatie altijd al heeft bestaan maar vandaag meer dan ooit aanwezig is om nooit meer te verdwijnen. Die desinformatie stelt de journalistiek voor nieuwe uitdagingen. Steeds meer krijgt de VRT, en zeker de nieuwsombudsman, van het publiek de vraag wat nu waar is en wat niet. De Vlaming weerbaar te maken tegen het nepnieuws, is een hele uitdaging, waarin Liesbet Vrieleman voor de VRT een rol ziet.

Tussen de Vlamingen zijn grote verschillen waar te nemen op het vlak van interesses en nieuwsconsumptie. Elke Vlaming heeft echter recht op nieuws op maat. Extra aandacht is daarbij nodig voor de groepen die voor hun nieuwsgaring minder

op de klassieke media een beroep doen, bijvoorbeeld de jongeren en de nieuwe Vlamingen. Daartoe komt het erop aan de opportuniteiten inherent aan de nieuwe platformen te benutten. 'We moeten gaan waar ons publiek zit', is daarbij het motto van Liesbet Vrieleman. Dat publiek zit erg verspreid. Vroeger zat iedereen voor tv, vandaag niet meer.

Digitalisering vergt nieuwe formats en distributievormen. Met die beweging is de VRT bezig. Ze streeft naar steeds meer hoogwaardige video voor haar digitale platformen. Enkele uren na de jongste vergadering van de Nationale Veiligheidsraad had de VRT al een goede video met ondertiteling klaar. Met het regeerakkoord heeft ze hetzelfde verwezenlijkt. Een soortgelijk beleid heeft de VRT gevolgd in verband met protestbewegingen wereldwijd, waarvan ze een video-overzicht met duiding heeft gepresenteerd. Zo iets vergt een investering in tijd en geld maar is een absolute must.

Toegankelijk en vindbaar blijven op on demand platformen is cruciaal. Investeren in content heeft maar zin als het publiek die kan vinden.

Dan komt de directeur tot de vertrekpunten van de derde krachtlijn. Het fundament blijft onveranderd onafhankelijke, betrouwbare en kwaliteitsvolle journalistiek als corebusiness van de VRT. Die brengt de actualiteit en streeft ernaar deze heel snel van context en duiding te voorzien. Daartoe moet VRT NWS in expertise blijven investeren, met de vereiste van dossierkennis ad rem bij haar mensen.

Ontwikkelingspunten zijn er uiteraard ook. Zo moet de VRT nog meer investeren in onderzoeksjournalistiek, en met name in diepgravende research.

Voorts zouden buitenlands en Europees nieuws zelfs nog meer aandacht mogen krijgen, naast het binnenlandse en regionale nieuws. Binnenlands nieuws behelst ook Brussel en Wallonië, die nu wellicht wat te weinig aandacht krijgen.

Het volgende ontwikkelingspunt betreft nieuws op maat voor de verschillende doelgroepen. Karrewiet brengt bijvoorbeeld nieuws voor kinderen van acht tot twaalf jaar. Intussen is er op Instagram @nws.nws.nws gekomen, met nieuws voor tieners tot zeventien jaar, dat inspeelt op hun leefwereld in de look and feel die ze gewoon zijn, en dat de thema's die ze interessant vinden, op maat aanbrengt. Dan is er het gedifferentieerde radionieuws. Het radiobulletin is verschillend naargelang het op MNM, Studio Brussel, Radio 1 of Radio 2 te horen is, aangezien die elk hun eigen groep mensen bereiken.

Ondanks al die initiatieven vindt Liesbet Vrieleman dat de VRT-nieuwsdienst haar publiek nog beter moet bedienen en nog meer werk moet maken van differentiatie. Dat veronderstelt nog meer inzet op goede nieuwsverhalen die VRT NWS via zowel video als audio op de digitale platformen aanbiedt. Op die manier komt ook in het digitale aanbod van de VRT het audiovisuele nog meer centraal te staan. Daarin moet en zal de omroep blijven investeren.

Van de andere kant is tekst in bepaalde gevallen onmisbaar, zeker om het nieuws van context te voorzien. Zo niet kan de VRT haar informatieve opdracht gewoon niet uitvoeren. Weekendinterviews zijn daarentegen niet echt nodig, vandaar dat de VRT er allang van afziet. Liesbet Vrieleman beseft wel dat de VRT soms toch nog – te – lange teksten brengt zonder enige audio of video erbij. Maar de digitale toekomst voor alle nieuwsmedia bestaat uit een mix van audio, video, grafiek en tekst. Vandaar de blijvende focus op video en audio, met daarnaast onvermijdelijk ook tekst voor de duiding.

Een ander ontwikkelingspunt is de dam tegen desinformatie verhogen. Vorig jaar heeft de VRT de krachten van het in data, desinformatie en technologie

gespecialiseerde personeel gebundeld in één DDT-cel. Die cel staat nu nog in de kinderschoenen maar mag de komende tijd in meer inzet vanwege de VRT rekenen, die toekomstgericht met andere media wil samenwerken om de Vlaamse knowhow op dat vlak te bundelen en met factchecks in Vlaanderen een maximale impact uit te oefenen. Die gesprekken met de andere media zijn momenteel aan de gang, kondigt Liesbet Vrieleman aan.

Ten slotte wil de directeur ook de samenwerking met de andere nieuwsmedia en het onderwijs nog versterken. Vandaag al besteden de VRT en andere nieuwsmedia aandacht aan elkaars verhalen, verwijzen ze naar elkaar, nodigen ze elkaars experts uit in hun studio's, wisselen ze beelden en audio uit enzovoort. Maar een nog sterkere samenwerking is aangewezen, ten eerste in de aanpak van de desinformatie, en ten tweede voor grote onderzoeksjournalistieke projecten. Er lopen eveneens gesprekken om het delen van correspondenten mogelijk te maken voor de lokale nieuwsgaring. Liesbet Vrieleman wil nagaan hoe de VRT haar content nog beter kan delen met de regionale tv-omroepen.

Wat de samenwerking met het onderwijs betreft, is de VRT recent gestart met KLAAR en EDUbox. Dergelijke items houden wel degelijk rekening met de eindtermen, opdat leerkrachten ze als kant en klaar lesmateriaal ter beschikking hebben. Die video's staan niet alleen op de platformen van de VRT maar ook op die van meemoo, dat het archief van Onderwijs beheert, en van Mediawijs.

1.5. Vlaamse creativiteit stimuleren

Leo Hellemans noemt de vierde krachtlijn tegelijk mooi en moeilijk. Uit de hoorzittingen onthoudt de gedelegeerd bestuurder een grote vraag naar samenwerking met de VRT op dat vlak, zowel van Muziekoverleg als van Cultuuroverleg.

Creativiteit is in Vlaanderen naast de VRT bij een heel groot aantal organisaties aanwezig. De VRT wil die samen met hen stimuleren.

De VRT investeert sterk in Vlaamse fictie, erkent overigens ook DPG Media.

Nog uit de hoorzitting onthoudt Leo Hellemans de vraag van Erwin Provoost om de bijdrage aan het VAF uit het reclame-excedent te verhogen van 1 naar 3 miljoen euro en zo meer investeringen in Vlaamse fictie mogelijk te maken (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 252/1).

An Jacobs en Bruno Wyndaele hielden in dezelfde hoorzitting een pleidooi voor nog meer samenwerking van de VRT met de lokale externe productiesector dan in de huidige beheersovereenkomst is voorgeschreven.

Uitdagingen in de vijfde krachtlijn behelzen de beperkte financiële middelen, die de opdracht bemoeilijken om het aandeel van de Vlaamse producties hoog te houden. Uiteraard wil de VRT bij zichzelf, de samenleving en de productiesector creativiteit stimuleren, maar zoiets vergt ook de nodige financiële middelen. Fictie, en zeker hoogwaardige fictie, is nu eenmaal duur.

De VRT staat achter het voorstel om het toepassingsgebied van de investeringsverplichting uit te breiden met de OTT-spelers en de nationale en internationale distributeurs, wat dan vooral wetgevend werk zou veronderstellen. Zelf is ze vooral op zoek naar het evenwicht tussen interne en externe productie. Op het vlak van de creativiteit onderscheidt de openbare omroeporganisatie zich van commerciële omroepen door te werken aan eigen formats en nieuwe soorten programma's. Het zijn eigen uitvindingen en producties, geen vertalingen of kopieën van bij voorbaat vaststaande successen uit het buitenland.

Leo Hellemans somt de vertrekpunten op in verband met deze creatieve opdracht. De VRT wil vooral de nadruk leggen op Vlaamse producties, met een grote variatie aan genres, met hoogstaande fictie en met een goede mix van interne en externe producties. Ze wil de samenwerking met creatieve Vlaamse productiehuisen voortzetten en de katalysator zijn van de Vlaamse cultuur- en muzieksector.

Als ontwikkelingspunt stipt de spreker aan dat de VRT wil blijven investeren en daarvoor de middelen zal blijven zoeken, en haar productiesector nog maar eens tegen het licht zal houden, maar eenvoudig is het niet om tegelijk intern creatief te zijn en voldoende geld over te houden om de externe productiesector te versterken. Coproducties van de eigen diensten met de externe productiesector zijn een mogelijk antwoord voor de toekomst.

1.6. Samen innoveren

Leo Hellemans leidt de innovatieopdracht van de VRT in met een videoboodschap van NPO-bestuurder Martijn van Dam (<https://youtu.be/JDcRBgdWCj4>).

Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie en Innovatie van de VRT, wijst op de sterke drive van de VRT om haar innovatiemechanismen permanent te verbeteren en te delen. De organisatie beschouwt het als een eer dat bijvoorbeeld de NPO, maar ook binnenlandse spelers, die overnemen. De VRT-innovatie is gestoeld op het principe van samenwerking.

Het innovatiebeleid heeft steeds tot doel om de publieke opdracht van de openbare omroep te blijven waarmaken in het evoluerende mediagebruik en medialandschap. Daarnaast bouwt de VRT mee aan een sterk Vlaams en Europees mediaecosysteem door systematisch naar samenwerking te streven. Ze werkt niet alleen samen met gevestigde namen, maar via Sandbox ook met vele startups en nieuwe initiatieven. De afgelopen vier jaren waren dat er meer dan honderd.

Sandbox introduceert vanuit die innovatieve samenwerking met startups en andere ondernemers nieuwe contentideeën en nieuwe technologieën bij de VRT-merken. Zelf verwerft de VRT daardoor een belangrijke inspiratiebron en kijkt naar buiten, terwijl de partners dankzij Sandbox toegang krijgen tot het aanbod, de tools en het netwerk van de VRT. Dit betekent voor starters hulp in hun ontwikkeling en validatie en levert hen een belangrijke referentie op.

Samenwerking in dit kader bestaat telkens uit een concrete test van drie tot vier maanden op de productievloer van de VRT, van aanbod dat vervolgens daadwerkelijk op antenne gaat. Met andere woorden beperkt het zich niet tot loutere labotesten.

Voorts behelst samenwerking de uitwisseling van inzichten en werkwijzen. De VRT deelt voluit haar ervaringen met methodiek en innovatieprocessen, onder de noemer Sandbox Hub, een Europees netwerk van intussen achttien lokale sandboxes. Ze wisselen onderling ervaringen en inzichten uit. De VRT heeft de opstart van die lokale sandboxes vaak begeleid.

Voor de Vlaamse startups is Sandbox Hub een springplank naar waardevolle contacten in Europa.

Hoewel de hub als een internationaal netwerk was opgevat, komen intussen ook steeds meer lokale partners aan boord, bijvoorbeeld Mediahuis en DPG Media. Het netwerk heeft intussen ook non-mediale Vlaamse sandboxes geïnspireerd. De Vlaamse overheid beschikt over haar eigen Sandbox Vlaanderen voor govtech, technologie in een overheidscontext. Op de korte termijn waarin dat initiatief bestaat, heeft het al elf samenwerkingen tot stand gebracht. Voorts overwegen Sport

Vlaanderen, de Nationale Loterij, de VDAB, de NMBS en bpost de oprichting van een sandbox en raadplegen ze in dat verband de VRT.

Na deze toelichting van VRT-Sandbox komt Stijn Lehaen tot het O&O-beleid. De onderzoeks- en ontwikkelingsprojecten zijn gericht op nieuwe technologieën en concepten die de creatie en beleving van media in een evoluerende context mogelijk maken. Ook daar is samenwerking het leidmotief. Het betreft samenwerking met mediaspelers, maar net zozeer met universiteiten en andere onderzoeksinstituten. Vaak krijgen die projecten een Europese financiering uit Horizon 2020, maar de jongste jaren genieten ze ook weer meer Vlaamse steun uit het VLAIO. In die projecten is de VRT steeds één van meerdere partners, soms als trekker maar vaak gewoon als deelnemer.

Stijn Lehaen illustreert met drie voorbeelden:

- Wave, een project dat nieuws brengt naar 'connected cars', waarin ook Mediahuis participeert;
- NewsTAPAS, een project voor gepersonaliseerd nieuws, met medewerking van onder meer Roularta;
- ICoSOLE, een project voor interactie met publiek buiten de internationale platformen voor sociale media, waaraan ook de BBC deelneemt.

Voor startups blijkt niet het starten op zich de grootste uitdaging, maar het schalen. Aangezien Vlaanderen niet de vereiste schaal grootte kan bieden voor de leefbaarheid van hun project, zoeken ze de Europese schaal op. Daartoe hebben de VRT en de PMV samen de joint venture Media Invest Vlaanderen opgericht, waaraan ze krachten en expertise bundelen om minderheidsparticipaties te nemen in opschalende media-initiatieven. Die investeringen variëren van 250.000 tot 1 miljoen euro.

Het afgelopen anderhalve jaar leidde dit tot drie succesvolle investeringsdossiers, in:

- Cybernetic Walrus, een Antwerpse gamesstudio;
- Cyborn, een 3D-animatiestudio met de focus op augmented en virtual reality;
- THEOplayer, een videospeler die intussen een grote naam heeft verworven in de onlinevideowereld.

1.7. Financieel kader

Leo Hellemans introduceert het financiële kader met de aankondiging dat de VRT niet wil komen zeuren. Ze is een actieve onderneming, maar ziet zich toch wel geconfronteerd met zorgwekkende uitdagingen. Die zorg heeft Roberto Suarez Candel in de hoorzittingen al geuit (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 261/1). Dirk Wauters wees op de lagere financiering per inwoner dan het Europese gemiddelde.

Zelfs vanuit de privémedia klonk een gelijkaardig geluid. Peter Quaghebeur, CEO van SBS, pleitte voor een stevige dotatie opdat de VRT geen gemengde financiering zou behoeven. Kris Vervaeke, CEO van DPG Media, achtte een adequate financiering van de VRT op haar plaats opdat de VRT haar versterkende rol in het medialandschap kan waarmaken. Wel vraagt hij dat de programmatie geen impact ondervindt van een organisatie die hier en daar nog efficiënter kan, een vraag waarop de VRT volgens Leo Hellemans een antwoord moet geven.

Gert Ysebaert (CEO van Mediahuis) heeft een lans gebroken voor een gezamenlijke commerciële ontwikkeling van de VRT en de privémedia in plaats van elkaar daarin te beconcurreren.

De uitdagingen zijn groot, besluit Leo Hellemans. Hij ziet een spanningsveld tussen de duurzame uitvoering van de rol van de openbare omroep in de veranderende

wereld en de middelen die daartegenover staan. Er is een structurele daling van de opbrengsten binnen het huidige kader. De huidige en toekomstige besparingen hebben impact op het aanbod en de organisatie. De jongste maanden heeft de coronacrisis die onzekerheden nog verhoogd.

Op de grafiek in de presentatie (zie bijlage 1) toont de gedelegeerd bestuurder dat de totale opbrengsten van de VRT nominaal niet meer zijn gestegen sinds 2007, en dus gedaald als de index wordt verrekend. Dat wijt hij aan de verlaging van de dotatie: zelfs nominaal bedroeg die in 2019 20 miljoen euro minder dan in 2007. De eigen inkomsten van de VRT uit de distributietarieven en de commerciële communicatie zijn wel toegenomen, waardoor de VRT – nominaal althans – op hetzelfde niveau is kunnen blijven als in 2007. Gezien de index komt hetzelfde niveau neer op besparen.

Nu komen ook de eigen middelen uit de distributie onder druk door de opkomst van de OTT-spelers, die het lineaire kijken almaar meer doorbreken.

Dat de commerciële communicatie is toegenomen, dankt Leo Hellemans aan het puike werk van de Var.

Rol van de Var

Saskia Schatteman, CEO van de Var, licht toe dat de Vlaamse Audiovisuele Regie als dochter van de VRT verantwoordelijk is voor de commercialisering van de openbare omroep. Vandaag haalt de VRT daaruit 17 procent van haar inkomsten. Bij Mediahuis gaat het om 30 procent en bij DPG Media om 50 procent. Al die bedrijven kennen een gemengde financiering. Bij de VRT ligt het aandeel van de commerciële inkomsten uiteraard wat lager. De beheersovereenkomst legt de Var immers beperkingen op, zowel wat de formats betreft als voor het bedrag dat de VRT uit de markt mag halen.

Op radio zijn heel wat formats toegestaan, maar voor tv beperkt de inbreng van de Var zich tot sponsoring en BAN. Online gaat het om display en beperkte video. Daar kan de Var niet voluit de mogelijkheden van het medium benutten.

Het reclameplafond bedraagt in 2020 77,7 miljoen euro. Als de VRT dat plafond haalt, gaat 1 miljoen euro naar het VAF. Door de coronacrisis zal dat dit jaar bijna zeker niet lukken. Binnen dat algemene plafond zijn er nog specifieke plafonds voor tv en onlineaanbod.

In de totale Vlaamse reclamemarkt is de Var met zijn 10 procent aandeel een relatief kleine speler. In radioreclame is het VRT-aandeel relatief het grootste. De grafiek (zie bijlage 1) toont aan dat de Var en de VRT constructief meewerken met de markt en ernaar streven de markt zo groot mogelijk te maken. Sinds de lancering van commerciële spelers hebben die samen met de VRT de markt omhooggestuwd. Een euro die naar de VRT gaat, gaat daardoor niet weg van een ander of omgekeerd.

In 2018 heeft de VRT bewust reclameklanten moeten weigeren en is ook de hele markt wat gekrompen. Andere mediabedrijven mogen daarover dan al andere stellingen hebben verdedigd in de vorige hoorzittingen, Saskia Schatteman constateert dat van de 10 miljoen euro door de VRT onbenutte verkoop, minstens 30 procent niet door lokale spelers is gerecupereerd.

De grafiek met de evolutie van dit jaar toont helaas een enorme impact van de coronacrisis. Adverteerders hebben massaal campagnes geannuleerd of teruggetrokken en keren maar heel moeizaam terug. In de weken 11 tot 18 van 2020 is de radioreclamemarkt met 60 procent gekrompen, een gigantisch cijfer. Alle

spelers delen gelijkmatig in die klappen. Saskia Schatteman heeft de VRT en de minister dan ook moeten meedelen dat ze dit jaar die middelen niet kan aanleveren, wat de financiële druk op de organisatie alleen maar doet toenemen.

Naast de coronacrisis heeft ook de digitalisering een enorme impact op de mediaconsumptie. Een grafiek van Group M brengt de evolutie van de verschillende soorten media in kaart (zie bijlage 1). Klassieke media komen zwaar onder druk, ten koste van een enorme groei van de digitale media. Helaas zijn de klassieke media vooral lokaal en de digitale vooral mondiaal, van het genre Google, Facebook en dergelijke. Die palmen makkelijk 75 procent van die markt in.

Daarom pleit Saskia Schatteman om voluit de kaart te trekken van het lokale Vlaamse ecosysteem. Elke beperking op de VRT zal de toestand alleen doen verergeren. Het komt erop aan om maximaal in te zetten op het digitale deel, om daar de strijd te winnen. Bijgevolg moet de VRT zich maximaal digitaal kunnen ontwikkelen, niet alleen op het vlak van content en formats maar ook voor de advertenties. Een adverteerder die bij de lokale media zijn weg niet vindt, gaat internationaal. De overheid moet er dan ook ten volle naar streven dat Belgische en Vlaamse adverteerders hun geld investeren bij lokale media. Dat zal ook van de VRT zelf extra inspanningen vergen.

Het politieke niveau kan betrouwbare metingen mogelijk helpen maken. De VRT werkt nu al goed samen met de lokale spelers om data te verzamelen. Samen zijn ze zich bewust van het belang van innovatie op dat vlak. Internationale spelers ontsnappen echter. Over hun werkingsgebied zijn geen lokale data beschikbaar. Een rapporteringsplicht voor hen zou Saskia Schatteman een goede zaak vinden.

Voorts raadt de CEO aan om vol voor innovatie te gaan, zowel in de content als in de commercialisering. Zoals gezegd is de Var op dat laatste vlak net heel beperkt in haar formats en mag ze niet digitaal meespelen. Ze mag geen video combineren met longform content terwijl adverteerders net daarnaar op zoek zijn. Ze zou heel graag samen met de markt digitale audioreclame ontwikkelen. De markt evolueert, dus mag Vlaanderen niet blijven stil zitten, besluit Saskia Schatteman.

Een dergelijk beleid vergt veel technologie en valt dus duur uit. Saskia Schatteman pleit ervoor dat alle lokale spelers samen een performant digitaal platform oprichten. Dat zou de Vlaamse krachten versterken. In de crisistijd van vandaag biedt de beheersovereenkomst de kans om de VRT zich samen met de andere spelers voluit digitaal in de markt te laten profileren.

Uitgaven van de VRT

Leo Hellemans besluit de toelichting van het financiële kader door in te gaan op de opmerking van sommigen dat de VRT de afgelopen niet heeft bespaard, of toch niet structureel. Daarom toont hij op een grafiek de evolutie van de VRT-uitgaven sinds 2007. Wat toen 100 was, zou gezien de inflatie nu 125 moeten zijn om gelijk te blijven, maar is nog altijd 100. Dat is nominaal een besparing.

Die besparing heeft de VRT vooral doorgevoerd op ondersteunende diensten, de zogenaamde overhead. Als 2007 100 procent was, schiet daar nu nog maar 79 van over. Het aantal managers is gedaald van 93 naar 39.

Voor de programmaoutput bedraagt de 100 van 2007 nu 105, waardoor ook deze groei achterblijft bij de index. De extra 5 procent ging vooral ten gunste van externe productie, aangezien de VRT extra heeft bespaard op interne productie. In het aanbod is een en ander voelbaar door meer herhalingen en meer aangekochte programma's.

Op personeel heeft de VRT duidelijk bespaard, met nu 605 vte's minder dan in 2006. Zo zijn de personeelskosten naar niet meer dan 102 van de aanvankelijke 100 gestegen, opnieuw dus veel minder dan de indexmatige evolutie. Dat heeft de VRT moeten opvangen met heronderhandelde arbeidsvoorwaarden. Vergrijzingskosten zijn niet terugbetaald. Bovendien heeft de VRT nog moeten bijdragen aan het statutaire pensioenfonds. Met andere woorden heeft ze de uitstroom nodig om haar besparingen te realiseren. Het wordt een hele uitdaging om dit alles vol te houden.

De impact van de coronacrisis maakt die opdracht nog zwaarder. Intussen daalt de overheidsfinanciering en komen de eigen inkomsten door zowel de crisis als het veranderende kijkgedrag wezenlijk onder druk. Dan is er nog de aanhoudende vraag van de externe productiesector om hem te versterken. Tegelijk zal de VRT de nodige investeringen moeten doen in nieuwe digitale strategieën om op dat vlak haar maatschappelijke opdracht te blijven vervullen.

Hopelijk wordt de driehoek 'inkomsten-kosten-investeringen' geen vicieuze driehoek 'lagere inkomsten-hogere kosten-uitblijvende investeringen', oppert Leo Hellemans.

Daarmee heeft de gedelegeerde bestuurder de huidige situatie en uitdagingen van de VRT samengevat. De VRT wil die uitdaging aangaan samen met de aandeelhouders, de organisatie en de hele sector. Ze wil aantonen dat ze als publieke omroep belangrijk is en wil blijven, en heeft in de crisistijd haar cruciale rol zeker bewezen.

Ter illustratie van de corona-aanpak van de VRT toont Leo Hellemans ten slotte dit filmpje: <https://www.youtube.com/watch?v=KfA3uBTyYhw&feature=youtu.be>.

2. Bespreking

2.1. Katia Segers

Katia Segers vindt dat de VRT helder is ingegaan op de uitkomst van de vorige hoorzittingen. Het commissielid feliciteert de hele VRT en haar werknemers omdat ze zo uitmuntend alle Vlamingen zijn blijven bedienen met goede informatie, en de handschoenen hebben opgenomen in de strijd tegen de desinformatie. Tegelijk is de VRT de Vlaming blijven voorzien van ontspanning en verbondenheid. Gezien de budgettaire beperkingen is dat extra bewonderenswaardig.

Aan Liesbet Vriелеman vraagt Katia Segers extra toelichting bij de plannen om meer in te zetten op regionaal nieuws. Hoe wil de VRT beter samenwerken met de regionale omroepen?

De spreker staat ten volle achter de stelling van Liesbet Vriелеman betreffende de longreads. Voor Katia Segers zou het niet ter discussie mogen staan dat de VRT moet zijn waar de Vlaming is, dus ook met langere duiding in een digitale omgeving. Zelf noemt Liesbet Vriелеman die teksten echter al eens te lang. Wat bedoelt ze daarmee?

Voor Stijn Lehaen heeft het commissielid een vraag over de impact van artificiële intelligentie op journalistiek. Een VRT-project met Tom Van de Weghe speelt daar al op in. Welke gunstige en kwalijke evoluties verwacht de VRT? Ook in de strijd tegen informatie zal AI een belangrijke factor zijn.

Saskia Schatteman heeft met cijfers aangetoond hoe minder reclameverkoop door de VRT niet automatisch meer reclame-inkomsten voor de commerciële omroepen impliceert. Enkele weken geleden heeft het Vlaams Parlement met een nieuw decreet de beperking laten vallen dat reclame per uur maar 20 procent van de

uitzending mag behelzen. In de plaats komt een berekening op basis van twee keer twee blokken. Zal dit voor de VRT en de Var veel veranderen? Welk beleid verwacht Saskia Schatteman van de andere zenders?

Ten aanzien van Leo Hellemans merkt Katia Segers op dat ze in coronatijden een nog intensievere inzet op het educatieve aanbod wenselijk had gevonden, met als voorbeeld de lessen van David Attenborough op de BBC. De VRT had wel bepaalde dergelijke reeksen in haar aanbod, waaronder De Klas, die gretig werden bekeken. Steeds uitdrukkelijker klinken er echter stemmen om een Schooltelevisie 2.0 te creëren. Heeft de VRT plannen in die richting? Welke mogelijkheden ziet ze om haar educatieve aanbod nog te vergroten?

Sommige landen waaronder Japan hebben in de beheersovereenkomst met hun openbare omroep een passus opgenomen over de rol van die omroep in crisistijden. Een dergelijke passus in de beheersovereenkomst met de VRT zou Katia Segers nuttig vinden, met vermelding van zowel de verwachtingen als de extra middelen in een dergelijke situatie. Uit een antwoord op haar eigen tweet maakt Katia Segers op dat minister Benjamin Dalle niet enthousiast reageert op dat voorstel, maar hoe ziet Leo Hellemans dat?

Het VAF heeft op een vorige hoorzitting gepleit om het excedent op te trekken van 1 naar 3 miljoen euro (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 259/1). De Econopolisstudie wijst uit dat het VAF veel meer dan zijn huidige middelen nodig heeft om de productie op peil te houden. Hoe denkt de VRT daarover?

Welke rol ziet de VRT voor zichzelf in de ontwikkeling van een Vlaamse Netflix? Wat is de stand van zaken?

Uit pure nieuwsgierigheid polst Katia Segers ten slotte nog naar de vorderingen van de aanwervingsprocedure voor een nieuwe CEO. Wanneer komt er witte rook uit de schouw?

2.2. Stephanie D'Hose

In naam van Open Vld dankt *Stephanie D'Hose* de VRT voor de duidelijke uiteenzetting. Haar eerste vraag betreft de interne en externe producties. Uit het betoog van de VOFTP op een eerdere hoorzitting onthoudt het commissielid dat de BBC 25 procent van haar aanbod intern produceert, 25 procent extern laat produceren, en de overige 50 procent toewijst met een procedure waarin zowel interne als externe producenten kunnen meedingen (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 259/1). Het commissielid vindt dat een innovatief voorbeeld. Kan de VRT, zonder zich op percentages vast te pinnen, naar een dergelijk model evolueren?

Hoe ziet de VRT de DAB+-toekomst? In welke submerken wil ze blijven investeren? Welke kanalen heeft ze daarvoor?

De RTBF brengt 13,4 miljoen euro in stelling met betrekking tot de coronacrisis, of 4,8 procent van haar dotatie. Uiteraard bevindt de VRT zich in een andere situatie en heeft ze met onder meer #ikluisterbelgisch ook al haar duit in het zakje gedaan. Maar plant ze nog acties? De culturele en creatieve sectoren horen tot de meest geïmpacteerde door de coronacrisis en hebben nog geen uitzicht op een exitstrategie. Welke rol kan de VRT dan nog spelen?

Zelfs aan de coronacrisis zijn er positieve kanten. Het nieuwe normaal zal zijn dat vergaderingen steeds meer in videoconferenties als deze commissiezitting zullen worden georganiseerd, en dat telewerken de norm wordt. Zoiets beïnvloedt de ruimtebenutting. Houdt de VRT daar rekening mee in haar nieuwbouwproject?

Bij Stijn Lehaen peilt Stephanie D'Hose naar de stand van zaken betreffende het crossmediale meetinstrument, waaraan Vlaanderen al enige tijd behoefte heeft. Hoe verloopt ter zake de samenwerking met de commerciële en regionale partners?

Voor Liesbet Vrieleman heeft het commissielid een vraag over vrouwensporten. Wat Stephanie D'Hose betreft, mag de VRT daar heel veel aandacht aan schenken. Uiteraard moet de VRT ook grote evenementen uit de populairste sporttakken uitzenden, maar de vrouwensport komt altijd terecht onder één noemer met de kleinere sporten. Het zou beter zijn om vrouwencompetities in het slipstream van de kijkcijfersuccessen uit te zenden.

Voor jongeren heeft de VRT het succesrijke platform @nws.nws.nws. Voor die doelgroep is flexibiliteit de norm, gezien het vele switchen van platform bij de jeugd. Van TikTok had twee jaar geleden niemand gehoord. Nu is het hot, maar over twee jaar kan weer iets helemaal anders trenden. Maakt een beheersovereenkomst met een termijn van vijf jaar het echter niet moeilijk om het jongerenaanbod te digitaliseren en flexibiliseren en om ervoor te enthousiasmeren?

Ten aanzien van Saskia Schatteman merkt Stephanie D'Hose op dat een heel strikt reclameplafond erop neerkomt dat de hele Vlaamse mediasector zichzelf in de voet schiet. Anderzijds moet het beleid ter zake voor iedereen een win-win meebrengen. Kan meer samenwerking op dat vlak tussen openbare en commerciële omroepen ten bate zijn van zowel VRT, commerciële zenders als adverteerders?

2.3. Karin Brouwers

Karin Brouwers dankt de sprekers voor hun mooie en volledige presentatie. Het heeft haar plezier gedaan om zo vaak het woord samenwerking te horen vallen. In crisistijden zal samenwerking cruciaal blijken om het Vlaamse media-ecosysteem overeind te houden.

De RTBF heeft zoals Stephanie D'Hose al heeft aangehaald, een mooi bedrag aangekondigd voor investeringen in cultuur. Mocht de VRT al haar inspanningen op dat vlak optellen, zou dat ook wel een mooi cijfer opleveren, meent Karin Brouwers, die ervan uitgaat dat die oefening nog aan de gang is.

Ze sluit zich aan bij de vraag van Stephanie D'Hose over het crossmediale meet-systeem.

Kan de VRT nog duiding geven bij enkele uitspraken uit de vorige hoorzittingen? Zo vond SBS dat de prioritaire opdrachten van de VRT meer in het programmatieaanbod moet worden weerspiegeld (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 248/1). Wat denkt de VRT daar zelf van? Precies dat soort doelen komt al eens gemakkelijk in een beheersovereenkomst terecht.

De commerciële zenders pleiten voor een uitwisseling van tv-gezichten en -beelden. Gezichten en beelden die worden betaald met belastinggeld, moeten volgens hen ook beschikbaar zijn voor henzelf.

Aan regionale tv hecht CD&V groot belang omdat die het dichtst bij de mensen staat. Het gaat om privé-zenders met hun specifieke moeilijkheden. De regionale omroepen vragen om de VRT nog meer tot hun bondgenoot te maken, aangezien die wel kan rekenen op een overheidsdotatie. Het gaat voor hen dan om meer dan een uitnodiging krijgen voor een event, maar ook om betrokken te worden bij onderwerpen als overheidscommunicatie, innovatie, het meetsysteem enzovoort. Ze pleiten vooral voor samenwerking, bijvoorbeeld in het kader van De Warmste Week.

Hoe staat de VRT tegenover het idee om haar content tegen betaling aan te bieden op andere kanalen dan de eigen zenders? Het gaat hier bijvoorbeeld om de Vlaamse Netflix. Hoever staat die intussen? In hoeverre is de VRT erbij betrokken? Karin Brouwers betreurt enigszins dat die Vlaamse Netflix de jongste twee maanden nog niet beschikbaar was.

De privésector pleit om te worden betrokken bij de keuze van de innovatieprojecten. Bij Sandbox is het VRT zelf die de keuze van een project maakt, waarbij dan eventueel de sector achteraf wordt betrokken voor de uitrol. Kan al vroeger in het traject worden samengewerkt? Kan die samenwerking bijvoorbeeld ook innovatieve technieken als voorwerp hebben en op die manier kostenbesparende effecten sorteren?

Voor Saskia Schatteman en Stijn Lehaen heeft Karin Brouwers een gezamenlijke vraag. Het Vlaamse beleid is de idee genegen van een gezamenlijk reclameplatform om de digitale reclame-inkomsten in ons land te houden. Is dat een realistisch idee? Kan Sandbox het dan uitwerken met inzet van de nodige technologie? Het resultaat zou dan een mooie samenwerking kunnen zijn tussen enerzijds de VRT, Sandbox en de Var en anderzijds de andere Vlaamse media.

Is de VRT bereid om voor sportrechten en internationale reeksen samen met de commerciële media te bieden in plaats van tegen hen op?

De levensbeschouwelijke organisaties hebben zich in de hoorzitting niet voor 100 procent tevreden getoond over de manier waarop de VRT hen betreft bij de voorbereiding van programma's waarin levensbeschouwing aan bod komt (*Parl.St. VI.Parl. 2019-20, nr. 254/1*). Waarom loopt die samenwerking dan niet zo vlot? De expertise is alleszins aanwezig bij die organisaties.

Wat de reclame voor gokproducten betreft, is de voorbeeldfunctie van de VRT al ter sprake gekomen. De Vlaamse Ombudsdienst pleit voor een totaalverbod op gokreclame op alle platformen van de VRT. Acht de VRT dit haalbaar, vraagt Karin Brouwers.

Het commissielid vervolgt dat structureel overleg met de partners zou moeten leiden tot een concrete en structurele samenwerking en tot in het DNA zou moeten doordringen. Wat ze vandaag heeft gehoord, wijst op een bereidheid om daar werk van te maken. Als prioritaire samenwerkingsverbanden ziet CD&V datamanagement, het crossmediale meetsysteem, innovatie en kennisdeling, Vlaamse film en documentaire, onderzoeksjournalistiek, archiefbeleid en ten slotte de Vlaamse Netflix. Budgettaire schaarste zal hoe dan ook iedereen dwingen om meer en beter samen te werken.

Voorts pleit het lid om in het VRT-aanbod niet de grootste gemene deler na te streven, maar op maat te werken en onderscheidend naar maatschappelijke doelgroepen. Dat heeft de VRT ook zelf in haar betoog aangegeven.

Kan Sandbox zijn actieradius uitbreiden tot de culturele sector? Dan kan die ook zijn voordeel doen bij de beschikbare internationale samenwerking.

In het media-overleg met alle partners met het oog op de strijd tegen fake news moet de VRT absoluut het voortouw nemen. De VRT heeft daar tot tevredenheid van Karin Brouwers ook zelf op gewezen. Een studie van de Gezinsbond en de Arteveldehogeschool heeft nog maar net aangetoond hoe slecht mensen fake nieuws kunnen ontdekken. Bepaalde privé-initiatieven werken eraan met subsidies van vorig mediaminister Sven Gatz. Maar terecht speelt ook de VRT dus een prominente rol.

Is een beroep op externe productiehuisen ook mogelijk voor radio? Klankverbond is in de commissie komen vertellen hoe buitenlandse omroepen podcasts aankopen. Als de VRT 18,25 procent van haar productiebudget aan externe producties moet besteden, zou dan ook een klein deel daarvan naar audioproducties – fictie en documentaire op de radio – kunnen gaan. Of de VRT effectief die 18,25 procent haalt, is dan weer een andere discussie. Blijkbaar is die berekeningswijze ingewikkeld en verschilt de VOFTP van mening met de VRT. Wie kan dat best extern controleren?

Reizen organiseren ziet CD&V niet als een kerntaak van de VRT, en al zeker niet in coronatijden. Met pakweg de reizen met Radio 2 in het gezelschap van een reeks BV's zou de VRT wel eens komaf mogen maken.

De nieuwsombudsman en de klachtenbemiddeling van de VRT leveren puik werk. CD&V vraagt om hierop niet inhoudelijk en evenmin op hun werkingsmiddelen in te binden, zeker gezien het belang van de strijd tegen fake news.

2.4. Klaas Slootmans

Klaas Slootmans heeft vele van zijn vragen al door andere leden horen stellen en zal zich beperken tot wat die nog niet hebben gevraagd. Wel wil hij even terugkomen op het voornemen van de RTBF om wegens de coronacrisis ruim 13 miljoen euro te injecteren in de zwaar noodlijdende cultuursector. Is zoiets ook voor de VRT mogelijk, die weliswaar gebonden is aan de grenzen van haar beheersovereenkomst? Misschien kan dat dan in de nieuwe beheersovereenkomst wel mogelijk worden gemaakt, vraagt Klaas Slootmans zich af.

Is het niet opportuun om de looptijd van de beheersovereenkomst korter te maken? Op de digitale en media-evoluties, zoals de opkomst van Netflix en de plotse en acute instorting van de advertentie-inkomsten – eerst door de concurrentie van digitale media en nu door de coronacrisis – zou de VRT sneller moeten kunnen inspelen. In Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk worden die overeenkomsten voor respectievelijk twee en tweeënhalf jaar afgesloten om een veel sneller inspelen op de evoluerende markt mogelijk te maken. Vlaanderen houdt vast aan vijf jaar, een voor de mediasector bijzonder lange periode. Het Vlaams Belang heeft dat al enkele keren aangekaart maar geen gehoor gekregen. Mocht de VRT zelf sterke argumenten aandragen, dan zou de politiek daar wellicht wel oren naar hebben.

Saskia Schatteman heeft de impact van de coronacrisis min of meer proberen in kaart te brengen, maar een totaal is daaruit nog niet voortgekomen. Welke totale impact heeft de crisis nu op de VRT? Van fruittelers tot lambiekbrouwers komen alle mogelijke sectoren met exacte cijfers over hun verliezen, maar de VRT met haar 445 miljoen euro omzet heeft nog geen becijferde impactprojectie meege-deeld.

Participanten als Telenet hebben al laten weten dat een Vlaamse Netflix zonder VRT-medewerking wellicht een doodgeboren kind zal zijn. Wat is de stand van zaken?

Het regeerakkoord heeft het over pluralisme, standaarden voor objectiviteit en neutraliteit enzovoort. Voor de zoveelste keer moet Vlaams Belang komen zeuren en jammeren voor politieke proportionaliteit in de nieuws- en duidingsprogramma's. Vlaams Belang komt er steeds bekaaid vanaf qua uitnodigingen voor die programma's. Zijn vertegenwoordigers in de raad van bestuur van de VRT hebben daar al herhaaldelijk op gewezen.

Zelfs Apache, dat toch niet bepaald van sympathie voor het Vlaams Belang kan worden verdacht, heeft de manier aangekaart waarmee de VRT met de op één na

grootste partij van het land omgaat. Daarmee brengt de VRT haar eigen geloofwaardigheid in het gedrang. Steeds meer mensen keren de omroep dan ook de rug toe en hechten geen geloof meer aan wat ze op de buis te zien krijgen. Men mag het dan nog zo vaak over fake news hebben, door structureel een zo grote partij uit te sluiten of disproportioneel weinig het woord te geven, neemt die geloofwaardigheid niet toe. Siegfried Bracke maakte gewag van een pensée unique die vaag-links is maar vooral heel groen. Die opinie heerst niet alleen bij het Vlaams Belang, maar veel ruimer.

Hoe staat het intussen met de specifieke cel die over het Vlaams Belang zou berichten naar aanleiding van de verkiezingsuitslag van 26 mei 2019? Bestaat die door de redactieraad bedachte cel intussen daadwerkelijk? Wat bespreekt ze? Welke van haar standpunten krijgen een veruitwendiging in de nieuws- en duidingsprogramma's?

Klaas Slootmans kan iedereen aanbevelen het zeer vurige pleidooi van Peter Quaghebeur nog eens na te lezen (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 248/1). Hij is begrijpelijkerwijs een groot pleitbezorger van niet-gemengde financiering, zeker gezien de dalende advertentie-inkomsten. Hoe ziet de VRT dat? In Nederland bepaalt de evolutie van de structuur dat de NPO beduidend minder advertentie-inkomsten krijgt. Acht de VRT ook in Vlaanderen een dergelijke evolutie haalbaar met het oog op de goede vrede in het medialandschap, waar de frustraties enorm hoog oplaaien? In een medialandschap waar iedereen elkaar nodig heeft, is niemand gebaat met haatrelaties.

Wat de longreads betreft, maakt Klaas Slootmans uit het betoog van Liesbet Vrieman op dat de VRT zich zeer formeel wil verzetten tegen de bepalingen daarover in de beleidsnota van minister Dalle en zelfs het Vlaams regeerakkoord. Wat verwacht de VRT dan op dat vlak van de beheersovereenkomst? Uit de hoorzittingen is gebleken dat de commerciële sector grote problemen heeft met VRT-longreads, die ze als oneerlijke concurrentie ervaart. Is de VRT dus van plan frontaal de strijd aan te gaan met het regeerakkoord?

Over de nieuwe CEO heeft Klaas Slootmans eerder geen antwoord gekregen van minister Dalle (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 303/1). Hoeveel kandidaten zijn er?

Hoe staat het nu met de aangekondigde interne audit en nota naar aanleiding van de geschiedenis met Peter Claes en de vermeende belangenvermenging?

2.5. Gustaaf Pelckmans

Gustaaf Pelckmans wil op zijn beurt de VRT-mensen danken voor hun beknopte en heldere toelichting, maar ook voor de aanpak van de coronacrisis door de hele VRT. Zelf heeft de spreker het allemaal op de voet gevolgd op de radio.

Natuurlijk kan alles altijd beter en heeft Gustaaf Pelckmans ook zijn vragen. De plannen van de RTBF met betrekking tot steun aan de cultuursector hebben nogal wat stof doen opwaaien. Maar zou het wel een opdracht van de VRT moeten zijn om met haar zeer beperkte middelen die rol over te nemen van de Vlaamse Gemeenschap?

Hoe ziet Leo Hellemans meer algemeen de samenwerking met de culturele sector? Zou het niet beter zijn dat de VRT met die sector een pact afsluit voor de langere termijn? Het zou gaan om een scenario voor enkele jaren, waarin ook geld een rol kan spelen. Zou dit geen uitgelezen moment kunnen zijn om voorbij de coronacrisis te kijken?

Een opmerkelijk recent nieuwsfeit was de Karrewietreportage waarin een jongetje over zijn armoede getuigt. Hij maakt gewag van zijn slechte pc. Hoe vallen dergelijke problemen te koppelen aan de terechte ambities van de VRT op het vlak van digitale innovatie?

Aan Liesbet Vrieleman stelt Gustaaf Pelckmans dezelfde vragen als Katia Segers en Karin Brouwers over de intelligente samenwerking met de regionale omroepen op het vlak van nieuws.

Nieuwe Vlamingen volgen hier met hun antenneshotels hun eigen mediakanalen. Gustaaf Pelckmans vraagt zich af hoe de VRT ze in haar verhaal kan betrekken, versleutelen en er enthousiast voor maken.

Het commissielid is geïntrigeerd door de ambitie om meer onderzoeksjournalistiek te verwezenlijken. Canvas' Kinderen van de Holocaust noemt hij ronduit wereldklasse. Maar om die kwaliteit vol te houden is samenwerking onvermijdelijk. Dat leidt tot een zekere contradictie tussen de onafhankelijkheid die de nieuwe media nastreven en de samenwerking die de VRT ermee nastreeft. Hoe ziet de VRT dat?

Over de vernieuwingen in het radiolandschap heeft Gustaaf Pelckmans nog niet veel horen zeggen. Radio is een fantastisch medium: goedkoop, direct en in staat snel op de actualiteit in te spelen. Maar het dreigt wat ondergesneeuwd te raken door beeld. Hoe kijkt de VRT daar intern tegenaan?

Bepaalde privémedia vinden dat de VRT meer overheidsgeld moet krijgen en dan helemaal uit de markt moet wegblijven. Vindt de VRT dat zelf een goed idee, gesteld dat het mogelijk zou zijn?

Aan Luc Van den Brande met zijn lange ervaring en kennis van zaken vraagt Gustaaf Pelckmans ten slotte om in drie hoofdpunten samen te vatten wanneer voor hem een beheersovereenkomst geslaagd is.

2.6. Wilfried Vandaele

Wilfried Vandaele dankt de VRT omdat ze heeft gereageerd op stellingen uit eerdere hoorzittingen. Bepaalde punten uit haar presentatie hebben de N-VA gecharmeerd, andere dan weer niet.

Het commissielid herhaalt de klemtonen van zijn fractie, met ten eerste de aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige cultuur en muziek, voor de eigen producties. Die heeft de VRT toegelicht tegen de achtergrond van de krimpende budgetten, een bekend pijnpunt.

Ten tweede gaat het om het versterken van de Vlaamse identiteit en het uitbouwen van een sterke Vlaamse samenleving.

Ten derde moet de VRT ook het Vlaamse medialandschap versterken en dus in een goede samenwerking samenleven met de privépartners veeleer dan ze te concurreren.

Bepaalde randvoorwaarden zijn vandaag naar de zin van Wilfried Vandaele weinig uit de verf gekomen, zoals: toegankelijkheid en ondertiteling; transparantie, waaronder die van contracten; en diversiteit, met inclusie van mensen met een beperking. Aangezien dergelijke elementen altijd in een beheersovereenkomst terechtkomen, gaat de spreker ervan uit dat het nu niet anders zal zijn.

De zorgvuldige omgang met reclame-inkomsten is al aan bod gekomen. Een vraag die ook andere commissieleden al stelden, is of de privésector gebaat zou zijn met meer overheidsgeld voor de VRT.

2.7. Filip Brusselmans

Filip Brusselmans heeft onthouden dat de VRT een voorbeeld neemt aan de NPO of er, getuige het filmpje met PvdA'er Martijn van Dam, toch minstens nauw mee wil samenwerken. Een verschil tussen de VRT en aan de andere kant de NPO en de BBC is dat de lonen van de presentatoren bij onze openbare omroep zowat een staatsgeheim zijn. Het Vlaams Belang pleit al lang voor financiële transparantie op dat vlak. In 2016 heeft de Raad van State in een arrest ter zake eveneens meer transparantie gevraagd aangezien het publieke middelen betreft. Klaas Slootmans had het al over het gebrek aan geloofwaardigheid wegens een gebrek aan politieke representativiteit. Financiële transparantie is een ander middel om de burger terug meer vertrouwen in de VRT te geven. Hoe ziet de VRT dat? Het gaat niet alleen om de lonen van de managers maar ook om die van de presentatoren.

2.8. Manuela Van Werde

Manuela Van Werde dankt alle sprekers voor hun mooie en goed gebrachte presentatie. Van de VRT zou ze niet anders verwachten.

Leo Hellemans situeerde creativiteit terecht bij een groot aantal organisaties in Vlaanderen. Vlaanderen is inderdaad een heel creatieve regio. In dat verband wil Manuela Van Werde net als Karin Brouwers een lans breken voor de audiomakers van Klankverbond. Onze getalenteerde audiomakers zijn genoodzaakt om in het buitenland de middelen te zoeken om hun documentaires en podcasts te realiseren, waarmee ze vervolgens internationale prijzen winnen. Voor de besteding van 18,25 procent aan externe producties zou de VRT dus ook naar die mensen moeten kijken.

2.9. Elisabeth Meuleman

Elisabeth Meuleman heeft Leo Hellemans heel helder het besparingspad sinds 2007 horen schetsen. Die cijfers en grafieken lopen tot 2019. Vanaf volgend jaar komen daar nog besparingen bovenop. Verwacht de VRT dat ze op die manier haar kernopdracht zal kunnen realiseren? Wat betekent één en ander voor het personeel? Minister Dalle houdt staande dat er geen naakte ontslagen hoeven te vallen, maar is dat een realistisch standpunt, zeker in het licht van de impact van de coronacrisis?

De commissievoorzitter is tevreden dat de hoorzittingen ook de maatschappelijke rol van de VRT in de verf hebben gezet. Heel wat mensen uit Onderwijs, Cultuur, de archiefwereld, Toerisme en andere sectoren hebben hun grote appreciatie uitgedrukt voor hun samenwerking met de VRT, die ze graag nog gevoelig uitgebreid zouden zien. Kunnen er uit die beleidsdomeinen dan ook middelen naar de VRT worden georiënteerd met het oog op nog meer samenwerking?

Zoals Katia Segers al heeft vermeld, reikte de Britse samenwerking tussen openbare omroep en onderwijs nog een stap verder dan wat Vlaanderen ondanks zijn mooie inspanningen op dat vlak heeft verwezenlijkt. Daar ziet Elisabeth Meuleman toch nog een enorm potentieel, aangezien ze verwacht dat ook in de toekomst het afstandsleren gebruikelijk zal blijven. Is op dat vlak nog meer mogelijk, of gezien de huidige budgetten helemaal niet? Is ondersteuning uit andere beleidsdomeinen dan aangewezen?

De coronacrisis heeft het belang van een goede omgang met fake news en factchecking extra aangetoond, net als het belang van laagdrempelige correcte informatie waarop de mensen kunnen vertrouwen. Ziet de VRT mogelijkheden om haar rol op dat vlak uit te breiden? Zijn er nieuwe samenwerkingen mogelijk binnen de huidige budgetten?

Bestaan ook voor de radio externe producties en samenwerking met freelancers? Zijn die haalbaar? Zou het duurder uitvallen als radio extern wordt geproduceerd? Het onderwijsgebruik van podcasts zit alvast in de lift. In plaats van daarvoor aan het scherm gekluisterd te zitten, kunnen kinderen hun geschiedenislessen zo ook op de fiets of al wandelend beluisteren. Synergie lijkt dus haalbaar, maar opnieuw is de vraag of die budgettair mogelijk is.

Wat het diversiteitsbeleid betreft, heeft Elisabeth Meuleman geconstateerd dat bij bepaalde mensen en gemeenschappen nog angsten en desinformatie heersen wegens geen toegang tot de noodzakelijke informatiebronnen. Wat kan de VRT nog extra doen op dat gebied?

2.10. Antwoorden van de VRT

Leo Hellemans geeft eerst aan dat de VRT niet op alles een pasklaar antwoord heeft. Als het bijvoorbeeld veeleer suggesties betreft, zal de VRT ze meenemen in de onderhandelingen over de beheersovereenkomst, zoals de vragen over radio en de externe productie van podcasts.

Blijkbaar heeft de RTBF-actie in verband met steun aan cultuur in coronatijden indruk gemaakt. Leo Hellemans maakt gewag van een ongelooflijke communicatiestunt, aangezien de RTBF nergens aangeeft waar ze die 13,4 miljoen euro vandaan zal halen, noch de precieze impact daarvan berekent. Het kan alleszins niet de bedoeling zijn dat de VRT geld begint uit te geven dat ze niet heeft. Gezien de instorting van de commerciële inkomsten in de coronacrisis zijn haar eigen financiële vooruitzichten zo al niet rooskleurig.

Er was de suggestie om in de beheersovereenkomst de rol van de VRT in een crisissituatie op te nemen en de middelen die daartegenover staan. De BBC heeft bij de uitbraak van de crisis inderdaad beslist om in te zetten op onderwijs, wat overigens geld kost dat ergens vandaan moet komen. Gezien het toegenomen belang van haar informatieopdracht heeft de BBC voorts het nakende ontslag van 400 journalisten ingetrokken. Regels voor de rol en eventuele extra budgetten van een publieke omroep in een crisistijd moeten dus inderdaad mogelijk zijn, besluit de gedelegeerd bestuurder.

Heel wat leden hadden het over samenwerking, met onder andere de cultuursector en onderwijs. Overigens is samenwerken een hele opgave en moeilijker dan zaken zelf oplossen. Samenwerking kan verrijkend zijn maar goede overeenkomsten vergen een lange doorlooptijd. Goedkoper is het niet noodzakelijk, heeft Leo Hellemans ervaren. Vaak houdt samenwerking zelfs extra kosten in. De spreker staat open voor de suggestie om die dan te financieren uit andere beleidsdomeinen. Nu neemt de VRT bepaalde initiatieven ten gunste van het onderwijs – zoals de EDUbox en KLAAR – er gewoon bij, naast haar informatieopdracht ten aanzien van de hele Vlaamse Gemeenschap. Verdere afspraken ter zake zijn bij Leo Hellemans zeer welkom.

Voor de Vlaamse Netflix hebben DPG Media en Telenet een joint venture opgericht, die zich nu nog in een beginfase bevindt. De start zal ten vroegste in het najaar plaatsvinden. De VRT wil meedoen, want is voorstander van samenwerking. Informeel is er al contact geweest om die bereidheid te tonen. De concrete besprekingen moeten nog beginnen aangezien Telenet en DPG Media nog onderling aan het

afspreken zijn hoe ze het model in elkaar steken. De positie van de VRT daarin is nu dus nog niet duidelijk.

Wel is de VRT met het oog op de nieuwe beheersovereenkomst al een eigen distributiestrategie aan het uitwerken. Met VRT NU beschikt ze al over een eigen platform, net als de publieke omroepen van onze buurlanden. Telenet heeft voorgesteld dat VRT NU alleen dagprogramma's van de lineaire tv ter beschikking stelt in een heel beperkt tijdsslot. Maar Leo Hellemans ziet een sterke positie voor VRT NU om voldoende gratis aanbod op het eigen platform aan te bieden. Maar dat betekent niet dat hij samenwerkingsprojecten uitsluit. De vraag is dan nog welke vorm die samenwerking krijgt: een participatie, of een licentie voor VRT-programma-aanbod op het platform van DPG Media en Telenet? Kortom, de VRT staat open voor dergelijke samenwerking maar zorgt ervoor dat ze daar als publieke omroep vanuit een strategisch sterke positie in kan terechtkomen.

Enkele commissieleden vroegen een standpunt over de gemengde financiering. De VRT is vooral voorstander van een adequate financiering, antwoordt Leo Hellemans. Ze moet vooral voldoende middelen hebben om haar opdracht uit te voeren. Of die financiering dan gemengd moet zijn en in welke verhouding, is van tweede orde. Over die gemengde VRT-financiering zijn de privéspelers het niet zonder meer met elkaar eens. Peter Quaghebeur wenst dat de VRT voor 100 procent met een overheidsdotatie wordt betoelaagd en van de commerciële markt wegblijft. Medialaan, DPG Media en anderen hebben daarentegen gewezen op het belang van de VRT-mediazenders voor de commerciële inkomsten van de privéspelers. Radio is in Vlaanderen een sterk medium met sterke publieke en privémerken en een toonbeeld van samenwerking die de hele koek groter maakt.

Heel wat vragen gingen over externe productie en verwezen naar de hoorzittingen met onder meer de VOFTP en Klankverbond. Het BBC-model oogt mooi op papier, maar Leo Hellemans vraagt om ook naar de praktijk te kijken. De BBC heeft inderdaad aanbestedingen voor productie, maar produceert alle informatieve, culturele en sportaanbod geheel of voor het overgrote deel zelf. Voor wat dan nog overblijft, gebruikt ze inderdaad de 50/25/25-strategie.

Toen dat systeem in voege was, heeft de BBC haar interne productiehuis helemaal verzelfstandigd, waardoor de BBC nu eigenlijk geen interne productie meer heeft. Dat extern verzelfstandigde huis mag op de markt de concurrentie met de andere spelers aangaan. Voor Leo Hellemans is het een raadsel hoe dit systeem de hele markt zou versterken. Het externe productiehuis van de BBC werkt nu bijvoorbeeld ook voor ITV, Netflix en andere spelers. Informele telefonische contacten met de BBC daarover leveren een genuanceerd verhaal op. De eigen productie aan de deur zetten komt eigenlijk neer op de eigen creativiteit aan de deur zetten. Er ontstaan heel koele briefings met de kostprijs als voornaamste element, wat niet bepaald de beste programma's garandeert. Leo Hellemans concludeert dat het BBC-model weliswaar het helderste is, maar dat het zeer de vraag is of het ook het beste is.

In geval van besparingen op de VRT, zal overigens ook het aandeel van 18,25 procent voor externe productie overeenkomen met minder geld. Wat de transparantie betreft, is het systeem misschien ingewikkeld maar staat het duidelijk en in concrete termen in de huidige beheersovereenkomst.

Liesbet Vrieleman gaat eerst in op de vragen over het regionale nieuws. VRT NWS heeft als opdracht dat het iedereen bereikt. VRT NWS blijkt de hoger opgeleiden en de ouderen vlot te bereiken met al zijn programma's, en hoort die ook te blijven bedienen. Lager opgeleiden blijken in hogere mate in regionaal nieuws geïnteresseerd te zijn en luisteren bijvoorbeeld veel naar Radio 2. Daarom intensifieert de nieuwsdienst haar samenwerking met Radio 2 om regionale berichten op haar website te zetten.

Wat longreads betreft, wil de VRT het audiovisuele aspect nog centraler plaatsen in haar digitale aanbod. De omroep moet zijn corebusiness op dat vlak beter uitspelen en is dat ook van plan. Daarnaast is tekst wel degelijk nodig vanuit de opdracht om de actualiteit op de voet te volgen en meteen van context en duiding te voorzien. Daarzonder zou de informatieopdracht in het gedrang komen. Een video maken kost wat meer tijd en is dus evidentier voor latente onderwerpen.

Wat pluralisme en Vlaamse identiteit betreft, moeten de VRT en a fortiori VRT NWS absoluut de vinger aan de pols van de samenleving houden. Dus moet iedere stem aan bod komen. De VRT moet er meer aandacht voor hebben dat elke stem telt. Maar vaak hangen de keuzes van wie men laat horen af van de actualiteit, waarin de klemtoon de jongste tijd sterk op gezondheid heeft gelegen. Liesbet Vrieleman verwacht wel dat het politieke debat nu weer op gang zal komen. Daarin is het voor de VRT wel logischer om beleidspartijen vaker aan bod te laten komen, met hun burgemeesters, ministers enzovoort. Dat verklaart waarom het Vlaams Belang minder goed is vertegenwoordigd, maar de boodschap is voor de VRT alleszins duidelijk.

In vrouwensporten heeft de VRT de jongste jaren behoorlijk geïnvesteerd: kijk maar naar de Belgian Cats, de gymnastiekuitzendingen met Nina Derwael, het vrouwenwielrennen enzovoort. De VRT probeert die uitzendingen in te bedden tussen haar kijkcijfersuccessen. Hetzelfde doet ze voor de kleinere sporten, waardoor die inderdaad vaak onder dezelfde noemer als de vrouwensporten terechtkomen. Hoe dan ook biedt de VRT de vrouwensport heel veel op het vlak van programmatie en uitzendtechnische ondersteuning en zit ze ook samen met de betreffende federaties om te kijken hoe dat nog beter kan. Dit zal tot uiting komen in de nieuwe beheersovereenkomst, verwacht Liesbet Vrieleman.

Bieden op sportrechten bevindt zich in een juridische sfeer. Wie op een wedstrijd biedt, mag daarover niet met andere partijen communiceren. Vaak gebeurt een bod onder gesloten enveloppe.

Nogal wat vragen gingen over desinformatie. De VRT wil die samen met andere media aanpakken en voert volop gesprekken. Ze zal binnenkort met plannen naar buiten komen. De VRT wil een voortrekkersrol op zich nemen maar dan vooral in het samenbrengen van de media. De rest is een gezamenlijk project.

De samenwerking met het onderwijs ziet Liesbet Vrieleman de komende jaren alleen maar toenemen. De context zal heel bepalend zijn voor de rol die de VRT op dat vlak te spelen heeft, bijvoorbeeld de vraag of kinderen in het najaar weer naar school kunnen of niet. Dit evalueert de VRT voortdurend, in nauw overleg met Onderwijs.

Stijn Lehaen antwoordt eerst op de vraag van Katia Segers over AI, die in zowat elk aspect van de maatschappij een rol begint te spelen. In haast geen enkel onderzoeksproject van de VRT komt het helemaal niet aan bod. Heel prominent aanwezig is de artificiële intelligentie in een nieuwsomgeving. Onlangs hebben de VRT en onder andere de KU Leuven een Europees projectvoorstel gedaan dat een Zwitsers zakmes tegen desinformatie behelst, gebaseerd op AI-technologie. Dergelijke tools wapenen de nieuwsdiensten van de VRT en andere in hun strijd tegen desinformatie.

Niet alleen de redacties horen zich daartegen te wapenen, maar ook de gebruikers moeten zich bewust zijn van de gevaren en zich daartegen kunnen verdedigen. Ook zij moeten in staat zijn om na te gaan wat waar is en wat niet. De VRT heeft recent een EDUbox over artificiële intelligentie in de ruime zin uitgebracht, dus niet beperkt tot het desinformatieaspect. Zo wil ze de kennis daarover bij scholieren aanscherpen.

Ook met betrekking tot de vraag van Wilfried Vandaele over ondertiteling en toegankelijkheid komt Stijn Lehaen bij artificiële intelligentie terecht, gezien de AI-component van heel wat onderzoeksprojecten op dat domein.

Stephanie D'Hose peilde naar de evolutie van het crossmediale meten, waaraan de VRT gezien het veranderende mediagedrag inderdaad veel belang hecht. In de realiteit blijkt de mediamarkt niet altijd veel enthousiasme op te brengen voor ingrijpende wijzigingen aan de ingeburgerde meetmethodes. Toch werkt de VRT met name met de regionale omroepen aan een concreet projectvoorstel, dat nu in een vergevorderde fase zit, om alle spelers samen te brengen in een project voor een crossmediaal meetinstrument. Het team van Stijn Lehaen rapporteert er bijna dagelijks over.

Karin Brouwers polste naar mogelijke samenwerking in een gezamenlijk Vlaams reclameplatform. In het algemeen vindt Stijn Lehaen mogelijke samenwerking op vlak van technologie steeds waard om te onderzoeken. 'Compete on content, don't compete on technology' is een gekend credo. Technologie delen maakt dat onze mediabedrijven zich beter tegen een buitenlandse dreiging kunnen wapenen. Mogelijk is Sandbox daartoe geschikt, maar Sandbox vertrekt wel van het aanbod van startups. Om zelf dergelijke samenwerking op gang te trekken, zijn misschien andere systemen mogelijk. Misschien kunnen de Vlaamse media en onderzoeksinstellingen de nuttige datatechnologie in huis halen en valoriseren. Daarvoor is de VRT zeker te vinden, en ze voert er al gesprekken over. Ook de reclametechnologie zou er baat bij kunnen hebben.

Op de suggestie om ook cultuur met een soort sandbox te benaderen, antwoordt Stijn Lehaen dat de VRT steeds nagaat hoe ze haar innovatiemechanismen kan schalen naar andere domeinen, waaronder zeker ook cultuur. In december houdt de VRT haar innovatiefestival Media Fast Forward. In de editie van 2020 komt daar een tweede dag bij, in het teken van cultuur: Cultuur Fast Forward. In deze coronatijden is het natuurlijk nog afwachten wat uiteindelijk mogelijk zal zijn. De ideeën en afspraken dateren al van daarvoor.

Gustaaf Pelckmans vroeg of er ook in radio genoeg wordt geïnnoveerd. Zelf heeft Stijn Lehaen een radio-achtergrond. Voor de VRT-innovatoren was radio steeds een heel belangrijke arena. Het medium werkt vaak in korte cycli en speelt kort op de bal, wat innovatie vergemakkelijkt. Alles wat met interactie te maken heeft, is eerst uitgewerkt in de radiocontext. Het gaat onder meer over De Warmste Week, maar ook short form video wordt in een radio-omgeving het meest bekeken.

Saskia Schatteman komt terug op de vraag over de gemengde financiering van de VRT, die twee verschillende aspecten heeft: de VRT-financiën en de gewenste ondersteuning van de reclamemarkt. Dit tweede aspect behelst het welzijn van de Vlaamse reclamesector en in ruimere zin de Vlaamse economie, en de rol die de VRT daarin kan spelen.

De Var-CEO heeft in haar betoog aangegeven dat de strijd zich afspeelt in de digitale arena, zowel qua content als qua aanbod aan de adverteerders. In die arena is de concurrentie internationaal. Opdat Vlaanderen daarin sterk zou staan, doet het er goed aan om de VRT, een van zijn grote spelers, geen extra beperkingen op te leggen op inhoudelijk of reclamevlak. Saskia Schatteman zou pleiten om de zeilen bij te zetten en het Vlaamse reclame-ecosysteem zo sterk mogelijk te laten zijn. Met betrekking tot radio hebben de Vlaamse spelers al bewezen dat ze constructief kunnen samenwerken, zodat de VRT, de adverteerders en de commerciële spelers er allemaal bij winnen.

Het uiteindelijke doel moet zijn om de euro's van de Vlaamse adverteerders in Vlaanderen te houden. Een nieuwe beheersovereenkomst moet dan ook oog

hebben voor de rol die de VRT daarin kan spelen in plaats van haar daarin te beperken. De VRT is bereid tot dergelijke samenwerking en heeft al bewezen dat ze die aankan. Saskia Schatteman staat net als Stijn Lehaen achter 'let's compete on content, not on technology'. Als het de VRT wordt toegestaan, is een win-win-samenwerking met de andere spelers perfect mogelijk.

Klaas Slootmans vroeg exacte cijfers over de impact van de coronacrisis, maar de markt fluctueert elke dag. Op dit moment is het algemene cijfer voor de radioreclamemarkt min 60 procent. De Var heeft scenario's klaar voor bijvoorbeeld 10 procent minder opbrengst over het geheel van 2020. Gezien het plafond van 77,7 miljoen euro zou de VRT in dat geval een gat van ruim 7 miljoen euro te dichten hebben, dat natuurlijk nog hoger kan uitvallen als dat percentage stijgt. Het gaat alleszins om substantiële bedragen.

De recent goedgekeurde decretale wijziging heeft op de VRT geen enkele impact aangezien die alleen gevolgen heeft voor tv-reclame, waarin de VRT niet actief is. Daar heeft ze alleen sponsoring die niet wordt beïnvloed door de nieuwe regel. Hoe de andere Vlaamse tv-media daarop reageren, weet ze niet, maar de internationale associatie waarvan Saskia Schatteman deel uitmaakt, is veeleer geneigd om de kijkers minder reclame per uur aan te bieden. Wellicht zal het effect van die maatregel in Vlaanderen dan ook heel beperkt zijn.

Luc Van den Brande heeft wat- en hoe-vragen gehoord, die altijd met een waarom-vraag samenhangen. De EBU draagt haar leden in haar Vision2020 op om de opdracht van de openbare omroep duidelijk te maken aan de samenleving. Die opdracht staat in een kader dat de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement en de decreten hebben uitgetekend. De drie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Voor de invulling van dat kader moeten de digitale mogelijkheden er komen, maar mag de VRT niet in haar middelen en tools worden geamputeerd.

'Het gaat om de inhoud', 'c'est le contenu qui compte', 'content is king' zijn drie manieren om te zeggen waarover het gaat en waarop de VRT zal worden afgerekend. Naast de verantwoordelijkheid zelf staat ook een grote verantwoordingsplicht ten aanzien van de samenleving. Inhoud is voor de VRT synoniem van aanbod. Over het ideale financieringsmodel valt te debatteren, maar Luc Van den Brande pleit voor een gemengde financiering als methode van co-responsabilisering. Een zuiver dotatiemodel maakt die dotatie node erg hoog en brengt mee dat het huis te weinig verantwoordelijkheid hoeft op te nemen.

In heel wat gevallen is co-responsabilisering de uitgelezen weg naar betere resultaten. Over de verhoudingen is dan discussie mogelijk. Hoe dan ook is het loutere feit van een dotatie geen vrijgeleide om de andere inkomsten helemaal te beknotten, want dan komt de VRT in de problemen.

Het levensbeschouwelijke aanbod is een moeilijke kwestie. De Vlaamse Regering en het Vlaams Parlement hebben besloten om het onder de verantwoordelijkheid van de VRT te brengen. Dat proces loopt en boekt progressie. De vertegenwoordiger van de levensbeschouwingen heeft in de commissie getuigd van samenspraak en van het feit dat iedereen er – vanzelfsprekend – zijn plaats krijgt. De moeilijkheid is echter hoe de betrokkenheid van geloofsgemeenschappen een plaats kan krijgen in het aanbod dat de VRT op basis van haar verantwoordelijkheden al brengt.

Er was ook een vraag naar de ideale duurtijd van een beheersovereenkomst. Een ideale termijn bestaat niet. Luc Van den Brande verwijst naar de Europese discussie om het 'multiannual financial framework' terug te brengen van zeven naar vijf jaar. Een zekere continuïteit is alleszins aangewezen. Niet alleen is er het – essentiële – inhoudelijke aspect, maar daarnaast is er ook het bedrijfseconomische

element. Eventueel zou een halftijdse evaluatie met de mogelijkheid om bij te stellen uitdrukkelijk in de beheersovereenkomst kunnen komen. Die evaluatie zou dan na tweeënhalf jaar gebeuren. Ook nu al zijn er trouwens addenda bij de lopende beheersovereenkomsten. De evoluties gaan inderdaad almaar sneller.

Een vraagsteller polste naar de lopende audit, maar die is nog niet afgesloten. Luc Van den Brande kan laten weten dat de VRT er haar volle medewerking aan verleent en op een bepaald moment de nodige informatie zal verstrekken.

Wat de nieuwe CEO betreft, worstelt de voorzitter van de raad van bestuur met een zeker dilemma. Hij zou Leo Hellemans heel graag nog lang gedelegeerd bestuurder zien blijven, aangezien deze die moeilijke opdracht met verve invult. In deze turbulente tijden is niemand zo goed als hij in staat om het bedrijf op koers te houden en tegelijk de nodige innovaties door te voeren. Maar aan de commissie kan Luc Van den Brande wel al meegeven dat het proces op schema zit. Tientallen kandidaten hebben zich aangediend. In de eerste fase zijn hun cv's gescreend op de basiscriteria. Vervolgens is een reeks kandidaten uitgenodigd voor een gesprek. Nu staat het assessment van een aantal kandidaten op de agenda. De regeringsbeslissing impliceert betrokkenheid van de voorzitter van de raad van bestuur bij het aanwervingsproces. De bedoeling is om eind juni klaar te zijn, zoals oorspronkelijk voorzien.

Gustaaf Pelckmans had nog een vraag over de drie criteria die bepalen of een beheersovereenkomst geslaagd is. Zoiets vergt een erge vereenvoudiging van een complexe materie. Maar als hij er toch drie moet kiezen, dan gaat de VRT-voorzitter ten eerste voor het principe dat de VRT iedereen erkent en door iedereen wordt herkend. Ten tweede moet er vertrouwen zijn. In cijfers uitgedrukt moet de waardering minstens 70 procent bedragen om zeker te zijn dat het aanbod kwaliteitsvol was en dat de opdracht wordt vervuld. Ten derde moeten – financiële – afspraken worden nageleefd. Zo niet is het onmogelijk de opdrachten te vervullen.

Tot slot vraagt Luc Van den Brande om de impact van de coronacrisis niet te negeren. Dat is geen pleidooi voor eigen huis, maar met het oog op de gezondheid, het sociale leven, de armoedepreventie en het economische perspectief is de openbare omroep het platform par excellence. Voor velen zullen in een dergelijke periode de omroepen het belangrijkste, zo niet enige venster op de wereld zijn, en zullen zij de verbondenheid met de samenleving mogelijk maken. Om die omroepen krachtig te houden is een gezamenlijk pad nodig, waarop de VRT een heel belangrijke verantwoordelijkheid heeft, besluit Luc Van den Brande.

II. VRT-syndicaten

1. Toelichting

1.1. Inleiding

Expertise en geloofwaardigheid

Wies Descheemaeker, secretaris ACOD bij de VRT, wijst erop dat de coronatijden het grote belang van de publieke omroep hebben doen blijken. De ministers Benjamin Dalle en Ben Weyts hebben vanaf het begin van de lockdownmaatregelen een sterk beroep gedaan op de expertise en geloofwaardigheid van de VRT bij het publiek, wat de spreker een terechte keuze vindt. Die expertise en geloofwaardigheid worden niet tijdens crisissen opgebouwd, maar net erbuiten, in tijden dat politici dikwijls kritisch zijn voor de VRT en kijken of ze er niet op kunnen besparen.

De hoorzittingen in de mediacommissie doen onderzoek naar hoe de verschillende stakeholders de VRT van de toekomst zien, maar ook hoe ze de voorbije beheersovereenkomst van de afgelopen vijf jaar hebben ervaren. De overgrote meerderheid van de stakeholders geven aan hoe goed de VRT het doet. Maar hoe hebben de werknemers van de VRT de beheersovereenkomst ervaren, poneert Wies Descheemaeker. Op die vraag willen hijzelf, Carlos Van Hoeymissen en Mike Barlow een antwoord komen geven in naam van het VRT-personeel. Met andere woorden spreken de drie vakbonden samen met één stem.

Een beheersovereenkomst wordt afgesloten door drie betrokken partijen met een mandaat:

- de overheid, met een mandaat van de verkiezingen;
- de VRT-directie, met een mandaat van de raad van bestuur;
- de VRT-vakbonden, met een mandaat van het VRT-personeel.

Op 5 december 2019 hebben 600 VRT-werknemers op het Martelaarsplein het mandaat van het VRT-personeel kracht bijgezet onder de noemer 'we laten de VRT niet los'. Ze toonden waartoe de VRT allemaal in staat is. Wies Descheemaeker zag toen een duidelijk signaal dat de rest van de samenleving de VRT niet loslaat en dat de VRT de samenleving niet loslaat. De sprekers verwachten van de leden van de mediacommissie hetzelfde.

De beheersovereenkomst wordt traditioneel ondertekend door de minister van Media, de voorzitter van de raad van bestuur en de gedelegeerd bestuurder. Ook de vakbonden hebben als officiële vertegenwoordigers van het personeel hun rol in de totstandkoming ervan. Het gaat dan niet alleen om hun inbreng in de commissievergadering van vandaag. Door een sociaal akkoord uit 2013 mogen de syndicaten advies geven voordat de VRT de beheersovereenkomst ondertekent.

De sprekers zullen drie onderwerpen behandelen:

- de ruime opdracht van de VRT die in alle onafhankelijkheid uit te voeren moet zijn, dus zonder bemoeienis;
- de financiering, waarbij in voldoende dotatie voorzien moet worden, dus zonder besparing;
- de gevolgen voor het personeelsbeleid, waarbij de maxima op personeelsuitgaven een cruciale rol spelen, dus zonder beperking daarvan.

1.2. Opdracht en autonomie

Carlos Van Hoeymissen, bedrijfsvrijgestelde ACV bij de VRT, legt uit dat volgens artikel 7 van het Mediadecreet, de VRT autonoom haar programma-aanbod en uitzendingschema vastlegt. Vandaar dat de vakorganisaties niet ingaan op de programma's. Wel willen ze de stem van de VRT-medewerkers laten horen over de uitvoering van de opdracht van de openbare omroep.

De vraag is dan hoe de VRT-medewerkers in de afgelopen vier jaar de uitvoering hebben ervaren van de opdracht in de VRT-beheersovereenkomst. Ze vonden deze opdracht te ambitieus voor het budget dat ertegenover stond. Dat viel hen zwaar, aangezien ze trots zijn dat ze voor de VRT werken. De opdracht houdt wel de essentie in van wat een publieke omroep moet doen: een dienstverlenende en maatschappelijke relevante organisatie zijn. Zo staat het klaar en duidelijk in de missie van de VRT, en daar staan de VRT-medewerkers ten volle achter.

De missie van de VRT geeft de belangrijkste bestaansreden van de Vlaamse publieke omroep weer: "...het versterken van de democratie en de samenleving door bij te dragen aan een maatschappelijk en pluralistisch debat, de samenleving te documenteren en het stimuleren van cultuur en taalbeleving en de Vlaamse identiteit in haar verscheidenheid". De VRT-vakverenigingen zijn zelf middenveldorganisaties en

treden net als vele andere stakeholders dit punt van de VRT-missie volledig bij. Daarover bestaat voor Carlos Van Hoeymissen geen enkele twijfel.

Zoals bepaald in de VRT-beheersovereenkomst heeft de Vlaamse publieke omroep de voorbije vier jaar ingezet op een televisie-, radio- en onlineaanbod van hoge kwaliteit. De hoofdpdracht bleef bij informatie, educatie, cultuur, sport en kwaliteitsvolle ontspanning. De ambitie met dit ruime aanbod is om voor zoveel mogelijk Vlamingen relevant te zijn en hen te bereiken met een breed en kwaliteitsvol aanbod. De VRT is daar, gemeten aan de hand van gekwantificeerde doelstellingen, volledig in geslaagd. Positieve VRM-evaluaties maken dit telkens opnieuw duidelijk, stelt Carlos Van Hoeymissen, die betreurt dat een klein aantal stakeholders dit nog steeds niet overtuigend genoeg vindt, maar die blij is met de grote tevredenheid van heel veel andere stakeholders over het VRT-aanbod.

De spreker vindt het maar normaal dat de Vlaamse Regering in haar regeerakkoord op een sterke Vlaamse mediasector inzet. De VRT moet daarbij de kwaliteitsnorm bepalen en tegelijk evolueren naar een moderne, slanke en slagkrachtige media-organisatie. De hoofdpdracht blijft ongewijzigd. Daardoor lijkt er niets aan de hand aangezien de huidige beheersovereenkomst hetzelfde naar voren schuift.

Maar die indruk is onterecht, stelt de spreker, daar de VRT in het Vlaamse mediaspeelveld de privémediabedrijven niets in de weg mag leggen bij hun zoektocht naar winst en succes. Enkel wat commercieel niet interessant is, mag de VRT nog produceren. Ze moet dan ook nog eens marktversterkend zijn voor de hele Vlaamse mediasector. Wie een dergelijke wens uitdrukt, gaat eraan voorbij dat de VRT als lokaal verankerde publieke omroep nu al volop de markt versterkt. Bovendien maken de privéspelers deel uit van internationale groepen die groter zijn dan de VRT. Inspanningen om dit met het cijfermateriaal uit een wetenschappelijke en onafhankelijke studie van de KU Leuven en de VUB duidelijk te maken, zijn echter in dovemansoren gevallen, betreurt Carlos Van Hoeymissen.

Het Mediadecreet is de wetgevende leidraad voor de werking van de VRT en staat garant voor haar autonomie, waaraan de vakorganisaties heel veel belang hechten met betrekking tot een beheersovereenkomst. Verschillende resoluties van zowel het Europees Parlement als de Raad van Europa bepalen dat de lidstaten van de Raad van Europa een engagement opnemen om de autonomie en onafhankelijkheid van de publieke omroep te garanderen. Dat geldt natuurlijk ook voor de gemeenschappen van die lidstaten. Tot heugenis van de syndicaten onderstreept minister Benjamin Dalle deze autonomie veelvuldig wanneer hij in het Vlaams Parlement aan het woord komt.

In dat verband belicht Carlos Van Hoeymissen enkele knelpunten. In hun akkoorden en nota's plaatsen de Vlaamse regeringspartijen de VRT onder een vorm van verscherpt toezicht, wat de VRT-medewerkers verontrust. De spreker leest: "Respect voor pluralisme krijgt de hoogste aandacht. Een breed geschakeerd palet aan opinies moet aan bod komen en de hoogste standaarden van neutraliteit op websites en programma's moeten worden gehanteerd." De syndicaten zien hoe een bijna versmachtende opvolging van de beheersovereenkomst de VRT onder een soort politieke curatele heeft geplaatst. De VRT-vakorganisaties en de VRT-medewerkers vrezen ronduit voor de aantasting van de onafhankelijkheid van de Vlaamse publieke omroep. Andere stakeholders treden deze vrees bij.

De VRT had tot nu toe de opdracht om meer digitaal te worden in haar aanbod. Ze slaagt daar vrij goed in. De nieuwswebsite en de nieuwsapp zijn de referentie wanneer de natie betrouwbaar nieuws nodig heeft. Het is voor de VRT-vakorganisaties een verontrustend knelpunt dat deze inspanningen ten prooi dreigen te vallen aan een opgelegd beperkend keurslijf. Internationale studies zien geen problemen opduiken bij privémedia door het succes van publieke omroepen met hun gratis

digitale aanbod. Hoe kan de VRT op haar digitale platformen een breed geschaakt palet van opinies aan bod laten komen, wanneer deze niet langer dan een paar lijnen tekst mogen zijn, poneert Carlos Van Hoeymissen. Hoe kan de VRT de Vlaamse mediagebruiker bereiken met een kwaliteitsvol aanbod aan nieuws, duiding en opinie via uitsluitend lineaire kanalen, data verslindende video en korte, oppervlakkige digitale flashes? Voor de spreker is dit een dijk van een tegenstelling, en een keuze die de VRT-medewerkers niet begrijpen.

De EBU-publicaties kunnen dienen als bron van inspiratie voor de volgende beheersovereenkomst. In 2016 heeft de EBU een document uitgebracht met de opvallend toepasselijke naam 'A Vision on 2020', met daarin tien aanbevelingen. Carlos Van Hoeymissen zoomt in op aanbeveling 4: "wees de meest relevante en betrouwbare bron van informatie". Tijdens deze coronacrisis heeft de VRT haar rol als rots in de branding met glans en glorie vervuld. Dit bleef niet onopgemerkt bij het Vlaamse publiek, noch bij de politiek. De syndicaten hopen oprecht dat de VRT bij de uitvoering van de volgende beheersovereenkomst de slagkracht behoudt om bij een volgende crisis een huis van vertrouwen te zijn voor de Vlaamse mediagebruiker.

1.3. Financiering

Mike Barlow, voorzitter van VSOA-VRT, constateert dat het goed zit met het VRT-marktaandeel. Haar kijk-, luister-, surf- en leesdichtheid ligt aanzienlijk hoger dan dat van andere Europese publieke omroepen. In vergelijking met hen doet VRT dit alles met een relatief lage financiële toelage van de Vlaamse overheid.

De jaarlijkse dotatie is sinds 2007 gedaald met 10 miljoen euro. Toen kon de VRT 281 miljoen euro benutten. In 2019 was dit nog 270,8 miljoen euro. Mocht Vlaanderen rekening hebben gehouden met de inflatie en de stijgende levensduurte, dan had de VRT nu omgerekend 351 miljoen euro moeten ontvangen. In feite is haar dus 80 miljoen euro ontzegd. De dotatiecurve blijft intussen maar omlaag wijzen waardoor de kloof tot enorme proporties toeneemt. Volgens Mike Barlow kan de VRT dat niet volhouden. Verder besparen maakt het haar onmogelijk om de kwaliteit, kwantiteit en verscheidenheid op de diverse mediaplatformen aan haar publiek aan te bieden. De vakbonden vinden een verdere besparing dan ook onaanvaardbaar.

De VRT is volgens haar vakorganisaties een goed draaiende motor, die doorheen de jaren steeds beter en fijner verankerd zit in een raderwerk van diverse andere motoren in de Vlaamse samenleving: de audiovisuele sector, de cultuursector, de muzieksector, het onderwijs, de gezondheidssector, de industrie en ondernemingen, kortom alle economische sectoren. Zo staat het ook als doelstelling in de huidige en vorige VRT-beheersovereenkomsten. Dag na dag werkt de VRT verder aan de verbetering en uitbreiding van dat raderwerk.

De VRT innoveert trouwens niet alleen op technologisch vlak, maar ook op onder andere organisatorisch en marketingvlak. Door die innovaties op meerdere niveaus te combineren, bewijst de publieke omroep steeds meer haar onderscheidende factor en relevantie.

De VRT-dotatie verder verminderen betekent dan ook dat de VRT minder kan investeren in dat opgebouwde raderwerk, in productie en in innovatie. Het betekent minder investeren in alle andere Vlaamse sectoren, de Vlaamse economie en de Vlaamse samenleving. Mike Barlow vraagt zich af of de Vlaamse overheid en de regeringspartijen dat willen.

Studies bewijzen dat investeren in de VRT een goede belegging is. Elke euro die de Vlaamse overheid investeert in de publieke omroep, resulteert in een

meerwaarde van 2,51 euro voor de Vlaamse economie, die niet alleen bedrijven uit de audiovisuele sector maar bedrijven uit verschillende sectoren ten goede komt. Uit de voorbije hoorzittingen hebben de syndicaten vernomen dat stakeholders net meer VRT willen omdat ze er zelf zoveel baat bij hebben.

Al wat de VRT doet, levert de maatschappij tewerkstelling op. Naast de 2000 vte's die de VRT rechtstreeks tewerkstelt, is de omroep goed voor nog eens 3600 voltijdse banen bij andere bedrijven in heel Vlaanderen. Investeren in de VRT komt dan ook duidelijk neer op investeren in de ontwikkeling van de Vlaamse samenleving, of precies dat waar de Vlaamse overheid naar streeft. Dat is toch waarvoor de leden van de mediacommissie een mandaat kregen van de Vlaamse kiezer, is het appel dat Mike Barlow rechtstreeks tot hen richt.

Maar hij stelt intussen het tegendeel vast. De VRT-dotatie wordt steeds kleiner. Dus zoekt de VRT naar eigen middelen om producten te maken en aan te bieden. Maar ook daarin wordt ze beknot. De beheersovereenkomst legt strenge beperkingen op voor de eigen financiering. Het reclameplafond trekt de strop rond de nek van VRT nog strakker aan. De omroep wordt belemmerd om voluit haar aanbod kwalitatief op peil te houden, en om dit op alle mogelijke bestaande en toekomstige vormen en platformen aan de Vlaamse samenleving aan te bieden. Die beperkingen verstoren niet alleen de werking van de VRT zelf, maar ook haar samenwerkingsverbanden en de markt.

Bovendien ziet de spreker in dit alles een verspilling van energie en tijd voor alle medewerkers van de VRT. Hoe gemotiveerd en professioneel die ook zijn, de gevolgen van meer dan een decennium besparingen zijn alsmaar voelbaarder op de werkvloer.

Mike Barlow vergelijkt de Vlaamse situatie met die van enkele Europese landen, waaronder degene die de Vlaamse overheid als gidslanden aanduidt. Hun publieke omroepen worden royaler betoelaagd dan de Vlaamse. Nederland heeft de jongste jaren fiks gesnoeid in zijn overheidsuitgaven, maar de publieke omroep geniet er een overheidstoelage van 800 miljoen euro. Dat is meer dan driemaal de dotatie van de Vlaamse Gemeenschap aan de VRT, terwijl het aantal Vlamingen meer dan een derde van het aantal Nederlanders bedraagt.

In Zweden is het verschil nog groter. Daar ligt de dotatie aan de publieke omroep 60 procent hoger dan in Vlaanderen. In Finland krijgt de openbare omroep ongeveer 500 miljoen euro aan niet-commerciële middelen, of bijna tweemaal de Vlaamse overheidsdotatie aan de VRT. Willen de Vlaamse regeringspartijen ook nu even naar boven kijken, werpt Mike Barlow hen toe. Of kijken ze alleen naar de gidslanden als het hen beter uitkomt?

De VRT is een Vlaams succesverhaal, een motor voor creativiteit die ook een samenhangingsgevoel scheidt in onze maatschappij. Dan moet ze ook de middelen krijgen opdat haar personeel zijn werk, waarvoor het zich elke dag met goesting en trots inzet, naar behoren kan blijven doen.

De spreker vraagt het parlement om niet te vergeten dat zijn investering in de VRT ook een investering is in de Vlaamse privébedrijven, de Vlaamse cultuur, het Vlaams onderwijs, de Vlaamse kijker, de luisteraar, de surfer en de lezer, of met andere woorden de Vlaamse kiezers van Voeren tot in De Panne en van Halle tot in Hoogstraten.

1.4. Sociaal personeelsbeleid

Wies Descheemaeker herinnert eraan dat het VRT-personeel al vanaf het begin van de coronacrisis het beste van zichzelf geeft, zoals het werknemers van een

essentiële openbare dienst betaamt. Maar diezelfde tomeloze inzet is volgens de ACOD-secretaris van alle tijden en niet in het minst in de looptijd van de huidige beheersovereenkomst tot uiting gekomen.

In het begin van 2016 stond het sociaal overleg van de VRT voor een bijna onmogelijke uitdaging: in tijden van besparingen een limiet stellen aan de personeelsuitgaven van 43,25 procent van het totale budget, zonder naakte ontslagen. Het sociaal plan dat uit die onderhandelingen tot stand kwam en door de vakbondsleden werd goedgekeurd, bood een antwoord op die uitdaging en werd door het kabinet van toenmalig minister van Media Sven Gatz op felicitaties onthaald. De grote vernieuwing was de invoering van vrijwillige omzetting van eindejaarspremie en zondagsvergoeding in bijkomende vakantiedagen, een systeem dat samen met de andere maatregelen het huidige arbeidsvolume onder de 2000 vte's heeft doen dalen.

Dit alles heeft zo zijn gevolgen gehad voor de werkdruk. Aangezien de VRT trouw de andere opdrachten uit de beheersovereenkomst is blijven uitvoeren, moest ze met minder werknemers hetzelfde produceren. De gevolgen waren ernaar, stelt Wies Descheemaeker. De VRT-directie heeft een personeelsenquête gehouden, waaruit is gebleken dat vier op tien personeelsleden kampen met een te hoge tijdsdruk en te hoge stress, en één op drie met uitputting na de werkdag. Het aantal langdurig zieken, dikwijls om psychosociale redenen, bleef gestaag stijgen.

Ook in de uitvoering van het vermelde sociaal plan liep het mank. Doordat de vorige Vlaamse Regering de niet-indexering van de werkingsmiddelen heeft opgelegd, bleef de druk op het personeelsbeleid gezien die fameuze 43,25 procent constant. Om het evenwicht in stand te houden tussen werkingskosten en personeelskosten was elke ingreep in de werking ook te voelen bij het personeel.

Het was dan ook niet te vermijden dat ondanks alle inspanningen medewerkers toch verplicht zijn de VRT te verlaten, treurt de spreker. Getuige daarvan is de open brief die een voormalige collega van hem in november aan de minister van Media heeft gestuurd. Daaruit citeert hij: "Ondergetekende heeft de vorige besparingsronde namelijk al niet overleefd", en "Wist u dat op de term 'ontslag' een taboe rust en dat die vervangen wordt door orwelliaanse newspeak als 'geïmpacteerd' en 'werknemers in een hertewerkstellingstraject'. Alsof je een onaangename realiteit kunt bezweren door ze niet meer te benoemen." De ervaringsdeskundigen en het personeel dat wel nog op de VRT werkt, weten dat er niet meer bespaard kan worden zonder naakte ontslagen. De syndicaten vragen zich af of de minister en de leden van de meerderheid dat ook weten.

Intussen is arbeid die niet onder de 43,25 procent valt – uitzendarbeid en arbeid door zelfstandigen of in onderaanneming – beginnen floreren, maar dat laatste woord is een eufemisme. In tijden van corona blijkt nogmaals hoe precair deze arbeid is. Dagelijks wordt het VRT-personeel in deze periode geconfronteerd met collega's zonder vast arbeidscontract, die nu bedreigd worden in hun bestaansmiddelen.

Daarnaast leverden de meeste VRT-medewerkers ook in op hun jaarlijkse opslagen. Die zijn niet identiek maar vergelijkbaar met de barema's in de privésector. Ook op hun zondagsvergoedingen en andere vergoedingen hebben ze ingeleverd. Dus niet alleen qua werkdruk, maar ook financieel deed het VRT-personeel inspanningen om de VRT als degelijke, performante en complete openbare omroep te behouden.

Voor mensen die jaar na jaar hebben ingeleverd, is het ronduit pijnlijk om te moeten horen dat de VRT niet efficiënt genoeg is.

De VRT-vakbonden zijn er expliciet geen voorstander van dat de overheid oplegt hoeveel van het budget naar het personeel mag gaan. Dat gaat in tegen de autonomie van de VRT, staat een moderne bedrijfsvoering in de weg en verhindert het voeren van een sociaal personeelsbeleid.

1.5. Oproep aan de commissie

Wies Descheemaeker vindt het eigenlijk niet meer nodig om het nog te zeggen, maar zal het toch doen: de medewerkers van de VRT hebben hun deel gedaan. Ze hebben het al die jaren gedaan, ze hebben het sinds 2016 in de vergrotende trap gedaan en in de laatste maanden in de overtreffende trap. Nu is het de beurt aan de leden van de mediacommissie. In woorden zijn velen het met de syndicaten eens dat een sterke publiek omroep noodzakelijk is, maar nu is het tijd voor daden.

De spreker roept op om het voorbeeld van het VRT-personeel te volgen en te gaan voor een complete openbare omroep met gegarandeerde autonomie, voldoende mensen en middelen, zonder stringente beperkingen op het personeelsbeleid. Hij roept vooral op om de VRT niet los te laten.

2. Bespreking

2.1. Katia Segers

Katia Segers dankt de vakbondsafgevaardigden voor hun heldere en nuttige uiteenzetting.

Wies Descheemaeker poneerde de vraag of er echt geen naakte ontslagen zouden zijn gevallen en beantwoorde die met een open brief die suggereerde dat dit wel zou zijn gebeurd, zij het onder een andere noemer. De ACOD-vertegenwoordiger maakte voorts gewag van meer preciaire arbeidsomstandigheden. Kan hij dit verder toelichten?

Het commissielid heeft van de drie sprekers de duidelijke boodschap onthouden dat het personeel zijn deel heeft gedaan. Ondanks de grote besparingen en vele afvloeiingen houdt het de kwaliteit van de VRT hoog. Katia Segers beaamt die stelling en feliciteert nogmaals het hele VRT-personeel voor zijn inzet, zeker in de coronatijden. Het heeft eens te meer het belang van een sterke openbare omroep aangetoond. Niemand had zich een lockdown zonder kwaliteitsvolle tv kunnen voorstellen.

2.2. Marius Meremans

Ook *Marius Meremans* dankt de sprekers voor hun toelichting maar wijst erop dat het debat over het besparingspad en de dotatie al is gevoerd. De VRT krijgt een ander besparingspad opgelegd dan andere entiteiten van de Vlaamse overheid en komt er beter uit dan die anderen. Het commissielid kan wel begrip opbrengen voor de onrust en ontgoocheling, maar het huidige beleid heeft wel degelijk zijn geloof in een sterke openbare omroep bevestigd.

Het ging vandaag al over pluralisme, objectiviteit, de hoogste graad van neutraliteit en verschillende stemmen het woord verlenen. Dat lijkt Marius Meremans toch logisch voor een openbare omroep, en wellicht vindt die omroep dat zelf eveneens. Maar blijkbaar vinden bepaalde vakbondsmensen die vraag zelfs versmachtend. Het is toch niet meer dan een logische verwachting ten aanzien van een openbare omroep?

De andere opmerkingen van de vakbonden hebben ze al eerder gemaakt, en de antwoorden zijn ook al gegeven. Maar niemand kan deze Vlaamse Regering ervan

betichten dat ze de geldbuidel in coronatijden op de knip houdt. Die stelling staat haaks op alle maatregelen die de regering al heeft genomen.

Om een dergelijke crisis de baas te kunnen, moet er inderdaad, zoals de Vlaamse Regering ook doet, meer geld worden uitgegeven. Maar dat is alleen mogelijk mits een robuuste begroting. Altijd maar in het rood gaan, zal uiteindelijk ooit zijn weerslag hebben. Vakbonden redeneren logischerwijs vanuit het personeelsbelang, maar beleidsmakers moeten dat in het belang van een gemeenschap doen. De cultuursector overeind houden zal alleen lukken vanuit een begroting die op termijn structureel robuust en gezond is. Van vakbondsmensen die ook namens de omroep beweren te spreken, verwacht Marius Meremans dat ze ook daarmee rekening houden.

2.3. Karin Brouwers

Karin Brouwers dankt de vakbonden voor hun bijdrage. Dankzij de media was er goede informatie voorhanden over de crisis. Niet alleen de VRT, maar ook de commerciële zenders en de kranten hebben die verdienste. Heel wat mensen konden niet buiten en zullen aan de buis of hun digitale media gekluisterd hebben gezeten. De VRT en haar personeel hebben zich bijzonder ingespannen om die periode voor de Vlamingen aangenamer te maken en de juiste informatie te brengen.

Oneens is het commissielid het met de houding van de vakbonden wanneer die de vraag om respect voor pluralisme en neutraliteit gelijkstellen met het onder politieke curatele plaatsen van de VRT. Dat is erg scherp verwoord, maar dat zal wel eigen zijn aan vakbonden. Minister Dalle heeft al herhaaldelijk verklaard dat hij achter redactionele onafhankelijkheid en onpartijdigheid staat. Voor controle ter zake bestaan zowel interne als externe instanties, zoals de VRM, de ombudsdiensten enzovoort.

2.4. Antwoorden van de VRT-syndicaten

Carlos Van Hoeymissen wil zijn uitspraken over versmaching en politieke curatele duiden. Uiteraard gaat het om een stok in het hoenderhok en veroorzaakt die commotie. Daarmee reageerde de spreker op bepaalde uitspraken in het Vlaams Parlement, waaronder in deze commissie. Die verklaringen hielden in dat de VRT veel duidelijker zou moeten worden gemonitord, zelfs over wat te zien is in de programma's die ze bestelt, en in de eigen producties. Ook de beleidsnota en het regeerakkoord stellen het zo scherp. Soms komt daar dan nog de opmerking bij dat er middelen moeten zijn om de VRT snel te sanctioneren voor overtredingen tegen die heel strenge normen. De VRT komt hoe dan ook elk jaar haar jaarverslag toelichten in de commissie, met daarbij ook een externe evaluatie.

Carlos Van Hoeymissen heeft in het parlement heel sterke allusies gehoord op controle en eventuele sanctionering door de politiek zelf. Dergelijke uitspraken gaan ervan uit dat de VRT een slechte leerling is. Vandaar het aanvoelen van een versmachtend keurslijf en een politieke curatele. Wie het schoentje past, trekke het aan. De uitspraak was niet voor iedereen bedoeld.

Wies Descheemaeker antwoordt op de vraag van Katia Segers over de naakte ontslagen. Het sociaal plan van 2016 had als strekking dat er geen naakte ontslagen zouden vallen. Uiteindelijk zijn toch enkele tientallen mensen aangeduid als 'geïmpacteerd'. Voor de meeste van hen is een oplossing gevonden, maar desalniettemin heeft een aantal werknemers tegen zijn zin de VRT moeten verlaten. Of dat dan een naakt ontslag is of niet, is een semantische kwestie.

Bij het personeel en wellicht ook bij de directie leeft heel erg het gevoel dat verdere besparingen niet langer zonder naakte ontslagen mogelijk zijn. Het sociaal plan

van 2016 was ambitieus en is goed uitgevoerd. Volgens bepaalde berekeningen zou de dotatieverlaging die de Vlaamse Regering voor ogen heeft, kunnen resulteren in een reductie van het VRT-budget met een achtste. Verrekend met de norm van 43,25 procent komt dat neer op een daling van het personeelsbestand met nog eens 250 vte's. De middelen voor het sociaal plan van 2016 zijn dan immers niet meer voorhanden. Verder op de VRT besparen is dus arbeidsplaatsen schrappen, waarschuwt Wies Descheemaeker.

Over de sterke toename van het aandeel van de uitzendarbeid zijn al geregeld vragen gesteld in de commissie. De VRT heeft maatregelen genomen om inzet van uitzendkrachten voor reguliere functies terug te dringen. Nu wordt echter meer werk uitbesteed aan externe partners, wat dan niet terecht komt in de rapportering van de 43,25 procent personeelskosten. Die opgelegde beperking noopt de VRT tot bepaalde keuzes, maar die passen niet in datgene waarvoor de VRT als autonoom overheidsbedrijf zou moeten staan, besluit Wies Descheemaeker.

III. UBA

1. Toelichting

Chris Van Roey, CEO van de Unie van Belgische Adverteerders (UBA), dankt de commissie voor de uitnodiging en vindt het ook wel noodzakelijk dat de adverteerders hun standpunt mogen inbrengen in een dialoog over de media. Per slot van rekening zijn adverteerders de belangrijkste financiers van de Vlaamse media. De UBA verdedigt meer dan duizend merken en de belangrijkste adverteerders. Haar leden staan in voor 80 procent van de commerciële mediabestedingen in België.

1.1. Uitgangspunten en misvattingen

Net zoals de consumenten willen de adverteerders een kwaliteitsvol lokaal mediaveld, geeft *Chris Van Roey* als eerste uitgangspunt mee. Door in de media te investeren, steunen de adverteerders de Vlaamse economie. Micro-economisch verhoogt commerciële communicatie uiteraard de eigen omzet. Maar zoals alle wetenschappelijke studies op basis van econometrische modellen aantonen, is er ook een groot macro-economisch effect. Elke euro die wordt geïnvesteerd in de Vlaamse media, draagt 5 tot 7 euro bij aan het bbp. *Chris Van Roey* noemt de reclame dan ook zuurstof voor de economie.

De UBA zal vandaag een standpunt innemen over het belang van de VRT voor de reclamewereld en zich niet inlaten met haar maatschappelijke rol, noch met haar financiering. Dat laatste verwondert de commissie mogelijk, maar het debat over reclame op de openbare omroep zou best gescheiden blijven van het debat over de financiering ervan. Ook *Saskia Schatteman* deed terecht een voorstel in die zin.

Chris Van Roey gaat dan in op de misvattingen, met de uitspraak dat ook over reclame nogal wat fake news de ronde doet. De eerste misvatting is dat de reclamebestedingen zouden dalen. De investeringen in communicatie en marketing blijven ook in Vlaanderen toenemen, met hooguit de crisisjaren als uitzondering, dus 2009 en 2020. In alle andere jaren hebben de reclame-investeringen van de UBA-leden een substantiële stijging gekend. Alleen worden die investeringen slecht gemeten, of eigenlijk zelfs helemaal niet. Enkel de bruto-cijfers van de traditionele offline media zijn beschikbaar.

Wel kan de CEO bevestigen dat de Vlaamse media reclame-inkomsten verliezen aan buitenlandse onlineplatformen, die geen cijfers vrijgeven. Hij roept bijgevolg op om geen geloof te hechten aan gepubliceerde reclamecijfers voor België. Die

zijn niet correct en geven niet weer hoe de bestedingen in marketing en communicatie elk jaar toenemen dankzij de digitale internationale platformen.

De spreker komt tot de tweede misvatting, die tot vervelens toe wordt herhaald: de VRT zou marktverstoring zijn. Vele lobbyisten komen dat regelmatig influisteren. Toen Chris Van Roey het woord marktversterkend typte, veranderde de spellingschecker het automatisch in marktverstoring. Toch is de VRT marktversterkend, niet marktverstoring. Voor de radiomarkt geldt dat het duidelijkst. Een recente studie van de KU Leuven en de VUB heeft uitgewezen dat een vermindering van de radioreclame op de VRT-zenders contraproductief uitvalt voor het hele radiolandschap. Een dergelijke beperking vernietigt economische waarde.

Een UBA-studie van vorige maand bevestigt die thesis. Reclame is immers geen 'zero-sum game'. Een interessante investeerdersmarkt leidt tot een algemene groei van de reclamebudgetten. Niet de VRT bedreigt de reclame-inkomsten van de commerciële omroepen, integendeel. De winnaar in de markt zijn de mondiale onlineplatformen. Die overwinning noemt Chris Van Roey terecht, aangezien die platformen een goed alternatief bieden, een goed aanbod aan een correcte prijs. Zoals Saskia Schatteman al zei, kopen adverteerders internationaal wat ze lokaal niet vinden.

De derde misopvatting is dat bedrijven over steeds meer mogelijkheden zouden beschikken om reclame te voeren. Audiovisuele content blijft weliswaar populair, maar er wordt veel minder in real time naar geluisterd en gekeken. Onlineplatformen zijn de norm geworden. Reclame wordt doorgespoeld en geblokkeerd. Reclamevrije platformen komen sterk opzetten. Er is een trend naar betalende platformen, waar vroeger gratis naar tv met reclame kon worden gekeken. Vandaag moet de gebruiker almaar meer betalende abonnementen nemen om tv te kunnen kijken.

1.2. Wat adverteerders echt willen

Chris Van Roey situeert drie elementen als basis van het adverteerdersobjectief. Adverteerders willen voor hun commerciële boodschappen een:

- relevant bereik;
- correcte prijs;
- veilige context.

De balans van die drie factoren maken ze telkens op.

Om de wensen van haar leden beter te kennen, heeft de UBA recent een enquête gehouden, die Chris Van Roey vandaag in primeur zal voorstellen. De eerste vraag was of de VRT een belangrijke rol speelt in de communicatiestrategie van de onderneming of het bedrijf voor een efficiënt bereik van zijn doelgroepen. 87 procent van de UBA-leden heeft hierop bevestigend geantwoord.

De tweede vraag ging uit van de hypothese dat de VRT uitsluitend met een overheidsdotatie zou worden gefinancierd en polste of de UBA-leden in Vlaanderen dan nog alternatieven zouden hebben. 69 procent van de respondenten vindt van niet.

Op de vraag of de VRT belangrijk is voor het bereik, heeft 82 procent geantwoord dat ze op de VRT steunen om hun doelgroepen te bereiken.

Is VRT-televisie belangrijk voor de prijs? Opnieuw 82 procent bevestigt dat. Zelfs al zijn de mogelijkheden op VRT-tv heel beperkt, dan nog vrezen de adverteerders dat een eventuele afschaffing de tv-reclameprijzen omhoog zou stuwen.

De volgende vraag betreft de marktversterking door VRT-televisie en was als volgt geformuleerd: "Indien de VRT morgen haar aanbod op televisie beperkt, zullen mijn reclamebudgetten op tv ...". 50 procent van de adverteerders vulde de puntjes in met 'afnemen'. Het is geen geheim waar dat reclamebudget dan zal heenvloeien, stelt Chris Van Roey.

Voor radio gelden dezelfde uitkomsten, maar dan in nog veel hogere mate dan voor tv. Indien de VRT morgen haar radioreclame zou beperken, zou dat het doelgroepenbereik van 90 procent van de adverteerders bemoeilijken. Liefst 100 procent van de adverteerders beaamt dat de prijs van radioreclame zal stijgen als de VRT daar haar aanbod zou verminderen. Wat de vraag over de reclamebudgetten betreft, gaat opnieuw 100 procent ervan uit dat een beperking van het VRT-radioreclameaanbod zijn totale radioreclamebudgetten zal doen dalen. Een experiment van twee jaar geleden met een lager reclameplafond heeft dat aangetoond. Toen zijn de reclamebudgetten op de sterke Vlaamse reclamemarkt gedaald.

1.3. Aanbevelingen

Chris Van Roey komt tot de aanbevelingen van de UBA. Gezien haar marktversterkende invloed op de radioreclamemarkt vraagt hij om de commerciële communicatie op de VRT geen beperkingen op te leggen. Anders beperkt dit de radioreclamemarkt in haar geheel en zal die verder instorten, waardoor dat reclamegeld naar buitenlandse spelers zal wegvloeien.

Zoals Saskia Schatteman al deed, vraagt ook Chris Van Roey om de debatten over de VRT-financiering en over de VRT-reclame van elkaar te scheiden. De meeste commerciële mediaspelers hebben – begrijpelijk – vooral oog voor de financiering van de VRT. Maar daarvan hangt de economische waarde van de VRT voor adverteerders niet af. Zij hebben de VRT nodig om hun doelgroepen te bereiken. Door die mogelijkheid af te blokken, wordt Vlaamse economische waarde vernietigd. In die zin is het mogelijk om de excedenten die zo ontstaan, af te romen op verschillende manieren. Vandaag gaat dat geld naar het VAF, maar mits enige creativiteit zijn nog meer bestemmingen denkbaar.

Tot slot beveelt Chris Van Roey aan om een sterk lokaal digitaal landschap te stimuleren. Hij refereert aan het bekende boekje 'Het nieuwe tv-kijken' van Geert Wellens, Leo Neels, Dirk Wauters en Jo Caudron. In dat inmiddels zes jaar oude boekje staat al de boodschap om de spelers digitaal goed te laten samenwerken, aangezien dat de enige manier is om op te boksen tegen de sterke digitale mondiale platformen.

De volgende UBA-aanbeveling behelst de zorg voor een competitief radiolandschap in Vlaanderen.

Verplicht de digitale platformen om cijfers te publiceren, vervolgt Chris Van Roey zijn aanbevelingen. De nu beschikbare cijfers zijn onbetrouwbaar en incorrect. Dat Vlaanderen geen benul mag hebben van hoeveel geld hier naar Google en Facebook vloeit, is ronduit schandalig. Het maakt correcte analyses en voorspellingen onmogelijk. Daaraan kan de wetgever iets verhelpen.

Tot slot verzoekt de CEO om in coronatijden de Vlaamse media te ondersteunen. De UBA heeft daarover verschillende adviezen verstrekt. Het gaat uiteraard niet uitsluitend over Vlaamse maar ook om federale bevoegdheden. De bestedingen zijn hoe dan ook in het tweede kwartaal van 2020 met ongeveer 40 procent gedaald. Op de radio liep die daling zelfs op tot 50 procent. Een snelle ondersteuning van de Vlaamse media is dan ook absoluut noodzakelijk.

Chris Van Roey vat de kernpunten van zijn toelichting nog eens samen:

- de reclamebestedingen stijgen;
- de VRT versterkt de markt;
- de reclamemogelijkheden dalen;
- adverteerders houden het graag eenvoudig en kijken steeds naar bereik, prijs en veiligheid van de context, wat de VRT en vooral haar radio cruciaal maakt;
- beperk de radio niet;
- scheid de debatten over financiering en reclame;
- stimuleer digitaal Vlaanderen;
- maak de publicatie van cijfers verplicht.

2. Bespreking

2.1. Katia Segers

Katia Segers dankt Chris Van Roey voor zijn duidelijke boodschap. Het punt is duidelijk: het is een slechte zaak om de VRT in haar reclame-inkomsten te beknotten. Niet alleen de adverteerders maar ook de privémediabedrijven zouden er na-deel van ondervinden.

Hoe evalueren de adverteerders het recente nooddecreet dat de reclameregels heeft versoepeld?

2.2. Marius Meremans

Ook *Marius Meremans* dankt Chris Van Roey voor de heldere adviezen, die hij zeker verder wil analyseren.

2.3. Karin Brouwers

Karin Brouwers dankt Chris Van Roey eveneens voor zijn mooie presentatie. De discussie over de reclameplafonds is moeilijk. De jongste jaren werden die plafonds steeds overschreden. Een correcte naleving is de bedoeling. Uit de toelichting door Saskia Schatteman leidt het commissielid af dat de commerciële inkomsten dit jaar een pak lager zullen liggen, waardoor ook de bijdrage aan het VAF de mist in dreigt te gaan. Ook daar heeft de coronacrisis haar effecten.

Het marktversterkende karakter van reclame op de VRT heeft zijn believers en non-believers. Voorts zijn er inderdaad geen correcte cijfers beschikbaar over de reclamemarkt omdat niet bekend is hoeveel er wordt besteld bij de buitenlandse spelers. De Franstalige markt zit bovendien anders in elkaar dan de Vlaamse. Die discussie is niet afgerond. Het benieuwt Karin Brouwers hoe dit uiteindelijk in de beheersovereenkomst zal terechtkomen.

De UBA-leden verwachten een correcte prijs en noemen de VRT op dat vlak belangrijk. Betekent dat dan dat de VRT de prijzen drukt en lagere prijzen vraagt dan de commerciële omroepen?

2.4. Antwoorden van de UBA

Chris Van Roey antwoordt eerst op de vraag van Katia Segers over de versnelde omzetting van de AVMD-richtlijn in een nooddecreet. Hij gaat ervan uit dat haar vraag vooral aan de twaalfminutenregel refereert. De adverteerders zijn nooit vragende partij geweest om die regel te versoepelen. De Europese versoepeling is ingegeven door een vraag van verschillende mediagroepen. Adverteerders zouden natuurlijk niet gebaat zijn met 60 minuten reclame per uur televisie. Ze willen zoals gezegd een goede balans tussen prijs, bereik en kwaliteitsvolle context. Aan dat laatste criterium beantwoordt een te grote tijdsbeslag door reclame niet. De

adverteerders zijn vanuit hun streven naar return on investment veeleer te vinden voor hele korte reclameblokken die goed worden gespreid over de uitzending.

De spreker verwacht dan ook niet veel effect van het nooddecreet. Dat er op die manier meer tijd beschikbaar zal zijn, zal niet leiden tot meer advertentie-uitgaven.

De UBA is steeds bereid om Marius Meremans meer informatie te bezorgen voor de analyse die hij wil maken. Het kenniscentrum van de UBA beschikt over veel meer informatie dan de twaalf minuten presentatietijd die de CEO vandaag in de commissie heeft gekregen.

Karin Brouwers vroeg of de VRT de radioreclameprijzen drukt. Het antwoord is complex. De Belgische reclametijd kost een pak meer dan de buitenlandse. Voor multinationale adverteerders is dat een probleem. Aangezien Vlaanderen en België niet groot zijn, zijn de overheadkosten er veel hoger dan in bijvoorbeeld in Frankrijk en Duitsland.

Daartegenover staat een fantastisch Vlaams medialandschap, waarvoor Chris Van Roey alle media feliciteert. Op het vlak van radio is ons land wereldleider. Maar ook de kwaliteit van onze televisie steekt boven die van het zuiden of de Verenigde Staten uit. Die kwaliteit verantwoordt ook hogere prijzen.

In Vlaanderen is echter ook de mediaconcentratie bijzonder sterk. De concurrentie is beperkt wegens een oligopolie, zeker wat radio betreft. De VRT vraagt dan ook geen te lage prijzen, maar verhindert dat anderen van hun oligopolie profiteren om de prijzen verder op te drijven. Op die manier swingen de prijzen niet de pan uit en blijft de radiomarkt nog interessant voor adverteerders. Zo niet dreigen nog meer van hen naar buitenlandse digitale media over te stappen.

Elisabeth MEULEMAN,
voorzitter

Karin BROUWERS
Stephanie D'HOSE
Gustaaf PELCKMANS,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

ACOD	Algemene Centrale der Openbare Diensten
ACV	Algemeen Christelijk Vakverbond
AI	artificiële intelligentie
AVMD	audiovisuele mediadiensten
BAN	boodschap van algemeen nut
BBC	British Broadcasting Corporation
bbp	bruto binnenlands product
BV	bekende Vlaming
CEO	chief executive officer
DAB	digital audio broadcasting
DDT	data, desinformatie en technologie
DPG	historisch: De Persgroep
EBU	European Broadcasting Union
ITV	Independent Television
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
MNM	music and more
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
NPO	Nederlandse Publieke Omroep
O&O	onderzoek en ontwikkeling
OTT	over the top
PMV	ParticipatieMaatschappij Vlaanderen
RTBF	Radio-télévision belge de la Communauté française
SBS	Scandinavian Broadcasting System
UBA	Unie van Belgische Adverteerders
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
Var	Vlaamse Audiovisuele Regie
VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
VLAIO	Agentschap Innoveren en Ondernemen
VOFTP	Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VSOA	Vrij Syndicaat van het Openbaar Ambt
vte	voltijdsequivalent / voltijdequivalent
VTM	Vlaamse Televisiemaatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
VVJ	Vlaamse Vereniging van Journalisten
3D	driedimensionaal