

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 935

van **KLAAS SLOOTMANS**

datum: 13 augustus 2021

aan **BEN WEYTS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ONDERWIJS, SPORT, DIERENWELZIJN EN VLAAMSE RAND

Vlaamse Rand - Krachtenbundeling mediaspelers

In de beleidsnota Vlaamse Rand benadrukt de minister het belang van de mediaspelers in de Vlaamse Rand, namelijk de regionale zender RINGtv, ROBtv voor Tervuren en de maandbladen RandKrant en de gemeenschapskranten. Letterlijk: "Deze mediaspelers bouwen mee aan de Vlaamse identiteit en versterken de lokale verankering. Ze promoten het Nederlands en bouwen tegelijk bruggen naar anderstalige inwoners. RINGtv en RandKrant spelen beiden in op het stijgende belang van toenemende sociale media. We willen vanzelfsprekend onze regionale zenders behouden maar betrachten een nauwere samenwerking tussen de diverse mediakanalen en bekijken een mogelijke bundeling van krachten en merken met als duidelijke doelstelling de versterking van de Vlaamse identiteit en het maximaal betrekken van anderstaligen op de Vlaamse gemeenschap."

1. Hoe veruitwendigt deze nauwere samenwerking zich vandaag en wat is de sturende rol van de minister ter zake geweest?
2. Hoe uit zich de bundeling van krachten en merken vandaag operationeel en marketing-gewijs?
3. Wat is het nagestreefde eindpunt in het kader van deze krachtenbundeling (fusies, nieuwe synergieën,...)?



**Vlaams
Parlement**

BEN WEYTS

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ONDERWIJS, SPORT, DIERENWELZIJN EN VLAAMSE RAND

ANTWOORD

op vraag nr. 935 van 13 augustus 2021

van **KLAAS SLOOTMANS**

1. Zowel voor RINGtv als voor RandKrant is, vanuit hun respectieve missie, de invulling van wat in de beleidsbrief staat een evidentie en beschouwen zij die zelf als hun belangrijkste reden van bestaan. In een snel veranderend medialandschap zoeken zij vooral synergieën om samen de groep anderstaligen zo goed mogelijk te bereiken.

Het verkennend onderzoek 'Media in de Vlaamse Rand', dat ik vorige legislatuur bestelde, had als doel na te gaan wat de mogelijkheden waren om de diverse mediaspelers in de Vlaamse Rand meer te laten samenwerken om te komen tot een meer gestroomlijnde berichtgeving over de Vlaamse Rand. Het onderzoek maakte duidelijk dat RINGtv en RandKrant sterke merken zijn met gelijklopende doelstellingen zoals regionale berichtgeving, het bevorderen van het gemeenschapsleven en het versterken van een regiogevoel. Beide mediavormen zijn complementair maar toch ook verschillend o.a. op vlak van werkingsgebied, periodiciteit, actualiteit, medium, financiering en organisatiestructuur.

In samenspraak met mijn kabinet en de administratie werd ingezet op een versterking van de structurele samenwerking tussen RINGtv en RandKrant en dit binnen de huidige structuur en werking.

2. Deze nauwe samenwerking is vandaag operationeel en inzake marketing zichtbaar op de volgende manieren:

- Sociale media: partnerschap, nieuwsfeed op de beide websites, verdieping en verdere duiding bij elkaars reportages en artikels. Vaste doorklikknop naar mekaars website, complementaire digitale promotie n.a.v. gelieerde artikels of thema's.
- Gemeenschappelijke promotie regionieuws: o.a. gemeenschappelijke promotiecampagne en banners RINGtv/RandKrant op de Gordel 2021, in de Gemeenschapscentra en tijdens de publieksactiviteiten van RINGtv.
- Samenwerking en ondersteuning bij acties gericht op Taalpromotie en oefenkansen Nederlands: o.a. Taaljournaal, Taalhelden, Speurneuzen ...
- Gedeelde beeldvormingscampagnes: de Gordel, Taalhelden, Zin in Nederlands, Boest je sportclub, in Asse Gekruid.
- Structureel overleg en verbinding tussen beide redacties: afstemming en overleg via vaste redactieleden.
- Semi-automatische RSS-feed waardoor er op permanente basis van elkaar artikels geplaatst worden op de websites.
- Maandelijks doorspelen van UiT-kalender RandKrant aan RINGtv.
- Uitwisseling van onderwerpen, artikelenreeksen en reportages op langere termijn.
- Intensieve samenwerking met de gehele werking van vzw 'de Rand' in functie van het bereiken van anderstaligen en nieuwe inwoners: strategische en operationele ondersteuning bij het bereiken van anderstalige inwoners. Promotie en benaderingsstrategieën, concrete beeldvormingscampagnes rond o.a. Taalverwerving (Taalhelden: hoe kan je als Nederlandstalige toch in het Nederlands blijven communiceren met Nederlandslereenden, Taaljournaal, Speurneuzen (via de deelnemende kinderen bereiken we anderstalige ouders), onthaalbeleid en streekpromotie, regio-identiteit, verwachtingen en kansen voor nieuwe inwoners, opleiding en tewerkstellingsinitiatieven in de picture stellen...

- Afstemming samenwerking met lokale besturen en Provinciale en Vlaamse overheid.
3. Het nagestreefde eindpunt is een verregaandere krachtenbundeling dan vandaag het geval is. In welke vorm dat finaal zal zijn, is minder relevant.