

vergadering **C163**
zittingsjaar 2023-2024

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

van 29 februari 2024



**Vlaams
Parlement**

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Freya Perdaens aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over de inzet van psychologen voor de begeleiding van kinderen en jongeren door VRT – 1187 (2023-2024)	3
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over de ontslagen op de redacties van verschillende kranten – 1223 (2023-2024)	6
VRAAG OM UITLEG van Meyrem Almaci aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over het plaatsen van commerciële boodschappen door influencers – 1224 (2023-2024)	10

VRAAG OM UITLEG van Freya Perdaens aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over de inzet van psychologen voor de begeleiding van kinderen en jongeren door VRT – 1187 (2023-2024)

Voorzitter: mevrouw Meyrem Almaci

De voorzitter: Mevrouw Perdaens heeft het woord.

Freya Perdaens (N-VA): Minister, het is ondertussen al een tijdje geleden dat VRT aankondigde dat ze psychologen zou gaan inschakelen om kinderen en jongeren bij te staan in het snel en plots beroemd worden. Het gaat steeds sneller en de impact daarvan laat zich niet miskennen. Denk aan een Pommeliën Thijs, Camille, Maksim, Francisco Schuster: die zijn allemaal bijna vanuit het niets, ineens, wereldberoemd geworden in Vlaanderen. Dat heeft natuurlijk een impact.

VRT erkent die grote uitdaging. Ze spreekt van drie verschillende grote uitdagingen: de snelle overgang van onbekend naar bekend, de combinatie – en dat is toch ook zeker niet het minste – van drukke school- en werkagenda's, en natuurlijk de omgang met sociale media. We weten dat sociale media en de druk daarvan op gewone jongeren al best wel veel kunnen zijn; combineer dat met de andere twee factoren en je krijgt potentieel toch wel gevaarlijke situaties.

Ex-kindsterren als Silvy De Bie en Ian Thomas zijn bevraagd naar hun ervaring van indertijd. Sociale media waren toen nog niet zozeer een ding, maar ook zij geven aan dat het voor hen ook wel heel wat was. Hadden zij begeleiding gehad, dan had dat hun goed gedaan. Het zou hun geleerd hebben om meer controle te hebben op de situatie en het zou hun ook geleerd hebben om om te gaan met vijandige en nijdige commentaren die er met de komst van sociale media natuurlijk ook niet minder op geworden zijn. Denken we maar aan pesterijen die een probleem zijn voor zovele kinderen. Dat is natuurlijk niet minder wanneer je bekend wordt.

Al die zaken maken dat het volgens mij dus een goede zaak is dat VRT overgaat tot het aanstellen van psychologische begeleiding voor kinderen en jongeren die bij hen werkzaam zijn. Ik had daarover een aantal vragen, minister.

Een eerste vraag is of die psychologische begeleiding er enkel is voor mensen die in dienst zijn van VRT. Of zal ze ook voor passanten of deelnemers aan spelprogramma's ter beschikking worden gesteld?

Een tweede vraag is op welke manier de manier van werken geëvalueerd zal worden. Er was aangekondigd dat deze psychologen op projectbasis aangesteld zouden worden. Ik kan mij voorstellen dat een evaluatie nuttig en nodig zal zijn en heb meteen ook de vraag of deze evaluatie – en mogelijk het project – als 'good practice' zal worden gepresenteerd aan de commerciële zenders. We weten natuurlijk allemaal dat ook daar kinderen en jongeren worden tewerkgesteld.

Met een laatste vraag verwijs ik naar de passage van Mediarte in de bijzondere commissie inzake seksueel misbruik een aantal weken terug. Uit hun uiteenzetting bleek ook dat ze het idee genegen zijn van het aanstellen van dergelijke psychologen voor kinderen en jongeren. Zij verwezen ook zelf naar de influencerFAQ. Ik vroeg mij af of er binnen de influencerFAQ ook een verwijzing zal komen naar psychologische ondersteuning, naar mogelijkheden die er zijn – initieel dan of misschien expliciet – voor influencers die gevat worden onder de werking van VRT.

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Dank u wel voor de vraag, collega Perdaens.

Het is hier in de commissie al eerder gegaan over de zorg en nazorg van kandidaten bij televisieprogramma's. Ik verwijs alvast graag naar het antwoord dat ik heb gegeven op 19 oktober 2023. Toen behandelde ik uitgebreid het programmacharter van VRT, waar de zorg en nazorg voor kandidaten wordt geregeld.

Enfin, ik zeg 'ik', maar het waren toen onze YOUCA-studenten (Youth for Change and Action) die de vraag stelden, bij u Lauren Wouters, en het antwoord werd gegeven door Soraya El Mallem. Ik denk dat zij het minstens even goed hebben gedaan als ik het zou hebben gedaan, dus gedeeltelijk kan ik daar al naar verwijzen.

Uw vraag gaat natuurlijk ook specifiek over kinderen en jongeren. Specifiek voor minderjarigen houdt het programmacharter van VRT rekening met de aanbevelingen uit de brochure 'Minderjarigen in de media?' van het Kinderrechtencommissariaat, toch wel een bijzonder relevant en interessant document. Dat geldt zowel voor kinderen die een hoofdrol hebben in fictiereeksen als voor kinderen die deelnemen aan langdurige of intense humaninterestprogramma's, spelprogramma's of wedstrijden, bijvoorbeeld 'Ketnet musical' en 'Homo universalis'.

Er is ook een psycholoog die regelmatig contact heeft met de minderjarigen en hun omgeving, dit zowel voor, tijdens als na het productieproces en uitzending. Maatschappelijke ontwikkelingen, de snelheid en de draagwijdte van plotse bekendheid en dergelijke meer, zorgen er inderdaad voor dat er extra begeleiding moet worden voorzien. De publieke omroep kiest er daarom voor om de bestaande psychologische begeleiding ook uit te breiden naar alle producties waar kinderen en jongeren aan meewerken.

Elke productieploeg, intern én extern, werkt daarnaast met een kindercoach die gedurende het gehele productieproces de kinderen – de kandidaten en acteurs – begeleidt.

Verder wordt er bij Ketnet voor langdurige trajecten met minderjarige kandidaten ook een buddysysteem gebruikt. Daarbij krijgt elke kandidaat iemand van de productieploeg toegewezen die extra zorg draagt voor de minderjarige in kwestie, bijvoorbeeld voor 'Ketnet musical' en 'Wie wordt wrapper?'.

De voorbeelden waar u naar verwijst, zijn de acteurs die net afzwaaiden in #LikeMe. Zij zijn intussen jongvolwassenen en vallen daarom in principe niet meer onder de categorie van minderjarigen, waar ik het net over had. De begeleiding van jongvolwassenen, die niet meer minderjarig zijn, valt onder de algemene bepalingen van het programmacharter, hoofdstuk 5. Dat zegt het volgende: "We begeleiden en beschermen mensen die deelnemen aan talentwedstrijden of mensen die zonder ervaring in de media komen. We informeren, begeleiden en coachen hen. We garanderen gepaste bescherming of begeleiding van personen die dat nodig hebben vanwege leeftijd, persoonlijke omstandigheden of andere redenen." De leeftijd van jongvolwassenen is natuurlijk een specifiek aandachtspunt. De publieke omroep is zeker bereid om op vraag van commerciële zenders samen te werken en ook expertise en protocollen te delen.

Dan kom ik bij uw derde en laatste vraag over Mediarte en de vraag rond de influencerFAQ. De influencerFAQ is voor alle duidelijkheid geen instrument om influencers psychologisch te ondersteunen. De FAQ vertrekt wel vanuit de impact die influencers hebben op hun volgers en reikt daarvoor een aantal handvatten aan die gelinkt zijn aan psychologisch welzijn. Overigens, we hadden deze week onze conferentie over influencers in het kader van het Europese voorzitterschap,

waar we ook die influencerFAQ hebben toegelicht. Daar was heel veel interesse voor, ook vanuit andere Europese landen en vanuit de Europese Commissie.

De influencerFAQ bevat meer dan vijftig verschillende artikels om influencers te helpen bij vragen waar ze mogelijk mee zitten. In elk artikel verwijzen we door naar de relevante organisatie of hulplijn. Zo verwijzen we op dit moment al door naar meerdere organisaties die werken rond psychologische ondersteuning. In fiches als 'Wat kun je doen als jouw online aanwezigheid even te veel wordt?' en 'Wat kun je doen als je jezelf niet goed voelt?' wordt bijvoorbeeld verwezen naar de organisaties Awel, Tele-Onthaal, de Zelfmoordlijn, WAT WAT enzovoort. Mediarte verwees verder in de bijzondere commissie ook naar de belangrijke rol die kindercoaches kunnen spelen. In het nieuwe actieplan media zullen zij nadrukkelijk meer aandacht krijgen.

De voorzitter: Mevrouw Perdaens heeft het woord.

Freya Perdaens (N-VA): Dank u wel, minister. Dat zijn allemaal erg goede zaken. Het is eigenlijk een beetje baanbrekend wat VRT doet. Als we gaan kijken naar de geschiedenis, hebben we best wel wat kindsterretjes in binnen- en buitenland waar het niet altijd even goed mee verlopen is. Ik denk dat dergelijke ondersteuning zeker voor minderjarigen een enorme meerwaarde kan zijn.

U verwijst naar de kindercoaches en naar de hulp die bij alle producties ingeschakeld wordt voor minderjarigen. Heb ik het juist begrepen dat ook voor de jongvolwassenen, voor de passanten, voor de tijdelijke deelnemers aan spelprogramma's, die begeleiding voorzien zal worden? Of zijn zij binnen dit project nog niet gevat?

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Het systeem van de kindercoaches en de uitbreiding daar geldt wel specifiek voor minderjarigen. Het woord zegt het eigenlijk zelf: kindercoaches. De mensen van #LikeMe zijn geen kinderen meer, maar jongvolwassenen. Het is dus tot de meerderjarigheid. Nadien, zoals ik geciteerd heb uit hoofdstuk 5 van het programmacharter, wordt er bekeken welke begeleiding gepast is. Voor de ene kan dat intenser zijn dan de andere. Maar het specifieke systeem van kindercoaches is op die jongvolwassene meerderjarigen niet toepasselijk.

De voorzitter: Mevrouw Perdaens heeft het woord.

Freya Perdaens (N-VA): Dank u wel. Het is een beetje een open deur intrappen als ik zeg dat de druk op kinderen en jongeren niet nieuw is. De druk op kinderen en jongeren die actief zijn in de media, is zeker ook niet nieuw. Denk maar aan Judy Garland en Shirley Temple. Zij hebben die druk ook enorm ervaren.

Wat wel vrij nieuw is en er nog bovenop komt, is het feit dat je het niet kunt uitzetten. Ze worden gevolgd. Er is aandacht voor alles wat ze doen, laten, meemaken. En daar zijn natuurlijk ook een hele hoop gevolgen van. Het is een goede zaak, ook binnen de professionele context, dat er nu zoveel aandacht is voor het mentale welzijn, want het kan natuurlijk niet zijn dat voor een beetje goede tv jonge mensen opgebrand en uitgeblust raken.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over de ontslagen op de redacties van verschillende kranten – 1223 (2023-2024)

Voorzitter: mevrouw Meyrem Almaci

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (Vooruit): Mijn vraag sluit een beetje aan bij mijn eerdere vraag van vorige week, denk ik, over AI en journalistiek. Er is een toch wel heel duidelijke trend ingezet, waarvan we nog niet zien waar die zal eindigen.

Op 1 februari verscheen er een paginagrote advertentie in de Gazet van Antwerpen en het Nieuwsblad, en op 31 januari in Het Belang van Limburg, gesigneerd door de voltallige redacties met de boodschap dat ze afscheid moeten nemen van verschillende collega's van de eindredactie en de lay-outredactie. Verschillende medewerkers zien hun job ook drastisch veranderen, zeggen ze, los van de ontslagen. Eind januari kondigde moederbedrijf Mediahuis naakte ontslagen aan. De uitgever schrapt in België 19,5 voltijdse banen, verdeeld over 23 werknemers. Het zijn vooral de redacties die getroffen worden. Op woensdag 21 februari hebben de directie van Mediahuis en de vakbonden hierover voor het eerst samengezeten. Ik weet niet wat de uitkomst was. De jobs van journalisten staan op de helling, terwijl het mediabedrijf zelf echt wel grote winsten boekt. Mediahuis maakte in 2022 nog 155,7 miljoen euro winst en zag zijn omzet met 8 procent stijgen.

De ontslagen zouden alweer het gevolg zijn van een doorgedreven visie op digitalisering. U weet dat wij vanuit Vooruit voor vooruitgang zijn, dus ook voor digitalisering, maar hier wil de directie gaan naar een verdere synergie tussen de drie kranten. Minister, in 2022 hebt u nog subsidies toegekend in kader van Vlaamse Veerkracht, goed om de digitale transformatie van de mediasector te versnellen. Die subsidies van iets minder dan 12 miljoen euro in totaal lopen van 1 januari 2023 tot 31 december 2024, maar aan die subsidies werden geen voorwaarden gekoppeld, bijvoorbeeld inzake tewerkstelling. Mediabedrijven kunnen zonder probleem die digitale transformatie intensief doorzetten, gecombineerd met een reorganisatie – lees: afslanken – van hun personeel, ook journalisten.

Daarom heb ik een aantal vragen, minister.

Hoe analyseert u de situatie van de ontslagen bij Mediahuis? U gaat wellicht zeggen dat u er niets mee te maken hebt, want het is een privaat mediabedrijf, maar we hebben toch ook wel subsidies gegeven?

Hoe analyseert u de verder doorgedreven synergie tussen Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg en het Nieuwsblad? De mediaconcentratie in Vlaanderen is al groot. We zien ook elk jaar in de rapporten van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) dat de mediaconcentratie zich doorzet. Maakt deze evolutie, met het doorgedreven inzetten van digitalisering en AI, die concentratie niet nog groter?

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Het is natuurlijk inderdaad belangrijk te benadrukken dat Mediahuis een autonoom bedrijf is, met een personeelsbeleid waar ik als minister van Media geen bevoegdheid of zeggenschap over heb.

Ik begrijp dat er een spanningsveld kan zitten tussen de economische realiteit en de situatie op het terrein. Maar ik heb zeker ook begrip voor de noodkreet van de

journalisten. Ik denk dat het belangrijk is dat hoofdredacties en management zoveel mogelijk bekijken hoe ze naakte ontslagen kunnen vermijden. Ik ben er eerlijk gezegd ook van overtuigd dat ze dat doen.

Er is geen verband tussen de projectsubsidies voor innovatie en digitale transformatie enerzijds, en ontslagen anderzijds. Die projectsubsidies zijn er natuurlijk op gericht om mediabedrijven te ondersteunen in de digitale omslag die ze moeten maken, en hen te helpen om daar op een innovatieve manier mee om te gaan. Zo kunnen ze ook op middellange en lange termijn relevant blijven, en hun businessmodel verder uitwerken, samen met hun personeelsleden. Als mediabedrijven die omslag niet maken, dan moeten ze binnenkort misschien de boeken toedoen. Dat is dus de bedoeling.

Het is inderdaad zo dat wij dat niet koppelen aan voorwaarden inzake tewerkstelling. Dat is niet de finaliteit van die subsidies. De projectsubsidies kunnen zeker niet in verband gebracht worden met ontslagen. Waarom? Omdat ze niet aangewend kunnen worden voor de financiering van ontslagvergoedingen. Alle uitgaven gelinkt aan de subsidie moeten verantwoord worden en worden gecontroleerd door mijn departement. Trouwens, een deel van die projectsubsidies kan ook aangewend worden voor personeelskosten die verbonden zijn aan die innovatieve projecten. Het ondersteunt dus eerder de mediabedrijven in tewerkstelling, dan dat het hen zou aanzetten om tot ontslagen over te gaan.

Over mediaconcentratie hebben we het in de commissie al vaak gehad. Ik heb al vaak mijn bezorgdheid daarover uitgelegd. Eerdere rapporten, waaronder het laatste mediaconcentratierapport van de Vlaamse Regulator voor de Media, tonen aan dat een zekere vorm van mediaconcentratie het verschil kan betekenen tussen het hoofd boven water houden of kopje onder gaan. Het heeft dus ook economische relevantie en voordeel. Maar dat mag uiteraard geen vrijgeleide zijn om op het vlak van autonome nieuwsredacties om het even wat te doen. Diversiteit in de media is essentieel om burgers zo goed en zo pluralistisch mogelijk te informeren. Mediaconcentratie mag niet leiden tot een inhoudelijke verschraling van het aanbod en mag nooit ten koste gaan van pluraliteit. Ik wil als minister van Media uiteraard vooral die pluraliteit en die kwaliteitsvolle media in Vlaanderen behouden.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (Vooruit): Ook al gaat het hier om een privaat mediabedrijf, ik stel deze vraag omdat er heel wat ongerustheid is in de sector. De Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB) heeft zich zorgen gemaakt, de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) maakt zich zorgen. Dat hangt samen met het bredere plaatje van de federale steun aan de kranten en de hele heisa rond het contract. Het zit eraan te komen dat ofwel Mediahuis ofwel De Persgroep (DPG) als eerste springt om de gedrukte krant af te schaffen. Voorlopig is de gedrukte krant nog altijd goed voor een heel belangrijk deel van de inkomsten. Maar je ziet dat beide mediabedrijven bezig zijn met winstmaximalisatie. Er worden grote winsten geboekt. Dat is het pijnlijke van de zaak: aan de ene kant worden er op corporatenniveau heel veel winsten geboekt, maar de jobs van de journalisten, diegenen die ons nieuws brengen en ons een venster op de wereld bieden, worden bedreigd, zo ook de diversiteit ervan: kranten binnen eenzelfde groep brengen vaak dezelfde berichten.

Er is ook het toegenomen belang van artificiële intelligentie. Daarover hadden we het vorige week. Waar AI nuttig is, moet ze zeker worden ingezet. Maar wanneer ze effectief ook de jobs van journalisten begint te bedreigen, krijgen we echt wel een probleem voor onze democratie. AI zal niet instaan voor de democratische controle op bijvoorbeeld ons werk, op het politieke werk. Als we daar een

verschraling zien, en als journalisten en ook alle andere werknemers binnen die bedrijven worden ontslagen, dan krijgen we echt wel een probleem.

Minister, u zegt dat de steun die u hebt gegeven, niet bedoeld was om ontslagvergoedingen uit te keren. Dat is zo. Maar de vraag is op welke manier u er vanuit het beleid voor kunt zorgen dat we zowel op het federale als het Vlaamse niveau de journalistiek en de mediabedrijven ondersteunen om hun werk te doen als vierde macht binnen onze democratie, en tegelijkertijd ook dat we journalistieke kwaliteit en diversiteit en werkgelegenheid voor journalisten kunnen garanderen. Welke pistes ziet u daar?

Meyrem Almaci (Groen): Ik vind dit soort vragen altijd lastig. Het zijn privé-bedrijven. Als politici kunnen wij natuurlijk niet ingrijpen in de keuzes die privé-bedrijven maken. Maar de maatschappelijke context maakt wel dat de precariteit van het beroep van journalist alleen maar groeit. Dat heeft voor een stuk te maken met de consolidatie van de mediabedrijven en de strategieën die men kiest.

Digitaliseren is een goede zaak als het zaken efficiënter maakt, maar als het de menselijke factor en analyses en slow news uit de markt duwt, is het een factor van eenheidsworst en weinig kritisch denken. Dat staat haaks op journalistiek. In die zin belangt het ons als commissieleden wel aan om op een of andere manier die maatschappelijke tendens binnen een kader te krijgen dat toch voldoende kwalitatieve en kritische journalistiek mogelijk blijft maken. We moeten dus bekijken wat er binnen ons vermogen ligt, buiten dan het specifieke subsidiëren of het ondersteunen van specifieke fondsen zoals het Fonds Pascal Decroos, om ervoor te zorgen dat binnen die mediabedrijven zelf er toch voldoende aandacht blijft uitgaan naar kwaliteitsvol werk. Zonder daarmee te zeggen dat dat nu niet zou bestaan, voor alle duidelijkheid. Laat ons er geen zwart-witverhaal van maken.

Ik deel de ongerustheid. Alleen zoek ik ook naar de beste manier waarop wij daar als politici toe kunnen bijdragen. Maar de scheeftrekking groeit verder. Dat is iets wat ook de Raad voor Journalistiek al een paar keer heeft aangekaart, zeker wat betreft het beroep zelf en de individuele journalisten en hun statuut.

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Die laatste zorg over het precaire karakter van de job, zeker van freelancers, is hier al een aantal keren aan bod gekomen. Ik deel die zorg. Het is deels federale wetgeving, maar in het algemeen zitten freelancers inderdaad soms in een zwakke positie tegenover grote bedrijven. Dat is een terecht punt.

Wat kan het beleid doen? Het zal u misschien niet verrassen dat ik ervan overtuigd ben dat wat we de afgelopen jaren hebben gedaan, een goede aanpak was. Tijdens normale legislaturen worden er bijna geen projectsubsidies uitgetrokken voor de mediasector. Die zijn eigenlijk verwaarloosbaar. In de afgelopen jaren hebben we 35 miljoen euro uitgetrokken, waaronder – het grootste deel – voor de projectoproep voor digitale innovatie. Ik denk dat dat inderdaad is wat we moesten doen en in de toekomst – wat ik de volgende minister van Media zou willen adviseren – te blijven doen. We moeten daar middelen voor uittrekken om twee redenen.

Ten eerste, digitale renovatie is zeer bepalend om te concurreren, zeker op het moment dat de papieren krant minder relevant wordt en digitale toepassingen belangrijk worden. Je merkt dat vooral – maar niet alleen – jonge mensen het nieuws vaak volgen via sociale media en digitale kanalen. In zo'n context is het belangrijk dat onze kwaliteitsvolle journalistiek ook op de meest efficiënte manier via digitale kanalen wordt verspreid. Vandaar het belang om innovatie te ondersteunen.

Twee, als uitdrukkelijke voorwaarde hebben we vooropgesteld dat samenwerking nodig was. Ik ben ervan overtuigd dat dit ook belangrijk is. Mediabedrijven in Vlaanderen mogen zichzelf niet zien als eilandjes, ze moeten samenwerken in de strijd tegen de internationale concurrentie. Ik denk dat dat heel belangrijke zaken zijn.

Ik zou het geen goede zaak vinden om van dat soort subsidies personeelssubsidies te maken of ze te koppelen aan harde voorwaarden voor het personeelsbeleid. Ik vind dat eerlijk gezegd niet de taak van innovatiesubsidies, zeker in het kader van een normale bedrijfsvoering.

Een laatste punt is dat in de vraagstelling de indruk wordt gewekt dat onze mediabedrijven en -huizen er zeer warmpjes bij zitten en niet moeten vrezen voor hun toekomst op financieel vlak. Ik wil waarschuwen voor al te veel optimisme. Ik denk dat die bedrijven vandaag wel degelijk onder druk staan, onder meer door internationale concurrentie en door het verminderen van het belang van print. Dit maakt dat hun financiële situatie onder druk kan staan, wat natuurlijk is gebeurd met de krantenconcessie van bpost. Dat kan daar niet los van gezien worden. Als die op 1 juli definitief wegvalt, zal de financiële situatie van Mediahuis zeer fel onder druk staan. Ze zullen ten aanzien van hun vooropgestelde begroting voor dit jaar en de volgende jaren een veel slechter bedrijfsresultaat voorleggen omdat de prijzen niet aangerekend zullen worden en waarschijnlijk een pak hoger zullen zijn dan wat door bpost werd aangerekend met de ondersteuning van die concessie. Ik waarschuw dus wel. We moeten niet het beeld schetsen van een bedrijf dat er zeer warmpjes bij zit en dat in de toekomst dividenden kan uitkeren zonder weerga ten koste van de personeelsleden. Dat is geen juist beeld.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (Vooruit): Laat me beginnen waar u eindigt. Onze krantenmarkt wordt beheerst door Mediahuis en DPG Media en ook nog Roularta. Mediahuis heeft 155 miljoen euro winst gemaakt, een omzetstijging van 8 procent. DPG doet het nog veel beter en doet zelfs overnames in Nederland. Dat is voor Vlaanderen en Nederland zowat de grootste speler aan het worden. Dat zijn toch geen noodlijdende bedrijven, minister?

Ik ben het er wel mee eens dat we ervoor moeten zorgen dat we onze eigen mediabedrijven gezond houden. Dat wil ook zeggen dat ik de steun die u hebt gegeven voor digitale innovatie bij onze mediabedrijven, volmondig steun. Dat is een goede zaak. In de federale ondersteuning, zowel wat betreft btw als de postbedeling, is er zeker een en ander misgelopen. Ik ben er zeker geen voorstander van om dat dan gewoon af te schaffen, totaal niet. Wat mij betreft, kunnen we daar wel wat voorwaarden tegenover plaatsen.

Als we de media, kranten en journalistiek zo belangrijk vinden – en dat zijn ze ook – voor onze democratie, dan moeten we ervoor zorgen dat de journalistieke métier – want dat is het echt – kan blijven bestaan op een correcte manier in digitale tijden en met de opkomst van AI, die ten goede kan worden aangewend, maar waar ook gevaren liggen.

Dus als minister van Media moet u nadenken over het blijven garanderen van de journalistiek. Ik denk dat zowel de Vlaamse subsidies voor de mediabedrijven als de federale subsidies gekoppeld kunnen worden aan voorwaarden om de journalistieke kwaliteit en het métier van de journalist te blijven garanderen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Meyrem Almaci aan Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd, Media en Armoedebestrijding, over het plaatsen van commerciële boodschappen door influencers – 1224 (2023-2024)

Voorzitter: mevrouw Meyrem Almaci

Meyrem Almaci (Groen): Ik heb een vraag over het plaatsen van commerciële boodschappen door influencers. Dat is geen nieuwe vraag. We hebben de problematiek in deze commissie al aangekaart met een aantal collega's. Eind mei heeft de Europese Commissie een controle op het publiceren van reclameboodschappen op sociale media door influencers georganiseerd. Dat was in 2023.

Uit het onderzoek bleek dat 97 procent van de 576 influencers commerciële content publiceert en dus inkomsten haalt uit deze vorm van reclame. Echter volgt slechts één op vijf de regelgeving correct op en maakte duidelijk dat het om reclame ging.

In België werden 31 influencers onder de loep genomen. Eentje bleek niet ingeschreven te zijn in de Kruispuntbank van Ondernemingen. Slechts 6,5 procent publiceerde de vereiste ondernemingsgegevens. Bij 90 procent waren ondubbelzinnige reclamelabels afwezig, en ze zijn nochtans vereist. Een kleine 40 procent promoot eigen merken of producten, maar geeft niet aan dat dat eigenlijk ook reclame is. Bij de influencers die een webshop uitbaten, werd bij iedereen minstens één inbreuk op de economische wetgeving vastgesteld.

Als minister van Media bent u verantwoordelijk voor regels rond reclame voor influencers, ter bescherming van minderjarigen en ook voor mediawijsheid. De resultaten zijn veelzeggend, en passen in een eerdere trend die we al hebben vastgesteld.

Op welke manier wilt u met die resultaten verder aan de slag gaan, minister?

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Dank u wel, voorzitter, voor de vraag.

Het Europese onderzoek waarnaar verwezen wordt, betreft een onderzoek dat voor België geleid werd door de economische inspectie van de Federale Overheidsdienst Economie, die toezicht houdt op de federale reclameregels op basis van onder meer het federale consumentenrecht. Wat Vlaanderen betreft is de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) bevoegd om het toezicht uit te voeren op de online video's van Vlaamse contentcreators die audiovisuele mediadiensten aanbieden op basis van ons Mediadecreet. Nog maar in december 2023 voerde de VRM een eigen onderzoek uit naar de aanduiding van commerciële communicatie op online video's. Ze deden dat op Instagram, TikTok, Twitch en YouTube. De resultaten van hun onderzoek staan in schril contrast met het onderzoek van de Europese Commissie.

Door de VRM werden meer dan 2500 video's bekeken op de verschillende socialemediakanalen. Het betreft video's van 968 Vlaamse contentcreators. Uit het onderzoek blijkt dat 11 procent van die video's commerciële communicatie bevat. In 81 procent van de video's wordt een duidelijk label, dus een advertentie, publiciteit of reclame, gebruikt om de commerciële communicatie aan te duiden. Dat is 10 procent beter dan het jaar voordien. Deze cijfers variëren tussen de verschillende socialemediakanalen: 62 procent op YouTube, 80 procent op Instagram, 83 procent op TikTok en 90 procent op Twitch.

De resultaten geven een wat positiever beeld dan wat vanuit de Europese Commissie komt, dat federale onderzoek. Die bevestigen de positieve tendens van het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie door Vlaamse contentcreators. Ik denk dat dat ook te maken heeft met initiatieven zoals mijn eigen influencerFAQ en het Content Creator Protocol van de VRM.

Ook binnen het mediawijsheidbeleid weten we dat ik inzet op dit thema. Binnen het project 'NieuwsWijsNeuzen', dat onderdeel is van de projectoproep Desinformatie, wordt nieuw educatief materiaal voor kinderen van 8 tot 12 jaar verspreid. Een van de vier kernthema's hierbinnen is influencers en reclame. Het educatief materiaal omvat Ketnetvideo's voor de leerlingen, met bijbehorende online oefeningen en lesopdrachten. Naast de video's en online oefeningen en opdrachten, worden er ook luisterverhalen met reflectievragen ontwikkeld door Het Geluidshuis en Odisee. Een van die verhalen gaat ook specifiek over influencers en online reclame.

Het is natuurlijk niet alleen belangrijk dat influencers zich bewust zijn van de regels die op hen van toepassing zijn, maar ook dat de volgers goed weten dat er vaak wel sprake is van betaalde content en hoe men die kan herkennen.

Meyrem Almaci (Groen): Dank u wel, minister. Ik was natuurlijk op de hoogte van de influencerFAQ en het protocol bij de VRM. Didier Reynders heeft als Europees Commissaris gezegd dat de influencersscene een geheel eigen industrie is geworden. En natuurlijk beperkt die zich niet tot regionale grenzen of landsgrenzen. Er zijn heel veel jongeren in Vlaanderen die naar andere Nederlandstaligen uit Nederland of Engelstalige influencers kijken. Er is dus wel een gecoördineerde aanpak nodig, denk ik.

De economische inspectie geeft boetes. Bij ons is het de VRM die een en ander in de gaten houdt. Ik ga ervan uit dat er ook een samenwerking is om elkaar zo goed mogelijk aan te vullen, en influencers bij ons in ieder geval op dat pad van bewustzijn te brengen, waar u effectief al een stap rond hebt gezet, zodanig dat het niet achter de feiten aanhollen is, met elke keer een geldboete, want dan gaat men natuurlijk afwegen wat het risico van een boete is versus wat het opbrengt, om het zo te zeggen. Maar er moet toch ook met een aantal ministers, of uw opvolger, voor de toekomst eens gekeken worden hoe dat binnen de lidstaten die relevant zijn een gezamenlijk plan kan worden. Want het beperkt zich natuurlijk niet tot de grenzen of de Nederlandse taal alleen.

De voorzitter: Mevrouw Perdaens heeft het woord.

Freya Perdaens (N-VA): Het is geen geheim en het is niet nieuw dat het pover gesteld is met de kennis van veel influencers wat de wetgeving betreft. We hebben daar ondertussen een aantal voorbeelden van. Het is nochtans heel simpel. Als je zaken verkoopt, dan val je onder de economische wetgeving. Als je dat doet door middel van video's en/of audio, dan val je onder het Mediadecreet.

De collega verwees er al naar dat de VRM ondertussen boetes uitschrijft, maar op zich biedt dat weinig hoop. Als het feit dat je als ondernemer een vestigingsadres bekend moet maken al op zoveel protest stoot als we gezien hebben, dan hebben we nog een hele weg te gaan in het bekendmaken van die regels. Je kunt natuurlijk sensibiliseren. Dat is ongelooflijk belangrijk. Daar ben ik het mee eens. Maar je kunt ook maar zolang sensibiliseren. Op een gegeven moment moet je beginnen te sanctioneren. En dan komen we tot die boetes.

Daarom is onze vraag – en we hebben die in het verleden ook al eens gesteld – om voor de VRM voldoende personeel te voorzien om effectief te gaan handhaven. Want sensibiliseren is stap één. Maar bij stap twee moet je natuurlijk ook gaan handhaven, en daarvoor heb je mensen nodig.

De voorzitter: Minister Dalle heeft het woord.

Minister Benjamin Dalle: Op de vraag over de VRM heb ik al uitgebreid geantwoord, onder meer naar aanleiding van de beleids- en begrotingstoelichting 2024, waar we toelichting hebben gegeven bij de evolutie van het personeelskader en de bijkomende aanwervingen die er in deze legislatuur zijn geweest, onder meer vanwege bijkomende bevoegdheden. Denk bijvoorbeeld aan de omzetting van de AVMD-richtlijn (audiovisuele mediadiensten) in het Mediadecreet. Ook wat het Content Creator Protocol betreft, zijn er twee socialmediawatchers aangenomen.

Het klopt natuurlijk dat je niet alleen met Vlaamse content creators zit. Het onderzoek dat Europees is uitgekomen, neemt Vlaanderen en Wallonië ook samen. Bovendien controleert de VRM natuurlijk op video 's – dat is de media-bevoegdheid – en niet op andere soorten content die onder de federale bevoegdheid vallen. Dat verklaart misschien de verschillen.

Ik wil wel aangeven dat ik als Raadsvoorzitter voor Media het thema van de influencers zeer hoog op de agenda heb gezet. We hebben dat deze week ook concreet gemaakt, met dinsdag de conferentie 'Content with conscience', waar we het onder meer hebben gehad over dit soort regels. We hebben er ook voor gepleit om initiatieven zoals de influencerFAQ uit te breiden op Europees vlak. We zullen ook Raadsconclusies aannemen in mei, waar dit ook een aanbeveling zal zijn. Ik hoop dat die op die manier ook zullen worden goedgekeurd, zodat het effectief duidelijk is dat niet alleen influencers die gevestigd zijn in Vlaanderen, maar ook influencers elders in de Unie, zich natuurlijk te houden hebben aan een aantal regels en verantwoordelijkheden en dat dat ook duidelijk is voor hen.

Meyrem Almaci (Groen): Dank u wel, minister. Ik kijk uit naar de opvolging, want ik denk dat dit misschien wel eens een groter probleem zou kunnen worden dan we verwachten.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.