



Beheersovereenkomst tussen de openbare omroep en de Vlaamse  
Gemeenschap voor de periode 2012-2016  
Een duidelijke keuze voor kwaliteitsvolle invulling

---

*Inhoudstafel*

<b>Context</b>	<b>3</b>
<b>Krachtlijnen</b>	<b>5</b>
<b>1. Meerwaarde van de openbare omroep</b>	<b>6</b>
1.1 <i>Openbare omroep</i>	6
1.2 <i>Kwaliteit van opdracht</i>	6
1.3 <i>Uitvoering opdracht</i>	7
<b>2. Het aanbod van de openbare omroep</b>	<b>7</b>
2.1 <i>Focus</i>	7
2.2 <i>Inhoudelijke prioriteiten</i>	8
2.3 <i>Transversale aandachtspunten</i>	10
2.4 <i>Uitwerking van het inhoudelijk aanbod</i>	11
2.5 <i>Discussiepunten</i>	12
<b>3. De verhouding van de openbare omroep tot andere spelers</b>	<b>13</b>
3.1 <i>Openbare omroep en andere audiovisuele spelers</i>	13
3.2 <i>Openbare omroep en distributieplatformen</i>	14
3.3 <i>Openbare omroep en productiesector</i>	14
3.4 <i>Openbare omroep en (sociaal-)culturele en educatieve sector</i>	14
<b>4. Digitalisering en innovatie bij de openbare omroep</b>	<b>14</b>
4.1 <i>Rol in R&amp;D</i>	14

<i>4.2 Digitaliseren van content</i>	15
<b>5. De financiering van de openbare omroep</b>	<b>15</b>
<i>5.1 Stabiel financieel kader met groter aandeel overheidsfinanciering</i>	15
<i>5.2 Andere financieringsbronnen en efficiëntiewinsten</i>	16
<b>6. Toezicht op en transparantie van de openbare omroep</b>	<b>16</b>
<i>6.1 Meer afstemming bij toezicht</i>	16
<i>6.2 Meer transparantie</i>	17

**Bijlagen:**

- *De publieke omroepopdracht gewikt en gewogen. Publieksbevraging over de toekomstige taak van de VRT. Besluit. Universiteit Antwerpen, Onderzoeksgroep Media, Policy & Culture*
- *De toekomstige plaats en rol van de openbare omroep in Vlaanderen: stakeholdersbevraging. Samenvatting. SMIT, i.s.m. IES (Vrije Universiteit Brussel)*

## Context

De openbare omroep in Vlaanderen, de VRT, werkt voor de uitvoering van zijn opdracht op basis van diverse richtlijnen. Naast het ruimere kader inzake openbare omroep, zoals geformuleerd door de Raad van Europa en door de Europese Unie, zijn voor Vlaanderen vooral de bepalingen die opgenomen zijn in het decreet betreffende radio-omroep en televisie van 27 maart 2009 ('Mediadecreet', Titel II "Maatschappelijk doel, bevoegdheid en de openbare-omroepopdracht") van belang. Luidens de artikelen 16 tot 21 van het Mediadecreet, worden deze decretale basisprincipes verder uitgevoerd en vorm gegeven in een beheersovereenkomst, die de VRT sluit met de Vlaamse Regering.

De huidige beheersovereenkomst<sup>1</sup> loopt van 2007 tot eind 2011. Dit betekent dat er op verschillende niveaus momenteel hard gewerkt wordt aan de voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst, die zal gelden van 2012 tot eind 2016. Met betrekking tot deze voorbereidingen werd aan de Sectorraad Media van de SARC een bijzondere opdracht toegewezen door artikel 20 van het Mediadecreet:

*Art. 20 § 1. Ter voorbereiding van elke nieuwe beheersovereenkomst met de VRT organiseert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een publieke bevraging over de omvang van de openbare-omroepopdracht en de invulling ervan tijdens de nieuwe beheersovereenkomst, rekening houdend met belangrijke evoluties in de mediamarkt en in de technologie, met het evoluerende medialandschap en met de rol van de VRT daarin.*

*De sectorraad Media evalueert de mediamarkt op basis van de wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap, het algemeen media-aanbod in de Vlaamse markt, de technologische evoluties, de internationale tendensen, de bescherming en promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit en de verwachtingen en behoeften van de mediagebruiker.*

*§ 2. Voor de begeleiding van die publieke bevraging doet de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een beroep op wetenschappelijke experts.*

*§ 3. Op basis van de resultaten van deze publieke bevraging formuleert de sectorraad Media van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een advies voor de Vlaamse Regering over de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT. Dat advies wordt gepubliceerd op de website van de sectorraad Media.*

De Sectorraad Media heeft de opdracht zoals geformuleerd in dit artikel bijzonder ter harte genomen en heeft zijn advies het afgelopen jaar uitermate grondig voorbereid.

In samenspraak met het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media besliste de Sectorraad al in de loop van oktober en november 2009 om twee studies te bestellen: een publieke bevraging en een stakeholdersbevraging. Deze beide studies werden door het departement besteld en konden einde 2009 worden toegekend aan onderzoeksteams van resp. de Universiteit Antwerpen en de Vrije Universiteit Brussel. De krachtlijnen van deze beide studies zijn als bijlage bij dit advies gevoegd.

In januari 2010 kwamen deze onderzoekers hun werkwijze toelichten in de Sectorraad. Enkele opmerkingen en voorstellen van de leden werden daarbij door de onderzoekers nog ter harte genomen. De resultaten van beide studies werden aan de Sectorraad Media voorgesteld tijdens zijn vergadering van 3 juni 2010.

---

<sup>1</sup> [http://www.cjism.vlaanderen.be/media/downloads/beheersovereenkomst\\_VRT\\_2007-2011.pdf](http://www.cjism.vlaanderen.be/media/downloads/beheersovereenkomst_VRT_2007-2011.pdf)

Daarnaast werden enkele *updates* ter beschikking gesteld<sup>2</sup> van onderzoeken die eerder in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media werden uitgevoerd in het kader van de evaluatie van de huidige beheersovereenkomst en werd er een bijkomende, derde studie besteld door het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, namelijk een bedrijfseconomische en marktimpactanalyse van de openbare omroep. De resultaten van deze laatste studie konden worden voorgesteld aan de leden van de Sectorraad Media tijdens zijn vergadering van 7 oktober 2010. Hoewel het eerste deel van deze studie over het algemeen positief werd onthaald, bleek dat de Sectorraad van oordeel was dat het tweede luik ervan (met betrekking tot de katalytische effecten van de openbare omroep) onvoldoende was onderbouwd en uitgewerkt om hem in staat te stellen op dit vlak diepgaande uitspraken of aanbevelingen te formuleren.

Tijdens deze studiefase werd er in de schoot van de Sectorraad al gestart met de voorbereidingen van het advies over de nieuwe beheersovereenkomst. Daartoe werden op basis van door de onafhankelijke deskundigen voorbereide discussie- en sneuvelnota's de thema's afgebakend die in het advies aan bod zouden komen. Verder werden de geplande timing en werkwijze geconcretiseerd tijdens de vergadering van 2 september 2010. Belangrijkste uitgangspunt in dat verband is dat er in de schoot van de Sectorraad ruime overeenstemming bestond over de doelstelling om – zich bewust zijnde van de beperkingen van deze werkwijze – in zijn advies over zoveel mogelijk punten een unaniem standpunt in te nemen. Enkel waar dit niet lukte, zou de Sectorraad de uiteenlopende standpunten naast elkaar weergeven en aangeven achter welk standpunt zich eventueel een meerderheid kon scharen.

Het streven naar een consensus over een concreet tekstvoorstel van advies gebeurde zowel schriftelijk, als tijdens verschillende vergaderingen op respectievelijk 7 oktober, 22 oktober en 19 november 2010, die telkens een hele dag in beslag namen. Bij de besprekingen werd overeenkomstig artikel 20 van het Mediadecreet rekening gehouden met de expertise van de verschillende leden van de Sectorraad, en met de diverse uitgevoerde studies. Het ontwerp van advies werd een laatste keer plenair besproken tijdens de vergadering van de Sectorraad Media van 2 december 2010 en werd vervolgens via schriftelijke procedure verder afgewerkt.

De Sectorraad Media van de SARC wil iedereen bedanken die tot het huidige advies heeft bijgedragen, zoals onder meer de verschillende onderzoekers die een wetenschappelijke inbreng hebben geleverd die aan het voorliggend advies ten grondslag ligt. De Sectorraad is er overigens van overtuigd dat het publiek ter beschikking stellen van al dit studiewerk het debat over de toekomst van de openbare omroep en de Vlaamse audiovisuele sector verder zal kunnen objectiveren. Verder is de Sectorraad bijzondere dankbaarheid verschuldigd aan het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media en de Vlaamse Regulator voor de Media, voor de constructieve en bereidwillige samenwerking rond de voorbereiding van dit advies, alsook aan alle overige sectorraden van de Strategische Adviesraad Cultuur, Jeugd, Sport en Media. De Sectorraad heeft zeer collegiaal en efficiënt kunnen samenwerken met al deze betrokken partijen en is bijzonder verheugd met de (inhoudelijke en financiële) steun die hij van het Departement heeft ontvangen in de voorbereiding van dit advies.

---

<sup>2</sup> Het gaat om drie studies: Van den Bulck, *De bescherming en de promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit door de VRT*, mei 2010. Dejonghe, *Analyse van het medialandschap in Vlaanderen 2009: Technologieën en Business modellen*, mei 2010. Vlaamse Regulator voor de Media, *Evaluatie beheersovereenkomst VRT. Bedrijfseconomische context*, augustus 2010.

## Krachtlijnen

De Sectorraad Media pleit ervoor dat voldoende rekening wordt gehouden met volgende **basisprincipes** bij het afsluiten van een nieuwe beheersovereenkomst.

1. De openbare omroep moet sterk, breed en kwaliteitsvol zijn en voldoen aan de sociale, culturele en democratische behoeften van het publiek. Daarbij dient de openbare omroep als referentie voor andere mediaspelers te gelden en dient hij een voortrekkersrol wat creatieve innovatie op gebied van radio en televisie betreft te spelen.
2. De kernopdrachten van de openbare omroep moeten duidelijk en afgebakend zijn. Eventueel kan er worden nagedacht over het vastleggen van inhoudelijke prioriteiten, waarbij nieuws en duiding ook volgens de Sectorraad de absolute prioriteit van de openbare omroep blijven. Bij de uitwerking van dat inhoudelijk aanbod is het radio- en televisieaanbod volgens de Sectorraad prioritair, en is aanwezigheid op de digitale platformen eerder op een direct ondersteunende manier gewenst. Voor digitale diensten die minder sterk of niet gelinkt zijn aan televisie- of radioprogramma's, moet de publieke meerwaarde door de VRT duidelijk worden geëxpliciteerd en in voorkomend geval dienen zij te worden onderworpen aan een marktimpactanalyse. Er moet zo veel mogelijk naar samenwerking met de private sector worden gestreefd. De Sectorraad vraagt hierover een grondig debat.
3. De Sectorraad vraagt verder aandacht voor de positie die de openbare omroep inneemt op de Vlaamse audiovisuele markt. Op dit vlak moet een duidelijkere omschrijving van de openbare omroepopdracht al veel onrust wegnemen. Daarom moet de openbare omroep in zijn relatie tot andere spelers een duidelijk afgebakende opdracht hebben. Wat dit betreft, is de Sectorraad van oordeel dat het huidige addendum bij de Beheersovereenkomst geen voorafname kan zijn op de nieuwe beheersovereenkomst. Verder is ook een meer evenwichtige verhouding met de distributeurs aangewezen. De Sectorraad herinnert ook aan het feit dat de openbare omroep eveneens een belangrijke rol speelt ten aanzien van de Vlaamse audiovisuele productiesector en de (sociaal)-culturele en educatieve sector.
4. Op het vlak van technologische innovatie is de Sectorraad van oordeel dat de openbare omroep niet langer een voortrekkersrol hoeft te spelen, maar dat moet gedacht worden aan de mogelijkheid om in de sector een samenwerkingsverband tot stand te brengen rond een ruimere Vlaamse innovatiearchitectuur. Ook wat betreft de digitalisering, archivering en ontsluiting van inhoud bepleit de Sectorraad een beweging naar een 'Vlaams audiovisueel archief' voor en met spelers uit de gehele sector.
5. De openbare omroep heeft bij dit alles recht op een stabiel financieel kader met een zo groot mogelijk aandeel aan overheidsfinanciering, zonder dat dit evenwel de onafhankelijkheid van de omroep in het gedrang mag brengen. De Sectorraad beseft echter dat gemengde financiering wellicht de enige realistische optie is. In die optiek dient duidelijk bepaald te worden welke commerciële inkomsten de openbare omroep al dan niet mag werven (voor radio, televisie, websites, andere digitale diensten, ...). In elk geval dient de knipperlichtprocedure voor radioreclame grondig te worden herzien.
6. Het toezicht op de openbare omroep, tot slot, is volgens de Sectorraad te gefragmenteerd en zou ook baat hebben bij meer transparantie. In dat opzicht verwijst de Sectorraad naar de verschillende bij de evaluatie en vernieuwing van de beheersovereenkomst betrokken partijen, en ook naar de specifieke rol die in dat kader

aan de Sectorraad zelf werd toebedeeld (zonder dat evenwel de noodzakelijke middelen daartoe ter beschikking werden gesteld).

Voor alle duidelijkheid: met zijn oproep voor focus, duidelijkheid, transparantie en toezicht heeft de Sectorraad vooral tot doel de nieuwe beheersovereenkomst en de openbare omroepopdracht voor de toekomst veilig te stellen. Het is immers de overtuiging van de Sectorraad dat een duidelijkere afbakening van de kernopdrachten, juist zal leiden tot (nog) meer kwaliteit, doordat een meer gerichte inzet van middelen, tijd, creativiteit en energie mogelijk wordt. De meerwaarde die de openbare omroep ontegensprekelijk heeft in het Vlaamse medialandschap en de unieke positie die hij daarin inneemt, wordt zo verder geoptimaliseerd.

De invulling van deze principes in een beheersovereenkomst zal niet eenvoudig zijn. Het is zelfs mogelijk dat niet elk principe concreet in de overeenkomst kan of moet worden opgenomen. De Sectorraad hoopt met zijn advies alvast een voorzet te hebben gegeven voor mogelijke beleidskeuzes en zo bij te dragen tot een sereen en op feiten gebaseerd debat rond de toekomst van de openbare omroep in Vlaanderen.

## *1. Meerwaarde van de openbare omroep*

De Sectorraad Media bevestigt de plaats van de openbare omroep in de samenleving en in het Vlaamse medialandschap. Met name onderschrijft de Sectorraad een gecentraliseerde uitvoering van deze opdracht door één publieke instantie – **de openbare omroep, c.q. VRT** – en niet via een gedecentraliseerd *publisher model* verdeeld over meerdere spelers.

De uitvoering van een openbare omroepopdracht is essentieel: **voldoen aan de sociale, culturele, democratische behoeften** van het publiek, rekening houdend met de culturele eigenheid en identiteit van dat publiek en onafhankelijk van commerciële of politieke belangen. Hiertoe maakt de overheid afspraken met de openbare omroep via een beheersovereenkomst, waarvan de naleving wordt gecontroleerd door een door de overheid aangesteld controle-orgaan.

### 1.1 Openbare omroep

De openbare omroep moet **sterk, breed en kwaliteitsvol** zijn. Hij moet blijven ijveren voor onafhankelijkheid, objectiviteit, diversiteit en pluralisme en sociale cohesie, deskundigheid en onpartijdigheid, dit telkens met het oog op een permanente hoge kwaliteit, en dit zowel op het vlak van informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport.

### 1.2 Kwaliteit van opdracht

De VRT dient in de uitvoering van de openbare omroepopdracht te gelden als een kwaliteitsvolle referentie of standaard<sup>3</sup> voor andere mediaspelers.

---

<sup>3</sup> De Sectorraad Media sluit zich zo aan bij één van de rode draden van de 'stakeholdersbevraging' die hij in het kader van dit advies liet uitvoeren. Daarin was te lezen dat het '[...] aan de VRT is om de norm te bepalen [...]'. *De norm bepalen betekent voorts dat, indien de VRT in alle genres (ook het populaire) de lat hoog legt, dit kwaliteitsbevorderend werkt voor het brede, ook concurrentiële veld.* In: SMIT, i.s.m. IES (Vrije Universiteit Brussel), *De toekomstige plaats en rol van de openbare omroep in Vlaanderen: stakeholdersbevraging*, p. 108, punt 8.4.

De algemene en centrale waarden moeten worden omgezet naar zowel de programmatie in zijn geheel, als naar specifieke programma's. Hiertoe moeten de centrale kerntaken en – waarden van de openbare omroep specifiek worden omschreven en verder worden verduidelijkt, evenals de manieren waarop de realisatie hiervan zal worden gemeten. Dit komt de **helderheid van de opdrachten** alsook van het **evaluatieproces** achteraf ten goede<sup>4</sup>.

De *performantiemaatstaven* die daartoe in de beheersovereenkomst worden bepaald moeten zo concreet mogelijk worden gesteld, opdat de taak voor de openbare omroep ook op dit vlak duidelijker wordt, en om een correcte en snelle rapportage mogelijk te maken.

Daarnaast dient de *interne kwaliteitsmonitor* niet enkel bij te dragen tot de interne kwaliteitsgarantie en –verhoging, maar ook tot de externe verantwoording over de uitvoering van de openbare omroepopdracht. De drie facetten van de monitoring, namelijk de functionele kwaliteit, de operationele kwaliteit en de publieke en ethische kwaliteit, dienen daarbij voldoende in rekening te worden gebracht.

### 1.3 Uitvoering opdracht

Wat betreft de radio- en televisieprogrammatie moet de openbare omroep een **voortrekkersrol** blijven spelen via inhoudelijke creatieve innovatie, onder meer door te investeren in vernieuwende programmavormen en nieuw talent.

De openbare omroep moet een voldoende aantal kijkers en luisteraars bereiken. Dat neemt niet weg dat de openbare omroep bij de uitvoering van zijn opdracht de nadruk niet exclusief mag leggen bij de bereikcijfers. Daarnaast zijn immers de voorkeuren en verwachtingen van de (ook potentiële) kijkers en luisteraars en vooral het respecteren van de opdracht van de openbare omroep van belang. Daarom kan desgevallend ook resoluut worden gekozen voor een nicheprogramma, een specifieke doelgroep, diepgang, ...

De openbare omroep moet in zijn werkzaamheden een evenwichtige representatie van bevolkingsgroepen nastreven, zowel in het aanbod maar ook achter het scherm. Het diversiteit charter mag geen dode letter blijven.

## ***2. Het aanbod van de openbare omroep***

### 2.1 Focus

Om het doel van een sterke, brede en kwaliteitsvolle openbare omroep te kunnen (blijven) waarmaken, sluit de Sectorraad zich aan bij een behoud van de kernopdrachten van de openbare omroep zoals die in het Mediadecreet<sup>5</sup> voorzien zijn.

<sup>4</sup> Dit punt werd ook bij de vorige beheersovereenkomst geadviseerd, door de toenmalige Vlaamse Mediaraad (aanbeveling 4 van zijn advies) maar werd volgens de Sectorraad Media tot op heden niet voldoende opgenomen.

<sup>5</sup> Art. 6 §2 Mediadecreet: 'De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd.'

Dit impliceert het brengen van een gedifferentieerd aanbod aan informatie, educatie, ontspanning en cultuur en het goed tot uitdrukking brengen en stimuleren van de Vlaamse identiteit, dit alles voor een breed en gedifferentieerd publiek.

De Sectorraad benadrukt hierbij het grote belang van een **duidelijke definitie en afbakening** van deze opdrachten. Zowel voor de openbare omroep zelf als voor externe evaluatoren helpt het formuleren van duidelijke opdrachten om samen te werken aan de best mogelijke openbare omroep.

De Sectorraad benadrukt in die context dat het **verklarend addendum** bij de huidige beheersovereenkomst, **geen voorafname** kan zijn op de nieuwe beheersovereenkomst. Voor de nieuwe beheersovereenkomst moet bekeken worden welke elementen voor de toekomst tot de openbare omroepopdracht behoren. Daarbij moet ook rekening gehouden worden met internationale tendensen.

## 2.2 Inhoudelijke prioriteiten

Binnen deze brede opdracht moeten de prioriteiten worden vastgelegd. De Sectorraad Media meent dat **betere prioriteiten** de openbare omroep in staat moeten stellen om zich beter op de kernopdrachten van radio en televisie te concentreren.

De huidige beheersovereenkomst werkt met eerder 'losse' prioriteiten<sup>6</sup>. De Sectorraad stelt voor de openbare omroepdomeinen een vaste onderlinge verhouding toe te kennen wat betreft de prioriteit die eraan gegeven wordt.

Het kan en mag echter zeker niet de bedoeling zijn van de Sectorraad of van de overheid om zich te mengen in de programmering van de openbare omroep. Wel vraagt de Sectorraad meer **transparantie over de factoren die de prioriteiten meebepalen en concreet maken**. Hoe uit de meer of mindere mate van prioriteit van een bepaalde opdracht zich met andere woorden in (een mix van) uitzending in *prime time*, besteding van middelen en personeel, mate van zichtbaarheid voor de kijker,...

De Sectorraad vraagt de Vlaamse Regering dus om na te denken over een mogelijke striktere ordening en schuift zelf alvast volgende volgorde naar voren: (A) nieuws en duiding, (B) cultuur (met inbegrip van kwaliteitsvolle fictie), (C) kennis en wetenschap/educatie, (D) ontspanning (met inbegrip van lichtere vormen van fictie zoals soaps) en (E) sport. Daarbij moet op een transversale manier aandacht worden besteed aan de doelgroep kinderen en jongeren en aan het inhoudelijke domein 'Vlaamse eigenheid'. (zie verder)

Voor alle genres, inhoudelijke domeinen of doelgroepen, en ongeacht de plaats die een omroepdomein in de rangschikking inneemt, verwacht de Sectorraad dat **de kwaliteitseisen** onverkort blijven gelden.

### **A. De belangrijkste prioriteit is de informatieopdracht.**

- De openbare omroep moet op een onafhankelijke en onpartijdige manier op de diverse netten een kwalitatief en objectief aanbod aan nieuws en duiding bij het nieuws brengen en voldoende middelen voorzien om deze doelstellingen in de praktijk te kunnen brengen. Hierbij moet zowel aandacht zijn voor meer laagdrempelige, toegankelijke en verstaanbare

---

<sup>6</sup> VRT Beheersovereenkomst 2007-2011, art. 4 §1: '[...] namelijk prioritair, Nieuws en Informatie, en Cultuur; en daarnaast Sport, Kennis en Wetenschap (educatie), Vlaamse identiteit (fictie, documentaires en muziek van eigen bodem) en Ontspanning [...].



informatie voor een breed publiek als voor meer diepgravende informatie en duiding.

- De **balans tussen kwaliteit en bereik** moet voortdurend worden gezocht: de informatieopdracht kan immers maar succesvol worden uitgevoerd indien voldoende burgers worden bereikt. Dit geldt vooral voor de algemene informatieprogramma's.
- Voor de nieuws- en duidingprogramma's moet echter gelden dat kwaliteit duidelijk doorslaggevend is, boven bereik.
- Verder moeten er meer kansen worden geboden aan onderzoeksjournalistiek<sup>7</sup>. De Sectorraad benadrukt de rol die de overheid kan spelen op het vlak van het stimuleren van onderzoeksjournalistiek en pleit voor bijkomend objectief cijfermateriaal.

## B. Cultuur

- De openbare omroep moet instaan voor een ruim aanbod aan cultuur. Dit omvat **zowel cultuur in de brede zin als meer specialistische** vormen van cultuur. Onder de noemer 'cultuur' verstaat de Sectorraad bijvoorbeeld zowel kwaliteitsvolle fictieprogramma's en kwaliteitsvolle films (cf. de definitie uit het Mediafonds) als specifieke cultuurprogramma's<sup>8</sup>, zowel populaire als 'moeilijkere' cultuur, zowel kunsten met al zijn deelsectoren als roerend, onroerend en immaterieel erfgoed.
- Het consequent volgen van het bestaande driesporenbeleid wordt voor het genre cultuur door de Sectorraad bekrachtigd.

## C. Kennis en wetenschap

- De Sectorraad onderschrijft de **educatieve opdracht** van de openbare omroep voor het brengen van leerrijke, toegankelijke en begrijpbare educatie en vorming, zowel in aparte programma's (zoals documentaires) als in andere programmagenres.
- De Sectorraad meent dat in samenwerking met andere betrokken partners (vb. onderwijs) moet worden gezocht naar een vernieuwende, **actuele aanpak** van een aanbod rond kennis en wetenschap.

## D. Ontspanning

- De Sectorraad erkent de rol van de openbare omroep op het vlak **van entertainment en amusement**. De openbare omroep moet hierbij een breed aanbod aan ontspanning brengen waar een uiteenlopend publiek zijn gading kan in vinden. Hierbij moet er plaats zijn voor quiz en spel, populaire muziek, humor, en lichte fictie van eigen bodem. Tegelijk moet ook in dit domein de openbare omroep een publieke meerwaarde realiseren, onder

---

<sup>7</sup> Zowel vanuit het publiek als vanuit de stakeholders is er de onmiskenbare vraag om onderzoeksjournalistiek meer kansen te geven. Zo is in de publieksbevraging slechts 34 procent tevreden over de actuele situatie op vlak van onderzoeksjournalistiek en wil liefst 58,6 procent meer. In: Universiteit Antwerpen, Onderzoeksgroep Media, Policy & Culture, *De publieke omroep gewikt en gewogen. Publieksbevraging over de toekomstige rol van de VRT*, p. 66.

<sup>8</sup> In dit opzicht vindt de sectorraad ook dat hij aansluit bij de resultaten uit de publieksbevraging: daaruit bleek een relatief grote tevredenheid met het huidige aanbod kunst- en cultuurprogramma's, en ondervond men een vraag naar meer films en Vlaamse fictie. *Publieksbevraging*, p. 61-63. De Sectorraad stelt een definitie van het begrip cultuur voor, waarin ook kwaliteitsvolle fictie of films vervat zitten.

andere door het inzetten van ontspanningsprogramma's als publiekstrekker voor de andere omroepdomeinen.<sup>9</sup>

## E. Sport

- De Sectorraad meent dat de finaliteit van de **sportopdracht** van de openbare omroep **duidelijker** moet worden omschreven.
- In navolging van de taakomschrijving die de Vlaamse Sportraad in eerdere adviezen al gaf, stelt hij onder meer voor: 'informereren over en duiden, stimuleren en promoten van sportbeleving en sportbeoefening in ruime zin, van breedtesport tot topsport, met oog voor het hele diverse Vlaamse sportlandschap'.
- De meerwaarde van de openbare omroep moet hier blijken uit de bijkomende duiding bij elke (al dan niet) rechtstreekse uitzending van sportwedstrijden.

### 2.3 Transversale aandachtspunten

#### 2.3.1 Kinderen en jongeren

De sectorraad onderschrijft het belang van een kwalitatief aanbod en een veilige omgeving voor **kinderen tot 12 jaar**. Dit zowel qua kijken als actief beleven.

Kinderen hebben recht op programma's van hoge kwaliteit die speciaal voor hen gemaakt zijn en hen niet exploiteren. De openbare omroep heeft een belangrijke functie in het creëren van een kwaliteitsvol aanbod voor kinderen.

Deze programma's mogen niet enkel gericht zijn op passief amusement, maar ook moeten ze kinderen aanzetten tot nadenken en zelf dingen doen.

Kinderen moeten immers niet alleen kunnen genieten van goede programma's, het is ook belangrijk om jong creatief talent een kans te geven. De openbare omroep moet de lijn doortrekken om kinderen actief te betrekken in hun aanbod, programma's maken voor en door kinderen<sup>10</sup>.

In het bijzonder voor het bereiken van **jongeren tot 18 jaar**, is een digitaal luik voor de openbare omroep van belang.<sup>11</sup> Dit kadert ook in het creëren van een toekomstperspectief: jongeren die een openbare omroep vandaag kan bereiken, zullen misschien als volwassenen blijven kijken of luisteren. Daarbij blijft het principe van universaliteit van het aanbod belangrijk.

Dit alles kan en moet gebeuren in een veilige omgeving en met respect voor de privacy van kinderen en jongeren.

---

<sup>9</sup> Uit de publieksbevraging blijkt overigens ook duidelijk dat amusement en ontspanning één van de centrale doelstellingen op zich moeten zijn binnen de Openbare omroep opdracht. *Publieksbevraging*, p. 47 e.v.

<sup>10</sup> De Sectorraad merkt in dit verband op dat uit de 'stakeholdersbevraging' blijkt dat *jongeren* vaak moeilijk te bereiken zijn, en dat dit enkel kans heeft indien ze betrokken worden en actief kunnen participeren. *Stakeholdersbevraging* p. 75, punt 2.8.3.

<sup>11</sup> Dit komt in stakeholdersbevraging ook aan bod: het bereiken en laten participeren van de doelgroep 'jongeren' zou makkelijker via online of digitale activiteiten gaan. (*Stakeholdersbevraging*, p. 75, p. 81) Bovendien blijkt uit de publieksbevraging dat online gebruik in de toekomst belangrijker zal worden (cf. leeftijdsverschil in gebruik: *Publieksbevraging*, p. 73-74. Opleiding en geslacht zorgen ook voor verschillen).

### 2.3.2 Vlaamse cultuur en identiteit

De Sectorraad onderschrijft de rol van de openbare omroep in het articuleren en stimuleren van de Vlaamse identiteit. De omroep doet dit door het uitzenden van (en investeren in) Vlaams talent.

De Sectorraad wil in deze discussie eveneens aandacht vragen voor de plaats die de openbare omroep inneemt in een maatschappij die gericht is op meer diversiteit en op inclusiviteit. In het Memorandum<sup>12</sup> wees hij hier al op. De openbare omroep heeft ook hier een **voortrekkersrol** te spelen.

#### 2.4 Uitwerking van het inhoudelijk aanbod

De netten en de kanalen van de openbare omroep zijn de articulatie van de manier waarop hij zijn opdracht, en de prioriteiten daarbinnen, vorm geeft. De openbare omroep heeft immers een aanbodplicht, en de zorgplicht dat dit aanbod tot bij het publiek geraakt.

Daarom moet elk net en kanaal een **duidelijke focus** meekrijgen. De Sectorraad bevestigt daarbij art. 2 §4 van de huidige beheersovereenkomst met de VRT, dat stelt: *‘De VRT brengt zijn aanbod via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet en Mobiel en via alle relevante analoge en digitale netwerken. Hij leeft daarbij de principes na die in artikel 25, §4, van Hoofdstuk 5 zijn vastgelegd: maximale bereikbaarheid, neutraliteit, niet-exclusiviteit, niet-discriminatie en dit zonder de markt te verstoren.’*

**Het lineaire en niet-lineaire radio- en televisieaanbod is volgens de sectorraad prioritair.**

Wanneer het gaat over de aanwezigheid van de openbare omroep op diverse **digitale platformen**, stelt de Sectorraad Media dat de VRT websites kan aanbieden die haar televisie- en radioprogramma's op een directe manier ondersteunen. Dit komt de televisie- en radioprogramma's van de omroep immers op verschillende gebieden ten goede: ten eerste biedt een website interessante achtergrondinformatie bij de in een uitzending behandelde onderwerpen, ten tweede zorgt een multimediale tegenhanger bij een (bijvoorbeeld educatief of cultureel) programma voor een grotere betrokkenheid bij de belangrijke doelgroep van de jongeren, voor wie TV en radio vaak niet meer het belangrijkste medium zijn, en ten derde maakt het internet een veel intensievere interactiviteit en participatie mogelijk, hetgeen de publieke meerwaarde van de openbare omroep sterk kan verhogen.

Voor digitale diensten die minder sterk of niet gelinkt zijn aan televisie- of radioprogramma's, moet de publieke meerwaarde door de VRT duidelijk worden geëxpliciteerd en in voorkomend geval dienen zij te worden onderworpen aan een marktimpact analyse. Er moet zo veel mogelijk naar samenwerking met de private sector worden gestreefd. De Sectorraad vraagt hierover een grondig debat.

De plusstromen kunnen volgens de Sectorraad enkel aanvullend bij bestaande kanalen zijn. Het kan niet de bedoeling zijn om met de plusstromen bijkomende op zichzelf staande kanalen te creëren.

---

<sup>12</sup> *Cultuur Is. Memorandum 2009-2014 van de SARC.* Sectorraad Media punt 7.3, pagina 34.

## 2.5 Discussiepunten

### 2.5.1 Ontkoppeling Ketnet en Canvas

Over een mogelijk extra kanaal door middel van een ontkoppeling van Ketnet en Canvas bestaat er in de schoot van de Sectorraad geen overeenstemming.

Enerzijds zijn er leden die van oordeel zijn dat een ontkoppeling Canvas-Ketnet niet aan de orde is wegens niet in overeenstemming met het Europese kader inzake openbare omroep, wegens onvoldoende vraag en omdat er gezien de besparingen *überhaupt* geen middelen zijn om een derde kanaal effectief en zinvol in te vullen.

Anderzijds zijn er leden die van oordeel zijn dat een ontkoppeling van Ketnet/Canvas zou kunnen sporen met de in het advies vermelde prioriteiten van de VRT op het vlak van het streven naar een groter aanbod van herkenbare, creatieve, actuele, informatieve programma's voor kinderen en jongeren enerzijds, en meer aandacht voor informatie en duiding, onderzoeksjournalistiek en diepgang anderzijds.

### 2.5.2 (Betalende) previews

Er bestaat een ruime consensus over het feit dat universaliteit voor de openbare omroep een belangrijk principe blijft. De ruime meerderheid van de leden is echter van oordeel dat betalende previews op de openbare omroep mogelijk moeten zijn, op voorwaarde dat het principe van universaliteit blijft gelden voor duidingsprogramma's en programma's met actualiteitswaarde zodat eventuele *previews* in die domeinen gratis beschikbaar moeten zijn, maar het andere digitale aanbod wel in *preview* betalend (marktconform) kan worden aangeboden.

Een duidelijke minderheid van de leden kennen aan het universaliteitsprincipe een omvang toe waaruit volgt dat betalende *previews* op de openbare omroep niet mogen worden toegelaten.<sup>13</sup>

In elk geval bestaat er consensus over het feit dat de openbare omroep neutraliteit dient te hanteren tussen de verschillende distributieplatformen, wat betekent dat de *preview* aangeboden wordt aan alle mogelijke platformen.

### 2.5.3 Websites van de openbare omroep

Er bestaat in de Sectorraad geen overeenstemming over de vraag hoever de openbare omroep kan gaan bij het ontwikkelen van allerhande activiteiten en initiatieven op het internet. De grootste onenigheid situeert zich zonder meer rond de domeinen 'nieuws' en 'sport'<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> In de publieksbevraging bevestigt de Vlaming deze ruime toepassing van het principe van universaliteit op het vlak van het digitale aanbod van de openbare omroep (*Publieksbevraging*, p. 75). Over de organisatie en financiering van de openbare omroep concluderen de onderzoekers: "Ook hier zien we weer hoe belangrijk men universaliteit en meer bepaald universele toegang vindt. Men staat negatiever tegenover alle inkomsten waarbij de kijker/luisteraar zelf moet bijdragen, ook al staat daar misschien een groter (digitaal) aanbod tegenover. Dit kan duiden op een persoonlijke terughoudendheid ten aanzien van de meerkost, maar misschien ook op de angst dat niet iedereen deze extra kosten kan dragen en dat bepaalde mensen dus uitgesloten worden van dit (digitale) aanbod." *Publieksbevraging*, p. 85.

<sup>14</sup> Naast de corporate sites heeft de VRT 3 thematische websites, *deredactie.be*, *sporza.be* en *cobra.be*, en de doelgroepsite *ketnet.be*.

In grote lijnen kunnen twee tegengestelde opinies worden onderscheiden. Terwijl sommigen het belang van de verspreiding van de openbare omroep via nieuwe distributiekanaal als het internet onderstrepen (bijvoorbeeld met het oog op het efficiënt bereiken van een jong publiek), herinneren anderen eraan dat er reeds heel wat commerciële initiatieven bestaan, zodat de openbare omroep zich hiermee niet dient in te laten en mogelijke initiatieven slechts marktverstoring zouden kunnen werken.

In een poging om de debatten daarrond te objectiveren, hanteerde de Sectorraad een eerder inhoudelijk onderscheid. Er lijkt immers een continuüm te bestaan van hoe de inhoud op deze websites er zou kunnen uitzien. Over de eerste twee vormen van online aanbod door de VRT lijkt een vrij groot draagvlak te bestaan, terwijl vooral vanaf de derde stap de opinies sterk blijken te divergeren:

1. link naar volledige radio- of televisie-uitzending
2. verschillende items apart aanklikbaar
3. tekst die beelden kort beschrijven, context
4. verdiepende inhoud.

De Sectorraad adviseert de Vlaamse Regering ter zake om gebeurlijk na te denken over mogelijke samenwerkingsmodellen met private spelers, maar dit moet steeds marktconform gebeuren. Audiovisuele verdieping moet daarbij mogelijk kunnen zijn.

### *3. De verhouding van de openbare omroep tot andere spelers*

De openbare omroep neemt op de Vlaamse markt een bijzondere positie in. De openbare omroep moet in de uitwerking van zijn opdracht niet enkel worden beschouwd als een medium op zich maar in relatie tot andere spelers op de markt.

#### 3.1 Openbare omroep en andere audiovisuele spelers

Het spreekt voor zich dat naast de openbare omroep ook de commerciële en regionale omroepen een belangrijke rol spelen in en voor de audiovisuele sector in Vlaanderen. De openbare omroep heeft echter een bijkomende, specifieke rol: aangezien hij in een stabiel financieel kader opereert dan de commerciële omroepen, heeft hij de kans om op inhoudelijk vlak wat meer risico's te nemen. De Sectorraad hoopt dat deze rol andere media(spelers) stimuleert om ook innovatieve programma's en programma-formats te (kunnen) brengen.

De Sectorraad is van oordeel dat de **scheidingslijn** tussen de openbare omroepopdracht en de commerciële en regionale spelers **duidelijker** dient te worden getrokken. Een betere en preciezere omschrijving van de omvang en interpretatie van de beheersovereenkomst zal zowel de openbare omroep als de commerciële en regionale spelers ten goede komen, dit alles in het belang van de Vlaamse mediagebruiker.

Een specifiek voorbeeld hiervan is de relatie tot regionaal nieuws. De openbare omroep moet dit met respect en met aandacht voor de taak van de regionale omroepen (zie mediadecreet art. 165 e.v.) brengen. Indien nodig kan naar gelijkaardige regio's in het buitenland gekeken worden voor een mogelijke afbakening van regionale versus nationale nieuwssitemen.

### 3.2 Openbare omroep en distributieplatformen

Bij de nieuwe beheersovereenkomst moet de belangrijke rol van de distributieplatformen, waaronder internationale spelers op de audiovisuele markt, voldoende in rekening worden gebracht.

Er moet aandacht zijn voor een evenwichtige verhouding tussen de openbare omroep en de distributeurs, ter bescherming van *content* van eigen bodem.

### 3.3 Openbare omroep en productiesector

Er bestaat consensus over het feit dat de openbare omroep een belangrijke rol heeft te spelen ten aanzien van **de Vlaamse audiovisuele productiesector**, omdat het stimuleren van onafhankelijke productie de diversiteit en innovativiteit van lokale *content* bevordert.

Daarom ook bestaat er overeenstemming over het feit dat de openbare omroep een deel van haar programma's blijft uitbesteden aan externe Vlaamse productiehuisen<sup>15</sup>, wat de leefbaarheid van de Vlaamse productiesector uiteindelijk ten goede moet komen.

### 3.4 Openbare omroep en (sociaal-)culturele en educatieve sector

Bestaande samenwerkingsverbanden met het onderwijs, de culturele sector, het vormingswerk en andere, zijn goede voorbeelden van de rol die de openbare omroep kan spelen. Het is niet de bedoeling dat de openbare omroep taken overneemt van deze sectoren – het is niet zijn taak om vb. te onderwijzen – maar het delen van expertise komt deze sectoren wel ten goede.

## **4. Digitalisering en innovatie bij de openbare omroep**

### 4.1 Rol in R&D

Wat de R&D-activiteiten van de VRT betreft, is er zowel bij de stakeholders als bij het brede publiek een consensus dat de VRT geen koploper moet zijn inzake technologische innovatie, en dat de openbare omroep voor haar onderzoek en ontwikkeling op dat vlak beter **samenwerkt met de ruimere sector**. De coördinatie van onderzoek kan in handen gegeven worden van een meer centraal georganiseerd platform, waarbij ook ruimere stakeholders zouden kunnen worden betrokken bij het uitgevoerde onderzoek.

De Sectorraad Media pleit dus voor de creatie van een **innovatie-architectuur binnen de gehele sector**. De VRT als openbare omroeporganisatie moet niet op alle vlakken zelf het initiatief nemen, maar kan wel een centrale positie innemen in een ecosysteem van media-innovatie.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Ook het publiek staat achter deze vraag: Een ruime meerderheid van de respondenten vindt dat de VRT "onafhankelijke productiehuisen moet ondersteunen door het maken van programma's aan hen uit te besteden". *Publieksbevraging*, p. 65.

<sup>16</sup> Een dergelijke architectuur beantwoordt ook aan de vraag van vele culturele organisaties, middenveldactoren en politieke partijen om een VRT die technologisch én inhoudelijk blijft innoveren. Over inhoudelijke innovatie werd eerder in de tekst al gesproken.

Dit betekent echter geenszins dat de VRT geen rol meer zou moeten spelen in R&D. De Sectorraad meent namelijk dat media-innovatie altijd grotendeels vanuit de sector zelf moet komen en niet beperkt kan blijven tot louter technologische aspecten. Om aan holistische innovatie te kunnen doen, dienen bij het R&D-proces bijvoorbeeld ook programmamakers betrokken worden. De verschillende stakeholders in de sector, waaronder de VRT, zouden over een multidisciplinaire onderzoekscel moeten kunnen beschikken, die in de eerder voorgestelde samenwerkingsverbanden kan stappen en de resultaten van dit **gezamenlijk onderzoek** kan implementeren.

#### 4.2 Digitaliseren van content<sup>17</sup>

Uitgaande van het dubbele principe dat het audiovisuele archief van de VRT heel veel kansen biedt voor hergebruik in bijvoorbeeld educatieve, wetenschappelijke en ontspannende inhoud, én dat het een belangrijk, met publieke middelen gefinancierd cultureel erfgoed vertegenwoordigt, moet een snelle en doelgerichte ontsluiting van dit erfgoed een prioriteit worden. Wat betreft de **digitalisering, archivering en ontsluiting van inhoud**, dienen in de nieuwe beheersovereenkomst duidelijke keuzes te worden gemaakt.

De Sectorraad wijst ook hier op de mogelijkheid van samenwerking met andere audiovisuele en culturele spelers. Er zou een 'Vlaams audiovisueel archief' kunnen opgezet worden, met inhoud van zowel de openbare omroep als andere audiovisuele spelers. De Sectorraad is tevreden dat de minister het belang hiervan onderkent, getuige de middelen die ze vrijmaakt voor digitalisering (Beleidsbrief Media 2010-2011, p. 26). Het spreekt voor zich dat bestaande projecten daarbij nuttige expertise kunnen leveren.

Concreet pleit de Sectorraad dus voor het onderbrengen van deze vroegere 'toegevoegde opdracht' voor de openbare omroep in een breder kader, gedragen door de hele Vlaamse sector.

### *5. De financiering van de openbare omroep*

#### 5.1 Stabiel financieel kader met groter aandeel overheidsfinanciering

De openbare omroep heeft recht op een **stabiel financieel kader**. In tijden van crisis mag de openbare omroep niet dubbel geraakt worden: als er minder inkomsten mogelijk zijn uit de markt, dan is het aan de overheid om ervoor te zorgen dat hij over voldoende middelen blijft beschikken om zijn opdracht uit te voeren. Er zou nog marge moeten zijn: uit cijfers blijkt dat de overheidsdotatie voor de openbare omroep in Vlaanderen per persoon onder het Europese gemiddelde zit.

De Sectorraad Media is er dus voorstander van dat een **zo groot mogelijk en in elk geval groter aandeel** van de financiering van de openbare omroep **vanuit de overheid** komt. Idealiter zou een openbare omroep exclusief met gegarandeerde overheidsmiddelen moeten kunnen werken, mits voldoende (operationele) onafhankelijkheid. Dat biedt de openbare omroep de meeste garanties voor kwaliteit en onafhankelijkheid en het minste risico op marktimpact op de private spelers.

---

<sup>17</sup> Zie ook *Stakeholdersbevraging*, p. 80-81.

Realistisch gezien blijft gemengde financiering, voorlopig, de enige keuze. Maar dan moet het kader hiervoor opnieuw worden vastgelegd en vooral geconcretiseerd. De Sectorraad wenst geen uitspraken te doen over de concrete verdeelsleutel: dat is een keuze die enkel op het politieke niveau – op basis van de beschikbare middelen in verhouding met de opdracht – gemaakt kan worden.

Doel is om de speelruimte van de openbare omroep te preciseren. De Sectorraad meent dat de beheersovereenkomst alles wat *toegelaten* is, duidelijk moet opnemen (in de plaats van het principe dat alles wat niet uitdrukkelijk verboden is, toegelaten zou zijn). Dat wat niet omschreven werd, kan niet zonder een vooraf afgesproken procedure aanleiding zijn voor nieuwe financiering. Ook dat geeft de andere marktspelers meer duidelijkheid en dus minder kans op spanningen.

Binnen het scenario waarbij de inkomsten van de openbare omroep niet voor 100% bestaan uit overheidsdotatie, moeten de **televisiekanalen** van de openbare omroep vrij zijn van reclame en binnen de mate van het financieel mogelijke ook van sponsoring. **Websites** moeten in de mate van het mogelijke vrij zijn van reclame en sponsoring.

Enkel voor **radioreclame** kan er een uitzondering zijn, maar beter gecontroleerd en minder in concurrentie met de lokale en regionale radio. De knipperlichtprocedure voor radioreclame moet grondig worden herbekeken.

Bijzondere aandacht moet gaan naar veilige, reclame- en sponsoringvrije omgevingen voor kinderen.

## 5.2 Andere financieringsbronnen en efficiëntiewinsten

Naast de overheidsdotatie en de commerciële inkomsten moet er door de openbare omroep en de overheid samen verder worden nagedacht over de rol van mogelijke andere bronnen, zoals de financiële stromen van de **distributeurs** naar de openbare omroep.

# 6. Toezicht op en transparantie van de openbare omroep

## 6.1 Meer afstemming bij toezicht

Hoewel het toezicht op de openbare omroepopdracht en zijn financiering recent aanzienlijk toenam als gevolg van de door de Europese Commissie geuite bezorgdheden, is de Sectorraad Media van oordeel dat het huidige toezicht gekenmerkt wordt door **al te grote fragmentatie**<sup>18</sup>.

De tussentijdse evaluatie van de uitvoering van de beheersovereenkomst wordt hoofdzakelijk door het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media getrokken, terwijl de werkzaamheden rond een nieuwe beheersovereenkomst vooral op gang worden getrokken door het advies van de Sectorraad. Daarnaast dient de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) jaarlijks te rapporteren over de uitvoering van de beheersovereenkomst en de concentratie in de markt te monitoren en zijn er controles als vennootschap en als openbare instelling. Aan de Sectorraad werd ten slotte een belangrijke rol toebedeeld in verband met eventuele 'nieuwe diensten' van de openbare omroep (artikel 18 Mediadecreet).

<sup>18</sup> Zie artikels onder de titels V en VIII van het Mediadecreet voor regels in verband met inkomsten en boekhouding en toezicht.



Deze verre gaande fragmentatie komt de efficiëntie, zowel inhoudelijk als vanuit financieel oogpunt, absoluut niet ten goede. Er moet worden nagedacht over een vorm van controle die voldoende *checks and balances* toelaat zonder in overdreven segmentatie te resulteren en zonder te willen pleiten voor één grote controle instantie.

Alle betrokken instanties dienen over de nodige eigen middelen te kunnen beschikken om de hun decretaal toegekende opdracht te kunnen uitoefenen. Voor de Sectorraad Media gaat het om de activiteiten rond de voorbereiding van een nieuwe beheersovereenkomst (artikel 20 Mediadecreet), alsook de procedure in verband met nieuwe diensten van de openbare omroep (artikel 18 Mediadecreet).

De Sectorraad Media stelt ook vast dat er geen controle is van de VRM op de marktconformiteit van de merchandisingactiviteiten van de openbare omroep, en is van oordeel dat het monitoren, rapporteren en verifiëren van de toepassing van de quotaverplichtingen voldoende gedetailleerd moet gebeuren.

### 6.2 Meer transparantie

Een efficiënt toezicht wordt eveneens bemoeilijkt door de **geringe mate van transparantie**. Beide fenomenen, te veel fragmentatie en te weinig transparantie, versterken bovendien elkaar. Wel wil de Sectorraad opmerken dat transparantie niet zover kan gaan dat gevoelige of strategische bedrijfsgegevens prijs zouden moeten worden gegeven. Een betere boekhoudkundige transparantie, alsook in verband met het kostenmodel en prijsbeleid van de VRT, is echter absoluut noodzakelijk.

Ook de jaarverslagen en de jaarrekeningen zijn niet eenduidig en gedetailleerd genoeg en moeten dus veel preciezer informatie weergeven om een daadwerkelijke controle te kunnen uitvoeren. Vandaag zijn er te weinig gegevens beschikbaar om met kennis van zaken het aangeleverde cijfermateriaal te analyseren en te controleren.

Transparantie is bovendien ook vereist op het vlak van de invulling van de in de beheersovereenkomst voorziene performantiemaatstaven. Daarbij moet duidelijk gemaakt worden wat de verwachtingen die de overheid zijn met betrekking tot de openbare omroep en welke performantiemaatstaven ze wil bereiken. Deze maatstaven moeten zo concreet mogelijk worden gesteld, zodat er snel en correct kan worden gerapporteerd.

-----

Namens de Sectorraad Media,

David Stevens, voorzitter  
Hilde Van den Bulck, ondervoorzitter  
Hanne Schuermans, secretaris

# DE PUBLIEKE OMROEPOPDRACHT GEWIKT EN GEWOGEN

PUBLIEKSBEVRAGING OVER DE TOEKOMSTIGE  
TAAK VAN DE VRT

Besluit

ONDERZOEK IN OPDRACHT VAN DE VLAAMSE OVERHEID,  
DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT EN MEDIA

MEI 2010

PROF. DR. ALEXANDER DHOEST (PROMOTOR)  
PROF. DR. HILDE VAN DEN BULCK (CO-PROMOTOR)  
PROF. DR. HEIDI VANDEBOSCH (CO-PROMOTOR)  
MYRTE DIERCKX (ONDERZOEKSMEDEWERKER)



Dit onderzoek werd uitgevoerd aan de Universiteit Antwerpen in opdracht van de sectorraad Media en van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse overheid, ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst tussen de Vlaamse overheid en de VRT. De opdracht bestond erin een publieksbevraging uit te voeren bij een representatief staal van de Vlaamse bevolking, om te peilen naar hun visie op de *toekomstige plaats en rol van de openbare omroep in de samenleving*.

Voor dit onderzoek werd een ruime steekproef van 1565 Vlamingen bevroegd, deels online en deels via een schriftelijke enquête verstuurd per post. Op die manier werd een *representatieve steekproef* bevroegd, zodat de bevindingen van dit onderzoek veralgemeend kunnen worden naar de Vlaamse bevolking.

Door *gesloten vragen* te stellen kregen we vergelijkbare antwoorden, die toelieten om brede patronen in de visie van de Vlamingen te onderscheiden. Deze systematiek maakt de stem van de Vlaamse bevolking duidelijk hoorbaar: waar in vroegere bevestigingen en in het publieke debat slechts bepaalde visies en standpunten aan bod komen, horen we hier alle Vlamingen. Onze gesloten vragenlijst bij een representatieve steekproef laat ook de doorgaans stille meerderheid horen, die vaak veel tevredener is dan de toon van het publieke en politieke debat laat vermoeden.

Dit vormt meteen de eerste en belangrijkste conclusie van deze bevestiging: over het algemeen zijn Vlamingen *tevreden* over de VRT. Deze bevinding sluit aan bij de prima kijk-, luister- en waarderingcijfers die de Vlaamse publieke omroep kan voorleggen. Het probleem waar de eerste beheersovereenkomst komaf mee wou maken, namelijk de afkalkende publieksinteresse voor de publieke omroep, is niet langer aan de orde.

Wat de **algemene en inhoudelijke opdracht** van de openbare omroep betreft, kunnen de Vlamingen zich grotendeels vinden in de taakomschrijving zoals geformuleerd in de huidige beheersovereenkomst. Wat *eigenheid* betreft beklemtonen ze dat de VRT een sterk Vlaams karakter moet hebben, de verschillende opinies in de samenleving aan bod moet laten komen en zich moet onderscheiden van de concurrentie op het vlak van kwaliteit. *Universaliteit* is ook een belangrijke waarde, met name publieksuniversaliteit: de VRT moet zich op de ganse Vlaamse bevolking richten met een zo breed mogelijk aanbod. De functionele *kwaliteit* van de VRT blijkt uit de grote publiekstevredenheid. Daarnaast is betrouwbare en evenwichtige informatie een centrale waarde qua publieke kwaliteit. Op het vlak van *diversiteit* verwacht het publiek dat de VRT verschillende opinies aan bod laat komen en een divers aanbod levert, voor alle doelgroepen. Ten slotte is ook creatieve *innovatie* belangrijk: de VRT moet vernieuwend zijn op vormelijk en inhoudelijk vlak.

Als antwoord op de vraag '*Wat is de opdracht van een openbare omroep vandaag?*', kunnen we besluiten dat de Vlamingen grotendeels instemmen met een *brede en diverse invulling van het publieke mediamodel*. Ze kiezen niet voor een marginale niche-omroep die enkel brengt wat de markt niet biedt, maar voor een openbare omroep die elke burger tracht te bereiken met een breed en gevarieerd aanbod. Over de genres die daarbij aan bod moeten komen, hebben verschillende publieksgroepen licht uiteenlopende meningen. Dit is onvermijdelijk, want smaken verschillen en de VRT heeft de moeilijke taak aan zoveel mogelijk smaken van een zo breed mogelijk publiek

tegemoet te komen, wat niet vanzelfsprekend is maar vrij goed lukt. Globaal genomen stellen de Vlamingen enerzijds betrouwbare informatie en anderzijds goede ontspanning voorop. Vooral het belang van de VRT als onafhankelijke bron van informatie, zowel op radio, televisie als internet, staat buiten kijf. Een belangrijke vaststelling daarbij is wel dat een groot deel van de Vlaamse bevolking geen probleem heeft met een lichte toon in nieuws- en informatieprogramma's: niet alleen beschouwen ze ontspanning als een kerntaak van de publieke omroep, het is ook een manier om informatie toegankelijk te maken. Terwijl 'infotainment' vaak bekritiseerd wordt in het publieke debat, zijn toegankelijkheid en laagdrempeligheid – ook in nieuwsuitzendingen – belangrijk voor een groot deel van de Vlaamse bevolking. Dit neemt niet weg dat vrijwel iedereen betrouwbaarheid essentieel vindt en dat een minderheid wel degelijk bezwaren heeft tegen deze laagdrempeligheid.

Vergeleken met de publieksbevraging ter voorbereiding van de vorige beheersovereenkomst valt op dat de respondenten over het algemeen tevreden zijn met het cultuuraanbod. Zowel op radio als op televisie verwachten veel respondenten *eerder minder dan meer cultuur*, wat deels verklaard kan worden door de toenemende inspanningen op het vlak van cultuur maar ook deels door de representativiteit van deze steekproef. Terwijl de Vlamingen die deelnamen aan het vorige onderzoek vooral om meer cultuur, educatie, sport en informatie vroegen, blijkt uit ons onderzoek dat de Vlamingen op de VRT-radio vooral meer humor verwachten (en minder sport en cultuur), en op televisie meer film, humor, (eigen) documentaires en muziek (en minder reality-tv, sport en cultuur). Dit bevestigt het belang van een representatieve steekproef: de stemmen die zich spontaan laten horen (in open publieksbevragingen of in het publieke debat) zijn niet noodzakelijk representatief voor de hele Vlaamse bevolking. Dit alles betekent niet dat de Vlaamse bevolking cultuur onbelangrijk vindt: de culturele opdracht van de VRT krijgt ruime steun, waarbij men eerder het breed en toegankelijk informeren dan het leveren van een specialistisch aanbod belangrijk vindt.

Het tweede grote domein dat aan bod kwam in onze bevraging, is de rol van de VRT op het vlak van **innovatie en nieuwe media**. Wat de *eigenheid* van de openbare omroep betreft, vindt het publiek niet zozeer dat de VRT een voortrekkersrol moet spelen, maar gaat men wel akkoord met de nieuwe conceptie van publieke media eerder dan publieke omroep, zolang de 'core business' van radio en televisie niet wordt verwaarloosd. Er is een breed draagvlak voor talloze nieuwe mediatoepassingen. Op het vlak van internet vindt men vooral een goede nieuwssite belangrijk, naast een veilige internet-omgeving voor kinderen. Zelf actief kunnen bijdragen aan nieuwe mediatoepassingen vindt de doorsnee Vlaming veel minder belangrijk. Op het vlak van digitale televisie valt vooral de klemtoon op betaalbaarheid en toegankelijkheid op, wat wijst op het belang van *universaliteit*. Op het vlak van functionele *kwaliteit* is er ruimte voor groei, aangezien er wel degelijk interesse is bij een deel van de bevolking voor nieuwe mediatoepassingen, waarop de VRT verder kan inspelen. Ook demografische *diversiteit* is belangrijk: dit nieuwe aanbod moet voor iedereen toegankelijk zijn. *Innovativiteit* ten slotte staat op dit domein centraal: de Vlamingen vinden technologische innovatie belangrijk, maar niet noodzakelijk meer prioritair dan de klassieke omroeptaken.

Als antwoord op de vraag 'Wat is de rol van de openbare omroep in het digitale tijdperk?', kunnen we besluiten dat er een ruim draagvlak is voor de digitale ontwikkelingen bij de

openbare omroep. Wel moeten we opmerken dat althans een deel van de Vlaamse bevolking relatief conservatief is. Zeker ouderen staan niet onverdeeld positief tegenover nieuwe media-ontwikkelingen. Bovendien overheerst hier zorg om universele toegankelijkheid, zowel technologisch als financieel: veel Vlamingen vrezen dat de uitbreiding van nieuwe media-toepassingen en het digitale programma-aanbod hen meer zal kosten. Wellicht heerst hier ook deels een angst voor het onbekende, waarbij vooral zij die geen toegang hebben tot internet en digitale televisie afkerig staan tegenover nieuwe ontwikkelingen. Het is dan ook belangrijk dit aanbod ruimer bekend te maken en ervoor te zorgen dat het voor iedereen goedkoop toegankelijk blijft.

Het derde domein dat we onderzochten is de **organisatie en financiering** van de VRT. De Vlamingen zijn voorstanders van de huidige duale markt, waarin de publieke omroep echter zijn *eigenheid* moet bewaren. *Universele toegang* is ook hier een belangrijke waarde: men verzet zich tegen financieringsbronnen die het publiek (zeker rechtstreeks) meer kosten. De functionele *kwaliteit* is op financieel vlak vrij hoog: de meeste Vlamingen vinden dat de overheidsmiddelen bij de VRT goed besteed worden. Zij zien kijk- en luistercijfers maar vooral waarderingscijfers als een goede manier om de kwaliteit te toetsen. *Diversiteit* in de vorm van een ruim programma-aanbod vindt men belangrijk, maar rond dure sportrechten heerst grote verdeeldheid. *Innovativiteit* ten slotte vindt op dit vlak onder meer uiting in de samenwerking met commerciële omroepen en het aanboren van nieuwe, commerciële inkomstenbronnen, waar het publiek niet afkerig tegenover staat.

Twee vragen uit het omroepdebat horen bij dit domein. Ten eerste: *Hoe moet de openbare omroep gefinancierd worden en wat betekent dit voor de relatie tussen overheid en openbare omroep enerzijds en tussen de openbare omroep en de ruimere mediamarkt anderzijds?* Zoals hoger gesteld, zijn de Vlamingen vrij tevreden met de huidige situatie en kunnen ze zich over het algemeen vinden in de gemengde financiering van de VRT. Men heeft weinig bezwaren tegen de bestaande commerciële inkomstenbronnen, al verzet men zich wel tegen televisiereclame. Ook tegen alternatieve financieringsbronnen die de consument rechtstreeks betaalt, zoals abonnementen op digitale televisie, is er meer weerstand. Over de relatie tussen de VRT en de ruimere mediamarkt heerst een relatief grote tevredenheid: men vindt de combinatie van publieke en private omroepen belangrijk om tot een evenwichtige en kwaliteitsvolle mediamarkt te komen, al moet de VRT zich wel duidelijk blijven onderscheiden van de concurrentie. Slechts een minderheid vindt dat de publieke omroep door zijn overheidsfinanciering een ongeoorloofd marktvoordeel heeft. Over de verhouding tussen de VRT en de Vlaamse overheid zijn de meningen meer verdeeld: enerzijds is men bezorgd om mogelijke inhoudelijke politieke inmenging, anderzijds vindt men dat de overheid wel degelijk controle mag uitvoeren op het bestuur en de organisatie van de VRT.

Hierbij aansluitend kunnen we de laatste vraag stellen: *hoe moet een openbare omroep geëvalueerd worden?* Kijk- en luistercijfers vindt men een goed kwaliteitscriterium, maar waarderingscijfers vindt men nog belangrijker. Dit sluit aan bij de algemene teneur van het onderzoek: enerzijds vindt men een breed en toegankelijk aanbod voor een ruim publiek – en dus: een groot publieksbereik – belangrijk, anderzijds vindt men kwaliteit, eigenheid en creativiteit zo mogelijk nog belangrijker.



Vrije  
Universiteit  
Brussel



**SMIT**  
STUDIES  
MEDIA  
INFORMATION  
TELECOMMUNICATION

**IES**  
Institute for European Studies  
Vrije Universiteit Brussel

# **De toekomstige plaats en rol van de openbare omroep in Vlaanderen: stakeholderbevraging**

i.o.v. de Sectorraad Media van de SARC  
31 mei 2010

## Samenvatting

*Onderzoeksgroep*  
SMIT, i.s.m. IES (Vrije Universiteit Brussel)

*Onderzoeksteam*  
Dr. Karen Donders, Tim Raats, An Moons en Nils Walravens

*Promotoren*  
Prof. Dr. Pieter Ballon en Prof. Dr. Joke Bauwens

## **In deze samenvatting:**

- Beknopte samenvatting
- Conclusies
- Eindbeschouwing

## Beknopte samenvatting

Op vraag van de Sectorraad Media van de SARC voerden de onderzoekscentra IBBT-SMIT (Centrum voor Studies naar Media, Informatie en Telecommunicatie) en IES (Institute for European Studies) van de Vrije Universiteit Brussel een stakeholderbevraging uit naar de toekomstige plaats en rol van de openbare omroep in Vlaanderen.

Dit rapport bestaat uit drie delen:

1. Theoretisch-historische contextualisering en analytisch kader
2. Bespreking stakeholderposities
3. Vertaalslag naar de beheersovereenkomst

### Theoretisch-historische contextualisering en analytisch kader

Ten eerste is er een contextualisering en theoretische omkadering van het onderwerp, waarna het analytisch kader voor dit onderzoek wordt voorgesteld. Dit kader bestaat uit zes centrale indicatoren: (1) *core*, (2) *cross-media*, (3) *cost*, (4) *clarity*, (5) *control & command*, en (6) *checks & balances*. De centrale indicator *core* is nog eens opgesplitst in acht indicatoren: (1) *channels & brands*, (2) *content production*, (3) *cooperation, partnerships & strategies*, (4) *cultural remit*, (5) *coverage of news & events*, (6) *Cultural diversity, Flemish identity & representation*, (7) *citizen involvement & target group policies*, en (8) *commercialisation & commercial services*.

### Bespreking stakeholderbevraging

Het is aan de hand van deze 14 C's dat, ten tweede, de posities van de bevroegde stakeholders voorgesteld worden. Op basis van deze bespreking identificeren we vier belangrijke conclusies:

1. Er is een groot draagvlak voor een brede publieke omroep. Het nichemodel wordt door de meeste stakeholders afgewezen.
2. Er is een vraag naar meer samenwerking op het vlak van cultuur, sociaal-economische thema's, rechtenbeheer en innovatie.
3. De VRT mag aanwezig zijn op verschillende platformen. Hier pleiten sommige stakeholders voor een eerder voorzichtige houding, terwijl andere stakeholders pleiten voor een cross-mediale publieke omroep.
4. De VRT moet de lat hoog leggen in al haar activiteiten. Op die manier zet ze volgens een meerderheid van de stakeholders de standaard in de markt. Er is een algemene bezorgdheid over tendensen van commercialisering die maken dat de lat niet altijd hoog genoeg gelegd wordt.

We bevroegen 85 stakeholders. Deze vertegenwoordigden de volgende groepen:

- Omroepsector (publieke omroep, private omroepen, productiehuisen, rechtenbeheer, facilitaire bedrijven, ...)
- Distributiesector
- Kranten en journalisten
- Culturele sector (cultuurhuizen, CultuurInvest, ...)
- Middenveld, politieke partijen (vakbonden, consumentenorganisaties, ...)

### Vertaalslag naar de beheersovereenkomst

Ten derde maken we de vertaalslag van de stakeholderposities naar de hernieuwing van de beheersovereenkomst. Op basis van vier beleidsopties – *i.e.* afgeleiden van de verschillende posities van de stakeholders – leggen we voor welke strategieën de overheid kan volgen in het



aanpassen van de beheersovereenkomst. Beide onderzoeksgroepen (*i.e.* IBBT-SMIT en IES) nemen geen standpunt in als het gaat over een concreet te volgen beleidsoptie.

De vier beleidsopties zijn:

1. *Continuo*: weinig aanpassingen aan de huidige beheersovereenkomst.
2. *Coreplus*: verdere evolutie in de richting van een cross-mediale publieke omroep die op alle vlakken een tandje bijsteekt en op een zekere financiering kan rekenen.
3. *Compact*: evolutie weg van de huidige beheersovereenkomst in de richting van (iets) minder publieke omroep, meer regulering en controle en dit vanuit een marktgedreven aanpak.
4. *Commons*: revolutionaire heroriëntering van het omroep- en mediabeleid waarbij publieke taken gedecentraliseerd worden over verschillende publieke spelers.

## Conclusies

Wat kunnen we nu besluiten uit deze diversiteit aan stakeholderposities over de VRT? Het is uiteraard niet aan de orde en ook niet mogelijk om hier een aantal gemeenschappelijke en volledig uitgewerkte actiepunten van het hele veld aan stakeholders op te lijsten.

We zien wel een aantal rode draden. Een aantal topics kwamen – al dan niet vanuit een verschillend perspectief – steevast aan bod in de bevraging van de stakeholders. We lijsten deze onderwerpen met enige toelichting hieronder op.

### **Een breed draagvlak voor een holistische, niet niche, VRT**

Het valt op dat er ondanks ‘geruchten’ die het tegendeel lijken te beweren, feitelijk heel wat steun is voor het behoud en zelfs het versterken van de VRT. We constateerden een groot draagvlak voor een brede publieke omroep.

Het gros van de bevroegde stakeholders is dus voor een holistische publieke omroep. Al pleiten heel wat stakeholders voor een evenwichtiger prioritisering van taken, toch wijzen slechts enkele stakeholders een publieke omroep die ook meer populaire genres brengt af. Heel wat stakeholders beklemtoonden expliciet dat ze een nichemodel naar analogie met het Amerikaanse publieke omroepsysteem afwijzen.

### **Meer samenwerking**

Wel zien we dat er in de veranderende media-omgeving een grote vraag naar meer samenwerking met de VRT is. Algemeen leeft de idee dat het nieuwe medialandschap dit niet alleen wenselijk maar ook nodig maakt. Het gaat echter te ver om te stellen dat stakeholders zich daarom situeren in het *digital commons* perspectief van Murdock (zie punt 2.2 in deel 1 over ‘Theoretische omkadering’). Dat perspectief veronderstelt immers dat de ‘macht’ van de publieke omroep verregaand gedecentraliseerd wordt en de omroep eigenlijk een soort van *nodal point* wordt in een groter netwerk van instellingen die zich inschakelen in het aanbieden van publieke diensten in de communicatie- en culturele sector.

Verskillende mogelijkheden van samenwerking (van vrij losse tot meer georganiseerde structuren) worden voorgesteld in verschillende domeinen waarin de VRT actief is.

- Cultuur: vanuit de culturele sector wordt gepleit voor samenwerking die gaat van consultatie en overleg, en structurele uitwisseling van expertise, tot vormen van co-ownership en uitdenken van gemeenschappelijke langetermijnprojecten.
- Onderwijs: in het onderwijs vraagt men vooral naar meer overleg en zou men graag zien dat het archief ontsloten wordt en meer optimaal gebruikt kan worden voor educatieve doeleinden.
- Diversiteit en gelijke kansen: groepen die minderheden vertegenwoordigen zouden graag (meer) geconsulteerd worden over de beeldvorming van bepaalde minderheden.
- Innovatie: op het vlak van innovatie vragen vooral private mediabedrijven dat de VRT zich meer terughoudend opstelt, de private sector het initiatief laat nemen en op gelijke basis participeert in mogelijke innovatieconsortia.
- Het voorkomen van concurrentievervalsing: vooral private mediabedrijven vragen dat de VRT overlegt voor het in de markt plaatsen van nieuwe mediadiensten.

### **Cross-mediaal, maar met mate ... De VRT moet nieuwe mediaplatformen aanwenden vs. de VRT moet nieuwe mediamarkten aan ‘de markt’ laten**

Het blijkt duidelijk uit de bevraging dat alle stakeholders wijzen op een snel veranderend medialandschap waarin er nieuwe spelregels en vooral nieuwe machtsverhoudingen tussen de

stakeholders zijn. In dit nieuwe landschap, zo maken heel wat stakeholders duidelijk, ligt het epicentrum van de macht bij de distributeurs en zijn er heel wat uitdagingen:

- economische (bv. de zoektocht naar werkbare businessmodellen),
- sociale (bv. hoe iedereen te laten participeren in het publieke debat, evenwichtige beeldvorming),
- juridische (bv. de auteursrechtelijke problematiek), en
- politieke (bv. de vraag van de politiek naar meer kwaliteit en tegelijkertijd een stijging van commerciële inkomsten).

Het is voor heel wat stakeholders echter niet meteen duidelijk wat de rol van de VRT is op nieuwe mediaplatformen. De meeste middenveldorganisaties, culturele instellingen, de publieke omroep zelf en de productiesector zijn niet per definitie gekant tegen een publieke omroep die nieuwe mediaplatformen opzoekt. Integendeel, heel wat van deze stakeholders juichen nieuwe mogelijkheden om de opdracht uit te voeren en bepaalde doelgroepen beter te bereiken toe. Hier wordt men echter wel zelden concreet over. Er is heel wat focus op de ontsluiting van het archief, maar over, bijvoorbeeld, interactie met jongere doelpublieken blijven stakeholders vrij vaag.

Geschreven pers en private omroepen zijn terughoudender op het vlak van de multimediale opdracht en vragen vooral dat de VRT overlegt vooraleer ze diensten in de markt zet. Sommige, maar slechts een beperkt aantal, stakeholders wijzen de multimediale opdracht af.

### **De VRT moet de lat hoog leggen**

Heel wat stakeholders beklemtoonden de maatschappelijke rol van de VRT. De VRT moet met objectieve en kwalitatief hoogstaande informatie- en duidingsprogramma's het geïnformeerd burgerschap bevorderen. De rol van de VRT op het vlak van competentie- en participatieverhoging als het gaat over het publieke forum, cultuurbeleving en onderwijs dient geherwaardeerd te worden.

De idee leeft dat dat laatste niet evident is tegen de achtergrond van een toenemende commercialisering. In die optiek werd er door heel wat stakeholders op gewezen dat het juist in die context aan de VRT is om de norm te bepalen en extra aandacht te besteden aan bovenstaande taken (ook op de open netten!) en bijkomend te investeren in onderzoeksjournalistiek, expertise van het personeel, het volledig benutten van de aanwezige expertise en interne reflectie over de inhoud van nieuws en andere programma's (beeldvorming, keuzes van onderwerpen, enz.).

De norm bepalen betekent voorts dat, indien de VRT in alle genres (ook het populaire) de lat hoog legt, dit kwaliteitsbevorderend werkt voor het brede, ook concurrentiële veld. Heel wat stakeholders wijzen op de noodzaak van deze rol.

Met andere woorden: de VRT moet de lat hoog en liefst zelfs hoger leggen wat betreft al haar activiteiten.

### **Even samengevat**

We lijsten de belangrijkste conclusies met betrekking tot de 14 indicatoren hieronder nog even op. Voor iets uitgebreidere conclusies dienen de 'voorlopige conclusies' onder iedere 'C' geraadpleegd te worden (cf. supra).

<b>Core</b>
Er is een breed draagvlak voor de VRT. Zeker wat betreft radio en televisie ondersteunt of aanvaardt een grote meerderheid van stakeholders een holistische opdracht.
<b>Channels &amp; brands</b>

De huidige televisiekanalen zijn voor de meeste stakeholders afdoende. De VRT en de VRT-vakbonden pleiten voor een ontkoppeling van Canvas en Ketnet. De merkenstrategie van de VRT is voor sommige stakeholders puur instrumenteel. Andere merken hier op dat er volgens hun een te ver doorgedreven commercialisering is.
<b>Content production</b>
De productiesector beklemtoont hoe belangrijk de VRT is voor de onafhankelijke productiesector in Vlaanderen. Dit ook omdat de VRT normbepalend is (of zou moeten zijn) en dus de private sector ook aanzet tot het kopen van kwalitatieve Vlaamse content. Private omroepen wijzen op de macht van de VRT om de prijs te zetten op het vlak van producties.
<b>Cooperation, strategies &amp; partnerships</b>
Alle stakeholders pleiten voor meer samenwerking op verschillende vlakken (cultuur, onderwijs, innovatie, enz.). Met andere woorden: publieke omroepbeleid wordt steeds meer een multi-stakeholderbeleid.
<b>Cultural remit</b>
Cultuur gaat over verwonderen en bewonderen. De VRT levert inspanningen op het vlak van cultuur, maar moet meer in de diepte gaan en cultuur <i>mainstream</i> maken. Vooral voor jongere doelgroepen is een dergelijke benadering belangrijk. Expertise is een actiepunt.
<b>Coverage of news &amp; events</b>
Informatie wordt beschouwd als een kernopdracht van de VRT. De VRT biedt heel wat informatie- en duidingsprogramma's aan. Heel wat stakeholders (vooral vanuit middenveld) vrezen hier echter ook een vervlakking en wijzen op de eenzijdigheid van het aanbod, de vervlakking van de informatie en gesprekken met bijvoorbeeld politici, een gebrekkige representatie van bevolkingsgroepen en een gebrek aan expertise op de redacties. Er is een vrees dat het allemaal vooral heel snel, 'catchy' en hapklaar moet zijn. Zeker op het vlak van informatie wordt de VRT als normbepaler gezien.
<b>Cultural diversity, Flemish identity &amp; representation</b>
Vlaamse identiteit en culturele diversiteit waren geen grote actiepunten. Een goede representatie van bevolkingsgroepen was dat wel. Er werd meer aandacht gevraagd voor personen met een handicap, de beeldvorming over en tewerkstelling van allochtonen, en het bereiken van jongere doelgroepen. Meer bepaald werd het bereiken van de doelgroep 14 tot 18 als problematisch beschouwd.
<b>Citizen involvement and target group policies</b>
Zie bovenstaande. Interactie werd als nieuwe <i>feature</i> van de media-omgeving aangemerkt, maar nooit concreet uitgewerkt door stakeholders.
<b>Cross-media</b>
Sommige stakeholders verkiezen een multimediale omroep. Anderen wijzen dit af. Er lijkt vooral meer nood aan samenwerking en overleg te zijn.
<b>Cost</b>
De VRT heeft volgens heel wat stakeholders recht op adequate financiering. Er is een algemene ongerustheid over een te veel aan commerciële communicatie op de VRT. Wat betreft previews en andere betaaldiensten zien we dat vooral consumentenverenigingen en politieke partijen drukken op de universaliteit van het aanbod. Private omroepen, geschreven pers, productiesector en de VRT zelf hebben hier heel wat minder problemen mee.
<b>Clarity</b>
Iedereen pleit voor een transparante publieke omroep. Er wordt vooral gewezen op de nood aan vergelijkbare jaarrapporten.
<b>Control &amp; command</b>
Er wordt hier gewezen op de fragmentatie van controle, het gebrek aan controle van het marktconforme gedrag van de VRT (vooral dan door private concurrenten) en de nood aan een VRM waarin ook meer media-economen vertegenwoordigd zijn. Heel wat stakeholders wijzen ook op het belang van een onafhankelijke publieke omroep waarin de Raad van Bestuur op basis van merites wordt gekozen en niet, in eerste instantie, op basis van politieke kleur.
<b>Checks &amp; balances</b>
Concurrentie blijft een moeilijk punt. De private omroep- en krantensector verwijt de VRT zich te veel te gedragen als een dominante speler. Dit zowel in de markt van commerciële communicatie als wat betreft de nieuwe media-activiteiten. De VRT geeft hier zelf aan niemand in de markt te willen 'doodknippen'.

Tabel 1: Conclusies voor de 14 indicatoren

## Eindbeschouwing

Als eindconclusie kunnen we zeggen dat een aantal gemeenschappelijke punten op het vlak van samenwerking, het stellen van prioriteiten, de blijvende rol van de openbare omroep, enz. in dit onderzoek geïdentificeerd werden (zie punt 8 over ‘Voorlopige conclusies’ in deel 2). Het blijft evenwel moeilijk (en *in fine* ook weinig wenselijk) om de diverse stakeholderposities in dit onderzoek te generaliseren. Aangezien de meeste actoren de toekomst van de VRT vooral plaatsen in het licht van de eigen belangen (en sommige opinies ook zeer sterk gevoelsmatig bleken te zijn), zijn stakeholderposities heel uiteenlopend, maar daarom uiteraard niet minder relevant. Het onderzoeksteam heeft getracht enige structuur en duidelijkheid te scheppen in de posities van de verschillende stakeholders enerzijds en anderzijds de diversiteit aan standpunten en de nuance hierin te behouden. Het is daarom volgens ons belangrijk dat dit rapport niet aangewend wordt om bepaalde stakeholderposities of zelfs singuliere uitspraken van stakeholders te isoleren, maar de resultaten van dit onderzoek effectief in hun context te plaatsen.

Generaliserend gesteld waardeerden heel wat stakeholders het initiatief om alle stakeholders te bevragen in het kader van een herziening van de beheersovereenkomst en werd een dergelijke oefening gezien als een eerste stap in de evolutie naar een meer consultatiegerichte ontwikkeling van het Vlaamse mediabeleid.

Het onderzoeksteam wenst alle stakeholders uitdrukkelijk te danken voor hun bereidwillige en enthousiaste medewerking aan het onderzoek.