

Samenstelling: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap
Administratie Media
Afdeling Media en Film
Kon. Albert II-laan 7, 3^{de} verdieping
1210 Brussel

Goedgekeurd door de Vlaamse Mediaraad op 24 maart 2003

INHOUDSOPGAVE

WOORD VOORAF	3
SAMENSTELLING VAN DE VLAAMSE MEDIARAAD OP 31 DECEMBER 2002.....	5
 WERKING	 6
 ADVIEZEN	 8
CHRONOLOGISCH OVERZICHT VAN DE ADVIEZEN	8
INHOUDELIJK OVERZICHT VAN DE ADVIEZEN	9
 BIJLAGE	 14

Woord vooraf

In de loop van 2002 heeft de Vlaamse Mediaraad opnieuw aandacht besteed aan het thema mediaconcentratie en diversiteit. Het eerste lijvige rapport werd aangevuld met de reclamebestedingen in de diverse media. Deze cijfers konden na herhaaldelijk aandringen bij een aantal media-instanties blijkbaar niet verstrekt worden en dit veroorzaakte een hiaat in het rapport omdat een overzicht van de media-reclamemarkt ontbrak. Voor de tweede versie bekwamen wij de cijfers tegen betaling van Carat Crystal zodat de tweede versie van het rapport een vollediger beeld brengt van de hele Vlaamse mediamarkt.

Meteen wensen wij hierbij te onderstrepen hoe belangrijk het is om op een goede databank inzake media-investeringen te kunnen terug vallen. Wij juichen dan ook het initiatief van minister Van Mechelen toe om in de toekomst een dergelijke databank die met vaste regelmaat geactualiseerd wordt, uit te bouwen.

In de loop van 2002 besloot minister Van Mechelen een nieuw rapport inzake mediaconcentratie en pluriformiteit te laten opstellen door Ernst & Young. Dit rapport analyseert de Vlaamse mediamarkt en komt tot gelijkaardige conclusies als het rapport van de Mediaraad. Ernst & Young hebben bovendien een poging ondernomen om een systeem van meetindicatoren aan te wijzen om de grootte van mediaconcentraties en de graad van diversiteit te meten. Dit knipperlichtmodel kan enkel gerealiseerd worden mits de aanwezigheid van een constant geactualiseerde databank, en waarbij men kan rekenen op de nodige loyauteit van de media-actoren om deze gegevens correct te bezorgen.

Eén van de thema's, die de Vlaamse Mediaraad steeds ter harte heeft genomen is de levensvatbaarheid van de regionale televisie-omroepen. De leden van de Mediaraad hebben dan ook tot hun spijt moeten vaststellen dat andermaal een aantal van haar aanbevelingen niet in de regelgeving werden opgenomen (meer openbare middelen en complementariteit ten aanzien van de andere omroepen alsook het toekennen van de kabelrechten aan de regionale omroepen werden in het decreet geschrapt).

Wat de regionale/lokale radio-omroepen betreft bracht de Mediaraad op eigen initiatief een advies uit. Naast het aandringen op een herschikking en optimalisatie van het radiofrequentieplan, hield de Mediaraad een pleidooi om radio-omroepen te organiseren in socio-geografische entiteiten al dan niet in samenwerkingsverband en bovendien voldoende ruimte te voorzien voor onafhankelijke, kleinschalige initiatieven. Dit advies werd ondertussen achterhaald door een nieuw decreet op de particuliere radio's, dat op verschillende punten afwijkt van het standpunt van de Mediaraad. Eén ding is voor iedereen vandaag duidelijk, de moeilijkheden inzake het frequentieplan blijven aanmodderen.

Op verzoek van de minister bracht de Mediaraad advies uit over de implementatie van de Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake elektronische communicatienetwerken en diensten. Het werd een uitvoerig document waarbij diverse aspecten belicht werden. Tot op heden kwam er geen feedback op dit advies.

De Mediaraad formuleerde ook een aantal kritische bemerkingen bij de Beleidsbrief 2002. o.m. met betrekking tot de kwaliteitsmeting bij de VRT, het e-VRT project, de

financiering en inhoudelijke invulling van regionale televisie, de transparantie rond de kabelexploitatie, de opdracht van de Vlaamse Geschillenraad en de Raad voor Journalistiek, het bevoegdheidsconflict tussen de Vlaamse Gemeenschap en de Federale overheid inzake het recht van antwoord, etc.

Wij kunnen ons niet ontdoen van de indruk dat er zich een zekere moedeloosheid heeft meester gemaakt bij diverse leden van de Mediaraad. De vergaderingen worden vaak door slechts een beperkt aantal leden bijgewoond en voor het vrijwilligerswerk van een werkgroep haken de meesten af. Het wordt voor velen immers duidelijk dat een echte dialoog over het mediabeleid niet tot stand komt. Iedereen blijft binnen zijn eigen hokje werken. Noch vanwege het kabinet, noch vanwege de Commissie Media van het Vlaamse Parlement, noch vanwege politici en beleidsverantwoordelijken, noch vanwege het Commissariaat voor de Media, noch vanwege de media zelf komt er feedback op de adviezen en initiatieven van de Mediaraad. Er wordt veel naast elkaar gewerkt.

Het gebrek aan inzet en dynamiek binnen de Mediaraad houdt uiteraard ook verband met de werkoverlast van de meeste leden. Precies om deze reden wens ik al diegene van harte te danken, die toch nog de “moed” en de “moeite” konden opbrengen om de vergaderingen bij te wonen. Een heel bijzonder woord van dank voor hen, die nog een stap verder gingen en bereid waren deel uit te maken van een werkgroep.

Zoals in alle vorige rapporten, wens ik tenslotte de hele staf van de Administratie veel sterkte toe en hoop samen met hen op de reeds zo lang beloofde personeelsuitbreiding.

Prof. Dr. Els De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

Samenstelling

Samenstelling van de Vlaamse Mediaraad op 31 december 2002

Effectief lid

Mediadeskundigen

De Bens Els – voorzitter
Dumortier Jos
Van den Bulck Jan
Voorhoof Dirk
Pauwels Caroline

Plaatsvervangend lid

Vyncke Patrick
Valcke Peggy
Vandebosch Heidi
Castille Valérie

Vertegenwoordigers van de gebruikers

De Bethune-Drieskens A.
Van Poucke Wim
Mechels Ivo
Notte Johan

Houthuys Kris
Joossens Luk
De Koster Olivia
Van De Genachte Catherine

Vertegenwoordigers van de mediasector

Verfaellie Marleen
Fordyn Alex
Vercruysse Lut
Convent Christophe

Bonamie Philippe
Van Ransbeek Roger
Neyts Freddy
Copers Annemie
Blomme Etienne¹
Steegmans Patrick

Peeters Jan

Meysmans Monika
Monique Van Trappen
Breuls Paul
Gi Mateusen
Van Moer Greta
Persoons Philippe
Vanheerentals Luc
Beyltjens Eddy
De Paepe Robert

¹ Opvolger van Guy Peeters

Werking

Aantal algemene vergadering

De Vlaamse Mediaraad kwam acht maal samen in 2002.

Overzicht van de vergaderingen met de vermelding van het aantal aanwezigen per vergadering

<i>Data</i>	<i>Aantal aanwezigen</i>
28 januari	14
4 maart	12
28 mei	8
28 juni	11
8 juli	12
16 september	9
18 november	14
16 december	4

Werkgroepen ad hoc

De Vlaamse Mediaraad richtte in 2002 drie werkgroepen op omtrent volgende thema's: lokale radio, convergentie, must carry.

De werkgroep concentratie, opgericht in 2001, kwam ook in 2002 nog een keer samen, met het oog op het tweede rapport inzake concentratie en pluralisme in de media.

Werkgroep lokale radio

Leden: F. Neyts, P. Persoons

Externen: F. Saeys, H. Van Pelt

Deze werkgroep werd opgericht in april en deed voorbereidend werk voor het advies inzake particuliere radio's, naar aanleiding van het ontwerp van decreet.

Binnen de werkgroep zijn verschillende invalshoeken aan bod gekomen. De werkgroep ging uit van maximale technische mogelijkheden, los van de indeling van de frequentieband in 3 banddelen.

Deze werkgroep kwam 2 maal samen en zorgde voor een ontwerp tekst die mits een aantal kleine aanpassingen door de algemene vergadering werd goedgekeurd.

Werkgroep convergentie

Leden: P. Valcke (voorzitter), E. Beyltjens, G. Van Moer, L. Vercruyssen, P. Persoons,
Externen: D. Stevens, L. Elias, L. Vanfleteren, F. Logghe

Deze werkgroep werd opgericht in mei 2002, naar aanleiding van de vraag om advies van de heer minister inzake de richtlijnen van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake elektronische communicatienetwerken en -diensten en de Beschikking inzake het Radiospectrumbeleid (Publicatieblad E.G. 24 april 2002, afl. L 108).

De werkgroep kwam twee maal samen; een eerste vergadering was in hoofdzaak een brainstorming omtrent de voornaamste aandachtspunten. Op basis van deze bespreking werd een eerste ontwerpadvies opgesteld dat tijdens een tweede vergadering werd besproken. Dit resulteerde in een tweede ontwerp dat later aan alle leden van de Vlaamse Mediaraad werd voorgelegd tijdens de vergadering van september 2002.

Het ontwerp werd zonder verdere opmerkingen goedgekeurd, mits een tekstuele aanpassing.

De Mediaraad besliste toen ook de problematiek inzake must carry afzonderlijk te behandelen. Hiervoor werd eveneens een werkgroep opgericht.

Werkgroep must carry

Leden: E. De Bens, C. Pauwels, P. Valcke, G. Van Moer, L. Vercruyssen, E. Beyltjens, M. Van Trappen, P. Breuls, V. Castille, M. Verfaellie, D. Voorhoof, C. Convent, I. Mechels, F. Neyts

Externen: L. Vanfleteren, P. Dockx

Deze werkgroep werd opgericht naar aanleiding van het advies inzake de telecomrichtlijnen. De Mediaraad besliste de problematiek inzake must carry afzonderlijk te behandelen. Deze werkgroep kwam voor het eerst samen in oktober en hield later nog één vergadering. Na overleg werden de werkzaamheden stopgezet, door een gebrek aan transparantie wat betreft cijfergegevens.

Adviezen

Chronologisch overzicht van de adviezen

Onderwerp

Advies nummer - datum

- | | |
|--|------------------------------|
| ✓ Grondige en gedetailleerde lezing van de beleidsbrief Media 2002 | |
| ✓ Regionale televisie-omroepen | 2002/001 – 4 maart 2002 |
| ✓ Particuliere radio-omroepen | 2002/002 – 28 mei 2002 |
| ✓ Voorontwerp van decreet houdende het Vlaams geïntegreerd beleid voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media | 2002/003 – 28 juni 2002 |
| ✓ Uitvoering van de wet van 23 januari 2002 betreffende de reclame voor motorvoertuigen | 2002/004 – 28 juni 2002 |
| ✓ Concentratie en pluralisme in de media, aanvulling op het advies nr. 2001/006 | 2002/005 – 8 juli 2002 |
| ✓ De richtlijnen van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake elektronische communicatienetwerken en -diensten en de Beschikking inzake het Radiospectrumbeleid (Publicatieblad E.G. 24 april 2002, afl. L 108). | 2002/006 – 16 september 2002 |
| ✓ Voorontwerp van besluit van de Vlaamse regering houdende wijziging van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria om te worden erkend als landelijke radio-omroep | 2002/007 – 18 november 2002 |

Inhoudelijk overzicht van de adviezen

Hierna volgt een bondig overzicht van de adviezen. De integrale teksten zijn als bijlage terug te vinden.

Grondige en gedetailleerde lezing van de beleidsbrief Media 2002 – zie bijlage p. 15

De Mediaraad hield op eigen initiatief een grondige lezing van de beleidsbrief, met bijzondere aandacht voor een aantal beleidsopties waarbij de Mediaraad het opportuun acht om een advies voor te bereiden.

Concreet besliste de Raad de werkgroep Mediaconcentratie opnieuw samen te roepen om een uitbreiding van het rapport 2001 tot stand te brengen, met bijzondere aandacht voor de reclame-inkomsten van de verschillende media-ondernemingen, de tijdschriftenmarkt en de audiovisuele sector. Ook de allianties, die de mediagroepen onderling aangingen en hun participaties in diverse mediasectoren werd duidelijker in kaart gebracht.

Ook inzake regionale televisie zal een nieuw advies worden uitgebracht. De Raad stelde immers vast dat het advies op een aantal punten niet werd gevolgd, meer bepaald inzake de complementariteit en de financiering. Het advies van de Raad heeft nog steeds de steun van de sector en bijgevolg zullen de pijnpunten in een tweede advies opnieuw worden aangekaart.

Inzake de liberalisering van het radiolandschap werd een nieuwe werkgroep opgericht om een advies voor te bereiden inzake de erkenning van lokale en regionale radio's.

Wat betreft must carry en het kabelaanbod is de Mediaraad nog steeds van mening dat transparantie een noodzaak is en hoopt op de sector te kunnen rekenen voor meer duidelijkheid.

De Mediaraad formuleerde verder nog opmerkingen inzake de beheersovereenkomst van de VRT, TDAB, de evenementenregeling, telecommunicatie, journalistiek en steun aan de pers, toezicht op de mediasector, recht op antwoord, film in Vlaanderen, de informatiemaatschappij, Digitaal Actieplan Vlaanderen en e-VRT.

Regionale televisie-omroepen – zie bijlage p. 21

Dit advies werd uitgebracht naar aanleiding van de lezing van de beleidsbrief 2002 en heeft eveneens aansluiting bij de adviezen 2001/001 en 2001/005. De Mediaraad stelde vast dat de vermelde adviezen slechts gedeeltelijk in de regelgeving werden omgezet.

De voornaamste punten zijn:

- aanpassing van het regelgevend kader: bij de definitie van regionale omroepen werd de nota complementariteit ten aanzien van de andere omroepen in de decreten geschrapt. De Mediaraad vreest dat dit op termijn de eigenheid van de regionale omroepen in het gedrang zal brengen.

- gemengde financiering: de Vlaamse Mediaraad blijft aandringen op een gemengde financiering; op basis van enkel commerciële inkomsten kunnen de omroepen hun taak niet naar behoren blijven vervullen. Tot op heden bestaat enkel onrechtstreekse financiering vanwege de overheid, onder vorm van overheidscommunicatie. Continuïteit is op dit vlak erg belangrijk, de raad stelt voor hier op lange termijn een protocol omtrent af te sluiten.

- kabelrechten: de Vlaamse Mediaraad blijft aandringen dat de overheid bij de kabelmaatschappijen zou tussenkomen opdat aan de regionale omroepen een aandeel in de kabelrechten zou worden toegekend.

Particuliere radio-omroepen – zie bijlage p. 23

De Vlaamse Mediaraad bracht op eigen initiatief een advies uit naar aanleiding van de lezing van de beleidsbrief 2002.

Volgende aandachtspunten komen in het advies aan bod:

- herschikking en optimalisatie van het radiofrequentieplan voor een maximaal gebruik van de frequenties binnen de Vlaamse Gemeenschap;
- opteren voor radio-omroepen voor socio-geografische entiteiten die al dan niet in samenwerkingsverband kunnen georganiseerd zijn.
- opheffen van het verbod van rechtstreekse en onrechtstreekse bindingen tussen de rechtspersonen die andere particuliere radio-omroepen exploiteren en beheerder of bestuurder te zijn in meerdere radio-omroepen;
- behoud van voldoende ruimte binnen het frequentieplan voor onafhankelijke, kleinschalige initiatieven, die ook doelgroepgericht of thematisch kunnen zijn;
- inhoudelijke, programmatorische, organisatorische en financiële elementen, alsook verscheidenheid in de formats en organisatievormen van de radio-omroepen als basis voor de erkenning te laten fungeren.

Voorontwerp van decreet houdende het Vlaams geïntegreerd beleid voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media – zie bijlage p. 25

Met een brief van 6 juni 2002 vraagt de directeur-generaal van de administratie Cultuur om advies met betrekking tot het voorontwerp van decreet houdende het Vlaams geïntegreerd beleid voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media.

Het voorontwerp van decreet voor de oprichting van een "Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media" brengt een fundamentele wijziging aan, schaft de Vlaamse Mediaraad af en incorporeert het mediabeleid in deze nieuwe overkoepelende Raad.

De Vlaamse Mediaraad zet zich met klem tegen dit voorstel af en wel om volgende redenen:

- De nieuwe overkoepelende Raad krijgt adviesbevoegdheid over zes zeer uiteenlopende domeinen, nl. *kunsten* (podiumkunsten, muziek, beeldende kunsten, letteren, architectuur en vormgeving), *sociaal-cultureel werk*, *erfgoed* (musea, volkscultuur, archief), *jeugd*, *sport* en *media*.

Gezien de complexiteit en specificiteit van de mediasector, is de Vlaamse Mediaraad ervan overtuigd dat deze sector een afzonderlijk adviesorgaan nodig heeft. De media vervullen naast hun culturele rol tevens een belangrijke maatschappelijke en een economische functie.

- De taakomschrijving van de adviescommissies en de ad hoc op te richten werkgroepen betreft in hoofdzaak het subsidiëringsbeleid.

Zelfs indien er toch een adviescommissie en ad hoc technische werkgroepen m.b.t. mediabeleid zouden kunnen opgericht worden (weliswaar nergens expliciet voorzien in de ontwerp tekst), dan zou dit een coherent en op de actualiteit inspeland mediabeleid niet bevorderen.

Bovendien ontstaat hier een beleidsproces met veel tussenstappen en waarbij uiteindelijk de twaalf deskundigen van de Raad zelf bepalen welke adviezen al dan niet zullen uitgebracht worden. Een dergelijk model werkt niet, heeft een verlamdend effect en is contraproductief.

- Het ontwerp voorziet nergens dat de media-advisering tot stand komt, zoals thans het geval is, door de dialoog tussen enerzijds mediadeskundigen en anderzijds experts van de mediasectoren zelf. De expertise en ervaring van vertegenwoordigers van de mediasector zelf zijn onmisbaar.

Uitvoering van de wet van 23 januari 2002 betreffende de reclame voor motorvoertuigen – zie bijlage p. 27

Naar aanleiding van de wet Ansoms van 23 januari 2003 brengt de Mediaraad op eigen initiatief een advies uit. Deze wet legt de verplichting op om bij iedere reclamespot voor motorvoertuigen een mededeling toe te voegen die wijst op de verantwoordelijkheid van de bestuurder in verband met een veilig rijgedrag.

Raad is van oordeel dat bij de invulling van de uitvoeringsbesluiten van deze wet rekening moet worden gehouden met een specifieke regeling voor de audiovisuele mediasector, vooral voor het medium radio.

De Raad wijst erop dat de audiovisuele sector in sterke mate afhankelijk is van reclame-inkomsten en dat hier naar een billijke oplossing moet gezocht worden. Het voorstel van de radiosector om ter compensatie gratis zendtijd ter beschikking te stellen voor campagnes veilig rijden, zou kunnen tegemoet komen aan de intentie van de wet.

Aangezien het een federale materie betreft werd dit advies ook bezorgd aan de bevoegde ministers Piqué en Durant, in de hoop dat dit advies meer dan een signaalfunctie is en dat men in de toekomst voor de verplichte vermeldingen in bepaalde reclameboodschappen uitzonderingsregels voor de audiovisuele sector zal maken en dit onder bepaalde voorwaarden.

Concentratie en pluralisme in de media, aanvulling op het advies nr. 2001/006 – zie bijlage p. 29

Op eigen initiatief bracht de Mediaraad een tweede advies uit inzake concentratie en pluralisme in de media. Het betreft een aanvulling op het rapport van mei 2001

Extra aandacht ging uit naar de reclame-inkomsten van de verschillende media-ondernemingen, de tijdschriftenmarkt en de audiovisuele sector. Ook de allianties, die de mediagroepen onderling aangingen en hun participaties in diverse mediasectoren werd duidelijker in kaart gebracht.

Men zou aan dit rapport kunnen verwijten dat het in zekere zin achterhaald is omdat het aan de mediasituatie in 2001 en 2002 geen aandacht schenkt. Globale cijfers voor 2002 waren op het ogenblik van de redactie van dit rapport uiteraard nog niet beschikbaar. Bovendien is het evident dat zich in 2001 geen aardverschuivingen in het Vlaamse medialandschap hebben voorgedaan. Toch worden belangrijke nieuwe trends wel vermeld: bv. de daling van de reclame-inkomsten in 2001/ 2002, de kleine verschuivingen inzake verkochte verspreiding van de dagbladen, de nieuwe situatie VAR/ VUM, de nieuwe beheersovereenkomst voor de VRT in 2002 en de nieuwe situatie van VT4.

Het tweede deel van de oorspronkelijke versie waarin de regelgeving voor mediaconcentratie op het Vlaamse, federale en Europese niveau werd uiteengezet, blijft ongewijzigd omdat deze teksten volledig en nog steeds up to date zijn. De suggesties voor aanbevelingen werden eveneens uitgebreid.

De richtlijnen van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake elektronische communicatienetwerken en -diensten en de Beschikking inzake het Radiospectrumbeleid (Publicatieblad E.G. 24 april 2002, afl. L 108) – zie bijlage p. 83

Met een brief van 30 mei 2002 vroeg Vlaams Minister Van Mechelen om advies omtrent deze richtlijnen.

Het advies omvat volgende punten:

- toepassingsgebied van de richtlijn: enkel omtrent transport, niet omtrent inhoud. De omzetting van de richtlijn dient dus zowel door de Federale Overheid als de Gemeenschappen te gebeuren, liefst met een samenwerkingsakkoord. Er worden drie juridische mogelijkheden van samenwerkingsakkoord uitgelegd;
- suggestie voor aanpassing van de gecoördineerde mediadecreten, integratie van het decreet van 3 maart 2000 (televisiesignalen) en het decreet van 17 maart 1998 (vrije nieuwsgaring);
- een onafhankelijke regulerende instantie is een noodzaak. Het VCM zou als regulator kunnen optreden;
- criteria inzake markttoegang, controle op dominante marktpositie en oneerlijke concurrentie;
- algemene machtiging met kennisgeving in plaats van erkenning voor de kabel / individuele vergunningen voor frequenties kunnen blijven;

- graafrechten: procedures voor toekenning moeten transparant en niet-discriminerend zijn, ook duidelijkheid over de bevoegde instantie (Gewesten: Ruimtelijke Ordening);
- consumentenbescherming: o.a. bepalingen inzake must carry, dit is nog toegelaten, maar de richtlijn spreekt zich niet uit over hoe ver dit mag gaan;
- decoders: de bepalingen uit de richtlijn inzake televisienormen (1995) zijn nu geïntegreerd in het telecompakket;
- aanmoedigen van standaarden;
- toepassing van de regelgeving behoort tot de bevoegdheden van de regulerende instantie.

Voorontwerp van besluit van de Vlaamse regering houdende wijziging van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria om te worden erkend als landelijke radio-omroep – zie bijlage p. 92

Met een brief van 4 november 2002 vraagt Vlaams minister Dirk Van Mechelen om advies inzake dit voorontwerp.

De Mediaraad brengt gunstig advies uit, mits een aantal opmerkingen:

- de Raad wil een sterkere formulering voor de toetsing van de aanvragen aan de aanvullende kwalificatiecriteria en dit teneinde latere wijzigingen te kunnen beoordelen.
- samenwerking tussen regionale radio en regionale televisie is mogelijk, mits een wederzijds akkoord. Aangezien in sommige provincies twee regionale televisie-omroepen actief kunnen zijn, dient dit dus ook in het meervoud te worden vermeld.
- wat betreft de meldingsplicht inzake latere wijzigingen aan het dossier is de Mediaraad van oordeel dat louter melden in sommige gevallen niet volstaat. Fundamentele wijzigingen, die de beoordeling van de kwalificatiecriteria kunnen beïnvloeden, vereisen volgens de Raad ook een voorafgaande toestemming.

Bijlage

Grondige en gedetailleerde lezing en bespreking van de Beleidsbrief Media 2002 van minister Dirk Van Mechelen door de Vlaamse Mediaraad

De voorzitter merkt op dat deze Beleidsbrief tegelijkertijd een jaarverslag van 2001 is en een beleidsbrief waarin een toekomstvisie wordt uiteengezet. Een grondige lezing van deze beleidsbrief is nuttig. Zo wordt in de Beleidsbrief af en toe verwezen naar adviezen van de Mediaraad en de wijze waarop ze al dan niet een invulling kregen in het mediabeleid. De leden van de Mediaraad kunnen zich hierbij de vraag stellen in hoeverre het wenselijk is bepaalde adviezen opnieuw te bekijken, aan te vullen en te herformuleren.

De Beleidsbrief bevat alleszins ook een aantal beleidsopties waarbij de Mediaraad het opportuun kan achten om reeds uit eigen initiatief een werkdocument en advies voor te bereiden.

Alvorens met de lezing te starten merkt de voorzitter op dat over het algemeen de adviezen van de Mediaraad weinig aandacht kregen en dat er een grotere openbaarheid moet aan gegeven worden door ze op een meer actieve, directe wijze te verspreiden bij o.m. de leden van de Commissie Media van het Vlaamse Parlement, politici, beleidsverantwoordelijken, de diverse media-instellingen en dergelijke.

✓ Mediaconcentratie en de rol van het VCM – p.3 e.v.

In de paragraaf over mediaconcentratie van de Beleidsbrief wordt niet éénmaal verwezen naar het advies dat door de Mediaraad werd uitgebracht. De Mediaraad legde immers in de loop van 2001 een 41 blz. tellend rapport neer i.v.m. mediaconcentratie en pluralisme. In de tekst worden een aantal zinnen uit het advies overgenomen maar de leden stellen vast dat zij niet eens weten of dit advies, waaraan nochtans door de werkgroep hard gewerkt werd, ooit besproken werd. Op het einde van de tekst (p5) staat wel vermeld dat de Mediaraad een advies uitbracht maar dat de adviezen "te tijdsgebonden" zijn en dat een screening van de mediamarkt noodzakelijk is. Precies wat de Mediaraad had gedaan: aan de hand van een screening en een analyse van het wettelijk kader een goed, onderbouwd document voorbereiden op basis waarvan een advies geformuleerd werd. .

Het voorstel dat het VCM deze screening van het medialandschap in de toekomst op zich zou nemen en hierover rapporteren namelijk "zodat maatschappelijke en politieke complicaties van horizontale en verticale mediaconcentraties zouden gerapporteerd worden" en "zodat dreigende machtsposities of dominanties, die het media-aanbod onder druk zouden zetten, tijdig onderkend zouden worden", wekte bij een aantal leden van de Mediaraad verbazing op. Het VCM moet, aldus de Vlaamse Mediaraad, enkel toekijken of de bestaande wettelijke criteria al of niet overtreden worden maar het is niet de taak van het VCM om een maatschappelijk debat over mediaconcentratie op gang te brengen. Dit kan enkel in het kader van een ruimer discussieforum waar naast juristen ook media-experten aan deelnemen.

Naar aanleiding van de recente discussie over mediaconcentratie, die opnieuw aangewakkerd werd door de nieuwjaarsspeech van gedelegeerd bestuurder B. De Graeve wordt besloten het advies over mediaconcentratie en pluralisme opnieuw te bekijken. De kritiek, die vroeger al geuit werd dat er te weinig met de marktaandeelen uit reclame-inkomsten werd rekening gehouden, is terecht maar door gebrek aan bronnenmateriaal werd dit luik onvoldoende uitgewerkt. Er wordt dan ook besloten de werkgroep opnieuw samen te roepen.

✓ ***Beheersovereenkomst VRT – p.7 e.v.***

De koppeling van de begrippen kwaliteit en bereik is niet altijd even duidelijk. Kwalitatieve vernieuwing is het centrale concept in de beheersovereenkomst, maar de vraag is hoe dit kan worden geëvalueerd, meer bepaald aan de hand van welke criteria.

De Mediaraad besluit iemand van de VRT uit te nodigen om toelichting te geven omtrent de toepassing en meetbaarheid van kwaliteitscriteria.

Verder brengt de beleidsbrief een samenvatting van de beheersovereenkomst.

De discussie over het VRT- e-platform en de keuze om met terrestriële digitale tv te starten wordt uitgesteld naar de afzonderlijke paragraaf e-VRT.

✓ ***Liberalisering van het radiolandschap – p.13 e.v.***

Een concrete invulling voor de verdeling en toewijzing van de frequenties voor lokale, provinciale, regionale, al of niet in netwerking, komt in de tekst niet ter sprake en is nochtans zeer dringend.

Regionale en lokale radio's lopen het risico hun herkenning kwijt te spelen. De erkenningen lopen tot einde 2002, wat economische en juridische onzekerheid impliceert voor de sector.

De Vlaamse Mediaraad kan dit dossier best op voorhand aanpakken, om te vermijden dat plots advies zal worden gevraagd. Ketenvorming is nu toegestaan, worden dit later de provinciale radio's? Belangrijk is te weten welke beleidsoptie men zal nemen.

Er wordt een werkgroep opgericht die zo snel mogelijk een ontwerp van advies i.v.m. lokale/regionale radio's zal uitbrengen.

✓ ***TDAB – p.17.***

Wat betreft digitale radio liggen de blokken ongeveer vast maar meerdere leden van de Mediaraad wijzen er op dat zoals trouwens de buitenlandse ervaring ons leert, digitale radio nog ver van ons af ligt en wegens te hoge kosten zowat overal wordt uitgesteld. De zinsnede in de Beleidsbrief dat “de omroepen zullen aangemoedigd worden om digitale uitzendingen te verzorgen bij de lancering van digitale radio” is dan ook wel voorbarig.

✓ ***Regionale televisie – p.19 e.v.***

De leden van de Mediaraad stellen vast dat het advies van de Mediaraad m.b.t. regionale televisie (2000) op een aantal punten fundamenteel afwijkt van het nieuwe decreet. Regionale televisieomroepen hebben steeds hun complementariteit beklemtoond en dit deed ook het advies. In de definitieve tekst is dit geschrapt. Ook de besluitvorming wat de financiering betreft namelijk in de eerste plaats reclamegelden stemt tot nadenken. De resultaten van de studie in opdracht van de Minister inzake financiële leefbaarheid werden door de sector volledig in vraag gesteld.

Het advies van de Mediaraad heeft nog steeds de steun van de sector.
Een ontwerp tekst zal worden opgesteld, om bepaalde pijnpunten opnieuw aan te kaarten, de financiering de kabelrechten en de samenwerkingsmogelijkheden in het bijzonder.

✓ ***Kabelaanbod – p.24 e.v.***

De Mediaraad vroeg in haar advies omtrent het kabelaanbod om meer transparantie over vergoedingen, auteursrechten, naburige rechten, carriage fee, must-carry,...

Volgens een vertegenwoordiger van de kabelmaatschappijen is het correct dat er nog steeds geen transparantie is. De zaak omtrent de rechten is in beweging. De kabelmaatschappijen willen hiervoor een andere benadering. Een aantal zaken liggen echter contractueel vast en zijn vertrouwelijk.

Onderhandelingen met Sabam en andere organisaties blijven eveneens lopen.

De Mediaraad hoopt op de sector te kunnen rekenen om meer duidelijkheid, meer transparantie m.b.t. exploitatie van kabel te kunnen bekomen.

✓ ***Evenementenregeling – p. 26***

Wat betreft de evenementenregeling, licht de administratie toe dat de Vlaamse Gemeenschap de lijst heeft ingediend (door de Mediaraad goedgekeurd), maar dat Europa deze niet heeft goedgekeurd, daar er één enkele lijst moet komen voor België, eventueel met bijkomende evenementen voor de Gemeenschappen.

✓ ***Telecommunicatie en de bevoegdheid van de Vlaamse Gemeenschap – p.26***

De zinsnede in de beleidsbrief waarin gesteld wordt dat de Vlaamse Gemeenschap een zo groot mogelijke bevoegdheid moet verwerven inzake telecommunicatie, is hoogst merkwaardig en vraagt om meer duidelijkheid gezien het huidige wettelijke kader waarbij telecom een federale bevoegdheid is.

✓ ***Journalistiek – p.27 e.v.***

Steunmaatregelen

De Mediaraad wenst meer informatie te bekomen over de activiteiten en toegekende subsidies van de Stichting Vlaamse Pers. Een algemene informatieronde omtrent de steun aan de pers, die door deze Stichting verleend werd in het verleden zou wenselijk zijn. De administratie belooft dit document te bezorgen.

De administratie Media licht toe dat vanaf het tweede protocol geen enkele subsidie vanuit de administratie Media werd toegekend aan de Stichting.

Toch dringt de voorzitter er op aan een overzicht te bekomen van alle initiatieven met steun aan de pers, ook al zijn ze ondergebracht in andere diensten (bijv de steun aan digitale nevenactiviteiten van dag- en weekbladen).

✓ ***Raad voor Journalistiek/Vlaamse Geschillenraad – p.27 e.v.***

Naar aanleiding van de toenemende druk op journalisten en recente incidenten wordt het debat rond een Raad Voor Journalistiek acuut. Ook de steeds terugkerende vraag naar een degelijk journalistenstatuut zal de Mediaraad er toe aan zetten om grondig aandacht aan deze problematiek te besteden. In de nabije toekomst zal de Mediaraad infosessies organiseren m.b.t. deze materie.

Bij de opsomming van de doelstellingen van deze Raad wordt in de Beleidsbrief gesteld dat nieuwsvoorziening niet enkel een verantwoordelijkheid is van de journalist, maar ook van “de hoofd- en eindredacteuren, de bedrijfsverantwoordelijken en de reclamemensen”. Bij de leden van de Mediaraad rijzen er vragen over de rol van de reclamemensen bij het beoordelen van de journalistieke deontologie.

Er wordt tevens op gewezen dat de Vlaamse Geschillenraad voor radio en televisie blijft bestaan en dat dit tot moeilijkheden kan leiden. De Geschillenraad is in principe eveneens bevoegd om toe te kijken op de journalistieke deontologie van de informatieve programma's op radio en tv. De terughoudendheid van de VRT om aan de Raad voor Journalistiek mee te werken, moet dan ook in deze context begrepen worden. Het is immers niet ondenkbaar dat de Geschillenraad en de Raad voor Journalistiek tegenstrijdige adviezen zouden kunnen geven. Voor de meerderheid van de leden van de Mediaraad is het duidelijk dat wat het toezicht op de journalistieke deontologie bij radio en tv betreft, de Geschillenraad deze bevoegdheid beter zou afstaan aan de Raad voor de Journalistiek. De Mediaraad zal in de toekomst aandacht besteden aan deze problematiek.

✓ ***Toezicht op de mediasector – p. 29***

Vlaams Commissariaat voor de Media

Het voorstel van de Beleidsbrief om het VCM te betrekken bij het uitwerken van een beleid m.b.t. concentratie, werd door de leden van de Mediaraad in vraag gesteld. Het VCM moet toekijken op de correcte toepassing van de wetten, heeft een controle- en sanctionerende taak, maar voor het uitwerken van een mediabeleid moet dit uiteraard in overleg met experts en betrokken actoren.

Om de rol en bevoegdheid van een Commissariaat voor de Media juist in te schatten wordt voorgesteld om te kijken hoe in Nederland de taken van dit Commissariaat worden ingevuld. Er wordt besloten Prof. Jan Van Cuilenburg, voorzitter van het Nederlands Commissariaat voor de Media, uit te nodigen en hem te vragen toelichting te geven over de taakomschrijving, organisatie, personeelsbezetting en werking van het Commissariaat én de Mediaraad (die in Nederland deel uitmaakt van de raad voor Cultuur).

De Mediaraad is van mening dat deze toelichting kan bijdragen tot kritische reflecties, denkoefeningen en zelfevaluatie.

Vlaamse Kijk- en Luisterraad

Het publiek lijkt weinig geïnformeerd omtrent de mogelijkheden en het bestaan van de diverse toezichtorganen (VCM, Geschillenraad, Kijk- en Luisterraad) en is niet altijd op de hoogte van de regelgeving en de wijze waarop een klacht dient neergelegd te worden. Bovendien zou er een laagdrempelig meldpunt voor klachten inzake media opgericht worden.

De voorzitter acht het nuttig een activiteitenverslag van al deze raden te ontvangen, aangezien dit kadert in het plan van de Mediaraad om tot een evaluatie te komen van al deze toezichtsorganen. Dit punt blijft een aandachtspunt voor de Mediaraad, zij het dan wel op middellange termijn.

✓ ***Recht op antwoord – p. 31***

De Vlaamse Mediaraad stelt vast dat de Vlaamse Gemeenschap de bevoegdheid van de federale wetgever betwist om het recht op antwoord in de audiovisuele media te regelen, zoals dit nu is gebeurd in het wetsontwerp dat de federale regering heeft ingediend.

De Mediaraad vindt dit bevoegdheidsconflict betreurenswaardig en is van mening dat de burger gebaat is bij een eenvormige procedure, ongeacht of het de geschreven dan wel de audiovisuele pers betreft.

✓ ***Film in Vlaanderen – p. 38***

Film valt niet langer onder de bevoegdheid van de minister bevoegd voor het mediabeleid. De Mediaraad is echter van mening dat dit geen afbreuk doet aan zijn adviserende bevoegdheid met betrekking tot het filmbeleid, met inbegrip van de problematiek van de filmkeuring. De Mediaraad verwacht een belangrijke impuls van het Vlaams Audiovisueel Fonds.

✓ ***Vlaanderen in de informatiemaatschappij – p.43***

De Mediaraad wenst op de hoogte gebracht te worden van de evaluatie van de diverse digitale projecten die bij wijze van overheidssteun aan de printsector werden toegekend. Deze vraag aan de Administratie Media sluit aan bij de gevraagde informatie m.b.t. steun aan de pers.

✓ ***Digitaal Actieplan Vlaanderen – p. 44***

De raad stelt vast dat deze passage uitblinkt door holle retoriek. Naast sensibiliseringscampagnes blijkt het Digitaal Actieplan zich vooral te beperken tot het verzamelen van statistische gegevens inzake implementatie en gebruik van ICT.

✓ ***e-VRT – p. 52***

Digitale tv biedt vele mogelijkheden (groter zenderaanbod, interactieve diensten) en in de Beleidsbrief dringt de minister erop aan dat voor de Vlaamse gezinnen “een zeer laagdrempelige toegang tot een pakket nieuwe tv-diensten” moet gerealiseerd worden. Voor het e-VRT-project werd gekozen voor ethertransmissie (voor het broadcastgedeelte) en voor de terugkoppeling (interactieve diensten) via het telefoonnet van Belgacom. Bij de Mediaraad waren er reeds vragen gerezen of deze transmissie en de

hierbij behorende settopbox toegang zou verlenen tot alle zenders. Prof. Dr. Luc Martens, vakgroep Informatietechnologie RUG, werd voor toelichting door de Mediaraad uitgenodigd. Volgens prof. Luc Martens heeft digitale ether-tv wel het voordeel van de mobiliteit zodat digitale tv bv. in de auto of op andere locaties kan ontvangen worden. Indien straks de interactiviteit wordt gerealiseerd via het GSM- of het toekomstig UMTS-netwerk dan treedt hier een mobiliteitsvoordeel op. Belangrijke vraag die hierbij rijst is of tv-gebruikers geïnteresseerd zullen zijn om mobiel van digitale tv gebruik te maken.

Wat ten alle prijze moet vermeden worden is dat de consument straks twee settopboxes zal moeten aanschaffen: één voor digitale tv-pakketten via de kabel (Canal Plus biedt nu al via de kabel digitale tv aan) en één voor e-VRT. Om dit te vermijden pleit ook de VRT voor open standaarden.

De ervaring met nieuwe media heeft geleerd dat de doorbraak afhankelijk is van een aantal variabelen zoals een erkende standaard, in dit geval liefst een multimediatplatform, zodat de consument weet dat hij bij aankoop van een settopbox in staat zal zijn om zowel kabel als ether digitale tv te ontvangen; ook de gebruiksvriendelijkheid en de betaalbare prijs zijn essentiële factoren.

e-VRT wordt momenteel getest bij 100 gezinnen, waarna de VRT de werking ervan zal evalueren. De Mediaraad is geïnteresseerd om op de hoogte te blijven van de resultaten. Ook vanuit de kabelmaatschappijen wordt opgemerkt dat men de resultaten afwacht van het proefproject. De kabelmaatschappijen wensen een 'neutrale standaard' zodat alle actoren toegang hebben, wat zoals vermeld ook de wens is van de VRT.

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

ADVIES NR. 2002/001

Betreft: Regionale televisie-omroepen

1. Dit advies heeft aansluiting op de adviezen 2000/001 en 2001/005 van de Vlaamse Mediaraad.
2. De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 4 maart 2002, brengt volgend aanvullend advies uit:
3. De Vlaamse Mediaraad heeft bij de lezing van de beleidsbrief Media 2002 van minister Dirk Van Mechelen vastgesteld dat inzake regionale televisie de hogervermelde adviezen niet altijd werden gevolgd, in het bijzonder met betrekking tot de volgende punten:

2.1. Aanpassing regelgevend kader:

De Vlaamse Mediaraad heeft in haar advies 2000/001 uitdrukkelijk gesteld vragende partij te zijn opdat de definiëring van de opdracht van regionale televisie zou worden behouden zoals deze vroeger in het decreet was vastgelegd. Niettemin diende te worden vastgesteld dat in de decreetswijziging de stipulering dat regionale televisie moet worden beschouwd als een complementair medium, werd geschrapt.

Noch de NORTV, het overlegplatform van de regionale omroepen, noch de Vlaamse Mediaraad waren hiervoor vragende partij.

Zij vrezen dat het weglaten van de notie van complementariteit op termijn de eigenheid van de regionale televisie-omroepen in het gedrang dreigt te brengen.

2.2. Gemengde financiering:

Het brengen van regionale informatie wordt in de beleidsbrief beschouwd als de kernopdracht van de regionale televisie-omroepen en werd als dusdanig ingeschreven in de decretale opdracht.

Het onderzoek omtrent de leefbaarheid van de regionale omroepen dat in opdracht van de overheid werd gevoerd, heeft aangetoond dat de decretale opdracht terdege door de regionale omroepen wordt uitgevoerd, doch het heeft tegelijk aangetoond dat een aantal omroepen op basis van enkel commerciële inkomsten, hun kernopdracht op termijn moeilijk zullen kunnen blijven vervullen. De negatieve conjuncturele evolutie van de voorbije maanden, heeft er daarenboven toe geleid dat ook voor de regionale omroepen die in het onderzoek

dat werd uitgevoerd, bestempeld werden als economisch leefbaar, in financiële moeilijkheden dreigen te komen.

Niettemin heeft de overheid na dit onderzoek gemeend dat rechtstreekse subsidiëring van regionale omroepen uitgesloten is, zonder dat een gemotiveerde verklaring hiervoor gegeven wordt.

Tot op heden wordt enkel een onrechtstreekse overheidstussenkomst in overweging genomen, en dit onder de vorm van het brengen van overheidscommunicatie op de regionale omroepen.

De Vlaamse Mediaraad dringt erop aan dat omtrent deze overheidscommunicatie met de overheid een protocol op lange termijn zou worden afgesloten, en dit met het oog op de continuïteit van de regionale televisie.

2.3. Kabelrechten:

De Vlaamse Mediaraad heeft erop aangedrongen dat de overheid bij de kabelmaatschappijen zou tussenkomen opdat aan de regionale omroepen een aandeel in de kabelrechten zou worden toegekend.

Op vandaag moet worden vastgesteld dat hiervoor geen initiatief werd genomen door de overheid.

Een mogelijke structurele oplossing voor de economische leefbaarheid van de regionale omroepen zou er anderzijds kunnen in bestaan, naar het voorbeeld van Wallonië en Nederland, om de kabelmaatschappijen te laten tussenkomen bij de inning van een beperkte contributie bij de kabelabonnee ter financiering van de regionale omroepen.

De Vlaamse Mediaraad vraagt de overheid hiertoe de nodige wetgevende initiatieven te nemen.

Brussel, 4 maart 2002
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E. De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/002

Betreft: particuliere radio-omroepen

De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 28 mei 2002, brengt volgend advies uit.

1. Inleiding

1.1 Situatie in Vlaanderen

Momenteel zijn de VRT-radio's, 2 particuliere landelijke radio-omroepen, een 300-tal lokale radio-omroepen (in netwerken of onafhankelijk) en de kabelradio's actief. Deze worden aangevuld met radio-omroepen uit de omliggende gemeenschappen en landen.

Het Vlaams regeerakkoord voorzag het mogelijk maken van particuliere landelijke radio-omroepen en van "regionale en stadsradio's", naast de reeds bestaande lokale radio's, voor wat de sector van de particuliere radio's betreft.

Ondertussen is het programma inzake landelijke radio gerealiseerd. De lokale radio's wachten al voor de tweede maal op het opstarten van de decretaal voorziene procedure voor vernieuwing van de erkenningen.

2. Huidige toestand

Twee jaar na het regeerakkoord zijn er wel wat lessen te trekken uit de markt:

- Niemand, behalve bepaalde persgroepen, is vragende partij voor de piste van de "provinciale radio's" of wijkradio's.
- Radio is in hoofdzaak entertainment/muziek, behalve zeer specifieke themaradio's (vb. nieuwsradio's). Muziek maakt het overgrote deel uit van de radio-uitzendingen, en op het niveau van Vlaanderen kan hier geen regionaal onderscheid worden gemaakt. De hitparade (klassiek of pop of dance) is in Limburg niet verschillend van deze aan de kust. Wel moeten de "socio-geografische" radio-omroepen informatie brengen gericht naar de betrokken regio.

Voor radio-omroepen kan men enkel het onderscheid maken tussen landelijk en regionaal op basis van al dan niet “eigen” lokale of regionale nieuws- en informatie-uitzendingen en de reclameblokken.

- De utopie van “geen rechtstreekse of onrechtstreekse“ banden van de bestuurders is ook al lang doorprikt, cfr. de regionale televisie-omroepen. Hier kan alleen een kaderwet/decreet met betrekking tot concentratie in het medialandschap een oplossing brengen.

3. Advies

De Vlaamse Mediaraad adviseert:

- het radiofrequentieplan te herschikken en te optimaliseren voor een maximaal gebruik van de frequenties binnen de Vlaamse Gemeenschap;

- geen voorzieningen te treffen voor regionale / provinciale particuliere radio-omroepen, maar te opteren voor radio-omroepen voor socio-geografische entiteiten die al dan niet in samenwerkingsverband kunnen georganiseerd zijn. Deze radio-omroepen moeten voor de sociogeografische entiteiten informatie brengen gericht op de betrokken regio.

In functie van deze optie moet onder meer het verbod van rechtstreekse en onrechtstreekse bindingen tussen de rechtspersonen die andere particuliere radio-omroepen exploiteren en om beheerder of bestuurder te zijn in meerdere radio-omroepen, worden geschrapt;

- binnen het frequentieplan voldoende ruimte te behouden en te voorzien voor onafhankelijke, kleinschalige initiatieven, die ook doelgroepgericht of thematisch kunnen zijn;

- inhoudelijke, programmatorische, organisatorische en financiële elementen, alsook verscheidenheid in de formats en organisatievormen van de radio-omroepen als basis voor de erkenning te laten fungeren.

Brussel, 28 mei 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E. De Bens
Voorzitter

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/003

Betreft: voorontwerp van decreet houdende het Vlaams geïntegreerd beleid voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

1. Met een brief van 6 juni 2002 vraagt de directeur-generaal van de administratie Cultuur om advies met betrekking tot het voorontwerp van decreet houdende het Vlaams geïntegreerd beleid voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media.
2. De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 28 juni 2002, brengt volgend advies uit:

Het huidige uitgangspunt om enerzijds de controle op de regelgeving, het verlenen en intrekken van vergunningen toe te kennen aan het VCM en om anderzijds het verstrekken van adviezen inzake mediabeleid aan de Vlaamse Mediaraad toe te vertrouwen, blijft in principe een goede beleidskeuze. In tal van Europese landen wordt dit model gehanteerd.

Het voorontwerp van decreet voor de oprichting van een "Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media" brengt een fundamentele wijziging aan, schaft de Vlaamse Mediaraad af en incorporeert het mediabeleid in deze nieuwe overkoepelende Raad.

3. De Vlaamse Mediaraad zet zich met klem tegen dit voorstel af en wel om volgende redenen :

3.1. De nieuwe overkoepelende Raad krijgt adviesbevoegdheid over zes zeer uiteenlopende domeinen, nl. *kunsten* (podiumkunsten, muziek, beeldende kunsten, letteren, architectuur en vormgeving), *sociaal-cultureel werk, erfgoed* (musea, volkscultuur, archief), *jeugd, sport en media*.

De Raad bestaat uit twaalf "all round"-deskundigen, die voldoende kennis, expertise en ervaring zouden hebben om over de zes zeer verschillende beleidsdomeinen advisering te kunnen brengen: "De Raad moet kunnen advies verstrekken over alle beleidsvelden en deelsectoren, vanuit een grote expertise. Daartoe dienen de leden te beschikken over een grote autoriteit." (Memorie van Toelichting, blz.10).

Gezien de complexiteit en specificiteit van de mediasector, is de Vlaamse Mediaraad ervan overtuigd dat deze sector een afzonderlijk adviesorgaan nodig heeft. De media vervullen naast hun culturele rol tevens een belangrijke

maatschappelijke en een economische functie. Noch het voorontwerp van decreet noch de memorie van toelichting gaan in op de opdracht van de Raad t.o.v. media-advisering; de hele tekst concentreert zich in hoofdzaak op de toekenning van subsidies en de controle op de kwaliteit, die samenhangt met de toe te kennen subsidies.

3.2. De taakomschrijving van de adviescommissies en de ad hoc op te richten werkgroepen betreft in hoofdzaak het subsidiëringsbeleid.

Zelfs indien er toch een adviescommissie en ad hoc technische werkgroepen m.b.t. mediabeleid zouden kunnen opgericht worden (weliswaar nergens expliciet voorzien in de ontwerp tekst), dan zou dit een coherent en op de actualiteit inspeland mediabeleid niet bevorderen. Vooreerst moeten de leden van de adviescommissies en dito technische werkgroepen door de Vlaamse regering benoemd worden (zij kiezen uit een lijst van kandidaten voorbereid door de administratie), wat uiteraard een langdurige bureaucratische procedure is, waarbij quasi nooit snel kan gereageerd worden op ministeriële vragen of vragen van het Vlaamse Parlement inzake media-advisering. Bovendien ontstaat hier een beleidsproces met veel tussenstappen en waarbij uiteindelijk de twaalf deskundigen van de Raad zelf bepalen welke adviezen al dan niet zullen uitgebracht worden. Een dergelijk model werkt niet, heeft een verlamdend effect en is contraproductief.

3.3. Het ontwerp voorziet nergens dat de media-advisering tot stand komt, zoals thans het geval is, door de dialoog tussen enerzijds mediadeskundigen en anderzijds experts van de mediasectoren zelf. De expertise en ervaring van vertegenwoordigers van de mediasector zelf is onmisbaar.

De leden van de Vlaamse Mediaraad wensen dan ook dat de Vlaamse Mediaraad, zoals de Vlaamse Jeugdraad, afzonderlijk verder zijn taak van media-advisering zal kunnen verder zetten en dat dus het mediabeleid niet een onderdeel zal worden van de overkoepelende Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport (en Media).

Brussel, 28 juni 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E. De Bens,
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/004

Betreft: uitvoering van de wet van 23 januari 2002 betreffende de reclame voor motorvoertuigen

1. De Vlaamse Mediaraad brengt op eigen initiatief een advies uit met betrekking tot de wet van 23 januari 2002 betreffende de reclame voor motorvoertuigen.
2. De Mediaraad is van oordeel dat bij de invulling van de uitvoeringsbesluiten van de wet van 23 januari 2002 met een specifieke regeling voor de audiovisuele mediasector moet rekening gehouden worden.

De wet Ansoms is niet de enige die verplichte vermeldingen oplegt m.b.t. bepaalde reclameboodschappen; zo zijn er heel wat verplichte vermeldingen bij reclame voor geneesmiddelen en consumentenkrediet. Het gaat vaak om een heel pakket vermeldingen en voor de audiovisuele media, in het bijzonder radio, is het quasi onmogelijk om deze regelgeving toe te passen en het is duidelijk dat men hier uitzonderingen moet kunnen maken; dus uitzonderingen die specifiek van toepassing zijn op de audiovisuele sector. Zo is het bijvoorbeeld quasi onmogelijk dat bij elke reclameradiospot voor auto's een auditieve mededeling wordt toegevoegd, die wijst op de verantwoordelijkheid van de bestuurder i.v.m. veilig rijgedrag.

3. Het voorstel van de radiosector om ter compensatie gratis zendtijd ter beschikking te stellen voor campagnes veilig rijden, zou kunnen tegemoet komen aan de intentie van de wet.
De Vlaamse Mediaraad wenst nochtans eveneens te onderstrepen dat de audiovisuele sector in sterke mate afhankelijk is van reclame-inkomsten en dat hier naar een billijke oplossing moet gezocht worden (bijv. een bepaald percentage op de inkomsten van dit type reclameboodschappen dat aangewend wordt voor overheids campagnes, cfr. Franse Gemeenschap).

Aangezien het een federale materie betreft, zal dit advies bezorgd worden aan de bevoegde ministers Piqué en Durant, in de hoop dat dit advies meer dan een signaalfunctie is en dat men in de toekomst voor de verplichte vermeldingen in bepaalde reclameboodschappen uitzonderingsregels voor de audiovisuele sector zal maken en dit onder bepaalde voorwaarden.

Brussel, 28 juni 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E De Bens,
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/005

Betreft: concentratie en pluralisme in de media, aanvulling op het advies nr. 2001/006

Mediaconcentratie en pluralisme/ Diversiteit

Een analyse van de mediasituatie in Vlaanderen

Inhoudstafel

Inleiding

Deel 1: Theoretisch kader en doorlichting van de Vlaamse mediasector

1 Theoretisch kader

- 1.1 Achtergronden van de concentratie
- 1.2 Pluralisme en diversiteit

2 Doorlichting van de Vlaamse mediamarkt

- 2.1 De dagbladsector
 - 2.1.1 Krantengroepen en hun lezersmarktaandeel
 - 2.1.2 Marktaandelen volgens politiek-ideologische achtergrond
 - 2.1.3 Reclameaandelen dagbladsector
- 2.2 Publiekstijdschriftenmarkt
 - 2.2.1 Betaalde verspreiding
 - 2.2.2 Aandeel reclamemarkt
- 2.3 Nevenactiviteiten en belangenverweving
- 2.4 Meer tabloidisering of meer kwaliteit?

3 Audiovisuele sector

- 3.1 Liberalisering van de audiovisuele markt
 - 3.1.1 Liberalisering radiomarkt en huidige situatie
 - 3.1.2 Liberalisering tv-markt en huidige situatie

Algemeen besluit

Bijlagen/ organigrammen

Bijlagen/ Vlaamse dagbladtitels per groep 1950-2000

Deel 2: Regelgeving voor concentratie en pluralisme: evolutie en stand van zaken

1 Vlaams regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

- 1.1 Wetgeving
- 1.2 Toezicht
- 1.3 Suggesties

2 Federaal regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

- 2.1 Raad voor de Mededinging
- 2.2 Suggesties

3 Europees regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

- 3.1 Inleiding
- 3.2 Rechtsgrond
- 3.3 Suggesties

Deel 3: Suggesties voor aanbevelingen

Bibliografie

Mediaconcentratie en pluralisme/ Diversiteit

Toelichting bij de nieuwe versie (juli 2002)

Binnen de Mediaraad groeide er een consensus dat het rapport 'Mediaconcentratie en pluralisme/ diversiteit' van mei 2001, een aantal hiaten en tekortkomingen vertoonde. Zo werd er o.m. te weinig aandacht besteed aan de reclame-inkomsten van de verschillende media-ondernemingen en zowel de tijdschriftenmarkt als de audiovisuele sector werd onvoldoende doorgelicht; ook de allianties, die de mediagroepen onderling aangingen en hun participaties in diverse mediasectoren moesten duidelijker in kaart gebracht worden. Reeds eind 2001 werd besloten dat aan een nieuwe versie zou gewerkt worden, maar door de drukke beroepsbezigheden van de leden van de werkgroep werd dit steeds uitgesteld.

Het eerste deel werd nu bijgewerkt maar er blijven nog een aantal hiaten. De lezers- en reclamemarkt werd grondig herzien en bijgewerkt, maar de kostenstructuur van de diverse media-ondernemingen werd niet geanalyseerd. Dit zou uiteraard een onmogelijke opdracht zijn voor een werkgroep die over bijzonder weinig tijd en mankracht beschikt. Wij hebben als uitgangspunt het jaar 2000 behouden. Het vorige rapport verwees naar data van 2000 en bovendien worden de reclame-mediabestedingen vanaf 2001 niet meer door Mediamark, maar door het CIM berekend; er worden andere criteria nu gehanteerd zodat de cijfers van 2000 en 2001 nauwelijks vergelijkbaar zijn. Voor de reclame-mediabestedingen werden de gegevens ter beschikking gesteld door **Carat Cristal**.

De reclamecijfers zijn in zekere zin niet helemaal correct omdat Mediamark geen rekening houdt met kortingen, afspraken etc. De marktaandelen uit reclame voor de verschillende media worden verstrekt op basis van bruto-inkomsten. Bovendien wordt geen afzonderlijke aandacht besteed aan de inkomsten uit rubrieksadvertenties wat voor de dagbladsector een belangrijke bron van inkomsten is.

Men zou aan dit rapport kunnen verwijten dat het in zekere zin achterhaald is omdat het aan de mediasituatie in 2001 en 2002 geen aandacht schenkt. Globale cijfers voor 2002 zijn uiteraard vandaag sowieso niet beschikbaar; bovendien is het evident dat zich in 2001 geen aardverschuivingen in het Vlaamse medialandschap hebben voorgedaan. Toch worden belangrijke nieuwe trends wel vermeld: bv. de daling van de reclame-inkomsten in 2001/ 2002, de kleine verschuivingen inzake verkochte verspreiding van de dagbladen, de nieuwe situatie VAR/ VUM, de nieuwe beheersovereenkomst voor de VRT in 2002 en de nieuwe situatie van VT4 etc.

Het tweede deel van de oorspronkelijke versie waarin de regelgeving voor mediaconcentratie op het Vlaamse, federale en Europese niveau werd uiteengezet, blijft ongewijzigd omdat deze teksten volledig en nog steeds up to date zijn.

De suggesties voor aanbevelingen (Dl. 3) werden eveneens uitgebreid.

Inleiding

De laatste jaren hebben zich wereldwijd mega-mediafusies voorgedaan. Nieuwe communicatietechnologieën stimuleren deze concentratiebewegingen. In het digitale tijdperk worden mediasectoren uitwisselbaar. In tegenstelling tot vroeger, toen de traditionele media elk op hun eigen wijze geproduceerd, gedistribueerd en ontvangen werden, vervagen vandaag de grenzen tussen de mediasectoren onderling. Omroepen, uitgeverij en netwerkexploitanten begeven zich op elkaars terrein. Deze convergentie

tussen de verschillende mediasectoren is ongetwijfeld één van de grote drijfveren voor verdere concentratie. Er zijn tal van voorbeelden in het recente verleden van transnationale megafusies. Begin 2000 ging Time Warner een fusie aan met America Online en enkele maanden later verwierf Vivendi/Canal+ Seagram, muziek- en filmgigant (Seagram verwierf in 1995 Universal Studio en in 1998 Polygram). Het is duidelijk dat deze transnationale, multimediafusies ingegeven worden door de economische logica van grootschalige markuitbreiding. De toenemende concentratie werkte eveneens de politieke ontzuiling in de hand, die tegelijkertijd samenging met een aantal maatschappelijke veranderingen waarbij de teloorgang van “de grote verhalen” de scherpe tegenstellingen tussen de politieke partijen afzwakte met als gevolg het verdwijnen van een uitgesproken politieke opiniepers. Meteen rijzen er uiteraard vragen of er voldoende waarborgen blijven voor diversiteit en pluralisme.

In Vlaanderen wordt het concentratieproces in de mediasector tot op heden vooral beperkt tot ‘nationale’ afmetingen. Maar ook binnen deze Vlaamse context rijst dezelfde vraag of concentratie pluralisme/diversiteit bevordert of afgeremd heeft.

De fusietrend heeft zich de laatste jaren in Vlaanderen vooral gemanifesteerd in de dag- en weekbladsector. Sedert de lancering van Het Belang van Limburg in 1933 slaagde geen enkel algemeen informatiedagblad er nog in een vaste plaats te veroveren op de dagbladmarkt. Indien men de FET niet als de opvolger van het financieel-economische dagblad de Avond-Echo (verdween in 1967) beschouwt dan heeft sedert 1968 alleszins geen enkel nieuw dagblad nog een kans op de gesatureerde Vlaamse dagbladmarkt gemaakt.

Fusies hebben in Vlaanderen recentelijk vaak de enige overlevingskans aan krantenbedrijven in moeilijkheden aangereikt. Indien het overgenomen dagblad of weekblad de redactionele onafhankelijkheid kan behouden en dus de eigen redactionele lijn kan verder zetten, dan komt fusie het krantenpluralisme ten goede. Wanneer echter verregaande redactionele synergie optreedt en de eigen redactionele identiteit van de overgenomen krant wordt weggedrukt dan is er verschraving van het pluralisme; in dit geval worden dan de overgenomen kranten gedegradeerd tot kopbladen waarbij vaak nog enkel de regionale bladzijden van elkaar verschillen. Zowel in Vlaanderen als in Wallonië kan men dergelijke “gunstige” en “ongunstige” voorbeelden van concentratie aantreffen.

In tegenstelling tot de dagbladsector verschenen er op de periodieke tijdschriftenmarkt wel heel wat nieuwe titels, maar op uitzondering na van de groep ‘N.V. De Vrije Pers’, Think Media (P-Magazine, Che, Lola en Teek; ondertussen zijn de laatste twee reeds opgeheven) en Woestijnvisproductiehuis dat in 2001 Bonanza op de markt bracht, maar intussen ook is opgeheven, werden de nieuwe tijdschriften op de markt gebracht door de drie grootste tijdschriftenuitgevers Mediaxis, Roularta Mediagroep en De Persgroep.

In de audiovisuele sector daarentegen kende Vlaanderen vanaf de jaren '80 een boom van nieuwe private radio- en tv-omroepen m.a.w. hier kwamen er wel vele nieuwe spelers op de markt; naast typisch Vlaamse omroepen, fungeerden nu ook een aantal nieuwe spelers zoals VT4, Canal+ als subfilialen van grotere internationale groepen. Meer spelers, die allen afhankelijk zijn van reclame-inkomsten, impliceert toenemende felle concurrentie, maar zoals verder nog zal blijken geen absolute waarborg voor meer diversiteit.

Persgroepen zijn bovendien allianties aangegaan met televisieomroepen, productiehuzen, internetbedrijven, etc. waardoor een andere vorm van concentratie nl. cross-ownership ontstaat en waardoor er belangenvermenging zou kunnen optreden.

In een eerste deel schetsen wij hier een theoretisch kader, trachten we pluralisme en diversiteit te omschrijven en brengen we vervolgens de situatie van de Vlaamse mediasector in kaart.

In een tweede deel wordt de regelgeving voor concentratie en het behoud van pluralisme/diversiteit doorgelicht: eerst het Vlaams regelgevend kader, vervolgens het federale en ten slotte het Europees beleid.

Deel 1: Theoretisch kader en doorlichting van de Vlaamse mediasector

1 Theoretisch kader²

1.1 Achtergronden van de concentratie

Rond de maatschappelijke rol van de media onderscheiden wij traditioneel twee dominante denkpijstes. Het liberale gedachtegoed verdedigt de stelling dat de pers haar maatschappelijke waakhondfunctie enkel kan vervullen binnen het vrije marktmodel. De pers biedt als Vierde Macht aan de burgers een forum dat democratische controle mogelijk maakt. Om deze rol naar behoren te kunnen vervullen is persvrijheid en volledige onafhankelijkheid t.o.v. de staat een absolute voorwaarde. In een dergelijke vrije pers wordt dan ook verondersteld dat alle meningen, die in de maatschappij leven, aan bod komen; m.a.w. het pluralisme wordt door dit vrije marktmodel gewaarborgd. Dit 'model' ontstaat rond het midden van de 19de eeuw, samen met de opkomst van de parlementaire democratieën. De pers fungeert volgens dit model als een spiegel van de maatschappij; zij is een klankbord en tegelijkertijd de hoeder van een publiek forum voor de uitwisseling van ideeën, commentaar en kritiek (cfr. F. Siebert, C.a., 1956, *Four Theories of the Press*). Concentratie is in dit model geen fundamenteel probleem omdat men er vanuit gaat dat men kan terugvallen op de deontologie en de accountability van journalisten en uitgevers die pluralisme en diversiteit in hun aanbod waarborgen.

Vanuit kritisch marxistische hoek werd het vrije marktmodel vaak in vraag gesteld. Reeds op het einde van de 19de eeuw werd het duidelijk dat de toegang tot de pers gemakkelijker was voor de economische elite of voor de sterkere politieke partijen m.a.w. de pers wordt volgens de marxistisch-kritische denkpijste steeds meer afhankelijk van de economische en politieke elite. De huidige politiek-economische denkpijste (cfr. G. Murdoch, 1990 en B. Bagdikian, 1992, e.a.) sluit nauw aan bij het marxistische gedachtegoed. Vooral het toenemende concentratieproces is een doorn in het oog omdat het de media-inhoud zou homogeniseren en het pluralisme zou ondermijnen; volgens B. Bagdikian (1992:6) is het een mythe dat de burger meer kwaliteit en diversiteit zou krijgen als gevolg van fusies. De verregaande concurrentiestrijd leidt bovendien tot meer tabloidisering, vervlakking (C. Sparks, 1991).

Een aantal auteurs (o.m. R. Picard, J. Curran, Schlesinger) zijn van oordeel dat er een 'derde' weg is, nl. een denkpijste, die een weg zoekt tussen het radicaal-deterministisch

² Deel 1 (Theoretisch kader en De printsector) is vooral gebaseerd op het boek van E. De Bens, De Pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladpers. Gisteren, vandaag en morgen (2001). Lannoo.

denken van het kritisch marxistisch model en het blinde vertrouwen in de werking van de vrije markt. Deze 'derde' weg hecht belang aan journalistieke autonomie, aan meer autonomie t.o.v. politieke partijen, aan een 'zorgplicht' van de overheid (anti-trustwetgevingen, cross-ownershipwetgevingen, indirecte en directe subsidiesystemen, etc.).

De literatuur aangaande concentratie vertoont heel wat uiteenlopende standpunten. Wij zetten achtereenvolgens eerst de argumenten pro en dan de argumenten contra op een rij.

Argumenten voor mediaconcentratie:

- concentratie leidt tot schaalvergroting en verlaging van de productiekosten, waardoor de first copy cost daalt en de omzet stijgt;
- zwakkere mediagroepen die niet in een oligopolische markt kunnen overleven, kunnen via samenwerking of fusie nog een overlevingskans krijgen;
- de concurrentiepositie wordt verstevigd omdat men via concentratie in de oplage-advertentiespiraal terechtkomt;
- fusie leidt tot meer redactionele mogelijkheden door meer middelen en meer knowhow;
- fusie stimuleert ontzuiling waardoor journalisten onafhankelijker t.o.v. politieke partijen worden
- de groepen worden slagvaardiger in een Europese en internationale context;
- mediaconglomeraten creëren de mogelijkheid om zich beter voor te bereiden op de informatiemaatschappij en op de toenemende concurrentie.

Argumenten tegen mediaconcentratie:

- minder spreekbuizen, minder pluralisme, minder diversiteit, minder democratie;
- men vindt dezelfde actoren terug in dagbladondernemingen als in audiovisuele mediaconcerns;
- door het oligopolie wordt het steeds moeilijker om met nieuwe initiatieven van wal te steken;
- oligopolie kan leiden tot een vorm van economische censuur, waarbij enkel nog de belangen van bepaalde groepen aan bod komen;
- door de groei van mediaconcerns die verschillende media omvatten, krijgen die concerns ook meer politieke macht (zij verwerven controle over politieke elites of worden zelf politieke actoren);
- door oligopolische situaties en de sterke concurrentie die eruit voortvloeit, krijgt de marketingafdeling meer impact op het redactionele beleid.

1.2 Pluralisme en diversiteit

De meeste bezwaren tegen mediaconcentratie spruiten voort uit een bekommernis, al of niet terecht, om het teloorgaan van pluralisme en diversiteit.

Pluralisme hangt nauw samen met de basisprincipes van de liberale democratie. Pluralisme is een politiek concept. Het verwijst naar media waarin alle politieke stromingen aan bod komen. België heeft traditioneel een politieke opiniepers namelijk de meeste dagbladen leunen nog steeds aan bij de grote politieke zuilen; het verdwijnen of fuseren van uitgesproken politieke opiniedagbladen kan dan in principe een verschraving van het pluralisme met zich meebrengen.

Kranten, die zich onafhankelijk ten overstaan van de politieke zuilen opstellen en die een “intern” pluralisme vooropstellen door verschillende visies, standpunten aan bod te laten komen, dragen uiteraard ook bij tot het pluralisme.

Volgens J. Van Cuilenburg is diversiteit een meer complex concept. Reflectieve diversiteit verwijst naar diversiteit als reflectie van bestaande voorkeuren die “proportioneel” gereflecteerd worden in de media. De media-inhoud weerspiegelt, reflecteert en speelt dus ook in op de verwachtingen van de mediagebruikers. Het is een bottum up-proces waarbij de voorkeur van de meerderheid toonaangevend is. Bij open diversiteit is het eerder een top down-model waarbij diversiteit op een normatieve en kwalitatieve manier benaderd wordt. Bij open diversiteit krijgen de verschillende voorkeuren gelijke toegang tot de media. Open diversiteit zal dus meer dan reflectieve diversiteit leiden tot innovatie, creativiteit en objectiviteit. Reflectieve diversiteit wordt vaak in verband gebracht met de commercialisering van de media waarbij de voorkeur van de meerderheid van het publiek toonaangevend is (J. Van Cuilenburg, 1999).

Structurele diversiteit verwijst dan weer naar het grote media-aanbod waaruit de mediaconsument kan kiezen. Indien concentratie leidt tot redactionele synergie dan verkleint de structurele diversiteit. Indien echter de redactionele onafhankelijkheid behouden blijft en de redactionele staf versterkt wordt dan kan dit de structurele diversiteit ten goede komen.

Volgens het nieuwe liberale marktmodel bieden nieuwkomers meer keuze en dus meer diversiteit. Deze redenering moet echter gerelativeerd worden omdat de verregaande fragmentering van de mediamarkt de concurrentiestrijd tussen de media onderling zeer sterk aanwakkert. Bijna alle media zijn immers grotendeels of volledig afhankelijk van reclame-inkomsten en de reclamekoek blijft niet eindeloos aanzwellen. Om zo aantrekkelijk bij de adverteerder over te komen gaat men dan zo goed mogelijk op het verwachtingspatroon van de mediagebruiker inspelen. R. Picard (1998: 38), vooraanstaand media-econoom, waarschuwt voor de mediaversnippering die leidt naar heftige concurrentie met als gevolg verregaande commercialisering en verlies aan open diversiteit. Volgens R. Picard bedreigt vooral de onderlinge concurrentiestrijd en de commerciële druk de diversiteit. R. Picard ziet dus niet zo zeer een bedreiging vanuit de concentratie omdat die meestal de marktpositie van dagbladen/ weekbladen kan verbeteren zodat zij meer kunnen investeren in hun redactioneel aanbod (R. Picard, 1998:26). Hij is het niet eens met de bewering dat meerdere, kleinere ‘media’ de diversiteit, de kwaliteit en het pluralisme ten goede zouden komen. Kleinere mediabedrijven moeten hopeloos de strijd aanbinden met hun machtigere concurrenten. Zij zijn verplicht wegens gebrek aan middelen te besparen op de inhoud en bijgevolg op de diversiteit.

Volgens Denis Mc Quail die in zijn standaardwerk ‘Media Performance’ (1992) een overzicht brengt van het academisch onderzoek naar de gevolgen van persconcentratie zijn de resultaten niet eenduidig en eensgezind. De meeste studies vergelijken de inhoud van de kranten voor en na de fusie, of gaan het verschil na tussen een gefuseerde krant en een kleine onafhankelijke krant etc. Hoewel een aantal auteurs betoogt dat persconcentratie de redactionele productie homogeniseert, toont de meerderheid van het empirische onderzoek slechts weinig of geen redactionele metamorfoses aan als gevolg van fusie. Wellicht komt dat doordat het empirische onderzoek vooral kwantitatief en

minder kwalitatief gericht is zodat enkel ruime, grote inhoudelijke categorieën vergeleken worden en waarbij een meer verfijnde, kwalitatieve methode meer nuances, meer verschuivingen aan het licht zou brengen.

McQuail besluit dat diversiteit ook nog door andere factoren dan concentratie alleen wordt bedreigd. Homogenisering wordt onder meer ook in de hand gewerkt door het gebruik van dezelfde nieuwsbronnen, dezelfde journalistieke normen en dezelfde selectiecriteria in verband met nieuwswaarde. Hij besluit verder dat het, ondanks de grote hoeveelheid en de vindingrijkheid van het onderzoek, moeilijk is om algemene conclusies te trekken aangaande positieve of negatieve gevolgen van persconcentratie, omdat men met te veel variabelen rekening moet houden en elk geval verschillend is: *Despite of the amount and ingenuity of research, it is hard to avoid the conclusion that it has failed to establish clear general effects from monopoly conditions on the balance of costs and benefits in performance terms* (McQuail, 1992: 116).

Men heeft vaak beweerd dat concentratie de politieke ontzuiling van de dagbladpers in de hand heeft gewerkt. De ontzuiling hangt echter ook samen met maatschappelijke veranderingen zoals toename van het vlottend kiesgedrag, verwatering van het politieke discours en van de verschillen tussen de politieke partijen.

Ook bij de lezers is er een nieuwe dagbladcultuur gegroeid waarbij zij zich afzetten tegen een sterk verpolitiseerde krant.

Een aantal auteurs zien in de politieke ontvoogding van de pers een voordeel omdat journalisten zich nu onafhankelijker kunnen opstellen t.o.v. het politieke establishment. In België kan men hiervoor verwijzen naar de onthullingsrol die de pers speelde bij het openbaar maken van een reeks politieke schandalen (Agusta, Delcroix, dioxine, etc.). De pers ging er prat op dat zij bij deze onthullingen een belangrijkere rol speelde dan radio en televisie. Er is dus blijkbaar in België een kloof gegroeid tussen journalistiek en politiek (P. Deltour, 1996) en dit zou journalisten meer mogelijkheden bieden om in de politieke praktijk te graven. België heeft traditioneel steeds een uitgesproken politieke pers gehad waarbij journalisten in het verleden vaak banden hadden met politici en politieke drukkingsgroepen. Nu journalisten het minder moeten opnemen voor bepaalde politieke belangen kunnen zij meer dan voorheen hun politieke waakhondrol vervullen.

De meningen blijven hier echter verdeeld want de zogenaamde onthullingsjournalistiek ontaardde meermaals in riooljournalistiek met tal van inbreuken op privacy. In hoever laten journalisten zich niet verleiden om scoops en perslekken te aanvaarden van politici, die zich aangepast hebben aan een nieuwe mediacultuur. Is het misschien ook niet gemakkelijker om vandaag politici aan te vallen dan de financieel-economische sector waarmee de dagbladmarkt zo nauw vervlochten is: in hoever kunnen journalisten hun waakhondfunctie van het politieke domein uitbreiden naar de financieel-economische sector?

Er werd reeds op gewezen dat in een gesatureerde, oligopolische mediamarkt de strijd om de lezer en de adverteerder bikkelhard gestreden wordt. Commerciële druk zou leiden tot tabloidisering, meer infotainment, meer human interest, meer schandalen, meer misdaad, meer rampen en uiteindelijk minder politiek en minder internationaal nieuws. Degelijke redactiestatuten zijn volgens P. Deltour belangrijk als “middel voor de deontologische bewuste journalist om op te tornen tegen de alsmaar commerciële geïnspireerde mediabazen” (P. Deltour, 1999: 97). Deontologie en accountability van de zijde van de journalisten zijn tevens van cruciaal belang bij het handhaven van pluralisme en diversiteit.

De internationale berichtgeving vertoont bovendien een sterke trend naar homogenisering; dezelfde accenten, dezelfde nieuwsverhalen. Dit is uiteraard ook het gevolg van de sterke concentratie van de internationale nieuwsstroom.

Auteurs zoals Klaus Schoenbach hebben er dan weer op gewezen dat sterke mediagroepen meer middelen in het redactionele eindproduct kunnen besteden waardoor de kwaliteit en de diversiteit stijgt.

Meerdere studies (E; De Bens, 2000; L.M. Hagen, 1999; J. Heinrich, 1994; W. Schultz, 1996; R. Van der Wurff, J. Van Cuilenburg, G. Keune, 2000) hebben aangetoond dat het stijgend aanbod van nieuwe commerciële tv-omroepen, niet noodzakelijk de diversiteit ten goede komt. Het streven naar zo hoog mogelijke kijkcijfers, werkt hier de marktconformiteit in de hand. In plaats van open diversiteit neemt hier de reflectieve diversiteit toe nl. zo veel mogelijk programmeren wat de meerderheid wenst. Vooral wanneer straks in Vlaanderen tal van nieuwe commerciële generalistische en thematische omroepen op de markt zouden komen, zal de strijd om de reclame-inkomsten bikkelhard gevoerd worden.

Deze tv-studies tonen aan dat wellicht R. Picard gelijk heeft wanneer hij stelt dat moordende concurrentie de structurele en open diversiteit aanvreet.

2. Doorlichting van de Vlaamse mediamarkt

2.1 De dagbladsector

In België vonden de eerste grote krantenfusies plaats na de Tweede Wereldoorlog. In veel West-Europese landen en vooral in de Verenigde Staten hebben belangrijke krantenfusies zich reeds op het einde van de 19de eeuw en kort na de Eerste Wereldoorlog voltrokken. Kranten die vaak als kleine familiebedrijfjes waren opgericht, groeiden in de loop van de 20ste eeuw uit tot grote ondernemingen: fusies en participaties met concurrerende bedrijven waren een voor de hand liggende strategie om de eigen marktpositie te verstevigen.

Een dagblad bedient twee economische markten, de lezersmarkt en de adverteerdersmarkt, wat leidt tot het zogenaamde oplage-reclamespiraaleffect: door fusie wordt de lezersmarkt van een bepaalde groep vergroot en wordt bijgevolg de krantengroep aantrekkelijker voor de adverteerders. Aangezien de krantenuitgevers de laatste jaren af te rekenen hebben met het teruglopen van de lezersmarkt, is fusie vaak de enige mogelijkheid voor schaalvergroting.

Dagbladondernemingen hebben bovendien een zeer rigide kostenstructuur: de zogenaamde **first copy costs** (de vaste kosten per editie) zijn relatief groot vergeleken met de reproductiekosten, wat uiteraard in het voordeel werkt van grote krantenbedrijven. Kleine krantenbedrijven zijn vaak verplicht te fuseren met grotere ondernemingen omdat het de enige manier is om kosten te besparen.

Om zich beter te profileren op de lezers- en reclamemarkt hebben de uitgevers de laatste jaren bovendien zware investeringen moeten doen in nieuwe druktechnieken, informatisering, redactionele facelifts, extra bijlagen enzovoort. Die investeringen bleken voor de kleinere krantenbedrijven al vlug onhaalbaar.

De lancering in de jaren tachtig van nieuwe landelijke en regionale commerciële televisieomroepen overal in Europa betekende een concurrentie op de reclamemarkt.

Als men de vier traditionele fasen van de levenscyclus van een product toepast op het medium dagblad, dan heeft het dagblad de lancerings- en groeifase achter zich en bevindt het zich nu in de rijpheids- en teruggangsfase. Groei is enkel nog mogelijk door zich zeer concurrentieel op te stellen en door met diversificatie en innovatie naar expansie te streven. Krantenbedrijven zijn dan ook allianties met de audiovisuele media (private radio's en landelijke en regionale televisieomroepen) aangegaan en hebben nieuwe digitale mediatoepassingen ontwikkeld. Deze multimediatoepassingen, vooral de digitale toepassingen, eisten weer investeringen en de allianties bleken niet altijd even winstgevend.

Bovendien heeft de sector momenteel af te rekenen met hogere papierprijzen (+25%), nieuwe draconische milieumaatregelen en elektronische auteursrechtelijke uitdagingen. En dit in een economisch klimaat dat volgens velen naar recessie neigt en in alle geval reeds aanleiding heeft gegeven tot het gevoelig terugschroeven van de reclamebudgetten. Sommigen werden zelfs in het eerste kwartaal van 2001 met een terugloop van 10% geconfronteerd. Omdat de reclamekoek niet evenredig aangroeit zullen, ook in de toekomst, velen zich met kruimels moeten tevreden stellen. Vanuit algemeen economische wetmatigheden, is concentratie de enige mogelijkheid gebleken.

Afname van het aantal dagbladtitels en van zelfstandige dagbladondernemingen.

	Vlaanderen		Wallonië		België	
	Titels	Ondern.	Titels	Ondern.	Titels	Ondern.
1950	19	14	31	19	50	33
1980	12	7	21	9	33	16
2000	10	4	16	4	26	8

Bron: E; De Bens, 2001, blz.68

Wij hebben een schematisch chronologisch overzicht bijgevoegd van de fusies 1950-2000 (bijlage 2).

In totaal verdwenen er dus tussen 1950 en 2000 24 dagbladtitels en werd het aantal zelfstandige ondernemingen van 33 gereduceerd tot acht. Indien men de twee financieel-economische dagbladen, FET en L'Echo, alsook Grenz-Echo buiten beschouwing laat, dan blijven er in België nog slechts vijf ondernemingen over voor de uitgave van 20 dagbladtitels.

In Vlaanderen is de VUM (De Standaard, Het Nieuwsblad, De Gentenaar, Het Volk) de marktleider zowel qua aantal lezers als qua aantal adverteerders. Door de overname van Het Volk eind 1994 heeft de VUM een marktaandeel van 43,3% van de Vlaamse pers verworven. De tweede plaats wordt ingenomen door de dagbladen van De Persgroep (28,1%). In 2001 was er een lichte verschuiving in het voordeel van De Persgroep. Door de overname van De Vlijt door Concentra vormt de RUG een derde belangrijke groep; haar kracht ligt vooral in het regionale profiel van de twee kranten Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg.

De VUM was eveneens een kandidaat-koper voor De Vlijt; indien die transactie had plaatsgevonden, zou er in Vlaanderen een scheefgetrokken dagbladmarktsituatie zijn

ontstaan, want de VUM zou dan een marktaandeel van maar liefst 57% in de Vlaamse dagbladers hebben bekomen. De Persgroep was ook een kandidaat-koper en wou zich dan nog meer profileren als uitgever van dagbladen met een verschillend politiek en ideologisch profiel (nu omvat de groep de liberale kranten Het Laatste Nieuws en De Nieuwe Gazet samen met de links-progressieve krant De Morgen). Voor De Persgroep was het de tweede ontgoocheling in twee jaar tijd, want zij was ook geïnteresseerd in de overname van Het Volk.

De VUM nam in 1999 een participatie in de Waalse Krantengroep Mediabel. Het was de eerste maal in de persgeschiedenis dat een Vlaamse dagbladgroep een participatie in een Waalse dagbladgroep nam.

In de zeer sterk geconcentreerde dagbladers wordt het bovendien onmogelijk om met een nieuw dagbladinitiatief op de markt te komen. Na de Tweede Wereldoorlog kon geen enkel dagblad nog een plaats veroveren. In Limburg werd een poging ondernomen om, naast Het Belang van Limburg, De Krant te lanceren. Na een zestal maanden stopte men ermee (oktober 1975-maart 1976). Zelfs voor de grote persgroepen wordt het moeilijk om nog een gat in de markt te vinden: in september 1984 lanceerde de VUM een tabloid, 24 Uur, maar men haakte reeds na een aantal weken weer af. De sterke weekbladuitgeversgroep Roularta heeft meermaals met het idee gespeeld om in Vlaanderen een nieuw dagblad uit te geven, maar na marktonderzoek zag men steeds wijselijk af van dit plan.

Het enige dagbladinitiatief dat nog een plaatsje kon veroveren, is De Financieel Economische Tijd, die in 1968 door het Vlaams Economische Verbond boven de doopvont werd gehouden. Het succes van deze krant is ongetwijfeld te danken aan de complementariteit van het blad: de gespecialiseerde financieel-economische informatie voldoet aan een specifieke behoefte (en er moet aan worden herinnerd dat de FET een voorganger had, Avond-Echo (VEV), die in 1967 verdween en een zekere leemte achterliet).

2.1.1 Krantengroepen en hun lezersmarktaandeel 2000

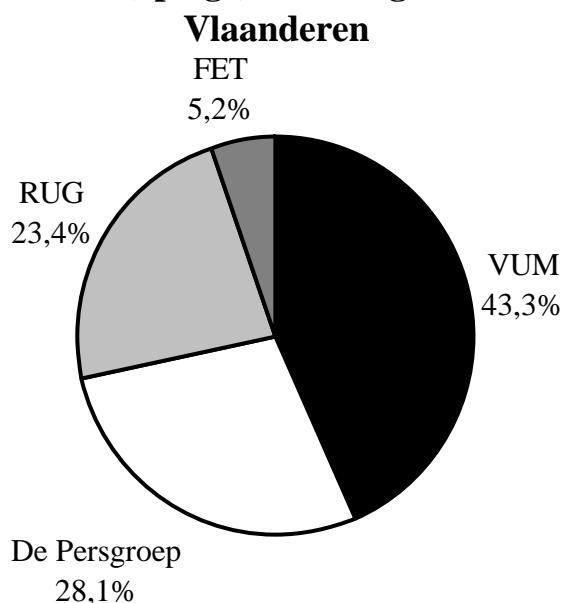
Krantengroepen in België 2000

Groep (2000)	Oplage	Betaalde verspreiding (2000)	%
VUM	501.937	408.773	43,3
- De Standaard	98.169	78.995	
- Het Nieuwsblad/De Gentenaar	266.069	217.960	
- Het Volk	137.699	111.818	
Persgroep	380.665	265.480	28,1
- Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet	364.238	217.221	
- De Morgen	64.398	48.259	
RUG	258.951	221.009	23,4
- Gazet van Antwerpen	146.350	121.097	

- Belang van Limburg	112.601	99.912	
FET	63.815	49.687	5,2
Financieel Economische Tijd	63.815	49.687	

Marktaandeel van de uitgeversgroepen in Vlaanderen en Wallonië in 2000

Marktaandelen (oplage) in de dagbladmarkt 2000 -



2.1.2 Marktaandelen volgens politiek-ideologische achtergrond

België kent traditioneel een politieke opiniepers. Deze traditie dateert reeds van het ontstaan van het onafhankelijke België. In 1830 kreeg België een voor die tijd zeer vrij persregime. Alle politieke strekkingen konden vrijuit aan bod komen in de dagbladpers (zelfs de Orangistische pers die nog sympathiseerde met het vroegere Hollandse regime alsook de Duitse radicaal-linkse migrantenpers met o.m. K. Marx werden toegelaten). Een brede waaier van opiniedagbladen werd toen beschouwd als een waarborg voor de persvrijheid en als een bewijs van pluralisme.

Er werd reeds meermaals in deze tekst op gewezen dat als gevolg van het concentratieproces een aantal dagbladtitels en bijgevolg ook een aantal “spreekbuizen” van de diverse politieke zuilen verdwenen. Bovendien wordt onze samenleving steeds meer gekenmerkt door “ontzuiling” en heel wat dagbladen distantiëren zich meer en meer van de politieke partijen. Ook de lezers zetten zich af tegen een te sterk verpolitiseerde pers. De uitgevers hebben op deze trend ingespeeld en de politieke editoriaalen op de frontpagina zijn een stille dood gestorven en bij het merendeel van de dagbladen is er een afname van het politieke nieuws (E. De Bens, 2001: 83). Vandaag zijn er trouwens geen dagbladen meer op de markt, die nog eigendom zijn van een partij of een vakbond. Tot 1986 behoorde De Morgen nog toe aan de socialistische zuil en het ACV verkocht in 1994 haar krant Het Volk aan de VUM.

Toch kan men niet ontkennen dat België vandaag nog steeds een opiniepers heeft, die “aanleunt” bij de grote politieke en levensbeschouwelijke zuilen. Dit draagt trouwens bij tot het pluralisme en de diversiteit van de dagbladpers en om deze redenen hebben wij in

onderstaande tabel de dagbladen opgesplitst naar hun politieke en levensbeschouwelijke achtergrond.

6 “christelijke” titels:

VUM:

- De Standaard
- Het Nieuwsblad
- De Gentenaar
- Het Volk

Marktaandeel Vlaanderen:

66,7 %

RUG:

- Gazet van Antwerpen
 - Belang van Limburg
-

2 “liberale” titels:

Persgroep:

- Het Laatste Nieuws
- De Nieuwe Gazet

Marktaandeel Vlaanderen:

30 %

1 “links-progressieve” titel:

Persgroep:

- De Morgen

Marktaandeel Vlaanderen:

5,3 %

Er werd geen rekening gehouden met de financieel-economische dagbladen FET en L'Écho en evenmin met Grenz-Echo.

De afname van titels heeft ongetwijfeld een verschraving van het aanbod met zich meegebracht. Een typisch voorbeeld van die verschraving biedt de vroegere Standaardgroep, die in het verleden bij de overname van diverse Vlaamse dagbladen de redactionele eigenheid van de aangekochte dagbladen op termijn niet behield. Hoewel de kranten allemaal aanleunden bij de katholieke zuil, waren er toch opmerkelijke inhoudelijke verschillen. Zo was De Gentenaar (opgekocht in 1959) een katholiek-conservatief dagblad met een lauwe Vlaamsgezinde instelling. De Landwacht, de regionale editie van De Gentenaar, richtte zich meer naar het platteland en stelde zich meer strijdend katholiek op dan De Gentenaar. Het Handelsblad (opgekocht in 1957) was een katholiek-conservatief Vlaams dagblad, maar Het Nieuws van den Dag (opgekocht in 1957) had een veel volkser katholiek profiel. De titels De Landwacht, Het Handelsblad en Het Nieuws van den Dag werden uiteindelijk opgeheven, en De Gentenaar haalt vandaag zijn eigen profiel uitsluitend uit de regionale berichtgeving, aangezien de hoofdbrok van de binnen- en buitenlandse berichtgeving identiek is aan de berichtgeving van Het Nieuwsblad.

In 1994 werd Het Volk overgenomen met garanties voor een onafhankelijke redactie gedurende 5 jaar, maar als gevolg van de daling van de reclame-inkomsten werd in 2000 bekend gemaakt dat er een zekere redactionele synergie tussen Het Volk en Het Nieuwsblad zou doorgevoerd worden...

2.1.3 Reclame-aandeel dagbladsector

Voor de Vlaamse dagbladsector komen de inkomsten ruw geschat voor 50 à 55% uit reclame en voor 45 à 50% uit verkoop. Er zijn uiteraard sterke verschillen: zo zijn de reclame-inkomsten van Het Volk aan de lage kant (onder de 30%) en die van De Gazet

van Antwerpen hoog (rond de 60%) (cijfers van 1999, BVDU). Dagbladen zijn in sterke mate afhankelijk van de reclame-inkomsten. Wanneer de reclame-inkomsten onder de 30% zakken, komt de krant in moeilijkheden. In bepaalde landen zoals de USA en Duitsland liggen de inkomsten uit reclame zeer hoog en halen de dagbladen soms 70% tot 80% van hun inkomsten uit reclame.

De reclame-inkomsten van dagbladen kunnen worden opgesplitst in thema- (merkreclame) en rubriekadvertenties (zoals personeelsadvertenties, relaties, immobiliën, auto's etc.). Hoewel de merkreclame het grootste marktaandeel vertegenwoordigt, is rubriekreclame voor de dagbladen ook belangrijk. Rubriekadvertenties zijn het bijna exclusieve domein (het internet kan hier wel mettertijd een geduchte concurrent worden) van de gedrukte media, vooral van de dagbladen; de audiovisuele media zijn minder geschikt voor dit type van reclame. Wat de merkreclame betreft zagen de uitgevers de laatste jaren hun marktaandeel teruglopen; deze achteruitgang werd onder meer veroorzaakt door de audiovisuele media. Dankzij de economische bloei van de laatste jaren steeg de omzet wel in absolute cijfers maar niettemin ging het procentuele marktaandeel achteruit. Als gevolg van de economische recessie in 2001 namen de reclamebudgetten evenwel af.

Evolutie van de reclamemarktaandelen in de diverse media 1988-2000 (in %)

	1988	1990	1995	1998	1999	2000
Dagblad	24,2	18,3	18,9	15,7	17,9	17,23
Magazine	26,7	16,6	17,5	15,5	14,8	13,60
Huis-aan-Huis	8,8	8,1	6,5	5,4	5,6	5,3
Print	59,8	43,0	42,9	36,6	38,4	36,13
Televisie	14,3	32,9	35,2	42,8	41,3	43,2
Radio	2,0	2,2	8,9	8,7	9,2	10,34
Bioscoop	1,6	1,4	1,5	1,5	1,4	1,39
Audiovisueel	18,0	36,5	45,6	53,0	52,0	54,9
Affichage	14,5	13,8	11,5	10,4	9,4	8,91

Bron: MediaMark

Bovenstaande tabel geeft aan dat zowel de dagbladen maar vooral de weekbladen een deel van hun reclamemarktaandeel hebben verloren. Vanaf 1998 overschrijdt voor het eerst in de Belgische reclamegeschiedenis het marktaandeel van tv (42,8%) dat van de printmedia (36,6%). Radio en tv zijn er qua reclame-investeringen sedert 1988 tot op vandaag op vooruit gegaan. De opmars van radioreclame is procentueel gezien nog veel sterker dan die van tv.

Reclamebestedingen dagbladen (in euro)

Groepen en titels	Inkomsten in euro	Marktaandeel in Vlaanderen
VUM	72.842.488	41,44%
<i>Het Nieuwsblad</i>	<i>33.187.814</i>	
<i>De Standaard</i>	<i>28.204.371</i>	
<i>Het Volk</i>	<i>11.450.303</i>	

Persgroep	52.879.865	30,00%
<i>Het Laatste Nieuws</i>	35.276.789	
<i>De Morgen</i>	17.603.076	
RUG	35.379.708	20,00%
<i>Gazet van Antwerpen</i>	21.009.286	
<i>Het Belang van Limburg</i>	14.370.422	
Uitgeversbedrijf Tijd	14.634.543	8,30%
<i>De Financieel Economische Tijd</i>		
Totaal	175.736.604	

Op de dagbladmarkt is de VUM uitgesproken marktleider wat reclame-inkomsten en de lezersmarkt betreft. Het is eveneens interessant om de spreiding van de reclame-inkomsten over de Vlaamse en Franstalige dagbladen na te gaan. Daaruit blijkt dat Vlaanderen een sterk positie heeft in België.

Groepen en titels	Inkomsten in euro	Marktaandeel in België
Rossel	74.684.867	23,99%
<i>Le Soir</i>	45.039.045	14,47%
<i>Groupe La Meuse</i>	16.603.565	56,01%
<i>Nouvelle Gazette</i>	13.042.257	43,99%
VUM	72.842.488	23,39%
<i>Het Nieuwsblad</i>	33.187.814	45,56%
<i>De Standaard</i>	28.204.371	38,72%
<i>Het Volk</i>	11.450.303	15,72%
Persgroep	52.879.865	16,98%
<i>Het Laatste Nieuws</i>	35.276.789	66,71%
<i>De Morgen</i>	17.603.076	33,29%
RUG	35.379.708	11,36%
<i>Gazet van Antwerpen</i>	21.009.286	59,38%
<i>Het Belang van Limburg</i>	14.370.422	40,62%
IPM	29.570.430	9,50%
<i>La Dernière Heure/ Les Sports</i>	11.068.184	37,43%
<i>Libre Belgique</i>	18.502.246	62,57%
Uitgeversbedrijf Tijd	14.634.543	4,70%
<i>De Financieel Economische Tijd</i>		
Groupe Vers L'Avenir	12.566.037	4,04%
<i>Vers L'Avenir</i>		

L'Echo	9.823.063	3,15%
<i>L'Echo</i>		
Grenz Echo	4.198.998	1,35%
<i>Grenz Echo</i>		
Nord Eclair	2.812.372	0,90%
Le Matin	1.744.762	0,56%

2.2 Publiekstijdschriftenmarkt

Het concentratieproces manifesteert zich hier eveneens in sterke mate. Twee typische tijdschriftenuitgevers domineren de markt nl. Mediaxis en Roularta; De Persgroep heeft via zijn uitgeverij Sparta eveneens een belangrijk marktaandeel. Twee kleinere groepen Cascade en De Vrije pers/ Think Media hebben een beperkt marktaandeel. Wij beperken onze bespreking wel tot de algemene publiekstijdschriften en houden dus geen rekening met allerhande special interest bladen, die door diverse kleinere uitgevers op de markt worden gebracht. Roularta en Sparta geven ook wel een aantal special interest bladen uit zoals Industrie en Bizz (Roularta) en Auto en Wouf (Sparta), maar deze bladen hebben geringe verkoopcijfers; wij hebben ze volledigheidshalve wel bij de reclame-bestedingen opgenomen.

Mediaxis, de Belgische dochter van VNU en thans de Finse tijdschriftengroep Sanoma, heeft het grootste aandeel op de lezersmarkt nl.46,98%. VNU, Nederlandse tijdschriftenuitgever, had in het verleden door de bladen van het Vlaamse The Press op te kopen, een monopolie verworven op de Vlaamse vrouwentijdschriftenmarkt: alle Vlaamse vrouwenbladen worden vandaag op de markt gebracht door Mediaxis: Libelle, Flair; Feeling (nam het vrouwenblad Elga van The Press over) en Fit & Gezond (thans Evita). Door de overname van The Press (Humo en Télémoustique) en door de overname van het Vlaamse Perexma (TV-Express) verwierven zij eveneens een belangrijke positie op de tv-tijdschriftenmarkt. Vooral toen VNU ook nog 44 % van de aandelen van VTM verwierf, verkreeg de groep een belangrijke machtspositie (zie verder paragraaf: Vlaamse Televisiemarkt).

Zoals verder nog zal blijken is Mediaxis wel marktleider op de lezersmarkt maar is Roularta marktleider op de reclamemarkt: Mediaxis haalt 39,7% uit de Vlaamse reclamemarkt; Roularta met een merkelijk lager lezersmarktaandeel haalt het meest uit de tijdschriftenmarkt: 40,7%.

Roularta verwierf een monopolie op de algemene informatietijdschriftenmarkt nadat zij Spectator, de Vlaamse Elsevier en Topics uit de markt geduwd hadden. Langs Franstalige zijde kochten zij Pourquoi-Pas? en L'Instant op en fuseerden deze bladen met Le Vif/ Express.

De Persgroep komt op de tweede plaats wat de lezersmarkt betreft met een aandeel van 25,58%. De Persgroep haalt op de reclamemarkt een beduidend geringer aandeel nl. 16,3% t.o.v. van 40,7% (Roularta) en 39,7% (Mediaxis). Wanneer men in de volgende tabellen de inkomsten uit de reclame vergelijkt met de verkoopcijfers komt men tot merkwaardige vaststellingen. Zo haalt Roularta met Weekend Knack € 13.396.888 uit

reclame; Knack zelf €16.221.934. Weekend Knack is dus wel een gouden kalf. Humo realiseert met 238.585 verkochte exemplaren €15.520.810 uit de reclamemarkt, terwijl Dag Allemaal met 344.566 verkochte exemplaren “slechts” €11.971.251 uit reclame haalt. Het is dus geen vaste regel dat het grootste aantal lezers altijd het grootste aantal adverteerders aantrekt. Adverteerders houden ook rekening met het imago van het tijdschrift, de te bereiken doelgroepen...De tarieven zijn ook bij de diverse tijdschriften verschillend.

2.2.1 Betaalde verspreiding marktaandeelen periodieke pers Vlaanderen 2000

In deze tabel worden enkel de publiekstijdschriften opgenomen. Roularta en De Persgroep geven ook nog een aantal special interest bladen uit

Groepen en titels	Betaalde verspreiding	Procentueel Vlaamse Markt
Mediaxis/ Sanoma	1.109.161	45,94%
Libelle	215.299	
Flair	125.910	
Feeling	81.227	
Evita (vroeger Fit & Gezond)	45.930	
Story	161.052	
TV-Express*	81.705	
TV-Blad	199.453	
Humo	238.585	
Roularta	423.767	17,55%
Knack	128.363	
Trends/ Tendances**	43.565	
Foot/ Voetbal**	65.349	
Plus Magazine (vroeger Onze Tijd/ Notre Temps**)	101.350	
Krant van West-Vlaanderen	85.140	
De Persgroep/ Sparta	629.016	26,06%
Blik	81.264	
Dag Allemaal	344.566	
TV Familie	80.092	
Joepie	65.104	
Goed Gevoel	58.990	
Audax/ Cascade	133.496	5,53%
TV Gids	59.185	
Zondagsblad	36.049	
EOS	38.192	
Vrije Pers/ Think Media	118.681	4,92%
P-Magazine	71.491	
Ché-Magazine	47.190	

Totaal	2.414.121	

* TV Express werd in 2002 verkocht aan De Persgroep

** Oplagen voor de Nederlands- en Franstalige tijdschriften worden niet afzonderlijk gegeven

2.2.2 Aandelen reclamemarkt van de Vlaamse tijdschriftengroepen

In onderstaand overzicht hebben wij naast de inkomsten uit reclame van de Vlaamse publiekstitjdschriften ook die van de bladen, die in Franstalig België verspreid worden, opgenomen. Wij hebben wel afzonderlijk de marktaandeelen op de Vlaamse markt uitgerekend.

Groepen en titels	Aandeel reclamemarkt België	Vlaamse markt %
Mediaxis/ Sanoma	66.479.667	46.937.709 – 39,7%
Feeling	7.147.744	
Feeling Wonen	1.148.207	
<i>Femmes D’Aujourd’hui-Libelle</i>	9.125.336	
Evita (vroeger Fit & Gezond)	2.063.461	
<i>Flair L’Hebdo</i>	3.860.058	
Flair NL	8.586.162	
<i>Gael</i>	4.084.188	
<i>Gael Maison</i>	751.805	
Humo	15.520.810	
Libelle Specials	210.536	
Libelle- Het Rijk de Vrouw	9.125.336	
<i>Marie Claire</i>	1.150.261	
<i>Marie Claire Maison</i>	86.061	
<i>Marie Claire NL</i>	868.174	
Story	1.301.342	
<i>Télé Moustique</i>	4.999.434	
<i>Télé Pocket</i>	115.704	
<i>Télé Vision</i>	86.790	
Teve Blad	554.441	
TV Express	702.632	
Roularta	77.818.540	48.093.327 – 40,7%
<i>Bizz FR</i>	858.728	
Bizz NL	1.352.666	
<i>Cash Tendances</i>	438.458	
Cash Trends	812.728	
<i>Fleet Management FR</i>	123.652	
Fleet Management NL	237.690	
Foot Magazine	148.662	
<i>Industrie F</i>	187.430	
Industrie N	388.552	

Knack	16.221.934	
<i>Le VIF – L'Express</i>	<i>10.743.270</i>	
<i>Notre Temps</i>	<i>1.077.567</i>	
Plus Magazine (vroeger Onze Tijd)	1.516.018	
Passie	241.755	
<i>Passion</i>	<i>103.609</i>	
<i>Sport Foot Magazine</i>	<i>838.349</i>	
Sport Voetbal Magazine	1.427.463	
<i>Telepro FR</i>	<i>1.910.646</i>	
Telepro NL (opgeheven)	649.637	
<i>Tendances</i>	<i>4.360.478</i>	
Trends	8.513.258	
Voetbal Magazine	334.738	
<i>Weekend/ L'Express</i>	<i>8.513.258</i>	
Weekend knack	13.396.888	
De Persgroep/ Sparta	19.291.748	19.291.748 – 16,3%
Auto	583.196	
Autowereld	425.446	
Dag Allemaal – Zondag Nieuws	11.971.251	
Genieten	485.082	
Goed Gevoel	1.467.838	
Goed Gevoel + Goed Wonen	406.955	
Goed Wonen	383.783	
Joepie	1.163.573	
Netwerk	932.044	
TV Familie	799.690	
Woef	186.037	
Wouf	57.643	
Blik	456.211	
Audax/ Cascade	957.638	957.638 – 0,8%
Zondagsblad	113.066	
EOS	540.588	
TV Gids	304.064	
De Vrije Pers/ Think Media	2.699.503	2.699.503 – 2,2%
Ché	644.104	
EOS Magazine (naar Cascade)	540.588	
P-Magazine	2.035.399	
TV Gids (naar Cascade)	304.064	

2.3 Nevenactiviteiten en belangenverweving

De 3 Vlaamse dagbladgroepen en de weekbladgroep Roularta hebben hun positie trachten te verstevigen via participaties in andere printmedia, radio en televisieomroepen, digitale media en handelsdrukkerijen.

Wij voegen organigrammen bij die een synthese brengen van al hun activiteiten.

De Persgroep is de meest actieve groep in zake diversificaties en heeft activiteiten ontwikkeld op het terrein van de tijdschriftenmarkt, commerciële landelijke tv, regionale tv, landelijke radio en netwerkradio's. De VUM daarentegen heeft steeds een andere strategie gevolgd en heeft zich geconcentreerd op haar core business, nl. dagbladen: zo stootte de VUM de weekbladen af die zij samen had met Perexma alsook de weekbladen van Het Volk, die de VUM na de overname in 1994 verkocht aan Audax. De VUM participeerde bovendien om diverse redenen (cfr. audiovisuele markt) niet in commerciële tv. Zo verkocht de VUM, na de overname van Het Volk, diens aandelen in VTM aan de VMM. De VUM heeft wel met succes de laatste jaren zwaar geïnvesteerd in nieuwe digitale media, maar deze sector blijft voorlopig verlieslatend.

De dagbladgroepen gingen ook onderling allianties aan waardoor nieuwe machtsverhoudingen en belangenverweving tot stand kwamen. De Persgroep en Roularta hebben de sterkste bindingen met elkaar: zij hebben 50% van VMM (VTM, Ka2, JimTV, Topradio, Mango en Q Music). Via VMM participeren zij samen in Paratel en Plopsaland.

De RUG werkt samen met De Persgroep en Roularta voor de uitgave van Vacature en voor de regie van de reclame van de regionale omroepen RTVM. In het verleden gaf RUG samen met Roularta het gratis dagblad Metro uit. Wegens te sterke verliezen stapte echter Roularta uit het Metro-project. Ook de alliantie van RUG met Mercator Printing Group werd onlangs (juni 2002) afgebroken. De RUG heeft dan ook nog een aantal allianties met De Persgroep: zij hebben elk 50% van de Antwerpse televisiemaatschappij. Het is dus duidelijk dat wanneer men het Vlaamse medialandschap bekijkt, vooral De Persgroep en Roularta met elkaar gelinkt zijn en voor een aantal activiteiten ook met de RUG.

Helemaal los van deze mediavervlechtingen staat de VUM met participaties die niet met de andere Vlaamse persgroepen gedeeld worden. Zo participeert de VUM in de Waalse dagbladgroep Mediabel, heeft het een samenwerking met Mediaxis voor Job@. De VUM werkt samen met de VRT via de VAR. In 2001 echter verkocht de VUM 35% van de VAR-aandelen aan de VRT en behield zo een minderheidsparticipatie van 10%. Toch blijft er een 'affiliatie' van de VUM met de VRT wat zich o.m. manifesteert in de participaties van de VUM in het productiehuis Woestijnvis, dat een exclusiviteitscontract met de VRT heeft afgesloten.

De FET werkt samen met De Persgroep, Roularta en de RUG voor Vacature en met Roularta voor de tv-omroep Kanaal Z; de FET overwoog evenwel in 2002 om de samenwerking te verbreken omdat de omroep verlieslatend bleek. En anderzijds wordt de FET dan weer gedrukt bij de RUG. Maar ook, dus opnieuw, de FET heeft geen enkele verdere binding met de VUM. (Vroeger werd de FET wel gedrukt bij de VUM en maakte de FET gebruik van het toenmalige VUM-distributiebedrijf Districom.) Deze mediavervlechtingen kunnen uiteraard tot een zekere belangenvermenging leiden. Vooral wat de tv-tijdschriften betreft is er nogal wat wantrouwen gegroeid in die zin dat de tv-bladen van De Persgroep, Dag Allemaal en TV Familie, zouden aanleunen bij VTM. Toen in het verleden VNU nog aandeelhouder was van VTM hoorde men uiteraard dezelfde verwijten voor de tv-bladen TV Express, TV Story en Humo die door Mediaxis werden uitgegeven. Nu VNU geen bindingen meer heeft met VTM wordt nu

nogal eens gefluisterd dat Humo meer aanleunt bij VRT. De participatie van VUM in Woestijnvis en de samenwerking (weliswaar thans in minderheidsparticipatie) via de VAR zou dan weer de VUM meer doen aanleunen bij de VRT. Het wantrouwen is groot en recent werd in de pers, en voornamelijk in De Morgen en De Standaard, een kleine media-oorlog uitgevochten met wederzijdse beschuldigingen. Of er echt sprake is van belangenvermenging zal door onderzoek moeten hard gemaakt worden. Tot op heden gaat het meer om geruchten en wederzijdse verdachtmakingen.

Dat mediagroepen in hun expansie naar diversificaties streven en allianties aangaan in andere mediagroepen is een gevolg van de evolutie binnen de mediamarkt. Overal in Europa stelt men dezelfde trend vast. Hamvraag is wanneer en hoe deze allianties de diversiteit van het redactioneel aanbod kunnen aantasten.

2.4 Meer tabloidisering of meer kwaliteit; meer homogenisering of meer diversiteit?

Als gevolg van de toenemende concurrentiestrijd wordt vaak beweerd dat de dag- en weekbladsector meer afglijdt in de richting van tabloidisering: meer soft news, meer human interest, minder politiek, economisch en buitenlands nieuws. Het 'harde' nieuws wordt volgens een aantal auteurs steeds meer vanuit een human interest-benadering geschreven. Men stelt ook een globalisering vast van het internationale nieuwsaanbod waarbij duiding en achtergrond ontbreken (Connel, I., 1998; Djupsund, G. & Carlson, T., 1998; Esser, F., 1999; Franklin, S., 1997, Sparks, C., 1992; De Bens, E., 2001). Wij verwijzen opnieuw naar paragraaf 1 eerder in de tekst.

Onderzoek naar de Vlaamse dagbladers toonde aan dat zowel bij de "kwaliteitskranten" als de populaire pers tabloidisering opduikt (cfr. longitudinaal onderzoek bij de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de RUG). Vooral de afname van het internationale nieuws wat duiding en commentaar betreft is opvallend. Ondanks de toename van het aantal journalisten werd in de meeste krantenredacties gesnoeid in het aantal journalisten buitenland; journalisten worden nu vooral ingezet voor de vele bijlagen en extra supplementen; dit type van "service journalism" ligt goed in de markt.

Anderzijds is wellicht onder invloed van tv en andere maatschappelijke factoren (zoals ontzuiling) een andere leescultuur gegroeid waarop uitgevers terecht inspelen.

Auteurs zoals K. Schönbach hebben meermaals onderstreept dat de kranten in onze samenleving nog steeds, meer dan de audiovisuele media, hun rol van waakhond vervullen door meer tijd, energie en mankracht te investeren in het journalistieke eindproduct.

Meer onderzoek is wenselijk; het zoeken naar meer verfijnde kwantitatieve en kwalitatieve analysemethodes dringt zich op. Het onderzoek moet ook longitudinaal zijn zodat zich een evolutie over de jaren heen manifesteert.

In hoever kan een overheidsbeleid de printsector steunen en stimuleren: via indirecte steunmaatregelen (BTW 0%; investeringssteun; verlaagde tarieven post, telefoon, trein etc.; via overheidsadvertenties) maar ook via steun voor journalistenopleidingen (was er voordien maar is weer terug afgebouwd), via een goed regelgevend kader dat "onevenwichten" in de mediamarkt tegengaat, via acties die krantenlectuur bevorderen (vooral jongeren) en via meer wetenschappelijk onderzoek en dit in overleg met de betrokken sector.

3 De audiovisuele sector

3.1 Liberalisering van de audiovisuele markt

De openbare omroep, opgericht in 1930, verkreeg na WOII een absoluut monopolie nadat de vergunningen voor de toenmalige private radio's werden ingetrokken. Vanaf 1960 zal de Vlaamse openbare omroep steeds meer autonomie verwerven. Zoals elders in Europa werd begin de jaren '80 de politieke en economische druk sterk om het openbare omroepmonopolie te doorbreken. Door de liberalisering van de audiovisuele markt kwamen er uiteraard meer 'spelers' op de markt en men zou kunnen besluiten dat zowel de structurele als de open diversiteit hierdoor toenamen. Al vlug zou echter blijken dat de concurrentieslag om de kijker en de adverteerder vaak het aanbod meer in de richting van marktconformiteit deed evolueren.

3.1.1 Liberalisering radiomarkt en de huidige situatie

De eerste stap in de richting van liberalisering van het audiovisuele landschap was de legalisering in 1981 van de private radio's maar reclame werd verboden m.a.w. er werden geen inkomsten voorzien! Om te kunnen overleven begonnen de private radio's, vaak gegroepeerd in netwerken, wel illegaal reclame uit te zenden. Sedert 1985 volgde de wetgever de media-realiteit en liet reclame en networking toe. In deze periode toonden heel wat persgroepen belangstelling voor deze private radio's maar in 1991 greep de overheid in en verbood networking waardoor de meeste persgroepen hun belangstelling verloren. In 1992 kreeg bovendien de Vlaamse openbare omroep, die tot dan volledig reclamevrij was, de toelating om op de openbare radio reclame uit te zenden. Dit was een bijkomende reden waarom de ondernemingen hun interesse verloren in private radio's. Met het decreet van 29.04.1997 werd niet-streekgebonden reclame toegelaten en met het decreet van 07.07.1998 agglomeratieradio's en ketenvorming. Vandaag zijn als belangrijkste ketens actief: Radio Contact, Family Radio, Topradio, Radio Mango, Energy, FM Limburg en Spitsradio.

De vijf openbare radionetten met allen een landelijk bereik, konden dankzij een goede profilering en segmentering een luisteraarsmarktaandeel van 84,2% verwerven. De druk om dit quasi radiomonopolie te doorbreken via het toekennen van radio-omroepen met een landelijk bereik werd groot. In 2001 werden 2 nieuwe landelijke radiolicenties toegekend: Q-Music (VMM), 4FM (Think Media). Al vlug zou blijken dat deze 2 radio's geen volledig 'landelijk' bereik hebben en bovendien betwist de Franstalige Gemeenschap de toekenning van de frequenties. Straks moeten ook nog de licenties toegekend worden voor regionale/ lokale omroepen; vooral de regionale omroepen zullen ongetwijfeld het recht opeisen om in netwerken te mogen werken.

Ondanks het feit dat de reclame-inkomsten uit radio voor de openbare omroep in de nieuwe beheersovereenkomst geplafonneerd werden, is het duidelijk dat de strijd om de reclame-inkomsten en om de etherfrequenties zal toenemen.

Marktaandeelen luisteraars radio 2000

Openbare omroepen	84%
<i>Radio 1</i>	7,7%
<i>Radio 2</i>	32,3%
<i>Radio 3</i>	1,4%
<i>Studio Brussel</i>	7,5%
<i>Donna</i>	35,2%
Private omroepen	
<i>Radio Contact</i>	6,9%
<i>Top Radio</i>	3,3%
<i>Radio Mango</i>	1,7%
<i>Energy</i>	0,3%
+ vele honderden kleinschalige radio's	

Aangezien al de cijfers in deze tekst verwijzen naar 2000, werden hier geen cijfers opgenomen voor Q-Music en 4FM. Deze beide nieuwe omroepen blijken het moeilijk te hebben om een marktaandeel te verwerven. De onvolledige dekking van Vlaanderen is wellicht één van de oorzaken maar over de jaren heen heeft de VRT via zijn monopoliepositie een loyaal, tevreden radiopubliek gecreëerd; ook de adverteerders zijn tevreden aangezien zij via de succesrijke openbare radio's een tegelijkertijd groot en gesegmenteerd publiek kunnen bereiken. Ook hier duikt opnieuw de vraag op: is de radioreclamekoek groot genoeg om de vele nieuwe spelers (er komen ook nog nieuwe regionale/ lokale radio's bij) te financieren.

Financiering Radio

Reclame-inkomsten 2000

VAR	91.771.502	93,30%
VMM (<i>Top Radio/ Mango</i>)	1.820.168	1,85%
<i>Radio Contact</i>	4.774.555	4,85%
<i>Andere private radio's</i>		
Totaal	98.366.225	

Het totale bedrag ligt dus wel iets hoger aangezien niet alle private radio's hier werden meegerekend; de belangrijkste zijn echter wel opgenomen en het is duidelijk dat de VRT een dominante positie op de reclamemarkt bekleedt.

3.1.2 Liberalisering van de Televisiemarkt. De huidige televisiemarkt

In 1989 kwam de eerste commerciële televisieomroep VTM een licentie voor 18 jaar met een garantie van reclame-exclusiviteit. De wetgever eiste dat minstens 51% van de nieuwe aandeelhouders uit de Vlaamse printsector zouden komen; in de praktijk werd het 100%. De overheid had voor deze regeling geopteerd om de printsector te beschermen tegen het verlies van reclame-inkomsten. In de meeste landen nam men meestal een tegenovergestelde houding aan en beperkte men de participatie vanuit de printsector tot een bepaald percentage en dit om eventuele al te grote belangenvermenging tegen te

gaan. Vlaanderen heeft anderzijds een bijzonder kleine mediamarkt en dito reclamemarkt en in dergelijke gevallen zijn protectionistische maatregelen niet altijd uit den boze. De Europese Commissie nam zoals te verwachten wel aanstoot aan deze protectionistische maatregel en tot 1997 bleef het reclamemonopolie van VTM evenwel onaangetast; pas in 1997, ingevolge een klacht ingediend door VT4, werd het door de Europese Commissie als onverenigbaar met het gemeenschapsrecht verklaard.

Tussen 1993 en 1998 onderging het aandeelhouderschap van VTM ingrijpende wijzigingen. VTM was in 1987 opgericht door nagenoeg alle - op de VUM na - belangrijke Vlaamse uitgeverijen. Elk van de vennoten hield een deelneming van 11.11 % aan. In 1993 vervoerde de Vlaamse dochteronderneming van de Nederlandse multinational VNU haar deelneming in VTM tot 44.4 %, eerst door de overname van de magazine-uitgeverijen Perexma en The Press, en vervolgens door de rechtstreekse aankoop van de VTM-deelneming van De Vlijt. Hierop verankerden de overige vijf VTM vennoten de controle over de omroep door hun deelnemingen samen te brengen in de schoot van de Vlaamse Mediaholding (VMH) die aldus een 55.55% meerderheid bekwam. In 1995/96 verkochten Het Volk, BMH en Concentra evenwel hun VMH aandelen aan Roularta en De Persgroep. In 1998 tenslotte, ontdeed ook de VNU zich van haar VTM deelneming, zodat sindsdien VTM (thans VMM genaamd) op 50/50 basis door Roularta en De Persgroep gecontroleerd wordt.

VTM werd een succesverhaal zowel qua kijkers-aandeelmarkt als aandeel van de reclame markt. De openbare omroep reageerde aanvankelijk in paniek op het kijkersverlies en probeerde verschillende programmastrategieën uit. Alhoewel de openbare televisie niet moet gefinancierd worden met reclame-inkomsten was het verlies van kijkers toch verontrustend omdat men wellicht terecht vreesde dat de overheid dit als argument zou kunnen gebruiken om in de jaarlijkse dotatie te snoeien. 'Ruineous competition' gaat zoals R.Picard stelt, ten koste van de open en structurele diversiteit. Longitudinaal onderzoek over de periode van 1989-1999 heeft inderdaad aangetoond dat de twee concurrerende omroepen meer naar elkaar toegroeiden en dat tijdens de prime time het aanbod van TV1 en VTM vaak gelijkenissen vertoonde. Na heel wat hervormingen, de aanstelling van een nieuwe manager en een beheerscontract met garanties voor financiering, vond de openbare omroep haar slagkracht terug en heeft vandaag een iets groter kijkersmarktaandeel dan VTM.

Begin 1995 bood VT4 (behorend tot de Amerikaanse mediagroep SBS) vanuit Londen een Vlaams tv-programma aan met als gevolg dat de facto het reclamemonopolie van VTM doorbroken werd. De toenmalige minister verzette zich tevergeefs tegen deze constructie want de kabelmaatschappijen besloten VT4 te verspreiden. Begin 2002 heeft VT4 wel een Vlaamse licentie aangevraagd en verworven.

Nog net voor de lancering van VT4 reageerde VMM met de lancering van K2. Een programma-analyse van het aanbod van VT4 en K2 heeft aangetoond dat deze omroepen zeer dicht bij elkaar liggen (E. De Bens, 2000).

In 1998 werd het reclamemonopolie van VTM opgeheven. Sindsdien bekwamen meerdere thematische omroepen een licentie: Kanaal Z in 1999; Vitaya in 2000; Libertytv.com in 2000, etc. Er zullen ongetwijfeld nog meer initiatieven komen.

Sinds begin van de jaren '90 hebben ook 11 (thans 10) regionale omroepen een vergunning bekomen en ook deze elf omroepen, die in principe ook met overheidsgeld

kunnen gefinancierd worden, zijn in de praktijk uitsluitend afhankelijk van reclame-inkomsten.

Aandelen Televisiemarkt

	1988	1989	1995	1998	2000
<i>VRT-TV1</i>	41%	23%	18%	21%	23,4%
<i>TV2/ Canvas</i>	16%	9%	5%	9%	8,2%
<i>VTM</i>		27%	37%	30,6%	30,1%
<i>Ka2</i>			4%	6%	7,7%
<i>VT4</i>			6%	9%	7,8%

In 2001 heeft ondertussen de VRT TV met een hoger marktaandeel VTM voorbijgestoken. K2 en VT4 blijven het moeilijk hebben om een marktaandeel te verwerven.

Canal Plus heeft thans in Vlaanderen 170.000 abonnees. Van de andere thematische omroepen hebben wij geen cijfers aangezien ze wegens de te hoge kosten niet in de audimetrie zitten wat dan weer de adverteerders wantrouwig stemt. Vitaya heeft via enquêtes kunnen vaststellen dat hun kijkersaandeel stijgt maar dit impliceert niet dat de adverteerders ook toenemen zolang Vitaya geen deel uitmaakt van de audimetriemeting

Marktaandelen reclame van de verschillende televisieomroepen

<i>VTM</i>	356.789.409	75,51%
<i>VT4</i>	89.052.902	18,85%
<i>VRT-TV</i>	13.460.761	2,85%
<i>Regionale omroepen</i>	13.210.356	2,80%

De Belgische tv-sector stond in 2000 in voor meer dan 43,21% van de reclamemarkt. VMM is de belangrijkste speler met ongeveer een marktaandeel van 75% vs. 19% voor VT4, 2,85% voor de VRT-tv en 3% voor de regionale omroepen.

Wij hebben geen cijfers van de thematische omroepen.

De twee landelijke commerciële omroepen VTM en VT4 moeten uiteraard al hun activiteiten financieren met reclamegelden. Voor de thematische en regionale omroepen, met uitzondering van TV-Brussel zijn ook de reclame-inkomsten quasi de enige bron.

Financiering

De openbare omroep put het merendeel van haar inkomsten uit overheids gelden nl. € 206.197.000. Daarnaast haalde de openbare omroep in 2000 € 91.771.502 (bruto) uit radioreclame; samen met de inkomsten uit tv-sponsoring impliceert dit netto 61,35 miljoen euro. Vanaf 2002 is er bovendien jaarlijks een budget voorzien van 10 miljoen euro voor de invoering van nieuwe interactieve diensten. In 2002 kreeg de VRT een nieuwe beheersovereenkomst (2002-2006) met garantie van een jaarlijkse dotatie in 2002: 204,5 miljoen euro; in 2003: 213,7 miljoen euro; in 2004: 223,2 miljoen euro; in 2005: 233,1 miljoen euro; in 2006: 243,5 miljoen euro, maar met plafonnering van de inkomsten uit radioreclame tot 40,9 miljoen euro en van tv-sponsoring tot 8,7 miljoen euro.

In 2000 haalde VTM €356.789.409 bruto-opbrengsten uit reclame, wat voor VTM 192,2 miljoen euro netto bedrijfsopbrengsten opleverde. Het jaar 2000 was wel een bijzonder gunstig reclamejaar.

Felle concurrentie en kleine media-oorlogen ...

Zoals in Vlaanderen hebben elders in Europa de openbare omroepen hun slagkracht teruggevonden en laten zij de commerciële omroepen achter zich. Dit verzuurt ook elders in Europa de sfeer, vooral wanneer de reclamebestedingen (zoals in 2001 en 2002) in radio en tv teruglopen. De commerciële omroepen verwijten nu de openbare omroepen dat zij naast hun publieke financiële middelen teveel op de reclame- en sponsoringmarkt actief zijn en bovendien hun 'missie' te weinig in acht nemen en zich teveel richten naar de markt. De EU heeft nochtans bevestigd dat overheidsgeld voor de publieke omroep toegestaan is op voorwaarde dat de openbare omroep haar missie correct invult en geen concurrentievervalsing veroorzaakt. Zie Protocol 32 van Amsterdam 1997, dat bevestigd werd door de 'Mededeling van de Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun van de openbare omroepen' 2001/C 320/04; cfr. twee recente beslissingen van de Commissie betreffende overheidssteun aan omroepen (Steunmaatregel nr. 548/2001 – België en steunmaatregel nr. 631/2001 – UK).

Om deze redenen is het belangrijk dat de openbare omroep een transparante boekhouding kan voorleggen met aanduiding waarvoor de openbare financiële middelen en de inkomsten uit reclame/ sponsoring aangewend worden en of er geen kruissubsidies plaatsvinden. Deze transparantie is belangrijk en versterkt de positie van de openbare omroep die hierdoor haar missie van pluriformiteit, complementariteit en diversiteit kan realiseren.

Ook een nauwgezette controle op de programmering (cfr. missie) en op de naleving van de reclame/ sponsoringwetgeving voor zowel openbare als private omroepen is noodzakelijk in een competitieve markt. Onnodig hierbij op te merken dat het VCM hiervoor over te weinig mankracht beschikt. Bij het Nederlandse Commissariaat voor de Media houden zich per omroep 5 voltijdse personeelsleden met de controle bezig; dit betekent dat men enkel al voor de omroepen van de VRT, VTM en VT4 25 voltijdse personeelsleden zou nodig hebben.

Het wordt dus overduidelijk dat de hele audiovisuele sector met de vele nieuwe spelers op de markt en allen met uitzondering van de openbare omroep, voor 100% afhankelijk van reclame-inkomsten, straks in een bikkelhard gevecht om de gunst van de adverteerder zullen verwikkeld raken. Adverteerders zijn nog altijd geïnteresseerd in grote publieken en dit impliceert dat het aanbod wellicht meer in de richting van marktconformisme zal evolueren en dat ook hier het "tabloidiserings"-effect zal optreden. De reclamemarkt in Vlaanderen is nu eenmaal beperkt en de concurrentie zal "moordend" worden. De oplossing zoeken in betaalomroepen is utopisch; de markt voor betaalomroepen is specifiek en in Vlaanderen beperkt: het is vandaag duidelijk dat er geen plaats is voor meerdere betaalomroepen.

Door het veelvuldig verstrekken van nieuwe vergunningen wordt een situatie gecreëerd die in de long run voor niet iedereen leefbaar zal blijken te zijn. In dat geval rest enkel nog het faillissement, verregaande samenwerking of overname. Toenemende concurrentie in een kleine markt kan enkel tot verder concentratie leiden.

Welke beleidsmaatregelen kunnen hieraan verhelpen. R.Picard en in sommige Scandinavische landen kiest men voor een drastische oplossing: het aantal omroepen beperken. Dit lijkt weinig realistisch? Naar een andere wijze van financiering zoeken? Meer overheidsgeld voor producties, de reclameplafonds verhogen voor de openbare omroep die dan ter compensatie meer overheidsmiddelen moet ontvangen? Financiële tegemoetkomingen vanwege de kabelmaatschappijen (kabelmaatschappijen worden in Wallonië verplicht een bijdrage te leveren voor de audiovisuele producties en een percentage gaat naar de regionale omroepen). De makers van het nieuwe rapport over concentratie en diversiteit dat in opdracht van de minister gemaakt wordt, zullen hier het nodige creatieve denkwerk aan de dag moeten leggen. De marktsituatie is voldoende bekend; wij kijken uit naar hun creatieve ideeën om het beleid te herdenken.

De fusie van grote buitenlandse tv- film- en muziekaanbieders heeft ook gevolgen op de programmatie van de Vlaamse omroepen: zij bepalen de marktprijzen (bv. sport) en bijgevolg de toegang. Concurrentie met wereldwijd vertakte productiehuisen wordt voor Vlaanderen quasi onmogelijk. De grote mediaconglomeraten bieden tegen elkaar op om de rechten te bekomen van populaire, succesvolle programma's. Zoals vermeld staat in de officiële rapporten van de Europese Commissie werden tussen 1993 en 1996 de omroeprechten de hoogte ingeduwd met 20 tot 25% (CEC/DG X, 23 oktober 1997). Tv-rechten voor Sydney 2000 liepen op tot 1,3 miljard dollar, meer dan het dubbele wat betaald werd voor de uitzendrechten voor Barcelona 1992. Als gevolg van deze extreem hoge cijfers werden mediabedrijven ertoe aangezet strategische allianties aan te gaan³. Een belangrijke concentratie binnen de muziek- en filmwereld (slechts een handvol grote maatschappijen) heeft tot gevolg dat het auteursrecht en de naburige rechten op deze content in handen zijn van oligopolisten. In deze snel evoluerende informatiemaatschappij wensen de omroepen uiteraard on line/on demand producties aan te bieden bij het uitoefenen van hun omroepactiviteiten. Het gebruik van muziek in radio- en televisieproducties valt momenteel qua naburige rechten onder een wettelijke licentie in België en elders in Europa (in ruil voor het betalen van een billijke vergoeding door de omroepen). Het wettelijk kader van het auteursrecht ondergaat evenwel een ingrijpende verandering door de digitalisering. De Europese richtlijn betreffende het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij geeft immers verregaande rechten aan rechthebbenden zonder rekening te houden met o.a. de specifieke positie van de omroepen die geen muziek op zich willen aanbieden aan het publiek, doch wel muziek willen verwerken in producties. De implementatie van de richtlijn voorziet niet in een wettelijke licentie maar ook qua naburige rechten in een exclusief recht, waardoor de platenindustrieën éézijdig alle voorwaarden voor het gebruik ervan zullen kunnen vastleggen. De concentratie van de content én de exclusieve rechten in handen van slechts een beperkt aantal grote maatschappijen betekent een reëel gevaar voor het uitoefenen van de omroepactiviteiten binnen de informatiemaatschappij.

Positie kabelmaatschappijen

³ Zie Caroline Pauwels en Patrizia Cincera, Concentration and competition policies: toward a precarious balance within the global audiovisual order, in: Saeys, F. & d'Haenens, L. (eds.), Media Dynamics & Regulatory Concerns in the Digital Age, Quintessenz Verlags GmbH, 2001, ter perse.

Vlaanderen is de dichtst bekabelde regio ter wereld en de kabelnetwerken zullen een cruciale rol blijven spelen bij de doorgifte van omroep- en telekomdiensten.

Aangezien de kabelmaatschappijen de omroepen die ze via hun net doorgeven op verschillende wijze wat het auteurs- en naburig recht betreft behandelen, is hier ook meer transparantie noodzakelijk. Voor een aantal omroepen betalen de kabelmaatschappijen auteurs- en naburige rechten, andere omroepen zien zich verplicht de auteursrechten op zich te nemen in de plaats van de kabelmaatschappijen terwijl aan een derde groep daarbovenop een carriage fee gevraagd wordt. Meer transparantie is hier wenselijk.

Het must-carry-statuuut zal ongetwijfeld in de komende jaren een belangrijk beleidsagenda-punt worden. Het is in principe een goede beslissing om aan Vlaamse omroepen, die zich ertoe verplichten in hun aanbod informatie te brengen, een must-carry-statuuut te geven. De voorbije drie jaar werd het must-carry-statuuut echter toegekend aan tv-omroepen die in hun voorgelegde businessplannen dikwijls de inkomsten overschatten en de uitgaven onderschatten. Sommige zijn er zelfs van overtuigd dat hun must-carry-statuuut automatisch betekent dat de kabelmaatschappijen geen distributiekosten mogen aanrekenen. Het brengen van informatie wordt wel erg breed geïnterpreteerd waaruit blijkt dat bedoelde tv-omroepen in feite thematische tv-omroepen zijn die dus geen aanspraak kunnen maken op een beschermd statuuut. De kabelmaatschappijen houden dan ook een pleidooi om zorgvuldig met het toekennen van must-carry-statuten om te springen.

Samenvatting marktaandelen

Dagbladsector

	<i>Lezersmarkt 2000</i>	<i>Reclamemarkt 2000</i>	} Totaal aandeel reclamebestedingen 17,23%
<i>VUM</i>	43,3%	41,4%	
<i>De Persgroep</i>	28,1%	30%	
<i>RUG</i>	23,4%	20%	
<i>FET</i>	5,2%	8,3%	

Tijdschriftensector

	<i>Lezersmarkt 2000</i>	<i>Reclamemarkt 2000</i>	} Totaal aandeel reclamebestedingen 13,60%
<i>Mediaxis</i>	45,94%	39,7%	
<i>Roularta</i>	17,55%	40,7%	
<i>De Persgroep</i>	26,06%	19,29%	
<i>Audax</i>	5,53%	0,8%	
<i>Think Media</i>	4,92%	2,2%	

Audiovisuele markt

Radio

	<i>Luisteraars 2000</i>	<i>Reclamemarkt 2000</i>	} Totaal aandeel reclamebestedingen 10,34%
<i>VRT</i>	84%	93,3%	
<i>Radio Contact</i>	6,90%	4,85%	
<i>Top Radio/ Mango</i>	5,0%	1,85%	
<i>Energy</i>	0,3%		

Televisie

	<i>Kijkers 2000</i>	<i>Reclamemarkt 2000</i>
<i>VRT</i>	31,6%	2,85%
<i>VTM</i>	37,8%	75,51%
<i>VT4</i>	7,8%	18,85%
<i>Regionale omroepen</i>		2,80%

} Totaal aandeel reclamebestedingen
43,20%

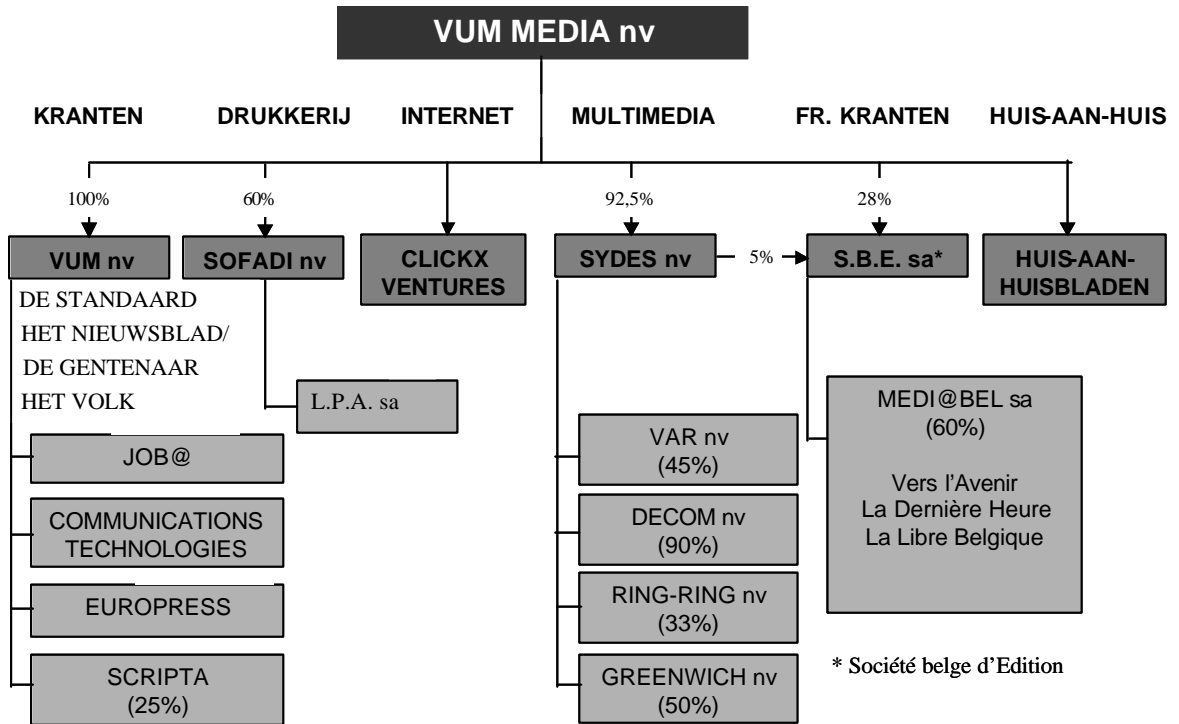
Algemeen besluit

Uit wat voorafgaat kan men besluiten dat concentratie zowel negatieve als positieve gevolgen kan hebben; verregaande commercialisering en bikkelharde concurrentie zijn daarentegen wel nefast voor het pluralisme en de diversiteit. Als gevolg van de politieke ontzuiling heeft pluralisme een andere invulling gekregen nl. pluriformiteit in de zin van een ruim, gediversifieerd aanbod waarin diverse standpunten en denkpistes aan bod komen. In geval van fusie is dan ook het behoud van de redactionele lijn uitermate belangrijk.

Meer spelers op de mediamarkt en meer keuze impliceren dan ook weer niet eenduidig meer diversiteit. Versnippering van de mediamarkt put de reclamemarkt uit, wakkert moordende concurrentie aan met als gevolg verdere commercialisering en toename van marktconforme content. In deze omstandigheden vereist de instandhouding van de diversiteit en het pluralisme in de mediamarkt de garantie van redactionele onafhankelijkheid en redactiestatuten voor journalisten die redactionele autonomie waarborgen. Anderzijds ligt ook bij journalisten een zekere verantwoordelijkheid: zij moeten loyaal regels van deontologie en accountability in acht nemen.

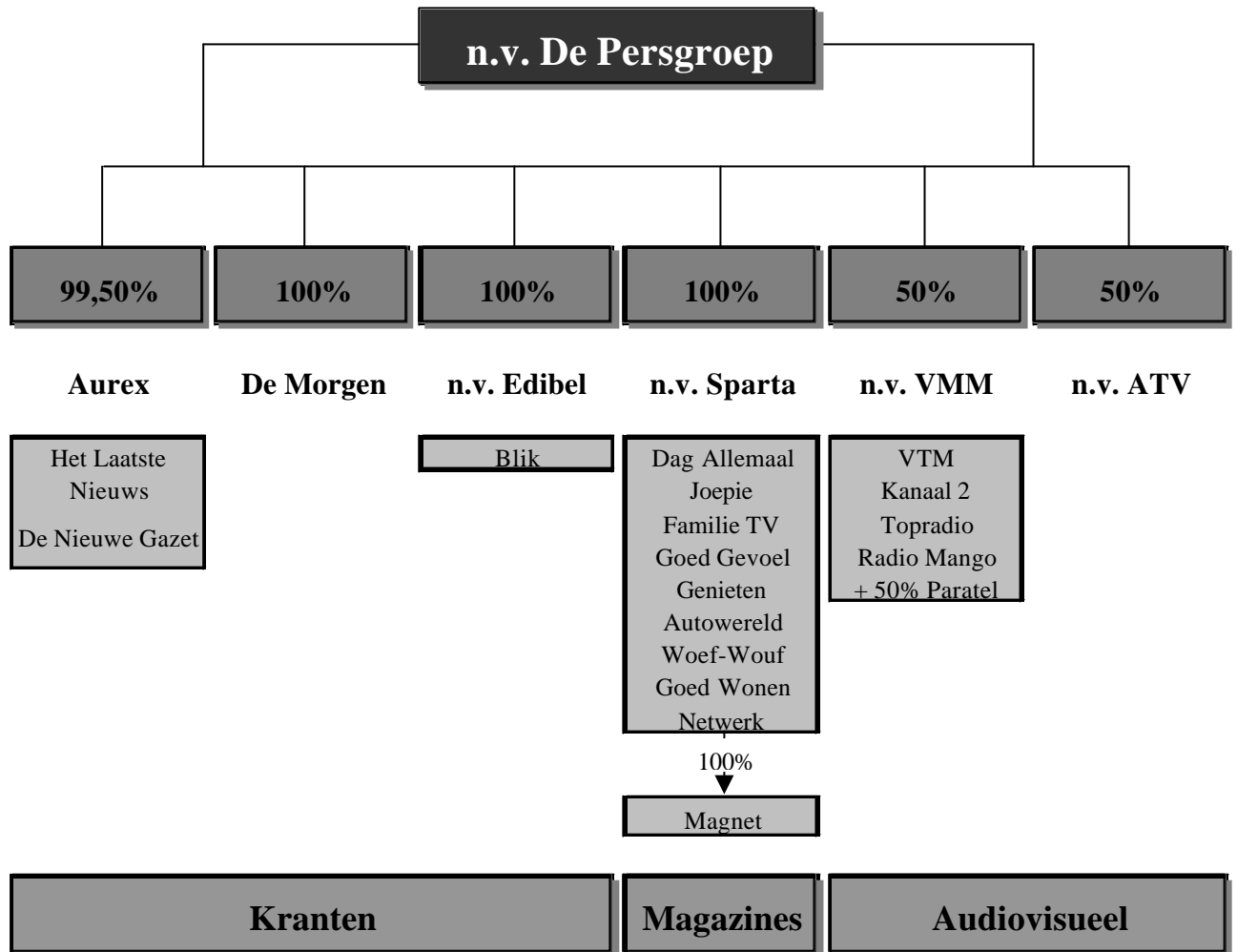
Bijlage 1

ORGANIGRAM VUM-GROEP



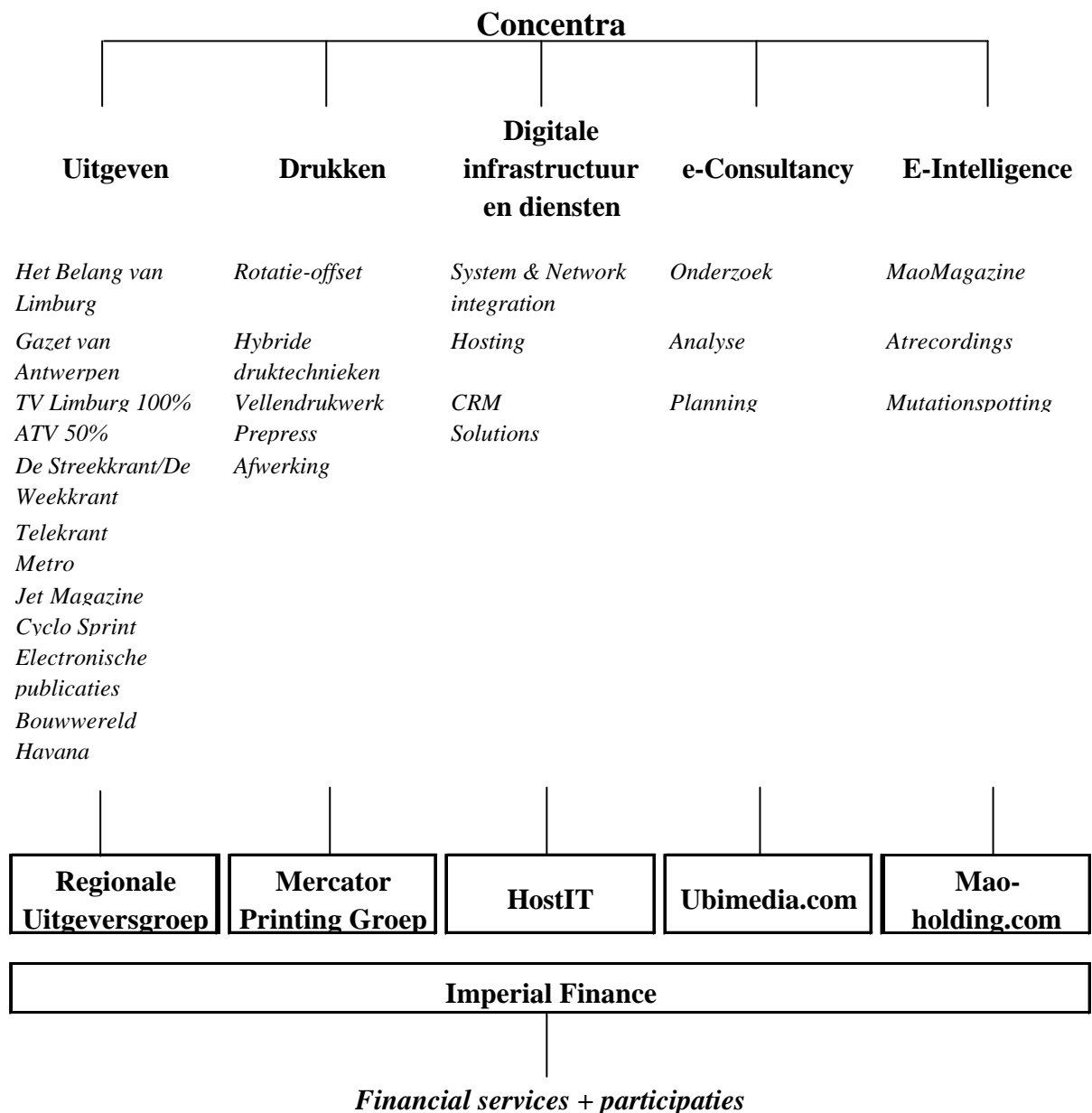
VUM vanaf 2001 minderheidsparticipatie in de VAR: 10%

In 2001 verbreken La Libre Belgique en La Dernière Heure de alliantie met Mediabel.



TV Ekspress werd door Mediaxis in 2002 verkocht aan De Persgroep (Sparta).

VTM participeert ook nog voor 50% in Plopsaland.



In 2002 wordt de alliantie met Mercator Printing opgeheven. Bovendien verdween Mao Magazine.

Bijlage 2: Vlaamse dagbladtitels per groep 1950-2000

1950	1980	2000
1. De Standaard, Brussel, 1914 Katholiek Het Nieuwsblad, Brussel, 1929 Katholiek	1. VUM De Standaard Het Nieuwsblad	1. VUM De Standaard Het Nieuwsblad De Gentenaar Het Volk
2. Het Handelsblad Antwerpen, 1848 Katholiek	*Het Handelsblad Opgekocht in 1957 en Overgenomen in 1971	
3. Nieuws van den Dag Brussel, 1884 Katholiek	*Het Nieuws van den Dag Opgekocht in 1957 en Opgeheven in 1965	
4. De Gentenaar Gent, 1879 Katholiek De Landwacht Gent, 1980 Katholiek	De Gentenaar Sedert 1959 *De Landwacht Opgekocht in 1959 Opgeheven in 1978	
5. Het Volk Gent, 1891 Katholiek	2. Het Volk	
6. De Nieuwe Gids Brussel, 1947 Katholiek De Antwerpse Gids Brussel, 1947 Katholiek	*De Nieuwe Gids Opgekocht in 1952 Opgeheven in 1995 *De Antwerpse Gids Opgekocht in 1952 Opgeheven in 1975	
7. Gazet van Antwerpen, Antwerpen, 1891 Katholiek Gazet van Mechelen Antwerpen, 1896 Katholiek De Gazet Antwerpen, 1928 Verdween in 1964	3. N.V. De Vlijt Gazet van Antwerpen Gazet van Mechelen	2. Regionale Uitgevers Groep Gazet van Antwerpen Het Belang van Limburg N.V. Concentra en N.V. De Vlijt sedert 1996 samen in RUG

<p>8. Belang van Limburg Hasselt, 1933 Katholiek</p> <p>9. Het Laatste Nieuws Brussel, 1888 Liberaal</p> <p>10. De Nieuwe Gazet Antwerpen, 1897 Liberaal</p> <p>11. Vooruit Gent, 1884 Socialistisch</p> <p>12. Volksgazet Antwerpen, 1914 Socialistisch Failliet in 1978 Fusie in De Morgen/ Vooruit</p> <p>13. De Rode Vaan Brussel, 1945 Communistisch Dagblad tot 1958; Van 1958 tot 1991 Weekblad</p> <p>14. Avond-Echo Antwerpen, 1940 (Vroegere L'Echo du Soir), verdween in 1967</p>	<p>4. Het Belang van Limburg</p> <p>5. N.V. Hoste Het Laatste Nieuws De Nieuws Gazet Sedert 1957</p> <p>6. De Morgen/Vooruit sedert 1978</p> <p>7. Financieel Economische Tijd Antwerpen, 1968 Neutraal</p>	<p>3. De Persgroep Het Laatste Nieuws De Nieuws Gazet De Morgen</p> <p>4. Financieel Economische Tijd</p>
<p>18 titels voor 14 persbedrijven</p>	<p>12 titels voor 7 bedrijven</p>	<p>10 titels voor 4 bedrijven</p>

Deel 2: Regelgeving voor concentratie en pluralisme: evolutie en stand van zaken

Het regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme bestaat uit verscheidene onderdelen. Een algemeen luik wordt gevormd door het mededingingsrecht dat er onder meer toe strekt concentraties tegen te gaan die de mededinging verhinderen of verstoren. Een sectorspecifiek luik bestaat uit de typische regels die de sectoren van media, telecommunicatie en informatietechnologie betreffen, en die gedeeltelijk ook betrekking kunnen hebben op concentraties binnen of tussen deze sectoren. De regelgeving inzake concentratie en pluralisme wordt op verschillende beleidsniveaus ontwikkeld. Zowel de Gemeenschappen als de federale overheid en de Europese Unie oefenen terzake bevoegdheden uit. Het mediaconcentratiebeleid op elk van deze niveaus wordt hierna achtereenvolgens besproken, waarbij telkens ook aandacht wordt besteed aan de bevoegdheden van de betrokken regulator. Gezien de bevoegdheidsverdeling in België wordt op Vlaams niveau slechts sectorspecifieke regelgeving gecreëerd, terwijl het gemeen mededingingsrecht onder federale bevoegdheid valt. In het luik betreffende de Europese Unie worden beide soorten recht afzonderlijk besproken.

I. Vlaams regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

De Vlaamse regelgeving inzake concentraties is noodzakelijk beperkt. Het mededingingsrecht valt immers principieel onder bevoegdheid van de federale overheid. Vlaanderen beschikt in dit verband slechts over impliciete bevoegdheden, d.w.z. dat zij slechts kan optreden in zoverre het gaat om aspecten van de mededinging die rechtstreeks aansluiten bij haar bevoegdheid inzake radio-omroep en televisie.

(Onrechtstreeks houdt ook de Vlaamse bevoegdheid voor hulp aan de geschreven pers verband met pluralisme. Bij de toekenning aan Vlaanderen van de bevoegdheid voor handelspubliciteit op radio en televisie werd geopperd dat Vlaanderen eveneens bevoegd moest zijn voor de hulp aan de geschreven pers, aangezien het risico bestond dat reclamegelden massaal zouden overgeheveld worden van de geschreven pers naar radio en televisie. De hulp aan de geschreven pers wordt hierna niet verder behandeld).

Historisch wordt Vlaams beleid inzake mediaconcentratie vreemd genoeg gekenmerkt door een dubbele evolutie die twee richtingen opgaat: een belangrijke concentratieplicht werd opgeheven en een aantal concentratiebeperkingen werden versoepeld. Enerzijds werd bij de oprichting van VTM bepaald dat minstens 51% van het maatschappelijk kapitaal in handen moest zijn van Vlaamse uitgevers van kranten en weekbladen⁴. Deze concentratieverplichting werd in 1998 opgeheven⁵. Anderzijds is er doorheen de tijd een versoepeling van concentratiebeperkingen vast te stellen. Waar voorheen de kabelmaatschappijen in principe geen andere activiteiten mochten uitoefenen dan het doorgeven van programmasignalen via de kabel, is deze beperking opgeheven⁶ bij. Niets

⁴ Art. 8 Decreet 28 januari 1987, B.S. 19 maart 1987.

⁵ Art. 11 Decreet 28 april 1998, B.S. 20 mei 1998.

⁶ Art. 2, 8° Decreet 28 april 1998, B.S. 20 mei 1998.

belet de klassieke telecom-operatoren nu om zelf een vergunning als kabelmaatschappij aan te vragen. Samenwerkingsmogelijkheden zijn ingevoerd voor particuliere radio's⁷.

1. Wetgeving

Nu Vlaanderen slechts bevoegd is voor de mededinging op het terrein van radio en televisie, omvatten de Vlaamse decreten enkel sectorspecifieke bepalingen inzake concentraties. Absolute concentratiebeperkingen zijn in de Vlaamse Decreten betreffende de radio-omroep en de televisie (DROT) niet te vinden⁸. De DROT bevatten slechts een aantal drempels en belemmerende bepalingen die eventuele concentraties onrechtstreeks aan banden leggen: beperkingen inzake het maatschappelijk doel van omroeporganisaties, onverenigbaarheden in hoofde van rechtspersonen en bestuursleden, en samenwerkingsbepalingen.

(De beperkte mogelijkheden tot samenwerking en concentratie moeten het extern pluralisme in de sector bevorderen. Op de bepalingen ter verzekering van de diversiteit binnen het programma-aanbod van elke omroep (intern pluralisme), wordt hierna niet verder ingegaan (vb. discriminatieverbod in de programma's, verscheidenheid van programma's, uitzendingen door derden, adviesraden bij de regionale omroep ed.)).

Beperkingen inzake het maatschappelijk doel van omroeporganisaties

In de erkennings- en vergunningsvoorwaarden wordt vaak opgelegd dat het maatschappelijk doel van een omroeporganisatie moet beperkt blijven tot een welbepaalde (omroep)activiteit.

(het maatschappelijk doel van particuliere radio's moet beperkt blijven tot het verzorgen van radioprogramma's in het toegekende verzorgingsgebied (art.32, 1° DROT), dat van kabelradio's moet beperkt blijven tot het verzorgen van radioprogramma's via het kabelnet (art. 38quater DROT), dat van de regionale omroepen moet beperkt blijven tot het uitsluitend verzorgen van programma's (art. 53, 3° DROT), dat van doelgroep- en themaomroepen moet beperkt zijn tot het verzorgen van programma's bedoeld voor een specifieke doelgroep of opgebouwd rond één thema (art. 61 DROT), dat van de betaalomroepen moet beperkt blijven tot het verzorgen van programma's tegen betaling (art. 64bis DROT), en dat van de televisiediensten moet beperkt blijven tot het uitsluitend verzorgen van de diensten bedoeld in art. 41 5° DROT (art. 1, 1° besluit 24 juli 1996))

Dit impliceert meteen dat de betrokken omroep zich niet mag bezighouden met andere media-activiteiten, hetgeen een eventuele concentratie met andere mediabedrijven bemoeilijkt. Van een werkelijk concentratieverbod is hier echter geen sprake. Concentratie met andere mediabedrijven blijft mogelijk mits oprichting van een nieuwe rechtspersoon. In dat geval moet wel rekening gehouden worden met de in de DROT voorziene onverenigbaarheden in hoofde van bestuurders en beheerders (infra).

In andere gevallen voorzien de DROT in de vergunningsvoorwaarden enkel wat het maatschappelijk doel van een omroeporganisatie moet inhouden, zonder dat er wordt gespecificeerd dat het daartoe moet beperkt blijven. Deze omroepen kunnen in dit

⁷ Art. 5 Decreet 7 juli 1998, B.S. 18 juli 1998.

⁸ Decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995, B.S. 30 mei 1995.

opzicht eenvoudiger concentraties aangaan met andere mediabedrijven, mits naleving van andere algemene en sectorspecifieke concentratiebepalingen.

(het maatschappelijk doel van de landelijke radio-omroepen moet bestaan uit het verzorgen van radioprogramma's (artikel 38 octies 1°), het maatschappelijk doel van de particuliere televisieomroepen die zich richten tot de gehele Vlaamse Gemeenschap bestaat uit het verzorgen van programma's (art. 40 DROT))

Concreet betreft het VTM en de landelijke particuliere radio. De DROT staan een eenvoudige concentratie tussen beiden niet in de weg. Een volledige overname van VTM of van een Vlaamse landelijke radio door een ander (buitenlands) mediabedrijf wordt evenmin verhinderd door de DROT.

Onverenigbaarheden in hoofde van rechtspersonen en bestuursleden

In de vergunningsvoorwaarden voor omroeporganisaties voorzien de DROT soms dat dezelfde rechtspersoon niet meer dan één omroeporganisatie mag uitbaten in de klasse waarvoor de vergunning wordt aangevraagd. Er kunnen in die gevallen niet meerdere gelijkaardige radio- of televisieomroepen geconcentreerd worden bij éénzelfde eigenaar. Voor doelgroep- en themaomroepen, betaalomroepen en televisiediensten geldt deze beperking niet.

(de rechtspersoon kan niet meer dan één particuliere radio exploiteren (art. 32 4° DROT), de rechtspersoon kan niet meer dan één landelijke radio-omroep exploiteren (art. 38 octies, 3° DROT), en de vereniging kan niet meer dan één regionale omroep exploiteren (art. 53 4° DROT))

Vaak wordt in de vergunningsvoorwaarden tevens voorzien dat beheerders of bestuurders van een omroeporganisatie geen leidinggevende of bestuursfunctie mogen uitoefenen bij een ander mediabedrijf. Wederom gaat het hier niet om een werkelijke concentratiebeperking. Wel wordt daardoor vermeden dat dezelfde personen een stem zouden hebben in het bestuur van meerdere media-organen.

(bestuurder bij de VRT is onverenigbaar met een functie of mandaat in een persbedrijf - elektronische media inbegrepen - in een advertentie- of reclamebedrijf, of met een leidende functie of mandaat in een productiefirma die toelevert aan de elektronische media (art. 11 § 2 DROT), de leden van de raad van bestuur van een particuliere radio mogen geen beheerder of bestuurder zijn van een andere rechtspersoon die een particuliere radio beheert (art. 32 1° DROT), beheerders van kabelradio-omroepen mogen geen beheerder of bestuurder zijn van een andere rechtspersoon die een kabelradio beheert (art. 38ter § 2 DROT), leden van de raad van bestuur van een landelijke radio-omroep mogen geen beheerder noch bestuurder zijn van de openbare omroep of van een andere rechtspersoon die een landelijke radio-omroep beheert (art. 38 octies 1° DROT), beheerders van een regionale omroep mogen geen beheerder zijn van een andere vereniging die een regionale omroep in eigendom heeft of beheert (art. 53 1° DROT), voor de beheerders van de regionale omroep gelden bijkomende onverenigbaarheden met bestuursfuncties in andere omroepen, persbedrijven en kabelmaatschappijen (art. 57 DROT), de leden van de Raad van Bestuur van een televisiedienst mogen voor niet meer dan één vijfde een leidinggevende functie uitoefenen in een kabelmaatschappij (art. 1, 2° Besluit 24 juli 1996)

Samenwerkingsbeperkingen

De samenwerking tussen Vlaamse omroepen onderling wordt in bepaalde artikelen van de DROT aan banden gelegd. A fortiori geldt dit voor concentraties. Anderzijds worden in bepaalde artikelen mogelijkheden tot samenwerking en zelfs tot fusie gecreëerd (cfr. fusieovereenkomst voor particuliere radio's).

(particuliere radio's kunnen onder bepaalde voorwaarden samenwerken op het vlak van informatiegaring, programma-aanmaak en informatiewerving (art. 29 lid 6 DROT); indien meerdere particuliere radio's kandidaat zijn voor één beschikbare frequentie, dan kunnen zij een fusieovereenkomst of een overeenkomst van frequentiedeling afsluiten (art. 34 lid 5 DROT); samenwerking tussen een landelijke radio-omroep en de radio-omroep van de Vlaamse Gemeenschap of tussen landelijke radio-omroepen onderling, mag niet leiden tot gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid (art. 38 septies DROT); er mogen geen rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen bestaan tussen rechtspersonen die een landelijke radio-omroep exploiteren (38 octies 3° DROT); samenwerking tussen regionale omroepen onderling of met andere televisieomroepen die niet in dezelfde provincie gevestigd zijn, mag niet leiden tot koppeling of gestructureerde eenvormigheid op het vlak van de reclame, de financiering of de programma-aanmaak (art. 52, § 3 DROT), samenwerking tussen de in art. 71 bedoelde omroepen onderling of met andere omroepen mag niet leiden tot gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid (art. 73 DROT))

Bijzondere samenwerkingsbepalingen gelden voor de openbare omroep. De Vlaamse Gemeenschap mag haar aandelen in de VRT niet overdragen (art. 5 DROT). De VRT mag in het raam van een coproductie of een cofinanciering niet doen aan marktgerichte samenwerking (art. 24 § 2 DROT).

2. Toezicht

Ieder jaar moeten de Vlaamse omroepen een werkingsverslag en een financieel verslag voorleggen aan het Vlaams Commissariaat voor de Media dat belast is met het toezicht op de Vlaamse omroepsector. De Vlaamse omroepen moeten bovendien bij hun vergunningsaanvraag, of bij wijziging van de daarin vermelde stand van zaken, een aantal gegevens verstrekken aan het VCM. In één geval wordt expliciet vermeld dat het VCM bij de beoordeling daarvan rekening houdt met het instandhouden van het pluralisme en van de diversiteit (art. 38 novies § 2 DROT).

(elke wijziging in de raad van beheer of raad van bestuur van de particuliere radio moet worden meegedeeld aan het VCM (art. 32, 1° DROT), particuliere radio's moeten aan het VCM meedelen: o.m. de statuten, de financiële structuur en het financieel plan. Elke latere wijziging van die informatie moet zonder verwijl worden meegedeeld aan het VCM (art. 32, 3° DROT); idem voor de kabelradio-omroepen (art. 38ter § 2 en 38ter § 5 DROT), de landelijke radio-omroepen die na het verkrijgen van hun erkenning wijzigingen wensen door te voeren in de gegevens die daarin vermeld zijn, vragen daarvoor de goedkeuring van het VCM. Bij de beoordeling daarvan houdt het VCM rekening met het instandhouden van het pluralisme en van de diversiteit in het radiolandschap (art. 38 novies § 2 DROT); particuliere televisie-omroepen dienen met het oog op hun erkenning aan het VCM o.m. de statuten en de financiële structuur te bezorgen. Na de erkenning dient elke wijziging aan deze informatie zo spoedig mogelijk aan het VCM te worden meegedeeld (art. 41 bis DROT); elke wijziging in het bestuur van een regionale omroep moet worden meegedeeld aan het VCM (art. 58 DROT))

Het toezicht op concentraties wordt waargenomen door het VCM, en dit op grond van een algemene bepaling die stelt dat dit orgaan belast is met het toezicht op de DROT (art. 116ter, 1° DROT). A fortiori toetst het VCM ook de hogervermelde concentratiebepalingen daarin. In de praktijk zou het toezicht op de concentraties in de mediasector wellicht nog kunnen verscherpt worden door deze opdracht expliciet aan het VCM toe te vertrouwen. Het VCM bestaat uit een voorzitter (met minstens 10 jaar ervaring als magistraat) en twee commissarissen, benoemd door de Vlaamse Regering (art. 116 quinquies DROT). Bij de vaststelling van overtredingen, beschikt het VCM over een waaier van sancties, gaande van een waarschuwing, over de verplichting een uitspraak van het VCM bekend te maken, tot administratieve geldboetes en schorsing of intrekking van de vergunning of erkenning (art. 116 septies § 1 DROT). Indien de administratieve geldboetes niet worden voldaan, kan in opdracht van het VCM een dwangbevel worden uitgevaardigd (art. 116 octies DROT).

3. Suggesties

1. Een algemene vaststelling luidt dat de Vlaamse regeling inzake mediaconcentratie en pluralisme idealiter moet passen binnen een weldoordacht beleid, waarvoor ook de nodige middelen worden vrijgemaakt.
2. De DROT bevatten geen expliciete bepalingen inzake concentratie. Meerdere omroeporganisaties kunnen zonder al te veel moeilijkheden in één groep verenigd worden. In deze situatie vereist een effectief concentratiebeleid een zeer nauwgezet toezicht door de bevoegde regulator (in casu het VCM) op de ontwikkelingen in de markt. Het VCM zou daartoe expliciet bevoegd moeten gemaakt worden, en zou moeten beschikken over de daarvoor noodzakelijke middelen. De opbouw van de nodige know-how terzake is afhankelijk van de continuïteit op het vlak van personeel binnen de regulator.
3. Een werkelijk beleid dient te worden uitgestraald naar buiten. Naleving van de regels veronderstelt dat ondernemingen kennis hebben van het gevoerde beleid en van de acties die ter zake door de regulator worden ondernomen. Een systematische openbaarmaking van de beslissingen inzake concentraties van het VCM (mét motivering) zou de transparantie van de sector en van de wetgeving kunnen bevorderen.
4. Gezien de beperkte bevoegdheden van de Vlaamse Gemeenschap inzake mededinging en concentratie is tenslotte coördinatie tussen het VCM en de federale Raad voor de Mededinging cruciaal. Deze instellingen moeten hun beleid op elkaar afstemmen.

II. Federaal regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

1. Wetgeving : DE RAAD VOOR DE MEDEDINGING

a) algemeen

De naleving van de economische mededinging – ook van media-actoren - behoort tot de bevoegdheid van de nationale wetgever.

Het wettelijk kader van de Raad voor de Mededinging is geregeld bij wijzigingswet van 1 juli 1999 (BS 1 september 1999) ⁹.

De Raad voor de Mededinging is een administratief rechtscollege (zie artikel 16 van de wijzigingswet), ingesteld bij het Ministerie van Economische Zaken. Daarnaast is er ook nog de Dienst voor de Mededinging en de Commissie voor de Mededinging. De Raad voor de Mededinging neemt de beslissingen; de Dienst voor de Mededinging leidt de onderzoeken. De Dienst voor de Mededinging heeft een korps verslaggevers ter beschikking gekregen (art. 14, § 2 van de wijzigingswet). Deze ‘bijkomende’ schakel wordt door sommige auteurs als verrassend ¹⁰ omschreven. Het korps heeft daadwerkelijk tot doel te fungeren als een soort van tussenschakel tussen de Dienst voor de Mededinging enerzijds en de Raad voor de Mededinging anderzijds. De bedoeling is dat zij op onafhankelijke wijze kan opereren – dit in tegenstelling tot de Dienst voor de Mededinging. De Dienst leidt de onderzoeken en stelt een voorlopig verslag op. Elk dossier passeert daarna steeds het korps van verslaggevers, dat een definitief verslag opstelt dat aan de Raad voor de Mededinging wordt overgemaakt.

Pariteit is belangrijk, zowel op het niveau van de taal: Nederlandstaligen en Franstaligen als op het niveau van de background: juristen en economen.

b) Bevoegdheden van de Raad voor de Mededinging:

De bevoegdheden van de Raad voor de Mededinging zijn meervoudig. De voltallige Raad voor de Mededinging hoeft niet samen te komen om beslissingen te treffen, meestal wordt er gewerkt met ‘kamers’ die evenwel ad hoc worden samengesteld.

⁹ “De wijziging van de Wet tot bescherming van de economische mededinging”, *T.B.H.*, 1999, 372.

¹⁰ “(...) l’introduction d’un échelon d’instruction supplémentaire laisse perplexe. A première vue, on voit mal comment l’arrivée des rapporteurs contribuera à une application améliorée de notre droit de la concurrence. Pour renforcer la séparation des pouvoirs d’instruction et de décision, il aurait sans doute suffi de clarifier les compétences respectives de l’organe de décision et de l’organe d’instruction sans aller jusqu’à intercaler une couche administrative additionnelle. (...) », DIRCKX, V., «Les lois du 26 avril 1999 modifiant la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique : quel impact sur les notifications de concentrations ? » *D.A.O.R.*, 1999/51, 96.

1/ het al dan niet verlenen van goedkeuring aan concentratie-aanmeldingen (cfr. afdeling 5 bis wijzigingswet)

Krachtens artikel 10, § 1 is de voorafgaande goedkeuring nodig van de Raad voor de Mededinging, die moet vaststellen of de concentratie toelaatbaar is of niet. Deze meldingsplicht bestaat wanneer – overeenkomstig artikel 11 – de betrokken ondernemingen samen in België een omzet van meer dan 40 miljoen euro of 1.613.596.000 frank totaliseren en minstens twee van de betrokken ondernemingen elk in België een omzet realiseren van minstens 15 miljoen euro of 605.098.500 frank. Krachtens art. 12, § 5, laatste volzin kan de Raad voor de Mededinging zijn beslissing vergezeld laten gaan van bepaalde voorwaarden en lasten.

Wanneer een aanmelding van concentratie wordt gericht aan de Raad, maakt de Raad het over aan het korps verslaggevers (art. 32bis). Na onderzoek door de Dienst en het korps van verslaggevers, moet het met redenen omkleed verslag worden overgemaakt aan de Raad. De Raad neemt dan beslissing o.b.v. gemotiveerd verslag van het korps. De Raad voor de Mededinging houdt daarenboven – overeenkomstig artikel 10, § 2 van de wijzigingswet – rekening met de volgende twee elementen:

- a) de noodzaak een daadwerkelijke mededinging op de nationale markt te handhaven en te ontwikkelen in het licht van met name de structuur van alle betrokken markten en van de bestaande of potentiële mededinging van binnen of buiten het Koninkrijk gevestigde ondernemingen
- b) de positie op de markt van de betrokken ondernemingen, hun economische en financiële macht, de keuzemogelijkheden en leveranciers en afnemers, hun toegang tot voorzieningsbronnen en afzetmarkten, het bestaan van juridische of feitelijke hinderpalen voor de toegang tot de markt, de ontwikkeling van vraag naar en aanbod van de betrokken producten en diensten, de belangen van de tussenpersonen en eindverbruikers, alsmede de ontwikkeling van de technische en economische vooruitgang voor zover deze in het voordeel van de consument is en geen belemmering vormt voor de mededinging

Binnen de 45 dagen na de zitting neemt de Raad voor de Mededinging haar beslissing. Ofwel valt de concentratie niet onder het toepassingsgebied van de wet, ofwel valt het er wel onder en dan zijn er drie mogelijkheden: de concentratie is toelaatbaar (art. 33, § 2. a en 2) ; ontoelaatbaar (art. 34, § 2); ernstige twijfels over de toelaatbaarheid (art. 33, § 2 b en art. 34, § 1).

Ten uitzonderlijke titel kan de Ministerraad de verwezenlijking van een concentratie toestaan om redenen van algemeen belang (art.34 bis). Tot op heden is dit nog niet gebeurd. Een eerste bedenking betreft de term ‘algemeen belang’, wat dient hier onder begrepen te worden? Een tweede bedenking betreft de scheiding tussen de uitvoerende en de rechterlijke macht die niet wordt gerespecteerd.

- 2/ het nemen van beslissingen in dossiers van restrictieve mededingingspraktijken (cfr. afdeling 4 bis wijzigingswet)
- Artikel 2, § 1 omschrijft de overeenkomsten tussen ondernemingen en de besluiten van ondernemingsverenigingen en alle onderling afgestemde feitelijke gedragingen die verboden zijn omdat zij ertoe leiden dat de mededinging op de**

Belgische betrokken markt of op een wezenlijk deel ervan merkbaar wordt verhinderd, beperkt of vervalst.

De verzoeken en klachten inzake dergelijke restrictieve mededingingspraktijken worden ingediend bij de Raad voor de Mededinging die ze voor onderzoek aan het korps verslaggevers overmaakt. Het korps stelt een omstandig verslag met voorstel tot sepot in geval van onontvankelijkheid of ongegrondheid van de klacht.

De Raad kan beslissen dat er inderdaad sprake is van restrictieve mededingingspraktijken en bevelen dat deze praktijk wordt beëindigd

3/ Het treffen van voorlopige maatregelen (cfr. afdeling 6 wijzigingswet):

Op vraag van de Minister van Economische zaken of van een klager kan aan de Voorzitter van de Raad worden gevraagd om maatregelen te nemen om de restrictieve mededingingspraktijken (die het voorwerp uitmaken van het onderzoek) te schorsen, onder de voorwaarden vermeld in artikel 35, §1. Deze vraag wordt door de Voorzitter overgemaakt aan het korps verslaggevers die een omstandig verslag hieromtrent dienen op te stellen.

c) *Beroepsmogelijkheden tegen de Beslissingen van de Raad voor de Mededinging*

Tegen de beslissingen van de Raad voor de Mededinging en de voorzitter (in geval van voorlopige maatregelen) is enkel beroep mogelijk bij het Hof van Beroep te Brussel (art. 43). Ook prejudiciële vragen dienen te worden gericht aan het Hof van Beroep te Brussel (art. 42).

d) *Grote lijnen in mediadossiers*

In bijlage zijn – ter illustratie - een aantal beslissingen in mediadossiers opgenomen. Gelet op het feit dat de Raad voor de Mededinging momenteel werkt met kamers die ad hoc worden samengesteld, is er geen sprake van een echt beleid, laat staan een specifiek beleid voor dossiers die verband houden met concentratie en restrictieve mededingingspraktijken in de media. De bedoeling is wel dat op korte termijn werk wordt gemaakt van vaste kamers met vaste thema's, zoals bijvoorbeeld een kamer gespecialiseerd in media.

Deze vurige wens van de huidige Raad voor de Mededinging komt tevens tegemoet aan Aanbeveling R (99) 1 van de Raad van Europa¹¹ waarin duidelijk wordt gesteld: *“Member States may consider the possibility of creating specific media authorities invested with powers to act against mergers or other concentration operations that threaten media pluralism or investing existing regulatory bodies for the broadcasting sector with such powers. In the event member States would not consider this appropriate, the general competition authorities should pay particular attention to media pluralism when reviewing mergers or other concentration operations in the media sector.”*

¹¹ Council of Europe, Committee of Ministers, Recommendation No. R (99) 1 of the Committee of Ministers to Member States on measures to promote media pluralism, <http://www.coe.fr/cm/ta/rec/1999/99r1.htm>

e) Sancties die door de Raad voor de Mededinging kan worden getroffen

De sancties zijn van tweeërlei aard, enerzijds betreft het **geldboeten** die worden opgelegd en anderzijds **dwangsommen**. Afdeling 7 van de wijzigingswet vermeldt een groot aantal gevallen waarin geldboeten en/of dwangsommen aan de betrokken ondernemingen kunnen worden opgelegd. Enkel de voornaamste worden hier weergegeven. Voor een volledig overzicht verwijzen we naar de artikelen 36 t.e.m. 40 van de wijzigingswet.

* Bij overtreding van art. 31.1. inzake restrictieve mededingingspraktijken:→ geldboeten van maximum 10 % van hun omzet, mét mogelijkheid tot het opleggen van een dwangsom van ten hoogste 250.000 frank per dag/per onderneming

* Bij overtreding van art. 29, § 2 b, c, en d) inzake restrictieve mededingingspraktijken → meer bepaald in het geval dat de Raad voor de Mededinging een individuele vrijstelling verleent onder bepaalde voorwaarden.

Geldboeten van maximum 10 % van hun omzet, mét mogelijkheid tot het opleggen van een dwangsom van ten hoogste 250.000 frank per dag/per onderneming naast het herroepen of wijzigen van de vrijstelling door de Raad :

- indien de betrokkenen een voorwaarde of een verplichting die aan de beslissing verbonden werd, niet naleeft
- indien de beslissing berust op onjuiste aanduidingen of op bedrieglijke wijze verkregen werd
- indien de betrokkenen misbruik maken van de vrijstelling die hen werd toegekend

* Bij overtreding van de artikel 33 en 34 inzake de toelaatbaarheid van concentraties

Idem

* Niet alleen voorziet de wet in sancties voor een inbreuk op een welbepaald wetsartikel, ook de wijze waarop de gegevens worden verstrekt (onjuiste; verdraaide; niet tijdig verstrekte gegevens) en de samenwerking zelf (beletten en/of verhinderen van het onderzoek) kunnen in welbepaalde gevallen sancties opleveren. Dit geldt – overeenkomstig artikel 37, § 2 - eveneens voor het niet naleven van de meldingsplicht (zelfs als zou blijken dat die toelaatbaar is).

De geldboeten worden systematisch opgelegd bij niet-naleving van artikelen van de wet.

f) Lacunes in de wetgeving of in de uitvoering ervan?

In tegenstelling tot de Dienst voor de Mededinging die goed bemand is en de twee recent aangestelde verslaggevers (die het ‘korps’ verslaggevers uitmaken), moet de Raad voor de Mededinging het voorlopig stellen met 1 voltijdse magistraat. Dit laatste is ontoereikend om alle dossiers grondig te kunnen verwerken om – grondig voorbereide - beslissingen te kunnen nemen. Dit betekent dat er nog steeds geen uitvoering is gegeven aan artikel 17, § 4 van de wet die voorziet dat de voorzitter, de ondervoorzitter en twee leden door de Koning aangewezen uit de voltallige Raad voor de Mededinging hun functie voltijds uitoefenen. Ook wordt de Raad voor de Mededinging nog steeds voorgezeten door een ‘voorlopige’ voorzitter. Omwille van het uitzichtloos blijven uitstellen van vermelde bepalingen, heeft de Voorzitter dan ook aan de minister laten

weten dat zij (hierin gesteund door de Raad) – op een dergelijke manier – niet verder kan werken. (cfr. krantenartikel)

Daarenboven wordt de Raad voor de Mededinging steeds vaker door de Minister gevraagd om advies te verlenen. Hiertoe werden er binnen de Raad voor de Mededinging verschillende werkgroepen in het leven geroepen. Ook dit neemt veel tijd in beslag.

Algemeen worden de drempels en de daaraan gekoppelde verplichte meldingsplicht als een probleem ervaren omdat beide ertoe leiden dat veel tijd in beslag wordt genomen: elke aanmelding moet steeds dezelfde procedure doorlopen, zijnde een onderzoek én voorlopig verslag door de Dienst voor de Mededinging, gevolgd door een omstandig verslag door iemand van het korps, gevolgd door een beslissing van de Raad voor de Mededinging. Hetgeen betekent dat er weer een kamer dient te worden samengeroepen omdat er een beslissing in het desbetreffende dossier dient te worden genomen.

In bijlage, zijn er twee krantenartikels die de actuele malaise van de Raad voor de Mededinging illustreren. De oplossing op korte termijn bestaat uit het benoemen van een voorzitter voor de Raad voor de Mededinging en het effectief aanstellen van 4 voltijdse magistraten. Daarenboven moet men rekening houden met de wil tot decentralisatie op Europees niveau. Dit betekent nog meer werk voor de nationale mededingingsautoriteiten

2. SUGGESTIE: samenwerking tussen de Dienst voor de Mededinging en het Vlaams Commissariaat voor de Mededinging voor mediadossiers

Krachtens artikel 25, § 2 bestaat de mogelijkheid om bij KB een samenwerking te regelen tussen de Dienst voor de mededinging enerzijds en ‘een geëigende openbare instelling of ander overheidslichaam’.

Dergelijke samenwerking tussen de Dienst voor de Mededinging enerzijds en het BIPT anderzijds wordt – op korte termijn - in het vooruitzicht gesteld voor dossiers die betrekking hebben op de telecomsector. De definitieve samenwerking dient bij koninklijk besluit te worden vastgelegd. De bedoeling zou zijn te komen tot een soort van wederzijdse informatieplicht, waarin het BIPT de Dienst voor de Mededinging op de hoogte kan brengen van bepaalde praktijken (o.a. oneerlijke mededingingspraktijken en concentraties) en omgekeerd de Dienst voor de Mededinging advies zou kunnen inwinnen bij het BIPT wanneer zij dossiers onderzoekt die betrekking hebben op ondernemingen uit de telecomsector.

Wat gedacht van een samenwerking voor de mediasector tussen het Vlaams Commissariaat voor de Media met de Dienst voor de Mededinging naar analogie met de telecomsector?

Impliciet maakt naleving van de mededinging echter ook deel uit van haar toezichtsbevoegdheid van het Vlaams Commissariaat voor de Media (cfr. hoofdstuk A). Aangezien de Raad voor de Mededinging tot de nationale bevoegdheid behoort en het Vlaams Commissariaat voor de Media tot de bevoegdheid behoort van de Vlaamse Gemeenschap, dient eerst een samenwerkingsovereenkomst te worden ondertekend.

III. Europees regelgevend kader inzake mediaconcentratie en pluralisme

1. Inleiding

Het is duidelijk dat het Vlaamse en federale regelgevend kader inzake media in het algemeen, media en mededinging in het bijzonder, in stijgende mate medebepaald wordt door de initiatieven die de EU ter zake neemt. Hierbij dienen vooraf drie opmerkingen gemaakt te worden:

1. Op het gebied van mededinging geniet de Commissie een uitzonderlijke bevoegdheid. Ze kan immers, onafhankelijk van Raad en Parlement, optreden en rechtstreeks over de legitimiteit en opportuniteit van bepaalde akkoorden, fusies, machtsposities, steunmaatregelen e.d.m. beslissen. Ze is dus niet alleen uitvoerende maar ook toezichhoudende en zelfs wetgevende instantie. Enkel het Hof van Justitie vervult in geval van betwisting van een beslissing van de Commissie, een bijkomende rol. Vanzelfsprekend ligt deze bijzondere bevoegdheid bij de lidstaten uiterst gevoelig, mede omwille van de dikwijls politieke geladenheid van bepaalde mededingingsdossiers. De mededingingsregels worden geacht te voorkomen dat er op de interne markt concurrentievervalsing optreedt door staatssteun, monopolie- en kartelvorming. Als regel geldt dat steunmaatregelen, kartel- en monopolievorming, die de concurrentie vervalsen en de werking van de interne markt verhinderen, verboden zijn. Onder bepaalde voorwaarden, maar wel nog steeds in het belang van de interne markt, kunnen deze maatregelen en kartels evenwel worden goedgekeurd. Het mededingingsbeleid is immers steeds geroepen om twee, moeilijk te combineren doelstellingen te verzoenen. Enerzijds zijn grote groepen bij de realisatie van de interne markt objectieven en de versterking van de Europese competitiviteit essentieel. Anderzijds moet men verhinderen dat deze groepen door hun overwicht de concurrentie vervalsen, de intrede of participatie van nieuwkomers en kleinschalige bedrijven verhinderen en nefaste sociale of culturele gevolgen hebben. Daarnaast heeft het mededingingsbeleid op mediavlak een extra dimensie, voortvloeiend uit de culturele meerwaarde van het verhandelde softwareproduct. Mededingingsbeslissingen moeten daarom steeds aan de instandhouding van de mediapluraliteit en diversiteit worden getoetst. Vandaar dat de Commissie naar een specifieke aanpak zoekt die de belangen van de interne markt met de instandhouding van de mediapluraliteit verzoent. Toch dient onderstreept te worden dat allianties en/of concentraties niet zozeer op basis van criteria van cultureel beleid maar integendeel op basis van criteria van industrieel beleid worden beoordeeld.
2. Bij de communautaire interventies kan, net zoals op nationaal en/of regionaal niveau, een onderscheid worden gemaakt tussen sectorspecifieke regels en controleorganen (media en/of telecommunicatie bijvoorbeeld) enerzijds en algemeen mededingingsbeleid en- controleorganen (bijvoorbeeld Raad voor mededinging) anderzijds. Beide worden bedoeld zich complementair te ontwikkelen maar vaak constateert men juist spanningen en conflicten tussen beide, bijvoorbeeld wat betreft bevoegdheidsafbakening, regulerende principes enz.
3. Met de jaren is, mede door economische integratie (realisatie van interne mediamarkt, alsook globalisering van de media-industrie) en technologische convergentie

(technisch samengaan van voorheen gescheiden sectoren als omroep, telecommunicatie, informatica) het optreden van de Europese Unie op het gebied van mededinging en de mediasector belangrijker geworden (zie bijlage wat betreft beslissingen EU in de audiovisuele sector). Dit bracht ook een verhoogde werkdruk mee op de bij de Commissie voor mededinging bevoegde administraties (Directoraat-generaal Mededinging, in casu Task Force). Dit leidt tot een situatie waarbij enerzijds de macht en het optreden van de EU op het gebied van mededinging in het algemeen, mededinging en media in het bijzonder, de laatste jaren ingrijpender wordt en tegelijkertijd, met het oog op een ontlasting van de communautaire administraties en conform het principe van de subsidiariteit, een manifeste wil tot decentralisering van het EU mededingingsbeleid optreedt. Dit betekent dat de rol van de nationale raden voor mededinging, alsook de nationale gerechtshoven belangrijker zullen worden. Vandaar ook het belang van hun efficiënte functioneren.

2. Rechtsgrond

2.1. Algemeen mededingingsrecht

Bij haar optreden inzake mededinging en de mediasector kan de Europese Commissie ten eerste terugvallen op enkele artikelen uit het primaire gemeenschapsrecht. Dit zijn respectievelijk:

- **artikel 81** (vroegere artikel 85): bepaling inzake kartels¹²
- **artikel 82** (vroegere artikel 86): bepaling inzake misbruik van machtspositie¹³
- **artikel 86** (vroegere artikel 90): bepaling inzake overheidsbedrijven en ondernemingen met bijzondere of exclusieve rechten¹⁴
- **artikel 87** (vroegere artikel 92): bepaling inzake staatssteun¹⁵

¹² Het artikel 81 lid 1 verklaart onverenigbaar met het Gemeenschapsrecht, alle overeenkomsten, besluiten tussen of gedragingen van ondernemingen die de handel tussen de lidstaten ongunstig beïnvloeden of die ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst. Het tweede lid van dit artikel verklaart de krachtens dit artikel verboden overeenkomsten van rechtswege nietig. Het derde lid tenslotte voorziet enkele voorwaarden waarbinnen het artikel 81 lid 1 niet van toepassing is. De Commissie is als enige gemachtigd om ontheffingen op het verbod opgenomen in artikel 81 lid 1 toe te staan. Meestal zal ze middels beschikkingen uitspraak doen. Deze beschikking kan voor het Hof van Justitie worden aangevochten. Om een ontheffing te verkrijgen moet aan alle vier voorwaarden van artikel 81 lid 3 zijn voldaan (cumulatief karakter van de voorwaarden), m.n.: de overeenkomst moet bijdragen tot een verbetering van de productie of van de verdeling van de producten of tot verbetering van de technische of economische vooruitgang; er moet een billijk aandeel van de uit de overeenkomst voortvloeiende voordelen aan de gebruiker ten goede komen; de beperkingen die de overeenkomst oplegt aan de ondernemingen moeten onmisbaar zijn (proportionaliteit); door de overeenkomst mag de mededinging voor een wezenlijk deel van de producten niet worden uitgeschakeld (bepaling van restconcurrentie).

Als regel geldt dat de akkoorden bij de Commissie worden aangemeld

¹³ Het artikel 82 verbiedt het misbruik van machtspositie door één of meerdere ondernemingen, voor zover de handel tussen de lidstaten hierdoor ongunstig wordt beïnvloed. Net zoals het artikel 81 lid 1 heeft artikel 82 rechtstreekse werking en kan het door de nationale rechter worden toegepast. Het bezit van een machtspositie is niet als zodanig verboden, maar wel het misbruik ervan. Wat de toepassing van het artikel 82 betreft, proberen het Hof en de Commissie eerst het bestaan van een machtspositie aan te tonen en vervolgens dat er van deze positie misbruik wordt gemaakt. Hierbij wordt eerst, aan de hand van een drietal aspecten de relevante markt bepaald: de relevante productmarkt (bestaan er verschillende concurrerende of substitueerbare producten), de relevante geografische markt en de tijdsdimensie. Vervolgens beoordelen ze de machtspositie: bijvoorbeeld het marktaandeel. Is dit 100% dan is er vanzelfsprekend sprake van een machtspositie. Ofwel kan men kijken naar het marktaandeel van de naaste concurrent: is dit veel kleiner, dan kan hierin een aanwijzing voor een machtspositie bestaan. Verder kan eventueel naar de financiële draagkracht van een onderneming worden gekeken, naar haar voorsprong inzake R&D enz.

¹⁴ Het artikel 86 eerste lid verbiedt aan de lidstaten m.b.t. de openbare bedrijven of ondernemingen waaraan ze bijzondere of exclusieve rechten verlenen, maatregelen te nemen welke met de overige Verdragsregels strijdig zijn. Artikel 86 veronderstelt dus wel het bestaan van ondernemingen met bijzondere of exclusieve rechten. De uitoefening van hun missie moet echter met de verschillende Verdragsartikelen verenigbaar zijn, o.a. deze m.b.t. de non-discriminatie, de mededingingsregels (vooral het verbod op misbruik van een machtspositie), of nog de regels m.b.t. het vrij verkeer van diensten.

¹⁵ Het is evident dat steunmaatregelen een ingreep in de markt zijn en als dusdanig de concurrentie kunnen vervalsen en de totstandkoming van de interne markt verhinderen. Het artikel 87 bepaalt daarom eerst de voorwaarden waarbinnen steunmaatregelen verboden zijn. Het is echter niet zo dat elke steunmaatregel per definitie met het Verdrag onverenigbaar zou zijn. In artikel 87 lid twee en drie worden enkele voorwaarden opgesomd waarbinnen steunmaatregelen aanvaardbaar zijn. Vanuit een cultureel oogpunt zijn

Al deze artikelen hebben ondertussen, rechtstreeks of onrechtstreeks toepassing gevonden op media-gerelateerde cases.

Binnen het secundaire gemeenschapsrecht bestaat er ook een **verordening van de Raad van 21 december 1989, geamendeerd in 1997, betreffende de controle op concentraties van ondernemingen**. Want niettegenstaande de Commissie in de mededingingsdossiers een decisieve rol is toegekend, werd de efficiëntie van haar optreden aanzienlijk beperkt door het feit dat ze slechts achteraf m.b.t. concentraties van ondernemingen kon optreden. Door de goedkeuring van de verordening betreffende de controle op concentraties van ondernemingen op 21 december 1989, werd deze controle effectief mogelijk (Verordening nr. 4064/89 van de Raad PB L 257 van 21 september 1990:13). Sinds 21 september 1990, datum waarop de verordening in werking trad, is uitsluitend de Commissie en meer bepaald de Task Force die ze hiervoor in het leven riep, bevoegd om zich vooraf over fusies met een 'gemeenschapsdimensie' uit te spreken en te onderzoeken of ze met de werking van de interne markt verenigbaar zijn. Een essentieel criterium hierbij is de afbakening van de relevante markt, m.n. welke markt (geografisch, tijdsdimensie, productgebonden e.d.m.) moet in overweging worden genomen om te beoordelen of een concentratie al dan niet nefast is. Hoewel deze verordening een algemene strekking heeft, wordt onder het artikel 21 lid 3 expliciet naar de pluraliteit van de media verwezen. De clause onder artikel 21 lid 3 houdt in dat, op mediaconcentraties met een communautaire dimensie, de EU verordening toch niet exclusief van toepassing is. Nationale regels kunnen desgevallend ook worden ingeroepen. Indien de Commissie een bepaalde fusie toelaat, kan een lidstaat ze ter bescherming van de pluraliteit in de media alsnog ongedaan maken. Omgekeerd is dit niet het geval: een fusie die door de Commissie is verboden, kan niet door de lidstaten worden goedgekeurd. Met deze bepaling komt de verordening tegemoet aan het principe van de subsidiariteit. Deze verordening is sinds haar inwerkingtreding in stijgende mate op media-allianties en –concentraties toegepast geworden (zie bijlage)¹⁶. Belangrijke constatering hierbij is dat 6 van de 12 negatieve beslissingen die de Commissie tot nu toe op basis van de verordening nam precies allianties in de mediasector betroffen.

2.2. Sectorspecifieke maatregelen

Naast de zonet vernoemde, algemene verordening van 21 december 1989, bestaan er binnen het secundaire gemeenschapsrecht ook een aantal sectorspecifieke richtlijnen (omroep en/of telecommunicatie) waarvan sommige bepalingen direct of indirect met mededinging, pluralisme, toegang tot de infrastructuur en/of inhoud e.d.m. te maken hebben. Een omstandige behandeling hiervan zou ons in het kader van dit advies te ver leiden. Ter illustratie kan hier verwezen worden naar bepaling 3bis van de geamendeerde richtlijn Televisie zonder Grenzen waarbij de toegang van het publiek via kosteloze televisie tot 'evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving' gegarandeerd wordt (97/36/EG). In de telecommunicatiesector wil onder meer de ONP richtlijn de toegang tot de infrastructuur en het netwerk garanderen. Een ander voorbeeld betreft het

vooral de ontheffingen voorzien in het artikel 87 lid 3 van belang. Vooral nu er sinds Maastricht een speciale cultuurexceptie werd ingelast (art. 87 lid 3 sub d).

¹⁶ Van de 1158 beslissingen genomen tussen de inwerkingtreding van de verordening en december 2000, hebben er 45 betrekking op de mediasector en 142 op de telecommunicatiesector.

voorstel van richtlijn ivm universele dienst waar onder artikel 26 verwezen wordt naar het must carry statuut van bepaalde omroepen.

Naast dit regelgevend kader heeft de Commissie in 1992 ook een **Groenboek over pluralisme en mediaconcentratie in de interne markt** gepubliceerd (Com (92) 480 def). De bedoeling hiervan was te onderzoeken in hoeverre een mediaspecifieke mededingingsaanpak opportuun is en zo ja, onder welke vorm. Het Groenboek heeft geen aanleiding gegeven tot specifieke initiatieven.

3. Belangrijkste bevindingen betreffende de formulering van sectorspecifieke en toepassing van algemene mededingingsregels inzake de mediasector op het niveau van de Europese Unie

Wanneer men – op het niveau van de Europese Unie - de formulering van sectorspecifieke maatregelen (media/telecommunicatie) en de toepassing van de algemene mededingingsregels op de media- en telecommunicatiesector overschouwt, tekenen volgende krijtlijnen zich binnen het communautair beleid af:

1. Het **vermijden van 'gatekeeping' posities**, in casu het garanderen van 'toegang' (access): Een groot aantal beslissingen en maatregelen die de Commissie tot nu toe op het gebied van mededinging in de media- en telecommunicatiesector nam, willen in de eerste plaats de toegang tot emergerende markten, tot het netwerk of de infrastructuur en/of tot de inhoud en programma's garanderen. Zo kijkt de Commissie bijzonder nauw toe op alle horizontale en verticale allianties die een mogelijk gatekeeping effect hebben en een situatie van **collectieve of oligopolistische dominantie** zouden creëren. Zoals Commissaris Monti, verantwoordelijk voor mededinging onderstreept, zijn de beslissingen beperkt in tijd en actieradius: *"a certain pattern is emerging from all the (media and telecommunication merger) decisions. First, the Commission has taken action each time that it has identified that a gatekeeper concern was likely to arise in the short or medium term. In most cases, however, the problems could be limited in time or scope and solutions have been found through granting access to competitors. When, however, the problem could not be resolved (...) prohibition was the only possible outcome. Moreover, the Commission has also insisted in eliminating minority shareholdings or links among competitors that could prevent effective competition in certain markets"* (Monti, 2000).
2. De druk van de EU beslissingen inzake steun op nationale maatregelen van cultuurpolitiek en cultuureconomisch karakter die mogelijk pluraliteit en diversiteit ten goede komen: Commissie en Hof geven aan het begrip steunmaatregel een ruime betekenis. Het gaat niet alleen om directe uitkeringen maar ook om het indirect toekennen van voordelen. Het betreft dus alle steun waardoor de lidstaten met het oog op de verwezenlijking van eigen economische en sociale doelstellingen, eenzijdig en autonoom aan ondernemingen of rechtssubjecten directe geldmiddelen of allerlei vormen van indirecte voordelen toekennen. In zoverre de nationale subsidiesystemen ter ondersteuning van de programma-industrieën (bijvoorbeeld filmsubsidies), de inrichting van de omroep i.f.v. het algemeen belang (statuut openbaarrechtelijke omroep), of nog bepaalde must carry regels, bepaalde restricties en discriminaties inhouden die met het Gemeenschapsrecht in aanvaring komen en de Europese

éénmaking belemmeren, bestaat de mogelijkheid dat Commissie en Hof optreden. Als regel hanteren de EU instanties immers het vrij verkeer opgelegd door het Verdrag of steun verboden door dit Verdrag. Deze regel heeft een zeer brede draagwijdte en de ontsnappingmogelijkheden of excepties worden aan zeer strikte voorwaarden verbonden. Ze moeten m.n. niet-discriminerend, objectief gerechtvaardigd, proportioneel (i.e. de genomen maatregelen moeten evenredig zijn aan doel) en niet-economisch van aard zijn. Gevreesd wordt dan ook, en er zijn aanwijzingen in die richting, dat de communautaire regels inzake steunmaatregelen op termijn bijvoorbeeld de instandhouding van het kijk- en luistergeld aan de openbaarrechtelijke omroep, de filmsubsidiëring, of nog de must carry regels - althans onder bepaalde vormen - op de helling zetten (BTW-nultarief voor dagbladen).

3. Uit voorgaande kan reeds worden afgeleid dat de EU beslissingen inzake mededinging een grote druk op het statuut en de positie van de openbaarrechtelijke omroep met zich meebrengen, en dit niettegenstaande het bestaan van bepaalde ontwikkelings- en bestaansgaranties (Protocol Amsterdam; Resolutie van 17 november 1998). Misbruik van machtspositie, het onderwerpen van steun aan de publieke omroep aan de proportionaliteitseis e.d.m., zijn denkoefeningen die de communautaire instanties op geregelde tijdstippen, hierbij onder druk gezet door de privé-omroepen, houden.

4. Aandachtspunten, lacunes en beleidssuggesties

1. Conform de subsidiariteit en ten gevolge van de overbelasting van de onderbemande communautaire instanties verantwoordelijk voor mededinging is er een expliciete, politieke wil om het communautair mededingingsbeleid te decentraliseren. Dit onderstreept meteen de nood aan competente, efficiënte en degelijk uitgeruste nationale mededingingsraden. Een analyse van het federale regelgevend kader leert dat deze voorwaarden in België vooralsnog niet vervuld zijn.
2. Het ten alle tijden vermijden van gatekeeping posities en collectieve dominantie, alsook het garanderen van toegang (access) als rode draad bij de evaluatie van mediaconcentraties, beperkt in tijd en ruimte, lijkt een vrij coherente beleidsaanpak.
3. Diversiteit en pluraliteit van de media-inhouden lijken het best gediend door financiële tegemoetkoming onder de vorm van subsidies. Het is evenwel mogelijk dat de subsidiemechanismen niet altijd de communautaire maatregelen inzake (on)toelaatbare steun doorstaan.
4. Voorwaardenscheppende maatregelen inzake bijvoorbeeld onafhankelijk redactiestatuut lijken, conform de subsidiariteit, in een communautaire context een haalbare kaart.
5. Om doeltreffend te zijn, lijdt het communautaire mededingingsbeleid aan grosso modo dezelfde euvels dan de nationale Raad voor Mededinging: overbelasting tengevolge van het niet inlossen van de politieke beloften of wettelijke verplichtingen inzake bestraffing logistieke ondersteuning, politisering e.d.m.

Deel 3: Suggesties voor aanbevelingen

Algemeen

1. De Mediaraad vindt dat de gevolgen van mediaconcentratie voor diversiteit en pluralisme niet eenduidig negatief kunnen worden aangetoond. Het gevaar voor diversiteit en pluralisme schuilt vooral in verregaande commercialisering.
2. In tegenstelling tot andere Europese landen heeft Vlaanderen geen enkele vorm van cross-ownershipregelgeving. Een tendens tot eigendomsverweving tussen verschillende mediatypes, met bijkomend risico voor belangenvermenging, treedt evenwel ook op in Vlaanderen en vraagt om een doordacht mediabeleid.

Beleidssuggesties

1. Eis tot transparantie van de Vlaamse mediasector

Een efficiënt mededingingsbeleid inzake media vraagt een gecentraliseerde en permanent geactualiseerde dataverzameling. Dit dient in de eerste plaats binnen de Administratie Media te gebeuren, die hiervoor degelijk moet uitgerust worden. Alle wijzigingen inzake eigendomsstructuren, marktaandelen, ... dienen nauwgezet bijgehouden te worden. Tevens dient de Administratie zesmaandelijks of jaarlijks een rapportering inzake de Vlaamse mediasector te publiceren.

Voor de openbare omroep die hoofdzakelijk met overheidsmiddelen en gedeeltelijk met reclame-inkomsten gefinancierd wordt, is een transparante boekhouding noodzakelijk.

Controle op de programmering (cfr. missie) en de regelgeving inzake reclame- en sponsoring is eveneens wenselijk.

Ook meer transparantie naar de financiële overeenkomsten tussen de kabelmaatschappijen en de diverse omroepen is noodzakelijk.

2. Eis tot efficiënte organen en controle

De Raad voor Mededinging is het belangrijkste controleorgaan voor de naleving van de mededingingswet, ook inzake mediadossiers. Daarom dringt de Mediaraad aan op de snelle, verdere uitvoering van de federale wetgeving ter zake en de ter beschikkingstelling van de nodige middelen.

Naar analogie met de geplande samenwerking tussen de Dienst voor Mededinging en het BIPT dringt de Mediaraad op eenzelfde samenwerking tussen de Dienst voor Mededinging en VCM/Mediaraad aan.

Gezien de felle concurrentie, vooral in de audiovisuele markt, is het noodzakelijk dat strikt wordt toegekeken op de correcte toepassing van de regelgeving inzake reclame en

sponsoring. Het VCM, dat deze taak op zich neemt, is hiervoor onderbemand en moet op meer personeel kunnen rekenen.

3. Eis tot voorwaardenscheppend beleid voor diversiteit en pluralisme

In geval van fusie moet een waarborg gegarandeerd worden voor het behoud van de redactionele lijn.

Om de autonomie van de redacties te waarborgen, moet gestreefd worden naar een behoorlijk redactiestatuut voor de journalist. Anderzijds moeten journalisten zich houden aan voorschriften van deontologie en accountability.

De printsector is in grote mate afhankelijk van reclame-inkomsten; de commerciële omroepen halen hun financiering volledig uit de reclamemarkt; de openbare omroep in geringe mate (radio). Het is reeds nu duidelijk dat als gevolg van de toekomstige verdere fragmentatie van de mediamarkt de reclamekoek onvoldoende zal aanzwellen en bijgevolg de concurrentie meedogenloos zal toeslaan; verdere fusies of faillissementen worden onvermijdelijk. In deze context lijkt het zinvol dat de publieke middelen van de openbare omroep uitgebreid worden en het aandeel uit reclame-inkomsten daadwerkelijk geplafonneerd wordt. Een degelijke, gewaarborgde openbare financiering moet de openbare omroep in staat stellen zijn opdracht te vervullen zonder onrechtmatige mededinging uit te lokken.

Indien inhoudelijke projecten zowel in de print als de audiovisuele sector binnen de marktwerking moeilijk haalbaar zijn, dan moet gestreefd worden naar het behoud én uitbreiding van subsidiemogelijkheden. Dit kadert in een doordacht mediabeleid dat culturele diversiteit, kwaliteit en creativiteit van het Vlaamse/Europese media-aanbod kan blijven waarborgen.

Samengesteld door: V. Castille – E. De Bens – C. Pauwels – C. Uyttendaele – P. Valcke

Brussel, 8 juli 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. dr E. De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

Bibliografie bij rapport inzake Mediaconcentratie en pluralisme

De Bens, E. (2001). De Pers in België. Tielt: Lannoo.

De Bens, E. (2000a). Tien jaar TV-omroepdiversiteit in Vlaanderen: meer of minder diversiteit van het aanbod? In: D. Biltreyst & H. De Smaele (Eds.), Transformatie en continuïteit van de Europese televisie (p.111-141). Gent: Academia Press.

De Bens, E. (2000b), Media Competition: Greater diversity or greater convergence? Evidence from two empirical studies, in: J. Van Cuilenburg und R. Van der Wurff (Hrsg.), Media & open societies. Cultural, economic and policy foundations for media openness and diversity in east and West. Amsterdam, S. 158-179.

Dirckx, V. (1999), "Les lois du 26 avril 1999 modifiant la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique : quel impact sur les notifications de concentrations , », *D.A.O.R.*, 1999/51, 96

Gutt, O. (2000), « Le Conseil de la Concurrence », *J.T.*, 482-483

Hagen, L.M. (1999), Informationsqualität van fernsehnachrichten. Empirische Konzepte und Aktuelle Problemfelder, in: P. Ludes und H. Schanze (Hrsg.), Medienwissenschaften und Medienwertung. Opladen, S. 119-137.

Heinrich, J. (1994), Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen.

McQuail, D. (1992). Media Performance. Mass Communication and the Public Interest. London: Newbury Park, New Delhi.

McQuail, D. (2000), McQuail's mass communication theory, 4th edition , London, Sage.

Monti, M. (2000). Speech/00/389, Twenty-eighth Annual Conference on International Antitrust Law and Policy - The Fordham Corporate Law Institute, New-York 20 October 2000.

Pauwels, C. & Cincera, P. (2001), Concentration and competition policies: toward a precarious balance within the global audiovisual order, in: Saeys, F. & d'Haenens, L. (eds.), Media Dynamics & Regulatory Concerns in the Digital Age, Quintessenz Verlags GmbH.

Picard, R. (1998). Delusions of Grandeur: The Real Problems of Concentration in Media in Evolving Media Markets: Effects of Economic and Policy Change. Turku.

Picard, R. (Ed) (2000). Measuring media content, quality and diversity. Approaches and issues in content research. Turku.

Schulz, W. (1996), Qualität von Fernsehprogrammen, in: W. Hömberg und H. Pürer (Hrsg.), Medientransformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz, S.45-49.

Swennen, H., «De wijziging van de Wet tot bescherming van de economische mededinging», *T.B.H.*, 1999, 372-379

Szafran, D. , « La loi sur la protection de la concurrence économique – réforme de 1999 », *J.T.*, 2000, 474-481

Tegenbos, G. (2001), “Correcte mededinging is geen politieke prioriteit”, *De Standaard*, 9 april 2001.

Van Cuilenburg, J. (1999). Between media monopoly and ruinous media. Competition: on media, acces and diversity in open societies. In: N. Zassoursky & E. Vartanova (Eds.), Media Communication and the open societies. (p. 40-61). Moscow: Faculty of Journalism/publisher IKAR.

Van der Wurff, R., Van Cuilenburg, J. und Genevion K (2000), Competition, media innovation and diversity in broadcasting. A case study of the TV market in the Netherlands, in: J. Van Cuilenburg und R. Van der Wurff (Hrsg.), Media & open societies. Cultural, economic and policy foundations for media openness and diversity in East and West. Amsterdam, S. 119-157.

Van Eylen, L. (2001), “Raad voor Mededinging opnieuw verlamd”, *De Standaard*, 7-8 april 2001

X (1999), “De wijziging van de Wet tot bescherming van de economische mededinging”, *T.B.H.*, 372

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/006

Betreft: de richtlijnen van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake elektronische communicatienetwerken en -diensten en de Beschikking inzake het Radiospectrumbeleid (*Publicatieblad E.G.* 24 april 2002, afl. L 108).

1. Met een brief van 30 mei 2002 vraagt Vlaams Minister van Economie, Ruimtelijke Ordening en Media, Dhr. Van Mechelen, om advies omtrent de richtlijnen van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake de elektronische communicatienetwerken en -diensten en de Beschikking inzake het Radiospectrumbeleid, verschenen in het Publicatieblad van 24 april 2002, afl. L 108 (teksten elektronisch beschikbaar via <http://europa.eu.int/eur-lex/>). Voor de volledigheid kan worden opgemerkt dat inmiddels de “privacyrichtlijn” van 12 juli 2002 (*PB. L.* 31 juli 2002, afl. 201) en een aantal uitvoeringsmaatregelen van de Commissie (Richtsnoeren met betrekking tot marktanalyse en vaststelling van aanmerkelijke marktmacht; Aanbeveling betreffende relevante productmarkten die in aanmerking komen voor *ex ante*-verplichtingen; Besluiten tot oprichting van een Europese Groep van regelgevende instanties en van een Beleidsgroep Radiospectrum) het nieuwe regelgevend kader voor de elektronische communicatiesector hebben aangevuld of eerstdaags zullen aanvullen.
2. De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 16 september 2002, brengt unaniem volgend advies uit. Dit advies beperkt zich bewust tot enkele kernpunten die de hoofdbekommernissen weergeven binnen de sector in Vlaanderen; voor meer details over de impact van de nieuwe communicatierichtlijnen op de omroepsector in het algemeen verwijst de Raad naar het document van het ONP-comité van 14 juni jl., hier opgenomen in bijlage (ONPCOM02-14REV1).
3. Met betrekking tot het **toepassingsgebied** van de nieuwe richtlijnen inzake de elektronische communicatie, merkt de Vlaamse Mediaraad op dat zij zich – in tegenstelling tot de momenteel nog geldende telecommunicatierichtlijnen – niet langer beperken tot de telecommunicatiesector in enge zin, maar dat zij in principe van toepassing zijn op elk transport van elektronische communicatiesignalen (dus inclusief het transport van elektronische signalen voor radio en televisie; let wel, de richtlijnen zijn *niet* van toepassing op de inhoud van de diensten die via elektronische-communicatienetwerken met behulp van elektronische-communicatiediensten worden geleverd, zoals de inhoud van omroepprogramma's, financiële diensten en bepaalde diensten van de informatiemaatschappij).

De Vlaamse Mediaraad wenst er de aandacht op te vestigen dat het nieuwe Europese pakket zich op de grens bevindt tussen een aantal verschillende bevoegdheidsniveaus in België. De federale overheid is bevoegd voor zowel de reglementering van de telecommunicatie als de mededinging. De Gemeenschappen daarentegen hebben de radio-omroep en televisie onder hun bevoegdheid. Tenslotte valt op te merken dat ook sommige aspecten (vooral inzake het aanleggen van draadgebonden of draadloze infrastructuur) minstens gedeeltelijk tot de bevoegdheid van de Gewesten zouden kunnen behoren.

De Mediaraad kan de optie van de Vlaamse overheid om naar een zo ruim mogelijke bevoegdheid met betrekking tot de elektronische verspreiding van openbare informatie ondersteunen en erkent het belang van één enkel aanspreekpunt voor zowel inhoudelijke als technische aspecten. Toch kan niet voorbij worden gegaan aan het feit dat het Europese regelgevend kader in België slechts succesvol kan worden geïmplementeerd binnen een stabiel institutioneel kader. *Overleg tussen alle betrokken overheden is bijgevolg strikt noodzakelijk om bevoegdheidsconflicten te vermijden.* In de praktijk zou eraan kunnen worden gedacht om met betrekking tot een aantal aspecten – en mits het respecteren van de bestaande bevoegdheidsverdeling – een samenwerkingsakkoord tussen de betrokken overheden af te sluiten. De Vlaamse Mediaraad is de mening toegedaan dat dit akkoord zich op meerdere niveaus zou kunnen situeren¹⁷, gaande van de onderlinge afstemming van organisatie en bevoegdheden van de respectievelijke regulerende¹⁸ instanties op federaal en gemeenschapsniveau, over de oprichting van een gezamenlijke regulerende instelling, tot de uitwerking van gemeenschappelijke wetgevende bepalingen.

De Mediaraad is de mening toegedaan dat minstens de onderlinge samenwerking tussen het BIPT, de omroep-toezichthouders van de Gemeenschappen, en de Raad voor de Mededinging, in een samenwerkingsakkoord moet worden vastgesteld. Dergelijke samenwerking wordt opgelegd door de richtlijnen (zie artikel 3, 4^o Kaderrichtlijn) en dient dus **vóór 24 juli 2003** te zijn geregeld. Daarenboven wordt de noodzaak ervan ook door de Raad van State in een recent advies¹⁹ sterk beklemtoond: *“Het gemeenschappelijk regelgevend kader [...] kan alleen geldig worden omgezet als vooraf een samenwerkingsakkoord gesloten wordt, zoals bedoeld in artikel 92 bis van de voormelde bijzondere wet van 8 augustus 1980, tenzij de wetgever, met een bijzondere meerderheid, voorziet in een bevoegdheidsverdeling die, naar het voorbeeld van de Europese regelgeving, een onderscheid zou maken tussen de transmissie van elektronische communicatie en de inhoud ervan.”*

¹⁷ Cf. Philippe GÉRARD, Robert QUECK, Peggy VALCKE & David STEVENS, “Réglementation des réseaux et services de communications électroniques - Perspectives européennes et enjeux pour la Belgique fédérale”, *A&M* 2002, 257-272.

¹⁸ Over de termen ‘regelgeving’ en ‘regulering’ (cf. het Franse ‘réglementation’ en ‘régulation’) bestaat heel wat verwarring (voortvloeiend uit de Engelse uniforme benaming ‘regulation’), doordat zij in de richtlijnen niet consequent of correct gehanteerd worden. In deze tekst wordt met ‘regelgeving’ verwezen naar algemeen verbindende normen, uitgevaardigd door de wetgevende en/of uitvoerende macht; ‘regulering’ staat voor de uitvoering van deze rechtsregels in concrete gevallen of het opleggen van individuele verplichtingen door een toezichthoudende overheid (zoals het BIPT).

¹⁹ Wetsontwerp met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatie-sector, *Parl. St. Kamer* 2001-2002, nr. 1937/1, 57 (te consulteren op www.dekamer.be).

De Vlaamse Mediaraad stelt vast dat de betrokken bevoegde instanties er momenteel van uit lijken te gaan dat het huidige – dit betekent: overeenkomstig de arresten van het Arbitragehof uit 1990 en 1991 en volgens de criteria die het Hof laatst in zijn arrest van 31 oktober 2000 naar voren heeft geschoven²⁰ – onderscheid tussen “telecommunicatie” en “omroep” ook in de toekomst nog zal kunnen worden gehanteerd als bevoegdheidsrechtelijk criterium in België. Ondanks zijn overtuiging dat de opkomst van allerlei nieuwe digitale, interactieve beeld- en geluidsdiensten dit onderscheid steeds moeilijker werkbaar maakt²¹, acht de Mediaraad het opportuener om dit fundamentele debat over de draagwijdte van het begrip omroep eventueel te koppelen aan de herziening van de Richtlijn Televisie zonder Grenzen²², en niet aan de implementatie van de communicatierichtlijnen (mede gelet op de beperkte timing voor de omzetting ervan). Dit neemt niet weg dat de Mediaraad ervoor pleit om de denkoefening, zoals die in de Franse Gemeenschap werd uitgevoerd, met het oog op het uitwerken van een “horizontale” regelgeving overeenkomstig het lagenmodel (waarbij een functioneel onderscheid wordt gemaakt tussen de informatieproductie, het informatieaanbod en het informatietransport²³; zie <http://www.csa.cfwb.be> voor de ontwerptekst van het nieuwe Franse omroepdecreet) reeds op te starten, in samenhang met doch onafhankelijk van de omzetting van de Europese richtlijnen.

4. Hoe dan ook staat nu reeds vast dat naar aanleiding van de omzetting van de nieuwe Europese richtlijnen inzake elektronische communicatie de **Vlaamse omroepdecreetgeving** zal moeten worden aangepast, in het bijzonder de bepalingen betreffende de kabelnetwerken (“elektronische communicatienetwerken”) en het toezicht op de markt. De Vlaamse Mediaraad stelt zich de vraag of deze gelegenheid niet kan worden aangegrepen om een “coördinerende” herziening van het bestaande audiovisuele beleidskader door te voeren (bijvoorbeeld met het oog op de integratie van het Decreet van 3 maart 2000 inzake het gebruik van normen voor het uitzenden van televisiesignalen, of het Decreet van 17 maart 1998 houdende regeling van het recht op vrije nieuwsgaring), op voorwaarde uiteraard dat hierdoor de timing van de omzetting van de communicatierichtlijnen niet in het gedrang komt.
5. Op het vlak van de **nationale regulerende instantie** (NRI) merkt de Vlaamse Mediaraad op dat de nieuwe richtlijnen een juridische en functionele onafhankelijkheid opleggen van de NRI ten opzichte van marktspelers. Behoudt de overheid de eigendom van of de controle over één of meerdere marktspelers, moet er een daadwerkelijke scheiding gerealiseerd worden tussen de regulerende

²⁰ Voor een kritische bedenking bij dit laatste arrest, zie evenwel: Caroline UYTENDAELE, Jeroen VAN NIEUWENHOVE & Peggy VALCKE, “De aanzet van het Arbitragehof tot een klaardere definitie van omroep: een vingerwijzing voor verdere audiovisuele ontwikkelingen”, *A&M* 2001, 134-139.

²¹ Van de uitvoerige rechtsleer terzake citeren wij: Jos DUMORTIER (ed.), *Recente ontwikkelingen in media- en telecommunicatierecht*, Brugge, die Keure, 1996, in het bijzonder pp. 323-355; Sandro BAZZANELLA & Philippe GERARD, *Télécommunications et audiovisuel: convergence de vues*, Namur, la Chartre, 1997, 268 p.; Jo BAERT, *De bevoegdheidsverdeling in het federale België – Deel 5 : Media*, Brugge, die Keure, 1999, 167 p.

Zie ook: Evaluatie van de werking van de nieuwe staatsstructuren, Verslag namens de Commissie voor de institutionele aangelegenheden uitgebracht door de heren Caluwé, Coene, Desmedt en Hotyat, *Parl. St. Senaat* 1998-99, 1-1333/1, 30 maart 1999, 457 e.v.

²² Zie http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/regul_en.htm

²³ Toegelicht in: Caroline UYTENDAELE, *Openbare informatie – Het statuut in een convergerende mediaomgeving*, Antwerpen, Maklu, 28-33.

taken (zoals het toezicht op de markt, de aanduiding van ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht met daaraan gekoppeld het eventuele opleggen van *ex ante*-verplichtingen, de toewijzing van radiofrequenties²⁴, enz.), enerzijds en de met eigendom of zeggenschap verband houdende belangen anderzijds. Vermits het Vlaams Commissariaat voor de Media reeds als onafhankelijk orgaan is geconstrueerd, pleit de Mediaraad ervoor om, in plaats van (alweer) een nieuwe instantie op te richten, het VCM als NRI naar voor te schuiven²⁵. Hij merkt daarenboven op dat artikel 11 van de Kaderrichtlijn specifiek met betrekking tot de toekenning van doorgangsrechten (graafrechten) ook op het lokale niveau een structurele scheiding oplegt; er zal met andere woorden onderzocht moeten worden of de bevoegdheid van de gemeenten om de plannen van aanleg goed te keuren te catalogeren valt als “*het verlenen van een recht om faciliteiten te installeren op, over of onder openbaar domein*”, en in die zin mogelijkwijze in conflict kan komen met hun participatie in de kabelintercommunales.

6. Wordt het VCM als NRI ingericht, dan dienen diens bevoegdheden aanzienlijk te worden uitgebreid. Zo dienen onder meer het toekennen van individuele gebruiksrechten voor radiofrequenties²⁶ en het toezicht op de naleving van de machtigingsvoorwaarden tot de opdrachten van de NRI te behoren. Volgens de nieuwe richtlijnen is één van de voornaamste bevoegdheden van de NRI echter het bewaren en stimuleren van de concurrentie. Essentieel daarin is het concept van **onderneming met aanmerkelijke marktmacht** (of sterke marktpositie, **SMP**). Aan een onderneming die over een dergelijke sterke positie op een bepaalde markt beschikt, dient de NRI onder bepaalde voorwaarden bijkomende verplichtingen te kunnen opleggen (inzake transparantie, non-discriminatie, het voeren van gescheiden boekhoudingen, het aanbieden van toegang tot en gebruik van netwerkfaciliteiten, dan wel prijscontrole of kostentoe rekening).

Dit concept – dat in het telecommunicatierecht reeds verschillende jaren wordt gehanteerd – is nieuw in het audiovisuele landschap. De visie die erachter schuilt, namelijk de totstandbrenging en bescherming van een vrije mededinging, dient bij de toepassing van het begrip in de omroepsector (of juist, wat betreft ‘het transport van omroepsignalen’ en de ‘omroepnetwerken’) aangevuld te worden met bijkomende overwegingen ingegeven door aspecten van culturele en

²⁴ Het gaat daarbij eveneens om de toewijzing van *omroep*frequenties, aangezien de richtlijnen van toepassing zijn op *elk transport* van elektronische communicatiesignalen, met inbegrip van de transmissiediensten die bijvoorbeeld lokale radio's of openbare omroepen verrichten. Dat deze omroeporganisaties dit transport uitsluitend ten behoeve van hun eigen programma's verzorgen, betekent niet dat zij geen elektronische-communicatiedienst zouden verrichten of dat hun ethernetwerk geen elektronische-communicatienetwerk zou uitmaken. De termen “gewoonlijk tegen vergoeding” in de definitie van “elektronische-communicatiedienst” (artikel 2, c Kaderrichtlijn) moeten overeenkomstig de rechtspraak van het Hof van Justitie ruim geïnterpreteerd worden en slaan op elke activiteit van economische aard.

²⁵ Opgemerkt moet worden dat de richtlijnen weliswaar niet verbieden dat bepaalde regelgevende taken aan een minister of overheidsadministratie worden toegekend; deze dient dan tevens als NRI bij de Commissie te worden aangemeld (artikel 3, 6^e lid Kaderrichtlijn).

²⁶ Cf. artikel 5, 3^e lid Machtigingsrichtlijn: “*Besluiten over gebruiksrechten worden zo spoedig mogelijk, doch voor nummers uiterlijk binnen drie weken na ontvangst van de volledige aanvraag, door de nationale regelgevende instantie genomen, meegedeeld en gepubliceerd, en voor radiofrequenties die in het nationale frequentieplan een bepaalde bestemming hebben gekregen binnen zes weken na ontvangst van de aanvraag door de bevoegde instantie...*” (eigen onderlijning)

taalkundige eigenheid en mediapluralisme. De Vlaamse Mediaraad roept daarom op om bij het uitwerken van de regelgeving voldoende aandacht te besteden aan het evenwicht tussen de verschillende beleidsdoelstellingen en -principes die door de nieuwe richtlijnen worden geïdentificeerd (zie artikel 8 Kaderrichtlijn: bevorderen van de concurrentie, bijdragen aan de ontwikkeling van de Europese interne markt en bevorderen van de belangen van gebruikers, culturele en taalkundige verscheidenheid en pluralisme).

Tenslotte wenst de Vlaamse Mediaraad te benadrukken dat al deze nieuwe taken voor de NRI ongetwijfeld zullen resulteren in een hogere werklast. De Vlaamse Mediaraad benadrukt bijgevolg dat aan de NRI – eventueel na een studie van de behoeften terzake – voldoende middelen en expertise ter beschikking dienen te worden gesteld.

7. Aanzienlijke wijzigingen dringen zich eveneens op met betrekking tot de voorwaarden voor **toegang tot de markt**. De richtlijnen (in het bijzonder de Machtigingsrichtlijn) bepalen immers dat het aanbieden van elektronische communicatienetwerken en/of -diensten in principe niet langer mag worden onderworpen aan een individuele vergunning (uitzonderingen gelden alleen voor radiofrequenties en nummers, waarvoor wel nog “individuele gebruiksrechten” gehandhaafd kunnen blijven). Alle voorwaarden die een onderneming moet naleven, dienen rechtstreeks in de wet- en regelgeving te worden opgenomen. Van de betrokken onderneming mag enkel worden vereist dat zij een voorafgaandelijke kennisgeving indient. Hieruit vloeien met andere woorden directe implicaties voort inzake het bestaande regime voor de kabelnetwerken (artikel 105 e.v. Gecoördineerde Omroepdecreten), dat voortaan zal moeten uitgaan van het principe van de algemene machtiging (waaruit *minstens* het recht op *behandeling van de aanvraag* van de betrokken onderneming om graafrechten dient voort te vloeien). Aangezien de toekenning en het gebruik van frequenties wel nog aan een individuele vergunning mag worden onderworpen, kan de bestaande regeling voor de draadloze omroepnetwerken ook naar de toekomst toe in principe behouden blijven.

Wat het aanbieden van netwerken en diensten in het algemeen betreft, lijkt het voor de Vlaamse Mediaraad evident dat van de ondernemingen die de markt wensen te betreden, een *kennisgeving* zou worden vereist. Deze kennisgeving dient de NRI immers toe te laten een actueel overzicht te bewaren van alle marktpartijen. Om redenen van transparantie adviseert de Vlaamse Mediaraad verder om aan elke onderneming die een kennisgeving indient automatisch een ontvangstbewijs te bezorgen (evenwel zonder dat een onderneming dit ontvangstbewijs dient af te wachten alvorens haar activiteiten aan te vangen).

De Vlaamse Mediaraad wenst nog onder de aandacht te brengen dat de richtlijnen de mogelijkheid voorzien om een stelsel van verhandelbaarheid van radiospectrum (*‘secondary trading’*) uit te werken. Omwille van de noodzaak aan een diepgaande reflectie met betrekking tot deze thematiek, wordt er evenwel in het kader van dit advies niet verder op ingegaan.

Conform het voornemen van de Vlaamse Minister van Economie, Ruimtelijke Ordening en Media om een zo ruim mogelijke bevoegdheid na te streven op het vlak van de regelgeving voor de elektronische communicatiesector, signaleert de Vlaamse Mediaraad tenslotte dat de Kaderrichtlijn expliciete bepalingen bevat inzake doorgangsrechten (“rechten voor het installeren van faciliteiten”), bijvoorbeeld omtrent het transparant en niet-discriminerend karakter van de te volgen procedures. Specifiek in ons land rijst de vraag welke overheid hiervoor bevoegd zou zijn. Traditioneel wordt ervan uitgegaan dat de graafrechtenregeling een accessorium vormt van de omroep- resp. telecommunicatiebevoegdheid (cf. artikel 110 e.v. Gecoördineerde Omroepdecreten, resp. artikel 97 e.v. Wet Overheidsbedrijven). Evenwel werd in het verleden reeds geopperd dat deze materie evenzeer tot de Gewesten zou kunnen behoren op grond van hun bevoegdheden inzake ruimtelijke ordening, openbare werken en vervoer²⁷. Inmiddels werd van deze bevoegdheid reeds gebruik gemaakt om op Vlaams niveau een vergunningen- en retributieregeling in te voeren voor het gebruik van de openbare wegen voor leidingen, netwerken en lokale installaties die dienen voor het vervoer of de distributie van “informatie, grondstoffen en energie” (*Besluit van de Vlaamse regering van 29 maart 2002 betreffende het toekennen van vergunningen, het vaststellen en innen van retributies voor het privaat gebruik van het openbaar domein van de wegen, de waterwegen en hun aanhorigheden, de zeekering en de dijken, B.S. 30 mei 2002*). Zonder zich te willen uitspreken over de waarde van deze of gene argument gehanteerd voor het claimen van bevoegdheden op de verschillende niveaus, dringt de Mediaraad aan op duidelijkheid omtrent deze problematiek.

8. Wat de **consumentenbescherming** en **universele dienst** betreft, merkt de Vlaamse Mediaraad op dat het gros van deze bepalingen in de richtlijnen enkel betrekking hebben op de telecommunicatiesector in strikte zin. Artikel 22 Universeledienstrichtlijn, betreffende de kwaliteit van de dienst, geldt in principe voor alle elektronische communicatiediensten, doch bijlage III waarnaar dit artikel verwijst, bevat uitsluitend parameters voor spraaktelefoniediensten. De volgende bepalingen zijn specifiek op de omroepsector van toepassing: artikel 24 Universeledienstrichtlijn, inzake interoperabiliteit van digitale televisieapparatuur voor consumenten, *juncto* bijlage VI (overgenomen uit de Richtlijn Televisienormen van 24 oktober 1995 zodat de huidige bepalingen in het Decreet van 3 maart 2000 en het Besluit van 13 oktober 1995 grotendeels lijken te voldoen) en artikel 31 Universeledienstrichtlijn, inzake **must carry**. De Mediaraad stelt vast dat artikel 31 de mogelijkheid (doch geen verplichting) voorziet voor het opleggen van doorgifteverplichtingen, zonder nauwkeurige criteria te verschaffen over welke categorieën van omroepen een *must carry*-statuut kunnen toegekend krijgen (daarover zou een in de maak zijnde mededeling van de Commissie meer duidelijkheid moeten verschaffen). Wel worden de volgende algemene voorwaarden opgelegd aan doorgifteverplichtingen: zij moeten *redelijk, evenredig* en *transparant* zijn, alsook *noodzakelijk om duidelijk omschreven doelstellingen van algemeen belang te verwezenlijken*²⁸. Hoewel dit laatste niet uitsluit dat ook privaatrechtelijke

²⁷ Cf. Peggy VALCKE, David STEVENS & Jos DUMORTIER, “Juridische kanttekeningen bij de Leuvense ‘Kabeloorlog’”, *A&M* 1998, 192-212.

²⁸ Overweging 43 vermeldt daarenboven dat zij periodiek geëvalueerd moeten worden.

omroepen van een *must carry*-statuut kunnen genieten, zal hiervoor ongetwijfeld een gedegen (niet-economische) motivering moeten worden gegeven. In dit verband kan erop worden gewezen dat kabelmaatschappijen reeds langer de “wildgroei” van *must carry*-zenders in Vlaanderen aanklagen. De Mediaraad wenst dan ook in herinnering te brengen dat de Vlaamse overheid onder Europese druk een herziening van de *must carry*-regeling in het vooruitzicht heeft gesteld (cf. Beleidsbrief Media van oktober 2001), en dringt erop aan te vernemen wat de stand van zaken is in dit dossier. Tevens lijkt verduidelijkt te moeten worden, overeenkomstig artikel 31, 2^e lid Universeledienstrichtlijn, of de doorgifteverplichting gekoppeld zal worden aan een vergoeding voor de distributeur, en door wie deze vergoeding betaald dient te worden: door de zender of – aangezien *must carry* in het algemeen belang wordt opgelegd – van overheidswege...

9. Aangezien **voorwaardelijke toegangssystemen** traditioneel voor omroepuitzendingen worden gebruikt, zijn de bepalingen betreffende eerlijke, redelijke en niet-discriminerende toegang tot decoders uitgewerkt door de overheden die bevoegd zijn voor omroep²⁹. De artikelen 5 en 6 van de Toegangsrichtlijn vermelden evenwel de mogelijkheid om de bestaande verplichtingen (van toepassing op *alle* aanbieders van voorwaardelijke toegangssystemen, en niet enkel diegene met SMP) hetzij af te schaffen (mits bepaalde voorwaarden vermeld in artikel 6, 3^e lid Toegangsrichtlijn daarbij worden nageleefd), hetzij uit te breiden naar nieuwe faciliteiten, zoals elektronische programmagidsen (EPGs, *electronic programme guides*) en toepassings-programmaverbindingen (APIs, *application programme interfaces*)³⁰. Deze laatste zorgen niet alleen voor het functioneren van interactieve omroepdiensten, maar besturen tevens de benodigde software voor interactieve diensten als elektronische post, bankieren op afstand, interactieve spelletjes, e-commerce, e-government, enz., die – behalve het feit dat zij via het televisietoestel worden aangeboden – met omroep in traditionele zin niet veel meer te maken hebben. Het lijkt de Mediaraad dan ook aangewezen dat de federale en Gemeenschapsniveaus een zekere samenwerking voorzien binnen deze materie.

10. De Mediaraad stelt vast dat op Europees niveau geopteerd is voor een industrie-gedreven aanpak van **standaardisering** en interoperabiliteit van elektronische communicatienetwerken en -diensten in het algemeen, en van digitale televisiediensten en -apparatuur in het bijzonder, waarbij de nationale overheden enkel de rol van katalysator toegewezen krijgen (artikelen 17 en 18 Kaderrichtlijn: “*de lidstaten moedigen het gebruik van [gemeenschappelijke] normen en/of specificaties...aan*”; “*om te zorgen voor een vrije informatiestroom, pluralisme van de media en toegang van consumenten tot culturele diversiteit, moedigen de lidstaten...leveranciers van digitale interactieve*”).

²⁹ Het Arbitragehof heeft overigens uitdrukkelijk bevestigd dat de voorwaardelijke toegangsproblematiek – ook al raakt hij aan het mededingingsrecht en de intellectuele eigendom – een accessoire bevoegdheid uitmaakt bij omroep; Arbitragehof nr. 109/2000 van 31 oktober 2000.

³⁰ Voor een uitgebreide juridische analyse van de bestaande en nieuwe toegangsverplichtingen bij decoders, zie: Peggy VALCKE (m.m.v. Luc VANFLETEREN), “Toegang tot digitale televisiedecoders, een kwestie van pluralisme en mededinging”, *A&M* 2002, 30-53, te raadplegen op <http://www.icri.be>.

tv-diensten/eindapparatuur...aan om een open API te gebruiken”; enz.). De Raad wenst er evenwel op te wijzen dat in andere richtlijnartikelen bestaande interoperabiliteitsverplichtingen voor digitale televisieapparatuur uit de Richtlijn Televisienormen (Richtlijn 95/47/EG van 24 oktober 1995) in al dan niet gewijzigde vorm overgenomen zijn, en dat uit deze artikelen wel verplichtingen voortvloeien voor de lidstaten om een zekere normalisatie en interoperabiliteit bij digitale televisieapparatuur niet alleen te bevorderen, maar ook te *waarborgen*. Het gaat meer bepaald om:

- artikel 4, 2^e lid Toegangsrichtlijn over het behoud van het breedbeeldformaat;
 - artikel 6, 1^e lid, *juncto* bijlage I, deel I, (c) Toegangsrichtlijn inzake de mogelijkheid voor fabrikanten van decoders om een gemeenschappelijke interface in te bouwen,
 - en tenslotte artikel 24, *juncto* bijlage VI Universeledienstrichtlijn met betrekking tot het Europese gemeenschappelijke coderingsalgoritme, de ontvangst van vrije signalen, en open interfaces bij analoge en digitale televisietoestellen.
11. Met betrekking tot de specifieke institutionele procedures die de richtlijnen in het leven roepen met het oog op samenwerking met buitenlandse regulatoren en met het oog op de harmonisering van de Europese interne markt, wenst de Vlaamse Mediaraad zijn bezorgdheid uit te drukken dat deze procedures een aanzienlijk risico op vertraging van het beslissingsproces van de NRIs kunnen inhouden. De te ontwerpen regelgeving dient bijgevolg een goed evenwicht tussen beide belangen te garanderen.
12. Zonder de noodzaak aan samenwerking in twijfel te willen trekken, uit de Vlaamse Mediaraad overigens dezelfde bezorgdheid omtrent de procedures voor samenwerking tussen de regulatoren van de verschillende Belgische bevoegdheidsniveaus (*supra*). De samenwerking zoals voorzien in de richtlijnen (tussen de regulatoren voor telecommunicatie en omroep onderling, maar ook tussen deze beide en de Raad voor de Mededinging) en waartoe ook de Vlaamse Mediaraad oproept, mag de efficiëntie van het beslissingsproces niet nodeloos in gedrang brengen. Opdat een evenwichtige regeling tijdig tot stand zou komen, acht de Mediaraad het van essentieel belang dat de verschillende wetgevende niveaus niet langer talmen met het opstarten van onderling overleg.

Samenvattend

De Mediaraad is de mening toegedaan dat:

- gelet op het ruime toepassingsgebied van de communicatierichtlijnen (*elke transmissie van elektronische signalen, met inbegrip van omroepsignalen, doch NIET de inhoudelijke aspecten van omroep*) de Vlaamse omroepdecreetgeving zal moeten worden aangepast en dit tegen **24 juli 2003**;

- deze aanpassing zich hoofdzakelijk op drie niveaus zal situeren:
 - toegang tot de markt: het vervangen van het vereiste van een individuele vergunning voor de aanleg en exploitatie van kabelnetwerken door een algemene machtiging, bij voorkeur met voorafgaandelijke kennisgeving (een individuele vergunning blijft wel nog mogelijk in geval van toekenning van frequenties);
 - oprichting van een onafhankelijke nationale regulerende instantie (NRI): de aanpassing van de bevoegdheden en de werking van het VCM;
 - toezicht op de markt: de introductie van het concept “*onderneming met aanmerkelijke marktmacht*” en de mogelijkheid tot het opleggen van *ex ante*-verplichtingen;

- de problematiek van de *must carry*-regeling een heet hangijzer blijft, waarover een apart advies zal worden voorbereid;

- minstens over coöperatie en onderling overleg en/of informatieuitwisseling tussen de diverse regulatoren voor de telecommunicatie- en omroepsectoren in ons land (o.a. BIPT, VCM, CSA) en de Raad voor de Mededinging een samenwerkingsakkoord dient te worden afgesloten.

Daarenboven pleit de Mediaraad voor het opstarten van een diepgaande reflectie en debat over het vraagstuk van de convergentie, zonder evenwel de timing van de omzetting van de richtlijnen hiervan te laten afhangen.

Brussel, 16 september 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E. De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMSE MEDIARAAD

Advies nr. 2002/ 007

Betreft: voorontwerp van besluit van de Vlaamse regering houdende wijziging van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria om te worden erkend als landelijke radio-omroep

1. Met een brief van 4 november 2002 vraagt de Vlaamse minister van Financiën en Begroting, Innovatie, Media en Ruimtelijke Ordening om advies inzake het voorontwerp van besluit van de Vlaamse regering houdende wijziging van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria om te worden erkend als landelijke radio-omroep.

2. De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 18 november 2002 brengt een gunstig advies uit omtrent het voorontwerp, mits volgende bemerkingsen:

2.1. **Artikel 16bis, § 2 en 17bis, § 2** van het besluit stellen: “de ontvankelijke aanvragen worden door het Commissariaat getoetst aan de aanvullende kwalificatiecriteria (...)”

De Mediaraad is van oordeel dat deze bepaling sterker moet worden geformuleerd, meer bepaald door “getoetst” te vervangen door “op hun juistheid worden gecontroleerd”. Dit ten einde latere wijzigingen te kunnen beoordelen.

2.2. **Artikel 17, §1, 10°**: Regionale radio's kunnen samenwerken met een regionale televisie-omroep. Per provincie zal één regionale radio worden erkend, terwijl in de meeste provincies twee regionale televisie-omroepen operationeel zijn. Daarom adviseert de Raad “regionale televisie-omroepen” (in het meervoud) te vermelden.

Ook vanwege de regionale televisie-omroep(en) moet een bevestiging omtrent de samenwerking worden toegevoegd.

2.3. **De artikelen 16, §2, 17, §2 en 18, § 2** stellen het volgende: “Elke latere wijziging van deze informatie moet onmiddellijk aan het Commissariaat worden meegedeeld; indien deze wijziging betrekking heeft op het uitzenden in een andere taal dan het Nederlands, is voorafgaande toestemming van het Commissariaat vereist.”

De Vlaamse Mediaraad is evenwel van mening dat een loutere meldingsplicht in sommige gevallen niet volstaat.

Zo is de Raad van oordeel dat voor regionale en landelijke radio's fundamentele wijzigingen die de beoordeling van de kwalificatiecriteria beïnvloeden eveneens een voorafgaande toestemming van het VCM vereisen. Hetzelfde geldt voor lokale radio's die bijvoorbeeld wijzigingen aanbrengen aan het autonoom functioneren of aan het verbreken van of toetreden tot een samenwerkingsverband.

Voor het verlenen van toestemming aan fundamentele wijzigingen moet worden gewerkt met een systeem van termijnen, waarbinnen de vraag kan worden afgewezen of als automatisch aanvaard kan worden beschouwd.

2.4. Artikel 19 moet worden aangepast. Meer bepaald de punten 2 en 3 kunnen niet als in te dienen documenten voor de aanvraag tot het verkrijgen van een zendvergunning. Deze bepalingen maken deel uit van de zendvergunning zelf.

Brussel, 18 november 2002,
Namens de Vlaamse Mediaraad,

Prof. Dr. E. De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad