



**Vlaamse  
overheid**

**SARC**

Strategische Adviesraad voor  
Cultuur, Jeugd, Sport en Media

**Advies**

**Sectorraad Media**

9 juni 2020

## Advies over de beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT

---

Context	1
Structuur en werkwijze van voorliggend advies	2
Advies	1
1. De opdracht van de VRT	1
1.1 Audiovisuele en auditieve content als kern	1
1.2 Nieuws en duiding	3
1.3 Culturele opdracht	4
1.4 Educatie en mediawijsheid	4
1.5 Ontspanning	5
2. Publiek	5
2.1 Identiteit en diversiteit	6
2.2 Ruim bereik en diepgang	6
2.3 Toegankelijkheid en bereikbaarheid	7
3. VRT in het Vlaamse media-ecosysteem	8
3.1 Onafhankelijke productiesector	9
3.2 Multimediaal aanbod	10
3.3 Innovatie	10
3.4 Samenwerking	11
4. Organisatie, controle en financiering	11
4.1 Organisatiestructuur en -cultuur	11
4.2 Financiering en commercialisering	12
4.3 Toezicht en transparantie	13
Conclusies	14

## Context

De Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT), de openbare omroep<sup>1</sup> in Vlaanderen, werkt voor de uitvoering van zijn opdracht op basis van diverse juridische instrumenten. Naast het ruimere kader inzake openbare omroep, zoals geformuleerd door de Raad van Europa en door de Europese Unie, zijn voor Vlaanderen vooral de bepalingen die opgenomen zijn in het decreet betreffende radio-omroep en televisie van 27 maart 2009 ('Mediadecreet', Titel II "Maatschappelijk doel, bevoegdheid en de openbare-omroepopdracht") van belang. In de artikelen 16 tot 21 van het Mediadecreet wordt bepaald dat deze decretale basisprincipes verder uitgevoerd en vorm gegeven worden in een beheersovereenkomst, die de VRT sluit met de Vlaamse Regering.

De SARC-Sectorraad Media krijgt middels artikel 20 van het Mediadecreet de taak toebedeeld om in voorbereiding van een beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Regering en de VRT een advies op te maken. In dat artikel wordt tevens uitdrukkelijk bepaald dat de Sectorraad in de voorbereiding van zijn advies een publieke bevraging moet organiseren over de omvang van de openbare-omroepopdracht en de invulling ervan tijdens de nieuwe beheersovereenkomst, en dat hij voor het advies een beroep moet doen op wetenschappelijke experts. De Sectorraad voldeed eerder al aan deze opdracht in 2010 en 2015<sup>2</sup>.

De SARC is verheugd dat hij voor de opzet van dit studiewerk opnieuw een goede samenwerking kon aangaan met het Departement Cultuur, Jeugd en Media. Er werden in dit kader twee onderzoeksopdrachten uitgeschreven:

- Een bevraging van de burger/mediagebruiker. Het is immers onder andere de taak van de overheid om te beslissen in functie van wat goed is voor de burger. Bovendien weegt deze stem soms het minst zwaar door in publieke discussies, bestaan er geen middenveldorganisaties die specifiek kijkers/luisteraars vertegenwoordigen (zoals in het buitenland vaak wel het geval is) en gaat het in andere bevragingen vaak ook over andere thema's (bv. beeldvorming, diversiteit vs. samenwerking in sector e.d.). Deze opdracht culmineerde in het volgende onderzoeksrapport: Minnebo, J.; Steyaert, J.; Van den Bulck, H. (2019). *De Vlaming over de VRT*. Leuven, Indiville i.s.m. Van den Bulck, H.<sup>3</sup> In dit advies wordt hiernaar verwezen als de 'publieksbevraging'.
- Een bevraging van de stakeholders. Het is relevant te weten wat de rol van de VRT kan zijn in het media-ecosysteem en wat de verwachtingen zijn van een bredere groep belanghebbenden. Alhoewel de Sectorraad Media een divers aantal belanghebbenden vertegenwoordigt, is het voor een Strategische Adviesraad moeilijk het volledig spectrum aan belanghebbenden te representeren. Door deze studie kunnen we 146 stakeholders een stem geven. Deze opdracht resulteerde in de volgende studie: Raats, T.; Evens, T.; Appeltans, A.; Camps, P. & Tintel, S. (2019). *Stakeholderbevraging ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT met de Vlaamse Regering*. Brussel, imec-SMIT, VUB i.s.m. imec-mict, UGent.<sup>4</sup> In dit advies wordt hiernaar verwezen als de 'stakeholderbevraging'.

---

<sup>1</sup> De Sectorraad Media gebruikt, naast 'publieke omroep', de term de 'openbare omroep' naar analogie met de terminologie in het Mediadecreet.

<sup>2</sup> 2010: [https://cism.be/sarc/SR\\_media/adviezen/20101214\\_MED\\_advies\\_beheersovereenkomst\\_VRT\\_2012-2016.pdf](https://cism.be/sarc/SR_media/adviezen/20101214_MED_advies_beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf); 2015: [https://cism.be/sarc/SR\\_media/adviezen/20150611-advies-beheersovereenkomst-Vlaamse-Gemeenschap-VRT.pdf](https://cism.be/sarc/SR_media/adviezen/20150611-advies-beheersovereenkomst-Vlaamse-Gemeenschap-VRT.pdf)

<sup>3</sup> [https://cism.be/sarc/downloads/2020/Publieksbevraging\\_De\\_Vlaming\\_over\\_de\\_VRT-gecomprimeerd.pdf](https://cism.be/sarc/downloads/2020/Publieksbevraging_De_Vlaming_over_de_VRT-gecomprimeerd.pdf)

<sup>4</sup>

[https://cism.be/sarc/downloads/2020/Stakeholderbevraging\\_ter\\_vorbereiding\\_van\\_de\\_nieuwe\\_beheersovereenkomst\\_van\\_de\\_VRT\\_met\\_de\\_Vlaamse\\_Regering\\_Finaal\\_1802.pdf](https://cism.be/sarc/downloads/2020/Stakeholderbevraging_ter_vorbereiding_van_de_nieuwe_beheersovereenkomst_van_de_VRT_met_de_Vlaamse_Regering_Finaal_1802.pdf)

Deze wetenschappelijke inzichten voeden en contextualiseren voorliggend advies, en vormen er de bouwstenen van, samen met de besprekingen die in de Sectorraad Media gevoerd werden over dit onderwerp.

De Sectorraad is er overigens van overtuigd dat het publiek ter beschikking stellen van dit studiewerk het debat over de toekomst van de openbare omroep en de Vlaamse audiovisuele sector verder zal kunnen objectiveren.

## Structuur en werkwijze van voorliggend advies

De basisstructuur van het advies werd besproken op de vergadering van 18 december 2019 en bestaat uit vier hoofdonderwerpen:

1. De opdracht van de VRT
2. Publiek
3. VRT in het media-ecosysteem
4. Organisatie, controle en financiering

Voor elk van deze onderwerpen werd in opeenvolgende vergaderingen tussen januari en juni 2020 als volgt gewerkt: aan de hand van een mapping van de elementen uit de studies en schriftelijke input van de leden bij de topics werd op de vergaderingen van de Sectorraad Media in eerste instantie een *vrije bespreking* gehouden over elk onderwerp. De resultaten van deze vrije besprekingen werden vervolgens door telkens twee rapporteurs in een *sneuvelttekst* gegoten. Op een volgende vergadering werd dan die sneuvelttekst besproken door de leden, en waar nodig werden door de rapporteurs aanpassingen aangebracht aan de tekst. Tot slot werden de teksten m.b.t. alle onderwerpen samengebracht. Die volledige tekst werd nogmaals in zijn geheel door de leden besproken.

Voorliggend advies is dus het resultaat van een intensief en langlopend traject, waarbij de Sectorraad Media getracht heeft de elementen uit het studiewerk zo veel mogelijk te valoriseren en te integreren in een bruikbaar advies voor de beleidsmakers en de onderhandelaars voor de nieuwe beheersovereenkomst die de VRT zal afsluiten met de Vlaamse Regering.

Bij het begin van dit advies wenst de Sectorraad Media aan te geven dat er een logische correlatie is tussen de diverse hoofdstukken ervan. Zo hangen bijvoorbeeld aanbevelingen in verband met de opdracht of met de marktversterkende rol op een natuurlijke wijze samen met de financiering en organisatiestructuur van de openbare omroep. De hoofdstukken dienen dus in relatie tot elkaar gelezen te worden.

### 1. De opdracht van de VRT

De SARC-Sectorraad Media is eensgezind over de nood aan en de belangrijke maatschappelijke waarde van een publieke omroep. Dat blijkt zowel uit de publieksbevraging<sup>5</sup>, als uit het stakeholdersonderzoek<sup>6</sup> en uit de discussie in de schoot van de Sectorraad Media zelf. De VRT kan in Vlaanderen rekenen op een groot bereik (bv. 87,7% van de Vlaamse respondenten keek in de laatste week voor de bevraging naar een programma van één, Canvas of Ketnet) én op een grote gedragenheid (83% vindt de openbare omroep belangrijk, 67% zelfs heel belangrijk<sup>7</sup>).

Vanuit de vaste kern van het maken van audiovisuele en auditieve programma's (1.1) bevestigt de Sectorraad Media in de volgende hoofdstukken dat de VRT zijn aanbod verder moet blijven uitwerken in functie van het brengen van nieuws en duiding (1.2), cultuur (1.3), educatie en mediawijsheid (1.4) en ontspanning (1.5).

#### 1.1 Audiovisuele en auditieve content als kern

Voor de Sectorraad Media staat de rol van de VRT als omroeporganisatie hierin centraal. Dat betekent dat het aanbieden van 'audiovisuele of auditieve programma's ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag, via elektronische communicatienetwerken' tot de kern van de VRT-werking behoort<sup>8</sup>. Radio- en televisieprogramma's vormen daarin nog steeds een vaste waarde.

De Sectorraad meent dat de toekomst van de VRT technologie-neutraal moet zijn: de geproduceerde audiovisuele en auditieve content moet verspreid worden via alle relevante kanalen en platformen ("follow the eyeballs")<sup>9</sup>. Dat kan worden afgeleid uit de Publieksbevraging. 35,8% van de Vlamingen<sup>10</sup> blijkt te horen tot de grote groep 'live' mediagebruikers, gemiddeld kijken en luisteren zij ongeveer op zes dagen per week live naar televisie en radio. Bij die groep is de gemiddelde leeftijd 54,1 jaar. Hoe jonger de gemiddelde leeftijd van het publiek, hoe meer we opschuiven van 'de licht uitgesteld kijker' naar de 'multi-methoden gebruikers' en de 'sporadische klassieke mediagebruikers'. Naast de

---

<sup>5</sup> Publieksbevraging, p. 20.

<sup>6</sup> Stakeholdersbevraging, p. 47. 'Nagenoeg alle stakeholders zijn overtuigd van het belang van een publieke omroep in onze huidige samenleving en mediamarkt.'

<sup>7</sup> Publieksbevraging, p. 22 (bereik) en p. 20 (gedragenheid).

<sup>8</sup> Mediadecreet, Art. 2, 26° a.

<sup>9</sup> In hoeverre de VRT binnen die opdracht ook tekst mag aanbieden, blijft binnen de SARC Media voorwerp van debat, waarbij het de vraag is of de publieke opdracht om de gratis toegankelijkheid van een pluriformiteit van nieuws in velerlei vormen in een zich concentrerend Vlaams medialandschap moet versterkt worden of de argumenten inzake marktverstoring doorwegen. Deze discussie wordt verder behandeld in hoofdstuk 3.

<sup>10</sup> Publieksbevraging, p.17.

traditionele kernopdracht, moet de VRT om zijn brede publieksoopdracht<sup>11</sup> te vervullen dus ook blijven vernieuwen<sup>12</sup>, via nieuwe mediatoepassingen<sup>13</sup>.

De maatschappelijke waarde staat bij een openbare omroep centraal – al heeft deze ontegensprekelijk ook een economische invloed (zie daarvoor hoofdstuk 3). Om die democratische maatschappelijke waarde ten volle te kunnen bieden, vindt de Sectorraad Media dat de werking van de VRT moet voldoen aan enkele essentiële eigenschappen:

1. **onafhankelijk:** geen commerciële, politieke of overheidsinmenging in de dagelijkse inhoud en programmering<sup>14</sup>,
2. **kritisch onderzoekend:** de VRT moet de samenleving kritisch tegen het licht houden en via stevige en onderzoekende journalistiek voor het blote oog verborgen fenomenen blootleggen,
3. **betrouwbaar:** aan de basis van de publieke omroep moet vertrouwen liggen: je moet ervan uit kunnen gaan dat wat wordt gedeeld via de publieke omroep, geverifieerd en juist is,
4. **verbindend:** de VRT streeft naar constructieve gemeenschapsvorming en gaat polarisering en verruwing van het debat tegen<sup>15</sup>,
5. **verschillen waarderen:** ‘de publieke omroep is voor iedereen’, iedereen moet zich dus ook voldoende kunnen herkennen in en identificeren met het aanbod en de beeldvorming op de VRT<sup>16</sup>,
6. **netwerkend:** de VRT werkt zoveel mogelijk als netwerkorganisatie in gelijkwaardige samenwerking met zowel non-profit, als profit-actoren in het veld,
7. **universalistisch:** de VRT probeert in eerste instantie zoveel mogelijk mensen met een breed aanbod te bereiken en werkt in tweede instantie aan specifieke vormen en inhoud om op andere manier weinig bereikte groepen kwaliteitsvolle inhoud te bieden<sup>17</sup>.

VRT werkt vanuit bovenstaande kern aan vier prioriteiten<sup>18</sup>:

---

<sup>11</sup> Mediadecreet, Art. 6. § 2. ‘Als openbare omroeporganisatie heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.’

<sup>12</sup> Mediadecreet, Art. 6. § 1. ‘De VRT heeft als maatschappelijk doel om radioprogramma's, televisieprogramma's en andere soorten programma's te verzorgen binnen de opdracht van de openbare omroeporganisatie.’

<sup>13</sup> Mediadecreet, Art. 6. ... § 2. ‘... waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aangeboden moeten worden ... De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat hij zijn programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn kijkers en luisteraars kan aanbieden.’

<sup>14</sup> Mediadecreet, Art. 6 § 2. ‘... De VRT draagt via de programma's bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen.’

<sup>15</sup> Stakeholdersbevraging, p. 47 ‘Twee argumenten in deze bevraging wel duidelijker op de voorgrond: (1) de VRT vormt een essentiële actor in het verbinden van de samenleving, het tegengaan van polarisering ; p. 48, ‘Veel stakeholders wijzen expliciet op de rol als verbinder, het stimuleren van sociale cohesie, door zo breed mogelijk de samenleving te bereiken, en in te zetten op specifieke doelgroepen en niches.’

<sup>16</sup> Mediadecreet, Art. 6 § 2. ‘... De programma's dragen bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving.’

<sup>17</sup> Mediadecreet, Art. 6 § 2. ‘... Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroeporganisatie te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroeporganisatie veilig te stellen, is een voldoende aantal programma's erop gericht een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's komen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoet. De beoogde doelgroepen zijn voldoende ruim en ze worden door de programma's in kwestie ook bereikt.’

<sup>18</sup> Mediadecreet, Art. 6 § 2. ‘De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd.’

- informatie, nieuws en duiding,
- cultuur,
- educatie en mediawijsheid,
- ontspanning.

Die prioriteiten worden noch door de stakeholders, noch door het publiek<sup>19</sup> in vraag gesteld.

## 1.2 Nieuws en duiding

Informatie is een noodzaak, een recht van de burger en een cruciale voorwaarde voor het creëren van burgerschap en samenleven met elkaar. Nieuws en duiding vormen dan ook de hoeksteen van wat van de VRT wordt verwacht. De VRT moet een voorbeeldrol vervullen in het leveren van correcte, genuanceerde, volledige en betrouwbare informatie en moet deze zo toegankelijk mogelijk maken voor een zo groot mogelijke populatie. Daarnaast verwacht een grote meerderheid van de Vlamingen dat het nieuws- en duidingsaanbod van de VRT gratis beschikbaar is<sup>20</sup>.

De Sectorraad Media verwacht net als de andere stakeholders kwaliteitsjournalistiek, aandacht voor Franstalig België in de berichtgeving, het meer diversifiëren van experts en studiegasten en verbreding niet ten koste van diepgang, duiding en context te laten gaan. VRT wordt geacht als belangrijke Vlaamse nieuwsspeler vluchtigheid en steekvlamjournalistiek te vermijden.

In de verschillende bevestigingen komt het belang van informatie nog meer op de voorgrond dan in vorige edities. Een duidelijk verschil is het feit dat de informatieopdracht vandaag veel meer als een uitdaging wordt gezien. De journalistiek, en bijgevolg ook de informatieopdracht van de VRT, botst op moeilijkheden wat betreft het bereiken van de volledige samenleving en het omgaan met polarisering en een - alvast buiten Vlaanderen - toenemend wantrouwen in traditionele media, het omgaan met nieuwspersonalisatie en het risico op *filter bubbles*, de strijd tegen *fake news* en desinformatie<sup>21</sup> en het bereiken van jongeren met kwaliteitsvol nieuws. Daarom wordt van de VRT verwacht een maatstaf/toetsingskader te zijn voor de kwaliteit en betrouwbaarheid van nieuws en duiding.

Andere kritiek vanwege stakeholders behelst het gebrek aan verscheidenheid in nieuwsitems (bv. weinig cultuur, tenzij als uitsmijter) en aan een diverse, specifieke aanpak, aangepast aan de noden en leefwereld van vandaag en van specifieke doelgroepen, eerder dan louter en alleen te focussen op groot bereik. Hieruit kunnen we concluderen dat de VRT niet enkel programma's en nieuws voor een zo breed mogelijke doelgroep moet voorzien, maar ook programma's en nieuwsitems waarbij er aandacht moet zijn voor de diversiteit van het publiek enerzijds en het bereiken van jongeren anderzijds<sup>22</sup>, zonder dat verbreding ten koste mag gaan van verdieping en duiding. De Sectorraad Media vindt het cruciaal dat de VRT daarom zoekt naar diversiteit en diepgang op maat van alle Vlamingen<sup>23</sup>.

<sup>19</sup> Publieksbevestiging, p. 30.

<sup>20</sup> Publieksbevestiging, p. 46.

<sup>21</sup> Zie ook Sectorraad Media, Aanbevelingen omtrent fake nieuws en informatieverstoring, 20 juli 2018. [https://cism.be/sarc/SR\\_media/adviezen/20180720\\_Aanbevelingen\\_fake\\_news\\_en\\_informatieverstoring.pdf](https://cism.be/sarc/SR_media/adviezen/20180720_Aanbevelingen_fake_news_en_informatieverstoring.pdf).

<sup>22</sup> Wordt verder besproken bij hoofdstuk 2, Publiek.

<sup>23</sup> De conclusies van de stakeholdersbevestiging, p. 150, vermelden enkele voorbeelden bij 'Informatieopdracht staat centraal': "[...] met nauwlettendheid op een overaanbod van Wetstraat-politiek, dezelfde studiegasten of steeds dezelfde 'nieuwswaardige' thema's ten koste van aandacht voor breder maatschappelijke issues[...]". Zie ook stakeholdersbevestiging, p. 56 e.v.

### 1.3 Culturele opdracht

De culturele opdracht kan worden versterkt. De culturele sector blijft, net als bij vorige consultaties, wijzen op een geleidelijke verschuiving van cultuur naar de marge in het aanbod van de VRT. Er blijft een vraag naar meer structurele en intense samenwerking met de sector, één die dialoog en overleg overstijgt en die ten volle gebruik maakt van de culturele rijkdom, capaciteit en expertise van de VRT en het brede culturele veld.

Er zijn grosso modo drie onderliggende kritieken te identificeren bij de kritische stakeholders, allen terug te leiden tot 'diversiteit'<sup>24</sup>: (1) het gebrek aan culturele opdracht vertaald naar de diverse noden van verschillende publieksgroepen, (2) met aandacht voor de diversiteit in kunst en cultuurvormen, kunstenaars en niches in het cultuuraanbod, (3) en het gebrek aan 'diepgang', waarvan de invulling samenhangt met de twee voorgaande. Het meest kritisch lijkt de sector te zijn voor de invulling van cultuur op televisie (met vooral kritiek op een gepercipieerd gebrek aan diepgang). Aandacht voor online-cultuurinitiatieven was er minder vanuit de bevraging en in de rondetafelgesprekken<sup>25</sup>.

De balans tussen verbreding en verdieping staat dus ook hier centraal. De grote nadruk op bereik door integratie van cultuur in nieuws, duiding en entertainmentprogramma's is volgens de Sectorraad Media verdienstelijk, maar zorgt er ook voor dat de balans soms is doorgeslagen naar weinig diversiteit in de manier waarop cultuur gebracht wordt (dit terwijl platformen zoals vrt.nu hier uitstekend geschikt voor zijn). Er is vraag naar het overstijgen van het fragmentarische anekdotische karakter van de berichtgeving door cultuur niet alleen voorwerp maar ook onderwerp te maken van programma's, en dit zowel voor een breed publiek op zo toegankelijk mogelijke wijze, als voor een beperkter nichepubliek. Dit hoeft niet in hetzelfde programma te zijn. Uitzendingen in het late uur zijn, nu we massaal uitgesteld kijken, minder een bezwaar.

Om die diepgang te realiseren, beveelt de Sectorraad aan een andere manier van bereik te definiëren: niet de grootste gemene deler zoeken, maar digitaal meer kleinere groepen op effectievere wijze bereiken ('*multichannel* denken': bv. een vlogger die werkt rond een subcultuur, gericht tot jongeren). Hier liggen ook veel kansen om meer lokale en kleinschaligere cultuurbeleving in beeld te brengen en digitaal te ontsluiten en zo de werking van de VRT dichter bij de Vlaming te brengen en Vlaanderen beter in beeld te brengen.

### 1.4 Educatie en mediawijsheid

De Vlaming acht de educatieve kerntaak van de VRT van groot belang. Die kan zich enerzijds uiten in de informatieve en duidingsprogramma's, anderzijds in een educatieve laag in de eerder ontspannende programmering. Daarnaast mogen echter ook specifieke educatieve acties in samenwerking met het educatieve en culturele veld én specifiek voor het onderwijs niet ontbreken. De VRT beschikt hier over de infrastructuur en de knowhow om de vele overheids- en non-profit-inspanningen inzake bv. gezondheidspreventie en jeugdinformatie stevig te versterken.

De Sectorraad Media verwacht in de eerste plaats specifieke aandacht van de VRT voor mediawijsheid<sup>26</sup>. In lijn met de publieksbevraging<sup>27</sup> meent hij dat er een belangrijke rol voor de openbare omroep is weggelegd om te informeren over de werking van nieuwe technologieën, het herkennen van de gevaren hieraan verbonden en hoe daarmee om te gaan (zeker, maar niet alleen, bij kinderen). Naast de basisopdracht van het brengen van objectief en neutraal nieuws en duiding,

---

<sup>24</sup> Stakeholdersbevraging, p. 68 e.v.

<sup>25</sup> Stakeholdersbevraging, p. 75.

<sup>26</sup> Mediawijsheid is de competentie om actief, creatief, kritisch en bewust digitale technologie en media gebruiken om deel te nemen aan de maatschappij. Bron: mediawijs.be.

<sup>27</sup> Conclusie Publieksbevraging, p. 48.

zijn er ook hoge verwachtingen van de VRT met betrekking tot het leren herkennen, het opsporen en ontcrachten van desinformatie.

Aanvullend daarbij wijst de Sectorraad op de lacune die bestaat in het aanbod van mediawijsheid voor volwassenen. Het is van belang dat de VRT meer inzet op mediawijsheid van andere kwetsbare groepen en volwassenen.

De activiteiten rond educatie en mediawijsheid worden als goed gepercipieerd: er is positieve feedback van de stakeholders t.a.v. bestaande projecten en programma's. Deze activiteiten worden echter nog te veel gezien als een toegevoegde taak en zitten niet structureel ingebed en gebudgetteerd in de werking van de omroep. Er is daarbij nog heel wat ruimte voor structurele samenwerking en partnerschappen met de educatieve en mediawijsheidspelers. Een onderdeel daarvan is meer toegang tot het archief buiten een strikte klascontext.

### 1.5 Ontspanning

De Vlaming verwacht duidelijk een brede openbare omroep waar plaats is voor ontspanning, al is men verdeeld over de vraag of dit al dan niet louter ter vermaak kan<sup>28</sup>. Stakeholders zien ontspannende programma's als een belangrijke manier om doelgroepen die minder met specifieke informatieprogramma's te bereiken zijn, toch te engageren via de openbare omroep<sup>29</sup>. De Sectorraad Media vindt dat ontspanning mogelijk moet zijn op de VRT om relevant te zijn en sluit zich aan bij het standpunt dat ontspannende content ook kan aangewend worden om moeilijk te bereiken doelgroepen (bijv. laaggeschoolden of jongeren) te bedienen. Ook het onder de aandacht brengen van diversiteit, taal, cultuur etc. kan gebeuren door middel van entertainment en moet niet altijd de vorm aannemen van expliciet 'culturele' programma's. Dit geldt bij uitstek voor het kinderaanbod dat de VRT ontwikkelt. Hier dient de VRT zich te onderscheiden van commerciële omroepen.

## 2. Publiek

Zoals gesteld, is het de opdracht van de openbare omroep om een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken<sup>30</sup>. In een maatschappelijke omgeving die wordt gekenmerkt door een toenemende diversiteit, een mediaal landschap dat meer en meer evolueert naar cross-medialiteit, en de afbouw van het gebruik van top-down lineaire communicatievormen, vormt dit een hele uitdaging. De VRT moet in het algemeen strategieën ontwikkelen om een veelheid van maatschappelijke groepen aan te spreken, en daarbij – zoals alle spelers – inzetten op prominente zichtbaarheid en vindbaarheid op niet-lineaire platformen. Vooral de focus op betrouwbare en toegankelijke informatie is daarbij primordiaal in functie van een democratische en verdraagzame samenleving<sup>31</sup>. Dit is van toepassing binnen een maatschappelijke context die de neiging vertoont tot polarisatie en binnen een meer algemene (mondiale) tendens tot de verspreiding van wat 'fake news' wordt genoemd (zie ook punt 1.2 en 1.4 hierboven)<sup>32</sup>, een verschijnsel dat inherent is aan

---

<sup>28</sup> Publieksbevraging, p. 37.

<sup>29</sup> Stakeholdersbevraging, p. 77.

<sup>30</sup> Mediadecreet, Art. 6 §2 (zie ook voetnoot 11 van dit advies).

<sup>31</sup> Mediadecreet, Art. 6 §2 (zie ook voetnoot 18 van dit advies).

<sup>32</sup> Het gegeven dat deze onbetrouwbare berichtgeving sluimert in allerlei gedecentraliseerde platformen die wereldwijd toegankelijk zijn, maakt het moeilijk om een en ander te onderwerpen aan de gevestigde ethische en deontologische codes op het vlak van journalistiek. Dat een dergelijke berichtgeving gevaarlijke proporties kan aannemen werd recent nog aangetoond door de verspreiding van uiterst kwalijke informatie rond het



bottom-up communicatievormen<sup>33</sup>.

De Sectorraad Media formuleert aanbevelingen omtrent de omgang met identiteit en diversiteit (2.1), de balans tussen ruim bereik en diepgang (2.2) en toegankelijkheid en bereikbaarheid (2.3).

### 2.1 Identiteit en diversiteit

Niet enkel heeft de openbare omroep volgens het Mediadecreet art. 6 §2 de opdracht om in het verstrekken van informatie en cultuur een 'leidinggevende rol' te spelen, 'de programma's dragen [ook] bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving'.

Dat de programma's de 'ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit' beogen vraagt om bijzondere aandacht. Het kan niet de bedoeling zijn om een Vlaamse 'identiteit' op zich te promoten<sup>34</sup>. De nadruk ligt bijgevolg beter op de *ontwikkeling* van deze culturele identiteit in al zijn facetten, binnen een context van zowel maatschappelijke diversiteit als van een Vlaamse culturele traditie. De rol die de publieke omroep speelt op het vlak van het bereiken van de samenleving in al zijn diversiteit moet explicieter verbonden worden met maatschappelijke uitdagingen (zoals het tegengaan van polarisering) en de verbindende taak van de publieke omroep<sup>35</sup>. Regionaal gebonden onderwerpen en onderwerpen die niches aanbelangen kunnen deze diversiteit ondersteunen en belangstelling van een groter publiek wekken.

In een wereld die een groot dorp is geworden, mag de regio Vlaanderen zich niet terugplooiën op zichzelf. De verbindende rol die de openbare omroep dient te spelen, mag zich niet beperken tot de Vlaamse omgeving. Vlaanderen heeft sterke banden met Europa en uiteraard ook met de rest van de wereld. De Vlaamse culturele traditie die zich op historisch vlak ook nooit beperkt heeft tot het Vlaamse grondgebied, kan niet worden geïsoleerd van de Europese verankering. Daarom pleit de Sectorraad Media er, binnen een mondiaal medialandschap waarin internationale actoren steeds prominenter zijn geworden, voor om de openbare omroep te stimuleren deze 'ontwikkeling van identiteit en diversiteit' na te streven met een open venster op Europa en de wereld.

### 2.2 Ruim bereik en diepgang

De VRT heeft in het verleden succesvol ingezet op kijkcijfers en heeft daardoor een groot marktaandeel bereikt. De Sectorraad Media vindt dit goed, maar meent dat er in de toekomst nu meer kan gestreefd worden naar verdieping. Niet-lineaire vormen van omroep en innovatieve formats kunnen meer uitgebreide of verdiepende content aanbieden en ook meer wisselwerking met het publiek tot stand brengen. Daarbij kunnen doelgroepen gerichter aangesproken worden en kan de VRT zijn verbindende rol verder uitbouwen. Er moet steeds gezocht worden naar de beste vorm

---

Corona-virus. Uit de publieksbevraging, p.33, blijkt dat 82 % van de Vlamingen van mening is dat de VRT moet helpen om 'fake nieuws/nepnieuws' en bewust misleidende informatie te herkennen.

<sup>33</sup> Volgens recente cijfers van Digimeter informeren negen op tien jongeren zich via sociale media. Door de concentratie op dit vlak (o.a. Facebook, Instagram, Whatsapp) besteden ze één derde van hun schermtijd aan 'content' die verschaft wordt door één bedrijf. Voeg daar de algoritmes aan toe op basis waarvan een en ander wordt aangeboden, dan dreigt een reëel gevaar van gestuurde en eenzijdige informatie. (Bron: <https://www.bloovi.be/artikels/innoveren/2020/>)

<sup>34</sup> 'Want ook dat leert de Digimeter: slechts 8 procent van de Vlamingen ziet dat Vlaamse element als het cruciale punt dat hen over de streep zal trekken.' (Bron: <https://www.bloovi.be/artikels/innoveren/2020/>). Ook uit de stakeholderbevraging blijkt ook dat het 'verscherpen van de 'Vlaamse identiteit' geen issue is, wel de aandacht voor de taal'. 'Niet minder, maar meer diversiteit' zo luidt het. Stakeholdersbevraging, p. 52; p.84-87; p. 91; conclusie p. 151.

<sup>35</sup> Conclusie Stakeholderbevraging, p. 150.

waarin een beoogd publiek bereikt wordt, strevend naar een evenwicht tussen het lineaire en het niet-lineaire aanbod (zie punt 4.2 voor een standpunt over het uitbouwen van betaaldiensten). De VRT mag bij die niet-lineaire vormen van omroep inhoudelijk meer experimenteren, innovatie en durf tonen.

De Sectorraad Media stipt aan dat om hoogkwalitatieve programma's te produceren en aan te bieden, zelfs rekening houdend met de druk van de kijkcijfers en de commerciële zenders, de verbreding van het aanbod moet samengaan met een gelijkmatige diepgang<sup>36</sup>. Dat, met het oog op het bereiken en aanspreken van een ruim publiek, ook ruim aandacht moet worden besteed aan ontspanning en vermaak, lijdt geen twijfel. Maar ook op dit vlak heeft de openbare omroep een educatieve missie (zie ook punt 1.5). Ontspanning en vermaak behoren tot de basisopdracht, maar ook daarin kan gedifferentieerd worden naargelang het doelpubliek met enerzijds licht verteerbare programma's en anderzijds programma's die verdieping brengen.

Dit geldt ook voor fictie. In fictiereeksen die in opdracht van de VRT worden gemaakt, komen vaak actuele thema's en problematieken aan bod<sup>37</sup>. Dat is toe te juichen voor zover daarbij gestreefd wordt naar een evenwichtige duiding ervan. In het Mediadecreet wordt ook expliciet vermeld dat de openbare omroep 'nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen' moet aanboren. Dit wil de Sectorraad Media eveneens aanstippen als een werkpunt.

### 2.3 Toegankelijkheid en bereikbaarheid

De verbindende rol die van de van de openbare omroep wordt geëist betreft alle groepen in de samenleving en is uiteraard nauw verbonden met de opdracht om een zo ruim mogelijk publiek te bereiken. Daarbij moet op basis van de bevindingen van de stakeholdersbevraging 'specifieke aandacht gaan naar kortgeschoolden/laaggeletterden, superdiversiteit<sup>38</sup> en kwetsbare jongeren'<sup>39</sup>. Deze aandacht moet uitgaan van 'thema's die vertrekken van de leefwereld van deze doelgroepen'.

De Sectorraad Media wil daarbij ook pleiten voor het doorbreken van stereotypen. Zo kan een Vlaming van allochtone afkomst ook wel een mening hebben over andere maatschappelijke items dan bv. inburgering. Verder besteedt de VRT al veel aandacht aan ondertiteling voor gehoorgestoorden en audiobeschrijving voor slechtzienden. Dit vindt aansluiting bij de publieksenquête waarin 73% van de bevroegden het eens is met de stelling dat 'De VRT zoveel mogelijk programma's toegankelijk moet maken voor blinden en slechtzienden, doven en slechthorenden, en andere groepen met specifieke beperkingen.'<sup>40</sup> Dit vergt dus eveneens een blijvende inspanning.

---

<sup>36</sup> Een van de 'lessons to learn' zoals geformuleerd in de stakeholderbevraging, p. 151, luidt dan ook dat een zo breed mogelijk bereik goed is maar dat kijkcijfers zijn geen zaligmakend iets zij. Voor elk iets, iedereen moet er zich in herkennen, breed bereik neigt tot grootste gemene deler.

<sup>37</sup> Zo wordt o.a. in 'Grensländers' ingespeeld op mensenhandel, en in 'Over water' op de drugsmokkel in de Antwerpse haven.

<sup>38</sup> Superdiversiteit ontstaat bij interactie tussen diverse groepen in de samenleving, enerzijds door een verschillende migratieachtergrond en anderzijds door een verschillende maatschappelijke positie. Dat leidt tot een mozaïek aan combinaties binnen de menselijke verhoudingen. (gebaseerd op: Vertovec, Steven (2007) 'Super diversity and its implications' in *Ethnic and Racial Studies*, Issue 6, Volume 30, p.1024-1054)

<sup>39</sup> Daartegenover staat dat de publieksbevraging, p. 38, uitwijst dat slechts 51,3 % het volledig eens met de stelling dat '[d]e VRT moet ernaar streven dat etnisch-culturele minderheden aan bod komen in haar programma's'.

<sup>40</sup> Publieksbevraging, p. 38.

De stakeholders wijzen ook op de noodzaak van voldoende aandacht voor taal<sup>41</sup>. Vooral toegankelijke taal speelt een heel belangrijke rol in het bereiken van kwetsbare groepen en laaggeletterden. De Sectorraad Media is van mening dat de taal die in een gegeven context relevant is, gebruikt kan worden. Dat neemt niet weg dat de openbare omroep er over moet waken dat, zeker wat betreft non-fictie programma's, het Standaardnederlands niet in het gedrang komt. In een landschap van verkavelingsnederlands kan en moet de VRT een baken zijn.

### 3. VRT in het Vlaamse media-ecosysteem

Ondanks een groot maatschappelijk draagvlak voor de publieke omroep stelt de Sectorraad Media uit de stakeholdersbevraging vast dat meningen over de impact van de VRT op het Vlaamse medialandschap verdeeld zijn<sup>42</sup>. Terwijl een deel van de bevroegde actoren in de publieke omroep het geschikte instrument ziet om een stimulans te bieden voor private mediaspelers en daarbij een rijk media-aanbod te realiseren, verkiezen andere stakeholders dan weer een meer terughoudende VRT om de duurzaamheid van een Vlaams media-ecosysteem te bestendigen. Volgens de stakeholdersbevraging gaat een strakker spanningsveld tussen publieke omroep en private mediaspelers gepaard met een toenemende concurrentie om en druk op de commerciële middelen.

Nu alle schakels van de mediawaardeketen steeds meer druk ervaren, meent de Sectorraad Media in deze discussie dat de VRT een marktversterkende rol dient te spelen voor alle andere betrokken partijen in het Vlaamse medialandschap. De VRT vormt een hefboom voor de uitbouw van een bloeiend media-ecosysteem met de bedoeling het consolideren van een divers, kwalitatief hoogstaand, toegankelijk lokaal audiovisueel aanbod voor de Vlaamse mediagebruiker. De VRT vormt daarbij een centrale spil in een netwerk van private mediaspelers<sup>43</sup> en streeft ernaar in de uitvoering van haar activiteiten een stimulans te vormen voor mediaspelers in alle schakels van de waardeketen.

De Sectorraad wijst op het begrip 'marktversterking' om het essentiële belang van een concurrentiële balans in het media-ecosysteem te benadrukken: de publieke omroep en de private mediaspelers dienen elkaar in evenwicht te houden en op een positieve manier te versterken. Door het aanbieden van een divers, kwalitatief hoogstaand, toegankelijk lokaal aanbod zwengelt de VRT de private marktspelers aan en legt zij de spreekwoordelijke lat voor alle betrokken partijen hoger. Deze concurrentiële dynamiek houdt de VRT scherp en komt uiteindelijk ook de Vlaamse mediagebruiker ten goede.

Het opereren van de VRT in het Vlaamse media-ecosysteem mag er evenwel niet toe leiden dat zij de markt ernstig verstoort. Er moet vermeden worden dat de VRT als een grotendeels publiekelijk gefinancierde organisatie opererend in een commerciële omgeving een al te belemmerende impact zou uitoefenen op de activiteiten van private mediaspelers. Een doorgedreven commerciële houding van de publieke omroep en/of een disproportioneel budget kan de economische performantie van private mediaspelers immers op negatieve wijze beïnvloeden (bijvoorbeeld in de vorm van minder inkomsten uit commerciële communicatie of abonnementsgelden, of het opdrijven van vergoedingen voor programma- en uitzendrechten).

---

<sup>41</sup> Stakeholdersbevraging, p. 52.

<sup>42</sup> Stakeholdersbevraging, p. 123; 128; 130; 134; 148.

<sup>43</sup> In dit onderdeel ('VRT in het Vlaamse media-ecosysteem') beperken we ons tot de relatie van de publieke omroep tot alle private mediaspelers in alle schakels van de waardeketen. Dit impliceert dat de relatie van de publieke omroep tot het ruime sociaal-maatschappelijk en cultureel-educatieve middenveld hier niet wordt besproken. Dit gebeurt wel in hoofdstuk 4 van dit advies.

Bovendien legt de beheersovereenkomst de rol van de VRT voor de komende vijf jaren vast terwijl de markt net erg gedisrupteerd wordt. Om deze redenen pleit de Sectorraad ervoor de impact van de publieke omroep op het Vlaamse media-ecosysteem een belangrijke plaats te geven in de beheersovereenkomst. Deze impact op de private mediaspelers kan zowel positief (marktversterkend) als negatief (marktversturend) zijn, en dient steeds overwogen te worden teneinde de legitimiteit en reikwijdte van deze of gene activiteit van de VRT te evalueren. Met marktversterking wordt dus geenszins bedoeld dat de publieke omroep geen activiteiten mag ontwikkelen die reeds door de private mediaspelers worden ingevuld, en andersom kan het niet de bedoeling zijn dat de VRT activiteiten ontwikkelt met de argumentatie dat de private spelers dat ook doen.

De Sectorraad Media beklemtoont het marktversterkende karakter van de publieke omroep in het ondersteunen van de lokale onafhankelijke productiesector (3.1), het voorzien van een multimediaal aanbod (3.2), het ontwikkelen van innovatietrajecten (3.3) en het opzetten van samenwerking met de mediasector (3.4).

### 3.1 Onafhankelijke productiesector

De Sectorraad Media meent dat de productie van lokale content door de onafhankelijke productiesector een aantal voordelen met zich meebrengt, zoals kostenefficiëntie, de toegang tot meerdere financieringsbronnen, flexibiliteit, stijging van het globale kwaliteitsniveau van lokale programma's door deze concurrentiële omgeving, de creativiteit van de lokale televisieproducenten en zo verder.

De openbare omroep dient, wat audiovisuele productie betreft, te fungeren als één van de gangmakers van een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector en dient hierbij prioritair in te zetten op lokaal talent. Dit is een rol die haar is toegewezen in het kader van de lopende beheersovereenkomst met de Vlaamse regering. Deze doelstelling wordt verder geconcretiseerd in het vastleggen van een minimumpercentage van het VRT-budget dat besteed moet worden bij externe productiehuisen. Een deel van de leden meent dat dit minimumpercentage ambitieuzer bepaald dient te worden in de volgende beheersovereenkomst. Een ander deel van de leden vindt dat de bestedingen al bij de hoogste in Europa zijn en dus, zeker gezien de huidige financiële toestand, niet verder dienen te stijgen.

De Sectorraad Media vraagt dat er nauwkeuriger bepaald wordt welke vergoeding betaald door VRT aan productiehuisen als besteding in de externe sector gezien kunnen worden en welke niet. Zoals verder in hoofdstuk 4 van dit advies wordt aangehaald, meent de Sectorraad dat maximaal mogelijke transparantie wenselijk is. De technische details hieromtrent dienen verder uitgewerkt te worden en een analyse aan vb. het Rekenhof kan hieromtrent worden gevraagd.

Gezien de tijd, energie en kapitaal die de producent investeert en het comfort dat hij hiermee verleent aan de openbare omroep, vraagt de Sectorraad tevens dat de volgende beheersovereenkomst voorziet in het overeenkomen van een transparante, marktconforme rechtenverdeling met alle betrokken rechthebbenden en een billijke inkomstenverdeling over alle genres heen, die – wat producenten betreft – bovendien in verhouding staat tot het bedrag dat de VRT zelf op tafel legt voor de productie in kwestie.

### 3.2 Multimediaal aanbod

Het ontwikkelen van een multimediaal aanbod vormt een belangrijke voorwaarde tot een toekomstgerichte publieke omroep en is verdedigbaar wanneer dit aanbod wordt uitgerold om de audiovisuele opdracht te ondersteunen. Het spreekt voor zich dat de publieke omroep alle mogelijke digitale distributiekkanalen mag aanwenden met de bedoeling zijn brede publieksopdracht te vervullen. De Vlaamse mediagebruiker moet de kans krijgen het VRT-aanbod via de relevante kanalen en platformen te consulteren.

De Sectorraad Media meent dat de audiovisuele opdracht centraal dient te staan binnen het multimediaal aanbod van de publieke omroep. Dit impliceert geenszins dat het VRT verboden moet zijn om tekst aan te bieden op haar (nieuws)websites, wel dat de grondslag van haar online verslaggeving een audiovisueel karakter dient te hebben. Tekstuele duiding is toegelaten ter ondersteuning van het audiovisuele aanbod. Hierbij moet worden bestudeerd of meetbare criteria kunnen worden opgelegd aan het invoegen van additionele tekstuele verslaggeving.

Bovendien meent de Sectorraad dat VRT hierbij dient te streven naar een onderscheidende meerwaarde ten aanzien van het aanbod van de private mediaspelers. Het multimediaal aanbod moet gedreven zijn door maatschappelijke waarden zoals onafhankelijkheid, verbinding, diversiteit en universaliteit.

### 3.3 Innovatie

De publieke omroep moet een broedplaats zijn voor creativiteit, inhoudelijke vernieuwing, kennisopbouw en gedurfd experiment, en de hoogste standaard zetten inzake gegevensbescherming, privacy en ethiek. De VRT moet nieuwe audiovisuele formats kunnen ontwikkelen met het oog op het realiseren van haar maatschappelijke opdracht en het aanbieden van een verbredend en verdiepend aanbod voor specifieke doelgroepen. Daarbij kunnen nieuwe technologieën zoals aanbevelingssoftware worden aangewend om een interactief aanbod op maat te realiseren.

De VRT is de voorbije jaren een actieve partner gebleken in (inter)nationale onderzoeksprojecten en innovatietrajecten, en speelt daarbij een belangrijke rol als matchmaker met beginnende ondernemingen in de media- en technologiesector. Op die manier ondersteunt de VRT de ontwikkeling van een media-technologische industrie in Vlaanderen. Bovendien geldt VRT Sandbox in internationaal opzicht als een *best practice* voor andere publieke omroepen.

De Sectorraad meent evenwel dat de VRT de verworven expertise in onderzoek en ontwikkeling beter ten dienste moet stellen van het Vlaamse media-ecosysteem. De VRT dient een sterke hefboom te vormen voor een toekomstgerichte mediasector door kennisdeling meer centraal te stellen en zo veel mogelijk vanaf het begin private spelers te betrekken. Het structureel ontsluiten van onderzoek relevant voor de mediasector, het delen (bijvoorbeeld open source) of ter beschikking stellen tegen marktconforme vergoeding van ontwikkelde technologie en het mee implementeren van innovaties vanuit private ondernemingen versterkt het Vlaamse medialandschap. De Sectorraad apprecieert dat VRT events organiseert waarop kennis wordt gedeeld en de ontwikkelde technologie wordt getoond, maar vraagt dat de VRT ook samen met de geïnteresseerde partners op transparante en niet-discriminerende wijze onderzoekt in welke mate de kennis en technologie optimaal kan worden geïmplementeerd door deze partners.

### 3.4 Samenwerking

De VRT kan haar cultureel-maatschappelijke alsook media-economische rol alleen vervullen door samenwerking. De Sectorraad onderstreept daarom het belang van samenwerking als instrument om marktversterking te realiseren. Dit vereist een open, constructieve houding naar alle spelers in de waardeketen met respect voor de rol van elk van deze spelers. Belangrijk daarbij is dat elke vorm van samenwerking wordt gekenmerkt door een gelijkwaardige en niet-exclusieve relatie tussen de betrokken partijen teneinde marktverstoring te vermijden.

De VRT kan een belangrijke partner zijn voor regionale media en nieuwsmedia met het oog op het versterken van kwalitatieve journalistiek en/of regionale berichtgeving gebracht door deze media. Dit behelst samenwerking in functie van (1) het gezamenlijk maken van nieuwsverhalen, (2) het delen van faciliteiten (bijvoorbeeld beelden) en (3) het in het kader van haar eigen berichtgeving verwijzen naar relevante nieuwsbronnen. Commerciële samenwerking kan overwogen worden met het oog op het verspreiden van boodschappen van algemeen nut (BAN).

Sectorwijde samenwerking rond technologische innovatie (zie ook 3.3) kan ertoe leiden gedeelde technische infrastructuur of diensten te ontwikkelen met de bedoeling gericht in te spelen op veranderend en digitaal mediagebruik, de noodzakelijke schaal te creëren om deze infrastructuur succesvol uit te rollen en/of inkomsten uit commerciële communicatie of abonnementsgelden in het Vlaamse media-ecosysteem te maximaliseren. Hierbij moet bijvoorbeeld worden geïnvesteerd in het opzetten van een cross-mediaal meetsysteem<sup>44</sup> om een meer accurate meting van mediaconsumptie te bekomen. De raad onderstreept dat de VRT bij het aangaan van samenwerking een balans dient te vinden tussen het ondersteunen van sectorwijde initiatieven en het respecteren van haar principes inzake onafhankelijkheid en universaliteit.

## 4. Organisatie, controle en financiering

Op basis van de studies en zijn bespreking, meent de Sectorraad Media dat bepaalde aanpassingen kunnen gebeuren op vlak van de organisatiestructuur en -cultuur van de VRT (4.1), geeft hij punten met betrekking tot financiering en commercialisering (4.2) en besteedt hij aandacht aan mogelijke verbeterpunten met betrekking tot toezicht en controle op de VRT (4.3).

### 4.1 Organisatiestructuur en -cultuur

De Sectorraad is van mening dat er verder gekeken kan worden naar mogelijke efficiëntieverbeteringen binnen de organisatiestructuur, vooral indien de openbare omroep zou geconfronteerd worden met een vermindering van de werkingsmiddelen.

Inzake de organisatiestructuur werd in de stakeholdersbevraging<sup>45</sup> opgemerkt dat VRT ondanks de genomen stappen nog een logge structuur blijkt te hebben. Een door stakeholders aangegeven gebrek aan kennis over de interne werking gaat gepaard met opmerkingen uit de sector over het gebrek aan toegankelijkheid van de openbare omroep. Er wordt van de VRT verwacht dat ze samenwerkt met de hele audiovisuele sector, maar daar waar audiovisuele contentmakers de weg

---

<sup>44</sup> Zie ook [Beleidsnota Media 2019-2024](#), OD A.2.2 en OD I.1.1. Daarin stelt Vlaams minister van Media Benjamin Dalle: "Ik zal de totstandkoming van een nieuw cross-mediaal meetsysteem om op een adequate manier de kijk- en luistercijfers te kunnen meten stimuleren. De VRT speelt hierin samen met de private mediaspelers een voortrekkersrol. Maar ik wil dat de regionale televisieomroeporganisaties ook meteen worden betrokken, wat trouwens als opdracht opgenomen staat in de samenwerkingsovereenkomst die met hen werd gesloten."

<sup>45</sup> Stakeholdersbevraging, p. 109.

naar de VRT wel kennen, blijkt het samenwerken op vlak van datamanagement, cross-mediaal meetsysteem, innovatie of kennisdeling met de bredere sector volgens meerdere stakeholders moeizamer te verlopen.

Het bredere veld cultuur, onderwijs en mediawijsheid – dat op de VRT moet kunnen rekenen als audiovisuele dienstverlener – verwacht van de openbare omroep een actievare samenwerking. Het valt daarbij op dat er volgens die stakeholders ruimte voor verbetering is voor de VRT in haar taak als *maatschappelijke netwerkorganisatie*, want voor het vervullen van haar kerntaken moet ze over een uitgebreid netwerk in de hele samenleving kunnen beschikken.

De Sectorraad Media stelt ten slotte vast dat de VRT een voorbeeldfunctie binnen het Sociaal Charter uitdraagt en vraagt dat deze onverminderd wordt verdergezet.

#### 4.2 Financiering en commercialisering

De financiering van de VRT blijft een punt van discussie. De Sectorraad Media meent unaniem dat de publieke omroep moet kunnen beschikken over voldoende middelen om daadkrachtig en onafhankelijk haar kerntaken te vervullen. Het blijft echter nog steeds zoeken naar het ideale evenwicht tussen overheidsfinanciering en inkomsten uit commerciële activiteiten.

Uit de publieksbevraging<sup>46</sup> blijkt dat de Vlaming vindt dat de openbare omroep niet enkel door de overheid moet gefinancierd worden, maar ook inkomsten mag halen uit reclame en andere commerciële activiteiten. Het is echter moeilijk te bepalen wat die andere commerciële activiteiten kunnen zijn en wat de omvang van de reclame dient te zijn. Want ook al staat 73% van de Vlamingen achter de gemengde financiering, anderzijds vindt 32,5% dat er te veel commerciële boodschappen op de VRT-websites zijn en blijkt het grootste deel van de Vlaming zich te storen aan te veel reclame op de radio. Daarnaast vinden 85,4% van de Vlamingen ook dat het programma-aanbod van VRT gratis beschikbaar moet zijn op VRT NU, net zoals nieuws en duiding.

Een groot deel van de stakeholders geeft aan dat het huidige systeem van gemengde financiering niet langer wenselijk is<sup>47</sup>. Er wordt gevreesd dat de toegenomen druk om eigen commerciële inkomsten te werven de onafhankelijkheid en het onderscheidend karakter van de publieke omroep in het gedrang zal brengen.

Binnen de Sectorraad Media wordt ook vastgesteld dat wat het aandeel van de commerciële inkomsten betreft, de limiet blijkt bereikt te zijn, waardoor een te doorgedreven commerciële houding dreigt te ontstaan. Een jaarlijkse indexatie van de reclameplafonds met 2% ten aanzien van niet-geïndexeerde werkmiddelen heeft ook tot gevolg dat het belang van de commerciële inkomsten verder is toegenomen. Een meerderheid van de leden van de SARC-Sectorraad Media (waaronder ook private spelers) spreken zich in de context van eenzelfde financiering dan ook uit voor een verhoging van de dotatie om de verhouding te herstellen.

Reclame vormt binnen de gemengde financiering veruit de grootste commerciële inkomstenbron van de VRT. Er is een consensus binnen de Sectorraad dat hieraan grenzen dienen gesteld te worden, zowel naar de aard van de commerciële communicatie als naar de omvang. Het systeem van de plafonds blijkt op zich niet ter discussie te staan, maar uiteraard in functie van de verstrekte dotatie. Gelet op de mogelijke marktverstoringen en de precaire context op de advertentiemarkt pleiten de private spelers er wel voor om de hoogte van de plafonds te objectiveren en te laten evolueren in

---

<sup>46</sup> Publieksbevraging, p. 45 (gemengde financiering), p. 43 (commerciële boodschappen), p. 46 (VRT NU).

<sup>47</sup> Stakeholdersbevraging, p. 132.

functie van marktontwikkelingen. Een beheersovereenkomst legt immers een kader vast voor de komende vijf jaren terwijl niemand de evoluties in de markt kan voorspellen. Om meer transparantie te krijgen over de inkomsten uit commerciële communicatie wordt alvast gevraagd om een aantal zaken te verduidelijken en het reclameplafond eigenlijk bij de VAR (en Pebble Media) te leggen, eerder dan bij de VRT zelf. Anderzijds dient in de evaluatie van de inkomsten uit commerciële communicatie ook mee in overweging genomen te worden op welke vlakken deze activiteiten van de VRT de markt net versterken.

Wat de inhoud van de reclame betreft, wordt het al dan niet toelaten van reclame voor gokken door meerdere leden van de SARC Media aangehaald als voorbeeld waar de VRT zich omwille van haar publieke opdracht terughoudender moet opstellen.

In het bepalen van de gemengde financiering dient volgens de SARC Media ook gekeken te worden naar andere inkomsten dan uit commerciële communicatie, zoals het creëren van bijkomende inkomsten via het uitbouwen van betaaldiensten. Er is consensus dat de met publieke middelen gefinancierde content van VRT verder gratis via de lineaire televisiezenders van de VRT dient te worden uitgezonden. Er bestaat daarnaast weinig discussie dat dit lineair uitgezonden aanbod ook voor een beperkte tijd op aanvraag beschikbaar dient te zijn op een zenderplatform zoals VRT NU.

Dit betekent niet dat een idee mag gecreëerd worden dat alle content online altijd gratis dient te zijn. De Sectorraad Media vindt een evenwicht in kwaliteit en kwantiteit tussen wat de VRT aanbiedt en wat er op andere platformen aangeboden wordt belangrijk. Om te vermijden dat het gratis aanbieden van bijvoorbeeld grote hoeveelheden catalogus content of previews marktverstoring zou zijn, of buitenlandse fictiereeksen volledig gratis worden aangeboden, wordt bepleit dat de VRT hier net meer inkomsten uit zou kunnen halen en de markt versterken door transparante en billijke licentieovereenkomsten te sluiten met SVOD-spelers. Dit kan de VRT ook verder helpen in het realiseren van haar publieke omroepopdracht. Previews en dvd-rechten zijn betalende exploitatie-windows waar de VRT steeds gebruik van heeft gemaakt. Het lijkt de Sectorraad niet aangewezen dat de VRT zelf met betalende platforms start.

Tot slot sluit de Sectorraad Media zich aan bij de vele stakeholders die om enige terughoudendheid vragen op het vlak van sportrechten en schermgezichten. Waar een aanzienlijk deel van de Vlaming het aanbod wil behouden zoals het nu is, en een harde kern nog meer wil, is er toch zo'n 30% van de Vlamingen die duidelijk minder sport op de VRT willen<sup>48</sup>. Ook het aandeel van Vlamingen die vinden dat de VRT geen grote budgetten meer mag besteden aan dure sportevents is de laatste jaren gestegen van 53% naar 64%<sup>49</sup>.

#### 4.3 Toezicht en transparantie

Een openbare omroep die voor een groot deel van haar werking op overheidsgeld is toegewezen, moet maximale inspanningen leveren om duidelijkheid en transparantie ter verschaffen over haar financiering, organisatie en werking en dient hierop zowel intern als extern gecontroleerd te worden.

Algemeen staan de stakeholders positief tegen de wijze waarop de VRT via tal van publicaties rapporteert naar de overheid, het middenveld en het publiek. De invoering van de nieuwsombudsman wordt unaniem als een meerwaarde beschouwd. De Sectorraad Media meent

---

<sup>48</sup> Publieksbevraging, p. 39

<sup>49</sup> Publieksbevraging, p. 46.



dat dergelijke systemen van (semi-)publieke zelfreflectie ook naar andere aspecten van de publieke opdracht kunnen worden uitgebreid.

Meerdere stakeholders zijn voorstander van een betere controle op de uitvoering van de beheersovereenkomst met duidelijke criteria. Ineffectieve controle wordt door deze stakeholders toegeschreven aan de gebrekkige definitie en afbakening van begrippen, streefcijfers en performantiemaatstaven. Er wordt gevraagd om begrippen eenduidig en ondubbelzinnig te omschrijven –zoals de rapportering van *“inkomsten uit financiële product plaatsing”* in de rapportering over die inkomsten of *“focus op audiovisuele content”* wat betreft de hoeveel tekst op de VRT websites - zodat controle mogelijk is en elke vorm van interpretatie bij controle door de VRM uitgesloten is. Specifiek voor wat betreft de inkomsten uit commerciële communicatie hebben plafonds enkel zin als ze kunnen worden afgedwongen. In dit verband merkt de sectorraad op dat de VRT de plafonds meermaals (ruim) heeft overschreden maar dat dit niet werd opgenomen als performantiemaatstaf en ook niet werd gecontroleerd of gesanctioneerd door de VRM.

Wat externe producties betreft, onderschrijft de Sectorraad Media zoals reeds aangehaald de vraag naar een maximale transparantie over het werkelijke budget dat wordt besteed aan verschillende programma's (fictie, documentaires, entertainment, sport etc.). De nieuwe beheersovereenkomst moet de VRT opleggen hierover op transparante en gedetailleerde wijze te rapporteren en moet het mogelijk maken dat deze cijfers extern kunnen gecontroleerd worden.

Een groot aantal stakeholders uit hun bezorgdheid naar aanleiding van de toenemende politieke invloed op de publieke omroep. Binnen de Sectorraad Media zowel als bij de stakeholders<sup>50</sup> is er een consensus dat de VRT – binnen duidelijke klijntijnen – volledig autonoom moet kunnen werken. De Sectorraad benadrukt dan ook dat de overheid zich niet mag inlaten met inhoudelijke, journalistieke en programmatorische keuzes.

## Conclusies

**Er is een breed draagvlak voor de openbare omroep**, zowel bij het publiek, de verschillende stakeholders (binnen het media-ecosysteem zowel als maatschappelijk) als in de schoot van de Sectorraad Media. Dankzij haar aanbod aan diensten, informatie en content speelt de VRT een belangrijke rol in onze Vlaamse samenleving en mediemarkt. Aan dat draagvlak zijn wel modaliteiten verbonden waarmee rekening dient te worden gehouden.

Vertrekkende vanuit de **kern van het audiovisuele en auditieve aanbod**, bevestigt de Sectorraad Media in hoofdstuk 1 opnieuw de vier kernprioriteiten van haar rol als omroeporganisatie: informatie en duiding, cultuur, educatie en mediawijsheid en ontspanning. Binnen die context moet de VRT streven naar een evenwicht tussen bereik en diepgang, waarbij er een volgende periode meer ingezet moet worden op diversiteit/verscheidenheid en verdieping van topics, programma's en formats.

De **vraag naar meer diversiteit** staat eveneens centraal bij het bereiken van publiek, zoals toegelicht in het tweede hoofdstuk. De VRT mag daarbij best wat meer experiment, innovatie en durf tonen. De Sectorraad Media is daarbij van mening dat de VRT met dat doel – en vanuit de kern van het audiovisuele aanbod – ook op relevante niet-lineaire platformen aanwezig moet zijn. Er moet **gezocht worden naar de beste manier** en modaliteiten waarin een beoogd publiek bereikt wordt

---

<sup>50</sup> Stakeholdersbevraging, p. 140; 143.

zonder de plaats van VRT binnen het media-ecosysteem uit het oog te verliezen. Daarnaast moet de openbare omroep in het algemeen strategieën ontwikkelen om een veelheid van maatschappelijke groepen aan te spreken. Er moet daarbij aandacht zijn niet te stereotyperen.

In verband met de rol betreffende identiteitsvorming moet de nadruk volgens de Sectorraad liggen op de **ontwikkeling van deze culturele identiteit** in al zijn facetten, binnen een context van zowel maatschappelijke diversiteit als van een Vlaamse culturele traditie binnen een Europees en globaal perspectief.

De VRT als speler met economische impact in het Vlaamse media-ecosysteem, zoals uitgebreid in het derde hoofdstuk geduid wordt, dient volgens de Sectorraad Media een **marktversterkende rol** te spelen. Nu alle schakels van de mediawaardeketen steeds meer druk ervaren, mag het opereren van de VRT in het Vlaamse media-ecosysteem er uiteraard niet toe leiden dat zij de markt ernstig verstoort. De Sectorraad Media benadrukt wel dat dit niet betekent dat de publieke omroep geen activiteiten mag ontwikkelen die reeds door de private mediaspelers worden ingevuld, andersom kan het niet de bedoeling zijn dat de VRT activiteiten ontwikkelt met de argumentatie dat de private spelers dat ook doen. In de beheersovereenkomst moet een belangrijke plaats voorzien worden om te verzekeren dat de VRT **rekening houdt met de impact** (positief: marktversterkend, dan wel negatief: marktversturend) van haar activiteiten op het media-ecosysteem teneinde de legitimiteit en reikwijdte van deze of gene activiteit te evalueren.

Het **ontwikkelen van een multimediaal aanbod**, zoals het opnemen van tekst op nieuwswebsites, kan volgens de Sectorraad een onderdeel van een toekomstgerichte publieke omroep vormen. Een dergelijk aanbod dient echter steeds uitgerold te worden om de audiovisuele opdracht van de omroep te ondersteunen. Hierbij moet worden bestudeerd of meetbare criteria kunnen worden opgelegd.

De Sectorraad Media meent dat de productie van lokale content door **de onafhankelijke productiesector** een aantal **voordelen** met zich meebrengt. Hij vraagt het systeem van de bestedingsverplichting te analyseren, daarbij maximale transparantie te voorzien en een billijke rechtenverdeling uit te werken.

Nog in het kader van haar marktversterkende rol vindt de Sectorraad Media dat de VRT de verworven **expertise in onderzoek en ontwikkeling** beter ten dienste moet stellen van het Vlaamse media-ecosysteem. Hij benadrukt tevens het belang van **constructieve samenwerkingen** met alle partners in de waardeketen, waarbij de openbare omroep een balans dient te vinden tussen het ondersteunen van sectorwijde initiatieven en het respecteren van haar principes inzake onafhankelijkheid en universaliteit.

In het vierde hoofdstuk gaat de Sectorraad Media verder in op de financiering en organisatie van de openbare omroep. De Sectorraad Media neemt kennis van de kritiek uit de sector over een mogelijk gebrek aan toegankelijkheid van de VRT als organisatie. Zowel de partners uit het media-ecosysteem als uit het bredere maatschappelijke veld zien ruimte voor verbetering voor de VRT in haar taak als maatschappelijke **netwerkorganisatie**. In het algemeen meent de Sectorraad dat er verder gekeken kan worden naar mogelijke **efficiëntieverbeteringen** binnen de organisatiestructuur – vooral indiende openbare omroep wordt geconfronteerd met een vermindering van de werkingsmiddelen – eerder dan (dreigen) te snoeien in het audiovisueel aanbod.

De Sectorraad Media meent dat de publieke omroep moet kunnen beschikken over **voldoende middelen** om daadkrachtig en onafhankelijk haar kerntaken te vervullen. Er dient opnieuw gezocht naar het ideale **evenwicht tussen overheidsfinanciering en inkomsten uit commerciële activiteiten**.

Er is een consensus binnen de Sectorraad Media dat aan de inkomsten uit commerciële communicatie grenzen dienen gesteld te worden, zowel naar de aard van de commerciële communicatie als naar de omvang. Wat betreft het creëren van bijkomende inkomsten via het **uitbouwen van betaaldiensten** is er consensus dat de met publieke middelen gefinancierde content van VRT verder gratis via de lineaire televisiezenders van de VRT dient te worden uitgezonden en dat VRT ook op relevante niet-lineaire platformen (van haarzelf en van derde partijen) aanwezig moet zijn. Dit betekent niet dat alle content online en altijd gratis dient te zijn. De Sectorraad Media vindt een evenwicht in kwaliteit en kwantiteit tussen wat de VRT aanbiedt en wat er op andere platformen aangeboden wordt, belangrijk. Het lijkt de Sectorraad niet aangewezen dat de VRT zelf met betalende platforms start.

Tot slot benadrukt de Sectorraad Media het belang van **toezicht** op en **transparantie** over de financiering, organisatie en werking van de VRT. De Sectorraad is voorstander van een betere controle op de uitvoering van de beheersovereenkomst met duidelijke criteria. Binnen de klijntijnen van de beheersovereenkomst moet de VRT **autonoom** kunnen werken.

Namens de Sectorraad Media,

Simon Delaere, voorzitter  
Hanne Schuermans, secretaris