

POLICY BRIEF #34

16 januari 2020

Vlaams middenveld en mediasector voor een sterke en slagvaardige VRT, maar wel één die zich op alle vlakken onderscheidt

Tim Raats



Na de aangekondigde besparingsplannen van de overheid neemt de zenuwachtigheid rond het statuut en de taken van de VRT langzaam toe. Dat heeft alles te maken met de start van de onderhandelingen tussen de Vlaamse Regering en VRT voor een nieuwe beheersovereenkomst (2021-2025).¹ Onderdeel in dat proces is het advies van de Sectorraad Media van de SARC². Om dat advies te formuleren geeft de Sectorraad opdracht een publieksbevraging en een stakeholderbevraging uit te voeren. Deze policy brief bundelt de belangrijkste inzichten uit de stakeholderbevraging 2020. Meer dan 140 actoren uit de brede mediasector, cultuursector, middenveld en onderwijs namen deel aan de bevraging. Het onderzoek werd uitgevoerd door imec-SMIT-VUB in samenwerking met imec-MICT-UGent. In wat volgt bundelen we 10 lessen uit de bevraging.

1. VRT kan en moet keuzes maken die anderen niet maken

Rode draad doorheen de antwoorden is dat de **VRT het verschil kan en moet maken**. De publieke omroep is nog legitiem als die zich onderscheidt, keuzes maakt die andere spelers niet kunnen maken. In die context stelt geen enkele stakeholder het belang van de publieke omroep in vraag. Echter voor veel spelers mag dat onderscheidend opstellen nog een pak verder gaan. Zo wezen nogal wat stakeholders op de nog te beperkte inspanningen voor **Vlaamse film, animatie en auteursdocumentaire**, moeilijke genres waarvan de meerwaarde niet steeds in kijkcijfers uit te drukken is.

De **informatieopdracht** van de VRT wordt als absolute kerntaak beschouwd. Bovendien is die nog een stuk uitdagender om succesvol in te vullen in tijden van polarisering, fake news en een meer gefragmenteerd publiek. Het zo toegankelijk mogelijk maken van nieuws voor een zo groot mogelijke populatie wordt gezien als een cruciale voorwaarde voor het creëren van burgerschap en samenleven met elkaar.

2. De informatie opdracht staat centraal

¹ De beheersovereenkomst van de VRT is het 'contract' tussen Vlaamse Regering en de publieke omroep. Het bevat afspraken over de opdracht, diensten, organisatie, financiering en personeelsbeleid van de VRT en geldt voor 5 jaar.

² De Sectorraad Media van de Sarc is een adviesorgaan bestaande uit academische experts, vertegenwoordigers van de grote mediaspelers en subsectoren, en middenveldactoren. Voorzitter van de Sectorraad is Simon Delaere.

Tegenstellingen onder de stakeholdervisies leken het meest uitgesproken over het **online nieuwsaanbod** van de VRT. Daar bepleit een overgrote meerderheid van de stakeholders een uitgebreid online nieuwsaanbod dat zo uitgebreid, toegankelijk en inhoudelijk divers mogelijk moet zijn. Nieuwsmedia en andere private mediaspelers zien het online nieuwsaanbod daarentegen wél graag beperkt tot het audiovisuele.

3. Marktversterking ja, maar niet ten koste van de publieke opdracht

De rol van **VRT als 'marktversterker'** oftewel ondersteuner van andere lokale spelers wordt door veel stakeholders naar voor geschoven als belangrijk, maar nogal wat stakeholders merken op, dat dit voor hen mag niet ten koste mag zijn van de publieke opdracht van de VRT. Voor private spelers is de rol van VRT als versterker van de markt de belangrijkste. Ze moet een hefboom blijven voor onafhankelijke producenten, inzichten uit innovatietrajecten meer delen en samenwerking zoeken met regionale omroepen. Voor private spelers betekent marktversterking echter vooral een VRT die zich terughoudend opstelt in domeinen waar ze concurreert met omroepen, krantenspelers of producenten.

Het valt op dat er heel vaak in deze consultatie verwezen werd naar de rol van VRT als **'verbinder'** in de samenleving, de noodzakelijke **'lijm'** tussen verschillende meningen, publieken en interesses in Vlaanderen. Aandacht voor educatie, burgerschap en een zo toegankelijk mogelijk nieuwsaanbod staan daarbij voor de meeste stakeholders voorop. De VRT moet zorgen dat iedereen mee is. De grootste uitdaging lijkt zich te situeren op het vlak van laaggeletterden/laaggeschoolden, Vlamingen van andere herkomst en (kwetsbare) jongeren.

Dit vereist ook een strategie die meer vertrekt vanuit de **leefwereld van de diverse maatschappelijke groepen**, eerder dan vanuit het format. En het sterker inzetten op diversiteit op de werkvloer (en die van partners van VRT), zichtbaarheid en eerlijke beeldvorming, representatie van diversiteit normaliseren, authentieke integratie van diversiteit in programma's en meer aandacht voor diversifiëren van verschillende vormen van diversiteit. Wat dit thema betreft, lijkt niet minder, maar meer diversiteit de belangrijkste les uit de consultatie. Weinig stakeholders identificeren de Vlaamse identiteit als prioritair aandachtspunt, al is aandacht voor de Nederlandse taal wél erg belangrijk.

5. Jongeren voorop

Stakeholders **waarderen sterk de rol van Ketnet** zowel wat betreft samenwerking, integratie van publieke omroepwaarden als de aantrekkelijkheid van een lokaal aanbod voor kinderen. Echter, de **uitdagingen voor het bereiken van jongeren lijken groter** dan ooit. Hoewel er ook op vlak van lineair aanbod voldoende aandacht voor jongeren moet zijn, is voor de meeste stakeholders de verschuiving naar online, mobiel en cross-mediaal aanbod een evidentie. Het louter aanwezig zijn op YouTube en Instagram, of uitbreiden van diensten naar jongeren, mag echter niet het doel zijn; jongeren moeten betrokken worden met relevante content die vertrekt vanuit hun leefwereld en interesses.

Heel veel actoren werken op dit moment direct of indirect samen met de VRT. Het succes van deze samenwerkingen is wisselend. Met Mediawijs en het onderwijs zijn de inspanningen opgevoerd, met de muzieksector wordt goed samengewerkt, start-ups werken succesvol samen binnen de VRT Sandbox.

6. De VRT als echte 'sparring partner'

Wat samenwerkingen met regionale spelers of delen van kennis uit innovatie betreft, worden extra inspanningen gevraagd. Eén van de meest concrete vormen van samenwerking is de vorming van een gemeenschappelijk betalend on-demand aanbod met Vlaamse content (de zogenaamde 'Vlaamse Netflix'), maar dit werd slechts door slechts één stakeholder (DPG Media) als prioriteit naar voor geschoven. Veel spelers waarderen structurele dialoog (met

sportkoepels, muzieksector, cultuursector), maar verwachten een meer gelijkwaardig dialoog, dat bovendien ook omgezet wordt in effectieve samenwerkingen.

7. Verbreding en verdieping Zowel voor informatie, als educatie en cultuur wordt gehamerd op de noodzakelijke mix in programma's en diensten die de balans tussen verbreding en verdieping houdt. De VRT heeft de taak om zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken maar hoeft niet altijd iedereen te bereiken. Stakeholders zien een klemtoon op kijk- en bereikcijfers als nefast voor een divers aanbod waarin iedereen zijn gading vindt, en bekritisieren de gepercipieerde klemtoon op 'mainstream' of 'de grootste gemene deler'.

De consultatie suggereert dat de besparingen en de bijhorende toegenomen interne budgettaire druk er toe hebben geleid dat de VRT zich op de **commerciële markt offensiever** opstelt. Zo uiten diverse stakeholders hun bezorgdheid over de eerder offensieve manier waarop de publieke omroep ruildeals vooropstelt of onderhandelingen aangaat met rechthouders van programma's. Het gevaar bestaat dat de instelling door deze sterke, toegenomen afhankelijkheid van commerciële inkomsten meer doordrongen raakt van een al te commerciële logica, die dreigt te botsen met de publieke opdracht en bijgevolg een marktgerichte, eerder dan maatschappijgerichte, strategie in de hand werkt.

Opvallend veel stakeholders beklemtonen het belang van een **onafhankelijke publieke omroep**. Actoren tonen zich argwanend of tenminste bezorgd over de manier waarop vanuit het **politieke niveau kritiek op de VRT geuit wordt**, vooral omdat het vertrouwen in traditionele media-instellingen onder vuur ligt. Gezien de belangrijke maatschappelijke rol is het cruciaal dat de VRT in volle autonomie kan opereren en dat controle op de werking, organisatie en financiering volgens de hoogste standaarden gebeurt.

10. Een stabiel financieringskader

Veel stakeholders vinden dat de opeenvolgende besparingsrondes er voor hebben gezorgd dat de uitvoering van de kernopdrachten in het gedrang is geraakt, wat zich heeft vertaald in een rationalisatie van het aanbod, minder kwaliteitsvolle dienstverlening en een hogere werkdruk voor het personeel. Wil de VRT haar kernopdrachten in de toekomst blijven vervullen, dan is een stabiel financieringskader vereist zodat zij de toekomstige uitdagingen in het medialandschap het hoofd kan bieden. Voor veel betekent dit ook dat het nog verder inkrimpen van het budget onmogelijk is. Private spelers laten zich minder uit over het totaalbudget van de VRT, maar (uitgezonderd adverteerders zelf) bekritisieren wel het volume aan tv-sponsoring en productplaatsing en zien liever geen online inkomsten.

Veel visies, maar onmogelijk om voor iedereen goed te doen.

Deze stakeholderbevraging liet toe een veel breder aanbod aan stemmen in de samenleving aan bod te laten komen dan de meest gehoorde stemmen in parlement, pers en publieke opinie. Op basis van deze consultatie kunnen we vaststellen dat een sterke VRT meer dan wenselijk blijft in in de huidige markt en samenleving. Echter, de verwachtingen die men stelt aan de publieke omroep zijn erg groot en vragen grote financiële inspanningen. De verdere ontsluiting van het VRT-archief, dat door erg veel stakeholders als prioriteit werd gezien, is er een voorbeeld van. De VRT wordt gezien als 'hefboom' voor verschillende actoren in de samenleving, van onderwijs en cultuur tot onafhankelijke producenten. De afhankelijkheid van veel van die spelers lijkt nog groter geworden de laatste vijf jaar. Tegemoet komen aan de eisen van al die stakeholders is onmogelijk. Sommige posities kunnen perfect verzoend worden, voor andere zaken moeten duidelijk keuzes gemaakt worden, niet enkel door de overheid maar ook door de VRT zelf.

8. Commerciële inkomsten zorgen voor een commerciëlere VRT

9. Een onafhankelijke VRT prioritair

Echter, de belangrijkste keuze die gemaakt moet worden is niet eens een financiële, maar een politieke: welke rol bedeeft men toe aan de publieke omroep in een veranderde mediamarkt en samenleving: een VRT die zich plooit naar de markt of een publieke omroep ten dienste van de samenleving. Verzoening tussen beide is wenselijk en vaak mogelijk, maar niet altijd.

Over de bevraging

- De Sectorraad bestelt deze studie voor de derde keer.
- De consultatie dekt standpunten over diverse onderdelen van de opdracht van de VRT: de kerntaken, cultuur, informatie en duiding, educatie en productie. Daarnaast peilden we ook naar de manier waarop de VRT een positie inneemt in markt en samenleving om die opdracht uit te voeren, met aandacht voor crossmedialiteit, organisatie, financiering, transparantie, positie in de markt en samenwerking.
- We focussen in de bevraging op drie aspecten: (i) visies op het draagvlak/legitimiteit van een publieke omroep in de samenleving en markt, (ii) evaluatie van de uitvoering van de huidige opdracht en activiteiten van de VRT, (iii) concrete prioriteiten met het oog op de uitwerking van de volgende beheersovereenkomst.
- De consultatie werd uitgestuurd naar meer dan 200 actoren, bestaande uit 10 open vragen waar stakeholders op konden antwoorden.
- 3 bijkomende gesprekken werden gevoerd rond jongeren en diversiteit, de culturele opdracht van de VRT en de journalistieke uitdagingen voor de publieke omroep.
- 11 expertinterviews werden gevoerd met de belangrijkste mediaspelers, Mediawijs en het Vlaams Audiovisueel Fonds.
- In totaal namen 146 stakeholders deel aan deze bevraging: mediagroepen, uitgevers, omroepen en onafhankelijke producenten, de film en documentairesector, de creatieve industrie (video gamesector, publishing, innovatiespelers), de cultuursector, journalisten, belangenverenigingen voor jongeren, minderheden, werkgevers, werknemers, etc., de levensbeschouwelijke koepels, vakbonden, en werkgeversorganisaties, en de VRT zelf.
- De inzichten werden gebundeld in een onderzoeksrapport, waarin de klemtoon ligt op het capteren van de belangrijkste gemeenschappelijke standpunten, de grote conflictpunten en concrete aanbevelingen die spelers naar voor schuiven. Het rapport vindt u [hier](#).
- De bevraging vond plaats tussen juni en oktober 2019.

Het onderzoek liep in samenwerking met imec-MICT-UGent. Betrokken onderzoekers waren Prof. Dr. Tim Raats, Prof. Dr. Tom Evens, Annelies Appeltans, Pol Camps en Stephanie Tintel. Het onderzoek werd gecoördineerd door Tim Raats. Tim Raats is professor aan het departement Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel. Hij is hoofd van de unit 'Media Economics and Policy', onderdeel van het Media Programme binnen imec-SMIT-VUB.

Het Media & Society Programme van SMIT overkoepelt 50 junior en senior onderzoekers gespecialiseerd in markt-, beleids- en gebruikersstudies. Het onderzoek strekt zich uit in de domeinen van mediabeleid, culturele diversiteit, duurzaamheid van creatieve industrieën, immersive media, data en valoirsatie, privacy en mediawijsheid. Coördinator van het Media & Society Programme is Prof. Dr. Karen Donders.

Meer info: Tim.Raats@vub.be