

# POLICY BRIEF #84

23 april 2025

## Maatschappelijke uitdagingen en concurrentie met platformen definiëren het draagvlak voor de publieke omroep

### ... met torenhoge verwachtingen van VRT als gevolg

Tim Raats, Sien Van de Wouwer, Ine van Zeeland

Wat zijn de rol en taken van VRT in een sterk veranderende samenleving en mediamarkt, in tijden van platformisering, AI en polarisering? Die vraag stelden imec-SMIT onderzoekers zich in een grootschalige stakeholderbevraging in opdracht van de Sectorraad Media van de SARC en het Departement Cultuur, Jeugd en Media. De studie betrok diverse mediaspelers, het maatschappelijk middenveld, culturele organisaties, onderzoek- en onderwijsinstellingen en journalistieke spelers. In totaal namen 151 organisaties deel aan de geschreven consultatie, interviews of rondetafelgesprekken, tussen oktober 2024 en februari 2025. De inzichten uit deze studie en uit een publieksbevraging gecoördineerd door UGent en UA, worden geïntegreerd in een advies van de Sectorraad, dat wordt voorgesteld op een parlementaire hoorzitting van 22 mei. In deze policy brief lichten we de belangrijkste inzichten toe.

#### Highlights

**Informatieopdracht als absolute kerntaak.** Stakeholders benadrukken het belang van een sterke publieke omroep, maar dat komt met grote verwachtingen en is bovendien voelbaar beïnvloed door de werking van organisaties en mediaspelers die zelf financieel onder druk staan. De publieke omroep moet zich onderscheiden en de standaard zetten, met de informatieopdracht van VRT als belangrijkste kerntaak.

**Onderscheidend en creatief innovatief.** De kernwaarden onafhankelijkheid, kwaliteit en betrouwbaarheid worden als prioriteit genoemd. Het meest kritisch lijken stakeholders zich uit te laten over een gebrek aan onderscheidendheid in het ontspanningsaanbod, in de keuze van gasten in programma's, of de uitwerking van formats. Verbreding, maar ook verdieping, zonder daarbij te veel op safe te spelen komt bij veel organisaties naar voor. De stappen richting educatie, mediawijsheid en inclusie worden erkend; stakeholders pleiten wel voor intensifiëring in inclusieve representatie en personeelsbeleid.

**Een vindbare VRT MAX.** De uitbouw van VRT MAX is voor de meeste stakeholders noodzakelijk, maar stakeholders waarschuwen op een verlies van laagdrempeligheid als een lineair aanbod substantieel wordt teruggeschroefd. Private spelers vragen beperkingen op het online aanbod om de eigen activiteiten te kunnen uitbouwen. Een belangrijke voorwaarde voor alle stakeholders is dat het aanbod van VRT zichtbaar en vindbaar blijft. Hiervoor dringt een wettelijk kader vanuit de Vlaamse overheid zich op. Voorzichtigheid is geboden met aanwezigheid op sociale media, maar stakeholders erkennen tegelijk dat die noodzakelijk is, vooral voor het bereiken van jongeren en kwetsbare groepen.

**Private mediaspelers willen beperkingen aan VRT-activiteiten.** Private mediaspelers benadrukken vooral de marktversterkende rol die VRT moet spelen in het Vlaamse media-ecosysteem, wat ook betekent dat VRT zich terughoudend moet opstellen in een aantal domeinen, zoals online reclame of dure sportrechten. Samenwerking is voor private en regionale omroepen en uitgevers vooral belangrijk op het vlak van media-innovatie.

## 1. Het belang van een sterke publieke omroep

Nagenoeg alle stakeholders die deelnamen aan het onderzoek benadrukken het belang van een **sterke publieke omroep**. VRT specifiek geniet een groot draagvlak bij het brede stakeholderveld. De noodzaak van een sterke publieke omroep wordt vooral gekaderd vanuit de grote maatschappelijke uitdagingen en een volledig hertekend medialandschap waarin de internationale techplatformen een steeds belangrijkere rol zijn gaan spelen.

Een sterke VRT kan voor particuliere omroepen, dienstenverdelers en uitgevers ook een **marktversterkende rol** spelen in het Vlaamse media-ecosysteem. VRT is de motor voor de onafhankelijke productie in Vlaanderen en moet dit ook blijven voor producenten. Producenten benadrukken in het bijzonder het belang van een verschuiving richting uitbesteding van alle genres die geen nieuws en duiding zijn, al wordt dit door andere stakeholders niet noodzakelijk gedeeld. Cruciaal voor producenten is dat VRT zelf steeds voldoende financiering voorziet voor producties en dat online distributie bijkomende exploitaties mogelijk moet blijven maken. Tegelijkertijd moeten producenten nog voldoende flexibiliteit kunnen behouden voor het uitwerken van de financiering. Ook kan investering in specifieke genres (zoals documentaire, Vlaamse film, animatie) nog versterkt worden.

Voor private spelers is VRT op veel vlakken een partner, maar ook een concurrent. Behalve marktversterkend moet VRT zich voor hen daarom ook **complementair** opstellen, wat terughoudendheid betekent in die domeinen waar commerciële spelers businessmodellen proberen uit te bouwen (zoals online advertenties, online nieuws, online videoportalen, DAB+, sportrechten en schermgezichten). Samenwerking met regionale spelers wordt vooral bepleit op het vlak van media-innovatie.

## 2. Kerntaken

De **informatieopdracht** blijft de absolute kerntaak van de publieke omroep. Experts en stakeholders pleiten voor waakzaamheid om niet te veel mee te gaan in bredere journalistieke trends en voldoende aandacht te hebben voor onderscheidende diepgang. Daarbij moet er een nieuwsaanbod op maat van verschillende mediagebruikers worden geboden en tegelijk meer aandacht zijn voor kritische onderzoeksjournalistiek. Hoewel VRT al de meest vertrouwde nieuwsbron is, moet de publieke omroep **redactionele onafhankelijkheid** blijven beschermen en actief inzetten op het vergroten van nieuwsvertrouwen bij de Vlaming.

Voor de meeste stakeholders is een **uitgebreid, toegankelijk en gratis aanbod** een basisvereiste. Uitgevers stellen zich vragen bij de huidige invulling, waar onvoldoende de verplichting wordt nageleefd dat video en audio, en niet lange stukken geschreven tekst, prioritair zijn.

De **culturele opdracht** wordt ook gezien als een kerntaak van VRT; culturele spelers vragen hier aandacht voor meer cultuur, een meer verdiepend aanbod en aandacht voor diversiteit in spelers waarmee samengewerkt wordt.

Bovendien kwam **educatie** als kerntaak van VRT in deze bevraging sterker op de voorgrond. Dit wordt gezien als een transversale opdracht die doorheen diverse genres en omroepdomeinen

moet worden uitgewerkt. Mediawijsheid en digitale inclusie en geletterdheid worden door de meeste stakeholders als prioritair gezien, en worden ook gekoppeld aan de informatieopdracht (factchecks, nieuwswijsheid, etc.).

Sport wordt eveneens als taak van VRT gezien, maar voor sommigen gaat overmatige aandacht voor sport ten koste van andere publieke omroeptaken.

### 3. Onafhankelijkheid, kwaliteit en onderscheidend zijn

Belangrijke kernwaarden die actief genoemd worden, zijn **kwaliteit** en **onafhankelijkheid**. Aandachtspunt is het voldoende onderscheidend zijn op het vlak van ontspanningsaanbod.

Wat de kernwaarde **universaliteit** betreft, moet VRT voor de meeste stakeholders alle Vlamingen bereiken, ook als die al bereikt worden door veel commerciële spelers. Stakeholders vinden wel dat de noodzaak om zoveel mogelijk mensen tegelijk te bereiken, niet ten koste mag gaan van verdiepende content met een kleiner bereik of aandacht voor specifieke doelgroepen minder bereikt worden.

Er zijn duidelijke stappen gezet in de juiste richting op het vlak van **diversiteit** en **inclusie**. Toch blijven er kritische kanttekeningen over representatie (wie komt er aan bod, welke thema's worden er belicht en op welke manier), de diversiteit binnen de organisatie zelf en toegankelijkheid van het aanbod. Jongeren bereiken is cruciaal, en initiatieven als het Instagramkanaal nws.nws.nws krijgt een nagenoeg unaniem positieve evaluatie. Tegelijkertijd neemt dit niet weg dat stakeholders ook hier benadrukken dat zulke inspanningen verder moeten worden gezet, met oog om zo dicht mogelijk bij de leefwereld van jongeren te blijven.

Over het algemeen is VRT volgens stakeholders **transparant** en rapporteert ze op diverse manieren over de uitvoering van haar opdracht en activiteiten. Objectieve, onpartijdige berichtgeving en redactionele onafhankelijkheid worden door vrijwel alle respondenten vooropgezet. Hoewel stakeholders vinden dat VRT hierin slaagt, zijn er bezorgdheden over toegenomen politieke invloed en **druk op autonomie**. Er bestaan voor de stakeholders wel degelijk voldoende mechanismen om VRT intern en extern te controleren, alleen moeten al die organen ook over voldoende informatie beschikken om hun rol uit te oefenen. Voor private spelers is er te weinig transparantie over commerciële inkomsten van VRT.

### 4. Financiering en organisatorische veranderingen

Publieke stakeholders pleiten vaak expliciet voor een verhoging van het budget (met in het bijzonder de dotatie), maar benadrukken eveneens het belang van een **stabiel financieringskader**. Private spelers beklemtonen het belang van een focus op kerntaken, een duidelijk afgebakend en haalbaar takenpakket en een duidelijke bestemming van het geld.

De gemengde financiering is dan wel de meest realistische, toch hekelen stakeholders dat de grootte van het commerciële aandeel ervoor zorgt dat VRT zich steeds commerciëler moet gaan gedragen, omdat bestaande inkomstenmodellen onder druk staan. Voor reclame op tv is weinig draagvlak; voor online reclame en radioreclame is bij publieke spelers weinig weerstand, maar private spelers hebben het meeste moeite met een verdere uitbouw van online advertenties. Productplaatsing, ruilovereenkomsten en afgeleide exploitaties zijn in principe allen verdedigbaar, maar vereisen volgens stakeholders wel telkens een hoge mate van zorgvuldigheid, waakzaamheid over onafhankelijkheid en transparantie.

De afgelopen jaren heeft de interne organisatie van VRT sterke wijzigingen ondergaan als gevolg van maatschappelijke en technologische veranderingen. Het transformatieplan, de

ontslagen en reorganisaties die erop volgden, zijn nog duidelijk voelbaar. Interne stakeholders identificeren het **welzijn** en de **personeelsdruk** daardoor als een van de grootste uitdagingen voor VRT. Stakeholders verwijzen daarbij naar het ambitieuze takenpakket van VRT. Enkele stakeholders hameren dan ook op het inzetten op duurzame contracten om zo werknemers van meer zekerheid te voorzien.

## 5. Conclusies en aanbevelingen

Met het oog op een volgende beheersovereenkomst lijkt het op basis van deze bevraging belangrijk om:

### **Met betrekking tot de opdracht van VRT:**

- de bijzonder sterke legitimiteit van VRT onder stakeholders te erkennen;
- de bijzonder grote maatschappelijke en marktuitedagingen te onderkennen en de opdracht en financiering in dat licht door te denken;
- de informatieopdracht als absolute prioriteit voor de publieke omroep te blijven onderschrijven;
- aandacht te hebben voor een educatieve opdracht doorheen het aanbod, digitale geletterdheid en mediawijsheid;
- na te denken over een herziene invulling voor levensbeschouwing, met aandacht voor levensbeschouwing vanuit een cultureel-educatief oogpunt;
- aandacht te hebben als overheid voor een hertekende geopolitieke situatie, waarbij VRT als publieke omroep ook een cruciale rol speelt als kritieke infrastructuur.

### **Met betrekking tot de uitvoering van die opdracht:**

- in te zetten op een onderscheidend, origineel, innovatief en kwalitatief sterk ontspanningsaanbod;
- een toegankelijke aanpak te hanteren die niet leidt tot verenging in diversiteit, diepgang en originaliteit;
- aandacht te hebben voor cultuur in de breedte en diepte en voor de diversiteit van het brede cultuurveld en aanbod aan partners;
- aandacht voor duurzame, structurele samenwerkingen waarbij financiële inbreng niet het doorslaggevend criterium mag zijn;
- universaliteit als kernwaarde blijven hanteren, maar aandacht hebben voor een media-aanbod op maat van diverse mediagebruikers, vooral met het oog op het bereiken van de meest kwetsbare Vlamingen;
- verdere stappen te zetten richting inclusie binnen de VRT-organisatie.

### **Met betrekking tot de aanwezigheid van VRT op online platformen:**

- VRT MAX verder uitbouwen als centrale portal, maar geen online only-strategie hanteren;
- nadenken over een doordachte aanwezigheid op sociale media, met voldoende waarborgen om veranderende socialemediastategieën te kunnen opvangen;
- als overheid een regelgevend kader uit te werken voor passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid van Vlaamse mediadiensten en content, waarbij dat van de publieke omroep prioritair is.

**Met betrekking tot VRT in de markt:**

- een technologische innovatieagenda gebaseerd op samenwerking, met onderzoek inzake AI-toepassingen in de media-industrie voorop;
- voldoende middelen voorzien voor externe audiovisuele en audioproductie, met aandacht voor billijke overeenkomsten, voldoende investering per productie, spreiding in de keuze van partners en verscherpte aandacht voor specifieke genres film, animatie en documentaire, de meest fragiele audiovisuele genres;
- aandacht te hebben voor de bezorgdheden van marktspelers, mits deze niet in contrast zijn met de vereisten voor de uitvoering van de publieke opdracht.

**Over de financiering en controle:**

- een stabiel financieel kader uitwerken, waarbij extra middelen niet noodzakelijk ook betekent dat hiervoor veel meer activiteiten moeten tegenover staan. De stijgende personeels- en productiekosten maken een verhoging noodzakelijk om hetzelfde te kunnen blijven doen;
- rekening houden met de uitgesproken tegenstellingen over de hoogte en invulling van het plafond aan commerciële inkomsten;
- meer transparantie bieden inzake financiering van derden, de voorwaarden waarop en kader waarbinnen dit gebeurt;
- VRM meer instrumenten en houvast te geven in hun toezicht op de uitvoering van de beheersovereenkomst.

Prof. Dr. Tim Raats is hoofddocent aan de vakgroep Communicatiewetenschappen en hoofd van de Media Economics & Policy Unit van imec-SMIT-VUB. Tim specialiseert zich in onderzoek op het kruisvlak tussen media-economie en mediabeleid, met specifieke expertise in kleine audiovisuele ecosystemen en Europees en Vlaams audiovisueel beleid. Contact: [Tim.Raats@vub.be](mailto:Tim.Raats@vub.be)

Sien Van de Wouwer is onderzoeker en onderwijsmedewerker bij imec-SMIT-VUB. Ze is betrokken bij studies inzake journalistiek, nieuws en audiovisueel beleid. Ze is ook verbonden aan het Kenniscentrum Mediapunt, gefinancierd door het Departement Cultuur, Jeugd en Media.

Dr. Ine Van Zeeland is postdoctoraal onderzoeker bij imec-SMIT-VUB en en bij de School voor Sociale Wetenschappen aan de Universiteit Hasselt, en is daarnaast gastdocent aan beide universiteiten. Ze is gespecialiseerd in sociaalwetenschappelijk onderzoek naar persoonsgegevensbescherming in de praktijk en AI-toepassingen in de publieke sector.

De Media Economics & Policy Unit van imec-SMIT-VUB omvat 24 junior en senior onderzoekers en specialiseert zich in onderzoek naar media- en digitale platformen, productie, distributie en consumptie van audiovisuele content, Europees en Vlaams mediabeleid, algoritmes en aanbevelingssystemen ([www.srpmedia.be](http://www.srpmedia.be)) in mediaorganisaties en onderzoek naar de impact van streamingdiensten op Europese mediamarkten. Meer informatie: [Tim.Raats@vub.be](mailto:Tim.Raats@vub.be).

De studie is hier terug te vinden: [https://www.vlaanderen.be/sarc/sites/sarc/files/2025-03/finaal\\_rapport\\_stakeholderbevraging\\_200325.pdf](https://www.vlaanderen.be/sarc/sites/sarc/files/2025-03/finaal_rapport_stakeholderbevraging_200325.pdf)