

## VLAAMSE OVERHEID



**De volgende essentiële principes werden aangehouden bij onderstaande antwoorden :**

- Het Protocol van Amsterdam bepaalt dat de lidstaten autonoom de openbare omroepopdracht definiëren en de financiering ervan regelen. Het is essentieel dat de lidstaten deze bevoegdheden behouden.
- De omschrijving en de toewijzing van de openbare omroepopdracht zijn een zaak van de lidstaten. Ook het toezicht op de openbare omroepopdracht behoort tot de autonomie van de lidstaten.
- Elke lidstaat beslist vrij over de financiering van zijn openbare omroep. Daarbij moet een zekere impact op de mededinging aanvaard worden, met dien verstande dat het Gemeenschapsbelang niet mag worden geschaad.
- Het is geenszins nodig om de huidige mededeling over de financiering van de openbare omroepen te herzien, hoewel kleine verduidelijkingen die meer flexibiliteit toelaten niet uitgesloten zijn . De huidige omroepmededeling is opgesteld in relatief algemene termen. Dit heeft als voordeel dat de Commissie zijn beschikkingspraktijk kan afstemmen op de concrete situatie in de betrokken lidstaat. Het regime voor de openbare omroep is immers in elke lidstaat verschillend. Deze flexibiliteit moet behouden blijven.
- Openbare omroepen worden met belangrijke nieuwe uitdagingen geconfronteerd, en moeten daarop kunnen inspelen om hun opdracht doeltreffend te kunnen blijven uitoefenen. Denk o.m. aan de nieuwe mediabehoefte bij de gebruikers, en aan nieuwe spelers die op de markt verschijnen als gevolg van de internationalisering van de sector en van de intrede van netwerkoperatoren op de omroepmarkten.
- De parameters voor het meten van overcompensatie behoren tot de autonomie van de lidstaten.
- Kleine lidstaten ondervinden bij het beoordelen van hun regime voor de openbare omroep specifieke moeilijkheden, zeker wanneer zoals in België de markt nog gefragmenteerd is tussen diverse taalgroepen. Daarmee moet rekening gehouden worden bij het beoordelen van het regime voor de openbare omroep.

## **1. ALGEMEEN**

**1.1. Sinds 2001 zijn er in de publieke-omroepsector een aanzienlijk aantal juridische ontwikkelingen geweest: de goedkeuring van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten, de goedkeuring van de beschikking en de kaderregeling over de betaling van compensaties en de beschikkingspraktijk van de Commissie. Moet de omroepmededeling volgens u worden aangepast in het licht van deze ontwikkelingen? Of vindt u juist dat deze ontwikkelingen niet rechtvaardigen dat een nieuwe tekst wordt goedgekeurd.**

De richtlijn Audiovisuele mediadiensten en de kaderregeling over de betaling van compensaties staan volledig los van de omroepmededeling.

De openbare omroepsector is specifiek van het toepassingsgebied van de kaderregeling over compensatie voor de openbare dienst uitgesloten.

De Europese Commissie heeft de openbare omroeporganisatie en –financiering in verschillende lidstaten onderzocht. De maatregelen en principes die in deze case-by-case benadering naar voor zijn gekomen in afzonderlijke lidstaten mogen echter nooit tot algemene norm worden verheven die dan van toepassing zou zijn op alle lidstaten.

De Vlaamse Gemeenschap vindt een wijziging van de huidige omroepmededeling dan ook niet wenselijk.

**1.2. Hoe zou u de huidige concurrentiesituatie van de verschillende spelers in de sector audiovisuele media beschrijven? Geef, voor zover beschikbaar, de relevante gegevens over bv. leidende spelers, marktaandelen, evolutie van de marktaandelen op de omroep-/reclame-/andere relevante markten.**

Zie vraag 1.3.

**1.3. Wat zijn volgens u de waarschijnlijke ontwikkelingen en waar situeren zich in de toekomst volgens u de belangrijkste uitdagingen voor deze sector? Vindt u dat de bestaande regels nog geldig blijven in het licht van de ontwikkelingen of acht u aanpassingen noodzakelijk?**

De mediamarkt is sterk geëvolueerd sinds 2001 en deze trend zal zich ook in de komende jaar doorzetten. Daarbij moeten de volgende (toekomstige) evoluties of uitdagingen aan de Europese Commissie worden gesignaleerd die een wezenlijke impact zullen hebben op de toekomst van de publieke omroepen en waarmee de

Commissie dan ook ongetwijfeld in haar beschikkingspraktijk mee geconfronteerd zal worden.

### Gewijzigde behoeftes van de mediagebruiker

De behoeftes van de mediagebruiker zijn sinds 2001 geëvolueerd onder invloed van de mogelijkheden die de nieuwe mediatoeepassingen bieden.

In 2005 werd door de studiedienst van de openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap, de VRT, een grondig publieksonderzoek daaromtrent georganiseerd m.b.t. de Vlaamse markt. Het doel van dit onderzoek was te kijken in hoeverre algemene menselijke behoeftes (zoals nieuwsbehoefte, sociaal contact, ontspanning ...) vertaald worden in specifieke mediabehoefte en welke verschillende media hier het best op inspelen. Daarnaast onderzocht men ook de relatie van het mediagebruik met de tijdsbesteding van de mediagebruiker. Media werden binnen deze studie heel breed bestudeerd: van klassieke radio en televisie over tijdschriften, magazines, tot internet, mp3 (i-pod) en gaming. De studie kreeg de titel 'Driehoek', het samengaan van (media)behoefte (*wat*), tijdsbesteding (*wanneer*) en mediagebruik (*hoe*) en werd internationaal geïnterpreteerd op o.m. het Esomar-congres van 2005 in Shanghai .

Uit de studie kwam naar voor dat het mediagebruik stijgt en de mediagebruiker een grotere diversiteit aan media gebruikt. Het gedrag van de mediagebruiker wijzigt door de mogelijkheid die hij meer en meer krijgt om zelf te kunnen bepalen welk aanbod hij waar en wanneer consumeert. Afhankelijk van zijn tijdsbesteding en mediabehoefte, wil de mediagebruiker ook veel meer dan vroeger de mogelijkheid krijgen om media in een continuüm te beleven: gemeenschappelijk, individueel of eerder begeleidend tijdens andere activiteiten. Deze vormen van beleving vloeien vlot in elkaar over onder meer dankzij de multifunctionele apparaten.

Het onderzoek maakte duidelijk dat de klassieke media (radio en TV) zeer belangrijke media blijven, maar dat zij voortaan hun plaats zullen moeten delen met nieuwe media.

Radio en televisie vervullen nog altijd een belangrijke rol bij de invulling van zowat alle relevante mediabehoefte, maar zij worden, in vergelijking met nieuwe media, minder geschikt bevonden voor het invullen van de zogenaamde individuele mediabehoefte zoals media raadplegen om te ontdekken, kennis te verwerven of zich te onderscheiden. Daarnaast weten de nieuwe media het publiek op een veel snellere manier te bereiken dan radio en televisie.

Radio en televisie worden door de Vlamingen (jong en oud) vooral gepercipieerd als sociale media met een sterk onspannende en verbindende functie. Bovendien fungeren zij als gidsen die een sterke binding tussen het individu en de buitenwereld tot stand kunnen brengen. Televisie informeert, helpt mensen hun leven te structureren en fungeert als een venster op de wereld. Radio draagt bovendien meer vitaliteit en mogelijkheden tot individualiteit en eigenzinnigheid in zich dan televisie.

Zowel televisie als radio worden ook nog altijd gebruikt als middel tot individuele ontplooiing en groei. Maar vooral jongeren richten zich voor de invulling van deze laatste mediabehoefte steeds meer tot de digitale media (meer controle, grotere keuze, sneller, interactief, mobiel of draadloos).

Deze onderzoeksresultaten hebben uiteraard hun impact gehad op de opdrachtschrijving van VRT onder de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011. Immers, uit dit onderzoek kon duidelijk worden afgeleid dat de bestaande netten van televisie en radio van VRT zich moesten uitbreiden tot de nieuwe media, opdat ze hun onderscheidende rol in termen van bekwaamheid, verdieping en meerwaarde zouden kunnen verankeren. Indien dit niet werd gedaan, zouden in de toekomst deze basisfuncties steeds meer los gezien worden van het aanbod van de VRT. *Driehoek* toonde ook aan dat de digitale media de enige weg zijn om de opdracht van VRT wat het doelgroepspecifieke en thematische aanbod betreft compleet in te vullen. De VRT zal zijn doelgroepspecifieke en thematische aanbod in de klassieke media moeten aanvullen en uitbreiden met een nieuwe, digitale poot.

Ook voor de toekomst zal, indien de publieke omroep aansluiting bij zijn publiek wenst te behouden, het belangrijk zijn dat hij aan de gewijzigde mediabehoefte van de mediagebruiker tegemoet kan komen. Die mediabehoefte kunnen variëren gaande van de nood om grondige journalistieke informatie te ontvangen tot amusement ter ontspanning. Indien de lidstaten bij de omschrijving van de publieke omroepopdracht beperkt zouden worden m.b.t. “nieuwe mediatoepassingen”, dan zal de publieke omroep zijn rol als betrouwbare en onafhankelijke gids niet langer kunnen vervullen.

### Ontstaan van internationale mediagroepen en de nieuwe rol van distributeurs in gevolge convergentie

De consolidatie in de televisiemarkt heeft geleid tot het ontstaan van een aantal grootschalige internationale mediagroepen. Recent voorbeeld daarvan is de fusie van de SBS groep met *ProSieben*. Deze mediagroepen beschikken over een sterke economische positie, zij kunnen genieten van schaalvoordelen en zijn in staat op gebundelde wijze uitzendrechten op *content* te verwerven voor die territoria waarin zij actief zijn.

De overgang naar digitale televisie heeft de netwerkoperatoren de mogelijkheid gegeven om hun activiteit van louter technisch doorgeefluik uit te breiden naar de rol van aggregator van *content*, *contentprovider* en soms producent van *content*. Ofschoon dit vandaag reeds in bescheiden mate het geval is, zullen zij zeker voor de Vlaamse Gemeenschap tegen medio 2010 volwaardige omroepen zijn die door middel van lineaire en niet lineaire audiovisuele mediadiensten onder hun eigen merken en pakketten in concurrentie treden met de bestaande publieke en commerciële omroepen.

Vaak zijn deze netwerkoperatoren kapitaalkrachtige ondernemingen (vaak behorende tot grote internationale kapitaalkrachtige groepen) die daarenboven ook belangrijke concurrentievoordelen zullen genieten bij het ontplooiën van hun omroepactiviteiten. Immers door middel van hun *set top box* zullen zij zowel de GUI

(*Graphic User Interface*) als de EPG (*Electronic Programme Guide*) controleren, waardoor zij *de facto* de toegang van consumenten tot digitale *content* zullen controleren. Hun sterke kapitaalcracht maakt hen ook een belangrijke concurrent voor de verwerving van uitzendrechten.

Beide evoluties maken dat de verwerving van uitzendrechten op interessante *content* voor de openbare omroepen, die qua financiële draagkracht en marktmacht kleine spelers zullen zijn, steeds moeilijker zal worden.

### Grotere afhankelijkheid van publieke omroepen ten aanzien van netwerkoperatoren voor de distributie van hun content.

Zelfs de grotere lidstaten die thans nog belangrijke financiële middelen ter beschikking stellen van de openbare omroepen voor de uitbouw van hun eigen transmissienetwerk of voor het inhuren van distributiecapaciteit, zullen die praktijk in de toekomst omwille van de exponentiële groei van het aantal distributieplatformen niet kunnen volhouden.

De publieke omroepen zullen dan ook genoodzaakt zijn om de businessmodellen van de netwerkoperatoren meer en meer te ondergaan. Dit kan onder meer tot gevolg hebben dat het aantal betaaldiensten voor publieke omroep*content* zal toenemen.

### Informatie over gebruikersprofielen mediagebruikers wordt steeds belangrijker

Mediagebruikers wensen steeds meer *content* die op hun maat is gemaakt, maar ook adverteerders/sponsors wensen hun commerciële communicatie steeds gericht te voeren. Enkel de netwerkoperatoren, die een klantrelatie hebben met de eindgebruiker, beschikken over de nodige informatie m.b.t. het mediagebruik van hun klanten en zullen deze informatie dan ook kunnen aanwenden voor eigen commerciële doeleinden. Hierdoor genieten zij ook op dit punt een concurrentievoordeel.

De hierboven gesignaleerde tendensen en uitdagingen noodzaken echter geen aanpassing van de omroepmededeling. Meer nog, de mediamarkt zal ongetwijfeld ook in de toekomst evolueren en het is belangrijk dat de huidige flexibiliteit van de omroepmededeling bewaard blijft. Het risico dat marktendensen sneller evolueren dan de regelgeving is bijzonder groot. Een flexibele aanpak, gebaseerd op een *ad hoc* evaluatie van de concrete omstandigheden, is dan ook cruciaal ten einde de dynamiek van het publieke omroepbestel in de Europese Unie niet te fruiken.

## **2. VERENIGBAARHEIDSTOETS OP GROND VAN ARTIKEL 86, LID 2, VAN HET EG-VERDRAG, IN SAMENHANG MET DE OMROEPMEDEDELING**

### **2.1. Coherentie met de beschikking van de Commissie en de kaderregeling over compensatie voor de openbare dienst.**

**2.1.1. Vindt u dat (ten minste een deel van) de voorwaarden uit de beschikking en de kaderregeling over compensaties voor de openbare dienst in de herziene omroepmededeling al dan niet moeten worden opgenomen? Leg ook uit waarom.**

Nee. De kaderregeling over compensaties voor de openbare dienst is niet van toepassing op de openbare omroepsector. Op de openbare omroepsector mogen slechts die regels van toepassing zijn die rekening houden met het specifieke karakter van deze sector.

**2.1.2. Heeft u op de vorige vraag ja geantwoord, geef dan aan welke voorwaarden moeten worden opgenomen. Leg ook uit welke aanpassingen u voor de omroepsector passend acht (zie ook de volgende vragen, met name die over overcompensatie, in punt 2.6).**

Op de vorige vraag werd “nee” geantwoord.

## **2.2. Omschrijving van de openbare opdracht.**

**2.2.1. Geef hier informatie over de omschrijving van de openbare opdracht in uw land, met name wat betreft activiteiten op het gebied van nieuwe media**

Het maatschappelijk doel en de opdracht van de openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap, de VRT, wordt beschreven in artikel 6 van de gecoördineerde mediadecreten:

“**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 omroep die hierna wordt omschreven, alsook het uitvoeren van activiteiten die hiertoe rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen, waaronder het produceren, laten produceren of verwerven van programma's, het samenstellen van het programma-aanbod, het omroepen, het laten omroepen en het bekendmaken hiervan, in de meest ruime omvang die in artikel 2 van die decreten aan elk van die begrippen is gegeven.

**§2.** Als openbare omroep 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.

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. Het hele aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door de hoge kwaliteit van de programma's zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. In al zijn programma's streeft de VRT naar een zo groot mogelijke kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aangeboord moeten worden. Het programma-aanbod moet op een aangepaste manier worden gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.

De programma's moeten bijdragen tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT moet via de programma's bijdragen tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom moet hij streven naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.

Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroep te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroep veilig te stellen, moet een voldoende aantal programma's erop gericht zijn een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's zullen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoetkomen. De beoogde doelgroepen moeten voldoende ruim zijn en ze moeten door de programma's in kwestie ook worden bereikt.

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.

Tot de openbare opdracht van de VRT behoren eveneens alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering ervan (...)"

Dit is dan verder uitgewerkt in de beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Regering en de VRT. De huidige beheersovereenkomst werd afgesloten voor de periode 2007 – 2011.

De belangrijkste bepalingen uit de beheersovereenkomst zijn in dit verband:

#### **Artikel 1. Het beleidskader en de opdracht van de VRT.**

(...)

**Art 1 §4.** De VRT brengt in de uitvoering van zijn openbare omroepopdracht een meerwaarde aan de Vlaamse samenleving op cultureel, maatschappelijk, democratisch, sociaal en economisch gebied.

Wat de culturele meerwaarde betreft, ondersteunt de VRT de eigenheid en de diversiteit van de cultuur in Vlaanderen. Hij heeft bijzondere aandacht voor de culturele creativiteit in Vlaanderen. Daarnaast heeft hij een bijzondere opdracht ten aanzien van de Nederlandse taal. Ten slotte draagt de VRT bij tot de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse culturele identiteit. Hij steunt de culturele activiteiten in Vlaanderen.

Wat de maatschappelijke meerwaarde betreft, is de VRT er voor alle Vlamingen en van alle Vlamingen. Hij geeft aandacht aan sociodemografische groepen in de samenleving, in het bijzonder kinderen, jongeren en Vlamingen in het buitenland. Hij geeft ook aandacht aan kansengroepen in de Vlaamse samenleving. Hij schenkt bijzondere aandacht aan educatie. De VRT helpt de digitale kloof te dichten.

De Openbare Omroep ondersteunt voorts de democratische waarden door het verstrekken van onafhankelijke, geloofwaardige en waarheidsgetrouwe informatie. De democratische reflex komt ook tot uiting in het streven naar een universeel bereik (in de digitale mediawereld) en het verzorgen van 'open net'-uitzendingen. De VRT promoot een pluralistische samenleving.

Wat zijn sociale meerwaarde betreft, heeft de VRT een belangrijke verbindende rol. Hij heeft in zijn aanbodbeleid bijzondere aandacht voor het stimuleren van de sociale cohesie. Ook het ondertitelen van televisieprogramma's voor doven en slechthorenden en ze toegankelijk maken voor blinden, is één van de manieren om de sociale samenhang te verhogen. De VRT is bovendien sociaal actief als organisator of sponsor van talrijke evenementen. Hij ondersteunt het diversiteitsbeleid, het gelijkheidsbeleid en het Noord-Zuid beleid van de Vlaamse overheid.

De VRT steunt de Vlaamse media- en beeldindustrie via (co)producties en onderzoeksprojecten rond innovatie. De VRT is een ambassadeur van Vlaanderen in het buitenland.

**§5.** Binnen de perken van de gecoördineerde mediadecreten en de beheersovereenkomst stelt de VRT autonoom zijn aanbod vast, en bepaalt hij autonoom op welke wijze, via welke media (Radio, Televisie, Internet en Mobiel) en via welke relevante typeplatformen zijn aanbod aan het publiek wordt aangeboden. Hij kiest autonoom de naam van zijn producten en netten en beslist autonoom over het te voeren operationeel beleid dat de realisatie van de performantiemaatstaven moet mogelijk maken.

De VRT stelt zich onafhankelijk op ten aanzien van commerciële belangen.

#### **Artikel 2. Specifieke doelstellingen van de voorliggende beheersovereenkomst.**

**§1.** De VRT groeit door naar een digitale omroeporganisatie. Hij moet zich digitaal ontplooiën in zijn aanbod, productie en distributie.

**§2.** In zijn digitaal aanbod ontwikkelt de VRT diensten voor elke mediagebruiker: de VRT biedt verrijkingen aan, interactiviteit en aanbod op aanvraag, afgekort "VIA".

**§3.** De VRT bouwt in de digitale omgeving zijn aanbod uit via een driesporenbeleid: Via zijn generalistische netten die hierna in Hoofdstuk 2 zijn omschreven, worden de mediagebruikers doorgeleid naar een specialistisch thematisch aanbod.

**§4.** De VRT brengt zijn aanbod via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet, en Mobiel en via alle relevante analoge en digitale netwerken. Hij leeft daarbij de principes na die in artikel 25, § 4, van Hoofdstuk 5 zijn vastgelegd: maximale bereikbaarheid, neutraliteit, niet-exclusiviteit, niet-discriminatie en dit zonder de markt te verstoren.

## **Artikel 4. De Openbare Omroepdomeinen en het driesporenbeleid**

### **§1. Openbare Omroepdomeinen**

De verschillende domeinen die in artikel 6, § 2, van de gecoördineerde mediadecreten zijn opgesomd, als domeinen waaraan de VRT in zijn aanbod aandacht moet besteden - namelijk prioritair, Nieuws en Informatie, en Cultuur; en daarnaast Sport, Kennis en Wetenschap (educatie), Vlaamse Identiteit (fictie, documentaires en muziek van eigen bodem) en Ontspanning - worden gedefinieerd als de Openbare Omroepdomeinen.

### **§2. Driesporenbeleid**

Het aanbod van de VRT is gebaseerd op de Openbare Omroepdomeinen. In de loop van deze beheersovereenkomst versterkt de VRT zijn aanbod door de toepassing van het driesporenbeleid op de volgende Openbare Omroepdomeinen: Cultuur, Nieuws en Informatie, Sport, Kennis en Wetenschap en Vlaamse Identiteit. Deze opgesomde domeinen maken deel uit van het aanbod via onderdelen in programma's (spoor 1), programma's op zichzelf (spoor 2) en een specialistisch thematisch aanbod in het Openbare Omroepdomein (spoor 3).

In een digitale omgeving wordt het aanbod gestructureerd via een driesporenbeleid.

De basisvoorwaarde voor een succesvol driesporenbeleid zijn sterke generalistische netten. Op de generalistische netten komen de mediagebruikers in contact met de verschillende Openbare Omroepdomeinen. Dat gebeurt via spoor 1 en spoor 2 van het driesporenbeleid.

Vervolgens worden de mediagebruikers doorgeleid naar een specialistisch thematisch aanbod (spoor 3) dat aan hun specifieke mediabehoefte kan tegemoetkomen.

De drie sporen spelen permanent op elkaar in en creëren een breed en doeltreffend aanbodsuniversum.

#### **Spoor 1: onderwerp in een generalistisch programma**

De VRT signaleert over een domein via een onderwerp in programma's op de generalistische radio- en televisienetten.

#### **Spoor 2: voorwerp van een generalistisch programma**

De VRT maakt en brengt specifieke programma's over de gekozen domeinen op zijn generalistische radio- en televisienetten.

#### **Spoor 3: voorwerp van een specialistisch thematisch aanbod**

De VRT brengt een specifiek Openbaar Omroepdomein als specialistisch thematisch aanbod. Elk van de gekozen domeinen wordt in spoor 3 gedragen door een merk (bijvoorbeeld Sporza, Klara, Vrtnieuws). De verschillende sporen zullen doorverwijzen naar elkaar en elkaar zo versterken.

In het derde spoor zullen de nieuwe media als Internet en Mobiel, alsook de innovatie in media(technologie) een belangrijke rol spelen.

Het driesporenbeleid is een geïntegreerd beleid. Items of programma's van een domein worden niet geïsoleerd, maar zijn onderdeel van een geïntegreerde strategie. Ieder programma blijft op zich zelf staan. Er worden echter doorverwijsfuncties ingebouwd. Deze bieden de mediagebruiker de kans zijn horizon te verbreden door naar het volgende spoor te stappen en zich te initiëren in de specialistische thema's.

De generalistische radio- en televisienetten worden ingezet voor de eerste twee sporen. Voor het derde spoor wordt een specialistisch thematisch aanbod uitgewerkt dat de geïnteresseerden moet aanspreken. Het derde spoor wordt gepromoot vanuit spoor 1 en spoor 2.

Het driesporenbeleid zorgt voor een vliegwieleffect. De uitbouw van het derde spoor zorgt voor een doorstroming van aanbod naar spoor 1 en 2. Daardoor zullen uiteindelijk nog meer mensen bereikt worden. Ook nieuw creatief aanbod dat in het derde spoor aan bod komt, kan doorstromen naar spoor 1 en 2 en op die manier het grote publiek bereiken. Het driesporenbeleid is een katalysator in het realiseren van de openbare omroepopdracht.

## **Artikel 5. Het generalistisch aanbod voor iedereen, het generalistisch aanbod voor doelgroepen en het specialistisch thematisch aanbod - definities**

Het aanbod van de VRT bestaat uit een generalistisch aanbod voor iedereen, een generalistisch aanbod voor doelgroepen en een specialistisch thematisch aanbod.

### **§1. Generalistisch aanbod voor iedereen.**

De drie basiskennmerken van een generalistisch aanbod zijn:

1° Het streeft naar een breed en gediversifieerd bereik: het wil een ruim publiek aanspreken, zowel in zijn geheel als in zijn subgroepen.

2° Het biedt een gevarieerde kwalitatieve programmamix aan: variatie als basisvoorwaarde om een breed publiek te kunnen aanspreken. Specifieke 'speerpunt'-programma's zijn daarbij noodzakelijk. Dat zijn programma's die grote groepen van mediagebruikers aanspreken.

3° Het brengt een uitgebreid aanbod van eigen bodem: de optimale aansluiting bij en de herkenbaarheid voor de Vlaamse mediagebruikers vergen producties van eigen bodem in alle relevante genres.

### **§2. Generalistisch aanbod voor doelgroepen.**

Het generalistisch aanbod voor doelgroepen heeft dezelfde kenmerken als het generalistisch aanbod voor iedereen, zij het dat het aanbod zich specifiek richt op bepaalde doelgroepen in de maatschappij: kinderen, jongeren, en Vlamingen in het buitenland.

### **§3. Specialistisch thematisch aanbod.**

Het specialistisch thematisch aanbod is een aanbod in het derde spoor in één van de Openbare Omroepdomeinen dat onder een specifiek merk aangeboden wordt.

## **Artikel 6. Begrippenkader**

**§1.** De VRT brengt zijn generalistisch aanbod voor iedereen, zijn generalistisch aanbod voor doelgroepen en zijn specialistisch thematisch aanbod gegroepeerd onder net-merken via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet en Mobiel.

**§2.** Radio en Televisie zijn de klassieke media die ingaan op de behoeften van de mediagebruiker aan een meer gemeenschappelijke mediabeleving.

Het radio- en televisieaanbod wordt gebracht via analoge en/of digitale kanalen.

1° Een analoog kanaal is een geheel van lineaire audio- of audiovisuele diensten en beperkte multimedia- en interactieve diensten die gegroepeerd onder een net-merk via elektronische analoge communicatienetwerken aan de mediagebruiker wordt aangeboden.

Lineaire diensten zijn diensten waarbij de VRT zijn aanbod aan de mediagebruiker aanbiedt in een door de VRT in de tijd vastgelegd programma- en uitzendschema.

De multimedia- en interactieve diensten zijn datadiensten die meegestuurd worden met het lineaire aanbod en die door de mediagebruiker lokaal kunnen worden opgevraagd.

2° Een digitaal kanaal is een geheel van lineaire en niet lineaire audio en/of audiovisuele mediadiensten en multimediadiensten, die gegroepeerd onder een net-merk via elektronische digitale omroepnetwerken aan de mediagebruiker wordt aangeboden.

Lineaire diensten zijn diensten waarbij de VRT zijn aanbod aan de mediagebruiker aanbiedt in een door de VRT in de tijd vastgelegd programma- en uitzendschema.

Met niet lineaire diensten worden de mediadiensten bedoeld waarbij de mediagebruiker zelf het tijdstip bepaalt waarop die diensten geconsumeerd worden. Multimediadiensten zijn diensten die een mix van interactieve, communicatieve, audio-, audiovisuele- en tekstdiensten bevatten.

De verrijkingen en interactiviteit die de VRT vanuit het lineaire aanbod ontwikkelt, kunnen lineaire en niet lineaire (multi-)mediadiensten zijn.

Met verrijking wordt bedoeld die digitale diensten die meegestuurd worden met het aanbod en die een betere service, toegevoegde waarde of beleving en extra comfort bieden aan de mediagebruiker.

Met interactiviteit wordt elke toepassing bedoeld die een actie van de mediagebruiker vraagt.

**§3.** Een Internet-aanbod is een aan het medium aangepast aanbod dat gegroepeerd onder een net-merk via een open elektronisch breedbandnetwerk aan de mediagebruiker wordt aangeboden. Het Internet-aanbod gaat in op de behoefte van de mediagebruiker tot een individuele mediabeleving.

**§4.** Een Mobiel-aanbod is een aan het medium aangepast aanbod dat gegroepeerd onder een net-merk via een elektronisch mobiel netwerk voor ontvangst via een zaktoestel aan de mediagebruiker wordt aangeboden. Het Mobiel-aanbod gaat in op de behoefte van de mediagebruiker tot een begeleidende mediabeleving.

**§5.** Met een net wordt bedoeld het geheel van aanbod dat aan een bepaald behoefteprofiel beantwoordt en onder een merk aangeboden wordt via een bepaald medium (radio, televisie, Internet, mobiel). De VRT-netten op het ogenblik van het sluiten van de beheersovereenkomst zijn: Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Donna, Stubru, Klara, Sporza-radio, Sporza.be, Vrtnieuws.net, Nieuws+, RVi.

## **Artikel 7. Het aanbod van de VRT - Algemeen kader**

**§1.** Gedurende de looptijd van deze beheersovereenkomst wordt het aantal analoge kanalen niet uitgebreid.

**§2.** Alle bestaande analoge kanalen worden onverkort digitaal aangeboden. De VRT ontwikkelt rond de genoemde kanalen digitale toepassingen te weten verrijking, interactiviteit en aanbod op aanvraag conform art 2, § 2, van deze beheersovereenkomst.

Lineaire verrijkingen vertrekken vanuit het aanbod van de analoge kanalen.

De ontwikkeling van nieuwe digitale kanalen gebeurt overeenkomstig de bepalingen van artikel 8.

**§3.** De VRT ontwikkelt rond zijn aanbod een aangepast Internet- en Mobiel aanbod.

## **Afdeling 2. Engagements van de VRT omtrent de inhoudelijke opdracht**

### **Artikel 9. Algemene bepalingen**

**§1.** Hierna worden de kernengagements van de VRT betreffende zijn inhoudelijke opdracht vastgelegd.

**§2.** In de eerste plaats continueert en versterkt de VRT zijn generalistisch aanbod voor iedereen (Donna, Eén en Radio 2, en Canvas en Radio 1), zijn generalistisch aanbod voor doelgroepen (Stubru, Ketnet en RVi) en zijn specialistisch thematisch aanbod in Cultuur (Klara), Nieuws (Vrtnieuws.net en Nieuws+) en Sport (Sporza-radio en Sporza.be)

Daarnaast rolt de VRT één bijkomend specialistisch thematisch digitaal televisiekanaal uit in het Openbare Omroepdomein Cultuur.

**§3.** De VRT verzorgt dit in § 2 genoemde aanbod analoog – tot de volledige switch off - met twee analoge televisiekkanalen (Eén en Ketnet/Canvas) en met zes analoge radiokanalen (Donna, Radio 2, Radio 1, Stubru, Klara en Sporza).

De VRT verzorgt dit in § 2 genoemde aanbod digitaal met drie digitale televisiekkanalen (Eén, Canvas/Ketnet en het cultuurkanaal) en met zeven digitale radiokanalen (Donna, Radio 2, Radio 1, Stubru, Klara, Sporza en Nieuws+). Tot de uitrol van de digitale radiokanalen Donna en Klara behoren eveneens Donna Hitbits, en Klara Continuo. De netten Canvas/Ketnet blijven het digitale kanaal delen wat hun respectieve lineaire aanbod betreft.

Voor de Vlamingen in het buitenland verzorgt de VRT een aan hun behoeften aangepast aanbod.

**§4.** De VRT ontwikkelt rond zijn in § 2 genoemd aanbod onder zijn net-merken een aan het profiel van het net aangepast Internet- en Mobiel aanbod.

**§5.** De netten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod in de verschillende Openbare Omroepdomeinen, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden. Hierbij wordt ook de nodige aandacht besteed aan Brussel.

In het bijzonder zijn de radionetten zo geprofileerd dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden waaronder ook het Nederlandstalige in al zijn genres.

**§6.** De VRT engageert zich te blijven investeren in Vlaamse fictie.

De VRT zal zijn aandeel in kwalitatieve fictie en animatie uitbreiden op Eén, Canvas en Ketnet en zijn documentaire aanbod op Canvas, op voorwaarde dat de VRT hiervoor bijkomende middelen kan verwerven.

De VRT zal hiertoe een samenwerkingsovereenkomst sluiten met het VAF. Voor de realisatie van deze doelstelling zullen VAF en VRT een beroep kunnen doen op alle financieringsinstrumenten die door de Vlaamse Gemeenschap worden ontwikkeld voor zover zij aan de toekenningvoorwaarden ervan beantwoorden.

**§7.** Gedurende de periode van de beheersovereenkomst zal de VRT maximale inspanningen leveren om zijn aanbod voor de slechthorenden en de slechtzienden toegankelijk te maken.

1° Voor slechthorenden zal de VRT zijn ondertitelingaanbod aan televisieprogramma's geleidelijk uitbreiden tot 95 % in 2010.

2° Voor de slechtzienden zal de VRT bij hernieuwing van zijn websites, de sites maximaal conform het Blindsurfer-label realiseren.

3° Tevens zal de VRT onderzoeken in welke mate hij de televisieprogramma's op een gebruiksvriendelijke wijze toegankelijk kan maken voor de slechtzienden. Indien uit deze onderzoeken blijkt dat zulks financieel, operationeel en technisch haalbaar is, worden de eerste experimenten opgezet bij Ketnet.

**§8.** De aankleding van een net, de netpromotie en het gecreëerde imago zijn verbonden met het slagen of falen van de aanbodpolitiek omdat alleen maar kwalitatief hoogstaande programma's brengen niet voldoende is om ook de mediagebruiker te overtuigen het aanbod te consumeren. Vandaar dat ook een professionele en consistente netstyling en promotie zullen worden behouden.

Tevens zal de VRT via een gediversifieerd promotiebeleid per net het contact met het publiek intensifiëren.

**§9.** Hierna worden voor het generalistisch aanbod voor iedereen, het generalistisch aanbod voor doelgroepen en het specialistisch thematisch aanbod, aangeduid welke mediabehoefte dit aanbod invult, welke het doelpubliek of de doelgroep en de kenmerken en profilering van dit aanbod zijn.

De VRT verricht geregeld een uitgebreid publieksonderzoek dat nagaat welke behoeften de gebruiker met media invult. De VRT speelt maximaal in op de behoeften van alle Vlaamse mediagebruikers. Uit het jongste publieksonderzoek (Driehoek), bij het sluiten van deze beheersovereenkomst, blijkt dat de mediagebruiker drie kernbehoeften heeft:

1° het leven aangenamer maken;

2° het leven onder controle houden;

3° het leven verrijken.

## **Artikel 10. Generalistisch aanbod voor iedereen**

De VRT positioneert zijn generalistisch aanbod ten overstaan van de kernbehoeften van de mediagebruiker op basis van drie elementen van publieke meerwaarde:

1° Signaleren

2° Verbinden

3° Ontplooien

'Signaleren' is een waarde die in het gehele generalistische aanbod aanwezig is. De VRT dient de vinger aan de pols van de samenleving te houden en de Vlamingen een waarheidsgetrouw venster op Vlaanderen en op de wereld te bieden. De VRT staat daarbij garant voor waarheidsgetrouwe en onafhankelijke informatie.

'Verbinden' en 'ontplooien' zijn waarden die eveneens aanwezig zijn binnen elk generalistisch VRT-aanbod.

De verbindende opdracht bestaat erin de sociale samenhang en de sociale integratie in een democratische samenleving te bevorderen. De ontplooiende opdracht is gericht op het bieden van een meerwaarde aan de mediagebruiker als individu. Met een diepgaand aanbod spreekt de VRT de Vlaming aan die via het gebruik van zijn media kennis wil verwerven of naar bekwaamheid en zelfbewustzijn zoekt.

De verschillende generalistische radio- en televisienetten onderscheiden zich van elkaar door verschillende evenwichten tussen de elementen van publieke meerwaarde en door de concrete invulling die daaraan gegeven wordt. Alleen met de genoemde generalistische netprofielen in elk mediatype is het mogelijk de volledige Vlaamse bevolking te bereiken.

## §1. Generalistisch signalerend aanbod (Donna)

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch signalerend aanbod. Dat aanbod moet voldoen aan de mediabehoefte van een grote groep Vlamingen met als belangrijkste mediabehoefte 'het leven aangenamer maken', zonder 'de controle over het leven' te willen verliezen. Radio is een medium dat bij uitstek geschikt is om een signalerende functie uit te oefenen.

Donna bereikt een groot deel van de Vlamingen en vervult de basisbehoefte 'het leven aangenamer maken' (uitleven/ontdekken). De VRT zal het radioaanbod van Donna vernieuwen en uitbouwen tot een volwaardig 'bij de tijd'-net.

Het vernieuwde **Donna** zal de informatie doseren en 'uitzenden op een signalerende manier'. Het aanbod is een aaneenschakeling van aangename radio en muziek en geeft korte items met kwaliteitsvolle informatie. Essentiële onderdelen van het aanbod zijn het belangrijkste nieuws van de dag, het weer en de verkeersinformatie. Bovendien moet er aandacht zijn voor cultuur, media, lifestyle, randnieuws, de nieuwste muziek en sport. Het net brengt (achtergrond)nieuws dat de mediagebruiker snel en alert op de hoogte houdt. Het net zal laagdrempelig en toegankelijk zijn en een eigentijdse uitstraling hebben.

Omwille van de signalerende functie is vooral het lineaire aanbod belangrijk. Donna vervult bovendien een essentiële rol in het driesporenbeleid. Donna krijgt een belangrijke doorverwijsfunctie naar het andere VRT-aanbod.

Naast het vernieuwde Donna blijft ook Donna Hitbits belangrijk. Donna Hitbits brengt kort maar volwaardig nieuws aan mediagebruikers die verder alleen eigentijdse muziek willen horen.

## §2. Generalistisch verbindend aanbod (Eén en Radio 2)

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch verbindend aanbod. Dat aanbod voldoet aan de verwachtingen van een grote groep Vlamingen met duidelijke sociale verwachtingen ten opzichte van media. Ze verwachten van media dat ze hen helpen het leven onder controle te houden. Deze groep wil bovendien 'contact houden met de omgeving' ('erbij horen') en is in zijn mediagebruik op zoek naar een 'kwaliteitsvol, aangenaam en ontspannend moment'. Deze eigenschappen dienen aanwezig te zijn in het media-aanbod.

Het verbindende staat centraal in de totale programmering van dit aanbod. Het zorgt voor een 'feel good'- en een dichtbij-gevoel bij alle mediagebruikers.

Eén en Radio 2 zijn de generalistisch verbindende netten van de VRT. De VRT zal via de programmering van Eén en Radio 2 de sociale cohesie in Vlaanderen bevorderen en de verbondenheid van de mediagebruikers met de regio's, met Vlaanderen en met de wereld stimuleren. Het aanbod is sterk Vlaams georiënteerd.

**Radio 2** richt zich met ontspanning en met populaire muziek op een heel breed publiek in Vlaanderen. Radio 2 is een gids voor actieve mensen van alle leeftijden met een gezonde interesse voor het leven in de wereld. Radio 2 stelt regionale verankering en ontkoppeling centraal in zijn aanbod. De actualiteit wordt breed belicht vanuit de regio. Nieuws en informatie gaan van regionale en nationale politiek en cultuur over economie tot sport.

**Eén** is het grootste televisienet van de VRT en speelt een fundamentele rol in de verspreiding van binnen- en buitenlands nieuws en informatie onder een groot publiek. Naast informatie komen vooral cultuur en educatie aan bod in toegankelijke programma's. Ontspanning wordt ingezet als bindmiddel om de andere Openbare Omroepdomeinen voor een breed publiek te realiseren. Het inhoudsloze, de sensatie en het voyeurisme worden geweerd.

De verbindende generalistische radio- en televisienetten zullen in de toekomst intensief samenwerken. Deze samenwerking kan op termijn resulteren in de ontwikkeling van één crossmediaal merk. Dat merk zal moeten vertrekken vanuit een gezamenlijke publieke meerwaarde maar met respect voor het mediaspecifieke bij de uitwerking op elk medium.

De VRT zal zijn netten continueren en versterken in de Openbare Omroepdomeinen met toepassing van het driesporenbeleid.

### 1° Nieuws

Eén breidt zijn nieuwsaanbod uit: Het aanbod wordt vollediger, met meer items over onder meer cultuur, wetenschap, justitie en economie. Dit gebeurt via de oprichting van gespecialiseerde cellen binnen de geïntegreerde nieuwsdienst. Eén brengt korte journaals 's ochtends en in de namiddag.

Radio 2 bouwt verder zijn geïntegreerde nieuwsbulletins uit waarin regionaal, nationaal en internationaal nieuws aan bod komen. Elke nieuwsuitzending zal ontkoppeld nieuws per regio brengen.

## 2° Cultuur

Eén en Radio 2 informeren over culturele activiteiten in toegankelijke programmaformules. Cultuur komt aan bod als het een actualiteitswaarde heeft of als het past in de leefwereld van de programma's. Beide netten hebben ook aandacht voor populaire cultuur en entertainment.

## 3° Kennis en Wetenschap

Radio 2 en Eén zullen in mobiliserende leerrijke programma's een brede interesse opwekken voor Kennis en Wetenschap.

## 4° Vlaamse identiteit

Radio 2 blijft de Vlaamse Identiteit ondersteunen met zijn programmering en het grote aandeel van Vlaamse muziekproducties, waaronder ook het Nederlandstalige.

De versterking van het aanbod in fictie en animatie is afhankelijk van het zich realiseren van de voorwaarden vermeld in artikel 9, § 6.

Amusement blijft een belangrijk onderdeel van het generalistische verbindende aanbod. De VRT zal de kwaliteitsstandaard van populaire televisie in Vlaanderen verder verbeteren.

## 5° Sport

Eén heeft een sportaanbod met gespecialiseerde magazines en rechtstreekse uitzendingen van belangrijke sportevenementen. Daarnaast zal Eén verder investeren in mobiliserende programma's waarin de mediagebruiker wordt aangezet tot sporten.

Radio 2 besteedt in zijn programmatie aandacht aan zowel nationale als regionale sport en sportverslaggeving.

### **§3. Generalistisch ontplooiend aanbod (Canvas en Radio 1)**

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch ontplooiend aanbod. Dat aanbod moet voldoen aan de mediabehoefte van een grote groep Vlamingen die van media verwachten dat 'ze hun leven verrijken, hun kennis verbreden en hun nieuwe dingen laten ontdekken.' Deze mensen verwachten ook dat media hun leven onder controle helpen houden. Alle eigenschappen dienen aanwezig te zijn in het aanbod.

**Canvas** en **Radio 1** zijn de twee VRT-netten die momenteel het best en voor het breedst mogelijke publiek op de ontplooiende behoeften (status verwerven, kennis vergroten en ontdekken) inspelen. Meer dan de generalistische verbindende netten zullen zij hun 'VIA'-diensten uitbreiden en hun aanbod ook via de media Internet en Mobiel aanbieden. Anders zullen deze ontplooiende basisbehoeften in de toekomst steeds meer los gezien worden van de media Radio en Televisie. Niettemin zijn het lineaire radio- en televisieaanbod cruciaal om de brug te slaan naar het nieuwe media-aanbod.

De ontplooiende radio- en televisienetten zullen in de toekomst intensief samenwerken. Deze samenwerking kan op termijn resulteren in de ontwikkeling van een crossmediaal ontplooiend merk. Dat merk zal moeten vertrekken vanuit een gezamenlijke publieke meerwaarde maar met respect voor het mediaspecifieke bij de uitwerking op elk medium.

Het ontplooiende aanbod zal bovendien een cruciale rol spelen in het driesporenbeleid. Via de generalistische ontplooiende netten zal het de mediagebruiker doorverwijzen naar het specialistisch thematisch VRT-aanbod.

**Radio 1** is een venster op de wereld, een net met als kernwaarden ontdekking en verruiming. De informatieve basis wordt aangevuld met en is ingebed in een gevarieerde programmamix. Cultuur, human interest, muziek – waaronder ook het Nederlandstalige lied-, kennis en wetenschap en satire hebben hierin hun plaats. Radio 1 zal dit programmabeleid verder uitbouwen met extra aandacht voor het ontdekken binnen het aanbod (stimuleren, prikkelen, verrassen).

De brede actualiteit zal nog verder worden uitgebouwd, onder meer via gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie en door meer uitleg bij het nieuws. De VRT geeft extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen.

Radio 1 zal veel aandacht blijven schenken aan sport zowel in de nieuwsprogramma's als in gespecialiseerde magazines.

**Canvas** is een informatief, leerrijk en deskundig net voor de mediagebruiker die op zoek is naar meerwaarde, bekwaamheid en zelfbewustzijn. Canvas besteedt aandacht aan binnen- en buitenlandse informatie. Canvas vertelt sterke verhalen, biedt kritische meerwaarde, is alert en verrassend. Canvas zal een gevarieerde programmamix blijven bieden. Het net zal zijn aanbod uitbreiden en versterken waar nodig. Canvas wil in de toekomst meer aandacht besteden aan het 'ontdekken' binnen het aanbod (stimuleren, prikkelen, verrassen, experimenteren).

#### 1° Nieuws

Canvas zal zijn Journaal differentiëren van het journaal op Eén en het aanpassen aan het profiel van zijn doelpubliek. Hierbij zal het zijn aanbod inzake achtergrondinformatie en duiding verder uitbouwen. De nieuwsredacties zullen meer aandacht besteden aan domeinen als wetenschap, gezondheid, economie en cultuur, via de gespecialiseerde cellen op zijn geïntegreerde nieuwsredactie. Canvas schept ruimte voor diepgravende en kritische onderzoeksjournalistiek.

#### 2° Vlaamse Identiteit: fictie

De versterking van het aanbod in dit domein is afhankelijk van de realisatie van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

#### 3° Kennis en Wetenschappen: documentaires

De versterking van het aanbod in dit domein is afhankelijk van de realisatie van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

#### 4° Cultuur

Cultuurbeleving komt aan bod in generalistische cultuurprogramma's en in mobiliserende programmaformules. Naast de auteursfilm behoren ook concerten en andere podiummanifestaties tot het aanbod.

#### 5° Sport

Ook sport vormt een belangrijk onderdeel van de Canvasprogrammering. De rechtstreekse uitzending van de belangrijke sportmanifestaties blijft behouden.

### **Artikel 11. Generalistisch aanbod voor doelgroepen**

De VRT dient op een gerichte manier een kwalitatief sterk media-aanbod te brengen voor bepaalde bevolkingsgroepen, te weten voor kinderen en jeugd en voor Vlamingen in het buitenland.

#### **§1. Generalistisch aanbod voor kinderen (Ketnet)**

Ketnet richt zich tot alle Vlaamse kinderen tot 12 jaar. Ketnet biedt een lokaal, kwaliteitsvol, Vlaams aanbod. Ter bescherming en promotie van de Vlaamse culturele identiteit en diversiteit is het belangrijk om Vlaamse kinderen van in hun prille levensjaren met een kwaliteitsvol Vlaams aanbod te bedienen. Ketnet behoudt zijn dagelijkse journaal op weekdagen.

Het klassieke lineaire televisiemedium wordt door kinderen steeds vaker gedeeld met de nieuwe mediatypes. Kinderen nemen het aanbod van nieuwe media steeds sneller op. Ketnet dient daar ruim op in te spelen met VIA-diensten en dient zijn aanbod ook via Internet en Mobiel te ontwikkelen. De klassieke lineaire Televisie blijft niettemin belangrijk om een brug te slaan naar die nieuwe mediatoepassingen en de kinderen zo te gidsen in de multimediale wereld. De ontplooiing van Ketnet naar een crossmediaal merk is noodzakelijk.

Ketnet voerde in april 2006 een subsegmentatie van Ketnet in leeftijdsgroepen in die de volgende jaren verder zal worden verfijnd en uitgebouwd. Ketnet blijft het 'moedermerk'. De jongste en de oudste subgroep kregen elk een eigen submerk dat van het algemene moedermerk is afgeleid.

**K'tje** stimuleert de 0-tot-4-jarigen in hun ontwikkeling.

**NT** helpt de 8-tot-12-jarigen bij het verkennen van de wereld van de volwassenen (relaties, prestaties).

**Ketnet** blijft de merknaam waaronder het aanbod van de 4-tot-8-jarigen wordt gebracht. Dit aanbod zal de doelgroep aanzetten tot het exploreren van de eigen persoon. Verkennen, spelen en creëren staan daarbij centraal.

Ketnet speelt in op de leeftijd en de leefwereld van elke subgroep met een apart aanbod aangepast aan de specifieke doelgroep. Ketnet heeft een ruim aanbod van hoge kwaliteit in verschillende genres. Een groot deel van zijn aanbod zijn Vlaamse producties. Met zijn aanbod stimuleert Ketnet kinderen om creatief te zijn, hun verbeelding te laten werken en de samenleving en de gebeurtenissen in hun eigen tempo te ontdekken en te begrijpen.

De versterking van het aanbod in jeugdfictie is afhankelijk van het zich realiseren van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

Ketnet biedt ook via Internet een communicatie-webplatform aan die de kinderen onderling met elkaar in contact brengt en de mogelijkheid geeft om zich te ontplooiën. Ketnet zal zijn aanbod versterken met een digitaal lineair radioaanbod via Internet.

#### **§2. Generalistisch aanbod voor jongeren (Stubru)**

Stubru richt zich op de doelgroep van thuiswonende 12- tot 25-jarigen. Dit zijn de jongeren op weg naar of in de eerste fase van zelfstandigheid. Jongeren zijn een belangrijke maar voor de klassieke media Radio en Televisie moeilijk te bereiken doelgroep. Jongeren evolueren meer en meer naar een overwegend individuele gebruiksomgeving. Stubru dient met zijn jongerenaanbod daarop in te spelen met VIA en het aanbod crossmediaal uit te breiden naar de media Internet en Mobiel.

**Stubru** zal het profiel verfijnen om zich beter te focussen op de beoogde doelgroep. StuBru wil een smaakmaker en trendsetter zijn. Muziek is ruimschoots aanwezig in de programmatie. StuBru kiest voor een intelligente mix van pop, rock en dansmuziek. Volgens luisteronderzoek heeft deze doelgroep ook duidelijk interesse in nieuws en culturele informatie. StuBru zal deze behoeften nog beter invullen dan nu.

De aanwezigheid van Stubru op het Internet is van groot belang. StuBru zal daarom een multimediaal en participatief breedband jongeren-webplatform opzetten. Op het multimediale platform kunnen de bezoekers met elkaar communiceren en blogs en vlogs aanmaken. Het platform biedt een podium voor de creaties van de jongeren. Het biedt tevens een archief van audiovisueel materiaal op aanvraag aan.

### **§3. Generalistisch aanbod voor Vlamingen in het buitenland (RVI/BVN)**

RVi richt zich op de groep Vlamingen die permanent of semi-permanent in het buitenland verblijft alsook op de Vlamingen op reis in het buitenland. RVi is een combinatie van Radio en Internet. Beide media vullen elkaar aan.

De VRT zal het huidige radioaanbod voor Vlamingen in het buitenland behouden en een multimediaal participatief webplatform ontwikkelen voor de Vlamingen in het buitenland.

**RVi 1** brengt een informatief lineair aanbod dat via verschillende satellieten in vrijwel de hele wereld te horen is. Bovendien is RVi 1 ook te beluisteren via live streaming op het Internet, en overdag via de middengolf.

**RVi 2** is het meer ontspannende net dat te beluisteren is in Europa, Noord-Afrika en het Midden-Oosten via de satelliet.

De VRT zal met het oog op het bereiken van de Vlamingen in het buitenland de technologische evoluties (waaronder DRM) van nabij opvolgen.

BVN (Het Beste van Vlaanderen en Nederland) is het publieke televisienet voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland. BVN is een samenwerkingsverband tussen de Nederlandse Publieke Omroep, de Nederlandse Wereldomroep en de VRT. BVN biedt een selectie aan uit het aanbod van Eén, Ketnet, Canvas en Nederland 1, 2 en 3. BVN is over (bijna) heel de wereld te bekijken. De VRT zal zijn aanbod op BVN versterken.

## **Artikel 12. Het specialistisch thematisch aanbod**

De VRT brengt al een specialistisch thematisch aanbod in het derde spoor in de Openbare Omroepdomeinen Cultuur, Sport en Nieuws. De VRT continueert en versterkt dit aanbod en rolt een digitaal televisiekanaal uit in het domein Cultuur.

Uit het publieksonderzoek Driehoek blijkt dat de mediagebruiker vooral in het derde spoor het aanbod op de plaats en het tijdstip wil consumeren die hem het best passen. De nieuwe media Internet en Mobiel en VIA-diensten nemen in het specialistisch thematisch aanbod dan ook een belangrijke plaats in.

### **§1. Het specialistisch thematische aanbod: Nieuws**

Het doelpubliek van het thematische aanbod is elke Vlaming die op een snelle en functionele manier wil geïnformeerd worden en elke Vlaming die op een meer verdiepende wijze de actualiteit wil kennen en begrijpen.

De VRT heeft met Vrtnieuws.net (Internet) en Nieuws+ (digitale Radio) vandaag reeds een nieuwsaanbod in het derde spoor. De VRT zal dit aanbod in de komende periode verder versterken.

De VRT zal Vrtnieuws.net inhoudelijk, vormelijk en qua navigatie en interactiviteit verder verbeteren. Vrtnieuws.net staat garant voor kwalitatieve en onafhankelijke informatie. Vrtnieuws.net moet zijn mediagebruikers snel informeren. Daarom zal de VRT belangrijke evenementen live streamen.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en aan het medium aangepast nieuwsaanbod gebracht.

### **§2. Het specialistisch thematische aanbod: Cultuur**

Onder 'Cultuur' in het derde spoor wordt begrepen 'dat deel van de menselijke activiteit dat erop gericht is om op een creatieve manier de leefkwaliteit van mens en maatschappij te verbeteren of om het inzicht in de menselijke

betekenis te vergroten. Het streven naar immateriële meerwaarde zal hierbij de dominante motivatie zijn'. Cultuur bevat in die zin ook cultureel toerisme, erfgoed, amateurkunsten, volkscultuur, jongerencultuur en het aanbod uit het sociaal cultureel veld etc.

Het specialistisch thematisch cultuuraanbod richt zich specifiek tot de al geïnteresseerde mediagebruiker. Dit is zowel de mediagebruiker die de VRT nu al bereikt met zijn cultuuraanbod via spoor 2 op de generalistische netten en met het radionet Klara, als de jongere groep cultureel omnivoren. De VRT moet een aanbod brengen dat op de behoeften van deze gehele groep inspeelt.

De VRT zal zijn specialistisch thematisch cultuuraanbod crossmediaal aanbieden onder Klara en of een ander cultuurmerk. Het crossmediaal aanbod is aanwezig op Radio, Televisie, Internet en Mobiel.

Klara-radio zal zijn aanbod afstemmen op het profiel van het crossmediale cultuurmerk. Klara zal nieuwe formats ontwikkelen en zijn muzieklijn laten aansluiten bij het doelpubliek. Klara Continuo biedt verrijking en comfort aan de liefhebbers van klassieke muziek.

De VRT heeft de intentie om zo snel mogelijk een digitaal televisiekanaal Cultuur te creëren onder een nog nader te bepalen cultuurmerk. Dit televisiekanaal kan starten vanaf de datum van ondertekening van de beheersovereenkomst. De VRT zal voor de creatie van het televisiecultuurkanaal een samenwerking aangaan met de private sector. Hiertoe behoort in het bijzonder de structureel gesubsidieerde kunstensector. Deze samenwerking gebeurt binnen de klijlijnen van het Vlaamse en het Europese mediarecht en het mededingingsrecht. De modaliteiten, het financieel plan met inbegrip van het verwerven van sponsorinkomsten, en de startdatum van dit cultuurkanaal zullen geregeld worden in een addendum dat de partijen sluiten tegen uiterlijk 1 december 2006

Verder zet de VRT ook een multimediaal en participatief webplatform op dat het cultuuraanbod ondersteunt en dat fungeert als het centrale platform van het culturele VRT-aanbod.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en een aan het medium aangepast cultuuraanbod gebracht.

### **§3. Het specialistisch thematische aanbod: Sport**

Het doelpubliek van het thematische sportaanbod zijn de sportliefhebbers die sport samen met het gezin of in groep willen beleven. Voor deze groep is rechtstreekse verslaggeving belangrijk. Met het specialistisch thematisch sportaanbod wil de VRT zich ook richten op de sportbeoefenaar zelf, de sportkenner en de mediagebruiker die zijn kennis over (de gevolgen van) sport wil vergroten. De VRT zal ten slotte een specialistisch thematisch aanbod brengen voor de mediagebruiker die louter geïnformeerd wil worden.

De VRT zal een zo groot mogelijke diversiteit aan sportdisciplines brengen over zijn radio en televisienetten heen met naast voetbal en wielrennen onder andere tennis, atletiek, zalsporten en vele anderen.

De VRT brengt het grootste deel van zijn programma's over sport onder de merknaam Sporza. Het aanbod van toegankelijke sportprogramma's zal de VRT behouden op zijn generalistische netten. Belangrijke competities waaraan Vlamingen deelnemen en programma's waarin actieve sportbeoefening wordt gepromoot, zullen op de generalistische netten uitgezonden blijven worden.

De VRT zal zijn sportaanbod op radio inhoudelijk versterken. Sporza Radio brengt rechtstreekse verslaggeving, achtergrondverslagen, gesprekken over sport, sportnieuws en muziek.

De VRT zal zijn aanbod via het Internet sporza.be inhoudelijk, vormelijk en qua navigatie en interactiviteit actueel houden en nog vollediger en efficiënter maken. Sporza.be brengt naast een informatief en actueel sportaanbod ook nieuws, duiding over sport, een sportkalender, audio- en audiovisuele fragmenten en alle sportuitslagen. Sporza.be moet zijn mediagebruikers snel informeren. Daarom zal de VRT belangrijke evenementen live streamen. Sporza.be zal een specifiek aanbod over sport en gezondheid ontwikkelen.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en een aan het medium aangepast sportaanbod gebracht.

## **Artikel 13. Innovatie in media**

**§1.** De mediawereld is in sterke evolutie. De VRT moet via zijn toegevoegde opdracht in onderzoek en innovatie, de evoluties in de media nauw opvolgen en toetsen aan hun belang voor het realiseren van zijn openbare omroepopdracht.

**§2.** In een evoluerende mediemarkt moet de VRT in staat zijn om zijn inhoudelijke omroepopdracht permanent bij te sturen tot nieuwe media (Media/Web 2.0, 3D werelden, speltoepassingen (gaming), locatie gekoppelde mediatoepassingen (location based services)).

## Artikel 15. Het kwaliteitsbeleid

§1. De VRT zal zich profileren als een kwaliteitsomroep. Het volledige aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door de kwaliteit van de programma's zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. VRT hanteert een aantrekkelijke, duidelijke en correcte standaardtaal die rekening houdt met en afgestemd is op de mediagebruikers.

Het begrip kwaliteit heeft vier dimensies:

1° de VRT moet zijn openbare omroepopdracht zo correct mogelijk invullen (kwaliteit mbt tot de opdracht);

2° de VRT moet de band met de mediagebruiker zo sterk mogelijk maken (functionele en toegeschreven kwaliteit);

3° de VRT moet het ethische kader waarbinnen hij werkt te allen tijde respecteren (ethische kwaliteit);

4° de programma's van de VRT moeten voldoen aan de hoogste professionele normen en op een efficiënte en effectieve wijze tot stand komen (operationele en professionele kwaliteit)

## §2. Definiëring van de aspecten van kwaliteit

*Publieke kwaliteit* is er wanneer de omroep voldoet aan de opdrachten die overheden hebben geformuleerd. Deze opdrachten worden niet enkel geformuleerd in de gecoördineerde mediadecreten en deze beheersovereenkomst, maar worden ook duidelijk geëxpliciteerd in de Resoluties van Praag en Krakau van de Raad van Europa. De afhankelijkheid van de publieke omroepen bevestigd, werd gewezen op hun belangrijke rol voor de sociale cohesie in de maatschappij en op hun rol als ontwikkelaar van pluralistische, innovatieve, gevarieerde en originele producties voor een breed publiek. De verklaring van Krakau breidde dit mission statement ook uit naar nieuwe mediatoepassingen.

*Functionele kwaliteit* is de mate waarin het aanbod voor de beoogde mediagebruiker de functie vervult die hij vervuld wil zien. De VRT moet op geregelde tijdstippen nagaan wat de mediabehoefte van de Vlamingen zijn en hoe de VRT als mediabedrijf deze invult. Bij het evalueren van de functionele kwaliteit van de VRT moet rekening gehouden worden met de analyse van de mediabehoefte én de invulling ervan door de VRT. Daarnaast moeten ook het taalgebruik en de toegeschreven kwaliteit (het al of niet bereiken van de beoogde doelgroep of het doelpubliek en de beoordeling van de doelgroep of het doelpubliek) in aanmerking genomen worden voor de evaluatie.

*Ethische kwaliteit* formuleert de morele en ethische eisen die aan media worden gesteld, vertrekkend vanuit de fundamentele rechten en vrijheden van de mens. Dit houdt in dat, op basis van de Universele Verklaring van de rechten van de mens elke vorm van discriminatie wordt geweerd.

De informatieprogramma's, de mededelingen en de programma's met een algemeen informatieve inslag en alle informatieve programmaonderdelen dienen onpartijdig en waarheidsgetrouw te zijn. De programma's van de nieuwsdienst moeten beantwoorden aan de normen inzake journalistieke deontologie zoals vastgelegd in een deontologische code en genieten waarborgen voor de gangbare redactionele onafhankelijkheid zoals vastgelegd in het redactiestatuut.

*Operationele kwaliteit* is de mate waarin het aanbod op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komt, waarbij de *professionele kwaliteit* de eisen formuleert die het vak stelt aan het aanbod: zoals opbouw, formating, uitvoering en taalgebruik. Monitoring van operationele en professionele kwaliteit gebeurt op basis van permanente interne kwaliteitsbewaking. Belangrijke elementen hierbij zijn publiekstevredenheid, rekening houden met maatschappelijke trends, creativiteit stimuleren en behouden en operationele kwaliteitsverbetering.

**2.2.2. Vindt u dat het onderscheid tussen activiteiten in het kader van de openbare dienst en andere activiteiten verder moet worden verduidelijkt? Zo ja, welke maatregelen zouden verduidelijkend kunnen zijn (bv. de lidstaat stelt een lijst met voorbeelden op van commerciële activiteiten die niet tot de openbare opdracht behoren)?**

Nee. De lidstaten moeten hun openbare omroepopdracht wel zo nauwkeurig mogelijk omschrijven rekening houdend met de redactionele en institutionele autonomie van de publieke omroep. Maar de inhoudelijke omschrijving van de openbare omroepopdracht en het bepalen van de wijze waarop dit gebeurt, komt uitsluitend de

dracht en het bepalen van de wijze waarop dit gebeurt, komt uitsluitend de lidstaten toe.

De wijze waarop de opdracht wordt omschreven is verschillend van de traditionele omschrijving in andere sectoren. Naast louter kwantitatieve elementen zullen bij de omschrijving van de openbare omroepopdracht immers ook kwalitatieve elementen een rol spelen.

***2.2.3. Volgens de bestaande omroepmededeling kunnen activiteiten die geen televisieprogramma's in de traditionele zin zijn, tot de openbare opdracht behoren voor zover daarmee wordt voldaan aan dezelfde democratische, sociale en culturele behoeften van de maatschappij. Geeft deze bepaling voldoende duidelijk aan welke activiteiten deze openbare opdracht mag omvatten? Leg uit waarom? Of vindt u, omgekeerd, juist dat een herziene omroepmededeling verdere verduidelijking moet geven?***

Sinds eind jaren negentig staat de omvang van de openbare omroepopdracht ter discussie op Europees niveau. Nochtans heeft het protocol van Amsterdam de bevoegdheid van de lidstaten om de publieke opdracht te definiëren, organiseren en financieren expliciet bevestigd met slechts een beperkte onderwerping aan de mededingingsregels. Het protocol heeft daarmee het openbare omroepbestel in het Europese medialandschap willen beschermen en heeft o.m. erkend dat “*het publieke-omroepstelsel in de lidstaten rechtstreeks verband houdt met de democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving en met de noodzaak pluralisme in de media te behouden*”.

Daar waar eind jaren negentig de discussie voornamelijk draaide rond het genre van content dat al dan niet deel kon uitmaken van de publieke omroepopdracht, lijkt vandaag de discussie zich (deels) te verplaatsen naar de technologie waarmee de content naar het publiek wordt gebracht.

Zogenaamde “nieuwe mediatoepassingen” zouden wel deel kunnen uitmaken van de publieke omroepopdracht, maar slechts voor zover deze voldoen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de samenleving en met de noodzaak pluralisme in de media te behouden. In de beschikkingspraktijk van de Europese Commissie zijn vragen rond een *ex ante* evaluatie in de zin van de *public value* test naar Brits en Duits voorbeeld waarbij gepeild wordt naar de meerwaarde van het aanbod voor de samenleving en een onderzoek wordt gedaan naar de impact van het aanbod van de publieke omroep op de bestaande media-aanbiedingen van andere commerciële spelers, dan ook legio.

Dat van de lidstaten een zo precies mogelijke omschrijving van de openbare omroepopdracht wordt gevraagd, is zoals eerder gesteld een terechte eis, maar de inhoudelijke omschrijving en de wijze waarop dit gebeurt, is een exclusieve bevoegdheid van de lidstaten.

Het is dus niet aan de Europese Commissie om in het kader van de herziening van de omroepmededeling de wijze te omschrijven waarop de lidstaten tot een bepaling (al dan niet na een publieke *ex ante* evaluatie) en concrete omschrijving van de opdracht kunnen besluiten.

Een andere opmerking die de Vlaamse Gemeenschap wenst te maken, betreft de toetsingsbevoegdheid op manifeste fouten bij de omschrijving van de publieke omroepopdracht die de Europese Commissie zich heeft toegeëigend. Met name nieuwe mediatoepassingen zouden slechts deel kunnen uitmaken van de openbare omroepopdracht voor zover ze voldoen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving en ze bijdragen tot pluralistische media. Echter het protocol van Amsterdam vereist niet dat het aanbod dat een publieke omroep brengt in al zijn facetten dient te beantwoorden aan de opgesomde behoeftes, laat staan dat dit met name voor “nieuwe media-activiteiten” een expliciete rechtvaardiging of test zou moeten geschieden in het licht van deze behoeftes. Het is het omroepbestel dat in zijn totaliteit aan deze behoeften dient te voldoen.

Wat rechtvaardigt trouwens deze aparte behandeling van nieuwe en traditionele media mede in het licht van de technologieneutraliteit die door de Europese Commissie toch steeds is verdedigd?

Het is daarentegen o.i. de bevoegdheid van de lidstaat om de noodzaak, rol en opdracht van een publieke omroep te omschrijven en het spreekt voor zich dat als een lidstaat een daadkrachtig publiek omroepbestel binnen zijn grondgebied wil organiseren, het belangrijk is dat de omroep wordt toegelaten een aanbod te brengen dat niet alleen geschikt is voor distributie door middel van de traditionele technologieën, maar ook geschikt is voor de nieuwe of in ontwikkeling zijnde technologieën. Indien de publieke omroep de rol van betrouwbare, onafhankelijke gids op een goede manier wenst te vervullen, moet hij kunnen aansluiten op de nieuwe technologische middelen en aansluiting kunnen houden bij zijn publiek. Het publiek op zijn beurt kan een publieke omroep ook maar als een relevante speler erkennen voor zover hij ook in zijn mediabehoefte kan voorzien (die kunnen variëren van de nood om grondige journalistieke informatie te ontvangen tot ontspanning en verstrooiing). Het is aan de lidstaten een aangepaste openbare omroepopdracht te definiëren in het licht van de door hem gepercipieerde mediabehoefte van zijn onderdanen. Ook hier is de lidstaat niet op basis van het gemeenschapsrecht verplicht om het mediapubliek, laat staan de commerciële operatoren op de markt te consulteren.

Een toetsing van een “nieuwe dienst” in het licht van het bestaande aanbod van commerciële spelers, zoals dat vereist wordt in de Duitse zaak, is volgens de Vlaamse Gemeenschap dan ook een brug te ver. Het is overigens niet omdat een dienst of activiteit evenzeer door een commerciële speler of in het kader van een commerciële activiteit kan worden aangeboden, dat dit impliceert dat de dienst of activiteit niet langer deel kan uitmaken van de openbare omroepopdracht.

In de omroepmededeling wordt expliciet gesteld dat de Commissie slechts een marginale controle uitoefent. Wat nu evenwel voorgesteld wordt in de context van vraag 2.2.8. zou neerkomen op het opleggen van een vast stramen waarbinnen de lidstaten hun openbare omroepopdracht kunnen definiëren. Dit gaat verder dan de marginale controle die de Europese Commissie zich tot nu toe toeëigende en zou een inbreuk vormen op de autonomie van de lidstaten.

Ten slotte merkt de Vlaamse Gemeenschap op dat een *ex ante* evaluatie evenmin in het kader van de kaderregeling voor compensatie van de openbare opdracht verplicht is gesteld voor diensten van algemeen economisch belang.

**2.2.4. *Vindt u dat de algemene benadering in de recente beschikkingspraktijk van de Commissie (waarbij de openbare opdracht namelijk wordt bepaald op basis van een beoordeling vooraf van activiteiten in de sector nieuwe media) in een herziene omroepmededeling moet worden verwerkt?***

Zie vraag 2.2.3.

**2.2.5. *Dient een herziene omroepmededeling verdere verduidelijking te geven over de omvang van de beoordeling vooraf door de lidstaten van de vastgestelde openbare opdracht?***

Zie vraag 2.2.3.

**2.2.6. *Voor welke diensten of categorieën van diensten zou volgens u een beoordeling vooraf moeten plaatsvinden?***

Zie vraag 2.2.3.

**2.2.7. *Dient een herziene omroepmededeling de basisbeginselen te bevatten voor de procedurele en inhoudelijke aspecten van een dergelijke beoordeling (zoals bv. de rol van derden of eventuele beoordelingscriteria, met onder meer de bijdrage aan helder omschreven doelstellingen, behoeften van de burgers, het op de markt beschikbare aanbod, additionele kosten, impact op de mededinging)?***

Zie vraag 2.2.3.

**2.2.8 *Of dit soort activiteiten het karakter van openbare dienst hebben, kan op verschillende wijzen worden bepaald. In hoeverre moet een herziene omroepmededeling de verschillende mogelijkheden uiteenzetten?***

Zie vraag 2.2.3.

### **2.3. Toewijzing en toezicht**

**2.3.1. *Leg hier uit hoe de toewijzing in uw land plaatsvindt. Omvat de toewijzingsprocedure ook een publieke raadpleging? In hoeverre wordt de opdracht van de omroep vastgelegd in juridisch bindende toewijzingsbesluiten? In hoeverre wordt de tenuitvoerlegging en de afbakening van de precieze omvang van activiteiten overgelaten aan publieke omroepen? Zijn dergelijke "uitvoeringsmaatregelen" publiek beschikbaar?***

De toewijzing van de openbare omroepopdracht gebeurt d.m.v. een beheersovereenkomst die wordt onderhandeld tussen de openbare omroep en de Vlaamse Regering. De openbare omroepopdracht wordt gedetailleerd vastgelegd in de beheersovereenkomst (zie vraag 2.2.1).

***2.3.2. Leg hier uit hoe de mechanismen om toezicht te houden op de publieke omroep in uw land functioneren. Wat is uw ervaring met de bestaande toezichtsmechanismen? Vindt u dat er voor derden voldoende mogelijkheden zijn om iets te doen aan beweerde inbreuken op of niet-uitvoering van openbare-dienst- (en andere) verplichtingen in uw land?***

De Vlaamse Gemeenschap wenst te benadrukken dat de organisatie van het toezicht op de openbare omroep aan de lidstaten toekomt. Naar haar oordeel volstaan de volgende toezichtsmechanismen ruimschoots voor een onafhankelijk en effectief toezicht op beweerde inbreuken op of niet-uitvoering van de openbare omroepopdracht in Vlaanderen. Dit neemt niet weg dat in andere lidstaten andere mechanismen kunnen bestaan die in het licht van de specifieke omstandigheden in die lidstaat het meest doeltreffende toezicht garanderen.

- Een afgevaardigde van de Vlaamse Gemeenschap houdt op permanente basis toezicht op de behoorlijke uitvoering door de VRT van de openbare omroepopdracht conform de wettelijke en contractuele vereisten. De Gemeenschapsafgevaardigde oefent een legaliteitstoezicht uit, en is volkomen onafhankelijk van de VRT (artikel 25 Vlaamse mediadecreten). Door de Gemeenschapsafgevaardigde wordt een jaarlijks evaluatierapport opgesteld ten behoeve van de Vlaamse Regering en het Vlaamse Parlement.

- De VRT is verplicht om jaarlijks te rapporteren betreffende de uitvoering van de beheersovereenkomst aan de Vlaamse Regering en het Vlaams Parlement (artikel 16, 6° van de Vlaamse mediadecreten). Eveneens dient hij op grond van artikel 9 van het Besluit van de Vlaamse Regering van 21 mei 1997 betreffende een geïntegreerde economische boekhouding en budgettaire rapportering voor de Vlaamse Openbare Instellingen op halfjaarlijkse basis een inventaris, interim-balans en interim-resultatenrekening op te stellen. Dit gebeurt onder toezicht van het Rekenhof, en de betrokken documenten worden voorgelegd aan de Vlaamse Regering.

- Het Rekenhof oefent een jaarlijkse controle uit op de rekeningen van de VRT. Dit Hof is een collaterale instelling van het parlement, belast met de externe controle op de begrotings-, boekhoudkundige- en financiële verrichtingen van de federale Staat, de Gemeenschappen, de Gewesten, de openbare instellingen die ervan afhangen, en de provincies. Het voert drie types auditopdrachten uit: financiële controle, rechtmatigheidsonderzoek en doelmatigheidsonderzoek, en beschikt daarbij over een ruime mate van onafhankelijkheid en autonomie. Het Rekenhof heeft een permanent kantoor bij de VRT. Bovendien werd een nauwe samenwerking tot stand gebracht tussen de commissaris-revisor van de VRT (zie hierna), het Rekenhof en de dienst "Interne Audit" (artikel 25bis Vlaamse mediadecreten) van de VRT. Deze samenwerking wordt gecoördineerd door het Auditcomité dat binnen de Raad van Bestuur van de VRT is opgericht. De VRT ressorteert daarenboven onder het toezicht van de entiteit Interne Audit van de Vlaamse Gemeenschap, die bevoegd is om administratieve onderzoeken uit te voeren bij de VRT en toegang moet krijgen tot alle informatie en

documenten van de VRT (artikel 26bis Vlaamse mediadecreten).

- De raad van bestuur van de VRT wordt aangeduid door de algemene vergadering, d.w.z. de Vlaamse gemeenschap vertegenwoordigd door de Vlaamse regering. De algemene vergadering is daarbij gehouden artikel 19 van de cultuurpactwet van 16 juli 1973 na te leven dat bepaalt dat de raad van bestuur in zijn samenstelling de evenredige vertegenwoordiging van de politieke fracties in het Vlaams Parlement moet in acht nemen. De voordracht van de kandidaten gebeurt dan ook door de verschillende politieke fracties van het Parlement. De leden van de raad van bestuur mogen bovendien geen deel uitmaken van het vast of contractueel personeel van de VRT (artikel 11, §2, tweede lid, Vlaamse mediadecreten). De raad van bestuur ziet, op onafhankelijke wijze, toe op de werking van de Vlaamse openbare omroep. Binnen de raad van bestuur werd bovendien een auditcomité opgericht, dat een specifiek toezicht uitoefent op de externe audit zoals uitgevoerd door de commissaris, de werkzaamheden van Interne Audit VRT en de evolutie van de financiële toestand van de VRT.

- Een commissaris-revisor dient jaarlijks een audit uit te voeren van de jaarrekening van de VRT alvorens deze ter goedkeuring aan de Vlaamse Gemeenschap wordt voorgelegd. Deze controle heeft betrekking op de financiële toestand, op de jaarrekening en op de regelmatigheid ten aanzien van het Wetboek van Vennootschappen en de statuten, alsook van in de jaarrekening weergegeven verrichtingen. Hiertoe voert de commissaris financiële en overeenstemmingsaudits uit. Het verslag van de commissaris is een publiek document dat samen met de jaarrekening wordt neergelegd bij de Nationale Bank en bevat een commentaar over het getrouw beeld van de jaarrekening over de gang van zaken en de positie van de vennootschap.

- De Vlaamse Regulator voor de Media ziet als onafhankelijk orgaan toe op de naleving van de beheersovereenkomst door de openbare omroep. Het gaat niet om een financieel of budgettair toezicht, wel om een toezicht op de naleving van de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst. Hierover wordt jaarlijks gerapporteerd aan de Vlaamse regering. Deze bevoegdheid van de Vlaamse regulator voor de media is complementair met het toezicht door de Vlaamse regering via de Gemeenschapsafgevaardigde zoals hierboven beschreven.

- De Belgische mededingingsautoriteiten (Dienst voor de Mededinging en Raad voor de Mededinging) zien toe op de naleving van de mededingingsregels door privaaten en publiekrechtelijke ondernemingen in alle sectoren. In het geval van een vermeende inbreuk door de VRT op de regels inzake restrictieve mededingingspraktijken (Belgische wet tot bescherming van de economische mededinging, gecoördineerd op 15 september 2006 en artikelen 81 en 82 van het EG-Verdrag) kunnen de mededingingsautoriteiten hetzij ambtshalve, hetzij na een klacht, een onderzoek uitvoeren en zo nodig sanctioneren. De mededingingsregels, alsook de regels inzake eerlijke handelsgebruiken, kunnen tevens door de gewone hoven en rechtbanken worden afgedwongen. Daarenboven zijn de burgerlijke rechtbanken bevoegd om schadevergoedingen toe te kennen.

*2.3.3. Vindt u dat de omroepmededeling verder moet verduidelijken in welke omstandigheden een aanvullend toewijzingsbesluit (dus naast de algemene, in de wet vastgestelde bepalingen) nodig is? Of zijn de bestaande regels afdoende?*

Zie vraag 2.2.2.

*2.3.4. Vindt u dat de omroepmededeling verdere verduidelijking moet geven om het toezicht op publieke omroepen doeltreffender te maken? Wat zijn volgens u ten opzichte van andere toezichtsmechanismen de voor- of eventuele nadelen van toezichthouders die onafhankelijk zijn van de onderneming die met de openbare dienst is belast (zoals bedoeld in de omroepmededeling)? Vindt u dat voor doeltreffend toezicht ook bestraffingsmechanismen nodig zijn? En zo ja, welke?*

Zie vraag 2.3.2.

*2.3.5. Moeten er op nationaal niveau specifieke klachtenprocedures zijn waar particuliere spelers problemen in verband met de omvang van de activiteiten van de publieke omroep aan de orde kunnen stellen? Zo ja, hoe zouden die er moeten uitzien?*

Zie vraag 2.3.2.

## **2.4. Gemengde financiering van publieke omroepen**

*2.4.1. Wat is volgens u de te verwachten impact op de mededinging van (gedeeltelijk) door de Staat gefinancierde betaaldiensten?*

Zie vraag 2.4.2.

*2.4.2. Moeten betaaldiensten als zuiver commerciële activiteiten worden beschouwd of zijn er ook gevallen waarin ze kunnen worden beschouwd als onderdeel van de openbare opdracht? Vindt u bijvoorbeeld dat betaaldiensten in het kader van de openbare opdracht beperkt moeten blijven tot diensten die niet door de markt worden aangeboden? Of vindt u dat betaaldiensten onder bepaalde voorwaarden als onderdeel van de openbare opdracht kunnen worden beschouwd? Zo ja, geef dan aan welke diensten. Moeten deze voorwaarden bijvoorbeeld elementen omvatten zoals specifieke doelstellingen voor de openbare diensten, specifieke behoeften van de burgers, het al dan niet bestaan van een vergelijkbaar ander aanbod op de markt, ontoereikende bestaande openbardienstverplichtingen, of financiering die ontoereikend is om te voldoen aan specifieke behoeften van de burger?*

Het feit dat voor een bepaalde dienst moet betaald worden betekent niet per definitie dat het gaat om een commerciële activiteit. Ook openbare diensten kunnen tegen betaling worden aangeboden. Het betalend karakter kan misschien nodig zijn als financieringssysteem. Ook in andere sectoren wordt voor de openbare dienst betaald (bvb. openbaar vervoer). De wijze van financiering zegt dus niets over de aard van de dienst.

Openbare omroepen zullen zich ook meer en meer in bepaalde gevallen (zie vraag 1.2.) moeten inschakelen in het businessmodel van een distributeur om content aan het publiek aan te bieden.

De Commissie heeft in zijn beschikking van 22 juni 2006 betreffende de ad hoc financiering van de Nederlandse openbare omroep expliciet opgemerkt dat de openbare omroep in dergelijke gevallen niet mag afzien van het vragen van een vergoeding voor doorgiftdiensten door netwerkoperatoren omdat hij anders de behoefte aan overheidsfinanciering zou vergroten.

## **2.5. Transparantievereisten**

*2.5.1. In hoeverre verricht de publieke omroep zelf in uw land commerciële activiteiten? Is er een structurele of functionele scheiding tussen de openbare dienst en commerciële activiteiten?*

De regie voor reclame en sponsoring op de VRT is uitbesteed aan de VAR. Dit vertegenwoordigt het gros van de commerciële activiteiten van de VRT. Voor de overige commerciële activiteiten staat de VRT zelf in.

*2.5.2. Is er volgens u behoefte aan een structurele of functionele scheiding van commerciële activiteiten, en zo ja waarom? Wat zouden de positieve of negatieve effecten zijn van een dergelijke structurele of functionele scheiding?*

Voor zover de Transparantierichtlijn wordt nageleefd is er geen behoefte aan een structurele scheiding van commerciële activiteiten. Dit neemt natuurlijk niet weg dat het uitgesloten is dat met publieke financiële middelen commerciële activiteiten worden ontplooid en betaald.

*2.5.3. Kunnen de regels inzake kostenallocatie zoals die in de huidige omroepmededeling worden beschreven, volgens u worden verbeterd in het licht van ervaringen in uw land? Zo ja, geef mogelijke voorbeelden van goede praktijken. Of zijn de bestaande regels voor u afdoende?*

De regels inzake kostenallocatie zoals die in de huidige omroepmededeling worden omschreven, volstaan.

*2.5.4. Zou een herziene omroepmededeling, gelet op uw antwoorden op de vorige vragen (2.5.1, 2.5.2, 2.5.3), wat betreft transparantie nog verdere verduidelijkingen moeten bevatten?*

De beginselen van de Transparantierichtlijn moeten in de omroepmededeling niet verder worden verduidelijkt

## **2.6. Evenredigheidstoets: uitsluiten van overcompensatie**

### ***2.6.1. Moet de omroepmededeling volgens u de voorwaarde bevatten dat de lidstaten duidelijke parameters vaststellen om het compensatiebedrag te bepalen?***

De huidige omroepmededeling bevestigt dat de concrete bepaling van het financieringsmodel en van de financieringsbehoefte tot de exclusieve bevoegdheden van de lidstaten behoren.

Het toezicht van de Europese Commissie beperkt zich tot de controle op overcompensatie van de netto-kost van de openbare omroepopdracht.

Deze huidige regeling volstaat en moet niet worden aangepast.

### ***2.6.2. Bieden de huidige voorwaarden van de omroepmededeling de publieke omroepen voldoende financiële stabiliteit? Of vindt u dat de huidige regels buitensporige beperkingen voor de financiële meerjarenplanning van de publieke omroep inhouden?***

Openbare omroepen hebben financiële stabiliteit nodig. Om zijn bedrijfsvoering op middellange en lange termijn te kunnen plannen moeten openbare omroepen over een financiële buffer kunnen beschikken. Dit wordt door de huidige omroepmededeling en door de huidige beschikkingspraktijk van de Europese Commissie niet uitgesloten.

Omdat de financieringsmechanismen in de verschillende lidstaten sterk verschillen kunnen geen algemeen geldende regels worden opgemaakt over de omvang en de geldigheid van een dergelijke buffer of over te dragen reserve. Dit moet worden overgelaten aan de lidstaten. Financierings- en reserveringsmechanismen kunnen dan ook enkel geval per geval worden bekeken.

### ***2.6.3. Onder welke omstandigheden valt te rechtvaardigen dat publieke omroepen een overschot op het eind van een financieel jaar mogen behouden? Vindt u dat de desbetreffende bepalingen van de beschikking en de kaderregeling betreffende diensten van algemeen economisch belang (cf. het overzicht in de toelichting en met name het 10%-plafond voor jaaroverschotten) in de nieuwe omroepmededeling kunnen worden opgenomen?***

Het komt de lidstaten toe financierings- en reserveringsmechanismen op te maken voor hun openbare omroepen. De financieringsmechanismen in de diverse lidstaten vertonen teveel verschillen om hierover algemeen geldende voorwaarden op te nemen in de omroepmededeling.

De desbetreffende bepalingen van de beschikking en de kaderregeling betreffende diensten van algemeen economisch belang (cf. het overzicht in de toelichting en met name het 10%-plafond voor jaaroverschotten) kunnen dan ook niet in de nieuwe omroepmededeling worden opgenomen.

### ***2.6.4. Welke garanties/beperkingen moeten er zijn om mogelijke buitensporige mededingingsdistorsies te vermijden? (Moet de publieke omroep bijvoorbeeld - binnen de grenzen van zijn taken in het kader van de openbardienst - vrij over de 10%-marge***

*van zijn taken in het kader van de openbardienst - vrij over de 10%-marge kunnen beschikken of moet deze worden voorbehouden voor specifieke doelstellingen zodat reserves alleen voor vooraf vastgelegde doelstellingen/projecten mogen worden gebruikt? Moet de lidstaat de financiële behoeften van de publieke omroep opnieuw bezien in het geval van aanhoudende overschotten?)*

Zie vragen 2.6.2. en 2.6.3.

*2.6.5. Kunnen de bestaande regels van de omroepmededeling eventueel ontradend werken voor publieke omroepen om efficiëntiewinsten te behalen? Zo ja, hoe kan deze situatie worden verholpen? Welke mechanismen bestaan daarvoor in uw land die als een goed voorbeeld kunnen dienen?*

-

*2.6.6. Onder welke omstandigheden en op welke voorwaarden zouden de publieke omroepen volgens u een winstmarge mogen behouden?*

-

**2.7. Evenredigheidstoets: uitsluiting van marktverstoringen die voor het vervullen van de openbare opdracht niet noodzakelijk zijn**

*2.7.1. Welke mechanismen bestaan er in uw land waarmee particuliere spelers vermeende concurrentieverstorende gedragingen van publieke omroepen kunnen aanvechten? Geef aan of deze mechanismen volgens u een afdoend en daadwerkelijk toezicht garanderen. Worden lagere inkomsten als gevolg van bewezen concurrentieverstorende gedragen (bv. prijsonderbieding) in aanmerking genomen bij het bepalen of de publieke omroepen al dan niet overcompensatie hebben ontvangen?*

Het protocol van Amsterdam heeft het openbare omroepbestel slechts onttrokken aan de onderwerping van het normale mededingingsrecht voor zover noodzakelijk voor de vervulling van de openbare omroepopdracht.

Marktverstarend gedrag van een openbare omroep in het kader van zijn commerciële activiteiten wordt dan ook beoordeeld volgens de regels van het mededingingsrecht. Hier is ook een rol weggelegd voor Europese en nationale mededingingsautoriteiten (bvb. de Raad voor de Mededinging) en hoven en rechtbanken. Deze mechanismen garanderen een afdoend en daadwerkelijk toezicht.

Wanneer een openbare omroep wordt veroordeeld wegens inbreuken op het mededingingsrecht zal dat ongetwijfeld negatieve gevolgen hebben voor de financiële middelen die een lidstaat ter beschikking stelt van een openbare omroep. Is dit niet het geval, dan moet de Europese Commissie optreden wegens overcompensatie van de openbare omroepopdracht.

**2.7.2. Wat betreft de mogelijke concurrentieverstorende gedragingen van publieke omroepen (en met name klachten over onderbieding van prijzen), vindt u dat de omroepmededeling voorwaarden moet bevatten dat de publieke omroepen voor hun commerciële activiteiten de marktvoorwaarden moeten naleven, in overeenstemming met de beschikkingspraktijk van de Commissie, onder meer via passende toezichtsmechanismen?**

Voor hun commerciële activiteiten moeten de openbare omroepen nu ook al marktconforme prijzen hanteren. Dit staat nu al in de omroepmededeling.

**2.7.3. Vindt u dat de methodiek voor het opsporen van prijszonderbieding moet worden verduidelijkt, eventueel ook door andere criteria op te nemen die als alternatief kunnen dienen voor de thans in de omroepmededeling beschreven methodiek? Geef hierbij de criteria die in uw land worden gehanteerd voor het prijszettingsbeleid van publieke omroepen en die als een voorbeeld van goede praktijken kunnen dienen.**

De methodiek voor het opsporen van prijszonderbieding moet dan ook niet worden verduidelijkt, ook niet door andere criteria op te nemen die als alternatief kunnen dienen voor de thans in de omroepmededeling beschreven methodiek. Een uniforme methodiek is immers niet realistisch. De markten waarop openbare omroepen in het kader van hun commerciële activiteiten actief zijn, zijn in de regel complexe markten die door tal van marktspecifieke factoren worden gekenmerkt. Bvb. de reclamemarkt.

**2.7.4. Vindt u dat de omroepmededeling verduidelijkingen moet bevatten wat betreft overheidsfinanciering van premium sportrechten? Zo ja, welke verdere voorwaarden moeten volgens u in de omroepmededeling worden opgenomen en hoe zouden daarmee door overheidsfinanciering veroorzaakte potentiële mededingingsbezwaren worden aangepakt? Zo nee, vindt u dat mogelijk ongunstige effecten op de mededinging als gevolg van de verwerving van dergelijke rechten door publieke omroepen afdoende via de antitrustregels zouden kunnen worden aangepakt?**

Nee. Voor de overheidsfinanciering van premium sportrechten moeten dezelfde principes gelden als voor de andere aspecten van de openbare omroepopdracht. De impact die de overheidsfinanciering van de publieke omroepopdracht zou veroorzaken op de mededinging, moet overeenkomstig het protocol van Amsterdam worden aanvaard omdat deze duidelijk noodzakelijk is voor de vervulling van de openbare omroepopdracht.

## **2.8. Andere kwesties**

**2.8.1. Vindt u een vermelding van de moeilijkheden van kleinere lidstaten noodzakelijk?**

Wat zijn “kleinere lidstaten”?

Als typische moeilijkheden van kleinere lidstaten kunnen worden vermeld: de beperkte budgettaire draagkracht (waardoor een gemengde financiering of de opbouw van een reservefonds zich zou kunnen opdringen) of de noodzaak die zich

meer nog dan in grotere lidstaten opdringt om de culturele eigenheid te beschermen, enz.

Maar het principe dat de openbare omroeporganisatie voor elke lidstaat anders is, geldt natuurlijk ook tussen zgn. "kleinere" lidstaten zodat toch vragen kunnen worden gesteld bij de wenselijkheid van een vermelding (in de zin van een concrete oplijsting) van zgn. "moeilijkheden van kleinere lidstaten". De huidige omroepmededeling gaat terecht uit van een *case-by-case* benadering en herhaalt meermaals dat een dergelijke aanpak noodzakelijk is om de specificiteit van de nationale situatie in aanmerking te kunnen nemen. Dit principe blijft best ook gehandhaafd t.a.v. "kleinere lidstaten".

Als er een nieuwe omroepmededeling komt, moet de bepaling van de huidige omroepmededeling m.b.t. kleinere lidstaten ("De Commissie zal bij haar beoordeling ook rekening houden met de moeilijkheden die bepaalde kleinere lidstaten kunnen ondervinden om de nodige middelen bijeen te brengen, wanneer in een voorts ongewijzigde situatie de kosten van de openbare dienst per inwoner hoger liggen") wel behouden blijven.

***2.8.2. Wat zijn volgens u de typische moeilijkheden van kleinere lidstaten en hoe moet daarmee rekening worden gehouden?***

Zie vraag 2.8.1.

### **3. SLOTOPMERKINGEN**

**3.1. Leg hier uit wat volgens u de impact van eventuele aanpassingen van de bestaande regels zou zijn op bijvoorbeeld de ontwikkeling van innoverende diensten en, meer algemeen, op de werkgelegenheid en groei in de mediasector, de keuzemogelijkheden voor de consument, de kwaliteit en beschikbaarheid van diensten voor audiovisuele en andere media, het pluralisme in de media en de culturele diversiteit.**

De openbare omroep moet alle kansen krijgen om innoverende diensten te kunnen ontwikkelen.

Als er al een aanpassing van de bestaande regels zou komen, mogen deze kansen niet gehypothekerd worden.

Wanneer de mogelijkheden tot het ontwikkelen van innoverende diensten door de openbare omroep wordt ingeperkt door een te enge interpretatie van de regels inzake staatssteun op deze omroepen, zal dat ongetwijfeld een negatieve invloed hebben op de werkgelegenheid en groei in de mediasector, de keuzemogelijkheden voor de consument, de kwaliteit en beschikbaarheid van diensten voor audiovisuele en andere media, het pluralisme in de media en de culturele diversiteit.

**3.2. In hoeverre verwacht u dat de hier geschetste mogelijke verdere verduidelijkingen zouden kunnen zorgen voor nieuwe administratieve belasting en *compliance* kosten?**

Een herziening van de omroepmededeling mag hoe dan ook niet leiden tot nieuwe administratieve lasten. Wanneer deze herziening echter tot gevolg zou hebben dat nieuwe controlemechanismen worden ingevoerd, zijn bijkomende administratieve lasten echter onvermijdbaar.

**3.3. Denkt u dat de hier geschetste mogelijke verdere verduidelijkingen een beter reguleringskader zullen creëren?**

Nee integendeel. Juist doordat de huidige regels zeer algemeen zijn, kunnen ze door de Europese Commissie op een soepele manier worden toegepast, die tegemoet komt aan de specifieke nationale situatie van een lidstaat. Verdere verduidelijkingen zullen deze flexibiliteit inperken. Vermits de organisatie en de financiering van de openbare omroepactiviteiten sterk verschillen van lidstaat tot lidstaat is het verdwijnen van deze flexibiliteit zeker geen verbetering van het reguleringskader.

**3.4. Leg uit of volgens u de positieve impact van eventuele verduidelijkingen langs de in deze vragenlijst uitgetekende lijnen al dan niet opweegt tegen de negatieve impact ervan.**

De Vlaamse Gemeenschap is van mening dat eventuele verduidelijkingen geen positieve impact zullen hebben. Voor de negatieve impact: zie vragen 3.2. (bijkomende administratieve lasten voor de lidstaten / openbare omroepen) en 3.3. (geen flexibiliteit meer bij de toepassing van de omroepmededeling).