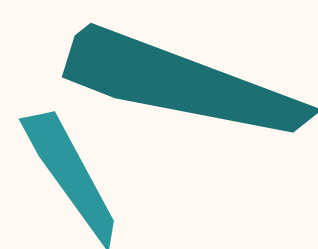




Vlaanderen
verbeelding werkt



REGEERBIJDRAGE MEDIA



DEPARTEMENT
CULTUUR,
JEUGD & MEDIA

vlaanderen.be/cjm

NAAR NIEUWE MEDIA PARADIGMA'S**DE THEMA'S SAMENGEVAT**

Toekomst van radio	9
Kwaliteitsvolle Vlaamse audiovisuele content	12
Bevorderen van mediawijsheid en kwaliteitsvolle journalistiek	14
Een subsidiedecreet voor media-actoren en initiatieven, met aandacht voor opvangen van indexeringen	16
Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector	18
De (rol van de) openbare omroep	20
Kennisonderbouwd beleid	21

MEER WETEN?**LEES HIER DE VOLLEDIGE THEMAPAPERS**

Toekomst van radio	23
Kwaliteitsvolle Vlaamse audiovisuele content	28
Bevorderen van mediawijsheid en kwaliteitsvolle journalistiek	37
Een subsidiedecreet voor media-actoren en initiatieven, met aandacht voor opvangen van indexeringen	44
Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector	48
De (rol van de) openbare omroep	56
Kennisonderbouwd beleid	62

NAAR NIEUWE MEDIAPARADIGMA'S

1 INHOUD

Technologische evoluties en het veranderend mediagebruik maken dat het medialandschap op een keerpunt gekomen is. Gedreven ook door de alomtegenwoordigheid van reclame¹ is er een **strijd om aandacht van de mediaconsument** ontstaan. Die strijd om aandacht staat in concurrentie met andere vrijetijdsbestedingen, zoals cultuur en sport.

De **alomtegenwoordigheid van media** maakt dat we minder en minder vat krijgen op het ons omringende media-aanbod en dat dit **minder afgelijnd** is: wereldspelers en in hun zog lokale marktspelers bieden ons nieuwe contentvormen aan die mijlenver staan van radio-omroep en televisie.

De kerntaak van een overheid is het **zorgen voor een pluriform, divers, leefbaar en kwaliteitsvol medialandschap**. In die veranderende constellatie, waarbij oude axioma's als "uitzendingen van radio-en televisie" hun bestaansreden hebben verloren, is het aan ons om te zoeken naar **nieuwe bouwstenen voor de Vlaamse media-bevoegdheid** en hoe hiermee aan de slag te gaan.

2. OMGEVINGSANALYSE

Door de wisselwerking tussen media, technologie en maatschappelijke evoluties, blijft het medialandschap voortdurend in beweging. De sector wordt gekenmerkt door **transformaties** in de manieren waarop audiovisuele inhoud wordt verdeeld naar en geconsumeerd door het brede publiek:

- Nieuwe mediadiensten en gebruikerservaringen hebben het kijkgedrag van mediagebruikers op significante wijze beïnvloed. De focus is verschoven naar niet-lineair kijken en kijken op nieuwe platformen, waardoor het lineair kijken afneemt. Het standaardbeeld van de passieve mediaconsument voor een televisie in de woonkamer ruimt plaats voor de actieve "prosumert", die audio, video en tekst raadpleegt, en ook zelf deelt op kleinere schermen van laptops, tablets en smartphones, en dit ongeacht de locatie en het tijdstip ("*place and time-shifting*").
- Het gevolg hiervan is dat zich in het **media-ecosysteem** een aantal verschuivingen hebben voorgedaan. Distributiemodellen en waardenketens veranderen, waardoor de rollen van dienstenverdelers en omroepen wijzigen. (Nieuwe) aanbieders van niet-lineaire televisiediensten die deze rechtstreeks via het internet aanbieden en dus niet meer afhankelijk zijn van dienstenverdelers, kennen een groeiend succes (OTT-diensten). Nieuwe releasewindows naar de consument groeien, terwijl bestaande windows zoals lineaire televisie en bioscoop in belang afnemen. Daardoor verschuiven geldstromen naar nieuwe exploitatievormen die relatief meer gedomineerd worden door internationale spelers, ten koste van de verdienmodellen van lokale spelers.
- Tegelijk zijn de **digitale platformen** niet meer weg te denken. Buiten de traditionele distributiekanaalen vergaren en verspreiden ze audiovisuele content – vergaren en verspreiden ze content – gemaakt door eindgebruikers. Dit heeft enerzijds een impact op de inkomsten van traditionele lokale media, die afhankelijk zijn van dezelfde reclamemarkt. Anderzijds zijn de waarborgen voor kwaliteit en diversiteit van informatie die klassieke media bieden, niet van toepassing op deze platformen. Ze selecteren content voor de gebruiker op basis van ondoorzichtige algoritmes en artificiële intelligentie.
- Dankzij digitale technologieën zijn mediadiensten in toenemende mate grensoverschrijdend en op verschillende manieren toegankelijk. Dit geldt ook voor sociale media die – gericht op winstmaximalisatie en gedreven door algoritmes – razendsnel **desinformatie** kunnen verspreiden. Desinformatie kan het maatschappelijke debat manipuleren en polariseren door het verspreiden en voeden van samenzweringstheorieën en valse beschuldigingen of insinuaties. Deze stroom aan foute en/of valse

1 Als belangrijkste inkomstenbron voor commerciële media en sociale media

informatie ondermijnt het vertrouwen van de burger in de media, de politiek, publieke instellingen, de wetenschap, enzovoort. Zo lijkt het erop dat desinformatie een aantal verkiezingen, binnen en buiten de Europese Unie, heeft beïnvloed.

- Dit heeft ook gevolgen voor het **economisch landschap**: De traditionele aanbieders van audiovisuele mediadiensten (i.e. de omroepen) komen enerzijds in concurrentie met (vaak globale) aanbieders van diensten-op-aanvraag met een gelijkaardig aanbod (denk bv. aan Netflix en Disney+). De concurrentie in de digitale mediaruimte wordt steeds internationaler. Anderzijds trekken online videoplatformdiensten en door gebruikers gegenereerde inhoud die via die weg verspreid wordt, steeds meer schermaandacht en advertentie-inkomsten naar zich toe (denk o.m. aan YouTube, TikTok, Twitch) door hun algoritmekracht om gebruikers aan zich te binden.

Media en onafhankelijke media (inclusief nieuwsmedia) zijn essentieel voor de werking van onze democratische maatschappij. Ze geven toegang tot uiteenlopende standpunten en zijn betrouwbare informatiebronnen voor zowel burgers als bedrijven. Ze dragen bij aan de vorming van de publieke opinie en helpen mensen en bedrijven om een standpunt in te nemen en geïnformeerde keuzes te maken.

3. HUIDIG BELEID

3.1. MEDIADECREET

Het decreet betreffende radio-omroep en televisie (hierna mediadecreet) dateert van 27 maart 2009 en is de **spil van de Vlaamse mediaregelgeving**. De tekst is sinds zijn ontstaan reeds meer dan 20 keer gewijzigd. Gelet op de hoger beschreven evoluties is het mediadecreet aan een grondige herziening toe.

De **structuur** van het mediadecreet moet worden aangepast aan de transformaties in de waardeketen. Nieuwe concepten en nieuwe diensten zoals videoplatformdiensten² moeten een objectieve plaats krijgen binnen het mediadecreet, waarbij de verhouding met niet-lineaire televisiediensten en dienstenverdelers duidelijk wordt. Een regeling voor digitale platformen en eindapparatuur (zoals interactieve televisietoestellen) moet in dit kader ook een plaats krijgen.

De **terminologie** van het mediadecreet moet worden doorgelicht en geoptimaliseerd. Concepten als “omroepactiviteit”, “omroepdienst”, “omroepprogramma”... zijn bijvoorbeeld nog moeilijk in verband te brengen met het begrip “audiovisuele en de auditieve mediadiensten” uit artikel 4,6° van de BWHI, en met het begrip “audiovisuele mediadiensten” uit de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten of met de fluïde mediaconsumptie die vandaag bestaat. Er moet gewaakt worden over en gezocht worden naar het consequent gebruik van begrippenkaders doorheen het volledige mediadecreet. Daarbij kan het meer technologieneutrale concept “audiovisuele en auditieve media” eventueel als uitgangspunt dienen, aangezien dit op de meest ruime manier invulling geeft aan de mediabevoegdheid uit de BWHI.

² Platformen die inhoud van derden (programma's en/of door gebruikers gegenereerde inhoud) verzamelen en verdelen, gebaseerd op en doorspekt met reclame die het platform zelf aanbiedt.

3.2. BEVOEGDHEIDSVERDELING

De huidige bevoegdheidsverdelende regels in verband met media en telecommunicatie zijn steeds moeilijker toe te passen in de hoger geschetste context, waarin beide soorten diensten met elkaar, en met andere diensten van de informatiemaatschappij verweven zijn en door elkaar worden aangeboden.

Met toepassing van artikel 4, 6° BWHI zijn de gemeenschappen bevoegd voor de inhoudelijke en technische aspecten van de **audiovisuele en de auditieve mediadiensten**. Krachtens de rechtspraak van het grondwettelijk hof betreft dit diensten die erin bestaan om via elektronische communicatienetwerken audiovisuele of auditieve openbare informatie te verspreiden die vanuit het oogpunt van degene die uitzendt, bestemd is voor het publiek in het algemeen of voor een deel ervan en geen vertrouwelijk karakter heeft, zelfs als het uitzenden op individueel verzoek gebeurt en ongeacht de daartoe gebruikte techniek. Krachtens hetzelfde artikel zijn de gemeenschappen ook bevoegd voor de **hulp aan de geschreven pers**.

De essentiële kenmerken ter aflijning van mediadiensten ten opzichte van de federale bevoegdheid inzake telecommunicatie zijn volgens het Grondwettelijk Hof het criterium van de bestemming (voor het publiek in het algemeen) en het karakter van de informatie (openbare informatie). Zo vallen videoplatformdiensten bijvoorbeeld onder de bevoegdheid van de gemeenschappen.

Deze **bevoegdheidsverdeling is nog moeilijk vol te houden** in een digitale context. Er moet gezocht worden naar nieuwe homogene bevoegdheidspakketten:

- De gemeenschapsbevoegdheid voor audiovisuele en auditieve media moet zich ook uitstrekken tot de diensten van de **informatiemaatschappij**. Deze worden vandaag geregeld in boek XII van het wetboek economisch recht, en worden daar gedefinieerd als: “elke dienst die gewoonlijk tegen vergoeding, langs elektronische weg op afstand en op individueel verzoek van een afnemer van de dienst verricht wordt”. In zoverre zulke diensten betrekking hebben op het verspreiden van openbare informatie die bestemd is voor het publiek in het algemeen of voor een deel ervan, zijn de gemeenschappen hier bevoegd.
- Daarnaast rijst de vraag in hoeverre het nog houdbaar is om voor de bevoegdheidsverdeling een onderscheid te maken tussen **audiovisuele en geschreven pers**. Dit onderscheid op basis van dragers of platformen wordt kunstmatig, nu vrijwel elk persorgaan ook een online variant heeft, waaraan heel vaak video en audio gekoppeld zijn. De kans is groot dat de (weinig) pers die vandaag nog uitsluitend op papier verschijnt, in de toekomst ook online gaat.
- Een **toekomstgerichte bevoegdheidsverdeling moet het mediabeleid versterken**, en dus de schotten tussen de verschillende mediavormen weghalen.

3.3. HORIZONTALE EUROPESE REGELGEVING

Binnen de Europese Unie zagen we de voorbije periode wat het beleid voor audiovisuele zaken en media betreft een tendens naar snel toenemende complexiteit en transversaliteit, met vertakkingen naar onder meer telecommunicatie, mededinging en justitie. Een aantal transversale Europese instrumenten hebben een aanzienlijke impact op de mediabevoegdheid en op de mediasector, onder meer de **Digital Services Act (DSA)** en de **Digital Markets Act (DMA)**, waarbij de DSA een aantal regels oplegt aan tussenhandeldiensten en de DMA een aantal gatekeepers aan meer voorwaarden onderwerpt. Voorbeelden van dergelijke tussenhandeldiensten zijn Amazon, Booking, Twitter, Zalando, Google, Apple, etc.³. Voorbeelden van de gatekeepers zijn Google (play, search, maps, adds), Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, etc.⁴ Een ander transversaal instrument dat de komende jaren een weerslag kan hebben op de mediasector is de **wet op de artificiële intelligentie** die aan AI-ontwikkelaars en -exploitanten duidelijke vereisten en verplichtingen oplegt met betrekking tot specifieke toepassingen van AI⁵.

3 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses#ecl-inpage-apple>

4 <https://www.eu-digital-markets-act.com/>

5 Verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van geharmoniseerde regels betreffende artificiële intelligentie (wet op de artificiële intelligentie) en tot wijziging van bepaalde wetgevingshandelingen van de Unie, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0138_EN.pdf.

Andere recente Europese initiatieven overstijgen het onderscheid tussen audiovisuele en geschreven media en zijn van toepassing op alle mediadiensten, bijvoorbeeld de **European Media Freedom Act**⁶ en de **Verordening over politieke reclame**⁷. Zowel het mediabeleid als de bevoegdheidsverdeling zullen binnen dit Europees kader moeten passen.

Opmerkelijk daarbij is dat de Europese Unie de voorbije jaren voornamelijk met het instrument van de rechtstreeks toepasselijke verordeningen werkt, terwijl in het verleden richtlijnen werden gebruikt die nog moesten omgezet worden in nationale wetgeving. Dit noopt tot een nieuwe aanpak, met specifieke aandacht voor het behoud van de overzichtelijkheid van het Europees en het Vlaamse regelgevend kader.

4. TOEKOMSTIG BELEID

De voortdurende ontwikkelingen in de sector vormen een uitdaging zowel voor beleidsmakers als voor mediaregulatoren. Een **toekomstgericht mediabeleid** dat inspeelt op de voortschrijdende ontwikkelingen is essentieel voor een duurzame en bloeiende mediasector in Vlaanderen. Mediabeleid is gericht op een aantal **doelstellingen** die in de nieuwe context meer dan ooit relevant blijven:

- Economische doelstellingen: het stimuleren van de mediasector zodat die zich maximaal kan ontplooiën op economisch vlak
- Innovatiedoelstellingen: het aanmoedigen en faciliteren van media-innovatie
- Creatieve/culturele doelstellingen: het stimuleren van kwaliteitsvolle Vlaamse content (series, animatie, documentaires, games en kwaliteitsvolle journalistiek) en de zicht- en vindbaarheid van deze Vlaamse content verzekeren, met een sterk beleidskader voor audiovisuele en videogame productie en distributie
- Maatschappelijke doelstellingen: het beschermen van de rechten van het individu en van bepaalde bevolkingsgroepen, het verzekeren van mediawijsheid
- Democratische doelstellingen: het bijdragen tot een goed werkende moderne democratie doordat een verscheidenheid aan informatie en diverse meningen beschikbaar is

In functie van deze doelstellingen worden volgende **acties** vooropgesteld:

1. **We herdefiniëren media met maximale invulling van de Vlaamse bevoegdheid in functie van een toekomstgericht homogeen bevoegdheidspakket, inclusief de (digitale) distributie en technische aspecten.**
 - Media wordt vandaag beleidsmatig benaderd vanuit de aanbieder van de mediadienst: we reguleren de producten van de aanbieders van omroepdiensten en van operatoren. Een andere benadering is echter het product 'media' te bekijken vanuit het standpunt van de gebruiker: wat 'consumeert' een mediagebruiker en in welke mate komen deze twee zijden van een medaille overeen? Wat is in die optiek nog de grens tussen audiovisuele en geschreven online media en lopen die vanuit het perspectief van de consument niet zodanig dooreen dat ze ook vanuit de overheid door één bestuursinstantie moeten worden geregeld? Ter illustratie: vandaag gelden er verschillende regimes voor online geschreven media versus gedrukte media voor het recht van antwoord, etc., terwijl dit in de praktijk onhoudbaar is en onbegrijpelijk voor de consument.
2. **We aligneren de mediabevoegdheid t.o.v. flankerende federale bevoegdheden:**
 - Reclamevormen en reclametechnieken zijn niet meer aan radio-omroep en televisie alleen toe te wijzen: commerciële acties en beïnvloeding worden zelfs vaak niet meer opgemerkt door de consument. De technologische innovatie maakt dat een adverteerder niet langer gebruik moet maken van een (omroep)programma of van een dienstenverdelers, maar dat fabrikanten van eindapparatuur reclameblokken aanbieden van adverteerders wanneer eindgebruikers hun televisietoestel effectief

6 Verordening (EU) 2024/1083 van het Europees Parlement en de Raad van 11 april 2024 tot vaststelling van een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU (Europese verordening mediavrijheid), https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=OJ%3AL_202401083.

7 Verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende transparantie en gerichte politieke reclame

aansluiten op het internet bij ingebruikname.⁸ We streven daarom naar eenduidige gemeenschapsregelgeving inzake reclamevormen en technieken.

- Verboden reclame op basis van preventieve gezondheidszorg vs. audiovisuele reclame: tabaksreclame, net als reclame voor alcohol, is al jaren een bevoegdheidsrechtelijke struikelsteen; de Raad van State en het Grondwettelijk Hof beschouwen dit als een federale bevoegdheid, maar toch blijft het consequent in het mediadecreet staan (en zelfs in de mediadecreten van alle gemeenschappen). Meer algemeen kan de vraag gesteld worden in welke mate regelgeving over het eindproduct ook de reclame ervoor omvat. Denk hierbij ook aan bijvoorbeeld gokreclame, reclame voor gevaarlijk speelgoed, en recent nog, regulering van pesticiden en het verbod op het maken van reclame erover. Onvermijdelijk – door de opeenvolgende rechtspraak van Grondwettelijk Hof – wordt hier de gemeenschapsbevoegdheid afgebouwd ten voordele van het federale niveau.
 - Mededinging is een dergelijk essentieel onderdeel geworden van het mediagebeuren dat het er niet langer onderscheiden van kan zijn: toegang tot content, tot infrastructuur, of tot de consument zijn dermate belangrijk dat de actoren zich niet langer beroepen op sectorspecifieke regeling en regelgeving van de gemeenschappen, maar op federale mededingingsbeginselen om die toegang af te dwingen. Daarin schuilt echter een groot gevaar: de economische positie en het ecosysteem worden gejuridiseerd via contracten en dwangmiddelen. De sectorspecifieke regelgeving van media op gemeenschapsniveau moet echter overeind blijven en nog versterkt worden, waardoor bepaalde mededingingsrechtelijke aspecten ook meegenomen worden op gemeenschapsniveau, in overleg met of op advies van de mededingingsautoriteiten.
3. **We zorgen voor een toekomstgericht regelgevend kader, en dit door een grondige evaluatie en optimalisatie van het mediadecreet.** Daarbij gaan we onder meer uit van de volgende vragen: Is de structuur van het Mediadecreet nog aangepast aan de transformaties in de waardeketen? Is het drielagenmodel nog het juiste uitgangspunt voor mediaregelgeving? Hoe verhouden verschillende spelers zich ten opzichte van elkaar (vb. videoplatformdiensten versus dienstenverdelers)? Hoe kan het Mediadecreet de maximale invulling van de Vlaamse bevoegdheid op het vlak van 'audiovisuele en auditieve mediadiensten' reflecteren? Wat is de meest toekomstgerichte terminologie? Wat met nieuwe diensten en nieuwe media die vandaag niet meer of nog niet gevat zijn door het decreet?
 4. **Om een toekomstgericht mediabeleid uit te bouwen dat rekening houdt met alle mechanismes en achterliggende systemen van klassieke en digitale media, moeten we zélf de nodige kennis in huis hebben.** Hierin ligt een uitdaging: niet alleen onze economische en juridische kennis moet bijgeschaafd worden, vooral de technische complexiteit is een ernstig probleem, gelet op de belangrijke veranderingen die we hier zien. Ontransparante algoritmes bepalen bijvoorbeeld welke inhoud gezien en gehoord wordt, of nog: wie mag spreken. Artificiële intelligentie verandert de manier waarop wij informatie verspreiden, zoeken en vinden (cf. Chat GPT, deep fakes, ...). We gaan naar een tijdperk dat beheerst wordt door artificiële intelligentie, maar zijn daar als overheid te weinig aanwezig. We hebben nieuwe skills nodig om data te verstaan en te interpreteren, en om algoritmes te begrijpen. Daarop moeten we anticiperen door te investeren in kennis, vaardigheden en specialisaties. Het is essentieel om deze expertise op te bouwen want dit vraagstuk zal niet verdwijnen. En dat geldt zowel voor de administratie die het beleid moet maken, als voor de regulator die de regels moet handhaven.
 5. **We zetten in op het versterken van mediawijsheid** (zie ook themapaper [Bevorderen van mediawijsheid en kwaliteitsvolle journalistiek](#)): in een medialandschap dat op alle vlakken beweegt, is het meer dan ooit belangrijk om mensen mediawijs te maken. Om te leren lezen werden in de 19de eeuw overal scholen gebouwd, nu is ook een brede aanpak nodig rond het dichten van de digitale kloof en het bewust, kritisch en creatief leren omgaan met media. Daarbij moeten we in de eerste plaats uitreiken naar de jongeren, die andere mediagewoonten hebben. Zij halen bijvoorbeeld nieuws van YouTube en TikTok, en kijken voor de betrouwbaarheid van nieuws in de eerste plaats naar hun peers. Daarnaast moeten we ook inzetten op andere kwetsbare groepen van alle leeftijden in de samenleving, die moeilijk te bereiken zijn en ondervetwoordigd in de media: o.m. ouderen en laaggeschoolden stellen daar uitdagingen.

⁸ Bijvoorbeeld Samsung doet dit vandaag op de Belgische markt. Gebruikers van een (Samsung) smart tv krijgen dan in het startscherm of via het hoofdmenu advertenties te zien. Dit levert de fabrikant extra inkomsten op en biedt verschillende voordelen voor adverteerders, o.m. het werken met gerichte en interactieve advertenties.

6. **In deze uitdagende tijden bewaken we het democratisch surplus, de diversiteit en het pluralisme van de media tegen de drijfveren van politieke inmenging of commerciële en economische logica in.** Het recht op informatie is een grondrecht en omvat de vrijheid om diverse en betrouwbare informatie te zoeken, te vinden en te raadplegen. We zorgen ervoor dat burgers kunnen rekenen op de culturele verscheidenheid en de pluraliteit aan informatie en opinies die de media bieden om zich een goed geïnformeerde mening te vormen en actief te kunnen deelnemen aan de democratie. We hebben ook aandacht voor de digitale platformen die via hun algoritmes controle hebben over wat de gebruiker ziet en wat niet, en dit zonder aan alle klassieke nationale regels en professionele normen te moeten voldoen. We stimuleren een veelheid aan onafhankelijke media die betrouwbare informatie verstrekken en zo een belangrijke rol spelen in de strijd tegen desinformatie en manipulatie van het democratische debat.
7. **We stimuleren de Vlaamse audiovisuele sector in een globaliserende context en maken Vlaamse producties zichtbaar en vindbaar op globale platformen.** We evalueren en herbekijken waar nodig de maatregelen die de professionele, onafhankelijke Vlaamse audiovisuele creatie moeten stimuleren en die van de Vlaamse mediasector een sterke economische sector moeten maken. De financiering van kwaliteitsvolle fictie blijft immers duur en de creatie van Vlaamse fictie blijft cruciaal gelet op het massale aanbod van buitenlandse en vaak goedkopere televisieprogramma's. Belangrijk is om het aanbod, de positionering, de zichtbaarheid en vindbaarheid van Vlaamse content op onder meer de streamingplatformen te versterken, en om zo de positie van Vlaamse spelers binnen een klein, fragiel en competitief audiovisueel ecosysteem te verduurzamen. We steunen initiatieven die de vindbaarheid en zichtbaarheid van Vlaamse (audiovisuele en auditieve) content op digitale platformen bevorderen (zie ook themapaper [Kwaliteitsvolle Vlaamse audiovisuele content](#)).
8. **We zetten krachtig en structureel in op het stimuleren van innovatie en digitale transformatie binnen de brede Vlaamse mediasector.** We doen dit door de ontwikkeling en uitrol van een gepast beleidsinstrumentarium dat het mediaecosysteem stimuleert (zie ook themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)).
9. **We verzekeren voldoende plaats in het media-ecosysteem voor regionale en lokale actualiteit en pers.** Zowel gratis als lokale nieuwsmedia staan onder druk (cfr VRM: gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente daalt van 2,26 naar 1,84). Nochtans blijft de belangstelling voor lokale en regionale informatie groot. Door het leveren van nieuws en achtergrondinformatie uit de eigen streek, bevorderen lokale media de maatschappelijke betrokkenheid van de inwoners van de regio. Ook de lokale en regionale media worden geconfronteerd met de ingrijpende evoluties in het media ecosysteem.
10. **We kijken toe op een adequaat handhaven van de mediaregelgeving door in te zetten op een sterke regulator met adequate/aangepaste werkingsstructuren, in functie van coherente beslissingen.**
11. **De taak van de VRT moet nauwkeurig bewaakt en bewaard worden:** VRT is zowel speler, actor als motor in het medialandschap en precies die grensbewaking is cruciaal – zie themapaper [De \(rol van de\) openbare omroep](#).

5. BUDGETTAIR KADER

Het budgettaire kader van de voorgestelde beleidsacties wordt telkens in de betreffende themapapers uitgewerkt. Zoals hoger aangehaald heeft de aanzienlijke technische en juridische complexiteit van het medialandschap verder als gevolg dat doorgedreven interne expertise nodig is om een adequaat beleid uit te bouwen, op te volgen en te evalueren.

De 3 huidige juristen zullen het de komende legislatuur zeer druk hebben met onder meer de optimalisatie van het mediadecreet, de digitalisering van het radiolandschap, het opvolgen en omzetten van Europese regelgeving, de beheersovereenkomst met de VRT en de monitoring van de stimuleringsregeling. Gelet op de hoger geschetste evoluties is het belangrijk dat daarbij telkens de heersende economische en technologische context accuraat in beeld gebracht wordt. Daarnaast zullen ook nieuwe initiatieven juridische opvolging vragen, onder meer het verzekeren van passende aandacht voor mediadiensten van algemeen belang of het realiseren van digitale connectiviteit. Om dit alles naar behoren te verwezenlijken, is minstens één bijkomende (voltijdse) jurist onontbeerlijk.

Titel themapaper
Bijdrage

TOEKOMST VAN RADIO MEDIA

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

Het audio- en radiolandschap in Vlaanderen is in volle beweging. Hoe dit landschap er in de toekomst zal uitzien hangt samen met verschillende technische evoluties. Maar ook met de vraag wat het consumentengedrag zal zijn en of radio nog op de nu overheersende manier geconsumeerd zal worden. Er zijn verschillende manieren om audio te consumeren zoals het lineair luisteren naar radio via FM, DAB+, digitale televisie en IP/online, maar ook niet-lineair via muziekstreamingdiensten, muziek via videoplatformen en podcasts. Hoe zal de toekomstige consumptie verlopen: lineair of niet-lineair en via welke platformen en distributiewijzen?

FM is momenteel nog steeds de belangrijkste techniek om radio uit te zenden (en te ontvangen) via de ether maar de overgang naar digitale distributiewijzen (DAB+ via de ether, IP/online) is ingezet. Wat gebeurt er met FM in dat landschap?

Wat is de invloed van 5G en opvolgers als een mogelijke nieuwe distributievorm voor (bestaande en nieuwe) mediadiensten en wat met het bijhorende frequentiespectrum?

Frequenties (zowel analoge als digitale etherfrequenties) zijn een schaars goed en dienen goed door de Vlaamse overheid beheerd te worden. Mogelijk moet de Vlaamse overheid daarom inzetten op het verkrijgen van meer bevoegdheden over het frequentiespectrum (bredere problematiek van staatshervorming en bevoegdheidsverdeling).

OMGEVINGSANALYSE EN HUIDIG BELEID

Huidige stand van zaken FM in Vlaanderen

Op dit ogenblik zijn er in Vlaanderen drie **landelijke radio-omroeporganisaties**, drie **netwerkradio-omroeporganisaties** en een 126-tal lokale radio-omroeporganisaties erkend op de FM-band. Daarnaast heeft de openbare omroep **VRT vijf netten in dienst op FM**. De **erkenningen van de landelijke FM-radio's lopen tot 31/12/2027** maar **kunnen verlengd worden** met maximaal 3 jaar tot ten laatste 31/12/2030, afhankelijk van de potentiële afschakeling van de FM-uitzendingen van de landelijke radio-omroeporganisaties. De FM-erkenningen van de **netwerkradio's** en de **lokale radio's** die ingingen in de periode tussen 1 januari 2018 en 31 december 2019 lopen tot minimaal 31 december 2026 en maximaal 31 december 2028. Erkenningen op de FM-band, toegekend na deze datum, vervallen op deze laatste datum. In 2022 werden twee lokale radio's erkend waarvan de FM-erkenningen als einddatum 20 oktober 2031 hebben. Voor de FM-uitzendingen van de VRT is er nog geen einddatum gepland.

Huidige stand van zaken DAB+ in Vlaanderen

Voor DAB+ zijn er momenteel **drie multiplexen** beschikbaar voor de bediening van heel Vlaanderen, nl. op de **frequentieblokken 12A, 11A en 5A/5D**.

Frequentieblok **12A** werd door de Vlaamse Regering voor onbepaalde duur toegekend aan de VRT. De VRM kende de licentie voor **11A** toe aan operator Norkring tot 21 juni 2024. Vanaf 22 juni 2024 bezit de operator On Tower Netherlands 3 bv de licentie voor 11A en dit tot 31 december 2027. De licentie voor **5A/5D** is in handen van operator Norkring tot 21 oktober 2033. Tot op heden gebeurt de toekenning van de DAB+-frequenties aan een operator (operatormodel). Daarnaast is er **kanaal 10**. De frequenties 10A, 10B, 10C en 10D worden **tijdelijk gebruikt voor lokale DAB+-proefprojecten** tot eind januari 2026.

Metingen digitaal radioluisteren in Vlaanderen

Om de twee jaar geeft de Vlaamse overheid de opdracht om een **meting** uit te voeren die inzicht biedt in de evolutie van de groei van het digitaal radioluisteren tijdens de transitie van analoog naar digitaal luisteren in Vlaanderen.



Tot op heden werden vijf metingen uitgevoerd door IPSOS: een nulmeting in 2018, metingen in 2019 en 2021 (in opdracht van/betaald door de overheid), een meting in 2020 (in opdracht/betaald door de CVBA Digitale Radio Vlaanderen) en één in 2023. **Uit de meting in 2023 volgde dat 49% van het luistervolume digitaal is.** DAB+ speelt hierin een belangrijke rol en vertegenwoordigt 30% van het luistervolume. De volgende meting is gepland in 2025.

Erkenningen vervallen tijdens de regeerperiode 2024-2029

In de **regeerperiode 2024-2029 vervallen de FM-erkenningen** van de netwerkradio-omroeporganisaties en de lokale radio-omroeporganisaties. Maar mogelijk ook deze van de landelijke radio-omroepen, afhankelijk van de potentiële afschaffing van de FM-uitzendingen.

Voor DAB+ vervalt de licentie van operator Norkring voor frequentieblok 11A op 21 juni 2024, voor On Tower Netherlands 3 bv vervalt de licentie voor 11A op 31 december 2027.

Bovenlokale DAB+

Tot op heden bestaat er in Vlaanderen geen DAB+-frequentieplan voor (boven)lokale DAB+. Er lopen onderhandelingen met de buurlanden en de andere gemeenschappen over wederzijdse (hernieuwde) DAB+-rechten. Deze onderhandelingen bevinden zich in een finaal stadium en openen perspectieven voor de opstelling van een bovenlokaal DAB+-frequentieplan.

Radiostudie

In 2023 schreef het departement CJM een radiostudie uit die **scenario's en beleidsaanbevelingen** formuleerde voor o.m. de transitie van analoge radio via FM naar digitale radio via DAB+ of andere distributiewijzen, een potentiële afschakeldatum voor FM of potentiële afschakeldata en bijhorende aanpak en de 'volledig digitale radio-toekomst'. Wat de **potentiële afschakeling van FM** betreft zien de onderzoekers verschillende afschakelniveaus mogelijk:

- niveau 0: geen versnelde afschakeling;
- niveau 1: de openbare omroep schakelt eerst af;
- niveau 2: openbare, landelijke en netwerkradio-omroeporganisaties schakelen gelijktijdig versneld af, lokale radio-omroeporganisaties mogelijk pas later;
- niveau 3: alle radio-omroeporganisaties schakelen gelijktijdig versneld af;
- niveau 4: alle omroeporganisaties schakelen gelijktijdig af met de buurgebieden.

Voor elk van de versnelde afschakelniveaus (niveaus 1 tot 3) stellen de onderzoekers van de radiostudie minimale **afschakelcriteria** voor die alle vervuld moeten zijn vooraleer een afschakeldatum overwogen kan worden. De voorgestelde percentages verschillen in de verschillende afschakelniveaus. Die 'versnelde' afschakeldatum kan pas plaatsvinden twee tot vier jaar nadat aan alle criteria voldaan is.

Afschakeling FM: stand van zaken buurlanden en andere gemeenschappen

Noch de buurlanden, noch de andere gemeenschappen hebben momenteel officiële afschakeldata voor FM voor ogen. In Noorwegen, waar de landelijke radio-omroepen op FM werden afgeschakeld in 2017 en in Zwitserland, dat 2026 voor ogen heeft als afschakeldatum van FM, was en is het afschakelen van FM gedreven door de sector en treedt de overheid faciliterend op. Het volledige of gedeeltelijke FM-spectrum eenzijdig afschakelen in Vlaanderen betekent dat buitenlandse en binnenlandse zenders verder in Vlaanderen kunnen doordringen, omdat een deel of heel het FM-frequentiespectrum braak komt te liggen. Dit laat buurregio's toe hun FM-frequenties te optimaliseren, al dan niet met de goedkeuring van de Vlaamse Gemeenschap.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

1. Eind 2026 vervallen de FM-erkenningen van een groot aantal lokale radio-omroeporganisaties en van de netwerkradio-omroeporganisaties. Na een eventuele verlenging van de betrokken FM-erkenningen (uit noodzaak wegens timingsissues) dient een **nieuwe erkenningsronde** te worden georganiseerd in de regeerperiode 2024-2029 voor deze radio-omroeporganisaties.
2. Momenteel wijst de VRM door middel van een licentie de Vlaamse frequenties voor DAB+ via een *beauty*

contest toe aan een aanbieder van een etheromroepnetwerk (het operatormodel). Het is aangewezen te **evolueren naar een omroepmodel** waarbij de Vlaamse Regering DAB+ frequentiegebruiksrechten via erkenningen kan toewijzen aan radio-omroeporganisaties die dan kunnen uitzenden via een DAB+-multiplex i.s.m. met een zelf te kiezen operator. De retroplanning maakt dat de startdatum voor de ontwikkeling van regelgeving hiervoor al begin 2025 is, ook al met oog op het vervallen van de licentie van multiplex 11A eind 2027. Zie ook punt 3 hieronder.

3. Momenteel is er **nog geen (boven)lokaal DAB+-frequentieplan** voor lokale radio-omroeporganisaties. In principe zijn hier verschillende opties mogelijk. Hiervoor lijkt een bevraging van de (lokale) radiosector aangewezen. Na vastlegging van een frequentieplan en de ontwikkeling van de relevante regelgeving kan de Vlaamse overheid in de regeerperiode 2024-2029 een *beauty contest* organiseren voor de DAB+-erkenningen van (boven)lokale radio-omroeporganisaties.
4. **Blijvende monitoring van het digitaal radioluisteren** in Vlaanderen in het licht van een potentiële FM-afschakeling is noodzakelijk. Het voorstel is om vanaf 2027 jaarlijkse metingen uit te voeren, met aandacht voor het digitaal luistervolume, het aantal wagens uitgerust met DAB+-ontvanger en het aantal FM-only luisteraars.
5. **Nagaan of een potentiële (gedeeltelijke) FM-afschakeling in Vlaanderen haalbaar is** en op welke termijn, rekening houdende met o.m.:
 - een sector-gedragen plan van aanpak;
 - de bepaling van de voorwaarden vooraleer een potentiële afschakeldatum voor FM kan vastgelegd worden;
 - de afschakelplannen van de andere gemeenschappen en de buurlanden;
 - een visie op het toekomstig gebruik van de FM-band.

BUDGETTERING

Bevraging lokale radiosector	36.300 euro
Metingen digitaal radioluisteren	75.000 euro per meting
Erkenningsronde FM lokaal/netwerk; Erkenningsronde bovenlokale DAB+; Erkenningsronde 11A	170.000 euro per 'grote' erkenningsronde



Titel themapaper

**KWALITEITSVOLLE VLAAMSE
AUDIOVISUELE CONTENT**

Bijdrage

MEDIA EN CULTUUR**KORTE SITUERING VAN HET THEMA**

De audiovisuele sector is sterk in verandering door digitalisering, internationalisering en veranderend kijkgedrag. Nieuwe businessmodellen, distributievormen, financieringsbronnen, formats, technologieën en een internationaler wordende context hebben een grote impact op de productie en consumptie van audiovisuele content. **Het Vlaamse audiovisuele ecosysteem staat onder druk** door de internationale concurrentie, de stijgende productiekosten en het tekort aan technische profielen. Het is belangrijk dat we binnen dit competitieve landschap en de overdaad aan (buitenlandse) audiovisuele content enerzijds een plaats blijven afdwingen voor **Vlaamse kwaliteitsvolle content** (film, series, podcasts, videogames, etc.) en anderzijds groeikansen aanbieden voor lokaal talent. Lokale audiovisuele content heeft immers **een groot cultureel en maatschappelijk belang** en helpt mee om de **Vlaamse cultuur/identiteit internationaal uit te dragen**.

Om de economische leefbaarheid en competitiviteit van de Vlaamse audiovisuele sector te waarborgen en te versterken moet de Vlaamse overheid van de ondersteuning voor de audiovisuele sector een **absolute beleidsprioriteit** maken en inzetten op **een ambitieuze strategische beleidsvisie** die de ontwikkeling van creatieve en innovatieve audiovisuele content, in al zijn vormen, bevordert, het publiek maximaliseert en divers talent ondersteunt. De komende 5 jaar vormen een unieke en urgente 'window of opportunity' om de Vlaamse audiovisuele sector stevig te versterken in aanloop naar het volgende decennium, waarin de totale convergentie van verschillende krachtige technologieën (zoals generatieve AI, XR en real-time 3D) de manier waarop audiovisuele content wordt geproduceerd en gedistribueerd radicaal zal veranderen. **Het sterker ondersteunen en verder (internationaal) stimuleren van de Vlaamse audiovisuele sector is van strategisch belang voor de volgende Vlaamse Regering.**

Concreet dient de Vlaamse Regering haar schouders te zetten onder een lange termijn **strategisch beleidsplan voor de audiovisuele sector**, gebaseerd op minstens volgende pijlers: kwaliteit, creativiteit, innovatie, promotie, publiek, internationalisering, talent, inclusie en duurzaamheid. Hierbinnen blijft het VAF het primaire instrument bij uitstek om de audiovisuele sector te ondersteunen.

Dit beleidskader zorgt voor de nodige verbanden en synergiën tussen zowel bestaande, bijgestuurde en nieuwe steunmaatregelen of initiatieven. Om de concurrentie aan te gaan met de grote buitenlandse spelers is immers nood aan een meer strategische high-level aanpak die **duidelijke ambities en doelstellingen** vooropstelt, maar wel de nodige **flexibiliteit** biedt om snel in te spelen op een veranderend landschap en nieuwe opportuniteiten.

Binnen de context van het strategisch beleidsplan sturen we de bestaande instrumenten bij en ontwikkelen we nieuwe beleidsinitiatieven die een antwoord bieden op de noden van de sector en het publiek. Het beleidsplan komt tot stand in samenwerking met o.a. VAF, VRT en vertegenwoordigers van de brede sector. De belangrijkste actoren en instrumenten binnen dit plan zijn, naast het VAF, o.a. VRT, Screen Flanders, Tax Shelter, Flanders Game Hub, Creative Europe, Eurimages en European Audiovisual Observatory.

Deze themapaper heeft inhoudelijke linken met de themapapers [De \(rol van de\) openbare omroep](#) en [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#).

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

Eén audiovisueel beleid, één bevoegde minister, één beheersovereenkomst

- Film onderbrengen onder het beleidsveld media, zodat er één coherent audiovisueel beleid is met één bevoegde minister
- Sterke, eengemaakte en toekomstgerichte beheersovereenkomst VAF 2026-2030



Strategische beleidsvisie


- Ontwikkeling strategische langetermijnvisie audiovisueel beleid
- Ambitieuus vervolgt raject voor visienota gamebeleid Level Up Vlaanderen (vanaf 2026)
- Stimuleren van innovatie en digitale transformatie binnen de audiovisuele sector

Extra investeringen in en aandacht voor de sector

- Een significante en structurele verhoging van de dotatie voor het VAF en een automatische indexering van de beleidsmiddelen voor creatie
- Structureel verankeren van Flanders Game Hub
- Verderzetten van de Vlaamse steun voor (de opvolger van) Eurimages en het pilootprogramma voor de coproductie van series
- Sterker inzetten op toekomstgerichte bewaring, digitalisering en ontsluiting van Vlaams audiovisueel erfgoed

BUDGETTERING

Actie	Huidig jaarlijks budget (in euro)	Voorgesteld jaarlijks budget (in euro)
Vlaams Audiovisueel Fonds	29.613.000	44.000.000
Andere initiatieven (Eurimages Film en Series, EAO, Flanders Game Hub, audiovisueel erfgoed, sectordag en Level Up)	1.865.000	2.480.000
TOTAAL	31.478.000	46.480.000



Titel themapaper

**BEVORDEREN VAN MEDIAWIJSHEID
EN KWALITEITSVOLLE JOURNALISTIEK**

Bijdrage

MEDIA EN CULTUUR**KORTE SITUERING VAN HET THEMA**

In onze gedigitaliseerde en gemediatiseerde maatschappij komt op elk moment een overvloed aan media en informatie op de burger af. Platformen en sociale media worden de belangrijkste toegangspoort tot nieuws en informatie over alle aspecten van de maatschappij. Deze platformen verspreiden echter niet per sé geverifieerde informatie van gevestigde professionele nieuwsmakers. Dit heeft de potentie en reikwijdte van desinformatie enorm vergroot.

OMGEVINGSANALYSE

De voorbije jaren werd **desinformatie** een steeds **pertinenter probleem**. De evoluties gelinkt aan de opkomst van internet en sociale media plaatsen ons voor een nieuwe uitdaging. Daarom is het belangrijk om de aankomende beleidsperiode(s) in te zetten op de **strijd en weerbaarheid** van de burger tegen desinformatie. Desinformatie zorgt voor de uitholling van de waarde van journalistiek en ons pluralistisch media-ecosysteem en heeft ook een negatieve invloed op burgerschap door het onderuithalen van democratie, mensenrechten, sociale cohesie en vertrouwen.

HUIDIG BELEID

In het huidige beleid wordt de strijd aangegaan met desinformatie door 1) het ondersteunen van initiatieven uit de sector (projectoproep desinformatie); 2) het verhogen van nieuwsvaardigheden bij jongeren (Nieuws in de Klas); 3) het inzetten op mediawijsheid van de Vlaamse burger (Mediawijs) en 4) het steunen van kwaliteitsvolle journalistiek (VVJ en Fonds Pascal Decroos).

Ondanks de grote waarde van de huidige initiatieven, zijn er fundamentele pijnpunten die zorgen voor een zwakker beleid. Deze pijnpunten bevinden zich op het vlak van duurzaamheid, stabiliteit en/of transversaliteit van de genomen acties.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES**1. Mediawijsheid**

- Een transversaal actieplan digitale en mediawijsheid met toegekend overheidsbreed budget.
- Decretale verankering van het mediawijsheidsbeleid en het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid (zie themapaper [Een subsidiedecreet voor media-actoren en initiatieven, met aandacht voor opvangen van indexeringen](#))
- Versterken van het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid en het project Nieuws in de Klas.
- Grote rol voor VRT inzake mediawijsheid en desinformatie in samenwerking met Mediawijs (zie fiche 'De (rol van de) openbare omroep').

2. Kwaliteitsvolle journalistiek

- Versterken van het Fonds Pascal Decroos, de Vlaamse Vereniging van Journalisten en het project 'Elektronisch Nieuwsarchief'
- Ondersteunen innovatie in de nieuwsmediasector (zie themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)).
- Ondersteunen van talentontwikkelingstrajecten voor beginnende en freelance journalisten



3. **Steun aan innovatieve initiatieven tegen desinformatie** (zie themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)).

BUDGETTERING

Jaarlijks afgerond 5,8 miljoen euro budget voor het versterken van mediawijsheid en steun aan kwaliteitsvolle journalistiek (29 miljoen euro voor de periode 2025-2029)

Actie	Huidig jaarlijks budget (in euro)	Voorgesteld jaarlijks budget (in euro)
Transversaal actieplan digitale en mediawijsheid	0	1.000.000
Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid	958.000	1.600.000
Nieuws in de Klas	1.000.000	1.250.000
VVJ	433.000	500.000
Journalismfund.eu	510.000	1.000.000
ENA	128.000	145.000
Talentontwikkelingstrajecten	0	300.000
TOTAAL	3.029.000	5.795.000

MEER WETEN

Titel themapaper	EEN SUBSIDIEDECREET VOOR MEDIA-ACTOREN EN INITIATIEVEN, MET AANDACHT VOOR OPVANGEN VAN INDEXERINGEN
Bijdrage	MEDIA

SITUERING VAN HET THEMA EN HUIDIG BELEID

Vanuit mediabeleid worden allerhande werkingssubsidies en projectsubsidies toegekend die ingezet worden ter versterking van het mediabeleid dat inzet op de prioriteiten van de minister bevoegd voor media.

Momenteel kennen alleen de subsidies aan de regionale omroepen voor hun informatieopdracht en de subsidies voor toegankelijkheid van televisieprogramma's een decretale onderbouw in het **mediadecreet**. Daarnaast worden met ingang van 2023 ook organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid gedefinieerd in het **programmadedecreet**, wat meteen ook de decretale basis vormt voor subsidietoekenning aan dit type van organisaties. Ten slotte zijn er nog de subsidiestromen (nominatim en ad hoc) die hun decretale basis vinden in het **uitgavendecreet**.

1. Het is in de eerste plaats voor dit laatste type van subsidiestromen (basis uitgavendecreet) dat er dringend nood is aan een **degelijk uitgewerkt subsidiekader** dat enkel mogelijk is buiten het uitgavendecreet. Maar ook voor de organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid zijn aanpassingen nodig aan de bepalingen van het programmadedecreet en het hierbij horende uitvoeringsbesluit.
2. Verder is het binnen de beschikbare middelen van mediabeleid onmogelijk om de **indexeringsregeling** zoals deze opgenomen staat in de afgesloten meerjarige samenwerkingsovereenkomsten (imec voor het Kenniscentrum Mediawijsheid; Journalismfund.eu; regionale televisieomroeporganisaties en NORTV) zelf te blijven onderhouden. Dergelijke regeling is onhoudbaar op termijn, zet druk op andere ondersteuningsinitiatieven en kan niet gegarandeerd worden omwille van de afhankelijkheid van beschikbare middelen binnen het mediaprogramma. Het Departement Financiën en Begroting (F&B) is enkel geneigd om deze bijstellingen op te vangen mits decretale verankering van deze regelingen in een ander decreet dan het uitgavendecreet en mits deze beslissing tot opvangen van indexering door F&B meegenomen wordt binnen het nieuw af te sluiten regeerakkoord.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

1. Er is nood aan een **mediasubsidiedecreet** dat op basis van uitvoeringsbesluiten de decretale basis vormt voor de toekenning van werkings- en projectsubsidies allerhande die vanuit mediabeleid kunnen worden toegekend.
 - Het inbouwen van een subsidiereglement (of meerdere) voor de toekenning van projectsubsidies die ingaan op een vanuit het mediabeleid gelanceerde oproep.
 - De creatie van een echte decretale basis voor bijdragen aan internationale engagementen en subsidiestromen die een specifiek project ondersteunen en die niet binnen een projectoproep passen (Eurimages, Europees Audiovisueel Observatorium,...).
 - Het overhevelen en aanpassen van de bepalingen van het programmadedecreet (incl. uitvoeringsbesluit) omtrent organisaties met een speciale opdracht.
2. De overheid moet tevens **aangegane engagementen naleven** en de garantie bieden dat deze nageleefd kunnen worden door vooropgestelde **indexeringen** die decretaal verankerd zijn via meerjarige samenwerkingsovereenkomsten te ondervangen bij begrotingsrondes en bijpassingen via F&B (binnen en buiten indexprovisie), zonder dat deze gecompenseerd moeten worden binnen de beschikbare middelen van het beleidsprogramma. Meerjarige engagementen moeten gegarandeerd worden door deze in eerste plaats te respecteren en enkel met gegronde reden hierop in te grijpen.

BUDGETTERING

De toekenning van deze middelen dient te gebeuren binnen de perken van de ingeschreven middelen op de respectievelijke begrotingsartikelen.

Indexeringen van meerjarige werkingssubsidies (begrotingsartikels HBO-1HEI2IC-WT en HBO-1HEI2ID-WT) dienen tot op heden binnen de beschikbare middelen van mediabeleid ondervangen te worden (compensatie via HBO-1HEI2JA-WT) maar dit is **onhoudbaar binnen de beschikbare middelen** van het begrotingsprogramma media. Vandaar ook de vraag om de indexeringsregeling zoals opgenomen in deze decretaal verankerde meerjarige samenwerkingsovereenkomsten via F&B te bufferen én de toekenning hiervan op te nemen in het regeerakkoord.

MEER WETEN

Titel themapaper

**STIMULEREN VAN INNOVATIE EN DIGITALE
TRANSFORMATIE IN DE VLAAMSE MEDIASECTOR
MEDIA**

Bijdrage

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

Het **stimuleren van innovatie en digitale transformatie** in het Vlaamse media-ecosysteem is cruciaal om de productie, vindbaarheid en zichtbaarheid van (kwaliteitsvolle) Vlaamse mediacontent te garanderen. De economische leefbaarheid en technologische weerbaarheid van lokale mediaorganisaties moeten we zo versterken in een zeer competitief globaal medialandschap dat steeds meer gedomineerd wordt door grote techspelers en platformen (zoals Netflix, Google, Meta, Amazon, Disney, TikTok, X, Apple, Spotify). **Naast grote uitdagingen** zorgen nieuwe technologieën en trends zoals AI, XR, real-time 3D, 5G en big data ook voor **ongekende mogelijkheden en opportuniteiten** voor de lokale mediasector, waaronder bijvoorbeeld automatisatie van creatieprocessen, virtuele productie, gepersonaliseerde contentervaringen, immersieve storytelling en grensverleggende visuele effecten.

OMGEVINGSANALYSE

De Vlaamse overheid moet samenwerkingen rond innovatie en digitale transformatie in het lokale media-ecosysteem **structureel stimuleren en ondersteunen** om de mediasector competitief te houden en te laten floreren in een 'globaal' medialandschap. Een sterk media-innovatiebeleid is noodzakelijk om op (middel)lange termijn de nodige investeringen in hoogwaardige Vlaamse content en journalistiek te garanderen en om de diversiteit, pluraliteit en kwaliteit van het nieuws en de Vlaamse mediacultuur te waarborgen. De **komende 5 jaar vormen een unieke en urgente 'window of opportunity'** om de lokale mediasector voor te bereiden op het volgende decennium, waarin de totale convergentie van verschillende krachtige technologieën (zoals generatieve AI, XR en real-time 3D) de manier waarop mediacontent wordt geproduceerd en geconsumeerd radicaal zal veranderen.

HUIDIG BELEID

In het kader van **Vlaamse Veerkracht** werd in april 2021 een budget van 35 miljoen euro vrijgemaakt voor een grootschalig digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector, dat eind 2023 beleidsmatig volledig werd uitgerold. Het merendeel van de projecten lopen eind 2024 af en enkele grotere projecten lopen nog tot ten laatste 2026. Het programma heeft echter **een eenmalig (relance) karakter, waardoor de duurzaamheid en impact van de reeds gedane investeringen beperkt** zijn. Om op (middel)lange termijn de technologische leefbaarheid en economische weerbaarheid blijvend te versterken, moeten de beleidsinspanningen van de voorbije 3 à 4 jaar **verankerd worden** en dient de Vlaamse overheid **structureel en sterk in te zetten op het stimuleren van innovatie en digitale transformatie** binnen de brede Vlaamse mediasector. Hierbij dient beter de koppeling gemaakt te worden met de ambities van het entertainment-luik binnen Flanders Technology & Innovation om Vlaanderen verder internationaal op de kaart te zetten als een hotspot voor media-innovatie en vernieuwende content.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

Om de grote en waardevolle inspanningen van de voorbije jaren te verankeren, moet het mediabeleid **krachtig en structureel inzetten op het stimuleren van innovatie en digitale transformatie binnen de brede Vlaamse mediasector**, door middel van:

1. Een **ambitieuze beleidsvisie inzake media-innovatie en digitale transformatie**, getrokken vanuit de me-



diabevoegdheid en in samenwerking met VLAIO en andere actoren binnen de Vlaamse overheid (FIT, EWI, FTI, Cultuur, Onderwijs, ...) met als belangrijkste doelstellingen:

- het **faciliteren en stimuleren van samenwerking** binnen het lokale mediaecosysteem als leidinggevend criterium te hanteren voor alle beleidsinitiatieven en projecten
 - de ontwikkeling van een **sectorspecifiek beleidsinstrumentarium** binnen het Departement CJM dat op structurele basis zuurstof kan geven aan zowel 'close to market' als meer experimentele media-innovatie en digitale transformatie projecten
2. De **uitrol van een doelgericht programma inzake media-innovatie en digitale transformatie** dat voortbouwt op Vlaamse Veerkracht en concrete acties en beleidsinitiatieven omvat die de nodige stimulansen geven voor een innovatief, duurzaam en kwaliteitsvol media-ecosysteem. Hierbij wordt gefocust op:
- de ontwikkeling en lancering van **projectoproepen** inzake media-innovatie, digitale transformatie en de strijd tegen desinformatie
 - het faciliteren en stimuleren van **grootschalige (samenwerkings-)initiatieven** inzake media-innovatie en digitale transformatie

BUDGETTERING

Het Departement CJM stelt voor om binnen de bevoegdheid Media een totaalbudget van 79 miljoen euro vrij te maken voor media-innovatie gedurende de beleidsperiode 2025-2029. Dit komt neer op een **gemiddeld jaarlijks budget van 15.800.000**. Aangezien de relancemiddelen een éénmalig karakter hebben, is er geen huidig (recurrent) budget.

Actie	Voorgesteld totaalbudget (in euro)
Projectoproepen desinformatie en mediawijsheid	12.500.000
Projectoproepen media-innovatie	40.000.000
Samenwerkingsinitiatieven inzake media-innovatie en digitale transformatie	13.000.000
Begeleiding van start-ups en scale-ups	2.500.000
Steun voor media-innovatienetwerken	2.750.000
Innovatie inzake audiovisueel erfgoed	4.000.000
Reskilling en upskilling trajecten	2.000.000
Personeelskosten, werkingskosten, communicatie, consultancy en externe ondersteuning	2.250.000
TOTAAL beleidsperiode 2025–2029	79.000.000

MEER WETEN

Titel themapaper
Bijdrage

DE (ROL VAN DE) OPENBARE OMROEP MEDIA

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

De openbare omroep is onontbeerlijk in het Vlaamse medialandschap. VRT is merk, motor en katalysator voor omroep in Vlaanderen, zowel op het gebied van audio als audiovisueel. De huidige beheersovereenkomst loopt af op 31/12/2025 en een **nieuwe vijfjaarlijkse beheersovereenkomst** moet opgemaakt worden.

De standpunten in deze paper ondersteunen de VRT in het vervullen van haar maatschappelijke taak. Dit geheel moet leiden tot een beheersovereenkomst die een waardevolle impact inhoudt zowel voor de VRT als voor de burger.

OMGEVINGSANALYSE

De strijd om de aandacht van de mediaconsument zal de komende jaren enkel maar toenemen. De veranderingen in de mediasector worden gestuurd door een economische marktlogica die niet altijd aanleunt bij de kern-taak waarop openbare omroepen gebouwd zijn. Dit zet een enorme **druk op de openbare omroep, maar ook op het beleid** dat vormgeeft aan de werking van de openbare omroep.

HUIDIG BELEID

Vertrekpunten zijn de **5-jaarlijkse beheersovereenkomst en de gemengde financiering van de VRT**, beide op basis van het mediadecreet. De inhoud van de beheersovereenkomst wordt bepaald op basis van de visie van de VRT op haar opdracht, de tendensen en evoluties in de media, de politieke beleidsprioriteiten en de lobby door de maatschappelijke actoren en stakeholders en ten slotte het beleid. Door de verschillende besparingsrondes is de kwaliteit en impact van de maatschappelijke opdracht van de VRT onder druk komen te staan.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

Het departement heeft een tweevoudige rol

- **Betrokkenheid** onder de vorm van
 - **Begeleiden**: projectbegeleiding van het gehele traject omtrent de beheersovereenkomst
 - **Bewaken**: het mee voeren van de onderhandelingen, daarbij gesteund op de expertise van het departement inzake het bewaken van een evenwichtig medialandschap, de maatschappelijke rol van de openbare omroep en de juridische grenzen van de openbare-omroep opdracht.
- **Behartigen**: de inhoudelijke elementen rond jeugd, cultuur en media bewaken en behartigen in de redactie van de ontwerpovereenkomst met de VRT op het gebied van cultuur, jeugd en media, met **VRT**
 - In een **voorbeeldfunctie**
 - als drijvende kracht **partner** voor innovatie, informatie, cultuur en, mediawijsheid
 - als **katalysator** voor audiovisuele Vlaamse content.
 - met speciale focus op jongeren

BUDGETTERING

Om te verzekeren dat de openbare omroep zijn digitale omslag kan maken en zijn functie en maatschappelijke opdracht op een impactvolle manier blijvend kan vervullen is er (opnieuw) **voldoende stabiele financiering** van de VRT nodig. Hiervoor moeten de middelen voor de VRT (25 miljoen euro extra per jaar) ofwel vanuit de overheid (opnieuw) verhoogd worden, ofwel gehaald worden uit alternatieve financieringsbronnen voor de VRT.

MEER WETEN

Titel themapaper
Bijdrage

KENNISONDERBOUWD BELEID OVERKOEPELEND



KORTE SITUERING

Onderbouwde en breed gedeelde kennis vormt de basis voor een performant en gedragen beleid. Een sterke kennisinfrastructuur – een divers geheel aan acties rond monitoring, evaluatie en onderzoek – zorgt voor een beter begrip van de snel opeenvolgende en vaak complexe uitdagingen van vandaag en maakt een effectieve en efficiënte reactie op deze uitdagingen mogelijk. De digitale versnelling waarin onze maatschappij, en in het bijzonder ons werkveld, zich moeten bewegen zorgen dat de nood aan een kwaliteitsvolle en gedegen kennisinfrastructuur alleen maar toeneemt. Een goed onderbouwde en breed gedragen kennisinfrastructuur versterkt niet alleen onze bestuurskracht, het versterkt onze sector en draagt bij tot het vertrouwen van de burger in de overheid.



OMGEVINGSANALYSE

Binnen de beleidsvelden cultuur, jeugd en media werden al diverse waardevolle kennisinitiatieven genomen. Desondanks blijft de nood aan meer en kwaliteitsvollere kennis. Niet alleen zijn er nog belangrijke kennishiaten, ook is de bestaande kennis ontoereikend en vaak nog sterk versplinterd. Bovendien zijn bestaande initiatieven onvoldoende op elkaar afgestemd en slagen ze er te weinig in ontwikkelingen, trends en vooruitzichten in kaart te brengen. Er blijft nood aan solide cijfermateriaal en in de ontsluitings- en analysestrategie moeten we kunnen groeien. Tot slot wordt de opgebouwde kennis onvoldoende ingezet binnen de beleidswerking van de Vlaamse overheid en het brede werkveld van cultuur, jeugd en media. De beschikbare kennisbronnen blijven nog te veel onderbenut bij voorbereiding, implementatie en evaluatie van beleid.

BELEIDSVOORSTEL EN -ACTIES

Het departement investeert in kennisonderbouwd beleid en voert een activerende data- en analysestrategie. We zorgen voor solide cijfermateriaal, inzichten en gedegen onderzoeks- en evaluatiebeleid.

1. Bouw verder aan kwaliteitsvolle kennis, inzichten en vooruitzichten over en binnen beleidsdomeinen en vanuit transversale blik.
2. Breng kennisnoden en -hiaten op regelmatige basis in kaart, zowel vanuit sectorale als transversale blik.
3. Investeer in een ééngemaakte en doelgerichte data- en analysestrategie over de beleidsdomeinen heen zonder hun specificiteit uit het oog te verliezen.
4. Breng de diverse, lopende monitoringstrajecten samen tot één sterk geheel waarin individuele onderdelen elkaar versterken en verrijken en die inzetten op analyse en inzicht.
5. Verrijk monitoring met diepgaande beleidsrelevante onderzoeken en evaluaties.
6. Investeer in een breed, centraal kennisplatform dat kennisdeling tussen overheid en sector stimuleert en bovenstaande acties consolideert.



BUDGETTERING

Actie	Huidig jaarlijks budget (in euro)	Voorgesteld jaarlijks budget (in euro)
Verdere uitbouw kennisbasis	50.000	50.000
Kennisnoden en -hiaten	25.000	50.000
Ééngemaakte data-aanpak	40.000	160.000
Data & analysestrategie	40.000	90.000
Onderzoek en evaluatie	2.010.000	2.010.000
Kennisplatform	0	100.000
TOTAAL	2.165.000	2.460.000

MEER WETEN

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

Het audio- en radiolandschap is in volle beweging in Vlaanderen. Met radio wordt lineaire (live) radio bedoeld zoals bijvoorbeeld via FM, DAB+, digitale televisie en IP/online. Met audio wordt zowel radio bedoeld als audio op aanvraag zoals podcasts, muziekstreaming enz.

Er zijn dus verschillende wijzen om audio te consumeren, zoals het lineair luisteren naar radio via FM, DAB+ en IP/online, maar ook niet-lineair via muziekstreamingdiensten, muziek via videoplatformen en podcasts. Daarnaast zijn er verschillende manieren om radio te verdelen o.m. via de ether (FM en DAB+) en via mobiel breedband (5G,...). FM is nog steeds de belangrijkste techniek om radio uit te zenden via de ether, maar de overgang naar digitale distributiewijzen (DAB+, IP) is ingezet.

Er is m.a.w. sprake van wijzigend luistergedrag en wijzigende distributiewijzen. De Vlaamse Gemeenschap heeft frequentiespectrum via de ether ter beschikking en in gebruik, meer bepaald FM- frequenties en DAB+-frequenties (zgn. 'zuivere omroepfrequenties'). Hierin beweegt Vlaanderen zich in een nationale en internationale context en heeft het rechten op deze 'zuivere omroep'-frequenties.

Wat zal er met FM gebeuren in dat wijzigend landschap? Wenst de overheid nog impact te hebben op hoe het radiolandschap eruitziet of laat ze dat over aan de markt bij de verdeling van de etherfrequenties? Wat is de invloed van 5G en opvolgers als mogelijke nieuwe distributievorm voor (bestaande en nieuwe) mediadiensten en wat met het bijhorende frequentiespectrum?

Frequenties zijn een schaars goed en dienen door de Vlaamse overheid goed beheerd te worden. In het kader van de bredere problematiek van de staatsvorming en bevoegdheidsverdeling dient de Vlaamse overheid mogelijk ook in te zetten op meer bevoegdheden m.b.t. het frequentiespectrum.

OMGEVINGSANALYSE EN HUIDIG BELEID

HUIDIGE STAND VAN ZAKEN FM IN VLAANDEREN

Soorten en aantal radio-omroeporganisaties

Het decreet van 27 maart 2009 betreffende de radio-omroep en televisie (hierna Mediadecreet) vermeldt voor de particuliere lineaire radio-omroeporganisaties o.m. de **landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties**. Op dit ogenblik zijn er in Vlaanderen drie landelijke radio-omroeporganisaties, drie netwerkradio-omroeporganisaties en een 126-tal lokale radio-omroeporganisaties erkend op de FM-band. Voor de lokale radio-omroeporganisaties is er de theoretische mogelijkheid tot erkenning van 132 radio-omroeporganisaties. Na intrekking van de erkenning van een aantal ervan door de VRM zijn er dd. 15 april 2024 nog 126 erkend.

Zowel de landelijke als de netwerkradio-omroeporganisaties moeten de omroepprogramma's waarvoor zij een erkenning kregen ook via DAB+ (laten) uitzenden.

Naast de particuliere radio-omroeporganisaties zoals hierboven geschetst, **heeft de openbare omroep VRT vijf netten** in dienst op de FM-band.

De omroepprogramma's van bovengenoemde radio-omroeporganisaties kunnen daarnaast ook worden doorgegeven via kabelomroepnetwerken, etheromroepnetwerken, satelliet-omroepnetwerken of via het internet.

Tevens vermeldt het Mediadecreet ook '**andere radio-omroeporganisaties**' als lineaire radio-omroeporganisaties. Typisch voorbeeld hiervan zijn internetradio's.

Erkenningsdata radio-omroeporganisaties

In de regeerperiode 2019-2024 erkende de Vlaamse minister, bevoegd voor de media (namens de Vlaamse Regering) de **landelijke radio-omroepprogramma's** voor vijf jaar op de **FM-band** met ingangsdatum 1 januari 2023.



Deze **erkenningen lopen tot 31 december 2027**, maar **kunnen verlengd worden** met maximaal 3 jaar. De einddatum van de erkenningen van de landelijke radio-omroeporganisaties op de FM-band kan dus verlengd worden tot maximaal 31/12/2030. De beslissing over al dan niet verlengen door de minister en de duur van de verlenging zal volgens het Mediadecreet gemotiveerd worden op basis van het moment van afschakeling van de FM-uitzendingen. Het Mediadecreet bepaalt dat de uitzendingen van de landelijke radio-omroeporganisaties op de FM-band zullen worden stopgezet en dat de Vlaamse Regering de **datum van afschakeling** van deze FM-uitzendingen en tevens de modaliteiten daarvan zal bepalen (artikel 133 §1, vijfde en zesde lid van het Mediadecreet). Meer specifiek bepaalt het Mediadecreet: 'Die datum is **afhankelijk van een tweejaarlijks monitoringsrapport** waarin de evolutie van de groei van het totale digitale radio luisteren, de DAB+-progressie en de resultaten van sector gedragen overleg worden nagegaan.' (cfr. punt metingen digitaal radioluisteren).

In de memorie van toelichting staat dat bij het bereiken van 50% digitaal luisteren de Vlaamse Regering de datum van afschakeling "kan" vaststellen en dat de afschakeling zelf niet langer dan twee jaar na die beslissing mag plaatsvinden.

De **erkenningen op de FM-band van de drie netwerkradio-omroeporganisaties lopen tot 31 december 2026**.

De erkenningen van de lokale radio-omroeporganisaties die ingingen in de periode tussen 1 januari 2018 en 31 december 2019 werden verleend voor negen jaar en lopen tot minimaal 31 december 2026 en maximaal 31 december 2028. Erkenningen op de FM-band, toegekend na deze datum, vervallen op deze laatste datum. Het **grootste deel van de lokale radio-omroeporganisaties hebben 31 december 2026 als einddatum van hun erkenning**. Van een aantal lokale radio-omroeporganisaties ligt de einddatum van hun erkenning ergens in 2027 of 2028. In 2022 werden twee lokale radio-omroeporganisaties erkend op de FM-band waarvan de erkenningen als einddatum 20 oktober 2031 hebben.

Voor de FM-uitzendingen van de VRT is er nog geen einddatum gepland (zie ook hierna).

HUIDIGE STAND VAN ZAKEN DAB+ IN VLAANDEREN

Voor DAB+ zijn er momenteel **drie multiplexen** beschikbaar voor de bediening van heel Vlaanderen, nl. op de **frequentieblokken 12A, 11A en 5A/5D**. Via een multiplex wordt een boeket aan radio-omroepprogramma's uitgezonden via één of, in het geval van 5A/5D, meerdere DAB+-frequenties.

Frequentieblok **12A** werd door de Vlaamse Regering voor onbepaalde duur toegekend aan de VRT. Het netwerk van 12A wordt uitgebaat door Broadcast Partners.

Voor de overige DAB+-frequentieblokken werden frequentiegebruiksrechten toegekend aan een aanbieder van een radio-omroepnetwerk:

- **11A** werd door de VRM op 22 juni 2009 toegewezen aan operator Norkring voor een termijn van 15 jaar. Deze licentie van Norkring loopt af op 21 juni 2024. Op 6 november 2023 publiceerde de Vlaamse Regering in het Belgisch Staatsblad een oproep tot het indienen van kandidaturen voor een derde vergelijkend onderzoek tot de toekenning van een licentie voor het aanbieden van een radio-omroepnetwerk via 11A. Op 11 maart 2024 kende de VRM een nieuwe licentie voor 11A toe aan On Tower Netherlands 3 bv (Broadcast Partners) voor de periode van 22 juni 2024 tot 31 december 2027.
- **5A/5D** werden op 22 oktober 2018 door de VRM toegewezen aan operator Norkring voor een termijn van 15 jaar en deze licentie komt te vervallen op 21 oktober 2033.

Momenteel worden er een 13-tal omroepprogramma's uitgezonden op de multiplex 11A, een 8-tal op de multiplex 5A/5D en 14 op multiplex 12A. Dit is met inbegrip van de radio-omroepprogramma's van de landelijke en netwerk radio-omroeporganisaties die hun (FM) omroepprogramma's ook doorgeven via DAB+ zoals bepaald in het Mediadecreet (cf. supra).

Daarnaast is **kanaal 10** (oorspronkelijk bestemd voor digitale televisie via de ether, t.t.z. DVB-T) niet meer toegekend aan een operator. De **doelstelling is om dit kanaal op te splitsen** in 10A, 10B, 10C en 10D en in te zetten voor een (toekomstig) bovenlokaal DAB+-plan voor de lokale radio-omroep. De internationale onderhandelingen om dit mogelijk te maken, bevinden zich in een finaal stadium. Allicht kunnen naast de frequentieblokken 10A/B/C/D nog enkele bijkomende frequenties voor Vlaanderen voor bovenlokale DAB+ verworven worden. Ook kan men de piste van een eventuele wissel 5A/5D met bv. 10A verder onderzoeken.

De frequenties 10A, 10B, 10C en 10D worden **tijdelijk gebruikt voor lokale DAB+-proefprojecten** (één project per deel van een Vlaamse provincie met inbegrip van Brussel) en dit tot eind januari 2026.

HUIDIGE STAND VAN ZAKEN IP-RADIOLANDSCHAP

Zoals eerder aangegeven vermeldt het Mediadecreet ook '**andere radio-omroeporganisaties**'. Het gaat hier o.m. over radio-omroeporganisaties die hun omroepprogramma (enkel) verdelen via het internet (of satelliet) en hiervoor een kennisgeving dienen te doen bij de VRM. Het aantal '**andere omroeporganisaties**' **wijzig echter regelmatig**. Daarom is het moeilijk om hiervan een globaal overzicht te geven.

Veel radio-omroepprogramma's kunnen online via het internet beluisterd worden, zoals via de website, een app of radioportalen.

METINGEN DIGITAAL RADIOLUISTEREN IN VLAANDEREN

Om de Vlaamse overheid inzicht te bieden in de evolutie van de groei van het digitaal radioluisteren tijdens de transitie van analoog naar digitaal luisteren in Vlaanderen worden **om de twee jaar metingen** uitgevoerd.

Hierbij worden verschillende zaken gemeten:

- bekendheid/attitude m.b.t. digitale radio;
- aankoopintentie DAB+-toestellen;
- digitaal luistergedrag (frequentie en volume, platformen en distributiewijzen, luisterplaats)
- bekendheid van diverse promocampagnes voor digitaal luisteren

Tot op heden voerde IPSOS vijf metingen uit: een nulmeting in 2018, metingen in 2019, 2021 en 2023 (in opdracht van/betaald door de overheid) en een meting in 2020 (in opdracht van/betaald door de CVBA Digitale Radio Vlaanderen). **Uit de meting in 2023 volgde dat 49% van het luistervolume digitaal is** (t.o.v. 41% in 2021), 30% via DAB+ luistert (t.o.v. 19% in 2021) en dat het luistervolume in wagens 48% bedraagt (t.o.v. 34% in 2021).

Conform het Mediadecreet is een volgende meting gepland in 2025.

ERKENNINGEN VERVALLEN

Tijdens de regeerperiode 2024-2029 vervallen de erkenningen van de netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties die uitzenden via de FM-band. Maar mogelijk ook deze van de landelijke radio-omroeporganisaties, afhankelijk van de potentiële afschaffing van de FM-uitzendingen.

Voor DAB+ vervalt de licentie van operator Norkring voor frequentieblok 11A op 21 juni 2024 en de licentie voor de nieuwe aanbieder van een radio-omroepnetwerk, On Tower Netherlands 3 bv, in 11A vervalt op 31 december 2027.

BOVENLOKALE DAB+

Bepaalde lokale radio-omroeporganisaties die actief zijn op de FM-band kunnen hun omroepprogramma's uitzenden via DAB+ in het kader van de **DAB+-proefprojecten**, die een beperkte duurtijd hebben. Momenteel bestaat er geen DAB+-frequentieplan voor (boven)lokale DAB+. Er lopen onderhandelingen met de buurlanden (en de andere gemeenschappen) over wederzijdse DAB+-rechten. Dit opent perspectieven om een Vlaams DAB+-plan op te stellen voor bovenlokale DAB+. Deze onderhandelingen bevinden zich in een finaal stadium. Een **bevraging van de (lokale) radiosector** over de mogelijke opties voor een bovenlokaal DAB+-frequentieplan in de regeerperiode 2024-2029 lijkt **aangewezen**.

RADIOSTUDIE

In 2023 schreef het Departement CJM een 'radiostudie' uit die **scenario's en beleidsaanbevelingen** formuleert voor:

- de **transitie van analoge radio via FM naar digitale radio via DAB+ of andere distributiewijzen** en indien nodig voor aanpassingen aan de Vlaamse regelgeving tijdens deze overgangperiode;
- een **potentiële afschakeldatum** voor FM of potentiële afschakeldatum en bijhorende aanpak;
- 'de **volledig digitale radiotoekomst**' met voorstellen voor het aanpassen van de Vlaamse regelgeving over radio.

Deze opdracht werd toegekend aan een consortium van BrightWolves en de onderzoeksgroep imec-mict-UGent. Dit resulteerde in een rapport 'Radiostudie over de transitie van analoge radio naar digitale radio en over de toekomstige DAB+/digital only omgeving'. Het rapport van de onderzoekers gaat dieper in op:

- verschillende trends in het Vlaams audiolandschap zoals verschuivingen in het luisteren, de distributie en het businessmodel;
- factoren die de transitie naar DAB+ en IP bepalen in Vlaanderen;
- een voorspelling van het digitaal luistervolume voor de periode 2023-2033;
- een (beperkte) benchmark met de buurlanden en met Noorwegen en Zwitserland;
- hefboomen voor een versnelde digitale transitie;
- **verschillende afschakelniveaus** voor een potentiële FM-afschakeling zoals:
 - niveau 0: geen versnelde afschakeling;
 - niveau 1: de openbare omroep schakelt eerst af;
 - niveau 2: openbare, landelijke en netwerkradio-omroeporganisaties schakelen gelijktijdig versneld af, lokale radio-omroeporganisaties mogelijk pas later;

- niveau 3: alle radio-omroeporganisaties schakelen gelijktijdig versneld af;
- niveau 4: alle omroeporganisaties schakelen gelijktijdig af met de buurgebieden.

Voor elk van de versnelde afschakelniveaus (niveaus 1 tot 3) stellen de onderzoekers minimale **afschakelcriteria** voor: een percentage voor het digitaal luistervolume, een percentage van het Vlaamse wagenpark met DAB+-ontvanger en het aantal FM-only luisteraars. Aan deze afschakelcriteria moet cumulatief voldaan zijn vooraleer een afschakeldatum overwogen kan worden. Die 'versnelde' afschakeldatum kan pas plaatsvinden twee tot vier jaar nadat aan de bovenvermelde afschakelcriteria cumulatief voldaan is. Voor de 'versnelde' afschakelniveaus (van 1 tot 3) beschrijven de onderzoekers de ingeschatte impact op de Vlaamse radioreclamemarkt. Ook verschillende impacten op de stakeholdergroepen komen voor in het rapport.

- krijtlijnen voor een toekomstig digitaal radiolandschap.

Het rapport leidt tot een aantal **beleidsaanbevelingen voor een digitaal radiolandschap**.

AFSCHAKELING FM: STAND VAN ZAKEN BUURLANDEN EN ANDERE GEMEENSCHAPPEN

Noch de buurlanden, noch de andere gemeenschappen hebben momenteel officiële afschakeldata voor FM voor ogen. In Noorwegen werd FM voor landelijke omroepen afgeschakeld in 2017, bepaalde lokale radio's kunnen er nog blijven uitzenden op FM tot 2031. In Zwitserland is de huidige vooropgestelde afschakeldatum voor FM 2026 (oorspronkelijk 2024, maar deze datum werd ondertussen gewijzigd). Belangrijk is op te merken dat in deze twee landen de FM-afschakeling gedreven was/is door de sector en dat de overheid hierbij faciliterend optreedt. Een groot aantal licenties voor FM in Nederland werden onlangs verlengd tot 2035.

Indien Vlaanderen eenzijdig beslist om de FM-band geheel of gedeeltelijk af te schakelen dan komt het ganse of een deel van het FM-frequentiespectrum vrij in de Vlaamse Gemeenschap. Buiten- en binnenlandse FM-zenders kunnen dan dieper Vlaanderen binnendringen wegens afwezigheid van storingen veroorzaakt door Vlaamse FM-zenders. Ook zullen dan in Brussel nog enkel Franstalige zenders op FM te beluisteren zijn. Buurlanden en de andere gemeenschappen kunnen gebruik maken van de Vlaamse afschakeling om hun FM-frequentiespectrum te optimaliseren.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

1. Eind 2026 vervallen een groot aantal FM-erkenningen van de lokale radio-omroepen en de FM-erkenningen van de drie netwerkradio-omroeporganisaties. Na een eventuele verlenging (uit noodzaak wegens timings-issues) van de betrokken FM-erkenningen dient een **nieuwe erkenningsronde** te worden georganiseerd in de regeerperiode 2024-2029 voor deze radio-omroeporganisaties.
2. Tot op heden worden de frequentieblokken voor DAB+ die deel uitmaken van het Vlaams frequentieplan via een *beauty contest* toegewezen aan een aanbieder van een etheromroepnetwerk. Dit is het '**operatormodel**' waarbij de VRM de aanbieder van een etheromroepnetwerk een licentie geeft voor een bepaalde duur.
3. Naast het bovenvermelde operatormodel bestaat er tevens een '**omroepmodel**' waarbij de Vlaamse Regering via erkenningen de frequentiegebruiksrechten toe kent via een *beauty contest* aan radio-omroeporganisaties. Deze radio-omroeporganisaties kunnen dan uitzenden in DAB+ op een bepaalde DAB+-multiplex. De radio-omroeporganisaties zullen dan in onderling overleg en in samenwerking zelf een operator moeten kiezen om uit te zenden via de betrokken multiplex.
4. Voor de invoering van het voorgestelde omroepmodel voor DAB+ moet de Vlaamse regelgeving worden aangepast. De retroplanning maakt dat de startdatum voor het proces van de aanpassing van de regelgeving hiervoor begin 2025 is. Op die manier kan in 2027 een *beauty contest* georganiseerd worden voor radio-omroeporganisaties op multiplex 11A. Ook voor bovenlokale DAB+ kan de Vlaamse Gemeenschap dit omroepmodel invoeren. Het wordt reeds gebruikt voor de proefprojecten.
5. Tot op heden is er **nog geen Vlaams frequentieplan voor (bovenlokale) DAB+**. Voor bovenlokale DAB+ zijn er in Vlaanderen in principe verschillende opties mogelijk, die duidelijk zullen worden na het afronden van de onderhandelingen met de buurlanden en de andere gemeenschappen. Na vastlegging van een frequentieplan en de ontwikkeling van de relevante regelgeving kan de Vlaamse overheid in de regeerperiode 2024-2029 een *beauty contest* organiseren voor de DAB+-erkenningen van (boven)lokale radio-omroeporganisaties.
6. **Blijvende monitoring van het digitaal radioluisteren** in Vlaanderen in het licht van een potentiële FM afschakeling. Zoals beschreven zijn er, conform het Mediadecreet, tweejaarlijkse metingen om inzicht te krijgen in de groei van het digitaal radioluisteren in Vlaanderen. De volgende meting is gepland in 2025.

Het voorstel is om vanaf 2027 over te gaan naar jaarlijkse metingen. Hierbij dient zeker een monitoring te gebeuren van het digitaal luistervolume, het aantal wagens uitgerust met een DAB+-ontvanger en het aantal FM-only luisteraars, omdat deze parameters een rol kunnen spelen bij de bepaling van een potentiële afschakeldatum voor FM of een deel van FM.

7. Nagaan of een potentiële (gedeeltelijke) FM-afschakeling haalbaar is en op welke termijn, rekening houdende met o.m.:
 - een sectorgedragen plan van aanpak;
 - de bepaling van de voorwaarden en cijfers(percentages) vooraleer een potentiële afschakeldatum voor FM vastgelegd kan worden;
 - de afschakelplannen van de andere gemeenschappen en de buurlanden;
 - een visie op een toekomstig gebruik van de FM-band.

Titel themapaper

**KWALITEITSVOLLE VLAAMSE
AUDIOVISUELE CONTENT**

Bijdrage

MEDIA EN CULTUUR

KORTE SITUERING VAN HET THEMA EN OMGEVINGSANALYSE

EEN SECTOR OM TROTS OP TE ZIJN

De Vlaamse audiovisuele sector bruist van talent. Voor een kleine regio als Vlaanderen beschikken we over een sterk geprofessionaliseerde poule van makers, casts en crews die erin slagen om unieke verhalen te vertalen naar kwaliteitsvolle fictie. De Vlaamse films, series en games staan steeds meer bekend als **een 'sterk merk' met internationale uitstraling**. Zo vielen de afgelopen jaren *Close* en *De Acht Bergen* in de prijzen (Cannes, Oscar-nominatie, David Di Donatello,...), waren er lokale successen met *Onze Natuur, 1985, WIL* en *Zillion*, werden *Twee Zomers* en *Rough Diamonds* internationaal veel bekeken en haalden we de top beste (VR) games met *Breachers* en *Baldur's Gate 3*.

EEN ECOSYSTEEM WAARIN ELKE SCHAKEL TELT

De audiovisuele sector in Vlaanderen is **een dynamisch en divers ecosysteem**, dat bestaat uit verschillende soorten spelers, zoals zenders, producenten, game-ontwikkelaars, audiomakers, distributeurs, facilitaire bedrijven, digitale ondernemingen en andere dienstverleners. De sector wordt gekenmerkt door een hoge mate van creativiteit, innovatie en kwaliteit, maar wordt ook geconfronteerd met een aantal grote uitdagingen en bedreigingen. Ter versterking van het audiovisuele ecosysteem bestaan er verschillende financieringsbronnen en steunmaatregelen, verspreid over het Europees, federaal en regionaal niveau. De financiële middelen zijn echter beperkt vergeleken met het aantal producenten dat aanspraak doet op de steunfondsen, waardoor het selectieproces een belangrijke rol speelt voor het toekennen van de subsidies. Doorgaans worden de subsidies verdeeld a.d.h.v. een selectief of automatisch proces. Beide benaderen het audiovisueel product vanuit een verschillend perspectief. Het selectief proces betekent een kwaliteitsoordeel over het product. Met behulp van een onpartijdige commissie worden de aanvragen a.d.h.v. criteria geselecteerd waardoor ook artistieke projecten met beperkte commerciële doeleinden kans maken. Automatische subsidiëring bekijkt de sector door een economische lens gebaseerd op objectieve criteria waaraan de producent moet voldoen. Een Vlaamse producent kan o.a. beroep doen op het selectieve subsidiesysteem van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF), het economisch fonds Screen Flanders en de federale Tax Shelter. Daarnaast is er een constante instroom van jong creatief talent die ook aanspraak willen maken op de beperkte ondersteuningsmiddelen.

GROEIEN OF DOOBBLOEDEN

De **professionaliseringsgolf** die de afgelopen jaren door een performant audiovisueel beleid, diverse onderwijsmogelijkheden en een interessant investeringsklimaat werd aangewakkerd in Vlaanderen **dreigt stil te vallen** als er geen bijkomende (financiële) impulsen worden gegeven. Veel onafhankelijke productiehuizen hebben het moeilijk om het hoofd boven water te houden. Het 'gouden' tijdperk waarin de globale streamingplatformen in hun grote concurrentiestrijd enorme bedragen investeerden in niet-Engelstalige (lokale) content is stilaan voorbij. De investeringen vanuit grote streamingplatformen en (lokale) omroepen zijn bovendien sterk afgekoeld, waardoor de sector opnieuw meer moet steunen op de publieke middelen. **Stagnerende financiering, beperkte investeringen, het gebrek aan indexering van de subsidies en stijgende kosten** (o.a. lonen, transport, energie, ...) maken dat er steeds minder kan gedaan worden met hetzelfde productiebudget. De sector trok in februari 2024 dan ook aan de alarmbel:



“Vlaams talent zal wegwijnen door nakende faillissementen of overnames door buitenlandse conglomeraten. Het lef, de creativiteit en de visie die ons zo eigen zijn, zullen wegvloeien. De internationale renomme, het prestige dat we hebben opgebouwd, zal verdwijnen. Er moet nu meer geld komen. Anders zal Vlaanderen geen ‘State of the Art’ blijven.”

Een meerjarenvisie met een ambitieuze financiering dringt zich op om zowel lokaal als internationaal sterk te blijven. Belgen staan in het buitenland bekend als mensen die met weinig middelen kwaliteit kunnen leveren, maar **de bodem lijkt stilaan bereikt**. Er is geen efficiëntiewinst meer te maken. De stijgende druk op de beschikbare financiële middelen dreigt de groei van de afgelopen jaren teniet te doen als er geen structurele investeringen komen. Dergelijke investeringen dragen niet alleen cultureel, maar ook economisch bij aan onze maatschappij. Voor iedere euro die de Vlaamse overheid ter beschikking stelt aan de audiovisuele sector berekende het VAF dat er een terugverdieneffect is van minstens 5 euro. Bovendien trekken onze producenten via coproductiestrategieën investeringen uit het buitenland aan. Internationale producties die zich in Vlaanderen vestigen, bieden extra jobs en kansen voor acteurs, technici, DOP's en regisseurs en dragen zo bij aan de Vlaamse economie.

INTERNATIONALE CONCURRENTIE, EEN VERHAAL VAN DAVID TEGEN GOLIATH

De bovengeschetste situatie in Vlaanderen moet ook bekeken worden binnen de bredere Europese context. Niet alleen Vlaanderen, maar de hele Europese audiovisuele sector staat onder **druk door de opkomst van globale streamingdiensten**, zoals Netflix, Amazon Prime Video en Disney+, die profiteren van schaalgrootheid en enorme budgetten. Deze diensten hebben een grote impact op de productie, distributie en consumptie van audiovisuele content in Europa en Vlaanderen. Ze bieden enerzijds nieuwe kansen voor niet-Engelstalige producties, samenwerking, financiering en zichtbaarheid voor de Vlaamse audiovisuele sector, maar anderzijds ook nieuwe concurrentie, regulering en afhankelijkheid. De Europese markt is erg gefragmenteerd door de verschillende talen en culturen, waardoor het moeilijk is om een rendabel financieringsmodel te ontwikkelen voor audiovisuele content. Dit geldt vooral voor kleine ecosystemen zoals Vlaanderen, die een beperkte afzetmarkt hebben en sterk afhankelijk zijn van publieke middelen. **Publieke financiering en investeringen van publieke omroepen in lokale, kwaliteitsvolle content zijn daarom van cruciaal belang voor een gezonde audiovisuele sector.** Daarnaast kunnen coproducties en cofinanciering met buitenlandse partners de schaalbaarheid en kwaliteit van audiovisuele producties verhogen. Globale streamingdiensten bieden ook kansen voor de export en exploitatie van Vlaamse content, maar het blijft een uitdaging voor lokale content om zich te onderscheiden in het overvloedige, algoritmisch gestuurde aanbod. Hoewel SVOD-diensten zowel bondgenoten als bedreigingen kunnen zijn voor Europese spelers, is de impact op het businessmodel van spelers voor kleine markten als Vlaanderen veel groter dan de potentiële opbrengsten uit investeringen.

DE GAMESECTOR, BIJ UITSTEK INTERNATIONAAL

Waar de Vlaamse audiovisuele sector nog sterk lokaal verankerd is, **situeert de Vlaamse gamesector zich uitsluitend in een globale context** die gekenmerkt wordt door een **hypercompetitieve markt** die nog steeds aan een opmars bezig is. De wereldwijde omzet van de gamesector bedroeg 184 miljard dollar in 2023 en zal verder stijgen naar 205,4 miljard dollar in 2026. Het aantal gamers wereldwijd groeide van 2,5 miljard in 2019 naar 3,38 miljard in 2023.¹ Miljardenovernames komen steeds vaker voor en leiden tot verticale en horizontale integratie. Ook grote technologiebedrijven zoals Netflix, Amazon, Meta, Google en Microsoft zetten de voorbije jaren steeds sterker in op games en gametechnologie. Toch kan de Vlaamse gamesector niet ten volle op deze golf meesurfen: daarvoor zijn de lokale productie- en marketingbudgetten nog te klein, de interesse van private investeerders te beperkt of de lokroep van een job bij een ervaren buitenlandse gamestudio te aantrekkelijk. Bovendien is het uitbouwen van een sterk lokaal game-ecosysteem (o.a. door het aanbieden van substantiële subsidies) steeds vaker **een economische en culturele prioriteit** binnen Europese lidstaten en regio's. Vlaanderen heeft de laatste 6 jaar reeds goede stappen gezet met het Actieplan Gaming (2018-2021) en de Visienota Level Up (2022-2025). Het VAF/Gamefonds werd vanaf 2022 verder uitgebouwd en in 2023 werd de Flanders Game Hub gelanceerd om de nodige begeleiding te geven aan start-ups en scale-ups. De sector is erkentelijk voor de steun van de overheid, maar geeft aan dat **een significante versterking van het Vlaams gamebeleid nodig is** om de door het beleid vooropgezette ambitie waar te maken om tegen 2030 de Vlaamse gamesector structureel aansluiting te laten vinden bij de Europese (sub)top.

1 Cijfers inzake omzet en aantal gamers afkomstig van Newzoo.

HUIDIG EN RECENT BELEID

UNIEKE KANSEN DANKZIJ HET RELANCEPLAN

De Vlaamse Regering maakte in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht in 2021 en 2022 in totaal 20 miljoen **bijkomende financiering** vrij voor het VAF/Filmfonds, het VAF/Mediafonds en het VAF/Gamefonds om tegemoet te komen aan de korte- en lange termijngevolgen van de COVID-19-maatregelen voor de productie, distributie en exploitatie van audiovisuele content. Voor het VAF/Filmfonds betekende dit in 2021 en 2022 een tijdelijke verhoging van 5 miljoen euro op het basisbudget van 18 miljoen euro. Het budget voor het VAF/Mediafonds steeg met 5 miljoen, t.o.v. het basisbudget van 8 miljoen. Het VAF/Gamefonds zag haar dotatie in die jaren met 800.000 euro stijgen, t.o.v. een basisbudget van 2,3 miljoen euro. Met dat geld heeft het fonds meer audiovisuele creaties kunnen ondersteunen, voornamelijk in de categorieën scenario-, ontwikkelings- en productiesteun. Dit resulteerde in **een enorm succesvol 2022**, waarin verschillende Vlaamse producties in internationale prijzen vielen en er een groot bioscoopbezoek was voor de Vlaamse film. Ook in 2023 zien we het effect van de relancemiddelen met heel wat Vlaamse releases en nominaties. Vanaf 2023 is de dotatie voor de drie fondsen echter terugggevallen op de basisdotaties, wat **de groei die mogelijk was in 2021 en 2022 heeft geremd**. Nochtans zijn **de financieringsnoden nog steeds aanzienlijk**, o.m. door stijgende productiekosten, hogere kwaliteitsnormen, grotere concurrentie en stijgende loonkosten.

HUIDIG BUDGETTAIR KADER

Via de beheersovereenkomsten 2022–2025 met het VAF/Filmfonds, VAF/Mediafonds en VAF/Gamefonds werden volgende bedragen toegekend voor **het jaar 2024** (geen rekening houdend met de indexatie van de loonkost).

Budgetlijn	VAF/Filmfonds	VAF/Mediafonds	VAF/Gamefonds
Creatie	11.750.000	5.867.000 ²	1.700.000 ³
Publiekswerking	4.764.000		75.000
Promotie en communicatie	825.000	225.000	400.000
Talentontwikkeling	510.000	165.000	100.000
Screen Flanders	45.000		
Beroepsorganisaties	90.000	60.000	26.000
Extra initiatieven			100.000
Werkingsmiddelen	1.892.000	699.000	320.000
TOTAAL	19.876.000	7.016.000	2.721.000

Naast het budget voor het VAF maakte het departement in 2024 ook nog onderstaande (jaarlijkse) middelen vrij voor **andere initiatieven binnen het audiovisueel beleid**.

2 Incl. Creatiemiddelen voor podcasts

3 Waarvan 169.000 euro vanuit Departement Onderwijs en Vorming voor educatieve games

Andere initiatieven	Jaarlijks budget / euro
Eurimages Film	955.000
Eurimages Series (pilotprogramma)	350.000
Sectordag VAF / CJM	10.000
Europees Audiovisueel Observatorium	25.000
Flanders Game Hub ⁴	500.000
Level Up Vlaanderen (werkingsmiddelen)	25.000
TOTAAL	1.865.000

DE STIMULERINGSREGELING, IMPULSEN VANUIT HET ECOSYSTEEM

In 2025 wordt een nieuwe regeling van kracht voor de stimulering van de audiovisuele sector doordat dienstenverdelers, niet-lineaire omroepdiensten en videoplatformdiensten een verhoogde **financiële bijdrage moeten leveren aan de productie van audiovisuele werken**. De impact van deze nieuwe stimuleringsregeling zal jaarlijks gemonitord worden. Het is immers essentieel dat er permanent nagegaan wordt wat de concrete financiële impact is van de nieuwe stimuleringsregeling op de sector. Het is onder meer de doelstelling van de versterkte stimuleringsregeling om meer middelen voor de productie van lokale content en de Vlaamse audiovisuele sector te genereren. Er moet daarbij sprake zijn van **een substantiële verhoging van de middelen, zowel voor de onafhankelijke als de afhankelijke producenten**. Mocht blijken dat deze doelstelling niet gerealiseerd wordt, dan moet de regeling worden bijgesteld.

In het derde jaar na de inwerkingtreding van de nieuwe regeling moet de Vlaamse Regering deze evalueren. Deze **evaluatie** zal minstens betrekking hebben op de heffingsgrond en te betalen bijdrage door dienstenverdelers, in functie van de evolutie van het aantal ‘cord cutters’ in Vlaanderen, en op de rechtenverdeling en verdienmodellen (*windows*) van de betrokken spelers. Daarnaast zal bekeken worden wat de impact is op de hoogte van de investeringen, de aard van de producent die betrokken wordt en de participatiegraad van de rechtstreekse financiële bijdrage in het productiebudget van het productieproject. Tot slot wordt de eventuele impact op de (stijging van) productiebudgetten opgenomen in de evaluatie. Indien passend, zal de evaluatie vergezeld gaan van voorstellen tot herziening van de stimuleringsregeling.

DE VLAAMSE AUDIOVISUELE SECTOR ALS CULTUUR-ECONOMISCH SPEERPUNT

De Vlaamse audiovisuele sector neemt **een cruciale positie** in binnen ons lokaal media- en cultuurlandschap en is **een internationaal uithangbord voor lokaal talent**. Het diverse aanbod aan kwaliteitsvolle audiovisuele content in al zijn vormen (films, series, games en podcasts) is een groot onderdeel van de (gedeelde) Vlaamse cultuur die mensen met elkaar verbindt over gemeenschappen heen. Daarnaast zijn Vlaamse films, series en games niet enkel lokaal enorm populair, maar worden deze over de hele wereld gemaakt.

De audiovisuele markt wordt in grote mate gedomineerd door Engelstalige blockbusters (films, series en games) en grote streamingplatformen. De Vlaamse audiovisuele sector kan in dat zeer competitief globaal kader terugvallen op enkele unieke eigenschappen: uitgebreide opleidingsmogelijkheden, opkomend talent, diverse steunmaatregelen, creatieve productiehuizen met internationale uitstraling, **een Vlaamse eigenheid die wereldwijd gemaakt wordt** en **een kwalitatief, geïntegreerd audiovisueel fonds** dat begeleiding kan bieden van idee tot vertoning. Deze troeven staan echter de laatste jaren enorm onder druk: investeringen van grote spelers (streamingplatformen en omroepen) zijn afgekoeld en door inflatie en oplopende productiekosten zijn publieke middelen ontoereikend. De komende 5 jaar vormen **een unieke en urgente ‘window of opportunity’** om de Vlaamse audiovisuele sector stevig te versterken in aanloop naar het volgende decennium, waarin de to-

4 Dit initiatief wordt ondersteund vanuit Vlaamse Veerkracht tot en met 2026. Voor de verderzetting van dit initiatief zijn nieuwe structurele middelen nodig.

tale convergentie van verschillende krachtige technologieën (zoals generatieve AI, XR en real-time 3D) **de manier waarop audiovisuele content wordt geproduceerd en gedistribueerd radicaal zal veranderen**. Bovendien is, onder invloed van internationale streamingplatformen, het bekijken van niet-Engelstalige producties in de originele taal genormaliseerd. Deze ontwikkeling, samen met de Europese verplichting dat 30% van de catalogus moet bestaan uit Europese werken, creëert **een unieke kans voor kwaliteitsvolle Vlaamse content op de internationale markt**.

Om het grote belang van kwaliteitsvolle Vlaamse content zowel lokaal als internationaal te waarborgen en te versterken moet de Vlaamse overheid van de ondersteuning voor de audiovisuele sector **een absolute beleidsprioriteit** maken. Steeds meer (Europese) landen en regio's hebben de laatste jaren van hun audiovisuele sector **een cultuur-economisch speerpunt** gemaakt. Hierbij wordt zowel ingezet op steun voor lokaal talent, alsook het aantrekken van buitenlandse producties en investeerders.

EEN LANGETERMIJNSTRATEGIE VOOR HET AUDIOVISUEEL BELEID

Publieke filmfinanciering in Europa staat voor een kruispunt. Er is **nood aan een nieuwe visie en strategie voor de toekomst**. Bij ongewijzigd beleid, waarbij de publieke filmfinanciering zich met kleine veranderingen probeert aan te passen aan de nieuwe marktomstandigheden, bestaat het risico dat publieke filmfinanciering steeds minder relevant wordt voor de audiovisuele sector en voor het publiek, waardoor ze haar legitimiteit en impact verliest.

Vlaanderen moet gaan voor **een fundamentele transformatie van het audiovisuele beleid**, waarbij doelstellingen en instrumenten in lijn worden gebracht met een overkoepelende visie, rekening houdend met zowel de culturele, economische als sociale dimensies van de audiovisuele sector. Het toekomstige subsidiebeleid voor kwaliteitsvolle audiovisuele content moet enerzijds meer marktgericht zijn om de economische groei van de sector te stimuleren, maar anderzijds mogen de culturele en sociale doelstellingen niet aan belang inboeten. Kwaliteit uit zich immers evenzeer in artistieke, unieke of uitdagende projecten met beperkte commerciële doeleinden. Deze evenwichtsoefening vraagt de nodige afstemming, deliberatie en evenwichten, maar zal op langere termijn **de duurzaamheid van de sector garanderen**.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

ÉÉN AUDIOVISUEEL BELEID, ÉÉN BEVOEGDE MINISTER, ÉÉN BEHEERSOVEREENKOMST

Een van de allereerste knelpunten die de nieuwe Vlaamse Regering moet aanpakken is de huidige opdeling tussen het filmbeleid (onder de bevoegdheid Cultuur) en het audiovisueel beleid inzake series, games en podcasts (onder de bevoegdheid Media). Deze opsplitsing binnen het beleid is niet langer te verdedigen in het huidige **crossmediale audiovisuele landschap** waarbij het format steeds meer ondergeschikt is aan de IP (*intellectual property*). Productiehuizen werken vandaag (en zeker in de toekomst) steeds vaker zowel aan films en series, maar ook aan games. Het beleid moet deze nieuwe realiteit weerspiegelen, efficiënt inspelen op de actuele noden en sterker inzetten op crossmediale IP en productie. Het Departement CJM pleit er dan ook voor om **film⁵ onder te brengen binnen het beleidsveld Media**, via de toevoeging van een punt 3° “het filmbeleid” aan art. 9, §1, “beleidsveld media” van het besluit van de Vlaamse Regering van 3 juni 2005 met betrekking tot de organisatie van de Vlaamse administratie, zodat maar één minister **bevoegd is voor het audiovisuele beleid**. Audiovisuele creaties, creaties van games en audiocreaties als onderdeel van een ruimer artistiek geheel, en multimediale installaties waarin naast andere middelen ook audiovisuele middelen, audiomiddelen of games worden gebruikt, blijven ressorteren onder het beleidsveld cultuur (Kunstendecreet).

Deze visie op een geïntegreerd audiovisueel beleid wordt doorgetrokken naar de beheersovereenkomst met het VAF. We pleiten voor **één geïntegreerde beheersovereenkomst voor het VAF** (i.p.v. drie) waarbinnen de nodige minimumgaranties worden ingebouwd voor de beleidsonderdelen film, series, games en podcasts. Hoewel film onder de mediabevoegdheid wordt ondergebracht, doet dit **geen afbreuk aan de culturele en artistieke doelstelling** van het beleid. In tegendeel, audiovisuele producties worden erkend als een waardevol

5 Ook voor de filmkeuring is er efficiëntiewinst mogelijk. Momenteel zijn er twee classificatiesystemen in Vlaanderen. Het Nederlandse Kijkwijzer wordt gebruikt voor bioscopen, een eigen Vlaams classificatiesysteem voor lineaire en niet-lineaire televisie. Het samenbrengen van film en media onder één audiovisueel beleid biedt ook op dit vlak mogelijkheden tot vereenvoudiging.

cultureel goed, waarbij het artistieke verhaal prevaleert aan de vorm waarin het verschijnt.

STRATEGISCHE BELEIDSVISIE

Om de economische leefbaarheid en competitiviteit van de Vlaamse audiovisuele sector te waarborgen moeten we inzetten op **een ambitieuze strategische beleidsvisie** die de ontwikkeling van creatieve en innovatieve audiovisuele content, in al zijn vormen, stimuleert, het publiek hiervoor maximaliseert en divers talent ondersteunt. Hiertoe ontwikkelt het Departement CJM, in samenwerking met relevante beleidsdomeinen en overheden (o.a. VLAIO, Onderwijs, FIT, Flanders Technology & Innovation), een ambitieuze visienota met bijhorend actieplan.

De te ontwikkelen **visienota** tekent aan de hand van high-level strategische en operationele doelstellingen het beleidskader uit voor specifieke beleidsacties. De visienota moet focussen op de middellange termijn, maar ook **voldoende wendbaar** zijn om snel in te spelen op plotse en grote technologische of economische veranderingen. Idealiter omvat de visienota minstens de volledige regeerperiode en het begin van de volgende legislatuur (2025-2030) en komt deze tot stand in de eerste 6 tot 9 maanden van de nieuwe legislatuur, in aanloop naar de nieuwe beheersovereenkomst met het VAF vanaf 2026. Vertrekkende van de doorlichting van het audiovisueel beleid (2021) dienen volgende **strategische principes en doelstellingen** gevat te worden:

- Binnen het beleid moet de nodige aandacht gaan naar creativiteit, innovatie, promotie, duurzaamheid, publiekswerking, inclusie, talentontwikkeling en internationalisering.
- De **economische leefbaarheid** van de Vlaamse audiovisuele sector wordt versterkt door bijkomend te investeren in de publieke financiering van kwaliteitsvolle content (films, series, games en podcasts), en zo **een herkenbaar Vlaams aanbod voor de burger** te waarborgen.
- Binnen de Vlaamse overheid moet er tussen de relevante departementen en agentschappen (CJM, VLAIO, FIT, Onderwijs, DKBUZA,...) beleidsmatig afgestemd en samengewerkt worden.
- Specifieke aandacht moet gaan naar het stimuleren van **innovatie en digitale transformatie** binnen de audiovisuele productiesector (link met themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#))
- Publiek gefinancierde majoritaire producties moeten **toegankelijk** zijn voor iedere Vlaming.
- **Cross-sectorale samenwerking** tussen de audiovisuele sector en de bredere CCS zorgt voor nieuwe interessante kruisbestuivingen en moet gestimuleerd worden.
- De **stimuleringsregeling** moet het ecosysteem versterken en voldoende zuurstof geven aan kwaliteitsvolle Vlaamse content en creatieve makers.
- De **Tax Shelter** blijft een cruciale rol spelen in het stimuleren van investeringen in audiovisuele werken en games en moet producenten in staat stellen om meer middelen uit de markt te halen.
- De **VRT** moet een grotere rol opnemen binnen het audiovisueel ecosysteem en haar positie inzetten **als hefboom** om lokale kwaliteitsvolle audiovisuele content duurzamer te financieren en breder te promoten bij het grote publiek (link met themapaper [De \(rol van de\) openbare omroep](#)).
- De ondersteuning van de **lokale gamesector** wordt strategisch gekaderd binnen het bredere audiovisueel beleid, maar wel met een specifieke aanpak op maat van de sector.
- Het Vlaamse gamebeleid wordt extra kracht bij gezet via **een nieuwe visienota (2026-2030)**. Het strategische doel is om **de Vlaamse gamesector tegen 2030 structureel te verankeren aan de Europese (sub)top**. Hierbij moet de focus gelegd op worden op 4 grote prioriteiten:
 1. bijkomende publieke investeringen in de ontwikkeling van lokale games;
 2. begeleiden van start-ups en scale-ups;
 3. internationale promotie van Vlaamse games;
 4. aantrekken van buitenlandse investeringen in het lokale game-ecosysteem.

EXTRA INVESTERINGEN IN EN AANDACHT VOOR DE SECTOR

Met de visienota als richtinggevend beleidskader schuift het Departement CJM alvast volgende concrete acties en beleidsinitiatieven naar voor:

Met het **VAF** wordt **één overkoepelende en toekomstgerichte beheersovereenkomst** afgesloten voor de periode 2026-2030, waarin de nodige minimumgaranties worden ingebouwd voor de beleidsonderdelen film, series, games en podcasts. Dit moet gepaard gaan met een significante en structurele **verhoging van de dotatie voor het VAF** om de creatie, ontwikkeling, productie en promotie van kwalitatieve audiovisuele content (films, series, games en podcasts) te verzekeren en een sterk vertonerslandschap met een divers en kwaliteitsvol audiovisueel aanbod te waarborgen. Belangrijk is dat er een **automatische indexering komt van de beleidsmiddelen voor creatie**. Hoewel deze mid-

delen aanzien worden als projectsubsidies, wordt het merendeel daarvan besteed aan lonen. Net zoals de werkmiddelen voor publiekswerking, zouden de creatiemiddelen dan ook geïndexeerd worden. Het VAF moet ook een specifieke subsidielijlijn voor **audiodescriptie van fictie** voorzien, die op basis van relevantie, kwaliteit en publiekspotentieel automatische steun toekent voor audiodescriptie.

- **Screen Flanders** wordt versterkt (via VLAIO).
- De Vlaamse steun voor (de opvolger van) **Eurimages en het pilootprogramma voor de coproductie van series** wordt verdergezet.
- Om de toegang tot Vlaams **audiovisueel erfgoed** te verhogen, moet er sterker ingezet worden op toekomstgerichte bewaring, digitalisering en ontsluiting.
- Kwaliteitsvolle audiovisuele content wordt actiever ingezet binnen de **Vlaamse culturele diplomatie**, in nauwe samenwerking met de Diplomatieke Vlaamse Vertegenwoordiging.
- **Flanders Game Hub** wordt structureel verankerd en versterkt om zowel beginnende gamestudio's te begeleiden en scale-ups te laten doorgroeiën.
- Er wordt een **economisch fonds voor de gamesector** opgericht (via VLAIO).
- Cross-sectorale samenwerking tussen de (audiovisuele) mediasector en gamesector wordt aangemoedigd via de organisatie van het inspiratie en netwerkevent **Gamedia**.

BUDGETTERING

Momenteel gaat er over de drie fondsen (VAF/Filmfonds, VAF/Mediafonds en VAF/Gamefonds) jaarlijks 18.817.000 euro naar de ondersteuning van creatie. Deze middelen zijn beperkt t.o.v. gelijkaardige fondsen in Europa. Zo gaat alleen voor de creatie van films al 38,67 miljoen euro naar het Norwegian Film Institute, 45,25 miljoen euro naar het Danish Film Institute en 34 miljoen euro naar het Nederlands Filmfonds. **Een significante inhaalbeweging is nodig om competitief te blijven** en onze talentvolle sector de nodige kansen te geven.

Het Departement CJM stelt voor om in de periode 2025-2029 **een totaalbudget van 232.400.000 euro** vrij te maken, waarmee de nodige ruimte kan gegeven worden om de fundamenten van het audiovisueel beleid stevig te versterken en nieuwe initiatieven te lanceren. Dit komt neer op een gemiddeld **jaarlijks budget van 46.480.000**. Het minimale budget van 202.350.000 euro is de absolute ondergrens om het beleid naar de toekomst toe te bestendigen, zonder deze al te veel te versterken of op te schalen, en in beperkte mate nieuwe (kleinschalige) initiatieven te ontwikkelen.

Voor het Vlaams Audiovisueel Fonds stelt het departement een aangewezen budget voor van 220.000.000 euro voor de gehele legislatuur en een minimaal scenario van 192.250.000 euro.

Voor bijkomende initiatieven op internationaal (incl. verdragsrechtelijke verplichtingen) en lokaal niveau vraagt het departement een aangewezen budget van **12.400.000 euro** en een minimaal scenario van 10.100.000 euro.

Onderstaande budgetraming voor het VAF die het Departement CJM naar voren schuift om de bovengeschetste ambities te realiseren is (deels) gebaseerd op de geadviseerde budgetscenario's uit de Doorlichting van het Audiovisueel Beleid (2021).

Vlaams Audiovisueel Fonds	Minimaal budget (in euro)	Aangewezen budget (in euro)
Creatie	133.250.000	152.000.000
• VAF Filmfonds	73.750.000	82.000.000
• VAF Mediafonds (incl. podcasts)	44.500.000	53.000.000
• VAF Gamefonds ⁶	15.000.000	17.000.000
Publiek	28.000.000	31.500.000
Promotie en communicatie	9.500.000	11.500.000
Ondersteuning transversaal (talentontwikkeling, beroepsorganisaties etc.)	6.200.000	7.000.000

6 Incl. bijdrage vanuit Departement Onderwijs en Vorming voor educatieve games

Audiodescriptie	600.000	1.000.000
Werkingsmiddelen	14.700.000	17.000.000
TOTAAL	192.250.000	220.000.000

Andere initiatieven	Minimaal budget (in euro)	Aangewezen budget (in euro)
Eurimages Film	4.775.000	4.775.000
Eurimages Series (pilotprogramma)	1.750.000	2.250.000
Europees Audiovisueel Observatorium	125.000	125.000
Audiovisueel erfgoed	500.000	1.000.000
Flanders Game Hub	2.750.000	4.000.000
Sectordag VAF/CJM	50.000	50.000
Level Up Vlaanderen (werkingsmiddelen)	150.000	200.000
TOTAAL	10.100.000	12.400.000

Actie	Huidig jaarlijks budget (in euro, niet geïndexeerd)	Voorgesteld jaarlijks budget	Voorgesteld totaalbudget (in euro)
Vlaams Audiovisueel Fonds (totaal) :	29.613.000	44.000.000	220.000.000
Creatie	19.317.000	30.400.000	152.000.000
• VAF Filmfonds	11.750.000	16.400.000	82.000.000
• VAF Mediafonds (incl. podcasts)	5.867.000	10.600.000	53.000.000
• VAF Gamefonds ⁷	1.700.000	3.400.000	17.000.000
Publiek	4.839.000	6.300.000	31.500.000
Promotie en communicatie	1.495.000	2.300.000	11.500.000
Ondersteuning transversaal (talentontwikkeling, beroepsorganisaties etc.)	1.051.000	1.400.000	7.000.000
Audiodescriptie	0	200.000	1.000.000

7 Incl. bijdrage vanuit Departement Onderwijs en Vorming voor educatieve games

Werkingsmiddelen	2.911.000	3.400.000	17.000.000
Andere initiatieven (totaal) :	1.865.000	2.480.000	12.400.000
Eurimages Film	955.000	955.000	4.775.000
Eurimages Series (pilot-programma)	350.000	450.000	2.250.000
Europees Audiovisueel Observatorium	25.000	25.000	125.000
Audiovisueel erfgoed	0	200.000	1.000.000
Flanders Game Hub	500.000	800.000	4.000.000
Sectordag VAF/CJM	10.000	10.000	50.000
Level Up Vlaanderen (werkingsmiddelen)	25.000	40.000	200.000
TOTAAL	31.478.000	46.480.000	232.400.000

LITERATUURLIJST

- *Beheersovereenkomsten 2022–2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en het Vlaams Audiovisueel Fonds vzw met betrekking tot (1) het VAF/Filmfonds, (2) het VAF/Mediafonds en (3) het VAF/Gamefonds*
- *Level Up. Visienota Vlaams Gamebeleid 2022–2025*
- Boogaerts, I. & Janssens, J. *Veldtekening Internationaal Cultuurbeleid*. IDEA consult i.o.v. het Departement Cultuur, Jeugd en Media. 2024
- De Man, Alexander. *verslag Dag van het Filmberoep 2022*. 2022.
- Delaere, S., Van den Bulck, H., Tintel, S., Braet, O., Van Dam, T & P. Ballon. *Doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid*. Brussel : imec-SMIT-VUB, i.s.m. Universiteit Antwerpen. 2021.
- Dierickx, S., Van Lombeek, R. & Totté, M., *Aanvullende financiering via Tax Shelter, evaluatie 2023*. Departement Cultuur, Jeugd en Media. 2024
- Koljonen, Johanna. *Nostradamus Report: Everything Changing All At Once*. Göteborg Film Festival. 2023
- Overleg Kunstenorganisaties (oKo), Scenaristengilde, Unie van Regisseurs, Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten. *Gezamenlijk memorandum*. 2024
- Raats, T. & Evens, T., *Media en innovatie in een veranderende samenleving*. Academic and Scientific Publishers. 2021
- Tomas Eskilsson, Katarina Krave & Bengt Toll . *Public film funding at a crossroads. sl : Film i Väst, 2022*.
- Tomas Eskilsson, Katarina Krave & Bengt Toll. *Public Film funding at a crossroads II. sl : Film i Väst, 2023*.
- Van Bockstal, Koen. *Memorandum van het Vlaams Audiovisueel Fonds voor de volgende Vlaamse Regering (2024-2028)*. Vlaams Audiovisueel Fonds. 2024
- Van Werde, Manuela, *Verslag van de hoorzitting namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media over het jaarverslag 2022 van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)*. 2023

Titel themapaper

**BEVORDEREN VAN MEDIAWIJSHEID
EN KWALITEITSVOLLE JOURNALISTIEK**

Bijdrage

MEDIA EN CULTUUR

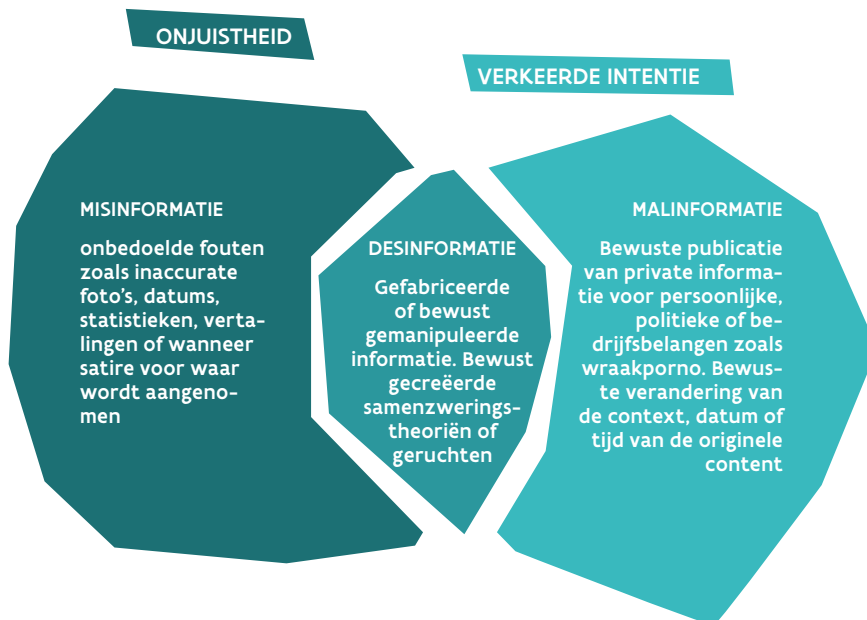
KORTE SITUERING VAN HET THEMA

In onze gedigitaliseerde en gemediatiseerde maatschappij komt op elk moment een **overvloed aan media en informatie** op de burger af. Platformen en sociale media worden de belangrijkste toegangspoort tot nieuws en informatie over alle aspecten van de maatschappij. Deze platformen vergroten naast de ruimte voor het delen van informatie ook de ruimte voor vrije meningsuiting en publieke participatie, maar zij verspreiden niet per sé geverifieerde informatie van gevestigde professionele nieuwsmakers. Dit heeft de **potentie en reikwijdte van desinformatie** enorm vergroot.

OMGEVINGSANALYSE

Schadelijke informatie wordt opgedeeld in 3 categorieën op basis van juistheid en intentie:

- Desinformatie: foute informatie die gecreëerd en gedistribueerd wordt met het doel om bewust een persoon, groep, organisatie of land schade te berokkenen;
- Misinformatie: foute informatie die gemaakt of gedeeld wordt zonder de intentie om schade te veroorzaken;
- Malinformatie: informatie gebaseerd op feiten maar die gemanipuleerd of verspreid wordt om anderen te schaden.



Figuur 1. Soorten informatiestoring, ingedeeld naar echtheid en intentie om te schaden (Van Damme et al. 2021, p. 154; Wardle & Derakhshan 2018, p.43)

Vanuit het beleid moeten we focussen op desinformatie, zoals ook aangegeven door de Europese Commissie in de Mededeling van 26 april 2018 *Tackling online disinformation: a European Approach*. Ook de commissie definieert desinformatie als “aantoonbaar foute of misleidende informatie die wordt gecreëerd, gepresenteerd



en verspreid voor economisch gewin of om het publiek opzettelijk te bedriegen, en die schade in het publieke domein kan veroorzaken” (p. 3-4).

Desinformatie is geen nieuw fenomeen. Sinds lang is foutieve informatie een middel geweest voor publieke invloed en misleiding gebruikt door verschillende actoren en voor verschillende doeleinden. Desinformatie wordt al eeuwenlang gebruikt om tegenstanders in diskrediet te brengen, debatten te verstoren, kiezers te beïnvloeden en bestaande sociale conflicten aan te wakkeren. Eén van de eerste voorbeelden van desinformatie wordt toegeschreven aan Octavianus die propaganda en valse geruchten gebruikte om de reputatie en legitimiteit van zijn rivaal Marcus Antonius te ondermijnen (Posetti & Matthews 2018, p.2).

De voorbije jaren werd desinformatie een **steeds pertinentere** probleem. De evoluties gelinkt aan de opkomst van internet en sociale media plaatsen ons voor een nieuwe uitdaging. Het is steeds makkelijker om desinformatie te verspreiden, maar tegelijkertijd steeds moeilijker om te detecteren dat het om desinformatie gaat. De huidige mediaconsumenten gebruiken vaker sociale media als toegangspoort tot nieuws waar journalisten en nieuwsmedia hun rol als gatekeeper en factchecker minder tot niet kunnen opnemen. Hierdoor circuleert er meer, maar ook meer onjuiste informatie (Alaphilippe et al. 2018, p. 5).

Daarnaast **versterken de technologische evoluties dit fenomeen**, zowel in creatie en distributie van desinformatie. Momenteel bestaat desinformatie vooral uit tekst met daarbij misplaatst of gemanipuleerd beeldmateriaal. Door nieuwe technologieën als AI en VR is het mogelijk om content volledig te vervalsen, denk aan *deepfakes*. Deze technologieën zullen het komende decennium enkel goedkoper en toegankelijker worden. Daarnaast zijn de algoritmes van online platformen gestructureerd rond populariteit en personalisatie, waardoor sensationele informatie en vaak ook desinformatie versterkt worden (Alaphilippe et al. 2018, p. 5-6).

Daarom is het belangrijk om de aankomende beleidsperiodes in te zetten op de strijd en weerbaarheid van de burger tegen desinformatie. Desinformatie zorgt voor de uitholling van de waarde van journalistiek en ons pluralistisch media-ecosysteem en heeft een negatieve invloed op burgerschap door het onderuithalen van democratie, mensenrechten, sociale cohesie en vertrouwen. Desinformatie kan:

- Het vertrouwen aantasten in democratische processen en instellingen, zoals verkiezingen en media;
- Toxische polarisatie en extremisme aanwakkeren, wat leidt tot geweld en sociale onrust;
- Inbreuk maken op mensenrechten, zoals vrijheid van meningsuiting, privacy en integriteit;
- De reputatie en geloofwaardigheid van individuen en organisaties beschadigen.

(Colomina et al. 2021).

HUIDIG BELEID

MEDIABELEID: ACTIES

Om sterk te staan in de strijd tegen desinformatie is het belangrijk om in te zetten op **mediawijsheid en kwaliteitsvolle journalistiek** die mee de basis vormen voor een integrale aanpak van deze problematiek.

Op 21 december 2012 richtte de Vlaamse Regering het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid, kortweg **Media-wijs** op. De vierde overeenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en imec vzw voor het Vlaams Kenniscentrum voor Mediawijsheid loopt van 1 januari 2022 tot 31 december 2025. Mediawijs helpt de inwoners van Vlaanderen en Brussel om digitale technologie en media actief, creatief, kritisch en bewust te gebruiken en te begrijpen om beter deel te nemen aan de digitale samenleving. Inhoudelijk stelt Mediawijs vier subdomeinen centraal, namelijk digitale inclusie, digitale veiligheid, nieuws- en informatiegeletterdheid en digitale creatie. De doelgroep van Mediawijs is de brede bevolking van de Vlaamse gemeenschap in Vlaanderen en Brussel met specifieke aandacht voor kwetsbare groepen.

Reeds lange tijd onderschrijft de Vlaamse overheid het belang van kritische nieuws- en informatievaardigheden bij jongeren via het project **Nieuws in de Klas**. Dit project van Vlaamse Nieuwsmedia, We Media, Media.21, VRT, meemoo en Mediawijs ontvangt jaarlijks steun vanuit het mediabeleid. NIK is een educatief initiatief dat als doel heeft om jongeren kritisch, bewust, actief en creatief om te leren gaan met nieuwsmedia. De partners voorzien scholen en leerkrachten van nieuwspakketten en lesmateriaal voor leerkrachten en begeleiders uit de derde graad van het lager onderwijs, het secundair onderwijs, lerarenopleidingen, tweedekansonderwijs en inburgeringstrajecten.

Via Vlaamse Veerkracht werd het project Nieuws in de Klas verder verdiept door de opstart van een flankerend traject tot midden 2024. Dit traject vertrekt vanuit de (digitale) wereld van jongeren en hoe zij nieuws consumeren (voornamelijk via de smartphone en sociale media) en heeft als doel om hen een actiever onderdeel te laten uitmaken van het reguliere NIK-project. Hieruit komen drie initiatieven voort (Nieuwsmakers, Factcheckers en Opiniemakers) met online modules, handleidingen en werkbundels die daarna geïntegreerd moeten worden in de reguliere werking van NIK.

In kader van het **Jeugd- en Kinderrechtenbeleidsplan (JKP) 2020–2024** werd Mediawijsheid als één van de transversale prioriteiten aangeduid. De omgevingsanalyse JKP identificeerde een aantal uitdagingen op vlak van mediawijsheid bij kinderen en jongeren, waaronder weerbaarheidsopbouw, ontwikkeling van (digitale en informatie) mediavaardigheden en een nood aan een brede waaier aan mogelijkheden om geïnformeerd, actief en creatief om te gaan met alle vormen van online en offline media. Via concrete acties, zoals hertaling van de mediacoachopleiding naar het jeugdwerk en het bevorderen van jeugdjournalistiek, werd met de bevoegdheid Jeugd samengewerkt om digitale competenties van jongeren te versterken.

Ter stimulering van kwaliteitsvolle journalistiek ondersteunt de Vlaamse Regering momenteel de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) en het Journalismfund.eu (Fonds Pascal Decroos).

Journalismfund.eu ontvangt jaarlijks van de Vlaamse overheid een subsidie voor de werking van het **Fonds Pascal Decroos**. Het fonds heeft als voornaamste taak het stimuleren van diepgravende en bijzondere journalistiek die de reguliere verslaggeving, de dagelijkse journalistiek en het correspondentenschap overstijgen door journalisten werkbeurzen ter beschikking te stellen. Daarnaast zetten zij in op het vrijwaren van de onafhankelijkheid van journalisten en het helpen van journalisten om hun verhalen onder de burgers te verspreiden. Deze samenwerking is geformaliseerd in een meerjarige samenwerkingsovereenkomst 2022–2025.

Daarnaast ondersteunt de Vlaamse overheid de **Vlaamse Vereniging van Journalisten**. De VVJ behartigt de professionele, sociale en intellectuele belangen van de Vlaamse beroepsjournalisten. Daarvoor werken zij o.a. aan de erkenning van persdocumenten, de inkomenspositie en arbeidsvoorwaarden van journalisten, persvrijheid, zelfregulering en auteursrechten. Als beroepsvereniging van journalisten zetten zij in op kwaliteitsvol nieuws, wat het maatschappelijke debat en de democratie ten goede komt. De steunmaatregel omvat drie luiken: de reguliere werkingskosten van de VVJ, de toekenning van bijkomende journalistenpensioenen en de financiering van de Raad voor de Journalistiek.

De VVJ kreeg daarnaast voor de periode 2023–2024 een projectsubsidie van 125.000 euro toegekend voor het 'VVJ Academy' project. Dit project heeft als doel het realiseren van kennisverzameling, studiewerk en expertise-ontwikkeling omtrent sector-relevante studiethema's zoals digitalisering, de ontwikkeling van nieuwe technologieën en artificiële intelligentie of andere actuele en vernieuwende thema's die nog niet eerder werden opgenomen in de reguliere werking. Na het aflopen van de subsidieperiode (30 augustus 2024) zal er op basis van functionele verantwoording van de VVJ een grondige evaluatie van de projectsubsidie plaatsvinden en bekeken worden of de ondersteuning aan de VVJ Academy zal worden verdergezet en/of onderbracht kan worden in de reguliere ondersteuning van de VVJ.

De Vlaamse Regering maakte via Vlaamse Veerkracht eenmalig 3 miljoen euro vrij voor een **projectoproep in de strijd tegen desinformatie**. Dit om een antwoord te bieden op de nood aan ontwikkeling en evaluatie van langeretermijnantwoorden om de maatschappelijke veerkracht te versterken. Er werd ingespeeld op de samenhang tussen mediawijsheid, journalistiek en technologie die nodig is om de weerbaarheid tegen desinformatie te verhogen.

Via deze projecten zetten o.a. mediaspelers, kennisinstellingen en mediawijsheidsinitiatieven in de periode 2022-2024 in op:

- Het verhogen van de mediawijsheid en de weerbaarheid van burgers en journalisten/redacties tegen desinformatie;
- Het verkrijgen van nieuwe diepgaande en outputgerichte (academische) inzichten inzake desinformatie;
- Het ontwikkelen van innovatieve tools en technologieën die ingezet kunnen worden om desinformatie te detecteren;
- Het ontwikkelen van specifieke methodes met het oog op het analyseren van data en het bieden van een accuraat antwoord op vastgestelde desinformatie vanuit een autonome redactionele missie.

PIJNPUNTEN HUIDIG BELEID

Ondanks de grote waarde van de huidige initiatieven, zijn er fundamentele pijnpunten op het vlak van duurzaamheid, stabiliteit en/of transversaliteit van de genomen acties. Academici en medewerkers uit het veld wijzen hier zowel internationaal (EDMO 2022; UNDP 2022; YouVerify.eu 2023) als lokaal op, bijvoorbeeld bij de evaluatie van het mediawijsheidsbeleid in 2021 (Donoso et al.) of in het voorstel van resolutie van 14 juli 2021 over de versterking van het mediawijsheidsbeleid.

Het beleid focust te sterk op grote acties op korte termijn, zoals de projectoproep desinformatie. De waarde van zo'n acties daalt echter op de lange termijn. Het beleid moet **meer investeren in duurzame acties op lange termijn** gericht naar zowel de burger als de mediasector. Dit moet verzekerd worden door over legislaturen heen stabiliteit en de nodige fondsen te voorzien (Van Damme et al. 2021, p. 165).

Daarnaast zet het beleid niet transversaal genoeg in op deze problematiek. Momenteel wordt dit getrokken vanuit het mediabeleid met onvoldoende budget, aangevuld met versnipperde initiatieven die door verschillen-

de (overheids)spelers apart worden opgezet. Media en desinformatie zijn onderdeel van elk domein van onze maatschappij. Er moet **structureel en duurzaam samengewerkt worden** over de verschillende beleidsdomeinen en actoren heen, zoals in Finland of Wallonië. Een goed voorbeeld is de samenwerking tussen de bevoegdheden Jeugd en Media in kader van prioriteit 5 Mediawijsheid van het Jeugd- en Kinderrechtenbeleidsplan 2020-2024. Daarnaast moet mediawijsheid op een **meer horizontale of holistische manier** aangepakt worden. Er moet zowel aandacht gaan naar technische, kritische als creatieve vaardigheden. Slechts de combinatie van deze vaardigheden maakt een burger echt weerbaar tegen desinformatie (Vissenberg et al. 2022).

ROL VAN DE VLAAMSE OVERHEID

De Vlaamse overheid heeft hierin een **belangrijke rol** te spelen vanuit haar vele bevoegdheden om een **impuls te bieden aan dit soort duurzame en transversale samenwerkingen** binnen en buiten de overheidsinstanties. Als overheid met zowel gemeenschaps- als gewestbevoegdheden hebben we een unieke positie om bij te dragen aan de strijd tegen desinformatie door onafhankelijkheid en pluralisme van media te waarborgen, kwaliteitsvolle journalistiek te ondersteunen, samen te werken met technologie- en platformaanbieders, duurzame regelgeving op te stellen en mediawijsheid te stimuleren (Van Damme et al. 2021, p. 157). Vlaanderen kan in het versterken van onze burgers, onze democratie en de mensenrechten een vooruitstrevende regio zijn in Europa en daarbuiten.

BELEIDSVOORSTELLEN EN BELEIDSACTIES

Dit voorstel ligt in lijn met internationale beleidsdocumenten van UNESCO, de Verenigde Naties en de Europese Commissie die pleiten voor een **gelaagde aanpak van desinformatie**. Vanuit het beleidsveld Media stellen we een **3-sporenbeleid** voor:

- Het versterken van het mediawijsheidsbeleid;
- Het ondersteunen van kwaliteitsvolle journalistiek;
- Het stimuleren van gezamenlijke acties voor het opsporen, analyseren en weerleggen van desinformatie.

MEDIAWIJSHEID

Mediawijsheid leert ons veel vaardigheden die als basis dienen om als burger weerbaarder te zijn tegen desinformatie(-campagnes):

- Het begrijpen van hoe media zijn opgebouwd en hoe ze boodschappen en betekenissen overbrengen.
- Stereotypes, vooroordelen, foute informatie en manipulatie in de media herkennen en bestrijden.
- Zich creatief en constructief uitdrukken via media als actieve producent en consument in plaats van als passieve ontvanger.
- Het deelnemen aan democratische processen en bewegingen via de media.

Reeds via vele wegen wordt ingezet op digitale vaardigheden. Dit kan echter niet los gezien worden van mediawijsheid, omdat onze digitale leefwereld een hoog gemediatiseerde wereld is. Dit zal de komende jaren nog sterker samenvloeien door opkomst van immersieve technologieën. Deze tendensen richting een meer digitale samenleving verruimen de reikwijdte en vergroten de macht van desinformatie. De 'soft skills' die we vaak benoemen onder digitale en mediawijsheid zijn vitaal voor burgers om een waardevolle en positieve interactie met de digitale economie en maatschappij mogelijk te maken. Deze vaardigheden onderbouwen de benodigde vaardigheden in andere contexten zoals werk en onderwijs en maken het mogelijk constructief om te gaan met online risico's.

Om alle Vlamingen te kunnen bereiken en bij te dragen tot een waardevol burgerschap waarin democratie, identiteit en weerbaarheid centraal staan, moet de Vlaamse overheid hierop inzetten. Dit is enkel mogelijk wanneer er overheidsbreed wordt samengewerkt aan een duidelijke beleidsvisie met daarbij horende initiatieven. Zo kunnen we versnippering tegengaan en kennisdeling bevorderen en ervoor zorgen dat mensen en middelen vanuit de verschillende beleidsdomeinen efficiënt, effectief en kwaliteitsvol worden ingezet

Wij stellen volgende acties voor:

- **Transversaal actieplan of visienota digitale en mediawijsheid:** Dit wordt gecoördineerd door de Vlaamse minister van Media wegens de opgebouwde expertise en bevoegdheden in kader van internationale richtlijnen als de AVMD. Alle beleidsdomeinen zouden hierbij moeten betrokken zijn en hieraan moeten bijdragen, minstens kernspelers zoals Jeugd, Onderwijs, Gelijke Kansen, Welzijn, Inburgering, Armoedebestrijding, Werk en Cultuur. Vanuit dit actieplan wordt een stuurgroep en impactmeting over mediawijsheid georganiseerd om ervoor te zorgen dat er overheidsbreed maximaal verantwoordelijkheid wordt opgenomen. Idealiter

heeft het actieplan een budget om nieuwe initiatieven in het leven te roepen, zoals een overheids campagne rond mediawijsheid, een sectoroverschrijdende projectoproep rond maakplekken of proeftuinen digitale creatie, het bestendigen en uitbreiden van de mediacoach-opleidingen of steun bieden aan beleidsrelevant onderzoek naar mediawijsheid. Dit actieplan is complementair met het actieplan digitale inclusie zoals vermeld in de fiche 'digitale inclusie' van Digitaal Vlaanderen.

- **Decretale verankering** van het mediawijsheidsbeleid en het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid in het media(subsidie)decreet (zie themapaper [Een subsidiedecreet voor media-actoren en initiatieven, met aandacht voor opvangen van indexeringen](#)).
- Versterken van het **Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid** door:
 - De periode van samenwerkingsovereenkomsten te verlengen naar 5 jaar.
 - In te zetten op de verdere professionalisering en herstructurering van Mediawijs zodat het zijn rol als centrale partner van de overheid en als centrale spil in het mediawijsheidsnetwerk kan opnemen.
 - De 4 pijlers van Mediawijs (digitale inclusie, digitale veiligheid, nieuws- en informatiegeletterdheid en digitale creatie) evenwaardig aan bod laten komen in de samenwerkingsovereenkomst.
 - Hiervoor moet structureel het jaarlijks budget voor het kenniscentrum verhoogd worden naar 1,6 miljoen euro.
- Versterken van het project **Nieuws in de Klas** door:
 - Zowel inhoudelijk als budgettair sterker samen te werken met het beleidsveld Onderwijs. Dit is een project gericht op het formele onderwijs, dus is een partnerschap tussen de beleidsvelden Media en Onderwijs absoluut noodzakelijk. Zo kan het bereik en de impact van het project vergroot worden.
 - In te zetten op de integratie van het reguliere aanbod en de materialen ontwikkeld in kader van NIK 2.0.
 - Te investeren in de educatieve inbedding en kaders rond het NIK-materiaal om het succes van het project voor leerkrachten en leerlingen te verhogen.
 - Het bereik van het project te vergroten. Met de huidige werking kunnen slechts 60.000 leerlingen bereikt worden. Het is nodig om te investeren in hogere aantallen van de educatieve pakketten om het bereik te vergroten.
 - Het jaarlijks budget te verhogen naar 1,25 miljoen euro.
 - De rol van VRT in dit project vast te leggen in de beheersovereenkomst.
- Een grotere rol voor **VRT** inzake mediawijsheid en desinformatie (in samenwerking met Mediawijs) in de beheersovereenkomst (zie themapaper [De rol van de openbare omroep](#)).

KWALITEITSVOLLE JOURNALISTIEK

In een tijdperk waar desinformatie alomtegenwoordig is, dient kwalitatieve journalistiek als een baken van waarheid en objectiviteit. Onderzoeksjournalistiek omvat grondige factchecking, verificatie van bronnen en ethische rapportagepraktijken, om ervoor te zorgen dat de gepresenteerde informatie accuraat en betrouwbaar is. Kwalitatieve journalistiek richt zich vaak op onderwerpen die vitaal zijn voor het algemeen belang.

De ondersteuning van journalisten, hun veiligheid en belangen speelt een cruciale rol in het handhaven van de principes van een vrije pers en het waarborgen van de integriteit van de journalistiek. Belangenverdediging van journalisten in een steeds uitdagender en vijandiger medialandschap is essentieel. Een sterke ondersteuning van kwalitatieve journalistiek zorgt voor behoud van een robuuste en onafhankelijke mediasector, het bevorderen van een geïnformeerde samenleving en het behoud van de fundamentele beginselen van de democratie. Het is nodig te investeren in kwaliteitsvolle journalistiek om het vertrouwen in de media opnieuw op te bouwen.

Wij pleiten voor een **budgettaire verhoging van de ondersteuning van kwaliteitsvolle en crossmediale journalistiek** via onder meer het Journalismfund.eu en de Vereniging Voor Journalisten. In vergelijking met andere Europese lidstaten investeert Vlaanderen slechts matig in de brede ondersteuning van de journalistiek: Duitsland investeert 2,3 miljoen euro, Nederland 5,7 miljoen euro, de Franstalige Gemeenschap 15,5 miljoen euro, t.o.v. Vlaanderen 1 miljoen euro (Paulussen & Eelen 2023). Vlaanderen moet inzetten op de vernieuwing en verduurzaming van onze lokale journalistieke infrastructuur, zowel qua mensen als qua organisatie. Hiervoor moeten structurele maatregelen worden opgezet die op lange termijn positieve effecten creëren voor de kwaliteit en het pluralisme van onze journalistiek.

Wij stellen volgende acties voor:

- Versterken van het **Fonds Pascal Decroos** (journalismfund.eu) door:
 - De steun aan dit fonds te verankeren in het media(subsidie)decreet,
 - Het jaarlijks budget van het Fonds Pascal Decroos te verhogen naar 1 miljoen euro om het aantal gesteunde projecten te kunnen verhogen.
- Versterken van de **Vlaamse Vereniging van Journalisten** door:
 - De steun aan deze vereniging te verankeren in een media(subsidie)decreet,

- Te werken met meerjarige overeenkomsten,
- Het jaarlijks budget te verhogen naar 500.000 euro om de belangenverdediging van de journalisten verder te kunnen uitbouwen.
- Bestendigen van het **Elektronisch Nieuwsarchief-project (ENA)**. Dit project wordt nu gesteund via een jaarlijkse subsidie. Het ENA is een belangrijk project voor zowel het Vlaams mediabeleid en -toezicht, als voor de Vlaamse onderzoekswereld. Het ENA is op weg om een uniek project te worden, omdat het beschikt over een longitudinale database van nieuws en actualiteit in de Vlaamse media. Het is belangrijk om dit te blijven ondersteunen en versterken zodat het project op een waardevolle en integrale basis kan werken aan deze dataverzameling. Daarom willen we dit project structureel verankeren en het budget verhogen naar de reële werkingskost, zijnde 145.000 euro. We willen ook bekijken of we de werking van ENA kunnen verankeren in het Kenniscentrum mediaonderzoek Mediapunt.
- Steunen van **innovatie in de nieuwsmediasector**. Journalistiek is een vak dat voortdurend in beweging is. Nieuwe technologieën, media, doelgroepen en maatschappelijke ontwikkelingen vragen om nieuwe vaardigheden, kennis en werkwijzen van journalisten en redacties. Dit kan onderdeel uitmaken van een nieuw programma rond media-innovatie (zie themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)).
- Opstarten van **talentontwikkelingstrajecten** met focus op beginnende journalisten en freelancers. Talentontwikkeling draagt bij aan de kwaliteit en diversiteit van de journalistiek. Dit draagt daarnaast bij tot de motivatie en het welzijn van de journalisten. Door zich te ontwikkelen kunnen journalisten meer autonomie, carrièremogelijkheden en erkenning ervaren. Dit kan verschillende vormen aannemen: via beurzen voor bestaande scholingen of het initiëren van nieuwe programma's (workshops, traineeships, etc.) of netwerken.

STEUN AAN INITIATIEVEN TEGEN DESINFORMATIE

Desinformatie heeft vele facetten en evolueert steeds qua inhoud, creatie en distributie. In de strijd tegen desinformatie is het noodzakelijk om naast maatschappelijke weerbaarheid, in de vorm van mediawijsheid, in te zetten op de technologische weerbaarheid van de mediasector en van burgers zelf. Vanuit de overheid moeten we een stimulans bieden aan sectoroverschrijdende initiatieven om dit op onderbouwde maar innovatieve manieren aan te pakken. Hiervoor moet een brug geslagen worden tussen het mediawijsheids- en media-innovatiebeleid. Dit kan door de projectoproep desinformatie en mediawijsheid recurrent te laten verlopen in kader van het digitale transformatiebeleid van de mediasector (zie themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)).

LITERATUURLIJST

- Alaphilippe, A., De Marez, L., Gerlache, A., Lievens, E., Pauwels, T., Picone, I., & Rouvroy, A. (2018). *Verslag van de Belgische expertengroep inzake fake news en desinformatie*.
- Brouwers, K., Perdaens, F., Coenegrachts, S., Van Werde, M., Rombouts, T., & Vandaele, W. (2021). *Voorstel van resolutie over de versterking van het mediawijsheidsbeleid*. Vlaams Parlement.
- Colomina, C., Sanchez Margalef, H., & Youngs, R. (2021). The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world. European Parliament.
- Donoso, V., Vandenberghe, H., & d'Haenens, L. (2021). Naar een mediawijs Vlaanderen: doorlichting van het Vlaams mediawijsheidsbeleid.
- EDMO. (2022). Policies to tackle disinformation in EU member states – part 2.
- European Commission. (2018). *Tackling online disinformation: a European Approach*. COM(2018) 236 final. Brussel, 26 April 2018.
- Paulussen, S., & Eelen, F. (2023). Steun voor journalistieke producties en innovaties. Een internationale vergelijkende analyse. *Mediapunt*.
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). *A short guide to the history of 'fake news' and disinformation*. International Center for Journalists.
- United Nations Development Programme. (2022). Information integrity: Forging a pathway to truth, resilience and trust.
- Van Damme, K., Van Leuven, S., & Deprez, A. (2021). Desinformatie: Het complexe gevecht voor betrouwbare informatie. In Raats, T., & Evens (Eds.), *Media en innovatie in een veranderende samenleving: uitdagingen voor de Vlaamse mediasector*. Brussel: Academic and Scientific Publishers (ASP).
- Vissenberg, J., d'Haenens, L., Livingstone, S. (2022). Digital Literacy and Online Resilience as Facilitators of Young People's Well-Being? A Systematic Review. *European Psychologist*, 27 (2).

- Wardle, C., & Derakshan, H. (2018). Module 2: Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. In UNESCO *Journalism, fake news and disinformation: a model course for journalism educators and trainers worldwide*.

Titel themapaper

EEN SUBSIDIEDECREET VOOR MEDIA-ACTOREN EN INITIATIEVEN, MET AANDACHT VOOR OPVANGEN VAN INDEXERINGEN

Bijdrage

MEDIA**KORTE SITUERING VAN HET THEMA**

Om subsidies te kunnen toekennen, is een decretale basis vereist. Hiertoe bestaan er verschillende decretale basissen waarvan de ene al solider en beter uitgewerkt is dan de andere (zie omgevingsanalyse).

Er zijn een aantal blijvende thema's waarvoor het mediabeleid volle bevoegdheid heeft (mediawijsheid, geschreven pers, digitale transformatie en media-innovatie, crossmedialiteit, inclusiviteit, desinformatie, toegankelijkheid, ...), met bepaalde subsidiestromen die **een minder of geheel niet uitgewerkte subsidieregeling kennen. Het betreft hier in eerste instantie de zogenaamde ad nominatim en ad hoc subsidies** waarvoor op dit ogenblik geen gereguleerd subsidiekader bestaat. Het gebrek aan een gereguleerd kader brengt de gelijke behandeling van organisaties binnen de mediasector in het gedrang en zorgt voor een 'first come, first served' beleid dat niet garant staat voor meest optimale inzet van de subsidiemiddelen.

Daarnaast doen we er goed aan om de regelingen die nu opgenomen staan in het **programmadecreet voor organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid** – en dit zeker op middellange termijn – te evalueren en te verankeren in een regeling met een rechtstreekse link met mediabeleid.

Verder is er de **problematiek van indexering van meerjarige werkingssubsidies** die – op de toelagen na (VRT, VRM en VAF) – gecompenseerd moeten worden binnen de beschikbare middelen van het programma Media. Het betreft hier geen éénmalige bijstellingen, maar recurrente verhogingen met een opbouwend karakter die steeds zwaarder doorwegen op de beschikbare middelen. Het Departement Financiën en Begroting is op de hoogte van deze overheidsbrede vraag en dit overheidsbreed probleem, maar vangt deze bijstellingen enkel en alleen op mits decretale verankering van deze regelingen én mits deze meegenomen worden binnen het nieuw af te sluiten **regeerakkoord**.

Het is tevens belangrijk dat we het mediabeleid en de organisaties waarmee meerjarige samenwerkingsovereenkomsten werden afgesloten, wapenen tegen besparingsrondes. Dit sluit niet uit dat er bespaard kan worden als dit nodig is, maar de Vlaamse overheid moet de garantie kunnen bieden dat lopende samenwerkingsovereenkomsten op zijn minst kunnen nageleefd en uitgevoerd worden tot het einde van de vooropgestelde termijn van deze overeenkomsten.

OMGEVINGSANALYSE

Vanuit mediabeleid worden allerhande werkingssubsidies en projectsubsidies toegekend die ingezet worden ter versterking van het beleid van de minister bevoegd voor media.

MEDIADECREET ALS DECRETALE BASIS

Momenteel hebben alleen de subsidies aan de regionale omroepen voor hun informatieopdracht (samenwerkingsovereenkomsten met decretale basis in het mediadecreet artikel 166 §2) én de subsidies voor toegankelijkheid van televisieprogramma's (uitvoeringsbesluit toegankelijkheid met decretale basis in het mediadecreet artikel 151 §5), een decretale onderbouw in het **mediadecreet**. Deze rechtsgrond vormt de meest solide basis voor de toekenning van deze steunmaatregelen.

- Voor de **subsidies aan de regionale televisieomroeporganisaties** (10 vzw's) en hun koepelorganisatie NORTV staat het mediabeleid budgettair een grote uitdaging te wachten, omdat de in de samenwerkingsovereenkomst ingeschreven indexaties vanaf 2025 toegepast en toegekend moeten worden. Voortgaand op het standpunt van F&B (enkel ondervanging van indexeringen op basis van verankering in een decreet én het regeerakkoord) zullen deze indexeringen zonder opname van deze regeling in het regeerakkoord

ondervangen moeten worden binnen de beschikbare middelen van het mediaprogramma. Dit is op termijn onmogelijk houdbaar en zal druk zetten op andere ondersteuningsinitiatieven.

- Ook de beschikbare middelen voor ondersteuning van **toegankelijkheidsinitiatieven** zijn eerder beperkt en maken het onmogelijk om alle ingediende en waardevolle initiatieven met betrekking tot het toegankelijker maken en houden van (televisie)programma's (lineair en niet-lineair) te ondersteunen. De nadruk voor subsidietoekenning ligt op het opkrikken van het toegankelijkheidscijfers. Nieuwe initiatieven en leertrajecten krijgen voorrang, maar ook de duurdere vormen van toegankelijkheid zoals het brengen van live en semi-live ondertiteling willen we aanhouden.

PROGRAMMADECREET ALS DECRETALE BASIS

Daarnaast definieert het programmadecreet met ingang van 2023 organisaties met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid. Het **programmadecreet** regelt samen met het **uitvoeringsbesluit** de onderbouw voor subsidietoekenning voor het Kenniscentrum Mediawijsheid (imec), werkbeurzen voor journalisten (Journalismfund.eu) en de beroepsvereniging Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ).

- Binnen deze categorie van steunmaatregelen is het belangrijk te kijken of er geen uitbreiding of verandering vereist is en hoe we hierop best anticiperen binnen het huidige kader. Inmiddels zijn al enkele pijnpunten naar boven gekomen waaronder een betere afstemming van de looptijd van de samenwerkingsovereenkomsten met de legislatuurtermijn en werken met samenwerkingsovereenkomsten voor alle organisaties die deze bijzondere opdracht toebedeeld krijgen.
- Ook een ondervangen van de in de samenwerkingsovereenkomsten opgenomen indexeringsregeling – en dus zonder vereiste compensatie binnen de beschikbare middelen van het mediabeleid – is een must om deze organisaties met een bijzondere opdracht correct te blijven ondersteunen in het volbrengen van hun taken en de naleving van de samenwerkingsovereenkomsten te garanderen.

BASIS IN HET UITGAVENDECREET

Ten slotte zijn er nog de subsidiestromen (ad nominatim en ad hoc) die hun decretale basis vinden in het **uitgavendecreet**. Voor deze categorie van steunmaatregelen is er **nood aan een degelijk uitgewerkt reglementair kader voor de toekenning van projectsubsidies** (opmaak van subsidiereglementen met (project)oproepen). Ook bijdragen die gedaan worden in het kader van **internationale engagementen** en het **afsluiten van samenwerkingsovereenkomsten** met organisaties waarmee een langere samenwerkingstermijn wordt beoogd vragen een gepast decretaal kader.

Bij elke vorm van subsidietoekenning is het **heel belangrijk dat de engagementen die aangegaan worden vanuit de Vlaamse overheid, nageleefd worden**. Wij stellen als overheid terecht strenge eisen ten aanzien van de begunstigden (zie ook verscherping van de bepalingen van de Vlaamse Codex Overheidsfinanciën hieromtrent), maar moeten ook zelf het engagement naleven door als een betrouwbare partner te handelen. Samenwerkingsovereenkomsten moeten gerespecteerd worden én indexeringen moeten toegekend worden als hierover regelingen opgenomen zijn in de overeenkomsten. Dit laatste kan enkel met de garantie van bijpassing van deze bijstellingen vanuit F&B.

HUIDIG BELEID

STEUNMAATREGELLEN BUITEN HET MEDIADECREET

Voor de steunmaatregelen die buiten het mediadecreet vallen, is er binnen het mediabeleid nood aan een degelijk uitgewerkt professioneel en sturend kader om allerhande mediabeleidsversterkende acties te ondersteunen binnen het Europese regelgevende kader.

- **Projectsubsidies** worden bij voorkeur via een **subsidierglement** toegekend. De beschikbaarheid van **projectsubsidie**middelen binnen mediabeleid is in de loop van deze legislatuur sterk toegenomen (zie ook de themapaper [Stimuleren van innovatie en digitale transformatie in de Vlaamse mediasector](#)). Dit verklaart meteen ook de situatie waarin we ons nu bevinden (geen uitgewerkt subsidiekader voor projectsubsidies) en het besef dat er werk gemaakt moet worden van een subsidierglement:

Evolutie budget losse projectsubsidies mediabeleid 2019-2023 – in duizend euro (*) Inclusief herschikking Eurimages (pilootproject TV-series)						
	2019	2020	2021	2022	2023 ^(*)	2024 ^(*)
1HH03100	248	88	902	714	1.553	1.121
1HE33000	-	-	119	262	457	757
totaal	248	88	1.021	976	2.010	1.878

- **Nominatimsubsidies** laten geen reserveopbouw toe en bijstellingen zijn enkel mogelijk tijdens een begrotingsronde. Beslissingen vanwege de Raad van Europa m.b.t. het optrekken van de bijdrage vanuit Vlaanderen in het kader van Eurimages en het Europees Audiovisueel Observatorium kunnen met de huidige regels rond nominatimsubsidies niet zomaar nagekomen worden. Ten gevolge van de cultuurpactwet moet ook het bedrag immers ingeschreven staan in het uitgavendecreet. Het subsidiebedrag kan enkel bijgesteld worden tijdens een begrotingsronde.
- **Samenwerkingsovereenkomsten** hebben bij voorkeur een decretale basis in een ander decreet dan het uitgavendecreet. Een gefundeerde basis ligt idealiter in een decreet dat gelinkt is aan de beleidsmaterie.
- Voor de **organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid** werd in 2024 in sneltempo een uitvoeringsbesluit van kracht. Er zijn evenwel aanpassingen nodig aan het programmadecreet waarop dit uitvoeringsbesluit nog niet kon anticiperen. Idealiter worden de bepalingen van het programmadecreet aangepast en overgeheveld naar een **nieuw mediasubsidiedecreet**, met een aangepast uitvoeringsbesluit. We moeten ook nagaan of er **extra organisaties met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid** opgenomen kunnen worden.

INDEXERINGSPROBLEMATIEK MEERJARIGE SAMENWERKINGSOVEREENKOMSTEN WERKINGSSUBSIDIES

Het is binnen de beschikbare middelen van mediabeleid onmogelijk om de bepalingen zoals deze opgenomen staan in de afgesloten meerjarige samenwerkingsovereenkomsten (imec, Journalismfund.eu en regionale televisieomroeporganisaties en NORTV) rond indexering van het werkings- en loongedeelte te blijven ondervangen. Dergelijke regeling is onhoudbaar op termijn, zet druk op andere ondersteuningsinitiatieven en kan niet gegarandeerd worden omwille van de afhankelijkheid van beschikbare middelen binnen het mediaprogramma.

OVERHEID ALS STABIELE EN BETROUWBARE PARTNER

Door te werken met een mediasubsidiedecreet enerzijds en de garantie van buffering van de indexeringsregelingen zoals deze goedgekeurd en opgenomen staan in afgesloten meerjarige samenwerkingsovereenkomsten anderzijds wordt meer stabiliteit geboden aan de begunstigden van de toegekende steunmaatregelen vanuit mediabeleid. Dit draagt bij tot de betrouwbaarheid van de overheid en komt de band tussen beide partijen alleen maar ten goede.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

1. **Er is nood aan een mediasubsidiedecreet** dat op basis van uitvoeringsbesluiten de decretale basis vormt voor de toekenning van werkings- en projectsubsidies allerhande die vanuit mediabeleid kunnen worden toegekend.
 - Het betreft hier in de eerste plaats het inbouwen van een **subsidiereglement** (of meerdere) voor de toekenning van projectsubsidies, waarbij de kans geboden wordt aan meerdere actoren om projectvoorstellen in te dienen die ingaan op een vanuit het mediabeleid gelanceerde oproep.
 - Tevens moet er een basis gecreëerd worden voor **bijdragen ten gevolge van internationale engagementen** en de **subsiestromen die een specifiek project ondersteunen** en die niet binnen een projectoproep passen (Eurimages, Europees Audiovisueel Observatorium,...). Dit zodat deze niet langer als nominatimsubsidies moeten opgenomen worden in het uitgavendecreet.
 - Ook het **verankeren en samenbrengen van een aantal kernthema's en organisaties met een speciale opdracht** die hieraan gelinkt zijn lijkt ons beter te passen in het nieuw op te zetten mediasubsidi-

diedecreet in plaats van in het programmadecreet. Deze regeling vraagt ook om een aangepast/nieuw uitvoeringsbesluit dat de aanduiding van de organisaties met een bijzondere opdracht binnen media-beleid regelt voor bijvoorbeeld een periode van vijf jaar.

2. **De overheid moet aangegane engagementen naleven én de garantie bieden dat deze nageleefd kunnen worden** door:
- vooropgestelde indexeringen die decretaal verankerd zijn via onder meer samenwerkingsovereenkomsten te ondervangen bij begrotingsrondes en bijpassingen via F&B (binnen en buiten indexprovisie), zonder dat deze gecompenseerd moeten worden binnen de beschikbare middelen van het beleidsprogramma,
 - meerjarige engagementen te respecteren en enkel met gegronde redenen hierop in te grijpen.

BUDGETTERING

Eigenlijk verandert dit initiatief niets aan de budgettaire toestand van de beschikbare middelen, met uitzondering van de vraag om de indexeringen die meegenomen worden in de samenwerkingsovereenkomsten voortaan niet meer zelf te moeten bijpassen maar dit mee te nemen in de provisionele middelen van F&B. Om deze jaarlijkse inflatoire meerkost in te kunnen schatten moet er gekeken worden naar de inflatievooruitzichten voor 2025 en volgende jaren, maar deze zijn nog niet voorhanden (op een huidige voorzichtige inschatting van de groeivoet van de gezondheidsindex voor 2025 na, die per 7/5/2024 ingeschat staat op 2%).

Specifiek voor het lanceren van projectoproepen met subsidiereglement willen we een basisbudget van 500.000 euro voorzien. Hiertoe zijn voldoende middelen beschikbaar binnen het begrotingsartikel (HBO-IHEI2JA-WT). Betreffende het budgettair kader van individuele dossiers en andere projectsubsielijnen (innovatieve initiatieven en digitalisering) die buiten de scope van de algemene projectsubsiemiddelen vallen, wordt verwezen naar de themapapers die deze dossiers behandelen (met name media-innovatie).

Titel themapaper

STIMULEREN VAN INNOVATIE EN DIGITALE TRANSFORMATIE IN DE VLAAMSE MEDIASECTOR MEDIA

Bijdrage

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

De impact van innovatie en digitalisering laat zich sterk voelen in de mediasector. Voor de economische leefbaarheid en technologische weerbaarheid van de mediasector en het behoud van lokale mediacontent (in al zijn vormen) is **inzetten op innovatie en digitale transformatie absoluut cruciaal**, willen we onze lokale media-bedrijven een competitieve positie laten innemen ten opzichte van de grote tech spelers en platformen (zoals Netflix, Google, Meta, Amazon, Disney, TikTok, X, Apple, Spotify, etc.).

Innovatie en digitale transformatie zijn de motor die de mediasector draaiende moeten houden. Meer specifiek is er een grote synergie tussen de beleidsthema's innovatie/digitale transformatie, audiovisueel en games als het gaat over het uitwerken van een beleidsvisie en een antwoord bieden op de uitdagingen van de toekomst. Denk bijvoorbeeld aan virtuele studio's/opnamesets, het gebruik van gametechnologie (zoals real-time 3D) binnen audiovisuele producties, interactieve content, etc.

Daarnaast is inzicht en investeren in nieuwe innovaties ook cruciaal voor het beleid inzake mediawijsheid en desinformatie. Denk aan het proactief inzetten op nieuwe technologieën en digitale platformen via mediawijsheidsinitiatieven en -campagnes of specifieke (digitale) innovaties in de strijd tegen *deepfakes*.

OMGEVINGSANALYSE

Druk op het lokale media-ecosysteem

De Vlaamse mediasector is de laatste jaren onder druk komen te staan door zowel interne als – vooral – externe evoluties. Sinds het begin van de jaren 2010 zijn internationale online platformen (YouTube, Meta, TikTok etc.) opgeklommen tot marktleiders inzake digitale reclame, ook in de lokale Vlaamse mediamarkt. Het merendeel van de Vlaamse mediaorganisaties zijn echter sterk afhankelijk van hun reclame-inkomsten, die steeds meer wegvloeien ("digital leakage") naar grotere internationale online platformen aangezien reclamecampagnes zich meer en meer via die weg op het publiek richten. De totale uitgaven binnen de reclamemarkt hebben echter deze exponentiële groei in reclameruimte niet gevolgd (Doorlichting van het Vlaams Audiovisueel Beleid 2021 – p. 24). Dit leidt tot een **hogere concurrentie tussen de lokale spelers en de eerdergenoemde internationale spelers voor dezelfde reclame-inkomsten**. Momenteel wordt deze concurrentie gedomineerd door internationale 'big tech' platformen. Zij beschikken namelijk over meer data en kunnen daardoor een betere dienstverlening en bewijs van 'Return On Investment' leveren. Volgens een studie van United Media Agencies en United Brands Association ging 62,8% van de totale investeringen in digitale reclame in België in 2023 naar internationale platformen zoals Google en Meta (Benchmark Media Investments - p.4). In 2020 schatte de Belgische mededingingsautoriteit dat Google en Meta een marktaandeel van respectievelijk 40% en 50% hadden op de nationale digitale reclamemarkt, terwijl lokale mediaspelers individueel slechts een marktaandeel van 0% tot 5% hadden (BMA-2022-C/C-08, p. 64). Doordat deze internationale platformen meer inkomsten en meer advertenties naar zich kunnen trekken, kunnen zij meer investeren en verder data opbouwen binnen hun eigen 'walled gardens'. Tegen dit zelfversterkend effect kunnen de lokale mediaspelers momenteel niet opboksen.

Het verlies aan (reclame-)inkomsten, gedreven door de disruptie van de traditionele businessmodellen, heeft ook een rechtstreekse, negatieve impact op de investering van lokale mediaorganisaties in Vlaamse content en kwaliteitsvolle lokale journalistiek. De inkomsten die de internationale platformen ophalen uit de Belgische markt worden niet evenredig terug geïnvesteerd en creëren op lange termijn geen meerwaarde voor de lokale markt, in tegenstelling tot de lokale mediabedrijven. De lokale commerciële omroepen besteden bijvoorbeeld



meer dan de helft van hun reclame-inkomsten aan programmabudgetten, waarvan twee derde wordt geïnvesteerd in Vlaamse content. Zo wordt structureel waarde gegenereerd in het lokale ecosysteem.

De komst van sociale media, de digitale transformatie en de internationalisering heeft de wereldwijde mediaconsumptie sterk beïnvloed. Het is steeds moeilijker voor traditionele media om een jonger publiek te bereiken, dat een meer gefragmenteerd mediagebruik vertoont t.o.v. vorige generaties (The future of the Belgian press – p. 19). Daarnaast is de nood aan een steeds meer gepersonaliseerd en aangepast media-aanbod op maat van het individu de laatste jaren sterk gestegen. Consumenten hebben toegang tot een breed scala aan inhoud van verschillende bronnen, platformen en formaten. Ze kunnen kiezen wat ze willen consumeren, wanneer ze het willen consumeren, waar ze het willen consumeren en hoe ze het willen consumeren. Mediagebruikers zijn niet langer trouw aan één kanaal, platform of apparaat.

De concurrentie tussen alle mogelijke platformen en vormen van entertainment om de aandacht en tijd ('time spent') van de (media)consument is enorm vergroot. Deze diverse en complexe mediaconsumptie maakt het voor mediabedrijven moeilijker om hun doelgroepen te begrijpen en te bereiken. De traditionele bedrijfsmodellen van mediaproductie en -distributie, die uitgingen van een massapubliek en gestandaardiseerde inhoud, worden erdoor uitgedaagd. Mediabedrijven moeten manieren vinden om zich van hun rivalen te onderscheiden, aantrekkelijke en boeiende inhoud creëren die een divers én niche-publiek aanspreekt, en data en analyses gebruiken om hun distributie- en monetisatiestrategieën te optimaliseren.

Nieuwe technologieën zoals AI, XR, realtime 3D, etc. zullen nog meer geavanceerde vormen van personalisering en afstemming mogelijk maken. Generatieve AI en gametechnologie bieden veel nieuwe mogelijkheden voor de mediasector. Beide technologieën laten het toe om op een meer efficiënte manier content te gaan produceren door aspecten van het creatieproces te faciliteren (bv. via Sora) en deels te automatiseren of te werken met virtuele studio's. Ze bieden ook nieuwe mogelijkheden voor personalisatie door het aanbieden van unieke ervaringen via data-analyse of creativiteit zoals het werken met *digital twins* en *voice cloning*. Dit biedt kansen voor innovatieve vormen van journalistiek, educatieve content en entertainment. Door **deze technologieën te omarmen**, kunnen mediaspelers nieuwe manieren verkennen om hun verhalen te vertellen en betrokkenheid bij hun publiek te vergroten. Volgens een studie van het Amerikaanse CVL Economics is reeds een derde van de mediasector aan het werk met generatieve AI in functie van efficiëntieverhoging, maar de helft van de respondenten geeft aan dat binnen 3 jaar generatieve AI een effectieve rol zal opnemen in productieprocessen van film, televisie en games (2024, p. 5-6).

Naast de nieuwe mogelijkheden zetten deze technologieën de lokale mediasector ook onder druk. Enerzijds bestaan er grote drempels om te gaan werken met deze technologieën zoals hoge investeringskosten, gebrek aan voldoende technische profielen in de mediasector en het gebrek aan regelgevende kaders. Anderzijds zijn er ook veel uitdagingen zoals het herzien van de bestaande businessmodellen, de nood aan nieuwe media-asset managementsystemen en het belang van beschermde intellectuele eigendom. 75% van de respondenten uit eerdergenoemde studie van CVLEconomics geeft aan dat er naast de creatie van nieuwe jobs door generatieve AI, ook reeds jobs werden geschrapt of gereduceerd in functie van deze nieuwe technologie (p. 5).

Daarnaast is de **mediasector ook extra gevoelig door zijn unieke 'glokale' positie**. Die kenmerkt zich enerzijds door het sterk verankerde lokale karakter en anderzijds moet men opereren binnen een globale context in de strijd om de aandacht van de consument. Lokale mediabedrijven moeten manieren vinden om zich van hun internationale concurrenten te differentiëren om hun lokale positie te verankeren. Voor de Vlaamse mediasector is het op dit moment steeds moeilijker om te concurreren met de internationale 'big tech' op het vlak van reclame, platformen, distributie en content omdat ze niet over dezelfde schaalgrootte beschikt.

BELANG VAN EN VOOR DE VLAAMSE OVERHEID

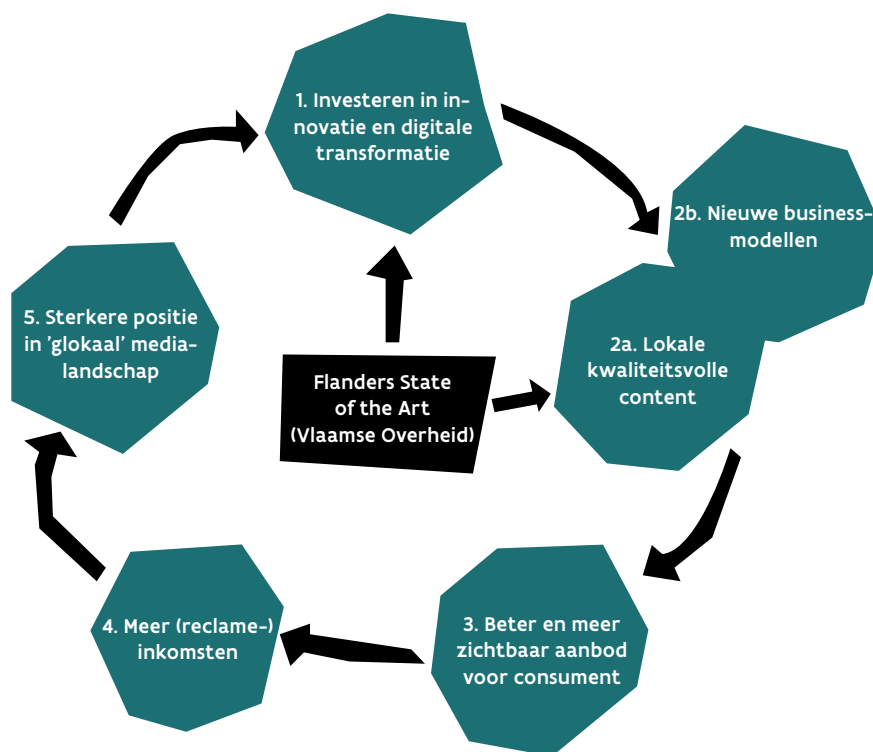
Het **belang van de mediasector voor Vlaanderen**, zowel op **economisch, maatschappelijk en cultureel** vlak, mag niet worden onderschat. De jaarlijkse omzet van de Belgische mediasector werd in 2021 rond 10,4 miljard euro geschat en PWC voorspelt een verdere groei naar 12,74 miljard euro tegen 2025 (Entertainment & Media Outlook 2021-2025). Bovendien zijn media als de 'vierde macht' cruciaal voor het goed functioneren van onze moderne democratie en open samenleving. De stem en visie van de burger worden immers mee bepaald door de verscheidenheid aan informatie en meningen die door de Vlaamse media worden verspreid. Daarnaast vormt de diversiteit aan lokale mediacontent (in al zijn vormen) een groot onderdeel van de (gedeelde) Vlaamse cultuur die mensen met elkaar verbindt over gemeenschappen heen.

De hierboven geschetste uitdagingen en opportuniteiten vragen om een **krachtig en sectorspecifiek beleid om het media-ecosysteem te ondersteunen**. Het verder stimuleren van digitale transformatie en weerbaarheid van de (Vlaamse) mediasector ligt in lijn met de visie van de Europese Commissie:

"The digital transformation will be the key that unlocks this true potential. This is true for the economy as a whole, and media is no exception. Europe has all the necessary assets to

thrive in the Digital Decade with its Single Market and 450 million consumers, its talent pool, the creativity of its producers, authors and performers, and quality of the European content” (COM 2020/784, p. 3).

Als de Vlaamse overheid de nodige stimulansen biedt voor innovatie en digitale transformatie in de mediasector kan het mee een **klimaat ontwikkelen waarin de technologische weerbaarheid en economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem kan blijven groeien**. Dit legt de basis voor investeringen in kwaliteitsvolle, aantrekkelijke Vlaamse content en journalistiek, het verzekeren en versterken van de diversiteit, pluraliteit, kwaliteit en onafhankelijkheid van het nieuws – en de media in het algemeen – en bij uitbreiding de lokale Vlaamse en Europese (media)cultuur. Dit komt uiteindelijk ten goede aan de Vlaamse mediaconsument die kan genieten van een meer kwaliteitsvol en open medialandschap. Doordat zij via kwaliteitsvolle content en nieuws de Vlaamse burger terug sterker aan zich kunnen binden, worden er opnieuw meer inkomsten gegenereerd die op hun buurt kunnen ingezet worden voor tewerkstelling, verdere innovatie in de Vlaamse mediasector en uiteraard ook investeringen in nieuwe content.



Met media komt iedereen in aanraking in alle domeinen van de maatschappij, de mediasector is dan ook een ideale sector om Vlaanderen nog meer internationaal op de kaart te zetten. In het kader van Flanders Technology & Innovation wordt stevig ingezet op de entertainmentsector door te investeren in een innovatieve site in de Rupelstreek voor deze sector. De focus ligt hier voornamelijk op (infra)structuur en clustervorming (de zogenaamde 'hardware'). Ons beleidsvoorstel sluit hier naadloos bij aan door **in te zetten op de ideeën, mensen en creativiteit die aan de grondslag van innovatie liggen** (de zogenaamde 'software'). Een 'state of the art' clustersite rond entertainmenttechnologie moet vanuit Vlaanderen gevoed worden met impulsen voor specifieke innovatieprojecten. Dit is fundamenteel voor het succes van de investeringen in het kader van FTI.

Verdere investeringen door de Vlaamse overheid in de mediasector zijn de beste manier om de **maatschappelijke impact en ethische randvoorwaarden van innovatie** te bewaken. Zo kan de inzet van de overheid zorgen voor voldoende aandacht voor toegankelijkheidstechnologieën, zoals Text-To-Speech, audiodescriptie, automatische ondertiteling, etc. Dit is namelijk innovatie die niet snel zal opgepikt worden door de sector zelf wegens het lagere (economische) marktpotentieel, maar wel een erg grote maatschappelijke winst heeft. Daarnaast laat dit toe om te verzekeren dat de maker mediawijs omgaat met de productie van nieuwe technologieën, formats en content.

HUIDIG BELEID

In het verleden werd in de marge van het mediabeleid media-innovatie in mindere mate aangemoedigd en ondersteund. In kader van **Vlaamse Veerkracht** werd in april 2021 echter 35 miljoen euro vrijgemaakt voor een **digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector**. Dit programma werd uitgewerkt door de Vlaamse minister van Media en uitgevoerd in samenwerking met de Vlaamse minister van Innovatie. Het programma omvatte investeringen in onderstaande projectlijnen:

Projectlijnen	Budget (in euro)	Entiteit van de Vlaamse overheid
Crossmediaal meetsysteem	4.000.000	Departement CJM
Projectoproep desinformatie	3.152.713	Departement CJM
Projectoproep digitale transformatie	11.790.733	Departement CJM
Transformatieplan regionale omroepen	2.000.000	Departement CJM
Flanders Game Hub	2.000.000	Departement CJM i.s.m. VLAIO
Seeds & Growth for Media	996.912	Departement CJM i.s.m. VLAIO
Hermes	2.350.000	Departement CJM
Future Media Hubs	1.622.190	Departement CJM
Proeftuinen Media	3.449.153	VLAIO
TETRA Media	1.272.727	VLAIO
Werkingskosten en externe ondersteuning	500.000	Departement CJM
Totaal	33.134.428	

Ten eerste werd geïnvesteerd in de ontwikkeling en uitrol van een **crossmediaal meetsysteem** door het Cross Mediaal Consortium, bestaande uit sectorspelers. Dit systeem zal een totaalbeeld kunnen geven van het media-gebruik in Vlaanderen. Uit dit systeem zullen verklarende en voorspellende modellen en algoritmes voortkomen die Vlaamse mediaspelers kunnen gebruiken om bv. de media-ervaring van de Vlaamse consument te verbeteren en nieuwe verdienmodellen te versterken.

Er werd ook ingezet op de **strijd tegen desinformatie**. Hiervoor werd een **projectoproep** gelanceerd voor samenwerkingsverbanden die hierrond werken. De projecten zetten in op het verhogen van de weerbaarheid van burgers of journalisten/redacties tegen desinformatie, het verwerven van nieuwe inzichten inzake desinformatie en de ontwikkeling van innovatieve tools en technologieën die ingezet kunnen worden om desinformatie te detecteren of te weerleggen.

Ten derde werden ook de **regionale omroepen** gestimuleerd om de digitale omslag te maken aan de hand van een **transformatieplan** op maat van de omroepen. Dit zet in op noodzakelijke investeringen en gemeenschappelijke projecten rond data, connectiviteit, distributie, multiplatform redactie- en publicatiesysteem en businessmodellen van de toekomst.

Digitale transformatie en media-innovatie binnen de brede mediasector werden verder gestimuleerd via een **oproep voor grootschalige en kleinschalige samenwerkingsprojecten**. De uiteindelijke ontwikkelingsprojecten voorzien in het verbeteren van de vindbaarheid en zichtbaarheid van Vlaamse mediacontent, de ontwikkeling van slimme technologie en digitale tools om de efficiëntie/kwaliteit van mediaproductie, opslag, distributie

en waardecreatie te verhogen en de ontwikkeling van mediaplatformen en tools van de toekomst.

Via Seeds and Growth for Media werden **start-ups en scale-ups begeleid** om verder te innoveren en digitaliseren, zodat ze internationaal sterker staan. Daarnaast werd de structurele groei en verduurzaming van de Vlaamse game-industrie via de **Flanders Game Hub** gestimuleerd door incubator- en acceleratorprogramma's.

Future Media Hubs zet als netwerk van commerciële en publieke mediaorganisaties in op stimuleren van innovatie en het versnellen van de ontwikkeling van de Europese media-industrie en hun lokale ecosystemen door het faciliteren van samenwerkingsverbanden tussen mediaorganisaties.

Er werd ook steun verleend aan meemoo voor het **stimuleren van hergebruik van Vlaamse mediacontent** uit het (recente) verleden, door volop in te zetten op de ontsluiting van die content. Het project zal worden gerealiseerd via drie sporen: (1) beschrijven/modelleren van rechten en verbeteren van de publieke beschikbaarheid van archiefmateriaal, (2) proeftuin voor het bouwen en testen van een platform om makkelijk content uit te wisselen en (3) ontwikkelen van een flexibel raamwerk waarin meerdere AI-technieken ingeplugd kunnen worden.

Deze verschillende projectlijnen creëren een voedingsbodem voor een gedeelde honger naar succes en samenwerking in de Vlaamse mediasector. **Het is duidelijk dat er zowel nood als ruimte is voor een structureel media-innovatiebeleid.** Om de technologische leefbaarheid en economische weerbaarheid op lange termijn te versterken, moet vanuit het beleid structureel en sterk ingezet worden op het stimuleren van innovatie binnen de brede Vlaamse mediasector. Innovatie is geen éénmalig verhaal, maar heeft een recurrent karakter nodig om impact te creëren op langere termijn.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

Media-innovatie en digitale transformatie dienen structureel gestimuleerd en gefaciliteerd te worden om de technologische weerbaarheid en economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem te versterken op lange termijn. Zo wordt de noodzakelijke basis gecreëerd voor investeringen in kwaliteitsvolle, aantrekkelijke Vlaamse content en journalistiek, het verzekeren en versterken van de diversiteit, pluraliteit, kwaliteit en onafhankelijkheid van het nieuws en de media in het algemeen. De **komende 5 jaar vormen een unieke en urgente 'window of opportunity'** om de lokale mediasector voor te bereiden op het volgende decennium, waarin de totale convergentie van verschillende krachtige technologieën (zoals generatieve AI, XR en real-time 3D) de manier waarop mediacontent wordt geproduceerd en geconsumeerd radicaal zal veranderen.

1. EEN AMBITIEUZE BELEIDSVISIE INZAKE MEDIA-INNOVATIE EN DIGITALE TRANSFORMATIE, GETROKKEN VANUIT DE MEDIABEVOEGDHEID

Om hiertoe te komen stellen wij voor om in de aankomende legislatuur vanuit het Departement CJM verder te bouwen op de fundamenten van het Digitaal Transformatieprogramma voor de Vlaamse Mediasector (in kader van Vlaamse Veerkracht) en volop in te zetten op **de ontwikkeling van een ambitieuze visienota met bijhorend media-innovatieprogramma**, waarbij het Departement CJM als trekker in co-creatie samenwerkt met VLAIO (inclusief de mogelijks nog op te richten speerpuntcluster rond entertainmenttechnologie). Beide overheidsactoren versterken hierbij elkaar vanuit hun eigen expertise. Het Departement CJM bekleedt een unieke en centrale positie aangezien het zowel over de noodzakelijke sectorspecifieke kennis, het uitgebreide netwerk en de cruciale beleidslinken beschikt (met o.a. VAF, VRT, gamebeleid, steun regionale omroepen, steun journalistiek, digitale radio, toegankelijkheid, Kenniscentrum Mediawijs, Kenniscentrum Mediapunt, etc.) om een continue en betekenisvolle impact waar te maken inzake media-innovatie en digitale transformatie. De voorbije 3 à 4 jaar heeft het Departement CJM aangetoond dat het, naast het reguliere (en niet-sectorspecifieke) instrumentarium van VLAIO, op redelijk korte termijn ambitieuze en impactvolle beleidsinitiatieven inzake innovatie en digitale transformatie op maat van de sector kan ontwikkelen en uitrollen. Er is in de brede mediasector een **grote vraag** om in de schoot van het **mediabeleid** (en dus vanuit het Departement CJM) **structureel in te zetten op media-innovatie en digitale transformatie**, vertrekkende vanuit de specifieke noden van de sector en complementair aan het generieke VLAIO-instrumentarium. Om de draagwijdte van de door het Departement CJM getrokken visienota nog extra kracht bij te zetten dienen naast VLAIO ook minstens Flanders Technology & Innovation, FIT, EWI en Onderwijs nauw betrokken te worden. Binnen het departement is er meer afstemming nodig tussen Media en Cultuur en moeten mogelijke samenwerkingen worden verkend.

De te ontwikkelen visienota tekent aan de hand van high-level strategische en operationele doelstellingen het beleidskader uit voor specifieke beleidsacties die door het Departement CJM in samenwerking met VLAIO gebundeld worden in een concreet media-innovatieprogramma. Idealiter omvat de visienota minstens de volledige regeerperiode en het begin van de volgende legislatuur (2025-2030) en komt deze tot stand in de eerste 6 tot 9

maanden van de nieuwe legislatuur. Een studie, in opdracht van CJM, met beleidsaanbevelingen dient als basis voor de visienota die moet focussen op de middellange termijn, maar ook voldoende wendbaar moet zijn om snel in te spelen op plotse en grote technologische veranderingen. Volgende principes en doelstellingen dienen alvast zeker gevat te worden:

- Samenwerking faciliteren en stimuleren binnen het lokale mediaecosysteem is dé sleutel tot langdurig succes en dient een leidinggevend criterium te zijn voor alle beleidsinitiatieven.
- Vanuit het Departement CJM moet er op structurele basis zuurstof worden gegeven aan zowel 'close to market' als meer experimentele innovatie en digitale transformatieprojecten binnen het media-ecosysteem via een sectorspecifiek beleidsinstrumentarium. Hierbij moet voldoende aandacht gaan naar de grote en transformatieve impact van (generatieve) AI op de brede mediasector, met zowel oog voor de uitdagingen als voor de opportuniteiten.
- Binnen de Vlaamse overheid moet er tussen de relevante departementen en agentschappen (CJM, VLAIO, FIT, EWI, Onderwijs, ...) beleidsmatig afgestemd en samengewerkt worden. Ook binnen CJM moeten samenwerkingen en synergiën tussen Media en Cultuur versterkt worden. Daarnaast moet er ook voldoende afstemming en samenwerking zijn tussen CJM, FTI en de mogelijks op te richten speerpuntcluster entertainmenttechnologie (VLAIO).
- Versterken van de kennisopbouw en -deling binnen de mediasector en de Vlaamse overheid inzake media-innovatie en digitale transformatie, met aandacht voor het aantrekken van profielen met de juiste technische en digitale vaardigheden naar de mediasector en het opleiden van toekomstig innovatief én creatief talent.
- Vanuit VLAIO moet er steun gaan naar projecten die ruimte geven aan universiteiten en hogescholen om samen met de mediasector te experimenteren en kennis te delen.
- Het stimuleren van cross-sectorale innovatie tussen de mediasector en de bredere culturele en creatieve sectoren (met bv. een focus op de game- en cultuursector) zorgt voor nieuwe kruisbestuivingen.
- Vlaanderen verder internationaal op de kaart zetten als een sterke regio inzake media-innovatie en een centrale rol opnemen in Europese netwerken.
- Meer aandacht voor (creatieve) innovatie binnen het VAF (via BHO 2026-2029, zie themapaper [Kwaliteitsvolle Vlaamse audiovisuele content](#)) en een grotere nadruk op innovatie binnen de VRT (via BHO 2026-2030, zie themapaper [De rol van de openbare omroep](#)).

2. EEN DOELGERICHT PROGRAMMA INZAKE MEDIA-INNOVATIE EN DIGITALE TRANSFORMATIE

Met de visienota als richtinggevend beleidskader dient er een bijhorend programma te worden uitgerold dat concrete acties en beleidsinitiatieven omvat. Via (thematische) projectoproepen, nieuwe ecosysteemversterkende initiatieven, structurele verankering van reeds gelanceerde initiatieven, (academische) onderzoeksprojecten en inspiratie-evenementen voor de sector worden de **nodige stimulansen** gegeven voor een **innovatief, duurzaam en kwaliteitsvol media-ecosysteem**. Voortbouwend op het digitaal transformatieprogramma (in kader van Vlaamse Veerkracht) dienen alvast volgende projectlijnen in het nieuwe programma opgenomen te worden:

- Ontwikkeling en lancering van **projectoproepen inzake desinformatie**, met focus op innovatie en mediawijsheid
- Ontwikkeling en lancering van **projectoproepen inzake media-innovatie en digitale transformatie**, met focus op samenwerking rond volgende mogelijke thema's:
 - AI in de mediasector (generatieve AI, LLM (Large Language Model), NLP (Natural language Processing), machine learning, ...)
 - Virtuele productie / gebruik van gametechnologie (game-engines en realtime 3D)
 - Media in de virtuele wereld (metaverse, XR (eXtended Reality), spatial computing, games, ...)
 - Verhogen van de vindbaarheid en zichtbaarheid van lokale content
 - Beter bereiken van de jongere generatie (bv. via innovatieve storytelling)
 - Gebruik van data in de mediasector (nieuwe inzichten, businessmodellen, ...)
 - Verbeteren van de toegankelijkheid van mediacontent en -diensten
- Faciliteren en stimuleren van **grootschalige (samenwerkings-)initiatieven** inzake media-innovatie en digitale transformatie, zoals het crossmediaal meetsysteem, Future Media Hubs en het digitaal transformatieplan voor de regionale omroepen
- Ondersteuning voor **innovatieve start-ups en scale-ups** binnen de mediasector
- Ondersteunen en versterken van **media-innovatienetwerken**
- Innovatie inzetten voor de **duurzame ontsluiting** van Vlaams audiovisueel erfgoed en mediacontent uit het (recente) verleden, in afstemming met het digitaal transformatieprogramma voor de cultuursector (cfr. de

themapaper in de Regeerbijdrage Cultuur)

- Investeren in **trajecten voor ‘reskilling’ en ‘upskilling’** van mediaprofessionals
- Steunen van (academische) **onderzoeksprojecten** (ICON, TETRA en proeftuinen) via VLAIO

Bij het uitwerken en uitrollen van bovenstaande beleidsvisie en het bijhorend programma is staatssteun een zeer belangrijk aspect om rekening mee te houden. Directe overheidssteun voor innovatie en digitale transformatie voor een economische sector zoals de mediasector is in de meeste gevallen immers staatsteungevoelig en dient binnen de juiste juridische kaders toegekend te worden. Net zoals in het Digitaal Transformatieprogramma (Vlaamse Veerkracht) zal er voor verschillende projectlijnen in een nieuw programma gebruikt kunnen gemaakt worden van de bestaande kaders onder de Algemene Groepsvrijstellingsverordening (AGVV) of de Diensten van Algemeen Economisch Belang (DAEB). Indien nodig en waar relevant kan er ook gewerkt worden met specifieke aanvragen van projecten bij de Europese Commissie, die vervolgens haar goedkeuring dient te geven vooraleer de overheidssteun effectief kan toegekend worden. Bij het ontwikkelen van een nieuw programma is het uitgangspunt om zo veel mogelijk binnen het kader van de AGVV en DAEB te werken of voor te bouwen op de voorgaande aanvragen bij de Europese Commissie.

BUDGETTERING

Naast de eenmalige relancemiddelen voortkomend uit het digitaal transformatieprogramma (VV133), werd ook een recurrent budget van 3 miljoen euro vrijgemaakt voor de opvolging van de initiële investering. Hiervan werd 200.000 euro omgezet naar personeelsmiddelen en 100.000 euro voor beleidswerkingsmiddelen. De resterende 2,7 miljoen euro werd ingezet ter ondersteuning van diverse media-initiatieven in het binnenland (1,5 miljoen euro) en een jaarlijks vaste recurrente verhoging voor mediawijsheid (100.000 euro) en journalistieke initiatieven regionale televisie, Fonds Pascal Decroos en Vlaamse Vereniging van Journalisten (550.000 euro + 25.000 euro + 25.000 euro). Het voorziene budget van 2 miljoen euro bestemd voor VRT zou bij begrotingsaanpassing 2024 worden toegekend. Daarnaast werd een bedrag van 311.000 euro recurrent verschoven naar de begroting van de Brusselbevoegdheid (projectsubsidie Polsslag Brussel).

Het beperkt budget *allerhande initiatieven binnenland* is in 2024 goed voor een totaalbudget van 1,121 miljoen euro (d.i. zowel voor beleidsversterkende ad hoc subsidies als voor innovatieve subsidielijnen) en is hiermee **ruim onvoldoende om een structurele en sterke impact te hebben**. Het Departement CJM stelt voor om in de periode 2025-2029 – naast de middelen voor beleidsversterkende projectsubsidies die een minimum jaarbudget van 500.000 euro vragen (zie themapaper [Een subsidiedecreet voor media-actoren en initiatieven, met aandacht voor opvangen van indexeringen](#)) - een totaalbudget van 79.000.000 euro vrij te maken voor het beleid inzake media-innovatie en digitale transformatie. Dit komt neer op een **gemiddeld jaarlijks budget van 15.800.000**, waarmee de nodige ruimte kan gegeven worden om zowel verder te bouwen op de fundamenten van de laatste 3 à 4 jaar en nieuwe initiatieven te lanceren. Het minimale budget van 55.500.000 euro (2025-2029) is de absolute ondergrens om bestaande projectlijnen te kunnen continueren, zonder deze verder te versterken of op te schalen, en in beperkte mate nieuwe (kleinschalige) initiatieven te ontwikkelen.

Het gevraagde budget moet ook in de juiste context gezien worden. Momenteel maakt de Vlaamse Regering ongeveer 30.000.000 euro per jaar vrij voor het VAF over de drie fondsen heen. Deze zeer belangrijke steun voor creatie, promotie, talentontwikkeling en publiekswerking kan niet los gezien worden van innovatie. Hetzelfde geldt voor de steun aan journalistiek via het Fonds Pascal Decroos, de steun voor de regionale omroepen en de dotatie aan de VRT. Om de productie van kwaliteitsvolle lokale audiovisuele en andere mediacontent op langere termijn te blijven verzekeren is constante innovatie en digitale transformatie noodzakelijk. Het **budget voor media-innovatie dient als een belangrijke hefboom** om de andere beleidlijnen binnen de bevoegdheid Media te versterken.

Projectlijn	Minimaal budget (in euro) 2025-2029	Aangewezen budget (in euro) 2025-2029	Entiteit
Projectoproepen desinformatie en mediawijsheid	7.500.000	12.500.000	Departement CJM
Projectoproepen media-innovatie	30.000.000	40.000.000	Departement CJM

Samenwerkingsinitiatieven inzake media-innovatie en digitale transformatie	9.000.000	13.000.000	Departement CJM
Begeleiding van start-ups en scale-ups	1.500.000	2.500.000	Departement CJM (i.s.m. VLAIO)
Steun voor media-innovatienetwerken	2.000.000	2.750.000	Departement CJM
Innovatie inzake audiovisueel erfgoed	2.500.000	4.000.000	Departement CJM
Reskilling en upskilling trajecten	1.250.000	2.000.000	Departement CJM
Personeelskosten, werkingskosten, communicatie, consultancy en externe ondersteuning	1.750.000	2.250.000	Departement CJM
TOTAAL	55.500.000	79.000.000	Departement CJM

BRONNENLIJST

- Ballon, P., et al. (2021). *Doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid*. Geraadpleegd via <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/50765>
- Belgische Mededingingsautoriteit. (2022). *Beslissing BMA-2022-C/C-08 van 29 maart 2022 in toepassing van artikel IV. 66, §1-2 van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wet van 2 mei 2019. Zaak nr. MEDE-C/C-22/0004. RTL JV/Rossel/DPG Media*. Geraadpleegd via <https://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/BMA-2022-CC-08%20PUB.pdf>
- CVL Economics. (2024). *Future Unscripted: the Impact of Generative Artificial Intelligence on Entertainment Industry Jobs*. Geraadpleegd via <https://animationguild.org/wp-content/uploads/2024/01/Future-Unscripted-The-Impact-of-Generative-Artificial-Intelligence-on-Entertainment-Industry-Jobs-pages-1.pdf>
- De Bens, E., & Raeymaeckers, K. (2016). *The Future of Belgium's Press*. Re-Bel. Geraadpleegd via <https://rethinkingbelgium.eu/ebook/the-future-of-the-belgian-press/>
- UMA & UBA. (2023). *Benchmark Media investments 2023*. Geraadpleegd via <https://uma.be/wp-content/uploads/2024/03/UMA-UBA-Benchmark-Media-Investments-2023-NL.pdf>
- PwC Belgium. (2021). *PwC Belgium: Entertainment & Media Outlook 2021-2025*. Geraadpleegd via <https://www.pwc.be/en/news-publications/2021/global-entertainment-media-outlook-2021-2025.html>
- Mededeling (COM) 2020/784 van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's betreffende Europese media in het digitale decennium: Een actieplan ter ondersteuning van het herstel en de transformatie. Geraadpleegd op <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/nl/ALL/?uri=CELEX:52020DC0784>

Titel themapaper
Bijdrage

**DE (ROL VAN DE) OPENBARE OMROEP
MEDIA**

KORTE SITUERING VAN HET THEMA

Het mediagebruik evolueert razendsnel en het medialandschap bijgevolg ook. De VRT is één van de, of zelfs één van de belangrijkste actor in dat landschap.

In het regeerakkoord van elke nieuwe regering worden fundamentele keuzes en beleidsintenties voor de VRT opgenomen, omdat elke regering een nieuwe beheersovereenkomst met de VRT moet afsluiten. Die beheersovereenkomst bevat de krijtlijnen waarbinnen de VRT werkt, maar heeft eveneens een grote impact op de werking van het departement.

De betrokkenheid van het departement bij het beleid over en de totstandkoming van die beheersovereenkomst is dus primordiaal.

OMGEVINGSANALYSE

Vlaanderen hecht een zeer groot belang aan een openbare omroep en kent aan die omroep grote verantwoordelijkheid toe binnen het Vlaamse medialandschap, zowel naar eigen inhoudelijke taak inzake omroep als in samenwerking met anderen. De **VRT is merk, motor en katalysator** voor omroep in Vlaanderen, zowel op het gebied van audio als audiovisueel en meer en meer ook op het gebied van distributie.

De Vlaamse **mediasector** is de laatste jaren **onder druk** komen te staan door interne en – vooral – externe evoluties. Sinds het begin van de jaren 2010 zijn internationale online platformen (Netflix, YouTube, Facebook, etc.) opgeklommen tot vaste actoren, ook in de lokale Vlaamse mediamarkt. Dit heeft geleid tot meerdere moeilijkheden voor lokale mediaspelers, zoals bijvoorbeeld het wegvloeien van reclame-inkomsten en de destabilisatie van klassieke businessmodellen. Daarnaast is het door de continue digitalisering en snelle opeenvolging van technologische (r)evoluties voor spelers in (kleinere) lokale sectoren moeilijk geworden om te voldoen aan de verwachtingen van de mediaconsument. De nood naar een steeds meer gepersonaliseerd en aangepast media-aanbod aan het individu is de laatste jaren sterk gestegen. Consumenten hebben toegang tot een breed scala aan inhoud van verschillende bronnen, platforms en formaten. Ze kunnen kiezen wat ze willen consumeren, wanneer ze het willen consumeren, waar ze het willen consumeren en hoe ze het willen consumeren. Mediagebruikers zijn niet langer trouw aan één kanaal, platform of apparaat. De concurrentie tussen alle mogelijke platformen en vormen van entertainment om aandacht van de (media)consument is enorm vergroot.

Het **gefragmenteerd mediagebruik** zal het komende decennium nog meer toenemen door de opkomst van nieuwe technologieën zoals AI, VR en XR, machine learning, nog betere algoritmes etc. die nog meer geavanceerde vormen van personalisering en afstemming mogelijk maken. Deze diversiteit en complexiteit van de mediaconsumptie maakt het voor mediabedrijven moeilijker om hun doelgroepen te begrijpen en te bereiken. De traditionele bedrijfsmodellen van mediaproductie en -distributie, die uitgingen van een massapubliek en gestandaardiseerde inhoud, worden erdoor uitgedaagd. Mediabedrijven moeten manieren vinden om zich van hun rivalen te onderscheiden, aantrekkelijke en boeiende inhoud creëren die een divers én niche-publiek aanspreekt, en data en analyses gebruiken om hun distributie- en monetisatiestrategieën te optimaliseren.

Openbare omroepen staan door deze tendensen nog meer onder druk dan andere mediaspelers. Naast het voorzien van informatie en entertainment, hebben openbare omroepen van oudsher een maatschappelijke opdracht. De veranderingen in de mediasector worden echter gestuurd door een economische marktlogica die niet aanleunt bij de missie waarop de taken van openbare omroepen gebouwd zijn. Deze druk vreet aan de opdracht inzake maatschappelijk impact waarop de taak van een openbare omroep gestoeld is.

De **VRT heeft al op enkele tendensen ingespeeld**: ze ging nieuwe allianties aan met nieuwe spelers, zette in op nieuwe doelstellingen en veranderde vooral op het gebied van aanbod en distributiestrategie het geweer radicaal van schouder; van een inhoudelijke aanbieder van programma's en merken, **evolueerde de VRT** naar een eigen platformaanbieder (VRTMAX) waar het volledige aanbod loskomt van merken en netten, en meer en

meer op aanvraag wordt aangeboden. Ook naar de jongeren toe blijft VRT enorme inspanningen doen, zowel om hen te bereiken als om hen te informeren.

HUIDIG BELEID

TOTSTANDKOMING VAN BEHEERSOVEREENKOMSTEN MET DE VRT

Het proces om tot een beheersovereenkomst te komen, ligt grotendeels vast in het mediadecreet:

- Uiterlijk 1 jaar voor het verstrijken van de beheersovereenkomst legt de VRT een visietekst voor inzake hoe de VRT haar opdracht ziet.
- Uiterlijk 6 maanden voor het verstrijken legt de VRT aan de Vlaamse Overheid een ontwerp van beheersovereenkomst voor.
- De Sectorraad Media organiseert ter voorbereiding van een nieuwe beheersovereenkomst een publieke bevraging en formuleert op basis daarvan een advies.
- Daarnaast en in parallel met dit traject organiseert het Vlaams Parlement hoorzittingen met de belangrijkste stakeholders over wat in de nieuwe beheersovereenkomst moet komen. Op basis hiervan maakt het Parlement een resolutie op met de vraag aan de Regering om rekening te houden met die punten die het parlement in de resolutie aangeeft.

OPDRACHT VAN DE VRT

De maatschappelijke opdracht van de VRT staat ingeschreven in het mediadecreet (art. 6, lid 2, para. 3): *“De programma’s dragen bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT draagt via de programma’s bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom streeft hij naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.”*

Dit werd duidelijk omgezet in de huidige beheersovereenkomst waarin zij hun maatschappelijke impact als volgt voorstellen: *“het versterken van de democratie, het politiek, sociaal en cultureel burgerschap, én de samenleving door bij te dragen aan een maatschappelijk en pluralistisch debat, de samenleving te documenteren en het stimuleren van de cultuur- en taalbeleving en de Vlaamse identiteit en diversiteit. De VRT geeft duidelijk aan niet enkel een plaats te willen opnemen in het medialandschap, maar in de volledige maatschappij”* (p. 7). **De VRT stelt zelf deze maatschappelijke opdracht en impact als kompas voor de brede werking van de openbare omroep.** VRT wil een openbare omroep zijn voor iedereen en met aandacht voor maatschappelijke thema’s.

Ideologisch staat de maatschappelijk opdracht en het hebben van impact dus zeker nog centraal in de werking van VRT. Het medialandschap en de mediaconsumptie is echter sterk veranderd, wat een grote impact heeft op de concrete invulling en implementatie ervan. Dit is echter niet op alle vlakken mee geëvolueerd en zorgt voor een context waarin de mediagebruiker en het beleid/de overheidsinstanties steeds meer vragen van de openbare omroep.

De **focus moet liggen op de kwaliteit van de acties**: hoe kan de invulling van de maatschappelijke opdracht van VRT anders vormgegeven worden zodat de openbare omroep **waardevolle impact** kan verzekeren voor de democratie en de burger?

VRT moet daarom versneld **mee op de digitale sneltrein** van de veranderende platformen. Dit vergt een herdenken van de strategie en van de modellen, maar ook een verdere interne transformatie.

Kwaliteitsvolle acties met duurzame impact vragen een voldoende stabiele financiering. Verschillende studies tonen aan dat politieke besparingen op openbare omroepen een negatieve impact hebben op de kwaliteit en impact van de maatschappelijke missie (Benson & Powers 2011, Chivers & Stuart 2022, Saurwein et al. 2019). De openbare omroep wordt zo in een tweederangspositie geduwd ten opzichte van de economische belangen en dit zorgt ervoor dat politieke en publieke verwachtingen niet kunnen worden ingevuld. Omroepen met een hoge publieke financiering worden gezien als een meer relevante bron van nieuws en zijn minder afhankelijk van externe druk. De opdracht van een publieke omroep omtrent de sociale en culturele waarde voor een bevolkingsgroep dient dan ook **voldoende financieel ondersteund** te worden door het beleid. Dit **evenwicht is echter verstoord bij VRT door de verschillende besparingsrondes** waardoor sprake is van een structurele onderfinanciering van de VRT ten bedrage van – afhankelijk van de berekeningen – 25 miljoen euro, onder meer ten gevolge van de niet-indexering van de werkingsmiddelen. Er is nood aan een (nieuwe) stabiele financiële impuls om een waardevolle impact van de VRT voor de sector, het beleid en de burger te genereren, maar ook om de verdere digitale omslag te maken.

BELEIDSVOORSTEL EN BELEIDSACTIES

ROL VAN HET DEPARTEMENT

Op twee elementen kan het departement wegen: enerzijds de (noodzaak van) betrokkenheid en expertise van het departement bij de opmaak en onderhandelingen over de beheersovereenkomst en anderzijds de inhoudelijke insteek vanuit het departement bij de beheersovereenkomst met opdrachten voor de VRT die vanuit CJM belangrijk zijn.

Betrokkenheid bij de opmaak van de beheersovereenkomst

Hierboven schetsen we hoe de beheersovereenkomst tot stand komt met – pro memorie – (i) de visietekst door de VRT, (ii) het adviestraject van de SARC, (iii) het resolutietraject van het Vlaams Parlement, (iv) het tekstvoorstel van de VRT en (v) het onderhandelingstraject met de regering. Het departement heeft hier een dubbele rol: **begeleiden en bewaken**.

Het **begeleiden** omvat volgende acties:

- Het traject naar de nieuwe beheersovereenkomst voorbereiden met het kabinet: projectplanning en -opvolging, besprekingen met stakeholders, onderhandelingen, etc.
- De SARC ondersteunen bij de adviesopdracht: dit neemt zowel de vorm aan van het dragen van de kosten van de publieksbevraging die de SARC extern uitbesteedt als het mee opmaken van het bestek, het in de markt zetten, de selectie, het opvolgen en het evalueren van (de resultaten van) deze externe opdracht.
- Het volgen van de hoorzittingen in het Vlaams Parlement en het meewerken aan de ontwerpresolutie (via het kabinet).

Het **bewaken** omvat het adviseren van het kabinet bij de totstandkoming van de tekst van de beheersovereenkomst:

- Aandacht hebben voor en wijzen op de grenzen waarbinnen de VRT kan functioneren, nl. het EU-kader en het Vlaamse kader. Zo kan de administratie steunen op de ervaring van de onderhandelingen met de Europese Commissie over de beheersovereenkomst in eerdere legislaturen en de prioriteiten en grenzen die toen gesteld werden inzake opdracht en financiering.
- Strategisch-juridisch advies over de tekst zelf van de beheersovereenkomst: nagaan of bepalingen in lijn zijn met de axioma's van het Vlaamse mediakader nl. het bewaken van een evenwichtig, stabiel, pluriform en leefbaar ecosysteem.
- Ad-hoc zoekwerk in het kader van de onderhandelingen in de meest omvattende vorm: (grenzen aan) de omroepopdracht, benchmark, financiering, marktmodellen, analyses uit de (berg) vroegere studies rond VRT, overheidscommunicatie, sportrechten, etc.
- Vanuit vorige legislaturen, wijzen op principes, valkuilen en prioriteiten over de werking en het handelen van de VRT.

De mate van betrokkenheid zelf bij de onderhandelingen is een keuze van het kabinet, maar het belang van de expertise – procedureel en inhoudelijk – kan niet onderschat worden; bv. bij het wijzen op valkuilen/gevaren tijdens tekstonderhandelingen in de door de VRT voorgestelde teksten en gevolgen ervan.

Het behartigen van de CJ(M) beleidsprioriteiten bij de VRT

Naast de procesmatige ondersteuning, zien we inhoudelijk mogelijkheden om vanuit de vrijetijdssectoren richting te geven aan de maatschappelijke impact van de VRT om op een duurzame, waardevolle en ethische manier de 'aandachtsstrijd' aan te gaan waarvoor de VRT nu staat. De voorgestelde speerpunten ondersteunen de VRT in het vervullen van hun maatschappelijke impact en kunnen de economische druk van het marktdenken verlichten. Dit geheel moet leiden tot waardecreatie zowel voor de VRT als voor het beleid en de burger.

Studies tonen aan dat een stabiel/voldoende gefinancierde openbare omroep een grote sociale impact heeft op de lokale maatschappij (O'Mahen 2013, EBU 2023). Ze kunnen concrete veranderingen teweegbrengen voor mensen en gemeenschappen door de diensten die ze verschaffen. Een belangrijk onderdeel daarvan is dat een **sterke openbare omroep een positieve impact heeft op het vertrouwen in en tevredenheid met de democratie**. Dit gaat ook samen met een hoger vertrouwen van de burgers in media, in elkaar en in de politieke instanties. Daarnaast draagt een sterke openbare omroep bij tot een hoge levenskwaliteit, pluralisme, sociale cohesie, kennisontwikkeling en cultuurbeleving voor de gehele bevolking.

SPERPUNTEN VOOR DE VRT

VRT heeft een voorbeeldfunctie

De kerntaak van een overheid inzake media is het **behartigen van een divers, kwaliteitsvol, pluralistisch en leefbaar medialandschap**. Ten allen tijde dient het beleid en het aanbod van de VRT minimaal aan volgende toetsstenen te worden onderworpen:

- VRT moet faciliterend en marktversterkend werken voor andere spelers, niet marktverstrend.
- De VRT zelf en haar programma's moeten bakens zijn op het gebied van kwaliteit, democratische beginselen, diversiteit en maatschappelijke betrokkenheid. Het bereiken van een zo groot mogelijk publiek mag niet ten koste gaan van die beginselen.
- VRT moet aandacht hebben voor moeilijk bereikbare groepen en haar openbare omroep-boodschap ook aan hen doorgeven.

Het is nodig dat VRT een **voorbeeldfunctie** blijft behouden in het medialandschap en bij uitbreiding de gehele maatschappij **o.a. op vlak van diversiteit, verantwoorde berichtgeving en pluralisme**:

- VRT heeft aandacht voor de intersectionaliteit van diversiteit¹ om toe te werken naar een meer representatieve en genuanceerde beeldvorming op het scherm. Hierbij heeft de VRT in het bijzonder aandacht voor vrouwen, ouderen, personen met buitenlandse herkomst, mensen in armoede, mensen met een andere geaardheid of seksuele identiteit en personen met een handicap.
- De VRT engageert zich om mensen meer inclusief te tonen, en niet enkel in functie van hun specifieke handicap, geaardheid, achtergrond, leeftijd, enzovoort. Een belangrijk aandachtspunt hierbij is de wijze waarop zij participeren aan en voorkomen in het programma-aanbod.
- VRT heeft bijzondere aandacht voor de integriteit van kinderen, jongeren en maatschappelijk kwetsbare groepen in haar programma-aanbod.
- VRT zet actief in op samenwerkingen met maatschappelijke spelers in verband met (het afstemmen van) het programma-aanbod en de uitwerking daarvan.
- Nieuws, informatie en duiding behoren tot de kerntaak van de VRT. Het nieuws- en actualiteitsaanbod moet beantwoorden aan de normen, waarden en standaarden inzake journalistieke deontologie.
- De VRT versterkt het pluralisme van het Vlaamse medialandschap door:
 - samenwerkingen aan te gaan met lokale (media-)partners die inzetten op het versterken van het lokale ecosysteem;
 - een breed palet van opinies aan bod te laten komen, met ruimte voor een pluralistisch debat, tegenpraak en nuance over het volledige aanbod heen, en in het bijzonder in de nieuws- en duidingsprogramma's.

VRT als partner voor ...

... innovatie

- VRT ontwikkelt en experimenteert met nieuwe technologieën, formats en genres die de kwaliteit, diversiteit en toegankelijkheid van hun aanbod versterken.
- VRT werkt samen met andere mediaspelers, kennisinstellingen, etc. inzake innovatie om een sterker media-ecosysteem in Vlaanderen te bewerkstelligen.
- VRT pleit voor en promoot operationele en ethische standaarden en 'best practices' in verband met het gebruik van nieuwe technologieën en formats.
- VRT zet in op de kennis en vaardigheden van zijn personeelsbestand door in te zetten op levenslang leren, te investeren in trainingsprogramma's en professionele ontwikkeling.

¹ Iemands maatschappelijke positie en kansen worden bepaald door verschillende ordeningsprincipes die (1) tegelijkertijd werkzaam zijn (gender, etniciteit, sociaal-economische klasse, taal, religie/levensbeschouwing, seksuele oriëntatie, leeftijd, gezondheid etc.) en (2) elkaar beïnvloeden. Deze verschillen in samenhang of kruising met elkaar hebben een grote impact op elk individu en op de samenleving. Kruispuntdenken of intersectionaliteit wil de aandacht vragen voor deze kruisingen die onze kansen bepalen.

... informatie en mediawijsheid

- De VRT werkt samen met een breed gamma aan mediawijsheidsactoren, en in het bijzonder met het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid, voor de uitwerking en implementatie van mediawijsheidsinitiatieven en campagnes. Ter bevordering van deze samenwerking organiseert VRT op regelmatige basis overleg met de kernpartners.
- VRT werkt structureel mee aan het mediawijsheidsproject Nieuws in de Klas.
- VRT zet in op dialoog met en participatie van het publiek/de burger over media(wijsheid) om kritisch denken en informatiegeletterdheid te verhogen via interactieve kanalen en formats, online tools en educatieve initiatieven.
- VRT werkt actief samen met andere actoren, o.a. WAT WAT rond het nieuwsaanbod dat zij brengen naar kinderen en jongeren via de verschillende merken, platformen en kanalen.
- VRT werkt samen met de jeugd-journalistieke sector om nieuwe en diverse stemmen te versterken en te laten doorgroeien in de Vlaamse mediasector.
- VRT werkt een transparantiebeleid uit rond brongebruik en redactionele methoden en normen voor contentcreatie en -distributie.
- VRT voorziet in regelmatige opleiding en begeleiding van journalisten en producenten bij het verifiëren van bronnen, het controleren van feiten, het vermijden van vooroordelen en mis- en desinformatie, en het naleven van ethische journalistieke normen zoals de Code van de Raad voor de Journalistiek.

... kwaliteitsvolle lokale audiovisuele content

- VRT investeert in de ontwikkeling en productie van kwaliteitsvolle lokale audiovisuele content (films, series, games en podcasts), met aandacht voor nieuw talent, al dan niet in samenwerking met lokale en/of internationale streamingplatformen.
- VRT ondersteunt de distributie en promotie van kwaliteitsvolle lokale content via eigen kanalen en/of via samenwerkingen met (internationale) mediaspelers.
- VRT zet in op het onderwijs en de training van lokale producenten, regisseurs, crew, acteurs, etc. door het voorzien van workshops, stages, begeleidingsprogramma's en het toegankelijk maken van de nodige bronnen en materiaal.
- VRT zet in op samenwerkingen en partnerschappen met andere actoren uit de audiovisuele sector zoals onafhankelijke producenten, culturele instellingen, kennisinstellingen, etc. om de diversiteit en kwaliteit van content te versterken.

... cultuurbeleving en cultuureducatie

- De VRT zet in op een breed, verdiepend, divers en kwalitatief cultuuraanbod en dit via diverse merken in haar portfolio. Het gaat dan over audio, video en digitale formaten met bijdragen over podiumkunsten, amateurkunsten, erfgoed, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, literatuur, film, mode en design, architectuur en urbanisme.
 - VRT heeft aandacht voor cultuurbeleving in haar programma-aanbod binnen de verschillende merken.
 - VRT zet in op de ontwikkeling en productie van 'edutainment'-programma's voor een breed publiek. Hierbij gaat bijzondere aandacht naar de Vlaamse cultuursector.
- VRT zet in op het verhogen van de vindbaarheid en zichtbaarheid van cultuurcontent voor een breed publiek, met bijzondere aandacht voor groepen waarvoor traditionele cultuurbeleving moeilijk of niet mogelijk is. Hiervoor werkt VRT samen met partners uit de cultuursector om een platform te voorzien voor cultuurcontent buiten de merkenstrategie van VRT.
- VRT zet verder in op het beter, actief en omkaderd ontsluiten van cultuureducatie, kennis omtrent cultuur en cultuurbeleving naar kinderen en jongeren via het 'Archief voor het onderwijs' en 'KLAAR' en neemt hiertoe ook nieuwe initiatieven.
- VRT zet in op taal- en leesbevordering via het programma-aanbod met aandacht voor verschillende leesprofielen, genres en culturen. Hierbij heeft VRT bijzondere aandacht voor leesplezier.
- VRT organiseert op regelmatige basis overleg met het Departement Cultuur, Jeugd en Media, partners uit de cultuursector en het kunst- en cultuureducatief (jeugd)werk uit de bredere sectoren omtrent de uitwerking van bovenstaande acties en het programma-aanbod.

... bereiken van jongeren

- VRT zet in op de ontwikkeling van vernieuwende storytelling en formats om meer jongeren te bereiken met het programma-aanbod.
- VRT zet in op het brengen van nieuws en entertainment op maat van jongeren en dat aansluit bij hun leefwereld.
- VRT organiseert op regelmatige basis participatieve trajecten met jongeren om visie en projecten mee vorm te geven, feedback te vragen, oplossingen te bedenken en verantwoording af te leggen

... toegankelijkheid van het programma-aanbod

- VRT zet verder in op het toegankelijk ontsluiten van hun content via ondertiteling, audiodescriptie, Vlaamse Gebarentaal, etc., over het programma-aanbod en de verschillende formats heen.
- VRT zet in op de ontwikkeling en implementatie van nieuwe technologieën als text-to-speech, automatische ondertiteling, natural language processing, etc. om de toegankelijkheid van hun aanbod te verhogen
- VRT zet in op de ontwikkeling en implementatie van assistieve technologie op VRTMAX.

BUDGETTERING

Om te verzekeren dat de openbare omroep zijn functie en maatschappelijke opdracht op een impactvolle manier kan vervullen en de noodzakelijke digitale transitie te maken is er (opnieuw) voldoende stabiele financiering van de VRT nodig. Die financiering kan ofwel door het verhogen van de dotatie, zoals hierboven beargumenteerd, ofwel door de VRT toe te laten meer alternatieve financiering uit de markt te halen door (bijvoorbeeld) beperkte reclamewerving te voorzien. De benodigde middelen voor adequate herfinanciering van de opdracht en digitale transitie worden geraamd op 25 miljoen euro per jaar, structureel extra bovenop de huidige dotatie.

Voor 2023 werd een toelage van afgerond 312,5 miljoen euro² toegekend aan de VRT vanuit mediabeleid.

Bij begrotingsopmaak 2024 staat een budget van 296.882.000 euro ingeschreven als toelage vanuit mediabeleid (HBO-1HEI2MY-IS) Dit is exclusief herschikkingen vanuit provisiemiddelen (vereffeningskrediet relance en indexeringen) die later op het jaar zullen doorgevoerd worden.

LITERATUURLIJST

- Benson, Rodney, & Powers, Matthew. (2011). *Public media and political independence: Lessons for the future of journalism from around the world*. Geraadpleegd op <http://rodneybenson.org/wp-content/uploads/Benson-Powers-2011-public-media-and-political-independence-1-1.pdf>.
- Chivers, Thomas, & Stuart, Allen. (2022). *What is the public value of public service broadcasting? Exploring challenges and opportunities in evolving media contexts*. Nesta. Geraadpleegd op <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/146569/1/What-is-the-Public-Value-of-Public-Service-Broadcasting-PEC-Discussion-Paper-Jan-2022.pdf>.
- European Broadcasting Union. (2023, Nov 7). *Public service media 360° value*. Geraadpleegd op https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/public-service-media-360-value.
- O'Mahen, Patrick N. (2013). *Public broadcasting, public funding and the public interest: how government broadcasting subsidies affect political knowledge and participation*. Geraadpleegd op https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/97780/pomahen_1.pdf
- Saurwein, Florian et al. (2019). *Public Service Media in Europe: Exploring the Relationship between Funding and Audience Performance*. Journal of the European Institute for Communication and Culture. 26(3). <https://doi.org/10.1080/13183222.2019.1602812>

2 Dit betreft vastleggingskrediet; op vlak van vereffeningskrediet gaat het om 304 miljoen euro.

Titel themapaper Bijdrage

KENNISONDERBOUWD BELEID OVERKOEPELEND



KORTE SITUERING

Kennis voedt beleid. kennisonderbouwde beleidsvisies leunen op **drie** met elkaar communicerende **kennisvormen** die samen voor een robuuste kennisbasis zorgen. Ze kijken daarbij steeds naar het heden, verleden en de toekomst van beleid:

- Monitoring van de huidige situatie: basiscijfers, ontwikkelingen en tendensen
- Beleidsevaluaties: ex-ante, ex durante of ex- post
- Andere vormen van beleidsrelevant onderzoek zoals toekomstverkenningen, landschapstekeningen, veldverkenningen, ...



Een **waardevolle kennisinfrastructuur** die deze vormen van kennis voorbrengt, versterkt en met elkaar in verband brengt, vormt dan ook de **basis voor een sterk en gedragen cultuur-, jeugd- en mediabeleid**. Beleidskeuzes en bestuurlijke beslissingen vloeien logischerwijs dan ook voort uit deze kennisinfrastructuur.

De afgelopen beleidsperiode werden **heel wat initiatieven** genomen om kennis als hoeksteen van het cultuur-, jeugd- en mediabeleid naar voor te schuiven en om als Vlaamse overheid de rol van kennisknooppunt op te nemen. Deze initiatieven – met voorbeelden als het verzamelen en ontsluiten van relevante beleidsindicatoren rond jeugdwerk, kinderrechten, lokaal vrijetijdsbeleid, sociaal-cultureel volwassenenwerk, (amateur)kunsten, erfgoed, het opstellen van een onderzoek- en evaluatieagenda, het coördineren van beleidsrelevant onderzoek – **focussen enkel op specifieke onderdelen** van het cultuur-, jeugd- en mediabeleid en **staan vaak los van elkaar**.

Meer specifiek focusten deze initiatieven op het **in kaart brengen en beantwoorden** van onze **kennismoden** en het beantwoorden ervan. Zo liep binnen het *onderzoeksbeleid* in nauwe samenwerking met de sectorale steunpunten en de kenniscentra een oefening rond de kennismoden binnen Kunsten, Circus, Bovenlokaal cultuurbeleid, Sociaal-cultureel volwassenenwerk en Erfgoed. Deze kregen een antwoord binnen een landschapsteekening voor de eerste vier sectoren en een strategische visienota voor Erfgoed. Daarnaast kwamen *onderzoek- en evaluatienoden* aan bod via een langetermijn agenda. Het Departement vernieuwde op basis hiervan haar visie op het *evaluatie- en onderzoeksbeleid* en wil hier nu sterker op inzetten. Ook werden heel wat *monitorings-trajecten* verder- en opgezet, zoals de lokale vrijetijdsmonitor, Jeugdwerk in Cijfers, Basisinventaris Cultuur- en Jeugdinfrastructuur, Kinderrechtenmonitor...

Elk van deze initiatieven droeg bij aan kennisgedreven beleid. Maar in een snel veranderende samenleving speelt een **goed uitgebouwde en breed gedeelde kennisinfrastructuur** waarin elk van deze vormen van beleidskennis elkaar aanvullen en versterken **een fundamentele premisse voor goede beleidswerking**. Een sterke kennisinfrastructuur – het divers geheel aan acties rond monitoring, evaluatie en onderzoek – zorgt voor een beter begrip van de snel opeenvolgende en vaak complexe uitdagingen van vandaag en maakt een effectieve en efficiënte reactie op deze uitdagingen mogelijk. De digitale versnelling waarin onze maatschappij, en in het bijzonder ons werkveld, zich moeten bewegen zorgen dat de nood aan een kwaliteitsvolle en gedegen kennisinfrastructuur alleen maar toeneemt. Een goed onderbouwde en breed gedragen kennisinfrastructuur versterkt niet alleen onze bestuurskracht, het versterkt onze sector en draagt bij tot het vertrouwen van burger in de overheid.

De **bestaande kennisinfrastructuur**, een divers geheel aan acties rond monitoring en evaluatie en onderzoek, **moet** daarom **verder worden verdiept, versterkt en op elkaar afgestemd** en moet nog meer actief worden ingezet door de Vlaamse overheid en het werkveld.

OMGEVINGSANALYSE

Een **waardevolle kennisinfrastructuur** kan omschreven worden aan de hand van vijf kenmerken:

- **Breed:**
 - Het kijkt naar alle aspecten van het cultuur-, jeugd- en mediabeleid, zowel in termen van inhoud (bv. financiën, aanbod, bereik...) als naar soorten kennis die ontspringen vanuit diverse methodologieën (bv.



kencijfers, trends en ontwikkelingen, verdiepende interpretaties en beschrijvingen...).

- **Kwaliteitsvol:**
 - Het garandeert kwaliteitsvolle kennis, zowel op vlak van data en monitoring (bv. relevantie, volledigheid, betrouwbaarheid...) als op vlak van evaluatie en onderzoek (bv. validiteit, robuustheid...)
- **Transversaal:**
 - Het werpt vanuit verschillende perspectieven een kritische blik op (delen van) het werkveld en het cultuur-, jeugd- en mediabeleid en gaat op actief op zoek naar onderlinge relaties. Het vertrekt daarbij van een holistische benadering die alle relevante dimensies en factoren in overweging neemt binnen beleidsvraagstukken.
- **Verbonden:**
 - De onderlinge bouwstenen van de kennisinfrastructuur versterken en gaan met elkaar in gesprek.
- **Duurzaam:**
 - Het kijkt naar cultuur-, jeugd- en mediabeleid en diverse werkvelden vanuit een lang termijnperspectief gericht op veerkrachtige oplossingen die de toekomstige noden van het werkveld en de samenleving in acht nemen.

De **huidige kennisinfrastructuur** voldoet nog niet aan deze kenmerken en het groeiverhaal willen we verderzetten

- (1) Er is **onvoldoende kennis** beschikbaar en ontsloten over bepaalde kennisnoden binnen (delen van) het werkveld cultuur, jeugd en media. Er bestaan bovendien nog **heel wat kennishiaten**.
 - Nood aan bredere kennisbasis
- (2) De **beschikbare kennis is niet voldoende kwaliteitsvol**.
 - Nood aan meer kwaliteitsvolle kennis
- (3) De **kennis** over het brede werkveld binnen cultuur, jeugd en media en al hun diverse subsectoren is nog **te versplinterd** over verschillende structuren en is er een onvoldoende overkoepelende blik.
 - Nood aan een meer transversale kennisbasis
- (4) **Diverse bouwstenen van de kennisinfrastructuur** zoals monitoring en evaluaties zijn **onvoldoende op elkaar afgestemd**.
 - Nood aan verbonden bouwstenen binnen de kennisinfrastructuur
- (5) De huidige kennisinfrastructuur slaagt er **onvoldoende in ontwikkelingen en trends in kaart te brengen en te begrijpen** binnen het werkveld en het beleid. Bovendien is er nog te vaak is er **onvoldoende aandacht voor de continue bruikbaarheid en relevantie** van de verschillende vormen van kennis.
 - Nood aan een duurzame en bruikbare kennisinfrastructuur

Daarnaast wordt de **opgebouwde kennis onvoldoende actief ingezet** binnen de beleidswerking van de Vlaamse overheid en het brede werkveld van cultuur, jeugd en media. Kennis kan maar inwerken op het beleid en werkveld als het vanuit verschillende richtingen kan doorstromen zodat betrokken partijen hierop kunnen (verder)bouwen en deze kunnen raadplegen en toepassen. Momenteel wordt de **diverse kennisbronnen** echter **onderbenut** bij het voorbereiden, implementeren en evalueren van het beleid.

Om een ambitieus cultuur-, jeugd- en mediabeleid te voeren dat onderbouwd is met kwaliteitsvolle kennis moet er daarom ten volle ingezet worden op het **verder uitbouwen van een waardevolle, kennisinfrastructuur** die het brede werkveld monitort en overschouwt en analyseert en evalueert. Het Departement CJM dient hierin **een strategische coördinatierol** op te nemen, waarin het de diverse initiatieven en actoren die werken aan deze brede kennisbasis op elkaar afstemt, en waarin ze ook zelf deze kennisinfrastructuur voedt en opbouwt. Ze heeft deze kennisbasis nodig om alle aspecten van de beleidscyclus adequaat op te nemen: beleidsvoorbereiding- en evaluatie en ook beleidsuitvoering zelf.

Vanuit deze coördinatierol stuurt de Vlaamse overheid bovendien het werkveld binnen cultuur, jeugd en media en al hun subsectoren aan om zelf vanuit deze kwaliteitsvolle en duurzame kennisbasis te werken en hun praktijk te ontwikkelen.

BELEIDSVOORSTEL EN-ACTIES

Het departement **investeert in kennisonderbouwd beleid** en voert een **activerende data- en analysestrategie**. We zorgen voor solide cijfermateriaal, inzichten en gedegen onderzoeks- en evaluatiebeleid.

1. DCJM heeft in haar kernproces een rijke bron aan data. Het wil daarom verder bouwen aan kwaliteitsvolle kennis, inzichten en vooruitzichten over en binnen beleidsdomeinen en vanuit transversale blik
 - a. DCJM wil versnelling brengen in haar analysestrategie om solide cijfermateriaal over haar sectoren te

voorzien via het regelmatige ontsluiten van recente kerncijfers

b. DCJM wil inzetten op trends en ontwikkelingen, die bekeken worden over de tijd en onder verschillende actoren: overheden, organisaties, bezoekers en beoefenaars.

3. DCJM wil op regelmatige basis kennisnoden en -hiaten in kaart brengen, zowel vanuit sectorale als transversale blik
4. DCJM wil verder inzetten op een ééngemaakte en doelgerichte data- en analysestrategie over de beleidsdomeinen heen zonder daarbij de specificiteit van elke (sub)sector uit het oog te verliezen.
5. DCJM wil de diverse, lopende monitoringstrajecten samenbrengen tot één sterk geheel waarin individuele onderdelen elkaar versterken en verrijken en wil die inzetten voor diepgaandere analyses die kijken naar evoluties, trends en ontwikkelingen en hoe daarop in te spelen.
6. DCJM wil de beleidsmonitoring verdiepen met diepgaande beleidsrelevante onderzoeken en evaluaties en bouwt daarom voort aan haar onderzoeks- en evaluatiebeleid.
7. DCJM wil investeren in een breed, centraal kennisplatform dat kennisdeling tussen overheid en sector, organisaties en lokale besturen stimuleert en bovenstaande acties consolideert.

Met deze acties kan DCJM haar **actieve rol als kennisknooppunt** in de beleidscyclus opnemen en bijdragen tot een kennisgedreven, en zo performant en gedragen, cultuur-, jeugd- en mediabeleid. Het kan zo bovendien de waarde van haar sectoren met een overkoepelend, aansprekend en impactvol verhaal de kracht, waarde en relevantie van onze beleidsvelden en haar subsectoren in de verf zet.

Deze publicatie is een uitgave van het Departement Cultuur, Jeugd en Media.
(Juni 2024)

Verantwoordelijke uitgever:
Bart Temmerman
Departement Cultuur, Jeugd en Media
Simon Bolivarlaan 17, 1000 Brussel

Depotnummer:
D/2024/3241/219

Grafisch ontwerp / illustraties:
Catapult