

*Tekst Senaat - 15 maart 2005*

Geachte Voorzitter, Dames en Heren Senatoren, Dames en Heren,

Ik dank u voor de uitnodiging aan de Concentra-groep om deel te nemen aan het debat "Burgerschap en Media". Aan onze groep werd gevraagd om onze mening te formuleren rond mediaconcentratie en de gevolgen en implicaties hiervan.

Misschien is het overbodig maar toch schets ik even de Concentra Media-groep. Concentra heeft als belangrijkste producten *kranten, audiovisuele media en huis-aan-huis-bladen*.

*Kranten* : Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg

*Audiovisueel TV* : TVL, KA3 en ATV (50 % De Persgroep)

*Audiovisueel Radio* : Antwerpen 1

*Huis-aan-huisbladen* : Jet-magazine

Belangrijke joint ventures :

*Metro* (samen met Rossel)

*De Weekkrant, de Streekkrant en de Zondag* (samen met Roularta)

Concentra is een Vlaamse groep. Mijn uiteenzetting wordt vooral verduidelijkt door Vlaamse voorbeelden. Het is echter eenvoudig om voor de Waalse en Brusselse markt parallellen te maken.

Mediaconcentratie. Een debat dat politici bezig houdt. Maar niet alleen politici. Ook binnen mediabedrijven is het een onderwerp dat met een hoge frequentie besproken wordt. Het wordt alleen anders gevoerd. Politici vrezen dat door concentratie van mediabedrijven het pluralisme – het inhoudelijk pluralisme - verloren gaat.

Voor de directies van mediabedrijven gaat het daarenboven en noodgedwongen om de economische gevolgen, zeg maar de gevolgen voor de strategie en de verdere mogelijkheden van het bedrijf ten gevolge van de concentratie-beweging (bij ons maar ook de concentratie bij onze concurrenten). Soms lopen de conclusies die ondernemers en politici maken gelijk, soms zijn ze afwijkend en soms staan ze diametraal tegenover mekaar.

Ik breng u vandaag reflecties van Concentra rond mediaconcentratie en mediaregelgeving vanuit *5 invalshoeken*.

Deze vijf thema's zijn :

***1. De geografische dimensie van de mediawetgeving***

***2. Het onderscheid tussen economische en inhoudelijke mediaconcentratie***

***3. De transparantie en de realiteitszin van de mediawetgeving***

***4. De rol van de publieke media***

***5. Geen debat over mediaconcentratie als er geen debat gevoerd wordt over convergentie in de sector***

## ***1. De geografische dimensie van de mediawetgeving***

Dames en Heren, het heeft naar mijn mening alleen zin om een specifieke wetgeving rond concentratie uit te werken voor Vlaanderen of België als dit past in een breder perspectief.

Vlaanderen en België zijn te klein. België is in aantal inwoners even groot en in een aantal gevallen zelfs heel wat kleiner dan een aantal wereldsteden.

Kan u het zich voorstellen dat er een aparte mediawetgeving zou zijn voor New York of Londen? Natuurlijk niet zegt u. Het gaat van de andere kant over populaties die groter zijn dan de populaties van Vlaanderen of België.

Het lijkt aantrekkelijk vanuit een Belgische of Vlaamse politieke invalshoek om een specifieke mediaconcentratie-wetgeving te formuleren. Vanuit economisch standpunt heeft dit geen zin. Een strenge lokale concentratieregelgeving zou alleen maar de positie van de Belgische uitgevers ten opzichte van de buitenlandse uitgevers verzwakken, en dit kan niet de bedoeling zijn.

Betekent dit dat er niets moet gebeuren? Neen, integendeel, en dit maak ik duidelijk in mijn vier andere stellingen.

## ***2. Het onderscheid tussen economische en inhoudelijke mediaconcentratie***

Als politici zich zorgen maken over mediaconcentratie dan beogen ze het pluralisme te beschermen. Men wil terecht vermijden dat er alleen maar kranten, televisiestations of andere mediaproducten zijn die één bepaalde politieke filosofische richting ondersteunen en anderen op termijn doodzwijgen.

Dames en Heren, dit gevaar is vandaag niet reëel. Alle mediaproducten en zeker de kranten zijn pluralistisch ingesteld. Misschien zelfs een beetje te pluralistisch zodat het voor de lezers of kijkers te algemeen en onduidelijk wordt en hij daarom misschien afhaakt. Moet bijvoorbeeld een krant niet duidelijk voor een waardepatroon staan zodat de lezer zich in zijn krant herkent? Een duidelijke mening van een uitgever of hoofdredacteur betekent geen verlies aan pluralisme. Ik verklaar me nader. Het is niet omdat een hoofdredacteur een uitgesproken sociale overtuiging heeft en deze waarde ook uitdraagt op zijn redactie en in de krant dat hij niet kritisch kan zijn en duidelijk van mening kan verschillen met een politieke partij die een sociaal beleid hoog in haar vaandel voert. Ik kan even goed als voorbeeld een ecologische of economische of andere maatschappelijke insteek nemen.

Laat inhoudelijke diversiteit van het medialandschap over aan de uitgevers maar bewaak de excessen. In deze verwijs ik naar een recente vrije tribune van Jan Lamers in De Tijd van 1 februari 2005 ("*Laat vrije meningsuiting aan uitgevers*"). In dit artikel maakt Jan Lamers een duidelijke - en naar mijn mening - juiste analyse.

Voor de media-ondernemer in Vlaanderen is concentratie pure noodzaak.

Geen De Morgen meer zonder De Persgroep. Geen Het Volk zonder de VUM.

Geen Gazet van Antwerpen zonder Concentra.

Ook De Tijd is nu op zoek naar een economische partner.

De vaste kosten van een mediabedrijf worden steeds groter. Door schaalvergroting en dus concentratie daalt de vaste kost zodat er relatief meer middelen vrij komen voor redacties en dus voor goede kwalitatieve producten. Dit is goed en bedreigt de diversiteit van de pers niet.

Ik hoor sommigen al denken : “op die manier stevenen we af op een Berlusconi-verhaal”.

Naar mijn mening is het probleem in Italië niet dat Berlusconi teveel mediaproducten bezit. Het probleem is dat hij tegelijk de media-controle én de politieke macht heeft.

Hier knelt de schoen. Media en Politiek moeten strikt gescheiden blijven. Dit werkt in twee richtingen. Politici mogen niet de pen van de redactie houden ! En dit geldt in het bijzonder voor de openbare of publieke omroep. En ook omgekeerd. Uitgevers of eigenaars van mediabedrijven mogen geen actieve politieke rol spelen.

Uitgevers mogen ook niet de pen vasthouden van politici. En zeker niet van de Minister van Media. Als een machtige uitgever het klaar speelt om de mediawetgeving te schrijven, zal hij dit zeker in zijn voordeel doen en bouwt hij voor zich een situatie uit waarbij een vrije markt en dus een vrije concurrentie niet meer mogelijk is.

Economische concentratie van media is geen probleem indien dit geen aanleiding geeft tot verstoring van de normale politieke en economische werking. Uitgevers mogen geen wetten maken of spelregels bepalen. Dit komt de politici toe en politici moeten geen uitgever of hoofdredacteur willen zijn !

Dit brengt me tot mijn derde punt.

### ***3. De transparantie en de realiteitszin van de mediawetgeving***

De regelgeving voor de regionale televisie had tot doel dat één uitgever niet meer dan één regionale TV-zender zou bezitten. Wat is tien jaar later het resultaat ?

Roularta had op een zeker moment 5 zenders, Concentra Media heeft er 2 plus de helft van ATV. Maar vóór we tot deze situatie gekomen zijn, is er door de regionale televisies enorm veel verlies geleden. Eigenlijk heeft de wetgeving dus juist het tegenovergestelde bereikt van wat ze beoogde. In plaats van 1 sterke onafhankelijke zender per provincie, heeft men nu 11 zenders die afhankelijk zijn van uitgevers, de overheid en de kabeldistributiebedrijven.

Hetzelfde geldt voor de commerciële radio. Een strikte regelgeving, die echter niet synchroon loopt met de marktrealiteit, leidt er na enkele jaren reeds toe dat de twee Vlaamse “nationale “ frequenties de facto in één hand zijn en dat andere kandidaten van de eerste ronde geen nationale radio meer mogen opstarten. Voor de provinciale frequenties is er nog veel zwarte sneeuw op komst en moeten we waarschijnlijk door een periode van transformatie en verliezen totdat er een situatie komt die economisch leefbaar is.

De overheid wilde politiek-ideologische concentraties vermijden en creëerde economische chaos. Ik hoop dat we hieruit leren en dat in de toekomst met de intrede van digitale televisie en digitale radio niet dezelfde fouten worden begaan.

Moet er dan geen regelgeving zijn ? Natuurlijk wel. Laten we ons leiden door de voorbeelden in het buitenland en leren van de fouten die daar gemaakt zijn.

Een voorbeeld. De penibele situatie van heel veel Duitse krantenuitgevers vindt voor een groot deel haar oorzaak in een zeer strenge mededingingswetgeving die elke vorm van synergie door schaalvergroting verbiedt.

Interessant is ook het rapport van de Britse academicus David Ward (Westminster University), met een beschrijving van de marktsituaties en regelgeving in 10 Europese landen. Het rapport werd opgesteld in opdracht van het Nederlandse Commissariaat voor de Media.

Verder zijn er reeds aanzetten gegeven door Belgische academici en heeft Ernst & Young in opdracht van toenmalig Vlaams mediaminister Dirk Van Mechelen een voorstel geformuleerd van knipperlichten, zeg maar een goede opvolging van de economische realiteit.

Hoe moet de Belgische en Vlaamse regelgeving er dan uitzien ?

Hierin neem ik nu geen standpunt in anders zondig ik tegen mijn vorige stelling dat mediahuizen zich absoluut niet moeten bezig houden met het schrijven van de mediawetgeving. Dit is, Dames en Heren Politici, een taak voor jullie.

Ik ga naar het volgende punt.

#### ***4. De rol van de publieke media***

De overheidsmedia spelen in Vlaanderen een belangrijke rol. VRT heeft sterke televisie- en radiozenders. Laten we ook niet vergeten dat de VRT met VRTnieuws.net de sterkste internet-nieuwssite exploiteert.

Wij sluiten ons aan bij de thesise dat een goede remedie tegen de negatieve gevolgen van mediaconcentratie - laten we dit nu even verschraling noemen - een sterke publieke omroep is met zeer duidelijke opdrachten en voldoende middelen. Deze middelen komen best uitsluitend van de overheid. Indien dit laatste niet mogelijk is en een deel van de financiering uit reclame en andere inkomsten moet komen, doe dit dan via een samenwerking - bijvoorbeeld een PPS - tussen de VRT en meerdere privé of commerciële uitgevers. En niet met één preferente uitgever zoals in de huidige situatie. In dit laatste geval wordt de positie van de VRT uitgehold en dit mag niet de bedoeling zijn. De samenwerking met meerdere uitgevers moet leiden tot een sterkere positie van de openbare omroep én een sterkere politieke neutraliteit.

Politici moeten zich ook onthouden om de publieke omroep te zien als een medium dat ze kunnen gebruiken om hun politiek project te verkopen.

Wil de politiek toch een inhoudelijke invloed op de media, dan kan ze dit best doen via een opdrachtenbeleid. Dit opdrachtenbeleid richt zich naar alle media en niet alleen naar de publieke. Wil men betere kinderprogramma's ? Moedig alle media aan en doe dit niet alleen via Ketnet. Op die manier kunnen politici neutraler ten opzichte van alle media staan. De kwaliteit en de diversiteit zouden stijgen en de openbare omroep kan zich nog meer toeleggen op de specifieke opdracht die de overheid haar geeft;

Tenslotte kom ik tot mijn laatste stelling.

### ***5. Geen debat over mediaconcentratie als er geen debat gevoerd wordt over mediaconvergentie in de sector***

Wat bedoel ik hiermee ?

Tot vóór de intrede van het internet hielden de netwerkexploitanten zoals bv. Belgacom en Telenet zich absoluut niet met media bezig. Met de intrede van mobiele mediatoepassingen en binnenkort met de intrede van digitale radio en televisie is deze situatie totaal veranderd. Sommige netwerkexploitanten hebben aparte divisies en zelfs aparte juridische structuren die zich met media-exploitatie bezighouden.

De directies van deze bedrijven zeggen dat media-exploitatie niet tot hun core business behoort. Ik hoop het, want anders is elke garantie voor een open netwerk weg. Met een open netwerk bedoel ik dat voor iedereen dezelfde prijs geldt voor het transport over het netwerk én dat deze prijs de kostprijs is plus een normale marge.

Ik maak een parallel. Stel u voor dat De Post zich beperkt tot de distributie en bedeling van de kranten van de Vlaamse Uitgeversmaatschappij. Dit zou tot een hachelijke marktsituatie leiden. Echter in een digitale wereld zijn we – als uitgever - helmaal niet zeker van de distributie van onze producten in eigen land.

Betekent dit dat we als uitgever zelf voor deze garantie moeten zorgen ?

Betekent dit dat we dan maar een aanvraag moeten indienen als operator ?

Dames en Heren Senatoren, met deze retorische vraag wil ik mijn uiteenzetting beëindigen.

*Ik vat de belangrijkste punten nog even samen :*

België is een relatief klein land. De mediaspelregels worden op de internationale markt bepaald. Laten we in België geen regelgeving maken die de positie van de Belgische uitgevers ten opzichte van de buitenlandse penalizeert. Naar mijn mening is de inhoudelijke pluriformiteit beter in Belgische handen dan in buitenlandse.

Uitgevers en eigenaars van mediahuizen mogen geen politici zijn - ook niet verdoken - en omgekeerd geldt voor politici dat ze de hand van een uitgever of een hoofdredacteur niet moeten vasthouden.

Maak duidelijke en eenvoudige wetten voor iedereen en zorg ervoor dat ze hun doel bereiken.

Het Mediabedrijf wordt meer en meer ook een zaak van de kapitaalkrachtige netwerkexploitanten. Dit kan tot gevaarlijke situaties leiden voor de mediabedrijven;

Wat de openbare omroep betreft. Zorg voor een sterke omroep die met meerdere uitgevers en mediahuizen moet samenwerken.

De volgende beheersovereenkomst is geen dossier tussen VRT en VMMA !  
Dames en Heren Senatoren, het is een dossier dat alle Vlaamse uitgevers aanbelangt.  
De overeenkomst beïnvloedt de exploitatie van elke uitgever. Ik hoop dat men niet  
toelaat dat VRT en VMMA de strategie van alle uitgevers mogen bepalen.

Ik dank U.

Marc Vangeel  
Gedelegeerd Bestuurder Concentra Media  
15 maart 2005