

INTERNATIONALE BENCHMARKING CULTUUR OP PUBLIEKE OMROEPEN

**Onderzoeksrapport in opdracht van de Vlaamse Overheid,
Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media
Februari 2009**

Hilde Van den Bulck (promotor)
Alexander Dhoest (copromotor)
Heidi Vandebosch (copromotor)
Nathalie Claessens (onderzoeksmedewerker)

INHOUDSTAFEL

INLEIDING	3
DEEL I CULTUUR OP DE OPENBARE OMROEP: EEN KADER	4
1. CULTUUR OP DE OPENBARE OMROEP IN HISTORISCH PERSPECTIEF	4
1.1 1953 – 1974: De wonderjaren	4
1.2 1974 – 1989: De jaren van ‘Kultur ist wo keiner mehr lacht’	6
1.3 1990 – 2004: De grote omslag	8
1.4 2005 – vandaag: de herwaardering van het cultuuraanbod	10
2. PROBLEEMSTELLING	12
DEEL II ONDERZOEKSOPZET	13
1. STAALKAART OPENBARE OMROEPEN EUROPA	13
2. DATASELECTIE EN -VERZAMELING CULTUURAAANBOD	16
2.1 Dataverzameling	16
2.2 Kader van vergelijking en operationalisering ‘cultuur’	18
DEEL III INTERNATIONALE VERGELIJKENDE ANALYSE VAN HET CULTUURAAANBOD OP GESELECTEERDE OPENBARE OMROEPEN	20
1. SPOOR 2: VERGELIJKING SPECIFIEKE CULTUURPROGRAMMA’S OP BESTAANDE RADIO- EN TELEVISIEZENDERS	20
1.1 Televisie	20
1.2 Radio	25
2. SPOOR 3 VERGELIJKING THEMATISCH CULTUURAAANBOD VIA SPECIFIEKE LINEAIRE EN NIET-LINEAIRE CULTUURKANALEN	28
2.1 Televisie	28
2.2 Radio	29
2.3 Internet	31
3. EEN KORTE BLIK VOORUIT: CULTUUR OP DE VRT ANNO 2008	34
3.1 Spoor 2	34
3.2 Spoor 3	35
DEEL IV CONCLUSIE	37
Bibliografie	39
Bijlage: steekkaarten 18 geselecteerde West-Europese omroepen naar relevante criteria	42

INLEIDING

Op 16 februari 2007 zetten toenmalig mediaminister Geert Bourgeois en toenmalig gedelegeerd bestuurder van de VRT, Piet van Roe, hun handtekening onder het ‘addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur’. Hiermee werden de krachtlijnen uitgetekend voor de versteviging en bredere uitvoering van de culturele opdracht van de Vlaamse openbare omroep. Het addendum getuigt van het vernieuwde engagement van de VRT op het vlak van cultuurprogrammatie, en is een tegemoetkoming van de overheid aan de steeds terugkerende discussie omtrent dat cultuuraanbod.

Het aanbod cultuur, en inzonderheid de Kunsten, is wellicht een van de meest heikele punten in het debat over de plaats van de openbare omroep in de samenleving. Het addendum en de uitvoering ervan zijn een antwoord van zowel overheid als omroep op de verzuchtingen van de critici, vooral deze uit het artistieke veld en de Kunsten, omtrent een vermeende teloorgang van dat cultuuraanbod op de openbare omroep.

Onderhavig rapport wil een bijdrage leveren aan dit debat door het cultuuraanbod op de Vlaamse openbare omroep in perspectief te plaatsen. Al te vaak worden de kritieken immers gevoerd in een vaag vergelijkend perspectief, hetzij historisch, hetzij internationaal. Dergelijke vergelijkingen blijken meestal echter weinig gefundeerd in feitelijke gegevens en vertonen daardoor een sterk impressionistisch karakter.

Na een korte historische contextualisering, biedt dit rapport vooral een internationale vergelijking. Aan de hand van relevante criteria worden een aantal, met de VRT **vergelijkbare, openbare omroepen in West-Europa geselecteerd. Hiervan wordt het cultuuraanbod (inclusief het bereik ervan) vergeleken met dat van de VRT.** Deze vergelijking moet ons in staat stellen het cultuuraanbod van deze laatste af te zetten tegenover een aantal realistische benchmarks. Wij hopen met dit rapport de discussie op een meer wetenschappelijk onderbouwde manier en met evenwichtige argumenten vooruit te helpen.

DEEL I

CULTUUR OP DE OPENBARE OMROEP: EEN KADER

1. *CULTUUR OP DE OPENBARE OMROEP IN HISTORISCH PERSPECTIEF*

1.1 1953 – 1974: De wonderjaren

De publieke omroep in Vlaanderen en Europa heeft een **historische taak en traditie in het articuleren van en een forum bieden aan cultuur** in al zijn vormen (Gripsrud, 1998: 24; Robins & Webster, 1985: 41; Scannell & Cardiff, 1991: 14-5). Dit hangt samen met het feit dat de openbare omroep ontstond in een periode waarin de overheid meende dat het welzijn van de bevolking in de eerste plaats werd bevorderd door sociale en culturele impulsen. Er werd hierbij een vooraanstaande taak weggelegd voor centrale instituties als het onderwijs, musea, het sociaal-cultureel werk en de massamedia. Het concept openbare omroep groeide dan ook uit een sociale verantwoordelijkheidsvisie op massamedia. Deze visie legde de massamedia een welomschreven taak op, uitgaande van idealen van nationale identiteit, een educatieve logica gericht op volksontwikkeling, en de promotie van een hoge, uniforme cultuur.

Ook in Vlaanderen werden radio en televisie in deze periode beschouwd als media voor cultuurarticulatie en –vorming (Van den Bulck, 2000b: 38-9; zie ook Biltereyst, 2007). Vanuit een *Bildungsideal* wilde de omroep de ‘gewone’ kijker en luisteraar in contact brengen met de (nog ongekende) hoge cultuur, zodat zij **hun culturele kapitaal zouden kunnen verhogen** en zodat die **hoge cultuur zou worden gedemocratiseerd** (Van den Bulck, 2007a: 66). In ruil voorzag de overheid in een nationaal omroepmonopolie als uitvalsbasis, en kijk- en luistergeld als niet te beconcurreren inkomensbron (Saeys, 2007).

Het resultaat was dat op de Vlaamse openbare omroep cultuur (inzonderheid de Kunsten) een aanzienlijk deel van de programmatie innam (Van den Bulck, 2000b). Ter illustratie kan worden verwezen naar het aandeel van de kunsten in de programmatie in de pioniersjaren (1953 – 1959) en de bloeiperiode (1960 – 1974) van de Vlaamse openbare televisie.

Van bij het begin namen kunstprogramma’s afgerond 5 à 10% van de programmatijd in beslag, waarbij er na een aanvankelijke stijging tot 10,4% in 1961, een daling tot 5,3% in

1973 valt te noteren. Klassieke muziek, theater en ballet, plastische kunsten, literatuur en folklore kwamen veelvuldig aan bod, vaak in prime time (Van den Bulck, 2000b).

Tabel 1: Aandeel programmacategorieën in totale programmatie (minuten en percenten) 1953-1973.

	1953		1957		1961		1965		1969		1973	
Genre	min.	%	min.	%	min.	%	min.	%	min.	%	min.	%
Informatie	685	30,7	1140	19,0	1265	15,9	1330	15,0	1450	13,3	1731	11,8
Kunst	170	7,6	610	10,2	826	10,4	540	6,1	638	5,8	782	5,3
Educatie	20	0,9	200	3,9	295	3,7	1591	18,0	3122	28,6	5313	36,1
Service	15	0,7	240	4,0	345	4,3	327	3,7	482	4,4	549	3,7
Human interest	120	5,4	230	3,8	340	4,3	305	3,5	850	7,8	910	6,2
Sport	45	2,0	120	2,0	445	5,6	460	5,2	435	4,0	526	3,6
Ontspanning	795	35,7	2345	39,1	2750	34,6	2494	28,2	2295	21,0	3027	20,6
Kinder & jeugd	0	0	880	14,7	1360	17,1	1442	16,3	1185	10,8	1384	9,4
Rest	390	17,0	240	4,0	320	4,0	350	4,0	473	4,3	507	3,4
TOTAAL	2230	100	6005	100	7946	100	8839	100	10930	100	14729	100

Bron: Van den Bulck, 2000b: 200 – onze accentuering.

Tabel 2: Aandeel programmagenres in prime time (minuten en percenten) 1953-1973.

	1953	1957	1961	1965	1969	1973
Informatie	37,4	21,6	22,0	21,9	26,3	27,3
Kunst	8,9	13,0	6,1	5,6	9,5	6,2
Educatie	1,1	3,0	2,9	2,8	4,2	6,6
Service	0,9	3,1	4,3	6,0	7,2	1,5
Human interest	5,1	5,2	3,9	5,1	2,7	5,5
Sport	2,6	0,0	3,6	5,5	2,2	2,9
Ontspanning	42,0	51,8	53,7	47,3	43,3	46,5
Kinder & Jeugd	0,0	0,0	3,6	5,2	1,6	0,3
Rest	2,0	2,3	0,0	0,0	3,2	3,2
Totaal	100	100	100	100	100	100

Bron: Van den Bulck, 2000b: 237 – onze accentuering.

Daarnaast hechtte de openbare omroep van bij aanvang een groot belang aan de promotie van het Vlaams cultureel patrimonium, ook in de ontspanning. Dit vertaalde zich in een rijk aanbod aan **Vlaamse muzikanten in allerlei variétéprogramma's** (Van den Bulck, 2000b) en in de **televisieadaptatie van de grote klassiekers uit de Vlaamse literatuur** (*Wij, Heren van Zichem, De Vorstinnen van Brugge*) – wat vandaag als Vlaamse kwaliteitsfictie wordt omschreven (Dhoest, 2004). De openbare omroep maakte bovendien een prioriteit van **het gebruik en de promotie van de standaardtaal** (Van den Bulck & Van Poecke, 1996).

1.2 1974 – 1989: De jaren van ‘Kultur ist wo keiner mehr lacht’

Vanaf het midden van de jaren 1970 kwam dit ideaal onder druk te staan door, enerzijds, een toenemende bureaucratisering en, anderzijds, een programmatorische evolutie naar een behoudsgezinde en zelfs hermetisch-elitaire cultuurproductie (Dhoest & Van den Bulck, 2003: 11-14). **Kunst en Cultuur werden in de programmaschema's naar de voorgrond geschoven.** Dit blijkt uit een magazineprogramma als *Kunstzaken* (1983–1991) dat dagelijks, in prime time, na het hoofdjournaal werd uitgezonden. Het programma richtte zich expliciet op de internationale scène van de hedendaagse kunst met een nadruk op avant-garde. Het stond al snel symbool voor de *audience chaser* die het cultuuraanbod van de openbare televisie in Vlaanderen was geworden.

Dit gold nog meer voor het programma *Container* (1989) waarover tot op vandaag wordt gedebatteerd. Voorstanders beschouwden het programma als een **parel van postmoderne cultuurarticulatie** en wezen op de vormelijke creativiteit die zijn tijd ver vooruit was (Biltereyst, 2007: 259-60). Critici vonden het programma ‘het sterkste staaltje van artistieke verdwazing’ (Ceuleers, 1999: 91) en benadrukten dat dit en soortgelijke programma's **geen rekening hielden met de televisienormen of met het opwekken van interesse voor cultuur bij het brede publiek, het doel van de cultureel-educatieve logica.** Dit paste in de ruimere klacht dat er bij de cultuurprogrammatie van de openbare omroep ‘bijna geen plaats [werd] ingeruimd voor een toegankelijke, en open cultuuroverdracht en –beleving’ (Ceuleers, 1999: 91-92).

Wat er ook van zij, deze en andere factoren zorgden er voor dat **het publiek massaal afhaakte** en dankzij *natural overspill* en de kabel wegvluchtte naar de Nederlandse openbare omroepen waar een voor het publiek meer aanvaardbaar evenwicht tussen vorming en ontspanning werd geboden (Van den Bulck 2007a: 73). Op deze manier werd het publiekvriendelijke cultuuraanbod ook een politiek argument voor het doorbreken van het openbare omroepmonopolie (Saeys, 2007).

Tabel 3: Aandeel in het totale kijkvolume (alle gekeken kwartieren, over de verschillende zenders) van de verschillende televisiezenders op jaarbasis (1969-1988) .

	BRT (totaal)	BRT1	TV2	RTBF	Nederlandse tv	Franse tv	Duitse tv
1969	78,9	78,9		5	10,6	3,6	1,9
1970	75	75		4,3	14,5	3,9	2,3
1971	71,3	71,3		4,7	18	3,5	2,5
1972	69,4	69,4		5	20,6	2,8	2,3
1973	69	69		4,4	21,2	2,8	2,3
1974	68,5	68,5		4,9	21	2,9	2,4
1975	65,6	65,6		4,7	23,1	3,9	2,2
1976	61,7	61,7		4,1	25,7	3,5	3,8
1977	60,8	57,6		3,7	24,9	4,2	4,2
1978	61,5	55,9	5,6	3,3	24,4	3,8	4,6
1979	59,6	54	5,6	3,6	25,4	3,6	5,1
1980	62,5	55,8	6,7	3,5	23,5	3,7	4,3
1981	62	55,4	6,6	3,8	22,2	4,1	4,8
1982	63,5	55,3	8,2	3,6	20,3	4,2	4
1983	59,1	53,3	5,8	3,7	24,9	4	3,2
1984	61,2	52,6	8,6	3	23,3	3,8	3
1985	59,3	51,4	7,9	3	24	4,2	3,6
1986	59,2	45,8	13,4	2,8	24,5	4,5	3,1
1987	55,9	41	14,9	2,3	27,1	5,1	3
1988	57,3	41,1	16,2	1,9	25,2	6,2	2,4

Bron: Bauwens 2007: 106 - onze accentuering.

1.3 1990 – 2004: De grote omslag

De radicale omslag kwam er vanaf het einde van de jaren 1980 wanneer technologische (kabel en satelliet, digitalisering en convergentie), politieke (neoliberalisme, deregulering, Europeanisering van de wetgeving), economische (*economies of scale and scope*, concentratie, commercialisering en transnationalisering) en socioculturele (postmoderne, ontvoogde, hedonistische consument-kijkers) factoren voor een **grondige herschikking van het medialandschap** zorgden (Van Gompel, Van den Bulck & Biltereyst, 2002; Tracey, 1998; Blumler, 1991; Van den Bulck, 2000a). In Vlaanderen werd symbolisch de breuklijn gemaakt met de komst van VTM op 1 februari 1989. Deze landelijke commerciële zender pikte de Vlaamse kijkers in van de Nederlandse en de Vlaamse openbare zenders. De Vlaamse openbare omroep kwam in de verdrukking. **Hier en elders in Europa verloren de openbare televisieomroepen hun publiek, hun geloofwaardigheid, hun duidelijke taakomschrijving.** In het begin van de jaren 1990 zag de toekomst van de openbare omroepen er dan ook slecht uit, niet in de laatste plaats doordat ze vaak **door de overheid in de steek werden gelaten.**

Overheid en openbare omroep gingen daarom op zoek naar een nieuwe invulling van statuut, structuur, werking, missie en identiteit, geschikt voor de veranderde mediacontext. Dit leidde tot **een hervorming in de richting van een terugtrekking van de politiek, het binnenhalen van een zekere economische, competitieve bedrijfslogica, zenderprofilering, publieksmaximalisatie en een opvatting over het publiek als dispaaraat geheel van individuele consumenten.** Ook inhoudelijk zorgde dit voor een beweging **wég van de cultureel-educatieve logica.** Deze verschuiving was merkbaar zowel in Vlaanderen (Van den Bulck, 2007) als in de openbare omroepen in andere Europese landen (cf. Blumler, 1992; McQuail & Siune, 1998; Meier & Trappel, 2007; Lowe & Bardoel, 2007).

Hoewel de kerntaken van de Vlaamse openbare omroep behouden bleven, kwam er een grotere aandacht voor ontspanning en entertainment en minder voor culturele en educatieve programma's. Wat specifiek de cultuurprogrammatie betreft, zien we dat bij de radio de klassieke zender Radio 3 niet verdween, maar werd omgevormd tot cultuurzender *Klara*. Voor televisie zien we in deze periode daarentegen enerzijds een daling van kunst en cultuur in het totale aanbod en, anderzijds, binnen deze categorie, een heroriëntatie naar andere, meer toegankelijke formats. Documentaires en magazines werden vervangen door talkshows zoals *Leuven Centraal* (1997). Het concept van de cultuuragenda werd behouden met *Link* (1998–

2001), dat echter minder hermetische items bracht (cf. Biltereyst, 2007: 263). **Terwijl de tegenstanders** (vooral van uit de hoek van het artistieke veld en de Kunsten) **deze wending op de korrel namen, werd door de omroep verwezen naar de meer dan verdubbeling van het aantal kijkers** in vergelijking met de vorige periode. In het veld van de ruimere cultuur werd betoogd dat deze houding van de overheid **beter aansloot bij een samenleving van zelfbewuste en ontvoogde burgers** die niet langer gediend zijn van enig paternalisme maar zelf weten wat ze willen, ook op het vlak van cultuur (Van den Bulck, 2007a; Reynebeau, 2004).

1.4 2005 – vandaag: de herwaardering van het cultuuraanbod

Vandaag domineert bij de openbare omroepen, zowel in Vlaanderen als elders in Europa, een **competitieve business logica**. De VRT zit daarmee in een onontkoombare internationale ontwikkeling (cf. d'Haenens, & Brink, 2001; EBU, 2003; Galparin, 2004; Jacobowitz, 2006; Lowe & Bardoel, 2008). Deze past in de ruimere **economy driven politics van Europese overheden** waarbij het economische welzijn eerder dan het socioculturele welzijn van staat en burger primeert, ook in culturele aangelegenheden (Van den Bulck, 2008). De openbare omroep is nu nog slechts één speler in een complexe mediamarkt waar hij een aanzienlijk deel van zijn inkomen moet vergaren. De doelstellingen – en verantwoording – van de openbare omroep worden vastgelegd en uitgedrukt in **performantiemaatstaven die kwaliteitseisen (waardering) combineren met kwantitatieve bereikcijfers**. Het publiek wordt benaderd als een markt met bepaalde segmenten en de zenders worden opgevat als merken (cf. Van den Bulck, 2007a: 76-7). Deze meer marktgerichte manier van denken staat niet per definitie haaks op de openbare omroepdoeleinden. De aanvankelijke driepoot – informatie, educatie en ontspanning – blijft het centrale uitgangspunt van het omroepbeleid, zoals blijkt uit de huidige missie van de VRT:

De VRT wil een meerwaarde geven aan de Vlaamse mediagebruiker door een breed aanbod van kwaliteitsvolle programma's en diensten die **inspireren, informeren, leren en amuseren**.

De VRT wil erkend worden als de meest betrouwbare, creatieve en innovatieve mediaorganisatie in Vlaanderen.

Hij staat garant voor een optimale kwaliteit, bereik en diversiteit.

Bron: www.vrt.be/missie - onze accentuering.

Enerzijds heeft de hervorming de VRT in staat gesteld haar imago om te buigen van 'underdog' naar 'trendsetter' (Goyvaerts, 1999: 22). Vandaag neemt de VRT een sterke plaats in het medialandschap in. Anderzijds heeft de hervorming geleid tot een ontevredenheid over de dalende aandacht voor het culturele en educatieve, een klacht die vooral vanuit de sector van de Kunsten kan worden waargenomen. De laatste jaren zien we dan ook dat de VRT nieuwe inspanningen doet voor een herwaardering van 'cultuur' in het aanbod (cf. Van den Bulck, 2008a; 2008b). Er wordt werk gemaakt van een aantal beleidsplannen zoals het **VITA concept** dat staat voor: Verrijkend, Interactief, Thematisch en Archiverend. Centraal in de uitwerking van de cultuuropdracht staat het **driesporenbeleid** voor cultuur met:

- (1) aandacht voor cultuur in alle programma's en het informeren over het culturele leven (o.a. via nieuws en duiding);
- (2) culturele programma's op algemene kanalen om het publiek cultuur te laten beleven via het medium zelf (via het verdiepende net Canvas, o.a. met een generalistisch cultureel programma);
- (3) extra en specifiek cultuuraanbod om actie en/of creatieve participatie aan cultuur te stimuleren (cultuurdelta).

Bron: www.vrt.be

Een en ander culmineerde in het toevoegen van het addendum 'inzake het openbare omroepdomein cultuur' aan de beheersovereenkomst, een addendum dat van kracht ging op 1 maart 2007 en in 2008 werd geëvalueerd. Onderhavig rapport levert een bijdrage tot deze evaluatie.

2. PROBLEEMSTELLING

Hoewel voor het merendeel van de televisiemakers en het publiek ondertussen een achterhoedegevecht, blijft ‘Cultuur op televisie’ een pijnpunt voor delen van het artistieke veld, voor de oude culturele elite en – als verlengstuk daarvan – voor de politiek. Zoals Biltereyst (2007: 261) stelt, menen deze groepen dat het cultureel-educatieve discours omtrent kunst en cultuur op de openbare omroep wel behouden is gebleven in de beheersovereenkomst en bij beleidsmakers binnen en buiten de omroep, maar dat het feitelijk aanbod onder invloed van het veranderend medialandschap toch sterk is gewijzigd.

Ondanks de *retour à la culture* van de laatste jaren, blijft het cultuuraanbod van de VRT dus voorwerp van steeds terugkomende verzuchtingen en kritiek, vooral vanuit het artistieke veld. Interessant is hierbij dat deze sector altijd al een tweeslachtige relatie heeft onderhouden met de omroep, inzonderheid de televisie. Van in de pionierstijd tot vandaag neemt zij enerzijds een negatieve houding aan tegenover televisie als vorm van populaire cultuur, terwijl zij anderzijds tegenover dit populaire medium een positie van bevoorrechte partner opeist.

In de kritiek op het cultuuraanbod van de openbare omroep wordt telkens verwezen hetzij naar een roemrijk cultuurverleden, hetzij naar voorbeelden uit het buitenland. In beide gevallen wordt zelden een beroep gedaan op concrete cijfers. Bovendien wordt geen rekening gehouden met de hierboven geschetste evolutie in samenleving, mediacontext en openbare omroep of met de grondige verschillen in omvang, middelen, wettelijk kader en randvoorwaarden van openbare omroepen in het buitenland.

Om op gefundeerde wijze enigszins vat te krijgen op de mate waarin het cultuuraanbod van de VRT beantwoordt aan de hedendaagse omroepsituatie is het belangrijk dit aanbod in een relevant internationaal perspectief te plaatsen. De vraag die zich stelt is

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">(1) tot welk aandeel van cultuur in het totale aanbod, bereik en budget van de VRT dit driesporenbeleid leidt en(2) of dit cultuuraanbod van de VRT de internationale vergelijking kan doorstaan. |
|--|

DEEL II ONDERZOEKSOPZET

1. **STAALKAART OPENBARE OMROEPEN EUROPA**

Om het cultuuraanbod van de VRT op een adequate manier te evalueren, moeten we een vergelijking maken met die openbare omroepen, die op een aantal relevante vlakken met de VRT overeenstemmen.

Daarom werd in eerste instantie een **selectie gemaakt van West-Europese landen die op een gelijkaardige historische traditie van openbare omroep als Vlaanderen kunnen bogen** (Blumler, 1992; Coleman, & Rollet, 1997; Østergaard, 1007; Dhoest & Van den Bulck, 2007; Bourdon, 2009). Op basis van dit zeer algemene criterium werden 18 West-Europese landen weerhouden, met name België (Vlaanderen & Wallonië), Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Groot-Brittannië, Ierland, IJsland Italië, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, Oostenrijk, Portugal, Spanje, Zweden en Zwitserland.

Vervolgens werd in de literatuur gezocht naar **relevante vergelijkingspunten** (Siune & Truetzchler, 1992; McQuail & Siune, 1998; Hallin, 2009). Een eerste criterium was de *omvang van de bevolking* van de geanalyseerde landen (voor België, respectievelijk Vlaanderen en Wallonië). Ten tweede kwam het *budget van de omroepen* aan bod. Hierbij werd zowel naar het bedrag als de herkomst van het budget gekeken. Openbare omroepen kunnen volledig afhankelijk zijn van publieke financiering dan wel van een gemengde financiering, waarbij inkomsten zowel vanuit de overheid als vanuit commerciële activiteiten gegenereerd worden. De principiële optie van volledige private financiering werd evenzeer weerhouden. Waar mogelijk werd aangegeven hoe het budget verdeeld is tussen het radio- en televisiegedeelte. Vervolgens werd gekeken naar het *aantal radio- of televisiekanalen van de openbare omroepen*. Dit criterium beperkt zich tot nationale zenders. Er werd geen rekening gehouden met regionale of internationale kanalen. Bij de nationale zenders werden ook digitale zenders opgenomen. Een ander belangrijk onderdeel is het *bereik van de openbare omroepen*. Dit werd steeds opgedeeld aan de hand van de verschillende radio- en televisiekanalen. Een voorlaatste criterium is de *mediacontext* van een bepaald land *waarbinnen de openbare omroep functioneert*. Hierbij werd zowel voor radio als televisie

onderzocht of er vele audio(visuele) concurrenten zijn en of deze over een groot marktaandeel beschikken. Ten slotte werd het *wettelijke kader* van de openbare omroepen als criterium gehanteerd. Er werd nagegaan hoe openbare omroepen gereguleerd worden (beheersovereenkomst, charter, voorgedij...) en of er sprake is van een strikte controle.

Aan de hand van deze criteria werd voor ieder van de achttien landen een fiche opgesteld. Hiervoor werd een brede waaier aan bestaande, meest recente data geraadpleegd (o.a. Kelly, Mazzoleni & McQuail, 2004; European Audiovisual Observatory, 2008a & b; Nikoltchev, 2007; IP Network, 2008; jaarverslagen van de onderzochte omroepen). Omwille van de grote verschillen in berekeningswijzen en data-interpretatie werd voor de centrale informatie zoveel mogelijk een beroep gedaan op de data van één onderzoeksinstituut, met name de European Audiovisual Observatory. Deze werden aangevuld met gegevens uit de andere bronnen. Omdat op het moment van het onderzoek nog geen systematische, volledige gegevens voor het jaar 2008 beschikbaar waren, dateren de meeste data en cijfers uit 2007 (European Audiovisual Observatory, 2008a & b). Slechts enkele van de gegevens voor de mediacontext van de radiomarkt dateren uit 2004 (Kelly, Mazzoleni & McQuail, 2004). Deze werden als dusdanig geïdentificeerd. Op deze manier werd voor ieder van de landen een datafiche opgesteld (cf. bijlage).

Vervolgens werd op basis van deze fiches **de VRT op de onderscheiden criteria vergeleken met de geselecteerde West-Europese openbare omroepen.**

Wat, ten eerste, de *omvang van de bevolking* betreft, kan de populatie in Vlaanderen (6.2 miljoen inwoners) worden vergeleken met deze in Zwitserland (7.509.000 inwoners), Oostenrijk (8.332.000 inwoners), Denemarken (5.434.000 inwoners), Finland (5.300.000 inwoners), Zweden (9.182.000 inwoners), Noorwegen (4.681.000 inwoners) en Ierland (4.240.000 inwoners).

Een tweede interessant punt is het totale *publieksbereik* van enerzijds de radio- en anderzijds de televisiezenders. Wat de VRT betreft, hebben de radiozenders samen een marktaandeel van 69,3% en de televisiezenders van 39,2%. De openbare omroepen met een vergelijkbaar marktaandeel zijn: Noorwegen (radio: 68,4%, televisie: 42,1%), Zwitserland (radio: 68%, televisie: 33,5%), Finland (radio: 53%, televisie: 43,3%), Luxemburg (radio: 58%, televisie: 43,8%), Denemarken (alleen omroep DR, radio: 66%, televisie: 38,3%) en Ierland (radio: 36%, televisie: 39,8%).

Een volgend belangrijk vergelijkingspunt is het *jaarlijkse openbare-omroepbudget*, dat voor de VRT gelijk is aan 446 miljoen euro. Openbare omroepen met een gelijkaardig budget vinden we in Ierland (441,2 miljoen), Noorwegen (463,9 miljoen), Zweden (426,7 miljoen), Finland (409,1 miljoen) en Denemarken (omroep DR: 484,4 miljoen).

Ten slotte werd gezocht naar overeenkomsten op basis van de mediacontext, de concurrentie van de openbare omroepen. In Vlaanderen is er zowel op de radio- als de televisiemarkt sprake van een situatie waar concurrenten meedingen naar een deel van de mediakoek (radio vooral Q-music en 4FM, televisie vooral VTM, 2BE, VT4 en 5TV). Dit geldt evenzeer voor alle onderzochte landen.

Op basis van de overeenkomsten voortkomend uit deze vergelijking, zijn de volgende West-Europese landen geselecteerd: **Noorwegen, Finland, Ierland en Zweden.**

Daarnaast werd besloten om de VRT te vergelijken met de Waalse openbare omroep RTBF en met de Britse openbare omroep BBC. In het geval van de **RTBF** werd hiervoor geopteerd omwille van de **geografische, staatkundige en socioculturele nabijheid** van de omroep. VRT en RTBF bedienen samen (en vanuit hetzelfde gebouw) bijna de gehele Belgische bevolking. Hoewel de BBC op bijna alle criteria grondig van de VRT verschilt en dus *in se* een weinig valide vergelijkingspunt biedt, is deze omroep toch in de analyse opgenomen. De **BBC** wordt hierbij niet gebruikt als gelijkaardig vergelijkingspunt, maar als *ultimate benchmark* omwille van de **vooraanstaande rol** van de BBC in het West-Europese openbare omroepgebeuren en de **voorbeeldfunctie** die de omroep zowel door andere openbare omroepen, critici, politici en culturele actoren krijgt opgelegd.

In totaal wordt de VRT dus vergeleken met

- (1) Vier gelijkaardige openbare omroepen uit **Noorwegen, Finland, Ierland en Zweden.**
- (2) Geografisch, staatkundig en sociocultureel nabije openbare omroep uit **Wallonië.**
- (3) Ultieme benchmark: openbare omroep uit **Groot Britannië.**

2. DATASELECTIE EN -VERZAMELING CULTUURAAANBOD

Na de selectie van de vergelijkbare omroepen, werden de nodige data verzameld voor de vergelijking van het cultuuraanbod op de VRT met dat op de geselecteerde openbare omroepen.

2.1 Dataverzameling

Idealiter zou voor dit soort onderzoek een referentieperiode (bv. oktober 2008: begin van het winterseizoen) worden afgebakend waarvoor aan alle geselecteerde openbare omroepen de relevante gegevens worden opgevraagd die een deugdelijke en actuele analyse mogelijk maken. **Het opzetten en uitvoeren van een nieuw, internationaal vergelijkend onderzoek waarbij een oorspronkelijke dataset wordt gecreëerd en geanalyseerd op basis van een coherent analyseschema, was door het korte tijdsbestek van deze opdracht en de beperkte middelen echter niet mogelijk.** Om dit op een wetenschappelijk verantwoord niveau uit te voeren, zou minstens twee jaar en een aanzienlijk budget aan personele en werkingsmiddelen nodig zijn.

Het is echter mogelijk om de centrale vraag op wetenschappelijke manier te beantwoorden door meta-analyse van bestaande data. Er werd daarom in overleg met de opdrachtgever beslist om **de analyse van het cultuuraanbod te baseren op bestaande data.** De onderzoeksopzet is dan ook gericht op het verzamelen van deze data, ze te analyseren en zo tot een aantal steekhoudende uitspraken te komen over omvang en bereik van het relatieve cultuuraanbod in de Vlaamse en de geselecteerde openbare omroepen.

Voor de vergelijking van de cultuur op *televisie*, werd in eerste instantie overwogen om gebruik te maken van de data zoals deze worden verzameld in het kader van de EBU. Het Escort-systeem dat hierbij wordt gehanteerd om de verschillende programma's in categorieën in te delen (cf. EBU, 2007) is echter in die mate weinig betrouwbaar dat de specifieke invulling van de verschillende categorieën erg ondoorzichtig is en door de verschillende omroepen op een uiteenlopende manier wordt geïnterpreteerd (cf. Tanghe & De Bens, 1994; Coppens, 2005). Bovendien zijn niet al deze data even gemakkelijk voor handen. Uiteindelijk werd geopteerd voor de **data verzameld door de *European Audiovisual Observatory***

(2008a). Deze zijn samengesteld op basis van data van de studiedienst van de EBU maar aangevuld met rechtstreekse informatie van televisiebedrijven en beleidsorganen, alsook met behulp van klassieke databanken, waaronder Eurodata-TV, Bureau van Dijk Electronic Publishing, Lynsgat, en van gegevens van de studiedienst van SIS (Strategic Information Service) en Screen Digest. De wederzijdse toets tussen de verschillende bronnen van deze dataset verlaagt de kans op vertekening door interpretatieverschillen.

Toch zijn de gegevens van het jaarboek van de *European Audiovisual Observatory* niet voldoende om een beeld te krijgen van de cultuur op de geselecteerde openbare omroepen. Zo beperkt dit jaarboek zich tot televisie, waardoor gegevens over *radio* en *internet* ontbreken. Daarnaast zijn er evenmin gegevens over specifieke cultuurzenders, het aandeel van cultuur in het budget, enzovoort. De ontbrekende informatie werd verzameld met behulp van de **jaarrapporten** van de desbetreffende openbare omroepen. Hoewel het begrip ‘cultuur’ in de rapporten van de onderscheiden openbare omroep op een andere manier wordt opgevat, en de cijfers minder vergelijkbaar zijn, verschaffen ze nuttige informatie omtrent andere relevante aspecten. Tevens bleken de **websites** van de openbare omroepen nuttige gegevens te verschaffen voor dit onderzoek.

Een belangrijk nadeel van deze **cijfers** is dat ze **betrekking hebben op het jaar 2007**. Recentere data waren op het moment dat het onderzoek liep (januari – februari 2009) sporadisch en onvolledig. Het gebruik van de data uit 2007 doet in zeker zin ‘oneer’ aan de nieuwe initiatieven die de VRT in het kader van het addendum heeft ontwikkeld in de loop van 2008. Voor de VRT zijn voor 2008 een aantal cijfers beschikbaar, al is op het moment van schrijven deze informatie nog erg onvolledig en dus niet voldoende voor een ernstige en betrouwbare vergelijking. Bovendien is het wetenschappelijk niet verantwoord om cijfers van de VRT uit 2008 te vergelijken met cijfers van andere omroepen uit 2007, cijfers die bovendien uit andere bronnen afkomstig zijn. Dit zou een deugdelijke vergelijking tussen alle geselecteerde omroepen in gevaar brengen. Voor alle omroepen wordt daarom 2007 als referentiejaar genomen, al wordt dit nadien kort gecontextualiseerd met enkele data van de VRT voor 2008.

Een ander nadeel is dat deze data niet specifiek zijn opgesteld met onze onderzoeksvragen op het oog. Ze kunnen dan ook niet steeds of volledig antwoord bieden op onze specifieke vragen. De analyse moet hierdoor noodzakelijkerwijs onvolledig blijven.

2.2 Kader van vergelijking en operationalisering ‘cultuur’

Het openbare omroepdomein cultuur en wat daar voor de VRT allemaal onder moet worden verstaan, wordt omschreven in het addendum. Hierin wordt gestipuleerd:

- (1) Audio - of audiovisuele programma's, producten, diensten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst etc, theater, circus, cabaret enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socioculturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over culturen en cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen;
- (2) Film (cinefiele film, de kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit de Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers);
- (3) Kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie.

Bron: Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur, 2007.

Wat de eerste poot betreft, kan worden verwezen naar de **categorie kunst/cultuur** zoals die in de verschillende databanken is opgenomen.¹ Voor de tweede en derde poot is minder duidelijk in welke mate de verschillende landen de films en fictie zoals hierboven beschreven effectief hebben opgenomen in de categorie kunst/cultuur dan wel in de categorieën film en fictie. Beide laatste categorieën bevatten immers ook populaire voorbeelden van film (bv. blockbusters) en fictie (bv. soaps). De kern van onze vergelijking zal daarom worden gelegd bij de eerste poot zoals die wordt weergegeven in de categorie kunst/cultuur.

Voor de uitvoering van de cultuuropdracht heeft de VRT een geïntegreerd cultuurbeleid uitgewerkt dat, zoals hoger vermeld, is uitgewerkt aan de hand van een **driesporenbeleid**:

- Spoor 1: cultuuritems in programma's op alle radio- en televisiezenders.
- Spoor 2: specifieke cultuurprogramma's op bestaande radio en televisiezenders.
- Spoor 3: extra cultuuraanbod buiten de bestaande radio- en televisiezenders.

¹ In de gehanteerde dataset wordt deze categorie vertegenwoordigd door de iets bredere categorie 'kunst/cultuur/wetenschap. Hoewel bij de cijfers in principe dus ook wetenschap moet worden gerekend, wordt toch met deze cijfers gewerkt. Ten eerste is overal in Europa dat aandeel wetenschap bijzonder klein (cf. Biltreyst, 2007). Bovendien geldt de vertekening voor alle omroepen evenzeer.

Ook hier nopen de beschikbare cijfers ons tot een verdere afbakening. Zo zijn **over spoor 1 nauwelijks data** van de verschillende zenders beschikbaar, wat enige zinvolle vergelijking welhaast onmogelijk maakt. Hierop wordt dan ook niet ingegaan.

Een **vergelijking van spoor 2 is wel mogelijk** op basis van de bestaande data. Bij elke openbare omroep kon worden op zoek gegaan naar cultuurprogramma's op de reguliere radio- en televisiezenders.

Bij de **niet-cultuurspecifieke televisiekanalen** werden de volgende vragen gesteld:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">(1) aandeel cultuurprogramma's <i>sensu strictu</i> in totaal programma-aanbod(2) aandeel cultuuraanbod in ruimere zin in totaal programma-aanbod(3) aandeel cultuuraanbod in totaal televisiebudget(4) bereik cultuuraanbod |
|---|

Bij de dataverzameling bleek dat voor de meeste zenders voor het beantwoorden van vraag 3 geen data beschikbaar waren.

Bij de **niet-cultuurspecifieke radiozenders** werden de volgende vragen gesteld:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">(1) het aandeel cultuurprogramma's in het totale programma-aanbod(2) de mate van variatie in het cultuuraanbod(3) de mate van spreiding van het cultuuraanbod over de generalistische radiozenders |
|--|

Wat tot slot **spoor 3**, het thematische cultuuraanbod, betreft, werd aandacht geschonken aan het al dan niet voorkomen van specifieke cultuurzenders.

Bij de **televisiezenders specifiek gericht op cultuur**, werd nagegaan:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">(1) of het gaat om <i>open access</i>, digitaal of <i>scrambled</i>(2) welk type programma's wordt aangeboden(3) wat het gemiddelde bereik is |
|---|

Voor de **radiozenders specifiek gericht op cultuur** werd nagegaan:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">(1) welk type programma's wordt aangeboden(2) wat het gemiddelde bereik is. |
|--|

Naast de radio- en televisiekanalen werd voor dit derde spoor ook het **niet-lineaire (internet) aanbod** geanalyseerd. Voor elke geselecteerde West-Europese openbare omroep werd gezocht naar het online cultuuraanbod (website, platform, ...).

DEEL III

INTERNATIONALE VERGELIJKENDE ANALYSE VAN HET CULTUURAAVBOD OP GESELECTEERDE OPENBARE OMROEPEN

1. SPOOR 2: VERGELIJKING SPECIFIEKE CULTUURPROGRAMMA'S OP BESTAANDE RADIO- EN TELEVISIEZENDERS

1.1 Televisie

Wat het aanbod van specifieke cultuurprogramma's op de algemene televisienetten betreft, kan in eerste instantie worden gekeken naar de categorie **kunst/cultuur/wetenschap *sensu stricto***. Uit tabel 4 (cf. infra) blijkt duidelijk dat de VRT in vergelijking met de vier referentieomroepen goed scoort. VRT televisie heeft met 6,5% van het totale televisieaanbod de op één na hoogste score en wordt in deze categorie enkel overtroffen door de Zweedse televisieomroep SVT die 10,3% van zijn programmatie aan kunst/cultuur/wetenschap besteedt. Na de VRT volgen het Finse YLE (5%), het Noorse NRK (5%) en het Ierse RTE (1,7%). De Franstalige tegenhanger RTBF (4,8%) noch de Britse BBC (3,4%) scoren hier beter dan de VRT.

De cijfers geven aan dat de programmacategorie van kunst en cultuur (en wetenschap) verhoudingsgewijs een belangrijke prioriteit is voor de Vlaamse openbare omroep. Om deze cijfers te stofferen, werd een beroep gedaan op de jaarverslagen. De VRT geeft in zijn rapport een aantal voorbeelden van wat onder deze categorie wordt begrepen: het gaat om programma's als *Lux XL* (cultuurprogramma), *Meesterwerken* (schilderkunst), *Nekkanacht 2007* (kleinkunsevenement), *De weg naar Mekka* (cultuur en religie), *Sprookjesboom* (cultuur voor kinderen), *Plankenkoorts* (klassieke concerten), *Monumentenstrijd* (architectuur en patrimonium). Ter vergelijking kan worden gekeken naar de voorbeelden die in het jaarrapport van het Zweedse SVT onder deze categorie worden gerekend: *Kulturnyheterna* (cultuurnieuws), *Kobra* (internationale cultuur), *Sverige!* (de Zweedse cultuur), *Babel* (boeken en schrijvers), *Filmkrönikan* (film), *Arty* (kunst), *Bästa formen* (design), *Närbild*

(praatprogramma), documentaires over cultuur, enzovoort. Het Noorse NRK vermeldt onder andere *Safari* (over Noorse en internationale cultuur), *Bokprogrammet* (boekenprogramma), *Migrapolis* (cultuurprogramma) een aantal concerten en theatervoorstellingen en *Norsk for Begynnere* (een documentaire over buitenlandse studenten in Oslo). Ook bij RTBF treffen we een hele waaier aan cultuurprogramma's aan in deze categorie (klassieke concerten, dans, jazz, humor, theater, kortfilms, audiovisuele kunsten). Uit al deze voorbeelden leiden we af dat de verschillende omroepen een vrij gelijkaardige visie op de invulling van deze categorie hebben en de cijfers dus op dezelfde types van programma's slaan. Het hogere percentage van SVT lijkt vooral toe te schrijven aan de iets ruimere aandacht voor de klassieke Kunsten.

Tabel 4: Internationale vergelijking cultuur spoor 2 televisie in uren zendtijd.

Aandeel per genre	Vlaanderen VRT	Finland YLE	Ierland RTÉ	Noorwegen NRK	Zweden SVT	Wallonië RTBF	Groot-Brittannië BBC
<i>Fictie</i>	43,7%	29,4%	50,5%	16,3%	23,8%	28,9%	18,6%
<i>Entertainment</i>	5,8%	5,9%	8,4%	11,5%	11,9%	2,1%	12,8%
<i>Muziek</i>	1,9%	3,1%	0,7%	37,5%	3,9%	0,5%	1,6%
<i>Sport</i>	12,4%	10,9%	5,3%	9,8%	11,6%	11,5%	11,2%
<i>Nieuws</i>	6,6%	7,3%	10,1%	8,7%	11,2%	23,5%	18,7%
<i>Informatie</i>	21,8%	32,7%	1,7%	7,0%	25,5%	2,2%	23,6%
<i>Kunst/cultuur /wetenschap</i>	6,5%	5,0%	1,7%	5,0%	10,3%	4,8%	3,4%
<i>Educatie</i>		3,6%	0,2%	0,0%		22,5%	9,3%
<i>Religie</i>	0,5%	0,8%	0,4%	0,6%	0,9%	0,5%	0,8%
<i>Presentatie</i>		1,3%	2,1%	1,8%	0,6%	3,5%	
<i>Reclame</i>			8,6%			5,7%	
<i>Andere</i>	1,0%		10,2%	1,8%	0,3%	1,3%	
Per zender	Eén	TV1	RTÉ1	NRK1	SVT1	La Une	BBC1
<i>Fictie</i>	27,1%	28,7%	42,7%	24,6%	28,2%	29,6%	23,7%
<i>Entertainment</i>	8,7%	3,2%	8,8%	15,7%	13,5%	2,3%	7,3%
<i>Muziek</i>	2,1%	0,5%	0,5%	6,6%	2,4%	0,1%	0,5%
<i>Sport</i>	10,4%	2,8%	1,2%	13,2%	9,1%	8,2%	10,0%
<i>Nieuws</i>	13,5%	9,3%	12,6%	18,1%	11,5%	34,5%	30,0%
<i>Informatie</i>	28,5%	38,6%	3,3%	9,3%	28,8%		24,4%
<i>Kunst/cultuur /wetenschap</i>	7,7%	7,8%	2,2%	5,8%	6,1%		2,8%
<i>Educatie</i>		6,5%	0,4%	0,0%		12,6%	0,0%
<i>Religie</i>	1,0%	1,6%	0,7%	1,0%	0,1%	0,0%	1,3%
<i>Presentatie</i>		1,0%	1,0%	2,7%	0,0%	4,1%	
<i>Reclame</i>			9,5%			7,0%	
<i>Andere</i>	1,0%		15,9%	3,1%	0,3%	1,6%	
	Canvas /Ketnet	TV2	RTÉ2	NRK2	SVT2	La Deux	BBC2
<i>Fictie</i>	58,6%	30,2%	58,6%	9,8%	17,6%	28,1%	13,4%
<i>Entertainment</i>	3,1%	8,9%	8,0%	8,2%	9,5%	1,8%	18,4%
<i>Muziek</i>	1,6%	6,2%	1,0%	62,1%	6,0%	1,0%	2,7%
<i>Sport</i>	14,2%	20,3%	9,5%	7,1%	15,2%	15,2%	12,4%
<i>Nieuws</i>	0,4%	5,0%	7,6%	1,3%	10,6%	11,6%	7,4%
<i>Informatie</i>	15,7%	25,9%	0,0%	5,2%	20,7%		22,9%
<i>Kunst/cultuur /wetenschap</i>	5,4%	1,8%	1,2%	4,3%	16,3%		4,0%
<i>Educatie</i>		0,2%	0,1%	0,0%		33,4%	18,5%
<i>Religie</i>	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	2,1%	0,9%	0,3%
<i>Presentatie</i>		1,5%	2,0%	1,0%	1,5%	2,8%	
<i>Reclame</i>			7,6%			4,3%	
<i>Andere</i>	0,9%		4,4%	0,7%	0,5%	0,9%	

In het addendum bij de beheersovereenkomst, wordt naast de categorie cultuur/kunst *sensu stricto* ook kwalitatieve Vlaamse fictie tot het cultuuraanbod gerekend. Het is onmogelijk om uit de cijfers voor fictie enkel het aandeel kwaliteitsfictie te lichten. Wel kan op basis van gegevens uit de jaarrapporten, uit de categorie fictie voor ieder van de omroepen het aandeel Vlaamse fictie worden gedistilleerd.

Voor de berekening van deze gegevens is in jaarrapporten gezocht naar percentages van de eigen productie (waar mogelijk van eigen fictie) van een openbare omroep. Het percentage van alle fictie is met behulp van deze cijfers omgerekend naar een (benaderend) percentage van Vlaamse fictie. Wanneer we deze cijfers combineren met de percentages cultuur/kunst/wetenschap, komen we tot een heel andere rangorde op het vlak van cultuuraanbod (**cultuuraanbod = cultuur/kunst/wetenschap + cultuureigen fictie**). In een vergelijking met de vier referentieomroepen, belandt de VRT bij deze berekeningen met 11,2% slechts op de vierde plaats, voor het Noorse NRK (5,8%). De Ierse openbare omroep RTÉ staat nu bovenaan (25,9%), voor het Finse YLE (19,7%) en het Zweedse SVT (13,9%). Ook de Britse BBC (18,3%) scoort beter dan de VRT terwijl RTBF (7,7%) achterop hinkt.

Het jaarrapport van RTÉ besteedt specifiek aandacht aan de eigen Ierse dramaseries zoals *Damage*, *The Clinic*, *Prosperity*, enzovoort. De Ierse omroep hecht dan ook veel belang aan Ierse fictie in het kader van de promotie van een Ierse nationale identiteit. Het jaarrapport van de Finse YLE verwijst op het vlak van fictie naar Fins drama zoals *Hunger for Love*, *Kotikatsomo*, *Karjalan kunnailla*, enzovoort. In het jaarrapport van VRT wordt *Katarakt* genoemd als kwalitatieve dramaserie, een serie die hoog scoorde op het vlak van kijk- (tot 1.435.800 kijkers per aflevering) en waarderingscijfers (CIM 2007).

Het hoge percentage eigen fictie van de BBC blijkt niet alleen uit het aandeel eigen fictie in de totale programmatie, maar ook door het aandeel van maar liefst er 29,2% hiervan in het budget. Dit hoge percentage van fictie in het budget moet worden gerelativeerd in de mate dat veel van deze fictieprogramma's worden verkocht aan de buitenlandse markt waardoor deze ook aanzienlijke inkomsten genereren. Dit is een optie die de kleine omroepen niet of nauwelijks ter beschikking hebben (Hedges, 2008).

Wat het **aandeel van cultuur in het budget** van deze bestaande televisiezenders betreft, konden voor bijna geen enkele van de geselecteerde omroepen relevante data worden gevonden. Enkel voor de Zweedse televisieomroep SVT werd hiernaar verwezen: 7% van het totale budget voor cultuur/kunst/wetenschap en 21% van het budget voor fictie.

Wat tot slot het **bereik en de waardering** van cultuur in spoor 2 op televisie betreft, blijkt uit de beschikbare data dat de VRT opnieuw behoorlijk scoort. De cultuurprogramma's op VRT (één en Canvas samen) halen een gemiddeld weekbereik van 28,8%. Hier tegenover staan de Zweedse zenders STV1 en STV2 die weliswaar een hoger percentage cultuurprogramma's in hun programmaschema's opnemen maar daarmee een lager bereik van 20% realiseren. RTBF bereikt met cultuur op televisie in het tweede spoor 25,5%. Tot slot kan nog worden stilgestaan bij de waardering voor deze programma's. Voor de VRT bedraagt deze 77%, wat overeenkomt met de optelsom van de scores 'zeer tevreden, tevreden en eerder tevreden' bij de Finse omroep YLE. Daar wordt kunst en cultuur immers als volgt gewaardeerd: zeer tevreden & tevreden: 24%; eerder tevreden: 46%; ontevreden: 24%, weet niet: 5%.

Uit deze gegevens blijkt dat de Vlaamse openbare televisie voor spoor 2 vrij tot zeer goed scoort wanneer we kijken naar de categorie cultuur/kunst/wetenschap *sensu stricto*, en dit zowel qua aanbod als bereik en waardering. Wanneer eigen fictie niet meegerekend wordt, moet de VRT alleen het Zweedse SVT laten voorgaan. Wanneer Vlaamse fictie wordt meegerekend in het cultuuraanbod, zakt Vlaanderen echter weg in de rangschikking. Het kostenplaatje van deze categorie is daar vanzelfsprekend niet vreemd aan. Vlaanderen zou dan ook moeten **investeren in Vlaamse fictie** om zo de positie tegenover de andere onderzochte West-Europese openbare omroepen te verbeteren. Hier tegenover staat dat deze cijfers voor eigen fictie geen indicatie geven of het over kwaliteitsfictie gaat, als 'kwaliteit' al eenduidig kan worden gedefinieerd.

1.2 Radio

Wanneer we spoor twee voor cultuur op de radio willen analyseren, kunnen we ons enkel baseren op de data uit de jaarrapporten van de geselecteerde omroepen. Cijfermatige data over het aandeel cultuur op de generalistische radiozenders van VRT en RTBF ontbreken.² We gaan daarom slechts kort in op het aandeel cultuur in de totale generalistische radioprogrammatie van de vier geselecteerde referentieomroepen en de BBC. Voor het overige ligt de focus in deze analyse op de diversiteit van de aangeboden cultuurprogramma's alsook op de mate waarin cultuuruitzendingen verspreid worden over de verschillende generalistische radiozenders.³

Bij de vergelijking van het **aandeel cultuur in de totale radioprogrammatie** voor de onderzochte openbare omroepen, wordt duidelijk dat de Zweedse SR de koploper is, met 8,8%. Op de tweede plaats staat de Finse YLE met 6,5%, gevolgd door het Ierse RTÉ (2,0%) en Noorse NRK (1,0%). De Zweedse radio-omroep SR overtreft zelfs de ultieme *benchmark* BBC, die in haar jaarverslag gewag maakt van een aandeel van 7,9% cultuur op de generalistische radiozenders.

Kijken we dan naar de **variatie in het aanbod**. Het aandeel van 1,0% cultuur in de zendtijd van de generalistische radiozenders van het Noorse NRK bestaat uit twee categorieën van programma's, met name kunst/cultuur/media (0,2%) en drama (0,8%). De eerste categorie is inclusief programma's over muziek (*Our Daily Beatles*, *Norgesglasset*, ...) zodat er nauwelijks informatieve programma's over andere cultuuruitingen aan bod lijken te komen. Bij de laatste categorie gaat het om radiotheater voor kinderen (*Witch's Brew*, *The Pearl Father*, ...) en misdaaddrama (*The Night Man*, *The Lake of the Dead*, ...). Uit het jaarrapport van de Ierse openbare omroep RTÉ blijkt dat ook hier het aandeel cultuur van 2,0% betrekking heeft op zowel informatieve programma's zoals *The Arts Show* (cultuurmagazine) als op radiodrama zoals *Mayday*. Over de aard van de cultuurprogramma's (goed voor 6,5% van het totale aanbod van de generalistische radiokanalen) van de Finse omroep YLE was geen informatie beschikbaar. De hoogst scorende referentieomroep, de Zweedse radiozenders van SR, lijkt dan weer voornamelijk aandacht te besteden aan een ruime waaier informatieve cultuurprogramma's (naast een kleiner aandeel radiodrama). Van de 8,8% zendtijd voor cultuurprogramma's bestaat 96% uit programma's over cultuur, 2,6% uit radiotheater en 1,4%

² Deze moeten niet systematisch worden berekend in functie van de beheersovereenkomst.

³ Bij de analyse van radiokanalen omvatten cultuurprogramma's geen muziekprogramma's.

uit documentaires. Enkele voorbeelden zijn *Svea Kulturi* (programma rond cultuur in Stockholm), *Kulturnytt* (cultuurnieuws), *Biblioteket* en *Människan och naturen* (programma's over literatuur), *Kvällspasset* (programma over allerlei cultuurvormen), *Morgonpasseti* (interviews met artiesten). Deze combinatie van cultuurinformatie en drama vinden we tot slot ook terug bij de 'grote' omroep BBC. De radio-uitzendingen van de Britse openbare omroep bestaan voor 7,9% uit cultuurprogramma's. Onder de noemer cultuur wordt door de BBC drama en kunst geplaatst. Enkele voorbeelden van programma's zijn *Two Out To Lunch* (comedy), *Words and Music* (dichtkunst), *Jazz Library*, *CD Review*, *Number 10* (drama), *Avoid London* (drama).

Uit het jaarrapport van VRT blijkt dat een brede waaier aan informatieve cultuurprogramma's aan bod komen op de generalistische radiokanalen van de Vlaamse openbare omroep. Voorbeelden zijn *Exit* (informatief muziekprogramma), *Mezzo* (cultureel informatie-programma over boeken, film, tentoonstellingen), *Mekka*, *Brussel Midi* (praatprogramma over cultuur), *Zogezegd* (boekenprogramma in kader van breder evenement), *Funiculi Funicula* (licht klassiek en musical), *De Goeiemiddagshow...* Er werden geen voorbeelden teruggevonden van radiodrama of -theater. Een gelijkaardige spreiding vinden we trouwens bij de zusteromroep RTBF. De onderwerpen variëren van cinema (bv. *Première séance*, *Le grand cinéma*, *Plein écran*), literatuur (bv. *La librairie francophone*, *Le polar du dimanche*, *Le feuilleton et Correspondances*, ...), over muziek (bv. *La troisième Oreille*, *Le monde est un village*, *Les tubes en or*, *La Boutique aux chansons*, *Le Jazz*, *Musiques et autres muses*, *Carnet de notes*, ...), design (bv. *Par ouï-dire*), tot algemene cultuur (bv. *Bonjour quand même*, *Tout autre chose*, *Culture Club*, *Tête à tête*, *Grandeur Nature*, *Francodyssée*, *Classic 21 culture*, ...).

Samenvattend zien we dat de VRT goed scoort op het vlak van diversiteit in het aanbod van cultuurinformatie met een **ruime waaier aan informatieve programma's die verschillende domeinen van kunst en cultuur behandelen**. Hiermee kan VRT zich meten, zowel met de beste van de vier vergelijkbare omroepen (het Zweedse SR) als met de zusteromroep RTBF en het Britse schoolvoorbeeld BBC die alle drie koplopers zijn met een erg gevarieerd aanbod. Waar de **VRT verhoudingsgewijs minder goed op scoort, is een aanbod van radio-drama, muzikaal theater en comedy**. Deze vinden we wel bij het Zweedse SR en de Britse BBC, en in mindere mate bij de Ierse radiozenders van RTÉ en de Noorse NRK zenders. De Vlaamse (en Waalse) openbare radiozenders zouden hun cultuuraanbod op de radiozenders kunnen verbeteren door te investeren in andere vormen van cultuurprogramma's,

zoals radiotheater, drama en comedy, met het Zweedse SR en de Britse BBC als voorbeelden bij uitstek.

Naast de verscheidenheid van het cultuuraanbod, is de **spreiding** van de cultuurprogramma's over de verschillende radiozenders van belang.

De Zweedse en Waalse openbare omroepen hebben het meest verspreide aanbod: zowel bij SR (de programma's worden zowel op *P1* als op *P2* uitgezonden) als bij RTBF worden cultuurprogramma's uitgezonden op alle bestaande generalistische radiozenders. De BBC zendt cultuurprogramma's uit op vier (van de acht) algemene radiokanalen. Ieder van de vier kanalen brengt cultuur met een eigen focus. Zo zendt *Radio 1* cultuurdocumentaires uit, *Radio 2* muzikaal theater en kunst, *Radio 4* drama, *afternoon plays* en comedy en *BBC7* comedy en drama. De cultuurprogramma's van de VRT situeren zich voornamelijk op twee (*Radio 1* en *Studio Brussel*) van de vier generalistische radiozenders. In mindere mate vinden we dit soort programma's ook op radio 2 met programma's rond bepaalde muzikale thema's zoals *De Lage Landen*, *De préhistorie*, *Viva Vlaanderen* en *Funiculi Funicula*. Het Ierse RTÉ verspreidt cultuuruitzendingen via twee van de drie radiozenders, met name *Radio 1* en *Raidió na Gaeltachta*, de generalistische radiodienst voor de mensen van de Ierssprekende regio Gaeltacht en alle Ierssprekenden in Ierland. In Noorwegen en Finland zenden de radiozenders hun cultuurprogramma's ieder slechts via één generalistisch radiokanaal uit, respectievelijk via *NRK P1* en *YLE Radio Peil*, terwijl NRK twee en YLE vijf generalistische radiokanalen bezitten.

Inzake de spreiding van het cultuuraanbod leidt de Zweedse openbare omroep SR wederom, samen met het Waalse RTBF. VRT scoort hier gemiddeld, maar zou de spreiding van het aanbod kunnen verbeteren door op radio 2 en Donna (nu MNM) meer cultuurprogramma's uit te zenden.

Over het **aandeel van cultuur in de radiobudgetten**, was slechts voor twee omroepen informatie beschikbaar. Bij de Finse radio-omroep YLE neemt cultuur 17% van het totale budget in terwijl dit bij de Zweedse omroep, ondanks het ruimere aanbod, slechts 10% is. Van deze 10% gaat 78,1% naar informatieve cultuurprogramma's, 15% naar radiodrama en 5,9% naar documentaires. Over het **bereik van deze cultuurprogramma's op generalistische radiozenders** kon geen vergelijkbare informatie worden gevonden

2. SPOOR 3

VERGELIJKING THEMATISCH CULTUURAAANBOD VIA SPECIFIEKE LINEAIRE EN NIET-LINEAIRE CULTUURKANALEN

Tabel 5: Internationale vergelijking spoor 3 voor televisie, radio en Internet.

	Vlaanderen	Finland	Ierland	Noorwegen	Zweden	Wallonië	Groot-Brittannië
	VRT	YLE	RTÉ	NRK	SVT	RTBF	BBC
TELEVISIE Cultuurzender	NEEN	JA	NEEN	NEEN	NEEN	JA	JA
RADIO Cultuurzender	JA	JA	JA	JA	(JA) ⁴	(JA)	(JA)
INTERNET Cultuurwebsite	JA	JA	(NEEN) ⁵	(NEEN)	(NEEN)	(NEEN)	JA

2.1 Televisie

Van de vier geselecteerde referentieomroepen, heeft slechts één een specifieke televisiezender voor cultuur, met name Finland. *YLE Teema (open access)* is een cultuurzender, met onderwerpen gaande van kunst tot populaire cultuur. Gemiddeld bereikt *YLE Teema* 1,3% van de Finse kijkers. Net als Ierland, Noorwegen en Zweden, heeft de Vlaamse openbare omroep geen specifieke cultuurzender. Hier tegenover staat de zusteromroep RTBF waar de televisiezender *Arte Belgique (open access)* een aanbod heeft van programma's als *50 degrés nord* (cultuurprogramma over tentoonstellingen, theater, dans, opera, muziek, ...), *Quai des Belges* (programma over Belgische creatief talent), de Koningin Elisabethwedstrijd,... Van het bereik zijn geen cijfers beschikbaar. In Groot-Brittannië is *BBC Four (open access)* de cultuurzender van de BBC. Dit kanaal biedt een mix van documentaires, performances, drama, muziek, kunst en film aan. *BBC Four* wordt gemiddeld door 6,6% van de Britse populatie bekeken.

Hoewel het gebrek aan een televisiezender, specifiek gericht op cultuur, voor een hiaat in het derde spoor van het cultuuraanbod lijkt te zorgen, wordt dit door de vergelijking gerelativeerd. **Van de vergelijkbare omroepen, heeft enkel de Finse televisie een specifiek**

⁴ (ja) betekent: niet expliciet als cultuurzender opgevat.

⁵ (neen) betekent: geen 'echte' cultuurwebsite, wel websites met programma-informatie voor cultuorzenders.

cultuurkanaal. Het bereik hiervan is echter bijzonder laag (1,3%) wat de zinvolheid van dergelijke zender in vraag stelt.

2.2 Radio

Elk van de onderzochte West-Europese openbare omroepen beschikt over minstens één radiokanaal dat specifiek op cultuur gericht is.

In Ierland luistert 1,7% van de Ieren naar de cultuurzender *RTÉ Lyric fm*. Hier zijn klassieke muziek, kunstprogramma's, live uitzendingen van festivals, concerten, enzovoort te horen.

YLE Radio 1 is het cultuurkanaal van de Finse openbare omroep YLE. Deze radiozender bereikt gemiddeld 23,2% van de bevolking, wat een opmerkelijk en uitzonderlijke score is. De programma's handelen over kunst en cultuur en de muziek varieert van klassiek en religieus tot jazz en wereldmuziek. Daarnaast worden concerten van de *Finnish Radio Symphony Orchestra* en radiotheater uitgezonden.

Zweden heeft twee digitale radiozenders die in het jaarrapport van de SR niet expliciet gekaderd zijn als cultuurzender, maar wel als dusdanig opgevat worden door hun cultureel aanbod. Zo zendt *SR Klassiskt* 24 uur per dag klassieke muziek uit en verschaft *P2 alltid musik* 24 uur per dag een waaier van klassieke tot hedendaagse muziek, zowel jazz als folk.

Noorwegen biedt meerdere cultuurzenders aan zijn luisteraars aan. De belangrijkste cultuurzender is *NRK P2*, met een gemiddeld bereik van 4,1%. Op *NRK P2* zijn klassieke muziek, jazz-, folk- en wereldmuziek te beluisteren, alsook culturele nieuwsuitzendingen, debatprogramma's, cultuuranalyses en -kritieken. Enkele voorbeelden zijn *Ung Grieg* (klassieke muziek van componist Grieg, uitgevoerd door jonge, Noorse pianisten), *Cultural cruise with P2 and Kork*, *Opera Guide*, *Kulturnytt* (cultuurnieuws), radiotheater... Naast *P2* beschikt de Noorse openbare omroep NRK over drie digitale radiozenders die niet duidelijk gekaderd worden als cultuurzender, maar die toch zo beschouwd kunnen worden door hun specifiek cultuuraanbod. Onder deze noemer worden *NRK Jazz*, *Alltid Klassisk* en *Alltid Folkemusikk* geplaatst, aangezien ze 24 uur per dag respectievelijk jazz-, klassieke en folkmuziek uitzenden.

Tegenover deze referentieomroepen, slaat de VRT alvast een goed figuur. Het (*open access*) radiostation *Klara*, is de cultuurradiozender bij uitstek van de VRT. *Klara* verschaft programma's over de culturele actualiteit, klassieke muziek, jazz, wereld- en experimentele muziek. De zender steunt ook Vlaamse cultuur- en radio-evenementen zoals de Koningin Elisabeth wedstrijd, Jazz Middelheim, Gedichtendag... In een aantal programma's zoals *Ramblas* (cultuurprogramma), *De kunstkaravaan* en *De tuin van Eden* komt een wat ruimere waaier aan muziekgenres aan bod. *Klara* heeft een gemiddeld weekbereik van 6%. *Klara Continuo* biedt via een digitaal kanaal een verrijkt aanbod van klassieke muziek. Daarnaast wordt voorzien in radio-VIA-diensten zoals een Net-gemist en Herbeluister aanbod. Het programma *Ronda* werd in 2007 ook als (gratis) podcast aangeboden (cf. internet).

VRT heeft hiermee een sterker gespecialiseerd radioaanbod dan zusteromroep RTBF. Deze brengt met *Musiq'3* een cultuurzender die voornamelijk klassieke muziek, jazz, Belgische muziek, wereldmuziek en filmmuziek uitzendt. Gemiddeld bereikt *Musiq'3* echter slechts 2,0% van de bevolking (cijfer 2004).

Ten slotte beschikt ook BBC over een cultuurzender, namelijk *BBC Radio 3*. Deze zender wordt evenmin nadrukkelijk een cultuurkanaal genoemd, maar door de focus op klassieke muziek en daarnaast de aandacht voor jazz, wereldmuziek, drama, kunst en performances kan *Radio 3* wel als dusdanig beschouwd worden. Gemiddeld 3,7% van de Britten luistert naar *Radio 3*.

Uit deze vergelijking blijkt dat het specifieke cultuuraanbod van de openbare radiozender *Klara* een relatief groot deel van de bevolking bereikt (6,6%), ten opzichte van de cultuorzenders uit de andere onderzochte landen. Alleen in Finland bereikt *YLE Radio 1* meer luisteraars (23,2%). Het bereik van de andere cultuurradiozenders schommelt tussen 1,7% en 4,1%, wat *Klara* tot een zeer populair cultuurkanaal maakt. **De Vlaamse openbare omroep VRT is met andere woorden één van de meest succesvolle openbare omroepen voor spoor 3 wat betreft radio.**

2.3 Internet

Tot slot kan bij het derde spoor ook worden gekeken naar het niet-lineaire cultuuraanbod van de openbare omroepen op het internet. Vandaag is het internet ook voor omroepen immers steeds meer de uitgelezen plaats om het publiek te bereiken, ook en vooral met culturele inhoud. Vandaar dat er bij elke geselecteerde openbare omroep gezocht is naar het al dan niet voorkomen van een website of webplatform gewijd aan cultuur. Opmerkelijk is dat de openbare omroepen in veel landen wel websites hebben over hun cultuurzenders (zowel radio- als televisiekanalen), maar dat deze websites vaak niet meer verschaffen dan informatie over de programma's van de desbetreffende zender. Er moet dan ook een onderscheid gemaakt worden tussen websites die enkele programma-informatie leveren en webplatforms die daarnaast ook cultuurnieuws en dergelijke aanbieden.

In Ierland is er geen specifieke cultuurwebsite, maar wel een website voor de cultuurradiozender *RTÉ Lyric fm* (<http://www.rte.ie/lyricfm/index.html>). Hier is echter louter programma-informatie terug te vinden, waardoor dit niet als 'echte' cultuurwebsite beschouwd wordt.

In Zweden hebben noch de SR (openbare omroep voor radio), noch de SVT (openbare omroep voor televisie) een volwaardige cultuurwebsite. Wel beschikken beiden over websites waar cultuur aan bod komt. Zo heeft SR een website voor *P1* (<http://www.sr.se/p1/>) waar zowel programma-informatie als cultuurnieuws te vinden is. De websites van *P2* (<http://www.sr.se/p2/>) en *P3* (<http://www.sr.se/p3/>) verschaffen, wat betreft cultuur, slechts informatie over hun culturele programma's (muziek, humor, cultuur). SVT heeft op zijn website geen coherent geheel 'cultuur', maar wel verschillende onderdelen die tot cultuur behoren (zie <http://www.svt.se/svt/>): 'cultuur & entertainment' met cultuurnieuws, 'film & drama' met cultuurnieuws en programma-informatie en een cultuurgedeelte cultuur bij 'nieuws'.

De Noorse openbare omroep heeft enkele websites met betrekking tot cultuur. Zo is er <http://www.nrk.no/kultur/>, het cultuuronderdeel van de algemene website van NRK, waar allerlei cultuurnieuws te vinden is. Daarnaast is er een website over opera, <http://www.nrk.no/opera/>, waar men opera- en theaternieuws uit Noorwegen en het buitenland kan lezen. Ten slotte beschikt NRK over <http://www.nrk.no/migrapolis/>, de website van een cultuurprogramma dat zowel op televisie als radio wordt uitgezonden.

Van de vier referentieomroepen, is het Finse YLE de enige met een echt cultuurwebplatform <http://kulttuurikunto.yle.fi/>. Dit is niet de website van een cultuurzender van YLE, maar een specifieke cultuurafdeling van de ruimere website van de Finse openbare omroep.

In vergelijking met deze vier referentieomroepen, leunt de VRT het sterkst aan bij de Finse collega's. **De VRT heeft immers in de loop van 2007 de aanzet gegeven voor de uitwerking van een volwaardig cultuurplatform (cultuurdelta) ontwikkeld:** <http://www.klara.be>. Dit webplatform biedt veel meer dan louter programma-informatie voor de culturele radiozender *Klara* en wordt door VRT beschouwd als het culturele gedeelte van hun (algemene) website. Op *klara.be* is cultuurnieuws te vinden onder de noemers expo, muziek, podium, boek, film en nog. Het laat toe om het lineaire culturaanbod te doorbreken voor verrijkte diensten. Deze website werd in 2007 dagelijks gemiddeld door 3.373 personen bezocht. Daarnaast hebben de websites van de verschillende generalistische radiozenders ook telkens een onderdeel met informatie over de culturele programma's, evenals een aantal radio-VIA-diensten (podcasts, Net gemist, Herbeluister) van de cultuurprogramma's van deze zenders.

In tegenstelling tot de VRT, beschikt de zusteromroep RTBF niet over een volwaardige cultuurwebsite. Wel aanwezig zijn de websites van *Arte-Belgique* (<http://www.arte-belgique.be/index.htm>), *Musiq'3* (<http://www.musiq3.be/index.htm>) en *Classic 21* (http://www.classic21.be/rtbf_2000/bin/view_something.cgi?id=0185451_sac). Hier is steeds informatie te vinden over de respectievelijke zenders en hun programma's. Naast deze drie websites heeft RTBF een beperkt aandeel cultuur op de algemene informatiesite: <http://www.rtbf.be/info/societe/culture>.

De BBC blijkt ook op dit gebied een schoolvoorbeeld, met een echt cultuurwebplatform: <http://www.bbc.co.uk/arts/>, waar kunst en cultuur aan bod komen. Daarnaast zijn er op de website van *Radio 2* enkele onderdelen over cultuurprogramma's van de zender: comedy, live muziek en documentaire (<http://www.bbc.co.uk/radio2/>). Hiernaast heeft de cultuurzender *Radio 3* een website, <http://www.bbc.co.uk/radio3/>, waar vooral informatie over cultuurprogramma's van de zender te vinden is. *Radio 4* heeft op zijn website een gedeelte over zijn cultuurprogramma's, <http://www.bbc.co.uk/radio4/arts/>. *Radio 7* heeft gelijkaardige onderdelen op zijn website, zowel over comedy als drama (<http://www.bbc.co.uk/radio7/programmes/genres/>).

Hieruit blijkt dat op het vlak van het **niet-lineaire online cultuuraanbod, de Vlaamse openbare omroep goed scoort**. VRT heeft immers, net als het Finse YLE en de Britse BBC geïnvesteerd in een cultureel webplatform dat zowel programma-informatie als cultuurnieuws en bredere culturele informatie verschaft. Dit levert een aanzienlijke bijdrage aan het cultuuraanbod van een openbare omroep.

3. **EEN KORTE BLIK VOORUIT: CULTUUR OP DE VRT ANNO 2008**

Voor 2008 zijn er, zoals gesteld, geen volledige cijfers beschikbaar voor de VRT, noch voor de andere omroepen. Bovendien zijn de gedeeltelijke data voor de VRT voor 2008 niet noodzakelijk op dezelfde manier berekend als deze die voor de vergelijking van het cultuuraanbod en –bereik in 2007 werden gebruikt. Toch willen we trachten de bovenvermelde resultaten voorzichtig te contextualiseren in de beperkt voorradige data van 2008 voor de VRT. We beroepen ons hiervoor op de data zoals die in de evaluatie zijn opgenomen. Hierbij benadrukken we dat de data onvolledig en niet per definitie vergelijkbaar zijn. Toch zien we enkele interessante trends binnen het cultuuraanbod van de VRT.

3.1 **Spoor 2**

Wat **spoor 2** betreft zijn er voor radio geen cijfers beschikbaar die toelaten een deugdelijke vergelijking tussen 2008 en 2007 te maken. De beschikbare informatie laat niet toe om aan te geven of er op dat gebied een evolutie kan worden vastgesteld. Wel kan er worden gewezen op de herintroductie van het radiodrama in 2008 met *Dams en Van Deun* (radio *spin off* van de Vlaamse fictieserie *Witse* van televisiezender één). Hiermee verbetert de VRT de variatie in het cultuuraanbod op radio in spoor 2. In 2007 bleef dit immers beperkt tot informatieve genres, terwijl een aantal referentieomroepen wel radiodrama aanboden. We zien hier dus een inhaalbeweging. Bovendien zorgt dit nieuwe aanbod voor een betere spreiding van cultuur over de verschillende netten. Het radiodrama wordt immers uitgezonden op Radio 2, waarvan met betrekking tot 2007 werd opgemerkt dat hierop cultuur minder aanbod kwam in spoor 2.

Op het vlak van **televisie** zijn er wat betreft spoor 2 wel interessante kwantitatieve resultaten beschikbaar.

Tabel 6: Aandeel cultuur sensu stricto in aanbod VRT 2008 tot en met oktober.

	Uitzenduren cultuur	Uren tot/met oktober	Uren/maand tot oktober
2004	724	594	59
2005	569	487	49
2006	674	551	55
2007	784	625	63
2008	-	746	75

Zoals blijkt uit bovenstaande tabel is het aandeel cultuur in het aanbod van spoor 2 op televisie in vergelijking met 2007 gestegen. Zoals in het evaluatierapport wordt aangegeven, evenaart het aanbod (volume) cultuur op de generalistische televisienetten van de VRT tot en met oktober 2008 al bijna de cijfers voor heel 2007. Dit resulteert in een hoger gemiddeld aantal uren cultuur per maand (cf. Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2008: 21-22). Naast een aantal nieuwe seizoenen van programmaformats uit 2007, vallen in 2008 onder deze categorie o.a. ook *De Canvascollectie* (beeldende kunst) en *Iets met Boeken* (boekenprogramma). Dit zijn twee programma's die tegemoet willen komen aan een langlopende vraag vanuit respectievelijk de sector van de kunsten (meer aandacht voor beeldende kunst) en de wereld van de auteurs (meer aandacht voor literatuur). Het bereik van deze programma's varieert. Terwijl de Canvascollectie gemiddeld slechts 75.211 kijkers lokte (en dit vooral dankzij de eerste en finale aflevering), halen andere cultuurprogramma's een gemiddeld bereik van 7% met een enkele uitschieter van 10%.

3.2 Spoor 3

Daarnaast kunnen een aantal interessante gegevens in verband met **spoor 3** worden aangehaald die duiden op een uitbreiding van dit aanbod tegenover 2007. Wat **radio** betreft, blijkt dat het inhoudelijk verbrede Klara (met jazz nu nadrukkelijk in het basispakket, naast blijvende nadruk op de klassieke kern en een mix van woord en muziek) in 2008 nog steeds op een trouw publiek kan rekenen. Hetzelfde geldt voor Klara Continuo.

Op het vlak van televisie moet vooral worden gewezen op de systematische uitbouw van canvas+, een **lineaire televisie-VIA-dienst** die een extra cultureel aanbod biedt. Vanaf februari 2008 voorzag de VRT maandelijks een extra cultuuraanbod via Canvas+ – bereikbaar via de rode knop – met programma's rond de uitreiking van de CultuurPrijzen Vlaanderen, StuBruPuntUit, Expo 58, Koningin Elisabethwedstrijd, Rock Werchter, Jazz Middelheim, Film Festival Gent en het KlaraFestival. Sinds 28 september 2008 heeft Canvas+ een dagelijks aanbod aan programma's die complementair zijn aan de programmatie van Canvas. Het gaat om captaties van concerten en kunstdocumentaires die nauw aansluiten bij de culturele activiteit. Themaprogramma's en –avonden sluiten aan bij grote evenementen rond boeken, muziek, film en tentoonstellingen. Canvas+ brengt een combinatie van *live events*,

recente en archiefprogramma's. In het evaluatierapport wordt ook melding gemaakt van het bereik (gemiddeld 2.4 per gezin met settopbox) dat varieert tussen de 17.000 en de 44.400 kijkers, voorlopig dus eerder bescheiden (kijkduur niet gekend).

Dit wordt verder gecomplimenteerd met de uitbouw van de **niet-lineaire online poot** van het cultuuraanbod. Hierbij kan worden verwezen naar de niet spectaculaire maar toch stelselmatige groei van het aantal bezoekers van Klara.be. Naarmate dit multimediale platform in de loop van 2008 verder werd uitgebouwd, groeide ook het gemiddelde aantal unieke bezoekers per dag van 3.515 in december 2007 tot 7.342 in november 2008, toch een verdubbeling.

Hoewel het onmogelijk is bij ontbrekende cijfers voor de referentieomroepen, de RTBF en de BBC tot vergelijkende uitspraken te komen, kan toch worden gesteld dat de VRT werkt aan de verdere uitbouw van het cultuuraanbod op spoor 2 en 3.

DEEL IV CONCLUSIE

De internationale benchmarkoefening om het cultuuraanbod van de openbare omroep VRT te toetsen aan vergelijkbare omroepen in West Europa, heeft een aantal interessante inzichten opgeleverd.

Zo blijkt, ten eerste, dat de VRT met betrekking tot **spoor 3** in vergelijking met de vier referentieomroepen erg goed scoort. Zeker op het vlak van **radio** biedt de VRT een gevarieerd cultuuraanbod op *Klara* (en *Klara Continuo*) dat een relatief groot deel van de bevolking weet te bereiken (6,6% voor *Klara*) ten opzichte van de cultuurzenders uit de andere onderzochte landen. Alleen in Finland bereikt *YLE Radio 1* duidelijk meer luisteraars (23,2%). Het bereik van de andere cultuurradiozenders schommelt tussen 1,7% en 4,1%. Hoewel de VRT op het vlak van **televisie** geen specifieke cultuurzender aanbiedt, valt ze hiermee niet uit de boot, aangezien van de vier referentiezenders enkel de Finse openbare televisie YLE een specifiek cultuurnet aanbiedt. Bovendien is het bereik hiervan zo laag (1,3%) dat de zinvolheid van dergelijke zender in vraag kan worden gesteld. Televisie maken is duur en wanneer hiermee een verwaarloosbaar deel van de bevolking wordt bereikt, is dit een slechte besteding van middelen. Bovendien beantwoordt dergelijk cultuurkanaal niet aan de historische opdracht van een openbare omroep om cultuur onder de aandacht van brede lagen van de bevolking te brengen, aangezien dat brede publiek de weg naar dergelijk cultuurkanaal niet vindt. De uitbouw van Canvas+ in de loop van 2008 brengt hier een verdere aanvulling. Tot slot blijkt dat ook op het vlak van het **niet-lineaire, online cultuuraanbod**, de Vlaamse openbare omroep goed scoort. VRT heeft immers, net als het Finse YLE (en de Britse BBC) geïnvesteerd in een cultureel webplatform dat zowel programma-informatie als cultuurnieuws en bredere culturele informatie verschaft. Terwijl de drie andere referentieomroepen de digitale poot alvast op cultuurvlak veel minder hebben uitgebouwd. De cijfers van de VRT voor 2008 tonen hier bovendien een stijgende trend met een groeiend aanbod.

Ook op het vlak van **spoor 2** van het cultuuraanbod scoort de VRT vrij tot zeer goed. Op de niet-cultuurspecifieke **televisiezenders één** en *Canvas* presteert de VRT, in vergelijking met de referentieomroepen, zeer goed in de categorie kunst en cultuur *sensu stricto*, en dit zowel qua aanbod als bereik en waardering. De cijfers van de VRT voor 2008 zijn op dit vlak zelfs nog beter. Wanneer cultuureigen fictie niet meegerekend wordt, moet de VRT alleen het Zweedse SVT laten voorgaan. Wanneer cultuureigen fictie wel wordt meegerekend in het

cultuuraanbod, zakt Vlaanderen echter weg in de rangschikking. Hierbij moet worden opgemerkt dat het onduidelijk is in welke mate het hier om kwaliteitsfictie gaat, maar dat geldt voor alle omroepen. De lagere score bij het meerekenen van cultuureigen fictie houdt natuurlijk verband met het kostenplaatje van deze programmacategorie. Eigen fictie is één van de duurste genres om maken. Vlaanderen zou dan ook extra moeten investeren in Vlaamse fictie. Dit zou de positie van de VRT tegenover de andere onderzochte West-Europese openbare omroepen verbeteren.

Met betrekking tot **radio** zien we enerzijds dat de VRT goed scoort op het vlak van diversiteit in het aanbod van cultuurinformatie met een ruimer waaier aan informatieve programma's die verschillende domeinen van kunst en cultuur behandelen. Hiermee kan VRT zich meten, zowel met de beste van de vier vergelijkbare omroepen (het Zweedse SR) als met de zusteromroep RTBF en het Britse schoolvoorbeeld BBC. Enkel op het vlak van radiodrama, muzikaal theater en comedy scoort de VRT slechter dan de referentieomroepen. De VRT brengt dit niet, terwijl andere omroepen dit wel brengen, zij het in beperkte mate. De Vlaamse openbare radiozenders zouden hun cultuuraanbod op de radiozenders kunnen verbeteren door hierin te investeren. Hiertoe is in 2008 trouwens een aanzet gegeven met het radiodrama *Dams en Van Deun* op Radio 2. Inzake de spreiding van het cultuuraanbod scoort de VRT gemiddeld in vergelijking tot de referentieomroepen. De spreiding over de verschillende radionetten lijkt dus voor verbetering vatbaar. Dit laatste moet echter worden gerelativeerd. De beperkte aanwezigheid van spoor 2 op twee (Donna, Radio 2) van de VRT radiozenders wordt immers ten dele gecompenseerd door het cultuuraanbod in spoor 1, dat wil zeggen door het vermelden van culturele onderwerpen in algemene programma's zoals het nieuws en andere informatie of ontspannende programma's. De beschikbare data lieten een analyse van dat spoor 1 echter niet toe.

Een belangrijke conclusie is dan ook dat er **nood** is **aan meer onderzoek** op dit domein. Zowel het verzamelen van vergelijkbare data voor verschillende Europese omroepen, als het verzamelen van specifieke gegevens over spoor 1, zou een betere vergelijking en inschatting van de geleverde inspanningen mogelijk maken. Daarbij is ook nood aan duidelijke en (internationaal) vergelijkbare criteria, bijvoorbeeld voor de invulling van de arbitraire term 'kwaliteitsfictie'. Dit alles zou het mogelijk maken gericht te werken aan de optimalisering van het cultuuraanbod.

Bibliografie

- BBC (2007) *Part Two: Annual Report and Accounts 2007/08*. Londen: BBC. [elektronische versie]. Gelezen op http://downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/bbc_ara_2008_exec.pdf.
- Biltreyst, D. (2007) 'Kunst-, cultuur- en educatieve programma's: bedreigde categorieën ofultieme legitimatie', pp. 247–274 in A. Dhoest en H. Van den Bulck (eds.) *Publieke televisie in Vlaanderen. Een geschiedenis*. Gent: Academia Press.
- Blumler, J.G. (1991) 'The New Television Marketplace: Imperatives, implications, Issues', in J. Curran & M. Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Blumler, J.G. (ed.) (1992) *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*. London: Sage.
- Bourdon, J. (2009) 'Public Service Broadcasting in Europe', in D. Albertazzi & P. Cohley (eds.) *The Media* (3d Ed.) London: Pearson Education.
- Ceuleers, J. (1999) *Uitgekeken. Mijn wonderjaren*. Antwerpen: Icarus.
- CIM (2007) *Jaarverslag CIM. 2007*. Brussel: CIM
(http://www.cim.be/agora/base/nl/cim_rapport2007_nl.pdf)
- Coleman, J.A. & Rollet, B. (eds.) (1997) *Television in Europe*. Exeter: Intellect.
- Coppens, Th. (2005) *Opdracht volbracht? Een studie naar de taken van de VRT*. Brussel/Gent: Vlaamse Mediaraad/Universiteit Gent.
- Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2008) *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur: Evaluatie*. Brussel: Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap.
- d'Haenens, L. & Brink, S. (2001) 'Digital Convergence: The Development of a New Media Market in Europe', pp. 125 – 145 in L. d'Haenens, & F. Saeys (eds.) *Western Broadcasting at the Dawn of the 21st Century*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Dhoest, A. (2004) *De verbeelde gemeenschap: 50 jaar Vlaamse tv-fictie en de constructie van een nationale identiteit*. Leuven: Universitaire Pers Leuven.
- Dhoest, A. & Van den Bulck, H. (2003) 'Vijftig jaar openbare televisie in Vlaanderen: 'Welvaart of verschrikking?' *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap (Themanummer Televisie)*, 31 (4): 279-297.
- Dhoest, A. & Van den Bulck, H. (eds.) (2007) *Publieke televisie in Vlaanderen. Een geschiedenis*. Gent: Academia Press.
- EBU (2003) *Media With a Purpose. Public Service Broadcasting In the Digital Age. Report of the EBU Digital Strategy Group*. Genève: EBU.
- EBU (2007) *ESCORT 2007. EBU System of Classification of Radio and Television Programmes*. Genève: EBU.
- European Audiovisual Observatory (2008a) *Television in 36 European States* (Edition 2008, Vol. 1). Straatsburg: European Audiovisual Observatory.
- European Audiovisual Observatory (2008b) *The Public Service Broadcasting Culture* (Edition 2008). Straatsburg: European Audiovisual Observatory.
- Galparin, H. (2004) *New Television, Old Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goyvaerts, P. (1999) 'Pleidooi voor een slagvaardige publieke omroep', *Samenleving en politiek* 6 (8): 18-25.
- Gripsrud, J. (1998) 'Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory', pp. 17-32 in C. Geraghty & D. Lusted (eds.) *The Television Studies Book*. London: Edward Arnold.

- Hallin, D. C. (2009) 'State Size as a Variable in Contemporary Analysis', *International Communication Gazette*, 71: 101-103.
- Hedges, M. (2008) 'Brand BBC's Billion Pound Bonus', *Follow The Media*, 24 July (<http://www.followthemediacom/brands/brandhome.htm>).
- IP Network (2008) *Television: Key Facts*. Luxemburg: Newway Agentur.
- Jacobowitz, K. (2006) 'PSB: The Beginning Of the End, or a New Beginning in the 21st Century?' Paper presented at the *RIPE conference* in Amsterdam, November.
- Kelly, M., Mazzoleni, G., & McQuail, D. (2004). *The Media in Europe*. London: Sage.
- Lowe, G.F. & Bardoel, J. (eds.) (2008) *From Public Service Broadcasting to Public Service Media : RIPE@2006*. Göteborg: Nordicom.
- McQuail, D. & Siune, K. (1998) *Media Policy, Convergence and Commerce*. Euromedia Research Group. London: Sage.
- Meier, W. & Trappel, J. (eds.) (2007) *Power, Performance and Politics*. Baden-baden: Nomos.
- NRK (2007) *Annual report 07*. Oslo: NRK. [elektronische versie]. Gelezen op http://www.nrk.no/aarsrapport/2007/assets/pdf/en/EN_NRK2007.pdf.
- Østergaard, B.S. (ed.) (1997) *The media in Western Europe: The Euromedia Handbook*. Euromedia Research Group. London, Sage.
- Radio Telefís Éireann Authority (2007) *Radio Telefís Éireann annual report and group financial statements 2007*. Dublin: RTÉ. [elektronische versie]. Gelezen op http://www.rte.ie/about/pdfs/annual_report07_english.pdf.
- Reynebeau, M. (2004) 'Het Balkon: Ik word bekeken dus ik besta', *De Standaard*, 21 mei [<http://www.standaard.be/Artikel/Detail.aspx?artikelId=gis65kil>]
- Robins K. & Webster, F (1985) 'The Revolution of the Fixed Wheel: Information, Technology and Social Taylorsim', pp. 36-43 in P. Drummond & R. Paterson (eds.) *Television in Transition*. London: BFI.
- RTBF (2007) *Rapport annuel 2007*. Brussel: RTBF. [elektronische versie]. Gelezen op http://www.rtbfmedia.be/rtbf/pdf/RTBF_RA2007_mini.pdf.
- Saeyns, F. (2007) 'Statuut, organisatie en financiering van de openbare televisieomroep in Vlaanderen', pp. 23-52 in A. Dhoest en H. Van den Bulck (eds.) *Publieke televisie in Vlaanderen. Een geschiedenis*. Gent: Academia Press.
- Scannell, P. & Cardiff, D. (1991) *A Social History of British Broadcasting, Volume One 1922- 1939: Serving the Nation*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Siune, K. & Truetzchler, W. (eds.) (1992) *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. London: Sage.
- SR (2007) *Public service-redovisning 2007*. Stockholm: SR. [elektronische versie]. Gelezen op <http://www.sr.se/Diverse/AppData/Isidor/files/3113/4570.pdf>.
- SVT (2007) *Sveriges Televisions public service-redovisning 2007*. Stockholm: SVT. [elektronische versie]. Gelezen op <http://svt.se/content/1/c6/69/84/42/psr2007.pdf>.
- Tracey, M. (1998) *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford: Oxford University Press.
- Van den Bulck, H. (2000a) 'The Economic Rationale Behind the Mass Media Industry and Market Today: Facts and Figures', pp. 227 – 246 in B. Pattyn (ed.) *Media Ethics: Opening Social Dialogue*. Leuven: Peeters.
- Van den Bulck, H. (2000b) *De rol van de publieke omroep in het project van de moderniteit: Een analyse van de bijdrage van de Vlaamse publieke televisie tot de creatie van een nationale cultuur en identiteit*. Leuven: Diss. Doc. Sociale Wetenschappen.
- Van den Bulck, H. (2001) 'Public Service Television and National Identity as a Project of Modernity: The Example of Flemish television', *Media, Culture and Society*, 23 (1): 53-70.

- Van den Bulck, H. (2007a) 'Het beleid van de publieke televisie: Van hoogmis van de moderniteit naar postmodern sterk merk?', pp. 59 – 84 in A. Dhoest en H. Van den Bulck (eds.) *Publieke televisie in Vlaanderen. Een geschiedenis*. Gent: Academia Press.
- Van den Bulck H. (2007b) 'Old Ideas Meet New Technologies: Will Digitalisation Save Public Service Broadcasting (Ideals) from Commercial Death?', *Sociology Compass*, 1 (1): 28-40.
- Van den Bulck H. (2008a) 'Can PSB Stake its Claim in a Media World of Digital Convergence? The Case of the Flemish PSB Management Contract Renewal from an International Perspective', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (3): 335-350.
- Van den Bulck, H. (2008b) 'Off Public Service Brands and Enhanced Content: The VRT's Cultural Delta Project and the Move to Branded Public Service Media'. Paper presented at the *Ripe@2008 Conference: Public Service Media in the 21st Century: Participation, Partnership and Media Development*. Mainz, November.
- Van den Bulck H. & Van Poecke L. (1996) 'National Language, Identity Formation and Broadcasting: The Flemish and German-Swiss Communities' pp. 157-178 in S. Braman & A. Sreberni-Mohammadi (eds.) *Globalization, Communication and Transnational Civil Society*. Cresskill, N.J., Hampton Press,
- Van Gompel, R.; Van den Bulck, H. & Biltereyst, D. (2002), 'Media Industries', pp. 162-211 in C. Newbold, O. Boyd-Barrett & H. Van den Bulck (eds.) *The Media Communication Book*. London: Edward Arnold.
- Vlaamse Overheid (2007) *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur*. Brussel: Vlaamse overheid
- VRT. (2007). *Jaarverslag 2007*. Brussel: VRT [elektronische versie]. Gelezen op <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>.
- YLE Communications and Marketing. (2007) *YLE Annual report 2007*. Helsinki: YLE [elektronische versie]. Gelezen op http://www.yle.fi/fbc/YLE_vsk_englanti07.pdf.

**Bijlage: steekkaarten 18 geselecteerde West-Europese
omroepen naar relevante criteria**

VLAANDEREN

http://www.vrt.be/vrt_master/vrt_homepage/index.shtml

BEVOLKING: 7 210 091 inwoners

OPENBARE OMROEP: VRT

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 5 ➔ Radio 1, Radio 2, MNM, Studio Brussel, Klara
- **TELEVISIE:** 3 ➔ Eén, Canvas, Ketnet

BUDGET: gemengde financiering ➔ totaal: 446 miljoen euro, bestaande uit 283 miljoen overheidsdotatie (63.5%), 72 miljoen advertentiemarkt (16.1%), 91 miljoen eigen opbrengsten (20.4%)

- **RADIO:** 22.5% van budget (2007, <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>)
- **TELEVISIE:** 61.6% van budget (2007, <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>)

BEREIK:

- **RADIO:** (gegevens 2007: <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>)
 - o Radio 1: (21.0% weekbereik) – 13.0% dagbereik
 - o Radio 2: (38.4% weekbereik) – 27.1% dagbereik
 - o MNM (tot 2007 Donna): (29.6% weekbereik) – 15.8% dagbereik
 - o Studio Brussel: (18.9% weekbereik) – 10.3% dagbereik
 - o Klara: (6.0% weekbereik) – 3.1% dagbereik
- **TELEVISIE:** (gegevens 2006-2007: <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>)
 - o Een: 30.2%
 - o Canvas/Ketnet: 9.2%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** VRT heeft een comfortabele positie, geen echte competitie van de twee private radiostations Q-Music (VTM) en 4FM (Think Media).
- **TELEVISIE:** Duopolie: grote concurrentie tussen VRT en private zender VTM (samen goed voor meer dan 50% van de kijkers overdag en 60% 's avonds. Aandeel van VTM zakt, van VRT stijgt (VRT: 39.5%, VTM: 26.6%)

WETTELIJK KADER: Beheersovereenkomst & verschillende controle- en toezichtmechanismen (Raad van Bestuur, Auditcomité VRT, VAR, Remuneratiecomité, Bedrijfsrevisor, Rekenhof, Vlaamse overheid)

WALLONIË

<http://www.rtbf.be/info/>

BEVOLKING: 3 456 775 inwoners

OPENBARE OMROEP: RTBF

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 5 ➔ La Première, VivaCité, Musiq'3, Classic 21, Pure FM
- **TELEVISIE:** 5 ➔ La Une, La Deux, La Trois, RTBF Sat, Arte Belgique

BUDGET: gemengde financiering ➔ totaal 266 614 000 euro waarvan 72.1% overheid – 25.9% commercieel – 2.0% andere

BEREIK:

- **RADIO:** (2007: http://www.rtbfmedia.be/rtbf/pdf/RTBF_RA2007_mini.pdf)
 - o La Première: 6.3%
 - o VivaCité: 11.5%
 - o Classic 21: 5.6%
 - o Pure FM: 2.8%
 - o Musiq'3: 2.4%
- **TELEVISIE:** (2007: http://www.rtbfmedia.be/rtbf/pdf/RTBF_RA2007_mini.pdf)
 - o La Une: 14.92%
 - o La Deux: 4.55%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** De publieke radiostations hebben veel concurrentie van de private stations: Radio Contact (18.8%), BE-RTL (18.8%), Nostalgie (8.9%) en Fun (5.2%).
- **TELEVISIE:** Op de Waalse markt zijn er drie grote spelers: RTL met een marktaandeel van 25.6%, RTBF met 19.6% en TF1 met 17.1%.

WETTELIJK KADER: Beheersovereenkomst (verplicht de RTBF om zelf zijn activiteiten te evalueren)

DENEMARKEN

<http://www.dr.dk/> ; <http://tv2.dk/>

BEVOLKING: 5 434 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: DR, TV2

AANTAL KANALEN:

- **DR**

- **RADIO:** 4 ➔ P1, P2, P3, P4
- **TELEVISIE:** 4 ➔ DR1, DR2, DR Extra, DR Update

- **TV2**

- **RADIO:** 1 ➔ TV2 Radio (sinds februari 2007)
- **TELEVISIE:** 7 ➔ TV2, TV2 Charlie, TV2 Extra, TV2 Film, TV2 Zulu, TV2 News en TV2 Sport

BUDGET:

- **DR:** gemengde financiering ➔ totaal 484 384 000 euro, waarvan 91.9% overheid en 8.1% commercieel
- **TV2:** Volledige financiering uit reclame en andere commerciële inkomsten: 296 212 000 euro

BEREIK:

- **RADIO:** (2000)
 - o P1: 6%
 - o P2: 4%
 - o P3: 23%
 - o P4: 33%
- **TELEVISIE:**
 - o DR1: 26.5% (daily share) – 33.2% (primetime)
 - o DR2: 4.6% (daily share) – 5.1% (primetime)
 - o TV2 Danmark: 33.4% (daily share) – 34.9% (primetime)
 - o TV2 Zulu: 2.5% (daily share) – 2.1% (primetime)
 - o TV2 Charlie: 2.7% (daily share) – 2.2% (primetime)
 - o TV2 Film: 1.1% (daily share) – 0.9% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** DR Radio is dominant (66%) op de Deense radiomarkt.

- **TELEVISIE:** Tot 1986 had DR een monopolie, toen werd TV2, een nieuwe nationale omroep aangemaakt. De openbare omroepen DR en TV2 zijn dominant op de markt (samen een marktaandeel van 71.5%).

WETTELIJK KADER: De taken van de openbare omroepen zijn vastgelegd in wetten en voor DR specifiek in een *public service contract* tussen DR en de minister van cultuur. DR is verplicht om jaarlijks verslag uit te brengen aan de minister van cultuur met betrekking tot de vervulling van het contract. De taken van TV2 zijn vastgelegd in zijn *license* van de minister van cultuur.

DR is een onafhankelijke publieke institutie: eigendom van de staat, maar niet onderworpen aan de autoriteit van de minister van cultuur. TV2 was tot 2003 ook een onafhankelijke publieke institutie, maar werd geprivatiseerd. De aandelen van TV2 zijn echter nog in handen van de overheid. De regionale TV2's zijn georganiseerd als een onafhankelijke publieke institutie.

DUITSLAND

<http://www.ard.de/> ; <http://www.zdf.de/>

BEVOLKING: 82 218 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: 11 openbare omroepen in totaal:

- **ARD:** bestaat uit 1 gemeenschappelijke nationale openbare omroep 'Das Erste', 9 regionale openbare omroepen (BR, HR, MDR, NDR, RB, RBB, SR, SWR, WDR) en 1 internationale omroep DW
- **ZDF:** een nationale openbare omroep

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:**
 - o Nationaal: Deutschlandradio: bestaande uit Deutschlandfunk & Deutschlandradio Kultur
- **TELEVISIE:**
 - o **ARD:** ARD-1 (Das Erste), DW, BR, HR, MDR, NDR, RB, rbb, SR, SWR, WDR (bijna elk van deze zenders heeft een derde zender ~ ARD-3)
 - o **ZDF:** ZDF
 - o **ARD & ZDF:** KI.KA, PHOENIX, 3sat, ARTE

BUDGET:

- **ARD:** gemengde financiering → totaal 6 075 270 000 euro, waarvan 86.3% overheid – 13.0% commercieel – 0.8% andere
- **ZDF:** gemengde financiering → totaal 1 927 218 000 euro, waarvan 86.6% overheid – 12.9% commercieel – 0.5% andere

BEREIK:

- **RADIO:**

(2007: http://www.ard.de/intern/basisdaten/hoerfunknutzung/h_26_23246_3Brfunknutzung_20der_20ard-programme_20_28m/-/id=55126/1ilrjo6/index.html)

 - o Deutschlandfunk: 1.9%
 - o Deutschlandradio Kultur: 0.5%
 - o ARD samen: 48.9% (regionale zenders inbegrepen)
- **TELEVISIE:**
 - o ARD1: 14.6% (daily share)
 - o ARD3: 15.7% (daily share)
 - o ZDF: 14.3% (daily share)
 - o 3sat: 1.0% (daily share)
 - o KI.KA: 0.6% (daily share)

- o PHOENIX: 0.6% (daily share)
- o ARTE: 0.8% (daily share)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** de regionale zenders zijn dominant, ARD is hierbij zeer belangrijk (marktaandeel: 48.9%)
- **TELEVISIE:** Er zijn drie dominante spelers: ARD (ARD-1 en ARD3), ZDF en RTL (private zender)

WETTELIJK KADER: de openbare omroepen worden gecontroleerd door een Broadcasting Council (Rundfunkrat), samengesteld uit politici en vertegenwoordigers van sociaal relevante groepen.

ZDF wordt geregeld in de ZDF-statuten en –staatsverdrag en ARD in de ARD-statuten en –staatsverdrag. Politici kunnen invloed uitoefenen door in de toezichtraden (Broadcasting Council, Administrative Council: controleren samen met de Director de omroep) te zetelen.

FINLAND

<http://www.yle.fi/>

BEVOLKING: 5 300 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: YLE

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 6 ➔ YLE Radio 1, YleX, YLE Radio Suomi, YLE Radio Peili, YLE X3M, YLE Radio Vega
- **TELEVISIE:** 4 ➔ YLE TV1, YLE TV2, YLE FST5, YLE Teema

BUDGET: bijna volledige financiering vanuit de overheid ➔ totaal 409 051 000 euro, waarvan 95.7% overheid en 4.3% andere

BEREIK:

- **RADIO:** http://www.yle.fi/fbc/YLE_vsk_englanti07.pdf
 - o Totaal YLE: 53%
 - o YLE Radio 1: 8%
 - o YLE Radio Suomi: 38%
 - o YleX: 6%
- **TELEVISIE:**
 - o YLE1: 23.2% (daily share) – 21.5% (primetime)
 - o YLE2: 17.7% (daily share) – 17.8% (primetime)
 - o YLE Teema: 1.3% (daily share) – 1.3% (primetime)
 - o YLE FST5: 0.8% (daily share) – 0.9% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** Er is een vrijwel gelijke verdeling tussen het marktaandeel van de publieke en private radiostations. Bij de private radiostations steekt Radio Nova iets boven de andere zenders uit (14%).
- **TELEVISIE:** de grootste concurrent van YLE1 en YLE2 is de commerciële zender MTV3 (25.5%). Deze drie zenders zijn de grootste spelers op de Finse televisiemarkt.

WETTELIJK KADER: de overheid is in het bezit van 99.98% van de aandelen van YLE, hun taken worden vastgelegd in wetten. De leden van het hoogste beslissende orgaan the Administrative Council worden gekozen door het parlement. YLE moet tweejaarlijks een rapport voorleggen aan de overheid (waarna er een kwaliteitsevaluatie zal gebeuren). De naleving van de wet wordt gecontroleerd door FICORA (aan wie men jaarlijks een rapport dient te bezorgen).

FRANKRIJK

<http://www.francetelevisions.fr/groupe/chaines.php>

BEVOLKING: 63 753 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: France Télévisions, Radio France

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 7 ➔ France Inter, France Info, France Bleu, France Culture, France Musique, FIP, Le Mouv'
- **TELEVISIE:** 4 ➔ France 2, France 3, France 4, France 5

BUDGET: gemengde financiering ➔ totaal 2 961 000 000 euro, waarvan 61.9% overheid, 34.5% commercieel en 3.6% andere

BEREIK:

- **RADIO:** (<http://www.radiofrance.fr/rf/entreprise/today/chiffres.php>) 2007
 - o Radio France totaal: 29.5%
 - o France Inter: 9.9%
 - o France Info: 8.7%
 - o France Bleu: 6.7%
 - o France Culture: 1.6%
 - o France Musique: 1.5%
 - o Le Mouv': 1.1%
- **TELEVISIE:**
(http://www.francetelevisions.fr/downloads/rapport_financier_2007.pdf) 2007
 - o Totaal France Télévisions: 35.2%
 - o F2: 18.1%
 - o F3: 14.1%
 - o F5: 3.0%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** Radio France is de grootste speler op de markt (29.5%), met als grootste concurrent RTL-1 (13.3).
- **TELEVISIE:** Wat betreft televisie is de private zender TF1 de marktleider (30.7%), gevolgd door France 2 en France 3 en hierna M6 (11.5%).

WETTELIJK KADER: het wettelijk kader in Frankrijk bestaat uit wetten, decreten, besluiten van de overheid, aanbevelingen en regelingen van de zenders zelf. Een belangrijk orgaan is *le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, die mede de decreten bepaalt en de voorzitter en enkele van de leden van de directieraad benoemt. Het gehele kapitaal van France Télévisions is in handen van de staat en deze is dan ook zeer bepalend voor de acties, objectieven en bronnen. Er zijn contracten tussen de staat en France Télévisions ivm objectieven en bronnen, steeds voor de periode van vijf jaar. Jaarlijks legt de voorzitter van France Télévisions een verslag

van zijn prestaties met betrekking tot het contract voor aan het parlement. Daarnaast wordt er jaarlijks een overheidsrapport opgemaakt om de prestaties met oog op de *contracts of objectives and resources* te evalueren.

GRIEKENLAND

<http://www.ert.gr/en/>

BEVOLKING: 11 125 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: ERT

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 5 → NET, SECOND, KOSMOS, ERA3, ERA SPORT
- **TELEVISIE:** 3 → NET, ET1, ET3

BUDGET: gemengde financiering: totaal inkomen 2004-2005: 263 000 000 euro

(<http://www.ert.gr/ertae/en/etaireia/oikonomika.asp>)

BEREIK:

- **TELEVISIE:** alle openbare omroepzenders samen: slechts 16.1%
 - o ET1: 3.8% (daily share) – 3.9% (primetime)
 - o NET: 9.6% (daily share) – 9.7% (primetime)
 - o ET3: 2.7% (daily share) – 2.5% (primetime)
- **RADIO:**
 - o **Gegevens** <http://www.ert.gr/ertae/en/etaireia/koino.asp> 2006
 - ERT totaal: 21.7%
 - ERA SPORT: 8.5%
 - o **Gegevens** 2004
 - ERA Sport 3.5%
 - NET: 2.1%
 - ERA: 1%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** de Griekse radiosector wordt gedomineerd door private stations: Sky (13.5%), Antenna (12.4%), Sfera (12.1%), Melodia (11.2%), ... Hiernaast zijn er zeer veel belangrijke lokale radiostations in Griekenland.
- **TELEVISIE:** de ERT (16.1%) heeft zeer zwaar geleden onder de introductie van private televisieomroepen. De grootste concurrenten van ERT zijn de commerciële zenders Antenna 1 (16.5%), Mega (18.5%), Alpha TV (13.9%), Star (10.8%) en Alter (10.3%).

WETTELIJK KADER: ERT wordt gecontroleerd door de Minister of State. De taken van de ERT zijn vastgelegd in een wet. De overheid is de enige aandeelhouder van ERT en men moet hen een Strategic and Business Plan voorleggen.

GROOT-BRITTANNIË

<http://www.bbc.co.uk/>

BEVOLKING: 60 975 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: BBC

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 9 ➔ Radio 1, Radio 2, Radio 3, Radio 4, Radio 5 Live, Radio 5 Live Sports Extra, 1Xtra, 6 Music, Radio 7
- **TELEVISIE:** 11 ➔ BBC1, BBC2, BBC3, BBC4, CBBC, CBeebies, BBC News, BBC Parliament, BBC Red Button, BBC iPlayer, BBC HD

BUDGET: gemengde financiering ➔ 5 552 000 000 euro, waarvan 81.0% overheid en 19.0% commercieel

BEREIK:

- **RADIO:** (2004)
 - o BBC totaal: 52.6%
 - o BBC Radio 1: 8.4%
 - o BBC Radio 2: 15.7%
 - o BBC Radio 3: 1.2%
 - o BBC Radio 4: 11.4%
 - o BBC Radio 5: 4.5%
- **TELEVISIE:**
 - o BBC1: 22.0% (daily share) – 23.9% (primetime)
 - o BBC2: 8.5% (daily share) – 9.2% (primetime)
 - o BBC3: 0.9% (daily share) – 1.1% (primetime)
 - o BBC4: 0.3% (daily share) – 0.5% (primetime)
 - o BBC News: 0.6% (daily share) – 0.3% (primetime)
 - o CBeebies: 1.1% (daily share) – 0.3% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** BBC is de marktleider met 52.6%. Naast de BBC zijn er nog drie nationale commerciële radiozenders (samen 7.7%) en 254 lokale commerciële zenders (37.7%).
- **TELEVISIE:** BBC is de marktleider in Groot-Brittannië. De grootste concurrent van de BBC is ITV (22%), een commerciële omroep die ook onderworpen is aan de normen van public service broadcasting. Daarnaast zijn er ook andere, kleinere omroepen, zoals Channel 4 Group, Five, Channels Sky, ...

WETTELIJK KADER: <http://www.bbc.co.uk/info/running/> De BBC werd gevestigd door een Royal Charter. De huidige charter dateert van 2007 en is van toepassing tot eind 2016. Het bepaalt de redactionele onafhankelijkheid en publieke doelen van de BBC.

IERLAND

<http://www.rte.ie/> ; <http://www.tg4.ie/index.asp>

BEVOLKING: 4 240 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: RTÉ

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 4 ➔ RTÉ Radio 1, RTÉ 2fm, RTÉ lyric fm & RTÉ Raidió na Gaeltachta
- **TELEVISIE:** 2 ➔ RTÉ One, RTÉ Two (& indirect TG4: in handen van RTÉ, maar opgebouwd als een afzonderlijke omroep)

BUDGET: gemengde financiering ➔ totaal 441 152 000 euro, waarvan 44.4% overheid, 53.3% commercieel en 2.3% andere

BEREIK:

- **RADIO:** http://www.rte.ie/about/pdfs/annual_report07_english.pdf
 - o RTÉ Radio 1: 21.6%
 - o RTÉ 2fm: 12.9%
 - o RTÉ lyric fm: 1.7%
 - o RTÉ Raidió na Gaeltachta: 0.5%
- **TELEVISIE:** http://www.rte.ie/about/pdfs/annual_report07_english.pdf
 - o RTÉ One: 25.0%
 - o RTÉ Two: 12.1%
 - o TG4: 2.7%

CONCURRENTEN: http://www.rte.ie/about/pdfs/annual_report07_english.pdf

- **RADIO:** RTÉ Radio is de grootste speler op de Ierse markt met een marktaandeel van 36.7%. De belangrijkste concurrenten zijn Today FM (12.5%) en de regionale of lokale stations (samen 47.6%).
- **TELEVISIE:** RTÉ is de grootste televisieomroep, gevolgd door TV3 (12.2%), BBC1 (5.4%) en Channel 4 (3.9%).

WETTELIJK KADER:

Broadcasting Act (2001) bepaalt de taken en de wettelijke omkadering van de openbare omroep in Ierland. Er is sprake van een Public Service Broadcasting Charter tussen RTÉ en de staat. Er is ook sprake van de RTÉ Authority, een orgaan dat in opdracht van de Ierse overheid de activiteiten van RTÉ moet controleren.

IJSLAND

<http://www.ruv.is/>

BEVOLKING: 307 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: RÚV

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 2 → Channel 1 (Rás 1), Channel 2 (Rás 2)
- **TELEVISIE:** 1 → Sjónvarpið

BUDGET: gemengde financiering → totaal 26 133 000 euro, waarvan 69.1% license fees en 30.9% advertising, sponsors en merchandising

BEREIK:

- **RADIO:**
 - o RÚV: 50% (<http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/AE3A5D9B-0C1A-44F6-8B3D-0F4BF3CCB9D8/292036/NordiskPSB1.pdf>) 2004
- **TELEVISIE:**
 - o RÚV: 49%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** RÚV is dominant (50%), met als grootste concurrent Bylgjan (22%) (<http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/AE3A5D9B-0C1A-44F6-8B3D-0F4BF3CCB9D8/292036/NordiskPSB1.pdf>)
- **TELEVISIE:** RÚV is dominant (49%). De grootste concurrenten van de kanalen van RÚV zijn de private zenders Stöð 2 (31%) en Skjár 1 (18%).

WETTELIJK KADER: Broadcasting Act legt wettelijk kader voor RÚV vast (<http://www.ruv.is/heim/english/>)

ITALIË

<http://www.rai.it/>

BEVOLKING: 59 131 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: RAI

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 3: Radio 1, Radio 2, Radio 3
- **TELEVISIE:** 3: Rai uno, Rai due, Rai tre (Rai 4, Rai Fiction, Rai Sat, Rai Click, Rai International, Rainews 24)

BUDGET: gemengde financiering → totaal 3 290 200 000 euro, waarvan 50.4% overheid, 48.2% commercieel en 1.4% andere

BEREIK:

- **RADIO:** (2004)
 - o Radio Uno: 22.4%
 - o Radio Due: 15.1%
 - o Radio Tre: 2.5%
- **TELEVISIE:**
 - o Rai Uno: 22.3% (daily share) – 23.3% (primetime)
 - o Rai Due: 10.4% (daily share) – 10.3% (primetime)
 - o Rai Tre: 9.1% (daily share) – 10.2% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** De Rai is goed voor 40% van de markt, de rest wordt verdeeld over 14 grote commerciële netwerken (2004)
- **TELEVISIE:** De grote concurrent van de Rai is de private omroep RTI (40.7% primetime). De belangrijkste zenders van de RTI zijn: Canale 5 (20.7% daily share – 21.6% primetime), Italia 1 (11.2 daily share – 10.7% primetime) en Rete 4 (8.7% daily share – 8.4% primetime).

WETTELIJK KADER: Rai heeft een contract *of service* met de overheid tot 2016 waarin bepaald wordt dat de Rai de enige *public service broadcaster* is (dit is ook vastgelegd in de Broadcasting Code). Dit contract wordt elke drie jaar goedgekeurd door de Rai en het ministerie voor communicatie.

LUXEMBURG

<http://www.rtl.lu/home/> ; <http://www.100komma7.lu/>

BEVOLKING: 476 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: 100.7 (radio), CLT-UFA (RTL Group) → commerciële omroep waaraan de overheid een aantal public service functies aan toe heeft gekend

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 2 → RTL Radio Letzebuerg, radio 100.7
- **TELEVISIE:** 2 → RTL Télé Lëtzebuerg, RTL 2

BUDGET:

RTL: inkomsten totaal: 5 938 000 000 euro

- **RADIO:** 4.7% van inkomsten (279 000 000 euro)
- **TELEVISIE:** 74.4% van inkomsten (4 418 000 000 euro)

BEREIK:

- **RADIO:**
 - o RTL Radio Letzebuerg: 58% (2004)
- **TELEVISIE:**
 - o RTL Tele Lëtzenbuerg: 12.6% (daily share) – 42% (timeslot: 19:00-20:00)
 - o RTL 2: 2.8% (daily share) – 1.8 (timeslot: 19:00-20:00)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** RTL Radio is de grootste speler op de markt
- **TELEVISIE:** de markt wordt verdeeld door RTL, omroepen uit omliggende landen en omroepen die zich richten op immigrantengroepen. De Franse kanalen hebben een aandeel van 18.6% (met als grootste concurrent van RTL: TF1, 1.3%) en de Duitse van 30.8%.

WETTELIJK KADER:

RTL heeft een contract met de Luxemburgse overheid in verband met de vergunning en public service-taken en dit is in 2007 voor 13 jaar verlengd.

NEDERLAND

<http://portal.omroep.nl/>

BEVOLKING: 16 405 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: NPO: bestaat uit verschillende omroepen:

(<http://portal.omroep.nl/nossites?nav=zgxkwCsHjCqBfElCwBbC>)

- Omroepverenigingen: AVRO, BNN, EO, KRO, LLink, MAX, NCRV, TROS, VARA, VPRO
- Omroepen zonder leden: NOS, NPS
- Kerken en genootschappen op geestelijke grondslag: IKON, RKK, Humanistische Omroep, NMO, NIO, OHM, ZVK, Joodse Omroep, Boeddhistische Omroep
- Educatieve omroepen: Educom, RVU, Teleac/NOT

AANTAL KANALEN: (<http://portal.omroep.nl/nossites?nav=vxkwCsHjCqBfElCwBdC>)

- **RADIO:** 7 ➔ Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 4, Radio 5, Radio 6, FunX
- **TELEVISIE:** 4 ➔ Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3, Z@ppelin

BUDGET: gemengde financiering ➔ totaal 678 900 000 euro, waarvan 54.6% overheid, 29.1% commercieel en 16.3% andere

Verdeling budget volgens cijfers 2005

(<http://portal.omroep.nl/nossites?nav=ikbayWsHjCqBfElCeEjCdBdBC>)

- **RADIO:** 103 000 000 euro (13.3%)
- **TELEVISIE:** 550 000 000 euro (71.0%)

BEREIK:

- **RADIO:** <http://portal.omroep.nl/nossites?nav=iouzyMsHjCqBfElCyEbE> 2007
 - o Totaal NPO: 32.1%
 - o Cijfers <http://accept.intomartgfk.nl/custom/rrparse.php>, Oktober - november 2008
 - Totaal NPO: 29.5%
 - Radio 1: 6.9%
 - Radio 2: 9.7%
 - 3FM: 8.0%
 - Radio 4: 1.9%
 - Radio 5: 2.8%
 - Radio 6: 0.2%
- **TELEVISIE:**
 - o Ned-1: 17.8% (daily share) – 19.0% (primetime)
 - o Ned-2: 6.9% (daily share) – 6.8% (primetime)

- o Ned-3: 6.6% (daily share) – 7.3% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** Radio 2 van de NPO is de derde grootste radiozender (mbt marktaandeel), na ORN Radio (13.2%) en Radio 538 (11.2%). Andere belangrijke radiozenders zijn Sky Radio (9.7%), Q-Music (6.7%) en Radio Veronica (6.1%).
<http://accept.intomartgfk.nl/custom/rparse.php>
- **TELEVISIE:** De grootste concurrenten van de drie publieke zenders (samen 50.3% daily share) zijn de groepen SBS Broadcasting (Totaal: 18.2%, bestaande uit Net-5: 4.5% daily share, SBS6: 10.0% daily share en Veronica: 3.7% daily share) en RTL Nederland (Totaal: 23.5%, bestaande uit RTL 4: 12.9% daily share, RTL 5: 5.3% daily share, RTL7: 4.6% daily share en RTL8: 0.7% daily share).

WETTELIJK KADER: De NPO heeft een prestatieovereenkomst gesloten met de minister van OCW sinds 2008. Jaarlijks verantwoordt de NPO zich over de doelstellingen die in de prestatieovereenkomst zijn afgesproken. In de Mediawet is bepaald dat de NPO gedurende 10 jaar een concessie heeft om uit te zenden. Elke 5 jaar bekijkt een Visitatiecommissie de prestaties van de NPO en publiceert ze een rapport (<http://portal.omroep.nl/nossites?nav=oxtfxJsHjCqBfElCIL>).

NOORWEGEN

<http://www.nrk.no/>

BEVOLKING: 4 681 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: NRK

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 3 → NRK P1, NRK P2, NRK P3
- **TELEVISIE:** 3 → NRK1, NRK2, NRK3

BUDGET: gemengde financiering → totaal 463 900 000 euro, waarvan 95.1% overheid, 1.3% commercieel en 3.6% andere

BEREIK:

- **RADIO:** http://www.nrk.no/aarsrapport/2007/assets/pdf/en/EN_NRK2007.pdf 2007
 - o NRK P1: 60%
 - o NRK P2: 4.1%
 - o NRK P3: 4.3%
- **TELEVISIE:**
 - o **Gegevens Jaarrapport 2007**
http://www.nrk.no/aarsrapport/2007/assets/pdf/en/EN_NRK2007.pdf
 - NRK1: 37.6%
 - NRK2: 3.4%
 - NRK3: 1.1%
 - o **Gegevens 2007 (European Audiovisual Observatory, 2008)**
 - NRK1: 37.4% (daily share) – 42.3% (primetime)
 - NRK2: 3.3% (daily share) – 3.1% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** naast de drie publieke radiozenders, is de private commerciële zender P4 (28 %) van belang.
- **TELEVISIE:** duopolie: NRK1 (37.4%) – commercieel kanaal TV2 (28.4%)

WETTELIJK KADER: De Noorse overheid bezit alle aandelen van NRK. De Minister van Culturele Zaken roept de algemene vergadering van de NRK samen.

OOSTENRIJK

<http://orf.at/>

BEVOLKING: 8 332 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: ORF

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 3 nationale zenders → Ö1 (Liveradio – Inforadio), Hitradio Ö3, FM4 (+ 10 regionale en 2 internationale zenders)
- **TELEVISIE:** 3 → ORF1, ORF2 en ORF Sport Plus

BUDGET: gemengde financiering → totaal 951 700 000 euro, waarvan 49,7% overheid - 31,7% commercieel - 18,6% andere

BEREIK:

- **RADIO:** (2004)
 - o Ö1: 5%
 - o Ö3: 38%
 - o FM4: 2%
- **TELEVISIE:**
 - o ORF1: 17.8% (daily share) – 17.9% (primetime)
 - o ORF2: 24.4% (daily share) – 29.1% (primetime)

CONCURRENTEN: ORF is de dominante speler in Oostenrijk, zowel wat televisie als radio betreft.

WETTELIJK KADER: geen streng wettelijk kader: losse toepassing/controle van de wetten, beheersorgaan radio & tv: 'Austrian Communications Authority KommAustria' vanuit de overheid.

PORTUGAL

<http://ww1.rtp.pt/homepage/>

BEVOLKING: 10 617 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: RTP

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 3 → RDP Antena 1, RDP Antena 2, RDP Antena 3
- **TELEVISIE:** 4 → RTP 1, RTP 2, RTP N, RTP Memória

BUDGET: gemengde financiering → totaal 318 200 000 euro, waarvan 76.3% overheid en 23.7% commercieel

BEREIK:

- **RADIO:** http://www.rtp.pt/wportal/grupo/pdf/Relatorio_Contras_2007.pdf 2007
 - o Totaal RTP: 13.2%
 - o Antena 1: 6.8%
 - o Antena 2: 0.5%
 - o Antena 3: 5.2%
- **TELEVISIE:**
 - o **Gegevens (European Audiovisual Observatory, 2008)**
 - RTP 1: 25.2% (daily share) – 24.4% (primetime) (Television in 36 European States)
 - RTP 2: 5.2% (daily share) – 4.8% (primetime) (Television in 36 European States)
 - o **Gegevens 2006**
http://www.rtp.pt/wportal/grupo/audiencias/pdfs/pr_melhor2006.pdf
 - Totaal RTP: 30.8%

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** er zijn drie grote radio-omroepen: Rádio Renascença (marktleider, eigendom van de katholieke kerk, 40% marktaandeel), RDP en Rádio Comercial (private, commerciële omroep).
- **TELEVISIE:** er zijn twee grote concurrenten van de RTP in Portugal: de commerciële televisieomroepen SIC (25.1% daily share – 24.9% primetime) en TVI (29.0% daily share – 33.0% primetime)

WETTELIJK KADER:

Er is een concessiecontract afgesloten tussen de Portugese staat en RTP dat de RTP tot de publieke omroep maakt. http://www.rtp.pt/wportal/grupo/pdf/ser_publicoTV.pdf

SPANJE

<http://www.rtve.es/>

BEVOLKING: 45 283 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: RTVE (nationaal), 12 regionale openbare omroepen

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 1 → RNE
- **TELEVISIE:** 2 → TVE-1, TVE-2

BUDGET:

- **RADIO:** nationale openbare radio-omroepen hebben geen reclame-inkomsten (volledige overheidsfinanciering), regionale en lokale hebben wel commerciële inkomsten
- **TELEVISIE:** RTVE: gemengde financiering → totaal: 1 183 805 000 euro, waarvan 43.9% overheid, 55.2% commercieel, 0.9% andere

BEREIK:

- **RADIO:** (2001)
 - o RNE: 14.4%
- **TELEVISIE:**
 - o TVE-1: 17.2% (daily share) – 16.8% (primetime)
 - o TVE-2: 4.6% (daily share) – 4.1% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** RNE (14.4%) is de derde grootste radiozender in Spanje en wordt voorafgegaan door commerciële zenders Ser (34.3%) en Onda Cero (19.9%), na RNE volgt commerciële zender COPE (12.8%).
- **TELEVISIE:** TVE-1 (17.2%) en TVE-2 (4.6%) hebben veel concurrentie: enerzijds van autonome televisiekanalen (samen 14.7%), anderzijds (vooral) van private zenders Tele 5 (20.3%) en Antena 3 (17.4%).

WETTELIJK KADER: er is een ‘*programme contract*’ tussen RTVE en de Spaanse overheid (bevat ook beperkingen met betrekking tot reclame). Daarnaast zijn de taken van de openbare omroep vastgelegd in wetten.

ZWEDEN

<http://www.sr.se/> ; <http://www.svt.se/> ; <http://www.ur.se/>

BEVOLKING: 9 182 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: SVT – Sveriges Utbildningsradio AB (UR)

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** Sveriges Radio (deel van UR): 4 ➔ SR P1, SR P2, SR P3, SR P4 (lokale radio)
- **TELEVISIE:** SVT: 5 ➔ SVT1, SVT2, SVTB, SVT24, Kunskapskanalen (SVT & UR)

BUDGET:

- **RADIO:** SR wordt gefinancierd door de overheid (via tv licenties: SR krijgt 37.5% van de inkomsten: ongeveer 250 000 euro)
(<http://www.sr.se/Diverse/AppData/Isidor/files/2438/5291.pdf>).
- **TELEVISIE:** SVT: bijna volledig door de overheid gefinancierd ➔ totaal 426 682 000 euro, waarvan 93.0% overheid en 7.0% andere

BEREIK:

- **RADIO:** <http://www.sr.se/cgi-bin/mall/artikel.asp?ProgramID=2438&artikel=733507>
 - o SR totaal: 42.6%
 - o P1: 11.6%
 - o P2: 1.5%
 - o P3: 11.6%
 - o P4: 32%
- **TELEVISIE:**
 - o SVT1: 19.0% (daily share) – 28.2% (primetime)
 - o SVT2: 12.5% (daily share) – 11.2% (primetime)
 - o SVT24: 1.4% (daily share) – 1.2% (primetime)
 - o SVTB/Kunskapskanalen: 1.5% (daily share) – 0.6% (primetime)

CONCURRENTEN:

- **RADIO:** SR is de marktleider (61%), commerciële radiostations samen hebben slechts 32% (<http://www.sr.se/cgi-bin/mall/artikel.asp?ProgramID=2438&artikel=733507>). Er zijn niet echt private radiostations die bijzonder belangrijk zijn: de hoogste marktaandelen zijn te vinden bij NRJ (9%) en RIX FM (9%).
- **TELEVISIE:** De belangrijkste omroepen in Zweden zijn de publieke omroep SVT en de commerciële omroep TV4. SVT is de marktleider met 31.5% (voor SVT1 en SVT2) en TV4 volgt met een marktaandeel van 21.2%.

WETTELIJK KADER:

SVT heeft een charter afgesloten met de Zweedse staat, die de onafhankelijkheid van SVT garandeert. SR krijgt van de overheid telkens een licentie voor enkele jaren.

ZWITSERLAND

<http://www.srg-ssr.ch/>

BEVOLKING: 7 509 000 inwoners

OPENBARE OMROEP: SRG SSR idee suisse

AANTAL KANALEN:

- **RADIO:** 18 radiokanalen
 - o 6 Duitstalige kanalen van SR DRS
 - o 4 Franstalige kanalen van RSR
 - o 3 Italiaanstalige kanalen van RSI
 - o 1 Romaans kanaal RR
 - o 3 muziekstations van S Sat R
 - o 1 Engelstalig station WRS
- **TELEVISIE:** 8 kanalen
 - o 3 Duitstalige kanalen van SF
 - o 2 Franstalige kanalen van TSR
 - o 2 Italiaanstalige kanalen van TSI
 - o 1 Romaans kanaal TvR

BUDGET: gemengde financiering → totaal 983 260 000 euro, waarvan 62.3% overheid en 37.7% commercieel

BEREIK:

Duitssprekend Zwitserland

- **RADIO:** totaal 68%
- **TELEVISIE:**
 - o SF1: 24.1% (daily share) – 32.6% (primetime)
 - o SF2: 8.2% (daily share) – 7.5% (primetime)
 - o SF info: 1.2% (daily share) – 0.9% (primetime)

Franssprekend Zwitserland

- **RADIO:** totaal 64%
- **TELEVISIE:**
 - o TSR1: 24.3% (daily share) – 30.2% (primetime)
 - o TSR2: 6.4% (daily share) – 6.0% (primetime)

Italiaanssprekend Zwitserland

- **RADIO:** totaal 83%
- **TELEVISIE:**

- o TSI: 24.3% (daily share) – 31.6% (primetime)
- o TSI2: 6.2% (daily share) – 6.0% (primetime)

CONCURRENTEN: De televisiezenders van SRG SSR idée suisse zijn dominant in elk taalgebied van Zwitserland. De grootste concurrenten wat betreft televisie zijn de buitenlandse zenders. Wat betreft radio heeft SRG tussen 1984 en 2001 moeten inboeten aan belang (van 72 naar 63% marktaandeel) en zijn de private radiostations gegroeid (van 18 naar 28%).

WETTELIJK KADER: SRG SRR idée suisse valt niet onder directe controle van de overheid, maar is een non-profit private organisatie die publieke taken op zich neemt. De SRG en diens taken worden wel expliciet vermeld in de radio- en televisiewetgeving. De samenstelling van de organisatie wordt eveneens vastgelegd in de vergunning van de Federal Council en de statuten van de SRG.