



De investeringen van dienstenverdelers in Vlaamse audiovisuele producties

Liesbeth Maria DELVAX
0515904

Promotor: Caroline Pauwels
Jury: Jan Loisen

academiejaar 2015-2016

Masterproef ingediend voor het behalen van de graad van
Master of Science in de Communicatiewetenschappen

Abstract

Dit onderzoek richt zich op de investeringen van dienstenverdelers in Vlaamse audiovisuele producties. Steeds vaker worden televisiedistributeurs betrokken bij producties van lokale film – en televisiecontent. In Vlaanderen werd in 2014 een investeringsverplichting voor deze spelers opgelegd. De twee grootste spelers in deze regio, Telenet en Proximus, spelen een belangrijke rol op de Vlaamse audiovisuele markt. De televisiedistributeurs investeren ook in lokale content op vrijwillige basis. Dit onderzoek focust op de beweegredenen van deze bedrijven om al dan niet vrijwillig een bijdrage te leveren aan lokale producties. Verder werd gekeken of de investeringen van deze spelers een goede of een slechte zaak zijn voor het Vlaamse audiovisuele ecosysteem. Dit werd onderzocht aan de hand van documentenanalyse en experteninterviews. Er werden met 25 experten uit de Vlaamse audiovisuele sector interviews afgenomen. De interviews en documenten werden geanalyseerd door middel van close readings.

We kunnen een aantal bevindingen uit dit onderzoek trekken. Ten eerste kan er besloten worden dat de distributeurs die kiezen om vrijwillige bijdrages te leveren aan de sector, dit vaak doen omdat het aansluit bij de strategie van het bedrijf. Hierdoor zien we dat Telenet en Proximus op een heel verschillende manier omgaan met de financieringen van nationale producties. Ten tweede kwam in de analyse naar boven dat over-the-top-spelers een belangrijke invloed uitoefenen op de investeringen van lokale televisiedistributeurs. De laatste bevinding is op metaniveau. De investeringen van spelers zoals Proximus en Telenet zijn voor het Vlaamse audiovisuele ecosysteem aan één kant een goede zaak, want dit creëert echter nieuwe hefboomen in een sector die nood heeft aan financiering. Aan de andere kant kan het nefast zijn voor het ecosysteem zoals men dit nu kent. De teledistributiebedrijven krijgen steeds meer voeling met de productiesector wanneer ze verplicht worden of vrijwillig investeren in nationale content. Dit kan tot gevolg hebben dat de rol van deze spelers steeds meer in de richting van omroepen verandert. Op beleidsniveau moet er gekeken worden naar hoe men best kan omgaan met deze veranderingen. Dit onderzoek kan een bijdrage leveren door de schaarste aan wetenschappelijk onderzoek over dit topic aan te vullen.

Trefwoorden: Dienstenverdelers, distributeurs, mediabeleid, investeringsverplichting, Vlaamse audiovisuele producties, financiering lokale content

Aantal woorden: 20.401

Dankwoord

Deze masterproef betekent voor mij het einde van een prachtig hoofdstuk, namelijk mijn studietijd in Brussel. Twee jaar geleden studeerde ik reeds af met het diploma Communicatiemanagement, waarna ik startte met mijn opleiding Communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. Deze thesis zou ik nooit alleen tot een goed einde kunnen gebracht hebben, daarom wil ik iedereen bedanken die hiertoe een bijdrage heeft geleverd.

Allereerst wil ik graag mijn promotor Prof. Dr. Caroline Pauwels bedanken. Ondanks dat dit academiejaar voor haar een zeer drukke en stressvolle periode was omwille van haar succesvolle kandidatuur als rector, maakte ze regelmatig voor mij een gaatje vrij in haar overvolle agenda. Ik was mij ervan bewust dat dit voor haar niet altijd evident was. De positieve energie die ze altijd aan mij doorgaf, gaf mij veel moed gedurende de afgelopen 10 maanden.

Als tweede wil ik een groot woord van dank richten aan alle experts, die mij meer dan een uur van hun kostbare tijd te woord wouden staan. De interviews waren een interessante bron van informatie. Daarvoor dank aan Marijke Vandebuerie en Pierre Drouot van het Vlaams Audiovisueel Fonds, Thomas Roukens en Elke Van Soom van Telenet, Steven Tas, Paty Colemont, Vicky Giannikis en Stéphanie Röckmann van Proximus, Marc Punt van Independent Films, Helen Perquy van Caviar, Jan Theys van deMensen, Peter Bouckaert van Eyeworks, Ellen Onkelinx van de Vlaamse Onafhankelijke Film en Televisie Producenten (VOFTP), Ben Appel, Katrien Lefever en Jan Creuwels van Medialaan, Philippe Bonamie van SBS Belgium, Alexandra Kirck van Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA), Julien Jost en Sevara Irgacheva van Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), Judith Leterme van de Vlaamse Regulator van de Media, Lieven Cobbaert van het Kabinet Gatz, Tom Sierens en Debbie Esmans voormalige Kabinetsmedewerkers van Ingrid Lieten en de respondent bij de VRT.

Verder wil ik graag mijn ouders bedanken die mij de kans hebben gegeven om verder te studeren en op kot te gaan in Brussel gedurende vijf jaar. Ze hebben mij altijd gesteund en daar ben ik hen ontzettend dankbaar voor. Tenslotte wil ik graag mijn vriend bedanken, die dezelfde opleiding volgt. Ondanks dat hij zelf druk bezig was met het schrijven van zijn masterproef, kon ik altijd bij hem terecht.

Inhoudstafel

Abstract	II
Dankwoord	III
Inhoudstafel	IV
Lijst van tabellen en figuren	VI
Inleiding	1
Literatuurstudie	6
Inkomsten van participatieve aard in de internationale context	7
Europees kader.....	7
Investerings van televisieomroepen (openbare en private) in nationale content	8
Investerings van dienstenverdelers in nationale content	11
Investerings van OTT's in nationale content	13
Inkomsten van participatieve aard in België door de televisiedistributeurs in lokale content	16
Televisiedistributie in België.....	17
Investerings van dienstenverdelers in de Franse Gemeenschap.....	18
Distributielandchap Wallonië-Brussel	18
De rol van de dienstenverdelers in Wallonië en Brussel in lokale content.....	18
Investerings van dienstenverdelers in de Vlaamse Gemeenschap	20
Distributielandchap Vlaanderen.....	20
De rol van de Vlaamse dienstenverdelers in lokale content.....	21
Vrijwillige betrokkenheid en investeringen	21
Verplichte betrokkenheid en investeringen	23
Relatie televisieomroepen en dienstenverdelers in Vlaanderen	25
Besluit literatuurstudie	27
Empirisch onderzoek	28
Methodologie	28
Kwalitatieve onderzoeksmethode.....	28
Documentenanalyse	29
Wat is documentenanalyse?	29
Wat is een “document”?	29
Analyse van de data en instrumenten	29
Voor – en nadelen van documentenanalyse	30
Experteninterviews	31
Wat zijn experteninterviews?	31
Concept “expert”	31
Analyse van de data en instrumenten	31
Voor – en nadelen experteninterviews	32
Opmerking	33
Sensitizing concepts	33
Steekproefomschrijving.....	34
Stakeholderanalyse	34
Regenboogdiagram.....	34
Steekproef documenten	36

Steekproef experts	36
Besprekingen van de resultaten van de data-analyse	38
Conflicterende belangen	38
Nood aan investeringen van dienstenverdelers	38
Telenet.....	42
Proximus	44
Investeringsverplichting Vlaanderen	46
Conclusie onderzoeksbevindingen.....	52
Discussie	53
“Eigen kweek” eerst	53
Algemeen besluit	55
Bibliografie	60
Boeken.....	60
Wetenschappelijke artikels	61
Rapporten	61
Overheidsdocumenten	63
Jaarverslagen	64
Krantenartikelen	65
Tijdschriftartikelen	66
Andere	67
Bijlagen	70
Inhoud cd-rom.....	70

Lijst van tabellen en figuren

Lijst met tabellen

- Tabel 1: Matrix stakeholders
- Tabel 2: Coproducties Proximus & Telenet

Lijst met figuren

- Figuur 1: Investerings van dienstenverdelers in de Franse Gemeenschap
- Figuur 2: Regenboogdiagram

Inleiding

Maar liefst 2.408.508 mensen gingen in 2015 naar een Vlaamse film kijken in de bioscoop, een recordaantal (Vlaams Audiovisueel Fonds, 2015). Dit bewijst dat lokale content, en meer bepaald Vlaamse producties, steeds meer blijven smaken. Niet enkel film is geliefd bij de Vlamingen, maar ook lokale televisiereeksen zijn ontzettend populair (Raats, T. et al., 2014, p.13). Het financieren en produceren van dit soort content, zowel televisiefictie als film, is echter geen evidentie. De productiesector is een risicovolle en dure business: *“Making a television program which people will choose to watch when there are competitive offerings on the other channels is expensive”* (Barwise, P. en Ehrenberg, A., 1988, p.91). Eén van de eigenschappen van een audiovisueel product is dat het zeer duur is om te maken. Het heruitzenden van een televisiereeks of een film kost in vergelijking veel minder (Raats, T. et al., 2014, p.24). Alberstat stelt dat de financiering het belangrijkste aspect is bij het maken van een film (Alberstat, P., 2004, s.p.). Zonder geld staat een producer nergens. Het vinden van financieringsbronnen is echter niet altijd even gemakkelijk. Eén van de redenen waarom de financiering van audiovisuele producties niet evident is, is omdat het producten zijn met een hoog risico (Morawetz, N., 2007, p.8). Dit is een tweede belangrijke eigenschap van een audiovisueel product. Het kan gezien worden als een nieuw product dat in de markt komt. Of het audiovisueel product effectief succesvol zal zijn, hangt af van verschillende factoren: men moet onder andere rekening houden met wat het publiek wilt, de marketing rond dit product en wat de concurrenten aanbieden (Raats, T. et al., 2014, p.24).

Naast deze klassieke problemen die de specifieke eigenschappen van een audiovisueel product met zich meebrengen, komt de productiesector voor steeds meer uitdagingen te staan. In het medialandschap zijn er namelijk verschillende evoluties aan de gang die zorgen voor een verandering van het ecosysteem en andere mogelijkheden om lokale creaties te financieren. Men krijgt onder andere te maken met nieuwe platformen en manieren om series en films te bekijken. Hierdoor ontstaan er nieuwe windows. Dit zijn bijkomende manieren om de financiering rond te krijgen. Denk bijvoorbeeld maar aan pay-tv, VOD, Netflix, enz. Een andere evolutie die plaatsvindt, is die van het uitgesteld kijken. Dit zorgt voor minder reclame-inkomsten voor de zenders (Raats, T. et al., 2016, p.130). Dit is vooral de oorzaak van het veranderd mediagebruik bij de consument (Lieten, I. 2009, pp.21-22). Voor televisieomroepen zoals VTM, VIER, enz. zijn de inkomsten die ze uit commerciële communicatie halen vaak van het grootste belang.

De reclame-inkomsten worden vaak gebruikt om hoge kwaliteitsreeksen te financieren. Het is belangrijk dat mediabeleidsmakers rekening houden met deze nieuwe uitdagingen.

De nieuwe windows, zoals preview – en reviewplatformen, worden in vele gevallen beheerd door distributeurs zoals Telenet en Proximus. Om te zorgen dat audiovisueel materiaal kwaliteitsvol blijft, is er nood aan nieuwe hefboomen voor deze creaties. Omdat de televisiedistributeurs ook baat hebben bij goede producties, koos de Vlaamse regering in 2014 voor een investeringsverplichting. Deze regel verplicht de distributeurs om geld te investeren in de audiovisuele sector (Lieten, I., 2009). Naast deze verplichting investeren de telecomoperatoren ook op andere manieren in film, televisiereeksen, documentaires, enz. Zo koos Telenet in 2012 voor het STAP-programma, oftewel de Stimulans voor Audiovisuele Producties in Vlaanderen (Telenet, 2012). Proximus investeerde vaak in producties via Tax Shelter (Proximus, 23 maart 2012). We zien dus dat televisie – en filmproducties niet enkel meer grotendeels gefinancierd worden door televisieomroepen, maar dat de rol van de teledistributiebedrijven steeds belangrijker wordt. In Vlaanderen zien we dat Telenet en Proximus al investeren in content, maar waarom ze kiezen voor bepaalde strategieën of wat nu juist de rol is van de teledistributiebedrijven in dit verhaal, gaan we bekijken in dit onderzoek.

We zien ook dat deze technologische veranderingen en de shift in het ecosysteem van de audiovisuele sector spanningen met zich meebrengen. Hierdoor wordt het vroegere dominante model van de televisieomroepen bedreigd. Televisiedistributeurs krijgen steeds meer macht en verwerven machtige posities in de audiovisuele sector. Beiden zijn ook zeer afhankelijk van elkaar; de televisieomroep kan niet zonder de distributeur en vice versa (Evens, T., 2013-2014).

De convergentie tussen televisieomroepen en teledistributiebedrijven wordt steeds groter. In Vlaanderen wordt dit ook opgemerkt. In de beleidsnota van Sven Gatz (2014 -2019) lezen we het volgende: *“De economische verhoudingen in het Vlaamse medialandschap werden recentelijk en worden in de toekomst ongetwijfeld nog meer door elkaar gegooid; omroepen worden dienstenverdelers en dienstenverdelers worden omroepen”* (Gatz, S., 2014-2019, p.6). Ook de Vlaamse Regulator voor Media schenkt in hun mediaconcentratie rapport van 2015 aandacht aan de convergentie in het Vlaamse medialandschap. Verschillende mediaspelers verkennen steeds vaker andere delen van de markt (VRM, 2015, p.71). Wie zien dus de rol

van de teledistributiebedrijven duidelijk veranderden. Daarom is belangrijk om na te denken wat hun rol is binnen de lokale productiesector en dan kijken we vooral naar Vlaanderen.

De eerste hoofdonderzoeksvraag is bijgevolg: ***“Waarom investeren dienstenverdelers in Vlaamse lokale audiovisuele producties en op welke manier investeren ze?”*** We zullen binnen deze hoofdonderzoeksvraag werken met enkele deelvragen, namelijk: *“Investeerden de dienstenverdelers al vrijwillig voor de investeringsverplichting of doen ze het puur omdat ze verplicht waren?”*; *“Hebben de dienstenverdelers een hart voor lokale producties of hebben ze er zelf baat bij om te investeren in lokale content?”*; *“Op welke manieren investeren ze in lokale producties en in welke producties investeren ze?”*; *“Op welke manieren worden dienstenverdelers in verschillende landen verplicht om te investeren in lokale producties?”* De tweede hoofdonderzoeksvraag is: ***“Hoe kijken de verschillende actoren naar de investeringsverplichting die in 2014 werd ingevoerd?”*** Wanneer we een antwoord hebben op deze vragen, koppelen we terug naar het politiek-economische aspect en stellen we ons de vraag: ***“Zijn deze investeringen van de dienstenverdelers nu een goede of een slechte zaak voor het Vlaams audiovisueel ecosysteem en waarom?”***

Lokale televisie – en filmproducties hebben een belangrijke culturele meerwaarde. Dankzij televisiefictie kan een land onder andere het culturele en historische verleden tonen. Hiernaast kan lokale content problemen van de maatschappij blootleggen. *“As such, domestic content is said to function as a window for representing cultures and regions across Europe and beyond”*(Raats, T. et al., 2014, p.130). Vlaamse lokale content is dus een belangrijk cultuurproduct. De maatschappelijke rol van de lokale creaties is dat het een belangrijke meerwaarde biedt aan het dagelijkse leven. Er is nood aan originele inhoud om standaardisatie te vermijden (Maenhout, T., 2006, p.7). In bijna elke huiskamer staat een televisie en wij nemen de aanwezigheid van dit apparaat overal ook vanzelfsprekend. Televisie is iets alledaags en het grootste gedeelte van onze vrije tijd besteden wij dan ook voor de televisie of met andere media. Uit een onderzoek uit 2011 bleek dat de Belgen het meest van alle Europeanen televisie keken (De Morgen, 15 oktober 2011). Dit zijn de redenen waarom onderzoek over de financiering van goede en originele content van een zeer groot maatschappelijk belang is. De wetenschappelijke relevantie van deze thesis ligt bij het tekort aan onderzoek rond dit thema. In het algemeen is er weinig onderzoek naar de financiering van film en zeker van Vlaamse lokale producties (Willems, G., 2010, p.174). De investeringsregel is pas recentelijk van kracht in Vlaanderen en hierrond is bijgevolg nog weinig tot geen onderzoek verricht.

De benadering in deze thesis wordt ondersteund door de visies van de politieke economie. De politieke economie bestudeert machtsrelaties van culturele goederen. Televisiereeksen en film behoren tot dit veld. Het onderzoek zal de relaties tussen telecombedrijven, omroepen en producenten blootleggen. De politieke economie kijkt naar de productie, distributie en consumptie van culturele producten. De stroming zal een audiovisueel product eerder zien als een cultuurproduct dat gemaakt werd met een kapitalistische industriestructuur (Miller, T. en Stam, R., 1999). Volgens de politieke economie wordt media enkel geproduceerd om entertainment te zijn en zijn alle mediaproducten gestandaardiseerd. Hiernaast is het theoretische perspectief van de cultural studies ook erg belangrijk. Zij bestuderen de manier waarop cultuur gestandaardiseerd wordt. In dit onderzoek wordt gekeken naar originele lokale inhoud (Miller, T. en Stam, R., 1999).

De opbouw van deze thesis zal bestaan uit vier grote delen: een literatuurstudie, een methodologisch deel, de resultaten van het onderzoek en tot slot het besluit. De literatuurstudie zal eerst een zicht geven op de internationale context van dit thema. We kijken naar hoe de verschillende distributeurs verplicht worden of juist vrijwillig investeren in lokale content in andere landen. We focussen in dit onderzoek op de distributeurs die de huiskamer binnenkomen, namelijk de televisieomroepen, teledistributieverdelers en over-the-top-content-spelers (OTT's). Nadien zoomen we in op de Belgische situatie en de rol van bedrijven zoals Telenet, VOO en Proximus (Belgacom). We kijken eerst naar de Franstalige Gemeenschap om daarna dieper in te gaan op Vlaanderen. In dit laatste deel kijken we naar hoe de twee dominantste teledistributiebedrijven in Vlaanderen, namelijk Telenet en Proximus, investeren in Vlaamse content. We kijken ook naar verschillen in aanpak in België/Vlaanderen en het buitenland.

Na de literatuurstudie volgt het methodologisch gedeelte van dit onderzoek. In de methodologie wordt het onderzoekdesign besproken. We kijken naar de dataverzamelingmethoden: documentenanalyse en experteninterviews. In dit deel worden ook de instrumenten die gebruikt worden voor de verzameling van de data toegelicht. Om tot een analyse te komen, deden we twintig experteninterviews met in totaal 25 experten uit de audiovisuele sector in België. Naast de interviews werden verschillende beleidsdocumenten ook geanalyseerd. Zowel de experten als de documenten werden op basis van een stakeholdermapping geselecteerd.

De data die voortvloeit uit de experteninterviews en de documentenanalyse zal geanalyseerd worden volgens een close reading. In het deel onderzoeksbevindingen worden de bevindingen van het onderzoek uiteen gezet. In het besluit worden de onderzoeksvragen beantwoord en doen we aanbevelingen voor toekomstige onderzoeken.

Literatuurstudie

In dit eerste onderdeel van de masterproef, de literatuurstudie, kijken we in de eerste instantie naar de internationale context van de financiering van distributeurs in nationale content. In de literatuurstudie worden drie groten groepen distributeurs onder de loep genomen, namelijk de televisieomroepen, de teledistributiebedrijven en over-the-top (OTT) content spelers. In de literatuurstudie wordt er comparatief gekeken naar de rol van deze spelers in de financiering van lokale content. Worden deze spelers verplicht of aangemoedigd om te investeren of dragen ze op vrijwillige basis bij tot de nationale content.

In het tweede deel van de literatuurstudie wordt de focus gelegd op België en de investeringen van de teledistributiebedrijven. In eerste instantie wordt het telecomlandschap geschetst om nadien dieper in te gaan op de Franstalige Gemeenschap. Wanneer deze situatie duidelijk geschetst is kan Vlaanderen onder de loep worden genomen. De teledistributiebedrijven spelen in Vlaanderen een grote rol in de financiering van Vlaamse lokale content. In Vlaanderen zijn Telenet en Proximus belangrijke spelers, hier wordt nog eens apart op ingegaan.

Inkomsten van participatieve aard in de internationale context

Audiovisuele producties vragen om zeer hoge investeringen en hebben vaak hoge vaste kosten. Hiervoor moeten verschillende actoren bijdragen in de financiering. Gezien de evoluties in het medialandschap wordt de bijdrage van alle belanghebbenden steeds belangrijker (Raats, T., 2016, p.132). Inkomsten en financiering die komen van belanghebbenden in de audiovisuele sector en die gestimuleerd worden door het beleid zijn inkomsten van participatieve aard. Volgens deze visie op het financieringsbeleid van de audiovisuele sector is het belangrijk dat de sector doet aan dit soort financiering. Via participatieve financiering kunnen de verschillende stakeholders in dit verhaal de sector financieren op een indirecte manier. Belanghebbenden die kunnen bijdragen via deze manier zijn o.a. omroepen (televisiezenders), cinemazaaleigenaars, distributeurs, kabeldistributeurs, telecomoperatoren en zelfs adverteerders en reclameregies (Pauwels, C., 1995; Raats et al. 2014, p.134). We zien dat deze spelers in verschillende landen verplicht worden om een bijdrage te leveren. Sommigen investeren ook op vrijwillige basis. In dit onderzoek focussen we op de inkomsten van participatieve aard voor lokale content. Er wordt gekeken naar drie groepen namelijk, de televisieomroepen, dienstenverdelers en over-the-top content spelers.

Europees kader

Op Europees vlak worden audiovisuele mediaspelers ook aangespoord via richtlijnen om lokale en Europese producties te ondersteunen. De belangrijkste richtlijn hier omtrent is de AVMD-richtlijn, De Europese Richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten (Audiovisual Media Services Directive) is de opvolger van de Europese Richtlijn Televisie Zonder Grenzen. De richtlijn geldt voor aanbieders van mediadiensten met een hoofdkantoor in een EU-land of die gebruik maken van satellietverbindingen in een Europees land. Volgens deze richtlijn moeten omroepen minimum 10% van hun zendtijd of 10% van hun programmabudget besteden aan Europese producties. De producties moeten geproduceerd zijn in samenwerking met onafhankelijke producenten. Het is volgens deze richtlijn belangrijk dat de televisiezenders Europese producties zowel financieel steunen als onder de aandacht brengen doormiddel van zendtijd (Europees Parlement, 2010).

We zien dus dat televisieomroepen in Europa via een richtlijn verplicht worden om een bijdrage te leveren aan Europese content. Hiernaast worden deze aanbieders van audiovisuele content soms nog onderworpen aan extra verplichtingen van het land waarin ze opereren.

Ook voor film gelden er zowel Europese als nationale richtlijnen. De wetgeving hierrond op nationaal vlak sluit vaak aan bij de Europese wetgeving. Stimuleringsmaatregelen voor lokale film lijken vaak op die van Europese film. De regelgeving op nationaal vlak zal dus niet snel in strijd zijn met de Europese wetten hierover. In dit onderzoek wordt enkel gefocust op de nationale steunsystemen, niet op de Europese (IRIS, 2011-2012).

Investerings van televisieomroepen (openbare en private) in nationale content

De belangrijkste distributeurs die in onze huiskamer via het televisiescherm naar binnen komen, zijn ongetwijfeld nog steeds de televisieomroepen. Zowel de publieke omroep als commerciële omroepen (privé) zijn belangrijke distributeurs van lokale audiovisuele content. In sommige landen worden de omroepen verplicht om een bijdrage te leveren aan lokale filmproducties en televisieproducties, terwijl in andere landen ze dit doen op vrijwillige basis (Kabel, J. en Gorini, S., 2006). In de verschillende landen worden de omroepen op andere manieren betrokken bij het ondersteunen van lokale films en televisiereeksen. Ondanks de verschillen is één ding zeker: *“over-the-air broadcasters are seen in each of these countries as an important mechanism for supporting the financing and exhibition of local feature films”* (Grant, P. en Houle, M., 2009, p.15).

Denemarken wordt vaak beschouwd als het Europese voorbeeld van een goede lokale filmindustrie die ook op internationaal vlak scoort (Willems, G., 2010, p.11). Denk maar aan films zoals Jagten (genomineerd voor een Oscar voor beste niet-Engelstalige film), Festen, enz. In Denemarken hanteren ze een rechtstreeks subsidiesysteem waarbij er geld gaat naar het New Danish Screen, een soort filmfonds, via de televisieomroepen. De publieke omroepen van Denemarken worden via de beheersovereenkomst verplicht om jaarlijks 8 miljoen euro te investeren in nationale filmproducties (Willems, G., 2010, p.11).

Wanneer het aankomt op verplichtingen in investeringen in producties van eigen bodem, zowel Europees als nationaal, dan is Frankrijk de nummer één. Zij kennen één van de meest uitgebreide stimuleringsystemen. Hier worden de distributeurs op twee manieren verplicht om te investeren. Het eerste luik van de investeringsverplichting is dat in Frankrijk alle televisieomroepen TF1, France 2, France 3, enz. worden verplicht om 2,5% van hun totale inkomst van het jaar voordien te investeren in Europese lokale film in de Franse taal. Naast deze verplichting heeft Frankrijk ook een systeem voor Franse filmproducties. Voor de betaalzender Canal + gelden andere verplichtingen. Zij moeten meer investeren in Europese

film die in het Frans gesproken is. Hun investeringsverplichting is 9% van de totale winst. (Great Britain Parliament, 2010, p.110)

Het tweede luik van de investeringsverplichting bij onze Zuiderburen is de “tax” die moet worden betaald aan het nationale filmfonds van Frankrijk, namelijk het Centre National Du Cinéma et l’Image Animée (CNC). Vanaf hun oprichting werd er een investeringsverplichting ingevoerd. Het budget van het CNC vloeit voort uit verschillende bronnen. Eén van deze bronnen zijn de televisieomroepen. Zij moeten een bijdrage leveren aan de lokale producties (Garandeau, E., 2013,p.5; Le Monde, 2012; Les Echos, 2013). De bijdrage die de omroepen moeten betalen is 5,5% van hun totale inkomst (CNC, 2014). De wetgeving van 1986 rond het betalen van een tax door de televisiezenders is al een paar keer aangepast. In 1993 werd de video opgenomen in de regel, in 2003 video- on-demand en het internet in 2007 (Le monde, 2014). Frankrijk toont wel aan dat dankzij hun beleid de onafhankelijke audiovisuele sector in Europese landen op deze manier kan blijven bestaan (Garandeau, E., 2013, p.5).

Naast film moet er in Frankrijk ook geïnvesteerd worden in televisieproducties. De bijdrageplicht voor audiovisuele werken is 16% tot 18% van de inkomsten van de omroepen en moet gaan naar televisieproducties in de Franse taal. De televisieproducties waarin men investeert moeten horen tot de categorie: drama, documentaires of animatie (Great Britain, 2005, p.382).

In Polen is een gelijkaardig systeem als in Frankrijk van kracht. Hier moeten ook zowel de publieke als de privéomroepen investeren in Poolse film. De omroepen moeten minsten 1,5 % van hun totale inkomsten bijdragen. Poolse producties doen het bij gevolg zeer goed. In 2014 werden er 40 films geproduceerd (Screen Producers Ireland., 2015, p.5).

De Duitse omroepen konden samen met het Film Support Office onderhandelen over de bijdrage die ze zouden doen aan Duitse filmproducties. Dit kwam echter in opspraak doordat distributeurs (cinemaeigenaars, videobedrijven, enz.) wel een vaste som moesten betalen. Hierdoor is de regel veranderd en geldt nu voor de openbare omroep een investeringsverplichting van 2,5% op de inkomsten die komen uit de uitzendingen van films. De commerciële omroepen betalen dan weer afhankelijk van de totale speeltijd van films op hun zender (IRIS, 2011-2012, p.33; IRIS, 2006).

Meer in het zuiden van Europa meer bepaald in Griekenland kent men ook een uitgebreid steunsysteem voor film. Hier moeten zowel de publieke als private omroep de producties mee

financiering. De openbare omroep moet 1,5% van hun jaarlijkse opbrengsten investeren in Griekse creatieve inhoud. De steun van de private omroep wordt dan weer berekend op basis van de inkomsten via advertenties en reclame. Ook deze bijdrage is 1,5% van de advertentie-inkomsten (Fera, 2013, p. 4).

RAI, de publieke omroep van Italië, moet 15% van het inkomen investeren in Europese werken waarvan een bepaald aantal Italiaanse films moeten zijn. De commerciële omroep in Italië heeft een bijdrageplicht van 10% voor Italiaanse films (Capello, M., 2015). Ook in andere landen worden de omroepen verplicht om te investeren in lokale filmproducties zoals in Kroatië bijvoorbeeld. (Croatian Audiovisual Center, 2016, p.5).

In Nederland daarentegen wordt er van privé-zenders niet verwacht dat ze investeren in lokale film. Hier is geen enkele verplichting van kracht. Echter gaf RTL Nederland wel aan geïnteresseerd te zijn in het investeren in Nederlandse film. Baantjer is onder andere een productie van RTL Nederland (Kabel, J. en Gorini, S., 2005, p.5). In Ierland geldt er voor de publieke omroep geen investeringsverplichting voor film (Screen producers Ireland, 2015).

In Vlaanderen is er geen sprake van een investeringsverplichting voor de omroepen op vlak van film. *“De Vlaamse filmsector hangt af van de goodwill en engagement van de televisieomroepen”* (Willems, G., 2010, p.182). Enkel voor televisieproducties geldt er voor de openbare omroep in Vlaanderen wel een bestedingsverplichting (VOTP, 2014). Voor de commerciële omroepen is er dan geen enkele investeringsverplichting voor televisieproducties of film.

Niet enkel in Vlaanderen is er geen verplichting voor de commerciële omroepen op vlak van televisiecontent, ook in andere landen is er weinig regelgeving rond investeringen van omroepen in televisieproducties. De investeringen van de omroepen zijn echter wel één van de belangrijkste voor lokale audiovisuele werken. We zien dat in Frankrijk wel een verplichting geldt voor de private en publieke omroep om te investeren in televisieproducties.

Nationale televisieproducties worden vaak op vrijwillige basis door de omroepen gefinancierd. Het financieren van televisiereeksen, documentaires of kinderprogramma's heeft vaak nood aan een prefinanciering. Hiervoor wordt vaak beroep gedaan op de televisieomroepen. Het geldt dat privé-omroepen investeren in lokale creaties komt vaak uit hun advertentie-inkomsten. Deze zijn nu aan het dalen door verschillende evoluties in het

medialandschap. Door dit fenomeen is er gevaar voor de investeringen in nationale originele content (N.N., 2015).

Investerings van dienstenverdelers in nationale content

Sinds de opkomst van nieuwe exploitatie-windows en de convergentie tussen verschillende industrietakken is de waardeketen van de productiecycclus sterk uitgebreid (Raats, T. et al., 2014, p.21). De investeringen van de traditionele distributeurs zoals publieke en private omroepen blijven nodig, maar de bijdrage van dienstenverdelers wordt hierdoor steeds belangrijker. We zien dat dienstenverdelers inkomsten halen uit content die ze via hun abonnementen of platformen ter beschikking stellen aan de consument (Raats, T. et al., 2014, p.23). Rond de noodzaak van de financiering voor audiovisuele producties vanuit de distributiesector wordt veel gediscussieerd. In het buitenland zijn er verschillende voorbeelden van verplichtingen voor distributiespelers om te investeren in lokale content (Raats, T. et al., 2014, p.31).

Het grootste voorbeeld waar telecomoperatoren verplicht worden om te investeren in de lokale content vinden we in Frankrijk. 40% van het budget van het filmfonds, CNC, in Frankrijk bestaat uit de tax die betaald wordt door telecomoperatoren, kabeldistributeurs en satellietoperators. Het CNC kent een lange geschiedenis. Het werd meteen na de Tweede Wereldoorlog opgericht. Frankrijk stelt één belangrijke regel voorop. Degene die voordeel halen uit het tonen en gebruiken van lokale content moeten financieel bijdragen leveren aan deze content (Tax France, p5). Er werd een tax gecreëerd die eerst van toepassing was op cinemazalen, hierna op omroepen. Vermits televisie nu ook via andere kanalen uitzendt zoals via kabel, satelliet, enz. worden ook deze distributeurs verplicht om bij te dragen (Garandeau, E., 2013, p.5).

In 2003 werd de regel aangepast en werden ook distributeurs van VOD verplicht om lokale creaties te financieren. De tax die ze betalen is in verhouding met de omzet die ze maken. De investeringen van de dienstenverdelers en de omroepen is de grootste voor het CNC. In 2014 bracht deze maar liefst 532 miljoen euro op (Le Monde, 2012; Les Echos, 2013). Het Franse systeem van investeringsverplichting wordt tevens in verschillende andere landen toegepast. In Brazilië hadden telecomoperatoren tot voor kort ook een verplichting om een bijdrage te leveren aan lokale producties. Echter werd door een jury dit jaar anders beslist. *“The judge*

held that it is not up to the mobile, pay-tv, fixed telephony and broadband users to pay for national TV programs and movies”(Telecompaper, 2016).

Naast Brazilië en Frankrijk zijn er nog verschillende landen waar er een gelijksoortige regelgeving geldt. In Europa zijn er op zijn minst 10 landen waar omroepen en/of distributeurs van audiovisuele diensten (pay-tv en VOD) verplicht worden om te investeren in nationale film of televisieproducties. In Duitsland, Portugal, Spanje en Kroatië worden deze regels eveneens toegepast. Er zijn ook landen waar dit soort regels niet gelden zoals in Nederland, Luxemburg en het Verenigd Koninkrijk (Screen International, 2015, p.4). In 2012 werd in Portugal een nieuwe wet goedgekeurd die alle TV, telecom, VOD en kabeldistributeurs verplichtte om tussen de 3 en 5% van hun omzet te investeren in cinema en televisieproducties. De regering in Portugal is echter zwak ten opzichte van deze machtige bedrijven. Hierdoor weigeren de distributeurs hun bijdrage te leveren (FERA, 2013, p.1). In 2014 werd de wet in Portugal aangepast. Spelers zoals Vodafone, Portugal Telecom en Cabovisao moeten geen 3 euro per klant meer bijdragen, maar slechts 1,75 euro (Telecompaper, 2014). Ook in Griekenland deed zich hetzelfde probleem voor als in Portugal (FERA, 2013, p.1).

Twee jaar vroeger dan in Portugal ging in Griekenland de wet van kracht over de investeringsverplichtingen voor telecombedrijven in lokale creaties. Telecombedrijven werden vanaf dat moment verplicht om 1,5% van hun jaarlijkse inkomsten te investeren in cinematografische content en documentaires (IRIS, 2011-2012, p.37). Ondanks dat deze wet werd goedgekeurd, houdt niemand in Griekenland zich aan deze wet. De wet wordt genegeerd door zowel de telecombedrijven als de omroepen, die door deze wet ook verplicht werden om te investeren. Dat in Griekenland weinig belang wordt gehecht aan de financiering van de audiovisuele sector ligt aan de oorzaak van de huidige staat van de Griekse cinema, die zo goed als dood is (FERA, 2013, p.1).

In Spanje werden de telco's en nieuwe TV-operatoren ook verplicht om mee te investeren in filmproductie. Deze wet is de Spaanse versie van de Europese richtlijn van Televisie Zonder Grenzen. Volgens de Spaanse producentenvereniging zouden deze investeringen neerkomen op 8,6 miljoen per jaar. Alsnog vinden de lokale producenten dat de Spaanse telecombedrijven te weinig bijdragen in vergelijking met andere landen in Europa. Echter zijn er wel al enkele initiatieven geweest van telco's. Kabeloperator Ono investeerde zo al in enkele films (Variety, 2011).

Polen, één van de grotere landen in Europa, heeft veel succes geboekt dankzij hun filmwet. Deze wet vereist dat omroepen, pay-tv en kabeldistributeurs het Pools Film Instituut mee financieren. Deze regel is misschien wel de sleutel voor het succes van de Pools film, zowel nationaal als internationaal. In 2015 won de film “Ida” bijvoorbeeld recent een Oscar (Screen international, 2015, p.5).

In 2005 was de filmsector in Polen niet gezond. Na 2005 kwam er meer samenwerking in de filmindustrie. Rond die tijd werd ook de filmwet gecreëerd. Deze wet voorzag een tax van 1,5% van de inkomsten van verschillende distributeurs, namelijk kabeloperatoren, televisie, enz. Agnieszka Odorowicz, algemeen directeur van het Pools Film Instituut, zegt hierover het volgende: *“If we compare Polish cinema before the introduction of the Film Law in 2005 to today’s, we see two very different worlds. Today, we can take pride in being a full-fledged and dependable member of the European film family”* (Barracough, L., 2015). Het is belangrijk dat stakeholders waarvan de basisactiviteit gelinkt is aan films, namelijk zenders, digitale platform operatoren, kabeloperatoren, cinemaeigenaars, enz., een bijdrage leveren aan de lokale producties (European Parliament, 2007, p.2).

Het Kroatische Audiovisuele Centrum (HAVC) werd in 2008 opgericht. HAVC vloeide voort uit een unaniem gestemde wet rond audiovisuele activiteiten. Een groot deel van het budget van het Audiovisuele Centrum komt uit bijdragen van alle bedrijven die baat hebben met audiovisuele werken. In Kroatië wordt HAVC gesteund door de zenders, digitale distributeurs, kabeloperatoren, internetoperatoren en telco’s (Croatian Audiovisual Centre, 2016, p.5).

Naast de financiële verplichtingen zien we dat de teledistributiebedrijven vaak proberen om exclusieve rechten te verwerven op een bepaalde reeks of film. Hiermee kunnen ze zich differentiëren van andere platformen. We zien dit bijvoorbeeld ook in het Verenigd Koninkrijk bij Sky en Warner Bros (Raats, T. et al, 2014, p.71).

Investerings van OTT's in nationale content

Dat het audiovisuele ecosysteem aan het veranderen is, is meer dan duidelijk. We zagen eerst een evolutie van het ecosysteem van “media within frontiers” naar “media without frontiers”. Vanaf het midden van de jaren 90 tot nu zien we dat dit geëvolueerd is naar “media beyond frontiers”. Dit is het gevolg van convergentie en digitalisering. Het internet speelt in dit model een grote rol. We zien de opkomst van bedrijven die niet traditioneel mediagericht zijn. Ook

het consumentengedrag is veranderd en de consumenten hebben meer macht door bijvoorbeeld illegaal te downloaden. Binnen deze nieuwe mediaecologie past het fenomeen van over-the-top-content-spelers perfect (Pauwels, C., 2015).

Naast de traditionele spelers die onze huiskamer binnenkomen, zien we nu ook dat nieuwe spelers de markt via het internet betreden (De Vinck, S. et al., 2013, p.13). Omdat die nieuwe diensten vaak online worden geleverd, worden ze ook over-the-top spelers genoemd (Goldsmith, B., 2015, s.p.). Het internet zorgt ervoor dat OTT-diensten zoals Netflix, Hulu, enz. nieuwe manieren om content te verkrijgen aanbieden. Ondanks dat de meerderheid van de consumenten vasthouden aan het lineair televisiekijken, zien we de laatste jaren een verandering in het consumeren van televisiecontent. Vooral jongeren grijpen eerder naar on-demand mogelijkheden (Nooren, P. et al., 2012, p.47). Andere belangrijke spelers zoals Apple en Google creëren ook contentplatformen zoals Apple – en Google TV (Nooren, P. et al., 2012, p.47).

Door de komst van deze OTT-spelers rijzen er veel vragen over de rol van deze spelers in de investeringen in lokale content en of het noodzakelijk is dat ook zij investeren. André Lange zegt over Netflix het volgende: *“In five, 10, 15 years, you will destroy the current ecosystem of film production in Europe”*. Hij wijst erop dat Netflix geen tax betaalt om lokale producties te steunen. Lange benadrukt dat in verschillende Europese landen omroepen, distributeurs van audiovisuele diensten, betaal-tv platvormen, etc. verplicht worden om te investeren in nationale film fondsen (Screen international, 2015, p.4).

Hij geeft aan dat *“The major US-controlled groups such as Apple, Sony, Microsoft, Netflix and HBO have chosen countries where these kinds of obligations do not exist (Luxembourg, The Netherlands, etc.) to establish their VOD services”* (Screen international, 2015, p.4).

In Europa wordt veel gespeculeerd over de rol van Netflix, Hulu, Apple, enz. in de financiële steun van de lokale producties. De OTT-dienst Netflix kwam in 2014 op de markt in Duitsland, Frankrijk, België en Luxemburg. De lancering van het SVOD-platform in september 2014 leek de huidige lokale markt in Frankrijk te gaan verstoren (Dale, M., 2014 p.140). In Frankrijk gelden strenge regels voor de lokale distributeurs, maar of ook OTT's onder deze regels vallen, wordt betwijfeld. Ze vestigen zich vaak in landen waar zulke regelgeving niet van toepassing is zoals Luxemburg en Nederland (Kelion Leo, 2014). De CEO van het entertainmentbedrijf, Reed Hastings, gaf wel aan geïnteresseerd te zijn om te investeren in lokale Franse content. Dat lokale spelers verplicht worden om te investeren in

Franse creaties is volgens Hastings geen probleem. Netflix ze zich niet in Luxemburg vestigde om investeringsverplichtingen in lokale producties te ontkomen: *“We’re not really trying to get around anything, we want to invest in French society and French content. And we want to give an avenue for French content to get out around world. There is some amazing French story tellers as a great French movie business, TV shows are growing”* (Mann, C., 2014).

Ook uit landen buiten Europa waar er verplichtingen gelden voor lokale distributeurs (omroepen, dienstenverdelers, enz.) horen we stemmen over dit onderwerp. Omdat deze spelers veelal online hun content distribueren, gelden de regels voor free-to-air, kabeldistributeurs, enz. niet voor hen.

SVOD-diensten zoals Netflix, Stan en Presto hebben niet enkel een impact op het ecosysteem in Europa, maar kunnen ook het businessmodel van televisie in Australië verstoren. Buiten dat ze de manier van kijken naar content kunnen veranderen, kunnen ze ook veel wijzigen in de financiering van Australische content. Dit soort diensten worden bijvoorbeeld niet onderworpen aan regels om te investeren in lokale programma’s. In Australië hoopt men dat Netflix ook een waardevolle bijdrage zal leveren aan Australische originele lokale producties (Goldsmith, B., 2015, s.p.).

De publieke omroep van Canada, CBC, vindt dat een over-the-top-content-speler zoals Netflix verplicht moet worden om een bijdrage te leveren aan de lokale content door een bedrag te betalen aan het Canadees Mediafonds. Netflix is echter niet van plan om geld te storten aan het Media Fonds vermits ze dat geld liever gebruiken voor het financieren van eigen originele content (Infomart, 2014).

In Brazilië, waar net zoals in Frankrijk telecomoperatoren moesten investeren in lokale content, stelt men zich vragen over de taxen die OTT’s zullen moeten betalen. De laatste jaren steeg hier het aantal over-the-top diensten namelijk sterk. Dit zorgt voor strubbelingen tussen pay-tv en kabeldistributeurs. Momenteel bestaan er in Brazilië geen verplichtingen voor OTT’s. De verplichting om te investeren in lokale content geldt enkel voor andere distributeurs (Boechat, L., 2015).

Netflix investeerde al in eigen producties en ook in originele content zoals bijvoorbeeld Lilyhammer. Ook Andere OTT’s zijn bereid om te investeren in originele content (Raats, T. et al., 2014, p.72).

Inkomsten van participatieve aard in België door de televisiedistributeurs in lokale content

De middelen voor het produceren van een lokale tv-reeks komen voor een groot deel van bij de klassieke omroepen (VTM, VIER, ...). Zo financieren de omroepen in Vlaanderen 58% van de fictiereeksen. Het geld waarmee ze investeren in producties komt vaak uit reclame-inkomsten. Deze inkomsten worden bedreigd door drie duidelijke evoluties. De eerste evolutie die we zien, is de opkomst van meerdere platformen en nieuwe spelers. Bovendien kijken steeds meer mensen en vooral jongeren online naar content, dit is de tweede verandering die invloed heeft op de advertentie-inkomsten. De derde duidelijke evolutie is die van het uitgesteld kijken door middel van “digiboxen” (Raats, T. et al., 2014).

Deze evoluties zorgen ervoor dat de financiering van uitsluitend de televisieomroepen niet meer voldoende is om producties te steunen. Ondanks dat de reclame-inkomsten dalen, zien we dat steeds meer en meer mensen kiezen voor betaaltelevisie, wat eventueel een nieuwe born van inkomsten kan genereren. Hiernaast is het opvallend dat dienstenverdelers steeds meer uit eigen initiatief investeren in producties van zowel film als tv-producties van eigen bodem (Raats, T. et al., 2014).

Eén belangrijke optie is de participatie van kabeldistributeurs (Raats, T. et al., 2014, p.9). Deze distributeurs hebben zelf baat bij goede content om hun abonnementen te kunnen verkopen. Zij halen hieruit ook inkomsten en bestellen al rechtstreeks content bij externe producenten (Raats, T. et al., 2014, p.23). “(...) *those who benefit from the showing of content have to contribute financially to its continuity. It is still the main rule of our system and it has been constantly upgraded and modernized since the Second World War*” (Garandau, E., 2013, p.5).

Het beleid van participatieve aard wordt duidelijk in verschillende landen aangemoedigd of verplicht. In Frankrijk worden verschillende soorten distributeurs, namelijk televisiezenders, cinemazalen, kabeloperatoren, enz. verplicht om te investeren in lokale producties. In dit onderdeel gaan we inzoomen op de rol van de kabel – en telecomoperatoren in België en meer bepaald in Vlaanderen. Ook in België worden distributeurs verplicht om een bijdrage te leveren aan lokale creaties. Sinds 2014 worden bovendien in Vlaanderen de dienstenverdelers verplicht om te investeren in lokale content. In de Franstalige Gemeenschap gebeurde dit al

veel vroeger. Zowel televisieomroepen als dienstenverdelers zijn sinds 2003 verplicht om een bijdrage te leveren aan de producties van eigen bodem (CSA, 2015).

Wanneer we kijken naar de investeringen van de telecomoperatoren in België moeten we rekening houden met de twee verschillende karakters van de audiovisuele sector in Vlaanderen en in de Franstalige Gemeenschap. Vlaamse lokale audiovisuele content, vooral TV-fictie, is zeer gegeerd door de Vlaamse kijker. Dit in tegenstelling tot de Franstalige televisiemarkt, die sterk onderhevig is aan invloeden uit Frankrijk. Originele lokale content heeft hier niet zoveel succes als in Vlaanderen (D'Haenens, L. en Saeys, F., 2007, p.124).

Televisiedistributie in België

België is één van de dichtst bekabelde landen ter wereld. De verschillende teledistributienetwerken telden in 2006 maar liefst 4 025 051 abonnees (FOD economie, 2007, p.18). 95% van de Belgische gezinnen wordt bediend door kabel (FOD economie, 2007, p.13).

In België kunnen we vier verschillende vormen onderscheiden van platformen die toegang geven tot televisie-inhoud. De twee eerste mogelijkheden zijn xDSL waarlangs Proximus zijn diensten verdeelt of de coaxiale kabel die onder andere door Telenet gebruikt wordt. Naast deze twee platformen bestaan er ook aanbieders van audiovisuele content die via straling de diensten verdelen. DVB-T (Digital Video Broadcasting –Terrestrial) en satelliet. (FOD economie, 2007, p.11).

De technologie om digitale televisie aan te bieden via het xDSL-platform is uitsluitend bestemd voor Proximus. Ook het gebruik van schotelantennes duikt steeds vaker op in België, vooral in het Brussel Hoofdstedelijk Gewest. Het DVB-T-platform wordt momenteel vooral gebruikt voor het uitzenden van televisieprogramma's van de openbare omroep. (FOD economie, 2007, p.11).

Naast deze verschillende klassieke platformen, is er sinds 2014 Netflix te verkrijgen in België. Dit is een nieuw soort platform om audiovisuele content mee te ontvangen (Dale, M., 2014 p.140).

Investerings van dienstenverdelers in de Franse Gemeenschap

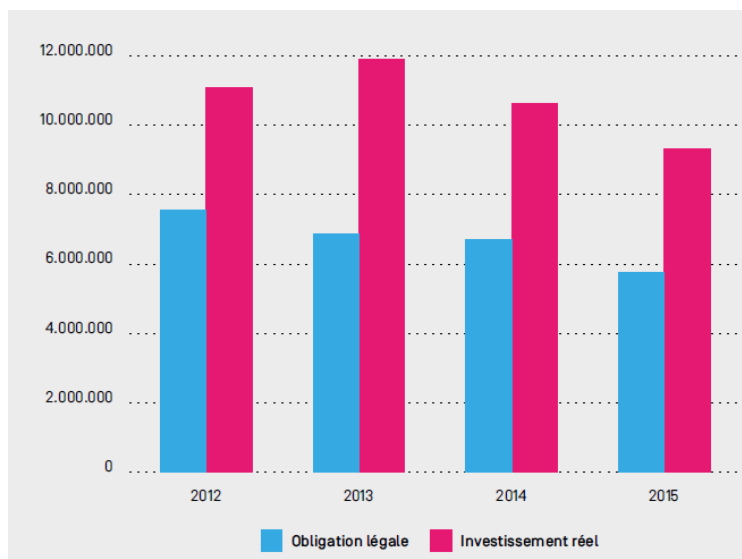
Distributielandchap Wallonië-Brussel

De distributeurs van televisiediensten in de Franse Gemeenschap die via coaxkabel opereren zijn Be tv, VOO, Coditel en Telenet. Proximus is dan weer de enige distributeur die via xDSL televisie-inhoud verspreid in de Franse Gemeenschap (CSA, 2015, p.29).

De rol van de dienstenverdelers in Wallonië en Brussel in lokale content

De Franse Gemeenschap heeft al sinds 2003 een wetgeving in verband met de investeringen van distributeurs in de audiovisuele content. Deze regelgeving is opgenomen in het decreet van audiovisuele media. In de Franstalige Gemeenschap wordt er een duidelijk onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten distributeurs. Ten eerste zijn er de uitgevers (televisiezenders) van audiovisuele content. Ten tweede zijn er de distributeurs die de content verdelen en ten derde zijn er de diensten die zorgen voor de technische transmissie van het signaal (CSA, 2016, p.26).

Sinds 2003 moeten de private televisieomroepen investeren in lokale producties. De bijdrage die ze doen kan gebeuren via een coproductie, een vooraankoop of een storting aan het Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA). Naast de televisieomroepen worden ook distributeurs van de televisiediensten verplicht om audiovisuele content te financieren. In 2009 werd het decreet voor het laatst aangepast. De distributeurs kunnen kiezen of ze hun bijdrage storten op basis van het aantal abonnees (2,48 euro per abonnee) of dat deze bijdrage berekend wordt op basis van de inkomsten van het jaar ervoor. Dit laatste is 2,5% op het inkomen van het jaar ervoor. De investeringen die ze doen kunnen schommelen, maar als ze één jaar minder betalen, moet dit het jaar erop compenseert worden (CSA, 2016; CCA, 2015).



Figuur 1: Investerings dienstenverdelers Franse Gemeenschap

(Gegevens jaarverslag CCA, 2015, p. 80)

Televisiedistributeurs moeten investeren in lokale content in de Franstalige Gemeenschap. BeTV, Proximus, AB Thématiques, Brutélé en Nethys kiezen voor coproducties of pré-achat.

De telecom – en kabeloperatoren kunnen in tegenstelling met de investeringsverplichting in Vlaanderen kiezen voor een investering in film. In Vlaanderen kan er enkel gekozen worden voor TV-reeksen, documentaires, animatie (CCA, 2015).

Zowel de televisiezenders als de kabel – en telecomdistributeurs zijn verplicht om bij te dragen, maar RTL, één van de grootste commerciële zenders van de Franstalige Gemeenschap, is gevestigd in Luxemburg en valt hierdoor niet onder deze wetgeving. Een ander probleem is de overflow van verschillende andere zenders. Jeanne Brunfaut, algemene directrice van “Service général de l'Audiovisuel et des Médias” zegt hierover: *“Het is voor deze reden dat de Federatie Wallonië-Brussel pleit voor een regelgeving op Europees vlak.”*(CSA, 2016, p.34).

Investerings van dienstenverdelers in de Vlaamse Gemeenschap

Distributielandchap Vlaanderen

Vlaanderen heeft een zeer sterk netwerk van kabeldistributie uitgebouwd in de loop der jaren. Het was één van de eerste gebieden in Europa die kabelnetwerken uitbouwde. Door een historisch gegroeid monopolie hebben de distributeurs zich zeer sterk kunnen positioneren binnen deze markt (Evens, T., Baccarne, B. en Schuurman, D., 2013, p.4). Er zijn vijf vormen van distributie op de Vlaamse markt: kabel, satelliet, via de grond, mobiel of via een switched netwerk (Evens, T., Baccarne, B. en Schuurman, D., 2013, p.5). Er heerst in Vlaanderen een soort duopolie tussen twee sterke marktleiders in telecommunicatie (Evens, T., 2013 p.5). Aan de ene kant is er Proximus (het vroegere Belgacom), een bedrijf dat voor meer dan de helft (53,5%) in handen is van de Belgische staat. Proximus bestaat uit verschillende merken die telecomdiensten voorzien. In de Franstalige Gemeenschap heeft Proximus een veel grotere marktpositie dan in de Vlaamse Gemeenschap (Evens, T., Baccarne, B. en Schuurman, D., 2013, p.6). Aan de andere kant is er Telenet. Telenet is voornamelijk actief in Vlaanderen en Brussel (Aubin, 2008, p. 11). Telenet is in Vlaanderen de dominantste speler met meer dan 80% marktaandeel. Het bedrijf van Liberty Global kocht verschillende kleinere kabeldistributeurs in de regio op. Telenet verdeelt zijn diensten via het kabelnetwerk terwijl Proximus dit doet via een switched netwerk (Evens, T., Baccarne, B. en Schuurman, D., 2013, p.5).

Telenet is sinds 2015 mede-eigenaar van De Vijver Media, een overname die werd goedgekeurd door de Europese Commissie. De Vijver Media is eigenaar van de televisieomroepen VIER en VIJF. Telenet wordt op deze manier bijna zelf een omroep. Dit is een groot voorbeeld van de shift die plaatsvindt in het medialandschap. De rollen van de distributeurs veranderen zeer duidelijk. Dat een distributeurs zoals Telenet een stap zet in een omroepbedrijf zoals De Vijver zal in nog verschillende landen gaan gebeuren (De Morgen, 2015). Telenet heeft ook eigen betaalzenders zoals Play en Play more. Proximus heeft een VOD-platform, maar geen betaalzender (Proximus website; Telenet website).

Naast deze twee grote marktleiders zijn er in Vlaanderen nog enkele andere kleinere operatoren actief. In 2006 kwam TV VLAANDEREN op de markt. Dit telecombedrijf werkt via satelliet. Sinds 1 maart 2016 kwam er een nieuwe speler op de markt: Mobistar. Dit bedrijf zal via kabel zowel digitale tv als breedbandinternet aanbieden (Telecompaper, 2016).

Hiernaast zijn er ook nog Snow, Nethys, Coditel en Stievie, het platform van Medialaan, die worden gezien als een dienstenverdelers (VRM, 2016).

In Vlaanderen gaat de rol van dienstenverdelers of kabeloperatoren in het investeren in lokale content verder dan in de Franse Gemeenschap. Vooral Telenet en Proximus spelen hier een grote rol in. Naast de investeringsverplichting, die in veel landen en de Franstalige Gemeenschap geldt, wordt er in Vlaanderen door de dienstenverdelers op verschillende andere manieren ook geïnvesteerd. Dat de dienstenverdelers producties financieren, hangt soms samen met het verkrijgen van previewrechten of rechten voor VOD (Raats, T. et al., 2014, p.31).

De rol van de Vlaamse dienstenverdelers in lokale content

Vrijwillige betrokkenheid en investeringen

De kleinere dienstenverdelers zoals M7 Group (TV Vlaanderen), KPN Group (BASE Snow), Stievie, Coditel Brabant (Numericable) en Nethys (VOO) spelen in Vlaanderen momenteel nog geen grote rol in de financiering van audiovisuele content. De investeringen in lokale content worden door deze dienstenverdelers rechtstreeks gestort aan het Mediafonds via de investeringsverplichting van 2014 (VAF, 2014).

Hiertegenover staan de twee dominantste operatoren in Vlaanderen. Zij spelen een grotere rol in de audiovisuele markt. Zowel op vlak van het distribueren van lokale content als op vlak van het financieren van deze content. Telenet en Proximus kiezen ten opzichte van elkaar voor een andere strategie als het aankomt op het financieren en distribueren van lokale content. Telenet wil zich differentiëren door zich te focussen op entertainment en ontspanning. Dit past helemaal binnen het plaatje van investeren in content (Quoistiaux, G., 2014).

Proximus kiest voor een andere strategie ten opzichte van Telenet. *"Het is onze rol content te beheren en te organiseren, maar niet om hem te creëren"*, legde CEO Dominique Leroy uit. Proximus blijft focussen op zijn rol als telecomoperator terwijl Telenet meer de rol van producent zal overnemen (Quoistiaux, G., 2014). Beide operatoren deden al vrijwillig investeringen in de audiovisuele markt. Zo lanceerde Telenet in 2012 een steunprogramma voor de audiovisuele sector, het STAP-programma (De Telenet Stimulans voor Audiovisuele Producties in Vlaanderen). Hiermee investeerde Telenet 30 miljoen euro gedurende 4 jaar in

de sector. De bedoeling van het programma was om ongeveer 2 miljoen euro naar het Mediafonds te laten gaan. Voor middelen die via deze weg naar het Mediafonds stromen, kan Telenet geen rechten bekomen. Naast de steun aan het Mediafonds voorziet het Stimulansprogramma ook 500.000 euro per jaar voor onderzoek en ontwikkeling van innovatieve en kwalitatief hoogstaande televisieformats (non-fictie). Ook dit bedrag wordt overgemaakt aan het Mediafonds. De overige 5 miljoen zou Telenet per jaar vrij investeren in Vlaamse lokale content, zowel fictiereeksen, documentaires, animatiereeksen als film. (Telenet, 2012; Raats, T. et al., 2014). Alle Vlaamse onafhankelijke en interne productiehuisen kunnen rekenen op de middelen van het programma. Ze moeten dan een aanvraag indienen voor een cofinanciering te verwerven. Met het STAP-programma investeerde Telenet de afgelopen vier jaar in verschillende audiovisuele projecten. Het programma is niet enkel beperkt tot TV-reeksen, maar steunt ook films. Zo werden Het Vonnis, Black, FC De Kampioenen, enz. gesteund door dit fonds. Deze distributeur gaat nog een stapje verder. In 2016 werd op Play en Play more de reeks Chaussée d'Amour uitgezonden. Deze reeks was een eigen tv-serie van de dienstenverdelers. De afleveringen van de dramareeks worden tegelijk beschikbaar gemaakt op Play en Play more. Telenet kon de reeks al verkopen aan ZDF, de Duitse openbare omroep (Quoistiaux, G., 2014).

Na de uitzendingen op Play gaat de reeks naar VIER. Telenet kan met zijn STAP-programma vrij onderhandelen over previewrechten. De VTM-reeks Amigo's is zo een voorbeeld. De reeks wordt eerst zes maanden exclusief uitgezonden via Play. Telenet hoopt met deze strategie meer abonnees te lokken (De Morgen, 2015).

Proximus kiest voor een andere aanpak dan Telenet en differentieert zich op de telecommarkt door zijn sterke netwerk (Quoistiaux, G., 2014). Het bedrijf legt de focus eerder op content aggregeren dan op content zelf produceren. Echter investeerde Proximus via Tax Shelter regelmatig in Vlaamse lokale content, voornamelijk in film. Zo kregen de films Weekend Aan Zee, Allez Eddy, The Broken Circle Breakdown en nog vele anderen steun van Proximus (Proximus, 2012).

Verplichte betrokkenheid en investeringen

Naast vrijwillige initiatieven zoals STAP en Tax Shelter zijn de investeringen van telecombedrijven, namelijk Telenet en Proximus, in de audiovisuele sector sinds 2014 decretaal vastgelegd door een investeringsverplichting voor de dienstenverdelers. Op 8 januari 2014 werd het voorstel en het decreet van minister Media Ingrid Lieten goedgekeurd door het Vlaamse Parlement (VOTP, 2014). Omdat Vlaanderen een zeer klein taalgebied is en de audiovisuele sector zowel van cultureel als economisch belang is, wordt de ondersteuning van creaties van eigen bodem alsmear belangrijker (Pascal Smet, 2016). Omdat de productiebudgetten onder druk staan, kan de bijdrage van de dienstenverdelers in Vlaanderen nieuwe hefboomen creëren voor de sector. Deze hefboomen zijn nodig als we willen vermijden dat onze markt overspoeld wordt door goedkope en buitenlandse TV-producties (Vlaams Parlement, 2013, p. 3).

In Vlaanderen geldt de investeringsverplichting enkel en alleen voor de dienstenverdelers. De term dienstenverdelers is uniek en wordt enkel in Vlaanderen gebruikt. Een dienstenverdelers is elk rechtspersoon die door middel van elektronische communicatienetwerken één of meerder omroepdiensten levert aan het publiek. De omroeporganisatie die enkel zijn eigen omroepdienst ter beschikking van het publiek stelt, is dus geen dienstenverdelers (Poets, A., 2015 p.29). Het decreet geldt voor alle dienstenverdelers die één of meerdere omroepdiensten van één of meerdere televisieomroeporganisaties, die vallen onder de bevoegdheid van de Vlaamse Gemeenschap, op lineaire of niet-lineaire wijze ter beschikking stelt van het publiek (Belgisch Staatblad, 2014, p.21304).

Het decreet in Vlaanderen is dus enkel van toepassing op dienstenverdelers die omroepdiensten verdelen en niet op de televisieomroepen zelf (Belgisch staatblad 2014). Dit staat in contrast met de wetgeving van de Franstalige Gemeenschap waar de verplichting ook geldt voor de televisieomroepen. (CSA, 2016, p.26).

De bijdrage die de dienstenverdelers moeten leveren aan de Vlaamse productie is 1,30 euro per abonnee in het Vlaamse grondgebied. Ze kunnen ook kiezen voor een forfaitaire bijdrage van 3 miljoen euro, maar momenteel kiest geen enkele distributeur hiervoor. Wanneer Telenet een nog groter aantal abonnees zou krijgen, kan deze optie voordeliger zijn (Vlaams Parlement, 2014, p.3). Uiteindelijk krijgt de dienstenverdelers de keuze uit twee opties. Er kan

gekozen worden om het bedrag rechtstreeks te storten naar het Mediafonds of ze kunnen kiezen voor een investering door middel van een coproductie met een onafhankelijke producent (Vlaams Parlement, 2014, p.2). Het Mediafonds is een onderdeel van het Vlaamse Audiovisuele Fonds. Het Mediafonds werd in 2011 gecreëerd om steun te verstrekken aan televisiereeksen in de vorm van een animatiereeks, fictiereeks of documentaires (VAF, 2011).

De investeringsverplichting in Vlaanderen geldt enkel voor televisiereeksen, namelijk animatiereeksen, documentaires, of fictiereeksen (Belgisch staatsblad, 2014 p28718). Dit is in tegenstelling tot de Franstalige Gemeenschap en wat we globaal zien bij andere landen. In andere landen wordt de verplichting meer gericht op film.

Een belangrijke voorwaarde die in het decreet is vastgelegd voor de investering via coproducties is dat een dienstenverdelers moet participeren voor minstens 20%, maar voor minder dan 50% in een productie van een audiovisueel werk. In de Franstalige gemeenschap telt deze regel ook niet. Hier kunnen de dienstenverdelers dus kiezen voor meerdere producties en kleinere bedragen (Belgisch staatsblad, 2014, p. 28718).

Proximus koos er vanaf het begin voor om te investeren via coproducties. De investering van Proximus bedraagt ongeveer 600 000 euro (Debackere, 2015). Telenet koos op het begin voor investeringen in het Mediafonds, samen met de andere dienstenverdelers. Dit leverde in totaal 2,839 miljoen euro op (VAF, 2014). Dit jaar besloot ook Telenet om zijn investering te doen via coproducties.

Hierdoor valt er een grote som geld weg bij het VAF. *“Voor het VAF blijft nu nog 140.000 euro van kleinere distributeurs over, plus een overheidsdotatie van 3,6 miljoen euro. Het gaat dus om een serieuze hap uit ons budget”* zegt Marieke Vandebuerie (Knack, 2016).

Hieronder een overzicht van de coproducties die tot nu toe via de investeringsverplichting gekozen zijn:

Tabel 2: Coproducties Proximus & Telenet

Jaar	Proximus	Telenet
2014	Tytgat Chocolat – ÉÉN	Storting Mediafonds
2015	13 Geboden – VTM	Storting Mediafonds
2016	De bende van Jan de Lichte – VTM	Callboys – VIER Over Water – VRT Spitsbroers II - VTM

(gegevens van het VRM)

Op de keuze van Telenet om te kiezen voor coproducties kwamen verschillende reacties. Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel Sven Gatz reageerde hierop met een persbericht. Volgens de minister gaat er niet minder geld naar de productiesector nu Telenet deze keuze maakte: “(...) ook door rechtstreeks via coproducties te investeren ondersteunen distributeurs immers de productiesector” (Sven Gatz, 2016).

Relatie televisieomroepen en dienstenverdelers in Vlaanderen

Aangezien de rol van de dienstenverdelers steeds belangrijker wordt, komen er spanningen bovendien. De problemen die we zien, gaan voornamelijk over de distributierechten van producties. De dienstenverdelers onderhandelen steeds vaker met de producenten en omroepen rond previewrechten en video- on-demand rechten voor hun eigen platformen (pay-tv en VOD) (Raats et al., 2014). Door deze platformen krijgen zowel film als televisieprogramma's meer exploitatie-windows die alsmaar populairder worden. Deze windows zorgen voor nieuwe inkomstmogelijkheden. In de laatste jaren heeft er een shift plaatsgevonden van de klassieke windows naar nieuwe windows. Hiernaast wordt er ook veel belang gehecht aan de première en de exclusiviteit van tv-reeks of film. Zowel de televisieomroepen als de dienstenverdelers willen premières aanbieden via hun platform aan hun publiek. Dit kan gebruikt worden als een soort marketingstrategie. “(...) *the greatest power of windows is the marketing pitch ‘only available here’ (...)*” (Ulin, J., 2010, p.40). Met content kunnen de dienstenverdelers en de omroepen zich ook onderscheiden van de concurrentie (Evens T, 2010). In Vlaanderen kan VTM of Telenet zich zo onderscheiden van

Netflix bijvoorbeeld. We zien dat de exploitatie windows en de veranderde rol van de teledistributieactoren zorgen voor een verandering in de relatie tussen de omroepen en de dienstenverdelers. Beide actoren hebben verschillende belangen, maar hebben ook elkaar nodig (Evens T, 2013-2014).

Ook in Vlaanderen zien we dat er rond exclusiviteit en de rol van de dienstenverdelers conflicten ontstaan. Nadat Telenet in 2012 het STAP-programma bekendmaakte, kwam hier van de omroepen meteen een reactie op (Raats, T. et al., 2014, p.31). Ze vonden het jammer dat het initiatief buiten het Vlaams Audiovisueel Fonds of Mediafonds staat (VRT, 2012). VRT, Medialaan en SBS lieten weten dat ze liever niet zouden werken met het geld van het STAP-programma. Een grote issue was de kostprijs van de “eerste uitzending”. Zo bood Telenet volgens VTM veel te weinig geld voor een première uit te zenden op hun betaalzender Play. (Debackere, 2015). Dat dienstenverdelers zoals Telenet en Proximus onderhandelen over previewrechten is niet nieuw. Ongeveer 3 jaar geleden gebeurde dit ook met Quiz me Quick (GVA, 2015). Dat programma’s steeds meer achter een betaalmuur zullen verdwijnen, is volgens Tom Evens van MICT-onderzoeksgroep (UGent) normaal, aangezien er steeds minder geld uit de reclamemarkt valt te halen. Hierdoor zal de consument meer moeten betalen (Debackere, 2015).

De bijdragen die de dienstenverdelers leveren aan de productie van Vlaamse content kan de verminderde budgetten van de traditionele omroepen compenseren, maar in het onderzoek van Raats et al. wordt de vraag gesteld of deze modellen op lange termijn wel duurzaam zullen blijven en niet contraproductief zijn. *“Het betaal televisiemodel kan immers haaks staan op het free-to-air bedrijfsmodel van de omroepen”* (Raats, T. et al., 2014, pp.75-76). Ook is men niet zeker dat platformen zoals Netflix, Hulu, enz. mee zullen investeren in lokale film – en fictieproducties (Raats, T. et al., 2014, pp.75-76).

Besluit literatuurstudie

De investeringen van de belanghebbenden partijen bij lokale producties zijn niet enkel in België belangrijk, maar ook in verschillende landen van Europa en zelfs buiten Europa (Canada, Brazilië, enz.). In verschillende landen wordt op het feit dat verschillende partijen belang hebben bij goede producties van eigen bodem ingespeeld. In deze landen worden verschillende distributeurs verplicht om mee te investeren in deze creaties. Opvallend is dat in Vlaanderen enkele dienstenverdelers (Telenet, Proximus, TV VLAANDEREN, enz.) verplicht worden om hun bijdrage te leveren. In het buitenland, in Frankrijk bijvoorbeeld, worden ook de televisieomroepen of andere content distributeurs verplicht. Wat ook opvalt, is dat in het buitenland (Frankrijk, Kroatië, Polen, ...) en in de Franstalige gemeenschap de nadruk wordt gelegd op bijdrages in film. In Vlaanderen geldt de investeringsverplichting dan weer enkel voor televisiereeksen. De rollen van de dienstenverdelers veranderen steeds meer en meer en bedrijven zoals Proximus en Telenet ontwikkelen eigen platformen waarop content ter beschikking wordt gesteld. Echter krijgen de klassieke mediaspelers steeds meer te maken met concurrentie van over de plas, denkend aan bedrijven zoals Netflix, Hulu, enz. verschillende landen, voornamelijk Frankrijk en Spanje speculeren over de rol van deze spelers in originele lokale creaties. Verschillende stemmen vinden het geen eerlijke situatie wanneer andere spelers wel verplicht moeten bijdragen.

Algemeen kunnen we besluiten dat dit soort financiering zeer belangrijk blijkt te zijn voor de lokale film en televisieproducties en dat hier duidelijk veel over wordt nagedacht.

Empirisch onderzoek

Methodologie

In dit methodologische luik van de masterthesis worden de twee methodes, namelijk documentenanalyse en experteninterviews, toegelicht. We zullen focussen op de manier waarop de analyse wordt uitgevoerd, de gebruikte instrumenten en de voor – en de nadelen van deze methodes. In het laatste onderdeel wordt er een stakeholderanalyse van de verschillende betrokken actoren gemaakt en aan de hand hiervan trekken we de steekproef voor het onderzoek.

Kwalitatieve onderzoeksmethode

Er is een triangulatie tussen de literatuurstudie, documentenanalyse en experteninterviews (Van Audenhove, 2012). Dit zijn vormen van kwalitatief onderzoek. Dit soort onderzoek maakt gebruik van verschillende methodes en hierdoor is er nood aan ‘triangulatie’ van de bevindingen (Ali en Herzog, 2014, p. 46).

Eén definitie voor kwalitatief onderzoek geven is niet makkelijk. Er bestaan eindeloos veel definities van deze onderzoeksmethode. Mortelmans (2007) sluit zich aan bij de enkele auteurs die kwalitatief onderzoek proberen te definiëren door gebruik te maken van kenmerken die in dit soort onderzoek vaak aanwezig zijn. Wat kwalitatief onderzoek onderscheidt van kwantitatief onderzoek ligt in zes verschillende domeinen. De vraagstelling bij kwalitatief onderzoek gaat veelal over complexe thema's of sociale processen. In vergelijking met de eerder schaarse dataverzamelingmethoden van kwantitatieve onderzoek heeft kwalitatief onderzoek zeer veel methoden ter beschikking. Verschillende methodes worden vaak gecombineerd en een intens of langdurig contact met het veld is niet uitzonderlijk. Eén van de grootste verschillen met kwantitatief onderzoek is dat de analyse gebeurt op basis van teksten in de plaats met cijfers. Het zesde domein dat bepalend is voor kwalitatief onderzoek is de wijze van rapporteren. De rapportering is vaak een geheel van de context (Mortelmans, 2007, pp. 20-21).

Documentenanalyse

Wat is documentenanalyse?

Wat zijn de stakeholders of actoren hun doelen, problemen en visies op dit onderwerp? Om hier een antwoord op te krijgen, wordt er vaak gebruik gemaakt van het analyseren van documenten. Dit is een veelgebruikte methode. Deze documenten kunnen rapporten, decreten, parlementaire debatten, enz. zijn. Interviews kunnen toepasselijk zijn om de informatie die uit de documenten gehaald is te verifiëren (Thissen en Walker, 2013, p.86). Dit onderzoek kijkt naar de financiering van dienstenverdelers in de Vlaamse audiovisuele sector. Hierrond bestaan veel formele interacties tussen verschillende actoren. Hiervoor zullen we onder andere beleidsdocumenten moeten analyseren (Thissen en Walker, 2013, p.92).

Wat is een “document”?

In de sociale wetenschappen worden er verschillende definities gegeven van wat een document is. Er bestaat niet zoiets als de enige definitie. Syvertsen (2004) beschrijft een document als: *“Written or audio-visual remains not produced by the researcher”* (Just en Puppis, 2012, p.180). Wanneer we de verschillende definities van een document naast elkaar leggen, vallen er twee dingen op. Syvertsen maakt een onderscheid tussen een document en onderzoeksliteratuur. Andere definities spreken dan weer over alle soorten van tekst. Het tweede probleem dat opvalt, is dat de definitie van ‘tekst’ ook niet gemakkelijk is. Sommige auteurs spreken enkel over geschreven tekst, terwijl anderen audiovisuele content ook opnemen in hun definitie (Just en Puppis, 2012, p.180). De definitie die in dit onderzoek zal gebruikt worden, is eerder pragmatisch en aangereikt door Professor Karen Donders. We zien documenten als publicaties van overheidsinstellingen. Hiermee bedoelen we wetten, decreten, etc. We zullen onder andere het decreet en wetsvoorstel voor de investeringsverplichting onder de loep nemen. Publicaties van associaties zoals het VAF, CNC, etc. zijn ook belangrijk (Donders, 2015).

Analyse van de data en instrumenten

Om de documenten te analyseren, wordt er gekozen voor een kwalitatieve methode, namelijk een close reading. Hiermee worden de documenten zeer aandachtig gelezen en wordt er gefocust op concepten. Om te analyseren doen we drie lezingen: een eerste verkennende lezing, een tweede lezing om belangrijke opmerkingen aan te duiden en een derde en laatste lezing om de details op orde te stellen.

Omdat we aanvullend experteninterviews doen, is het belangrijk om tijdens de tweede lezing ook te letten op gelijkenissen met de interviews of met de literatuur.

Als instrument om de documenten te analyseren, gebruiken we fiches. In deze fiches definiëren we “sensitizing concepts”. In de documenten worden deze aangeduid aan de hand van labels en codes. Nadien kunnen we de fiches met elkaar vergelijken (Donders, 2015).

Voor – en nadelen van documentenanalyse

Geen enkele methode is perfect, dus ook op deze methode is er kritiek. Omdat documenten zoals wetteksten, decreten, etc. een officiële weergave zijn van feiten, komen achterliggende motivaties voor het investeren in film en audiovisuele content niet naar voor. Om dit te omzeilen, wordt er aanvullend gebruik gemaakt van experteninterviews. Deze interviews kunnen zorgen voor informatie omtrent visies, motivaties, enz. Een andere kritiek gaat over de toegankelijkheid van documenten. Sommige documenten zijn moeilijk te bekomen. De voordelen van deze methode zijn dan weer dat het onderzoek opnieuw kan worden uitgevoerd en er een hoge betrouwbaarheid is. Er zijn ook veel documenten beschikbaar voor te analyseren (Donders, 2015)

Experteninterviews

Wat zijn experteninterviews?

Interviews worden vaak gebruikt om meer te weten te komen over de gedachten en interpretaties die er spelen bij een bepaald topic bij bepaalde personen (Aberbach en Rockman, 2002, p.673). In dit onderzoek willen we graag te weten komen wat onder andere de dieperliggende beweegredenen zijn van telecombedrijven om te investeren in Vlaamse film en audiovisuele content. Doen de telecombedrijven dit omdat ze een hart hebben voor film of speelt de investeringsverplichting hier een grote rol? We zijn op zoek naar beweegredenen en manieren van denken. Een experteninterview is vaak een semigestructureerd interview waarbij vooral belang wordt gehecht aan de kennis die de persoon heeft als ‘expert’ over een bepaald topic of studieveld (Flick, 2009, p.165). Een expert wordt niet onderzocht als ‘gehele persoon’, maar eerder zijn functie als expert binnen zijn functie (Flam en Kleres 2015, p.90). In dit onderzoek zullen de gekozen experts een bepaalde kennis hebben over Vlaamse film en de investeringen hierin door telecombedrijven. Dit wordt onder andere gebaseerd op de actoren analyse.

Concept “expert”

Wie kan worden gezien als een expert en op basis van welke kenmerken kan men een expert selecteren? Om op deze vragen te antwoorden, proberen we eerst een goede definitie te vormen van een ‘expert’ (Flick, 2009, p.165). Deeke’s (1995) interpretatie van een expert is: *“We can label those persons as experts who are particularly competent as authorities on a certain matter of facts”* (Deeke, 1995, pp. 7-8). Meuser en Nagel (2002) zien een expert als een persoon die verantwoordelijk is voor de ontwikkeling en implementatie van bepaalde strategieën, regels of beleid. Deze persoon heeft volgens Meuser en Nagel (2002) ook uitzonderlijke toegang tot bepaalde informatie uit groepen (Meuser en Nagel, 2002). Bogner en Menz (2009) beschrijven een expert als een persoon die relevante informatie bezit zoals technische kennis, proces kennis en interpretatieve kennis (Flam en Kleres , 2015, p.91).

Analyse van de data en instrumenten

Om de experteninterviews goed te laten verlopen, gebruiken we verschillende instrumenten. Een eerste instrument is een laptop. Deze wordt gebruikt om het interview op te nemen. Hiernaast gebruiken we ook een informed consent om de respondenten op de hoogte te

brengen dat het interview wordt opgenomen en de ruwe informatie niet aan derden zal worden doorgegeven. Om het interview effectief uit te voeren, is het belangrijk dat er op voorhand topiclijsten worden opgesteld. Voor dit onderzoek is er nood aan verschillende topiclijsten per stakeholder (productiehuizen, omroepen, teledistributiebedrijven, overheidsincentives, beleidsmakers, enz.).

De analyse van de experteninterviews gebeurt op dezelfde manier als de documentenanalyse. We beschouwen de data van de interviews als een document. We analyseren de interviews aan de hand van een close reading en gebruiken hiervoor ook sensitizing concepts, die we vervolgens in een fiche plaatsen. We vergelijken de informatie met de documenten en de literatuurstudie (Donders, 2015).

Voor – en nadelen experteninterviews

Interviews en experteninterviews krijgen vaak als kritiek niet objectief te zijn. Om te zorgen voor waarheidsgetrouwe informatie zal de informatie van de respondenten getoetst worden aan de informatie die uit de documentenanalyse voortvloeit. Hiernaast proberen we ook de informatie die we krijgen te toetsen aan de verschillende antwoorden van de verschillende respondenten. De setting waarin het interview plaatsvindt, kan de data beïnvloeden. Vermits we werken met experts, die vaak een drukke agenda hebben, zullen we ons moeten aanpassen naar de wensen van de participanten.

Een ander nadeel dat soms wordt aangekaart bij dit soort onderzoek is de beperkte hoeveelheid data. Om dit te compenseren, passen we de multi-methode of de triangulatie toe. We toetsen de informatie aan de literatuurstudie, documentenanalyse en de interviews. Er is een kans dat de experts zich superieur gaan voelen tegenover de onderzoeker omdat ze veel kennis hebben en vaak een belangrijke functie.

Er zijn ook heel wat positieve punten aan experteninterviews. Dit onderzoek laat verschillende actoren aan bod komen. Hierdoor krijgen we een betere kijk op het onderwerp. We krijgen hierdoor geen zwart-wit verhalen. De informatie wordt bovendien dubbel gecheckt dankzij de gekoppelde documentenanalyse. Vaak zullen de experts ook niet dezelfde visies geven. Dit geeft dan een bredere kijk op de topic (Van Audenhove, 2012).

Opmerking

De ruwe data die voortkomt uit de experteninterviews, met name de audiobestanden en close readings (omdat deze niet geanonimiseerd zijn), zullen niet in de bijlagen opgenomen worden vanwege een contractuele verbintenis met de respondenten die stelt dat de ruwe informatie niet aan derden zal worden doorgegeven. Ruwe informatie kan alle tijden mits gegronde reden opgevraagd worden bij de auteur van deze masterproef, Liesbeth Delvax.

Sensitizing concepts

De concepten die we gebruiken in onze close reading worden opgesteld aan de hand van informatie die we reeds uit de literatuurstudie konden halen. Hiernaast is het belangrijk dat aan de hand van de informatie rond de concepten, we een antwoord kunnen bieden op de onderzoeksvragen. Per onderzoeksvraag definiëren we een hoofdconcept dat we opdelen in verschillende deelconcepten.

Het eerste hoofdconcept “*Reden van investering*” bestaat uit de deelconcepten: *strategie, investeringen Telenet/Proximus, preview-windows, Vrijwillige initiatieven, en STAP-programma, eigen belang, Telenet & De Vijver Media.*

Het tweede hoofdconcept “*Investeringsverplichting*” wordt opgedeeld in de volgende deelconcepten: *nood aan verplichting, keuze coproductie/Mediafonds, Rol Mediafonds, forfaitaire bijdrage, per abonnee, problemen Mediafonds en mankementen aan de verplichting.*

Het derde hoofdconcept “*rol van andere spelers*” wordt getoetst met de concepten *omroepen, reclame-inkomsten, OTT's en het VRM.*

Bij het vierde hoofdconcept “*welke producties?*” gingen we vooral kijken naar het concept: *Film/TV-reeks.*

Het vijfde hoofdconcept focust op de het comparatieve aspect met Frankrijk en de Franstalige Gemeenschap. Dit zijn ook ineens de twee deelconcepten.

Steekproefomschrijving

In onderzoek in verband met beleid, en meer bepaald beleid rond investeren in Vlaamse film en audiovisuele content, komen veel actoren aan bod. Vooraleer we onze selectiecriteria kunnen opstellen voor de documentenanalyse en de experteninterviews, moeten we een analyse maken van de stakeholders en actoren in dit verhaal. Vragen die we ons hier stellen zijn: *“Welke actoren spelen een relevante rol in deze kwestie?”*; *“Wie is allemaal betrokken?”*; *“Wie heeft invloed op besluitmaking rond audiovisuele content en film?”*, etc. Wie de belangrijkste actoren zijn, wordt sterk bepaald door de onderzoeksvraag en de probleemstelling (Thissen en Walker, 2013, p.85).

Stakeholderanalyse

Op welke manier zijn deze actoren betrokken bij het probleem? Dit kan op verschillende manieren zijn. De actoren kunnen beïnvloed worden door het probleem. Bijvoorbeeld: een productiehuis heeft niet genoeg geld om een bepaalde film te produceren. Er zijn ook andere actoren aanwezig in het verhaal die een invloed uitoefenen op de probleemsituatie. Een voorbeeld hiervan kan zijn: de minister van media beslist om een investeringsverplichting in te voeren voor telecombedrijven. Ook Freeman verdeelt stakeholders in de categorieën van beïnvloeden of beïnvloed worden. Chevalier en Buckles maken hiervan een grafische voorstelling. Zij plaatsen de stakeholders naargelang de mate waarin ze beïnvloeden, beïnvloed worden of beide in een soort regenboogdiagram. Hoe dichterbij de kern, hoe hoger de graad waarin ze beïnvloeden of beïnvloed worden (Reed, Graves, Dandy, et al., 2009, p.1934).

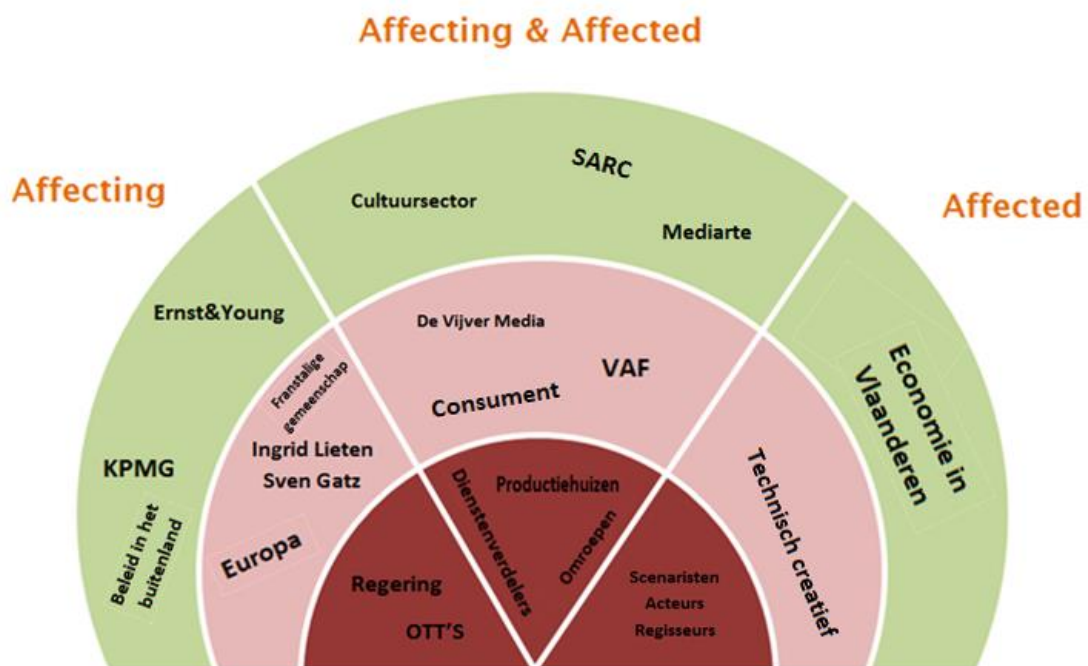
Regenboogdiagram

Het regenboogdiagram stelt de actoren grafisch voor. We ordenen de actoren nu grafisch volgens de graad waarin ze invloed uitoefenen, beïnvloed worden of beide. Wanneer een actor in het rode vak staat, is de invloed heel hoog, in het lichtrode vak is de invloed hoog en in het groene vak is de invloed lager. Aan de hand van de literatuurstudie kunnen we de stakeholders ordenen. Bedrijven zoals KPMG hebben tot op een zekere hoogte beleidsmatig iets te zeggen, maar de invloed hiervan is veel lager dan de invloed die de politiek heeft op het beleid. Met de politiek (regering) bedoelen we decreten, wetteksten, enz. Een minister heeft ook veel invloed als hij/zij bijvoorbeeld nieuwe ideeën voorstelt of zeer sterk achter een visie

staat. In dit onderzoek denken we meteen aan de minister van media en cultuur en de minister van telecommunicatie.

De cultuursector wordt dan wel weer beïnvloed door de beslissingen rond investering in film of audiovisuele content. Dit is echter maar één aspect van de cultuursector die hier invloed van ondervindt. Hierdoor staan zij in het groene gedeelte. Een actor die we vaak uit het oog verliezen, is de consument. Het is mede door de consument zijn/haar veranderend mediagebruik dat de rol van de distributeurs steeds groter wordt. Ook Europa en de OTT-spelers zoals Netflix beïnvloeden de lokale audiovisuele sector. Uit de literatuurstudie konden we afleiden dat dienstenverdelers zoals Telenet en Proximus zich via lokale content kunnen differentiëren van een OTT. Dit heeft te maken met de evolutie naar media beyond frontiers. Zowel de omroepen, productiehuisen als de dienstenverdelers worden beïnvloed en beïnvloeden het beleid.

Figuur 2: Regenboogdiagram



Dankzij de regenboogdiagram-mapping hebben we een beter beeld gekregen van de betrokken stakeholders. We zien duidelijk welke de belangrijke stakeholders zijn en welke actoren van minder belang zijn in dit verhaal. Dankzij de stakeholdermapping kunnen we de selectie van de steekproef nauwkeurig uitvoeren.

Steekproef documenten

Ook de selectie van de documenten die zullen geanalyseerd worden, gebeurde aan de hand van de stakeholdermapping. Uit de stakeholderanalyse (het regenboogdiagram) kunnen we verschillende actoren afleiden. Het is belangrijk dat documenten die de visies van deze actoren weerspiegelen, worden geselecteerd voor de data-analyse. Hiernaast is het ook belangrijk dat het officiële documenten zijn van de organisaties en de betrokken actoren. We kiezen voor verschillende soorten documenten om een goed beeld te krijgen van de situatie (Close reading documenten: zie bijlagen CD).

Steekproef experts

Het selecteren van de experts is één van de moeilijkste en belangrijkste aspecten van het researchdesign. Omdat het voor deze masterproef belangrijk is dat we de juiste personen spreken en de juiste informatie bekomen, werken we niet met een willekeurige steekproef, maar worden de respondenten op basis van enkele belangrijke criteria gekozen. Dit noemt men purposeful sampling. Op basis van de actorenanalyse die we eerder maakten, kunnen we nu de juiste personen selecteren per actor of organisatie. De experts moeten in eerste instantie geselecteerd worden op basis van hun positie in een organisatie die relevant is voor het onderzoek (Ali en Herzog, 2014, p.42). Een ander criterium dat belangrijk is in de keuze van wie wordt geïnterviewd, is de betrokkenheid van de persoon in het beleid en de wetten (Ali en Herzog, 2014, p.43). In dit onderzoek rond de investering in Vlaamse film en audiovisuele content door telecombedrijven spelen verschillende stakeholders een belangrijke rol. De selectie van de experts zal gebeuren op basis van de stakeholdermapping. We willen alle partijen vertegenwoordigen in de experteninterviews. Verschillende visies moeten geïntegreerd worden in het onderzoek. Ali (2014) gebruikt in zijn studie voor elite-interviews de sneeuwbalmethode. Deze methode zal in dit onderzoek ook gehanteerd worden. Volgens Ali en Herzog (2014, p.43) is deze methode handig om nieuwe personen in het veld te vinden. Het kan ook van pas komen voor ‘back-up-experts’ wanneer er iemand wegvalt. Het interview kan beëindigd worden met de vraag: “*Kent u nog iemand waarmee ik over deze topic zou kunnen spreken?*” (Ali en Herzog, 2014, p.43).

We hebben gekozen om van de verschillende stakeholders binnen het regenboogdiagram in de rode en lichtrode helften telkens iemand te interviewen. We probeerden ook om binnen één

organisatie minstens twee mensen te horen. Dit bevordert de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Tabel 1: Stakeholder Matrix

#	Groep	Stakeholder	Naam
1	Omroep	Medialaan (2)	<i>Katrien Lefever en Ben Appel</i>
2	Omroep	SBS Belgium	<i>Philippe Bonamie</i>
3	Omroep	Medialaan	<i>Jan Creuwels</i>
4	Omroep	VRT	<i>Anonieme bron</i>
5	Dienstenverdelers	Proximus	<i>Paty Colemont</i>
6	Dienstenverdelers	Proximus	<i>Stéphanie Röckmann</i>
7	Dienstenverdelers	Proximus	<i>Steven Tas</i>
8	Dienstenverdelers	Telenet	<i>Elke Van Soom</i>
9	Dienstenverdelers	Telenet	<i>Thomas Roukens</i>
10	Producenten	VOFTP	<i>Ellen Onkelinx</i>
11	Producenten	Eyeworks	<i>Peter Bouckaert</i>
12	Producenten	deMensen	<i>Jan Theys</i>
13	Producenten	Caviar	<i>Helen Perquy</i>
14	Producenten	Independent Films	<i>Marc Punt</i>
15	Beleid	Kabinet Ingrid Lieten (2)	<i>Debbie Esmans en Tom Sierens</i>
16	Beleid	Kabinet Sven Gatz	<i>Lieven Cobbaert</i>
17	Regulator	VRM	<i>Judith Leterme</i>
18	Overheidsincentives (VLA)	VAF (2)	<i>Marijke Vandebuerie en Pierre Drouot</i>
19	Overheidsincentives (WAL)	CCA	<i>Alexandra Krick</i>
20	Overheidsincentives (WAL)	CSA (2)	<i>Julien Jost en Sevara Irgacheva</i>

Besprekingen van de resultaten van de data-analyse

Dit is het laatste deel van het onderzoek, namelijk de bespreking van de resultaten van de data-analyse. We hebben zowel de experteninterviews als de documenten aan een grondige analyse onderworpen. Om de data te analyseren werd er van de documenten en de interviews een close reading gemaakt. Alvorens we de data analyseerden, werden er aan de hand van de literatuurstudie en de onderzoeksvragen enkele concepten gedefinieerd voor de close reading.

Conflicterende belangen

Uit de literatuurstudie leidden we reeds af dat het verhaal van de investeringen van distributeurs (omroepen, telecombedrijven en over-the-top-spelers) een verhaal is waarin verschillende actoren meespelen. We kunnen zes grote groepen onderscheiden: de producenten, de omroepen, de dienstenverdelers, de OTT's, het beleid en tot slot de overheidsincentives. Zowel uit de literatuurstudie als uit de analyse van de documenten en interviews kunnen we constateren dat de verschillende actoren conflicterende belangen hebben. Deze contrasterende belangen zorgen in sommige gevallen voor spanning en wrijving in de audiovisuele wereld. In de data-analyse focussen we op de houding van de verschillende actoren in België, en meer bepaald in Vlaanderen, omtrent de algemene standpunten rond de investeringen van dienstenverdelers in creatieve content, de investeringsverplichting die in 2014 werd ingevoerd en proberen we een antwoord te formuleren op de verschillende onderzoeksvragen. We proberen de verschillende standpunten, die oftewel gelijklopen oftewel contrasteren, duidelijk weer te geven in deze analyse.

Nood aan investeringen van dienstenverdelers

Om te beginnen kunnen we ons de vraag stellen: *“Vanwaar komt het idee dat dienstenverdelers zoals Proximus en Telenet bijdragen of moeten bijdragen aan lokale content?”* De rol van de dienstenverdelers is in de loop van de tijd veranderd. Hierdoor werd er steeds meer nagedacht over hun bijdrage aan originele lokale content. In de experteninterviews en documenten wordt de veranderde rol en het al dan niet belangrijk zijn van bijdragen aan de Vlaamse producties regelmatig aangehaald. We zien echter wel nuances in de meningen tegenover die veranderde rol. Een onafhankelijke producent zegt hierover: *“Telecombedrijven waren vroeger louter structurele bedrijven. Ze zorgden ervoor dat iedereen een kabel ter beschikking had waarlangs het signaal kon passeren. Inmiddels is die*

rol compleet veranderd” (PB, 31 maart 2016). Volgens de producent is dit één van de redenen waarom de bijdragen van de telecombedrijven zeer belangrijk zijn geworden. Tijdens de vergadering van de Commissie Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2012) zei Bart Caron (Groen!) het volgende: *“Ik vind het ook niet correct dat een distributeur zich inhoudelijk artistiek gaat bemoeien met (...). Ik pleit al langer voor een strikte scheiding tussen distributie en content”* (Comissie Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012).

Dat er nood was aan de investeringen van distributeurs zoals Telenet en Proximus in Vlaamse content vloeide voort uit het idee dat iedereen die een rol speelt in het verhaal van lokale content en hieruit ook inkomsten genereert, mee moet investeren in de sector. De gedelegeerd bestuurder van VOFTP zei hierover: *“De dienstenverdelers maakten reclame voor pakketten van telefonie, internet en televisie, en de Vlaamse lokale content werd als trekpleister gebruikt”* (EO, 20 april 2016).

We zien dus meer dan duidelijk dat door de veranderde rol en de evoluties in het medialandschap er dus gespeculeerd werd over de vraag of de dienstenverdelers mee moesten investeren in lokale content. Naast deze algemene vraag, namelijk of er nood was aan hun bijdrage, ontstond er in Vlaanderen ook het idee om de dienstenverdelers bij wet te verplichten om de Vlaamse audiovisuele markt te steunen. In Vlaanderen werd dit idee gevoed door het feit dat in de Franstalige Gemeenschap en in Frankrijk er reeds een verplichting voor deze spelers bestond. Verschillende partijen wisten dat dit in de Franstalige Gemeenschap bestond en volgens Tom Sierens (voormalig beleidsmedewerker Kabinet Lieten) en Debbie Esmans (voormalig Raadgever cultuur en media Kabinet Lieten) stond in 2009 het verplichten van de dienstenverdelers om te investeren in lokale content in verschillende partijprogramma's. Het idee was: *“Spelers die zelf baat hebben bij goede Vlaamse producties en die er geld mee verdienen, moesten ook bijdragen”* (TS, 2 mei 2016). Ook verschillende producenten bevestigden dit standpunt. Hierbij kwam nog het feit dat een bedrijf zoals Proximus wel investeerde in de Waalse – en Brusselse audiovisuele sector, maar niet in de Vlaamse audiovisuele sector. Dit creëerde een onevenwichtige situatie. *“Uiteindelijk is hierrond een akkoord gesloten tijdens de regeringsonderhandeling in de zomer van 2009”*(TS, 2 mei 2016). In 2014 werd het decreet ingevoerd en vanaf toen werden dienstenverdelers in Vlaanderen ook verplicht om een bijdrage te leveren aan lokale televisieproducties.

In de literatuurstudie werd door verschillende auteurs ook gewezen op het feit dat alle belanghebbenden van goede content mee moeten financieren. In een rapport van het Kroatische Audiovisuele Centrum werd deze motivatie ook aangehaald (Croatian Audiovisual Centre, 2016, p.5).

Een belangrijke vraag die we ons nu moeten stellen, is: *“Investeren de dienstenverdelers enkel en alleen omdat ze verplicht zijn om dit te doen of zouden ze zich ook vrijwillig engageren?”* De literatuurstudie gaf al eerder aan dat er vrijwillige investeringen gebeuren langs de kant van de dienstenverdelers.

Uit de analyse kunnen we stellen dat de verschillende actoren op deze vraag een ander zicht hebben. Voor een groot deel van de producenten was het echt nodig dat de dienstenverdelers verplicht werden om mee te investeren. Zo zegt een gesprekspartner hierover: *“Ik twijfel er sterk aan dat de dienstenverdelers zonder externe druk automatisch zouden geïnvesteerd hebben in lokale producties”* (JT, 29 maart 2016). Ook Helen Perquy sluit zich hierbij aan. Volgens haar was het absoluut noodzakelijk om een investeringsverplichting structureel op te leggen aan de dienstenverdelers. De dienstenverdelers hadden immers nooit vrijwillig geïnvesteerd, moesten ze niet verplicht zijn geweest.

Producent Marc Punt (Independent Films) denkt hier anders over. Volgens hem was de verplichting niet echt nodig geweest vermits lokale content voor de dienstenverdelers steeds belangrijker wordt. Ze hebben namelijk zelf belang bij goede content. Punt denkt dat indien er geen verplichting was gekomen, de dienstenverdelers het uiteindelijk wel vrijwillig zouden gedaan hebben. Ook bij het beleid is de mening iets meer genuanceerd: *“Ik weet niet of een verplichting echt nodig was geweest, want vanuit een marktoptiek hadden ze het volgens mij uiteindelijk sowieso gedaan. De investeringsverplichting geeft ons natuurlijk wel zekerheid”* (LC, 30 maart 2016). De bron bij de openbare omroep vindt dat er nood was aan een investeringsverplichting, maar twijfelt of dit initiatief alleen voldoende zal zijn. Bij Medialaan, het moederhuis van VTM, 2B, enz., werd aangegeven dat de nood aan financiering van de Vlaamse audiovisuele sector nodig was, maar zijn ze niet zeker of die financiering dan van de dienstenverdelers moest komen. *“Er was nood aan financiering, maar ik weet niet of die financiering van de dienstenverdelers moest komen”* (BA, 11 april 2016).

De mening van de dienstenverdelers zelf is unaniem. Zowel Telenet als Proximus zijn het erover eens dat een structurele verplichting niet nodig was. Beide partijen vinden dat de markt

zichzelf moet reguleren. Een respondent bij Proximus zei: *“Het is belangrijk dat de markt zichzelf reguleert”* (PC, 5 april 2016). De mening van de gesprekspartner bij Telenet sluit hierbij aan: *“In Vlaanderen zal er altijd Vlaamse fictie gemaakt worden. Je moet dit niet te veel willen reguleren”* (EVS, 16 maart 2016). Philippe Bonamie, CEO van SBS Belgium, geeft aan dat er nood was een investeringsverplichting om het uitgesteld kijken te compenseren. De verplichting zorgt voor een wettelijke verankering en dit geeft voor iedereen zekerheid volgens de CEO. *“De investeringsverplichting zorgt voor een wettelijke verankering en geeft voor iedereen zekerheid. Het zijn tenslotte commerciële bedrijven”* (PB, 14 april 2016). De mening van het Vlaams Audiovisueel Fonds sluit hier ook bij aan. De zakelijk leidster, Marijke Vandebuerie, van het Fonds vindt dat het nodig was omdat deze verplichting ook in Wallonië gold. Hiernaast haalt ze ook aan dat de rol van de dienstenverdelers helemaal veranderd is: *“Het businessmodel van deze bedrijven is ook helemaal veranderd”* (MVB, 25 maart 2016).

Uit de analyse kunnen we dus afleiden dat de meningen omtrent de nood aan een verplichting voor de dienstenverdelers een tweespalt vormen. Aan de ene kant zien we onder andere de producenten, het Vlaams Audiovisueel Fonds en enkele omroepen die zeggen dat er effectief nood was aan een verplichting. Aan de andere kant zien we actoren die een verplichting minder of helemaal niet nodig achtten. Uit beiden meningen kunnen we andere interessante invalshoeken afleiden. Het valt duidelijk op dat de actoren die vinden dat een verplichting minder of niet nodig was, regelmatig het feit aanhalen dat de dienstenverdelers na een tijd waarschijnlijk meer en meer vrijwillig zouden beginnen te investeren omdat ze hier zelf baat bij hebben. Vrijwillige initiatieven werden reeds kort besproken in de literatuurstudie. Eén van de deelvragen van dit onderzoek spitst zich toe op het feit of de dienstenverdelers participeren in lokale producties omdat ze er zelf beter van worden of enkel en alleen omdat het moet. Uit de literatuurstudie, documentenanalyse en experteninterviews konden we enkele concepten afleiden die een vorm van “eigenbelang” aangeven. Deze concepten zijn: previewrechten, eigen platformen (pakketten), abonnees (klanten), afzetmogelijkheden en de strategie (USP).

Na de literatuurstudie, documentanalyse en de interviews met de verschillende actoren kunnen we afleiden dat de twee grootste dienstenverdelers in Vlaanderen weldegelijk vrijwillig initiatieven nemen om te investeren in lokale producties. Uit de data-analyse leiden we echter meteen af dat er een groot verschil merkbaar is tussen beide bedrijven. De

telecombedrijven hebben elk een eigen strategie. In het volgende deeltje kijken we naar het aspect: “eigenbelang” en toetsen we de bovenstaande concepten per actor hieraan.

Telenet

Zowel in de parlementaire debatten, vergaderingen, enz. als in de experteninterviews komt Telenet als een zeer belangrijke speler naar voor. In de literatuurstudie werd er al eens ingegaan op het vrijwillige initiatief van het Mechelse kabelbedrijf, namelijk het STAP-initiatief. Volgens verschillende actoren profileerde Telenet zich hiermee als echt entertainmentbedrijf. In de Commissievergadering voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2012) stelde Wilfried Vandaele (N-VA) de vraag: “*Hoe verhoudt het initiatief van Telenet zich volgens u tot de intentie in het regeerakkoord om een investeringsplicht in te voeren?*” (Commissievergadering, 2012). STAP werd namelijk gelanceerd toen de onderhandelingen over een verplichting al aan de gang waren. Verscheidene gesprekspartners geven aan dat Telenet dit deed met de intentie om de verplichting af te houden.

Wanneer de focus tijdens de close readings gelegd wordt op de concepten die *eigenbelang* definiëren, zien we dat, als het gaat over het STAP-programma, het concept *previewrechten* veelvoudig in de experteninterviews opduikt. Hiernaast komen de concepten *abonnees (klanten)* en *platformen (pakketten)* ook veelvoudig voor. We zien ook dat de andere concepten regelmatig opduiken wanneer het gaat over het STAP-programma.

Telenet wou voor zijn investeringen previewrechten in return. Het STAP-programma heeft al veel films gesteund, al had Telenet voor ogen om met STAP ook te investeren in series, maar de omroepen waren in eerste instantie niet bereid om over het preview-window te praten. Telenet merkt wel dat de omroepen bijgedraaid zijn in hun standpunt. Telenet heeft binnen STAP ook geïnvesteerd in een eigen serie, *Chaussée d’Amour*. Volgens Telenet is de context van toen heel anders dan die van nu (TR. & EVS, 2016).

Onze gesprekspartner van de VRT ging ook in op de thematiek van de preview-windows: “*Wanneer een omroep 2 tot 3 miljoen euro investeert en de dienstenverdelers in kwestie investeert bijvoorbeeld 200.000 en ze willen hiervoor graag de eerste uitzendingsrechten ... Ja, dan is dat niet in verhouding*” (Bron VRT, 31 maart 2016). De gesprekspartners bij Mediaaan vertelden over hun ontzetting over het STAP-programma. Telenet probeerde namelijk op die manier previewrechten te bekomen, terwijl de omroepen het veelvoudig investeren van wat Telenet investeert via het STAP-programma in lokale content (BA. & KL.,

11 april 2016). De producenten rekenden volgens de Mediaaangesprekspartner op de steun van Telenet: *“Het probleem van STAP was dat de producenten daarop rekenden, hun productiebudget ging naar omhoog en ze gingen ervan uit dat wij hierin meegingen”* (KL, 11 april 2016).

Bij de leden van het VOTP komt omtrent de previewrechten dezelfde mening naar boven. Volgens hen is het ecosysteem aan het veranderen en er zijn er nieuwe exploitatie-windows bijgekomen. Echter hebben de omroepen momenteel conservatieve houdingen hiertegenover. Ze houden zich vast aan het idee dat de “eerste uitzending” via lineaire televisie moet gebeuren. Echter is het benutten van de nieuwe windows van fundamenteel belang om producties gefinancierd te krijgen. De omroepen trekken te veel rechten naar zich toe. Ze stellen zich te defensief op (JT., PB., EO. en HP., 2016).

De bevindingen die reeds gebeurden in de literatuurstudie worden bevestigd. Wanneer we kijken naar hoe Telenet zichzelf profileert, zien we dat ze naar eigen zeggen lokale content zeer belangrijk vinden. *“Het STAP-programma heeft iets meer geëxpliciteerd wat Telenet sowieso al deed en van plan was”* (EVS, 16 maart 2016). Omdat ze zelf vrijwillig al gekozen hadden om te investeren in lokale content, waren ze absoluut geen voorstander van de verplichting. Tijdens de interviews met de respondenten van Telenet werd benadrukt dat Vlaamse content van groot belang is voor het bedrijf, alsook een gezonde Vlaamse sector. Het bedrijf profileert zich als een entertainmentbedrijf. Telenet is ervan overtuigd dat je met content een band kan opbouwen met je klanten. Lokale content is een noodzaak voor hen, want de klanten vragen hiernaar. Lokale producties maken een deel uit van de strategie van Telenet. *“Snel internet is bij wijze van spreken bijna een evidentie geworden, iets waarmee Telenet zich in de toekomst minder kan onderscheiden”* (EVS, 16 maart 2016).

De respondenten linken ook de rol van Netflix aan de groeiende interesse van Telenet in lokale fictie. Sinds de opkomst van de OTT-spelers zoals Netflix wordt Vlaamse content steeds belangrijker voor de dienstenverdelers in Vlaanderen. Verschillende actoren wijzen erop dat Telenet zich met lokale creaties wil onderscheiden. Een gesprekspartner bij de VRT wees op de veranderde context: *“Momenteel is Netflix niet meer wat het was in 2012. De context van toen is heel anders. Telenet wil een alternatief zijn voor Netflix”* (VRT, 31 maart 2016). Telenet ziet volgens de respondent bij de VRT content als een driver voor zijn platform. Ook verschillende producenten delen deze mening. De dienstenverdelers investeren in lokale content omdat ze zich zo kunnen differentiëren van Netflix of andere buitenlandse

spelers. *“Telenet heeft het snel begrepen dat lokale content het verschil maakt, Proximus hecht meer belang aan het systeem”* (JT, 29 maart 2016).

Verder halen verschillende actoren aan dat Telenet de programma's weggespeeld krijgt. Telenet heeft een natuurlijke afzet. Ze hebben Play, Play More en dankzij de overname van de Vijver Media ook VIER. Bij Medialaan vinden ze dat Telenet duidelijk gekozen heeft om een eigen pakket aan te bieden aan hun abonnees. Marijke Vandebuerie vindt het ook niet onlogisch dat Telenet inzet op lokale producties: *“Ze kunnen hier veel kijkers mee halen”* (MVB, 25 maart 2016).

We zien dat de concepten in verband met *eigenbelang* en er zelf baat bij hebben door de verschillende actoren worden aangehaald. Telenet zelf geeft ook aan dat het stimuleren van lokale content met onder andere het STAP-programma een beredeneerde keuze is. We zien echter wel dat de belangen van de omroepen en die van de dienstenverdelers op sommige vlakken met elkaar in conflict treden. Zo blijkt uit de interviews dat beide partijen belang hechten aan de eerste uitzendingsrechten. Beide partijen hebben ook baat bij goede Vlaamse producties. Dankzij Vlaamse content kan men zijn eigen platformen onderscheiden van die van andere spelers. Dit komt duidelijk uit de interviews naar voor.

We kunnen dus algemeen besluiten dat Telenet een belangrijke speler is en dat ze hun rol van kabelbedrijf willen veranderen met originele inhoud. Dit zien we duidelijk in de strategie. Als we in de verschillende interviews en documenten ingaan op verschillende concepten, kunnen we vaststellen dat het bedrijf dit ook voornamelijk doet omdat het aansluit bij hun strategie en ze er zelf baat bij hebben. Zoals Ellen Onkelinx (VOFTP) zei: dienstenverdelers investeren in de Vlaamse content omdat ze hier zelf baat bij hebben. *“De dienstenverdelers investeren niet helemaal “freehearted”. Ze zouden het niet doen als ze merkten dat de Vlaamse kijker geen interesse heeft in lokale content. Het helpt hen om zich te onderscheiden in de markt en het werkt dus ook in hun voordeel”* (EO, 20 april 2016).

Proximus

In verband met de bijdrages aan lokale producties blijft Proximus wat meer op de achtergrond. Zowel in de gesprekken als in de documenten zien we dat het telecombedrijf er minder aan te pas komt. Ook in dit deel focussen we op de concepten die aansluiten bij het eigenbelang. Proximus hanteert duidelijk een hele andere strategie dan Telenet. Een gesprekspartner zei hierover: *“Je moet kijken naar de strategie van elke distributeur.*

Proximus is een distributeur die content aggregeert, zonder zelf te investeren. Ze zetten in op het perfecte netwerk” (VRT, 31 maart 2016).

Dit wordt ook door de verschillende respondenten van het bedrijf bevestigd. Uit deze interviews kunnen we afleiden dat Proximus in de eerste plaats een goed netwerk wil leveren. Ze vinden goede telefonie, de beste dekking en het snelste internet een prioriteit. Paty Colemont: *“Proximus heeft de kaart van content niet getrokken. Hier wordt er gekozen voor het snelste en beste netwerk” (PC, 5 april 2016).* In de interviews wordt ook aangehaald dat Telenet inderdaad een andere strategie hanteert. Telenet kan volgens Proximus veel meer doen met lokale content dankzij hun natuurlijke afzet (Play, Play More en VIER). De prioriteit van Proximus ligt niet bij Vlaamse content. Proximus heeft niet zoals Telenet de kaart van content getrokken.

Echter investeert het bedrijf wel al enkele jaren in lokale producties, maar vooral in film en dit via Tax Shelter. De data-analyse geeft aan dat de reden waarom Proximus hiervoor kiest hun video-on-demand-platform is. Met dit platform hebben ze meer baat bij goede films. Proximus vindt het belangrijk om Vlaamse films te steunen en ze willen ook tonen dat ze lokale producties belangrijk vinden. Het is daarom ook de bedoeling dat ze blijven inzetten op Tax Shelter. Film is strategisch gezien voor dit bedrijf interessanter.

Ook ten opzichte van Netflix staat Proximus anders. Steven Tas vindt dat lokale content inderdaad belangrijk is, maar volgens hem zijn mensen ook steeds meer geïnteresseerd in internationale content. Vandaar dat Proximus ook Netflix aanbiedt via zijn platform (ST, 22 april 2016).

Helen Perquy vindt het een spijtige zaak dat Proximus een passieve houding aanneemt als het aankomt op het steunen van de productiesector. Jan Theys bevestigt dit: *“Het is jammer wat er met Proximus gebeurd is. Als het van ons zou afhangen, zouden we nog meer samenwerken omdat die nieuwe windows zeer belangrijk zijn om alles gefinancierd te krijgen” (JT, 29 maart 2016).*

We kunnen dus stellen dat de ene actor, Telenet, een andere strategie heeft en dat Vlaamse content voor deze strategie belangrijk is. Ze hebben er dus alle belang bij dat er goede Vlaamse producties geproduceerd worden. De andere actor, Proximus, hecht minder belang aan het investeren in lokale content omdat, zowel aangeven door de Proximusgesprekspartners als andere actoren, het bedrijf minder inzet hierop en veel meer

inzet op hun core business en dit is duidelijk het beste netwerk uitbouwen. Proximus investeert in de Vlaamse televisieproducties duidelijk omdat het moet.

Investeringsverplichting Vlaanderen

In 2014 werd dan de investeringsverplichting ingevoerd. We kijken in dit onderdeel naar hoe de verschillende actoren hier tegenover staan. Hiermee zoomen we ook in op enkele details van de stimuleringsregel. De hoofdconcepten worden gedefinieerd aan de hand van de literatuur, interviews en documenten. De keuze tussen het storten in het Mediafonds of coproducties, de rol van het Mediafonds, de rol van OTT's en de investeringsverplichting in de Franstalige Gemeenschap.

Uit de data-analyse blijkt dat we de actoren in twee grote groepen kunnen opdelen. Aan de ene kant hebben we de groep die vindt dat het een goede zaak is dat de dienstenverdelers de keuze krijgen om enerzijds te storten in het Mediafonds en anderzijds zich te engageren in coproducties. Aan de andere kant zien we de groep die liever had gezien dat het geld naar het Mediafonds zou gaan en er geen keuzemogelijkheid bestond. Door het “non bis in idem beginsel” was het niet mogelijk om de dienstenverdelers te verplichten om te investeren in het Mediafonds. Er moest een keuze gelaten worden (LC, 30 maart 2016).

De actoren die het geld liever naar het Mediafonds zien vloeien, zijn het ook grotendeels eens over het structurele financieringsprobleem van het Fonds en vinden de rol die het Mediafonds bekleedt zeer belangrijk.

De twee grote omroepen, VTM en de openbare omroep, hadden liever gezien dat het Mediafonds kon beslissen over de producties. We zien dat de mening van SBS Belgium hier recht tegenover staat. De VRT-gesprekspartner vond dat het decreet beter geformuleerd was geweest in de vorm van een tax. Hierbij zouden de dienstenverdelers een som geld betalen en geen rechten in return krijgen. Volgens SBS is het een goede zaak dat de dienstenverdelers de keuze krijgen om te investeren in het Mediafonds of via coproducties. Het Mediafonds heeft nog voldoende budget om te investeren in andere soorten programma's (PB, 14 april 2016).

Tussen de meeste producenten bestaat er eensgezindheid over het feit dat de keuze een spijtig gegeven is. Vermits zowel Telenet als Proximus nu gebruik maken van de keuze voor coproducties, kampt het Mediafonds volgens hen met een structureel financieringsprobleem. Volgens de producenten is dit geen goede zaak want het Mediafonds had een belangrijke

doelstelling, namelijk de lat hoger leggen (EO. & PB. & JT., 2016). Marc Punts mening staat hier lijnrecht tegenover. Hij vindt het noodzakelijk dat de dienstenverdelers de keuze krijgen om de som te storten via het Mediafonds of zelf te investeren in coproducties. Wanneer het geld verplicht naar het VAF zou gaan, legt men alle macht bij deze instantie. Nu kunnen dienstenverdelers zelf beslissen wat er gebeurt met het geld (MP, 19 april 2016).

De respondent bij het Vlaams Audiovisueel Fonds benadrukt wel dat het in eerste instantie belangrijk is dat ze verplicht moeten bijdragen. Dit zorgt ervoor dat er sowieso middelen naar de sector gaan. Proximus investeerde in de Franstalige Gemeenschap ook via de coproducties en deden dit in Vlaanderen ook meteen op deze manier (MVB, 25 maart 2016). Telenet besliste echter dit jaar om van strategie te veranderen. Zij stortten namelijk voordien hun bijdrage in het Mediafonds. Marijke Vandebuerie (VAF) benadrukt de grote omvang van de bijdrage van Telenet: *“De bijdrage van Telenet bedroeg ongeveer 2,8 miljoen euro”* (MVB, 25 maart 2016).

Bij de dienstenverdelers klinken de stemmen unisono over de reden waarom ze nu opteren voor coproducties. Telenet en Proximus investeren liever via coproducties omdat ze op deze manier een band kunnen creëren met de sector en de producenten. Thomas Roukens en Elke Van Soom van Telenet zeggen dat het invullen van de investeringsverplichting via coproducties een betere band schept met de producenten. Het Mediafonds fungeert volgens hen meer als een blackbox-concept, terwijl coproducties meer effect creëren. Dit is ook de reden waarom er gekozen werd voor coproducties. De motivatie van Proximus sluit hier helemaal bij aan. Zo zegt Vicky Giannakis (Proximus) over de coproducties het volgende: *“Wanneer we in het Mediafonds storten, hebben we geen zicht op het eindresultaat”* (VG, 22 april 2016). Stéphanie Röckmann (Proximus): *“Via coproductie kunnen we onze sterke banden met de sector onderhouden”* (SR, 13 april 2016). De dienstenverdelers vinden het dus goed dat er een keuze gelaten werd.

Telenet geeft aan dat het naar hun producten toe het niet uitmaakt hoe ze het geld van de investeringsverplichting investeren, maar sommige partijen denken hier anders over. Zo merkt een gesprekspartner op dat de coproductie van Telenet kan leiden tot autofinanciering. *“Nu Telenet kiest voor coproducties is er een reëel gevaar dat het gaat dienen voor autofinanciering van hun eigen omroep”* (PB, 31 maart 2016). Bij de concurrentie denken ze hier ook zo over. Stéphanie Röckmann van Proximus: *“Telenet kan dankzij de*

stimuleringsregel in het eigen dochterbedrijf (De Vijver Media) investeren. Dit moet opnieuw bekeken worden” (SR, 13 april 2016).

Omdat voor Proximus film interessanter is, kan gesteld worden dat het kiezen voor coproducties voor dit bedrijf geen strategie vormt. Via de investeringsverplichting is het namelijk onmogelijk om in film te investeren. Bij Proximus wordt dit ook aangehaald als een spijtige zaak.

Tijdens de plenaire vergadering bleek dat verschillende politici ook liever zouden zien dat het geld terugvloeit naar het Mediafonds. We zien dat verschillende actoren niet inzien waarom het een probleem zou zijn dat het geld niet langs het Mediafonds vloeit. Ook Karin Brouwers deelt deze mening en zei tijdens de plenaire vergadering (3 februari 2016): *“Er blijft evenveel geld omgaan in de sector. (...) Ik zie het probleem dus niet. Ik zie niet in waarom er een verminderde kwaliteit zou zijn of iets dergelijks”* (Plenaire vergadering, 3 februari 2016). Ook is het belangrijk dat minister van Media Sven Gatz vindt dat er niet direct een probleem zichtbaar is: *“Wat voor mij telt is dat er in deze budgettaire niet evidente tijden niet minder, maar meer middelen gaan naar goede programma’s”* (Plenaire vergadering, 3 februari 2016). Sven Gatz haalt ook aan dat deze beslissing zorgt voor minder sturingskracht van het Mediafonds, maar hij vermeldt hierbij dat hij minder gelooft in structuren, ook al is het Mediafonds zeer belangrijk (Plenaire vergadering, 3 februari 2016). Een andere sterke mening komt van Marc Punt: *“Ik zou de verplichting liever verder verwijderd zien van het Vlaams Audiovisueel Fonds”* (MP, 19 april 2016).

Globaal is het duidelijk dat de leden van het VOFTP, Medialaan, VRT en het Vlaams Audiovisueel Fonds vinden dat er nu een structureel probleem is binnen het Mediafonds zelf. Een producent stelt zich nu de vraag: *“Kan het Mediafonds met zijn huidige budget nog steeds die lat hoger blijven leggen?”* (PB, 31 maart 2016). Het Mediafonds steunt ook projecten die internationaal een grote kans maken. De coproducties die gekozen worden door de dienstenverdelers zijn vaak andere soort projecten dan het Mediafonds zou kiezen. *“De feiten bewijzen het. Het geld gaat nu naar reeksen die minder geïsoleerd werden door de problematiek en door de oogmerken van het Mediafonds. Dat is zeer jammer”* (JT, 29 maart 2016).

De voormalige kabinetsmedewerkers van Ingrid Lieten geven aan dat het wel voornamelijk de bedoeling was dat de investeringsverplichting het Mediafonds zou spijzen. Dit is nu duidelijk niet meer het geval.

Een ander aspect dat zowel in de literatuurstudie als in de data naar voor kwam, is de rol van OTT's. Uit de literatuurstudie konden we afleiden dat er veel wordt gediscussieerd over de rol van de deze spelers. We zagen dat onder andere André Lange dit aanhaalde. Volgens Lange zouden de niet-investerende OTT's de markt uit evenwicht brengen (Screen international, 2015, p.4). In Frankrijk, Spanje, enz. zouden ze graag zien dat deze ook verplicht worden.

Een vraag die rijst in vele landen, maar ook in Vlaanderen, is: *“Moeten de OTT's, net zoals de dienstenverdelers, verplicht worden om bij te dragen aan de lokale content?”* Uit de close readings van de experteninterviews kunnen we concluderen dat de meningen hierover verdeeld zijn. Het is namelijk zo dat het voor sommige actoren nefast zou zijn voor hun business indien Netflix zou moeten investeren in die lokale content. Uit de analyse blijkt dat Netflix op deze manier concurrent wordt van sommige stakeholders in dit verhaal. We kijken even naar de verschillende standpunten omtrent de investeringen van bedrijven zoals Netflix, Amazon, enz.

Wat meteen opviel tijdens de analyse was dat zowel in de groep van de dienstenverdelers als in groep van de omroepen onenigheid bestaat over het al dan niet verplichten van OTT's om te investeren in Vlaamse content. De meningen van Proximus en Telenet staan lijnrecht tegenover elkaar. Bij Proximus vinden ze het belangrijk dat spelers zoals Netflix ook mee moeten investeren. Iedereen moet over dezelfde kam geschoren worden, terwijl Thomas Roukens van Telenet aangaf: *“Het is niet nodig dat OTT's zoals Netflix ook verplicht worden om te investeren in lokale content”* (TR, 1 april 2016). Zoals eerder vermeld, gaven verschillende actoren aan dat Telenet zich met lokale content graag wil differentiëren van Netflix of andere buitenlandse spelers. Hiernaast zagen we ook dat Proximus Netflix aanbiedt op zijn platform, terwijl dit bij Telenet niet het geval is.

Ook bij de omroepen is de mening verdeeld, wat opvallend is. Bij de VRT werd aangegeven dat het volgens hen fair zou zijn dat een OTT-speler ook moet bijdragen. De respondent stelde zich wel de vraag: *“Hoe kunnen we die regelgeving rondkrijgen?”* (Bron VRT, 31 maart 2016). Philippe Bonamie van SBS Belgium vond ook dat OTT's moeten investeren in lokale content. Indien ze verplicht worden, mogen zij ook de keuze krijgen om te investeren via coproducties (PB, 14 april 2016). De meningen van deze omroepen staan sterk in contrast met de mening die de Mediaaangesprekspartners hebben over dit thema. Een gesprekspartner zei hierover: *“Voor ons is er geen nood om Netflix te onderwerpen aan de investeringsverplichting. Indien we Netflix verplichten om te investeren in Vlaamse content,*

en zij zouden hier nadien rechten mee kunnen verwerven, verplichten we hen om onze concurrent te worden” (BA, 11 april 2016).

De opzet van de bedrijven of actoren in kwestie bepaalt zeer sterk de mening over de investeringen die OTT-spelers of dienstenverdelers moeten doen.

In verschillende landen, waaronder ook in Franstalige België, werden dienstenverdelers of teledistributiebedrijven al langer verplicht om mee te investeren in producties van eigen bodem. In verschillende documenten van de analyse, interviews, enz. wordt de situatie in Vlaanderen gelinkt aan die in de Franstalige Gemeenschap. Onder andere bij de opzet van de wetgeving, in de memorie van toelichting staat dat er inspiratie is gehaald uit wetgeving die al langer van kracht was in het andere landsdeel (Vlaams Parlement, 2013, p. 3). Er zijn actoren die tijdens de interviews ook verwijzen naar deze regelgeving. De analyse van de documenten en de informatie van de literatuurstudie duiden weldegelijk op gelijkenissen in de regelgeving. Ook wordt in de documenten de vergelijking met Frankrijk aangehaald. Is de referentie die wordt gemaakt naar vooral de Franstalige Gemeenschap en soms Frankrijk wel een gegronde vergelijking? In de literatuurstudie werd door D’Haenens en Saeys (2007) aangegeven dat in Vlaanderen lokale fictie veel meer geliefd is, dan lokale fictie in de Franstalige Gemeenschap. In Vlaanderen wordt voornamelijk naar onze eigen zenders gekeken terwijl in Wallonië en Brussel veel gekeken wordt naar Franse TV (D’Haenens, L. en Saeys, F., 2007, p.124). Elke Van Soom (Telenet) zei het volgende: *“Wallonië is een schoolvoorbeeld van een striktere regelgeving die niet automatisch betere content met zich meebrengt”* (EVS, 16 maart 2016). Er kan gesteld worden dat de vergelijking dus beter genuanceerd wordt omdat het gaat over een ander audiovisueel medialandschap.

Om een beter zicht te krijgen op de verschillen in regelgeving en verschillen in het ecosysteem van de Franstalige markt, spraken we met onder andere Alexandra Krick van het Centre du Cinéma et de l’Audiovisuel, Julien Jost en Sevara Irgacheva van het Conseil Supérieur de l’Audiovisuel. Wat meteen opvalt, is dat de regel in de Franstalige Gemeenschap veel uitgebreider is dan die van Vlaanderen. Alexandra Krick: *“Hier geldt de verplichting voor zowel de televisieomroepen als voor de distributeurs”* (21 maart 2016). Uit de literatuurstudie leiden we af dat in Frankrijk ook meer actoren vallen onder de investeringsverplichting, namelijk de televisiezenders, telecombedrijven, bioscoopuitbaters, enz. Een tweede opvallend verschil dat reeds meerdere keren werd aangehaald door onder

andere de Proximusgesprekspartners is dat de investeringsverplichting in Wallonië en Brussel ook geldt voor filmproducties.

In de experteninterviews werd er gepolst naar de nood om meerdere mediaspelers te verplichten om mee te investeren in lokale content. Hierover waren de gesprekspartners het eens dat daar in Vlaanderen geen nood aan is omdat de andere spelers sowieso vrijwillig investeren. Alexandra Krick (CCA) gaf aan dat initiatieven zoals die van Telenet in Vlaanderen nooit zouden plaatsvinden op de Franstalige markt. Tijdens de gesprekken met CCA en CSA was het zeer duidelijk dat op deze markt de dienstenverdelers weinig tot geen interesse hebben om vrijwillig te investeren in lokale content. We kunnen stellen dat dit een opmerkelijk verschil is met de situatie in Vlaanderen.

Marijke Vandebuerie (VAF) wees op een ander groot verschil met de het decreet in Vlaanderen. Zo moeten de dienstenverdelers in Franstalig België maar liefst 2,48 euro per abonnee bijdragen in de plaats van 1,32 euro per abonnee zoals in Vlaanderen. Oneerlijk vinden de meeste producenten. Ze vinden dit niet kunnen, het bedrag zou gelijkgesteld moeten worden. Niet iedereen is het hier echter mee eens. Het is volgens SBS niet meteen een goed idee om de verplichting te verhogen in Vlaanderen aangezien deze kost dan hoogstwaarschijnlijk wordt doorgerekend op de factuur van de consument. Een andere respondent merkte dan weer op dat de Franstalige markt kleiner is dan die van Vlaanderen. Bij Proximus vinden ze het logisch dat in Wallonië de som hoger ligt want daar kan er onderhandeld worden en krijgt men rechten in return, terwijl dit in Vlaanderen niet het geval is. De verplichting in Vlaanderen voelt meer aan als een belasting volgens verschillende respondenten bij Proximus.

Verder bevestigden verschillende gesprekspartners dat de regelgeving in Vlaanderen veel strikter is en meer gereguleerd. Zowel Alexandra Krick als Tom Sierens gaven dit aan. Het was volgens de gesprekspartners van het Kabinet van Lieten de bedoeling dat er zware kwaliteitsvereisten in kwamen. Verschillende gesprekspartners lieten blijken dat de investeringen in het Mediafonds voordeliger zijn dan coproducties. Hier kunnen, mits een extra bijdrage, rechten op worden bekomen. Dit kan bij coproducties niet.

In Vlaanderen worden de coproducties door het VRM ontvankelijk verklaard of niet. In de Franstalige Gemeenschap ligt deze taak bij het CCA. Het CSA houdt zich vooral bezig met het ontvangen van de cijfers over het aantal abonnees, inkomsten, enz. Tijdens de experteninterviews zagen we dat de meningen van de experts unaniem waren over de rol

van het VRM. Een onafhankelijke en neutrale instantie die toezicht houdt, is volgens de experts een goede zaak.

Conclusie onderzoeksbevindingen

De onderzoeksresultaten werden per onderdeel aan de hand van de onderzoeksvragen besproken. Het verhaal over het belang van de bijdragen die dienstenverdelers leveren aan audiovisuele producties zoals Vlaamse televisie – en filmproducties is geen zwart-wit verhaal. Veel verschillende actoren hebben baat bij goede content. Uit de analyse blijkt ook dat binnen dezelfde groepen, namelijk omroepen, dienstenverdelers, enz. ook niet altijd dezelfde mening naar boven kwam. De verschillende stakeholders hebben andere belangen. De belangen van de openbare omroep zijn anders dan die van Medialaan en SBS Belgium. De opzet van de bedrijven is vaak ook anders. Telenet en Proximus hebben ook verschillende belangen ten opzichte van hun business en strategie. Hiernaast zien we dat één groep zo goed als gelijkstemmig is, namelijk de leden van het VOFTP. Zij staan achter het feit dat er nood is aan de financiering van de dienstenverdelers.

Uit de analyse komt ook naar boven dat de nieuwe windows, die vaak beheerd worden door dienstenverdelers, een groot heikel punt zijn. Een belangrijke discussie die er heerst, is die van wie het eerste uitzendingsrecht krijgt. Dit speelt duidelijker meer mee bij Telenet dan bij Proximus. Dit valt natuurlijk weer te verklaren met de opzet van het bedrijf. Doordat spelers zoals Telenet previewrechten willen bekomen, komen ze steeds meer op het domein van de omroepen. Dit zien we zowel in de literatuurstudie als in de interviews nog steeds voor een hoeveelheid spanning zorgen. Dit alles slaat terug op wat we in de literatuurstudie een paar keer aangaven als verandering van het audiovisuele ecosysteem.

Hiernaast zien we dat in zowel de literatuurstudie als in de data-analyse steeds meer aandacht gaat naar distributeurs zoals Netflix. Hierbij zien we ook dat sommige bedrijven in Vlaanderen zich hier graag van willen differentiëren en Vlaamse content is daarvoor een ideaal middel.

Een laatste onderzoeksbevinding is dat de situatie in Vlaanderen helemaal anders is dan die in Franstalig België. Zowel de omroepen als de dienstenverdelers hechten hier veel minder belang aan Franstalige originele content. Dit staat in scherp contrast met de Vlaamse markt.

Discussie

In dit voorlaatste onderdeel kijken we even naar de nieuwste ontwikkelingen die zich voordeden tijdens de laatste week van het onderzoek. Vermits we deze informatie niet hadden tijdens het verzamelen van de data en het schrijven van de literatuurstudie, plaatsen we dit in het onderdeel discussie.

“Eigen kweek” eerst

In de eindfase van dit onderzoek kwam het nieuws dat video-on-demand voortaan zal vallen onder de Europese mediaregels. Omdat dit een zeer belangrijke wending is, moet er zeker op deze piste worden ingegaan. Dit geeft nog maar eens aan hoe dynamisch het audiovisuele ecosysteem is. De Europese Commissie past verschillende regels aan door de opkomst van video-on-demand diensten en platformen zoals Netflix (De Tijd, 2016, p.4).

Zoals we eerder in dit onderzoek zagen, zowel in de literatuurstudie als in de interviews, werd er al langer nagedacht over de rol van streamingsdiensten zoals Netflix, Amazon, enz. in de lokale producties. De OTT's zullen 20% Europese programma's moeten brengen en de verschillende lidstaten kunnen dankzij deze nieuwe regelgeving Netflix dwingen om te investeren in producties van eigen bodem. Lineaire televisieomroepen hebben hogere quota die ze moeten halen op vlak van Europese producties (Deckmyn, D., 2016, p.2).

Karen Donders (26 mei 2016) zegt hierover het volgende: *“Dit is een toegeving aan Frankrijk, dat hier sterk op aandrong, en aan de Europese productiesector”* (Deckmyn, D., 2016, p.2). We moeten de regel echter wel een beetje relativiseren, want het gaat nog steeds om een VOD-platform. Het is niet duidelijk hoeveel van die 20% geconsumeerd zal worden door de kijkers. In de literatuurstudie zagen we reeds dat in enkele landen zoals Frankrijk, Kroatië, Vlaanderen, enz. verschillende mediaspelers verplicht werden om mee te investeren (Deckmyn, D., 2016, p.2)

Deckmyn (2016) haalt in zijn artikel ook aan dat Vlaanderen één van de weinige Europese regio's is, samen met Frankrijk waar een dergelijke verplichting geldt. Karen Donders zegt het volgende over de rol van Netflix binnen de investeringsverplichting: *“Het zou billijk zijn ook van Netflix zo een investering te eisen, maar het is niet evident om die maatregel af te dwingen”* (Deckmyn, D., 2016, p.2). Echter wordt hier een probleem aangehaald dat we reeds in de literatuurstudie en onderzoeksbevindingen besproken hebben. We zagen in de

literatuurstudie namelijk dat in de Franstalige Gemeenschap men RTL niet kan verplichten om te investeren omdat ze in Luxemburg gevestigd zijn. Ditzelfde probleem komt ook naar voor bij Netflix en andere streamingsdiensten. Ook in dit artikel wordt deze problematiek belicht (Deckmyn, 2016, p.2).

De vorige AVMSD-richtlijn wordt aangepast door de Europese Commissie. *“Nowadays viewers do not only watch video content via their TV channels but also increasingly via video-on-demand services (such as Netflix and MUBI) and video sharing platforms (such as YouTube and Dailymotion)”* (Europese Commissie, 25 mei 2016). Dit fenomeen zorgt ervoor dat er nood was aan een bijsturing van de AVMSD-richtlijn.

Deze maand nog kwam de reeks “Marseille” uit die werd gemaakt door Netflix. Dit is de eerste lokale Franse reeks van de streamingdienst (Williams, C., 2016). Netflix is minder blij met deze regelgeving en ze reageerden: *“Our investment in European programming, including Netflix original titles created in Europe, is growing. We appreciate the Commission's objective to have European production flourish, however the proposed measures won't actually achieve that”* (Williams, C., 2016).

Algemeen besluit

Jarenlang waren de lineaire omroepen in Vlaanderen de hoofdfinancieringsbron van audiovisuele producties. Door de veranderingen in het audiovisuele ecosysteem komt deze positie onder druk te staan door mediaspelers die al lang in het medialandschap aanwezig zijn, maar waarvan de rol meer en meer begint te veranderen. Uit de literatuurstudie en de analyse van de data blijkt zelfs dat de rol van deze spelers, dienstenverdelers, in sommige gevallen steeds meer begint over te hellen naar het domein van de lineaire omroepen. Verschillende landen integreerden al zeer snel een verplichting die alle belanghebbenden ertoe verplicht om bij te dragen aan nationale producties. In vergelijking met Frankrijk en de Franstalige Gemeenschap zijn de investeringen in lokale producties van dienstenverdelers in Vlaanderen zeer recent. Rond 2009 begon men hier meer en meer over na te denken. Dat de dienstenverdelers effectief actief begonnen te investeren in Vlaamse film – en televisieproducties is in 2012 pas echt in gang gezet. Hierbij kwam ook de discussie naar boven over previewrechten. Dat het medialandschap zeer snel evolueert, zien we ook aan de opkomst van de streamingsdiensten zoals Hulu, Netflix, enz. Omdat in verschillende landen, en ondertussen ook in Vlaanderen, de lokale aanbieders van audiovisuele content en de dienstenverdelers verplicht werden om een bijdrage te leveren, kwam de rol van deze nieuwe diensten ook in opspraak. Dit is een belangrijk gegeven dat niet uit het oog mag verloren worden. De opkomst van deze diensten hebben duidelijk een invloed op de nood aan Vlaamse content voor sommige dienstenverdelers en zelfs omroepen. Ze beïnvloeden de keuzes van verschillende belangrijke actoren in het audiovisuele medialandschap.

Wat de rol nu specifiek is van de dienstenverdelers in Vlaanderen beantwoorden we aan de hand van de drie hoofdonderzoeksvragen. De eerste hoofdonderzoeksvraag luidt: ***“Waarom investeren dienstenverdelers in Vlaamse lokale audiovisuele producties en op welke manier investeren ze?”*** Deze vraag is opgedeeld in verschillende deelvragen om een volledig antwoord te kunnen formuleren. In het onderzoek werd gefocust op de beweegredenen van sommige dienstenverdelers om te investeren in Vlaamse producties. *“Investeren dienstenverdelers vrijwillig of puur omdat ze verplicht waren?”* en *“Hebben de dienstenverdelers een hart voor lokale producties of hebben ze er zelf baat bij om te investeren in lokale content?”* Uit de analyse vloeit voort dat baat hebben bij het investeren in dit soort producties samenhangt met de eigen strategie van de dienstenverdelers. Proximus heeft geen eigen platform voor televisieproducties en is hierin dus zo goed als niet

geïnteresseerd. Proximus investeert in dit soort producties veelal omdat ze verplicht zijn dit te doen. Het bedrijf heeft wel een afzetplatform voor filmproducties en investeert hierdoor op vrijwillige basis in deze producties via Tax Shelter. Hiernaast zien we dat de andere grote distributeur Telenet vrijwillig initiatief neemt om te investeren in zowel Vlaamse film als televisiereeksen. Uit de analyse blijkt dat zij deze content kunnen gebruiken voor hun eigen platformen plus verschillende actoren halen ook de band met De Vijver Media aan. Ook de invloed die streamingsdiensten, OTT-spelers, hebben op deze dienstenverdelers speelt volgens de data-analyse een grote rol. Omdat Telenet inzet op content en hiervoor de platformen bezit, vormen OTT-spelers een grotere bedreiging voor dit bedrijf dan voor Proximus.

Algemeen kan er gesteld worden dat bepaalde geesten ver genoeg zijn om vrijwillig te investeren in de sector, voornamelijk omdat het voor hun eigen business belangrijk is. Andere bedrijven blijven investeren omdat het moet.

De deelvraag of ze er baat bij hebben hangt plots sterk samen met de vraag: *“Op welke manieren investeren ze in lokale producties en in welke producties investeren ze?”* De manier waarop ze investeren, namelijk via Tax Shelter, vrijwillige initiatieven, passief, actief, enz. en in welke producties hangt samen met de strategie van het bedrijf. In de conceptdefiniëring werd de strategie gelinkt aan “baat hebben bij”. In welke producties ze investeren, wordt al deels beantwoord door de voorgaande vraag. Proximus investeert vrijwillig alleen in filmproducties en enkel omdat het moet investeren ze via de investeringsverplichting in televisieproducties. Telenet kiest voor zijn vrijwillige investeringen zowel voor televisie – als filmcreaties. Hierbij zien we ook dat Telenet een eigen initiatief op poten zet, terwijl Proximus investeert via Tax Shelter. Telenet is duidelijker actiever op zoek naar het investeren in lokale content. Proximus kiest er dan weer voor om op een passievere manier de sector te steunen. Of de dienstenverdelers nu enkel kiezen voor zeer commerciële producties valt in het midden te laten. Enkele coproducties projecten die gekozen werden door de dienstenverdelers waren ook bij het Mediafonds geliefd. Proximus koos met de coproductie Tytgat Chocolat (Één) voor een toch zeer aparte reeks.

“Op welke manieren worden dienstenverdelers in verschillende landen verplicht te investeren in lokale producties?” Het antwoord op deze vraag vinden we vooral bij de literatuurstudie. In verschillende landen worden de televisiedistributeurs verplicht om een bijdrage te leveren. Dit gebeurt echter op verschillende manieren. Eén manier is de distributeurs verplichten om een bijdrage te storten in een fonds. Ze halen hier zelf geen voordelen uit en kunnen niet

kiezen naar waar het geld gaat. Dit soort van verplichting vinden we in Frankrijk terug. Hier storten de televisiedistributeurs een jaarlijkse som geld aan het CNC. Een tweede mogelijkheid is de manier waarop er in de Franstalige Gemeenschap gewerkt wordt. Hier zien we dat de dienstenverdelers de keuze krijgen om te investeren in oftewel coproducties of in een fonds (CCA). Hier zien we ook dat de dienstenverdelers rechten kunnen verweven op deze investeringen. Een derde mogelijkheid die we zien, is de investeringsverplichting zoals die in Vlaanderen is. Dit is de enige regio waar de regeling op deze manier uitgevoerd wordt. In Vlaanderen geldt hetzelfde principe als in de Franstalige Gemeenschap. Ook hier wordt een keuze gelaten, maar de dienstenverdelers kunnen met de investering geen rechten verwerven. In sommige landen wordt de bijdrage die ze moeten leveren berekend op het aantal abonnees dat de distributeur heeft. In veel gevallen wordt het ook berekend op de jaaromzet van het bedrijf. Men stelt dan een percentage op dat berekend wordt op de totale jaarlijkse inkomsten.

De tweede hoofdonderzoeksvraag gaat zich focussen op de investeringsverplichting die in Vlaanderen is ingevoerd: *“Hoe kijken de verschillende actoren naar de investeringsverplichting die in 2014 werd ingevoerd?”* Op deze vraag is een eenduidig antwoord niet mogelijk. In de analyse werd nog duidelijker hoe genuanceerd de meningen hierrond zijn. Algemeen zien we dat de meeste producenten erachter stonden dat de investeringen verplicht werden en daarbovenop ook liever hadden gezien dat de investeringen rechtstreeks naar het Mediafonds zouden vloeien. Bij de omroepen zijn de meningen iets meer verdeeld, maar zowel Mediaaan als VRT zag deze investeringsverplichting net zoals de producenten liever doorvloeien naar het Mediafonds. Er zijn ook spelers die niet meteen inzien waarom deze investeringen enkel naar het Mediafonds zouden moeten stromen. Zij zijn voornamelijk van mening dat het geld aanwezig is in de sector en dit vooral belangrijk is. Hiernaast plaatsen we dan de dienstenverdelers wiens mening unaniem is. Voor hen was de investeringsverplichting helemaal niet nodig.

Verder is er nog de laatste vraag die gesteld zou kunnen worden, namelijk de vraag die het geheel van de rol van de dienstenverdelers op een metaniveau bekijkt. Wanneer we een antwoord hebben op de vorige vragen, koppelen we terug naar het politiek-economische aspect en stellen ons de vraag: *“Zijn deze investeringen van de dienstenverdelers nu een goede of een slechte zaak voor het Vlaamse audiovisuele ecosysteem en waarom?”*

Het antwoord hierop is dubbel. De investeringen van de dienstenverdelers zijn een goede zaak omdat ze aan één kant nieuwe hefbomen creëren en extra middelen ter beschikking stellen

voor de Vlaamse producties. Dit is zeer belangrijk want lokale televisie – en filmproducties zijn van groot cultureel belang. Hierbij komt kijken dat het stimuleren van deze investeringen door middel van verplichtingen ervoor kan zorgen dat de televisiedistributiebedrijven nieuwe invalshoeken creëren en meer voeling krijgen met de sector dan ze voordien hadden. Deze vorm van investeringen komt voort uit het idee dat belanghebbenden mee moeten financieren. De dienstenverdelers hebben inderdaad baat bij goede content dus is het logisch dat ze hun steentje bijdragen. Een kanttekening die hierbij gemaakt moet worden, is echter wel dat niet alle televisiedistributeurs even veel baat hebben bij Vlaamse content. Zo blijkt dat Telenet hier meer uit kan halen dan Proximus. De investeringen kunnen ook een nefaste invloed hebben op het Vlaamse ecosysteem. Door onder andere de stimuleringsregel op te leggen, worden deze spelers steeds meer aangezet om producties te financieren en eventueel zelf te maken. Dit kan een verandering in de rol van de dienstenverdelers stimuleren. Zo houden ze zich steeds meer bezig met de business van omroepen. Ook de vrijwillige investeringen zorgen dat de spanningen tussen omroepen en dienstenverdelers vergroten en dat deze spelers meer en meer op het domein van de lineaire omroepen komen. Hier worden de preview-windows uitgespeeld. Er is nood om dit beleidsmatig te gaan bekijken. Waar stopt de rol van de ene actor en waar begint die van de andere? Er moet gekeken worden naar hoe er ook beleidsmatig kan omgegaan worden met die markten die steeds meer in elkaar lopen. De sector zelf moet momenteel elkaar ook beter leren vinden in dit veranderde landschap. De producenten, omroepen, dienstenverdelers en het Mediafonds moeten samen naar een evenwicht streven.

Dit onderzoek streefde ernaar om de schaarse wetenschappelijke onderzoeken in verband met de investeringen van dienstenverdelers aan te vullen met nieuwe inzichten. Het onderzoek schetste eerst de rol van de verschillende mediaspelers op internationale context en verdiepte zich hierna in de Vlaamse context. Ook gaf dit onderzoek een kijk op de visie van de verschillende actoren. Hierrond werd er eerder nog geen onderzoek verricht.

Het onderzoek van deze masterproef kan aangevuld worden met verschillende andere inzichten. Tijdens de eindfase van dit onderzoek werd de AVMD-richtlijn aangepast, OTT's kunnen hierdoor voortaan ook verplicht worden om te investeren in lokale producties. Dit is een interessante invalshoek om een volgend onderzoek aan op te hangen. In de toekomst kan er gekeken worden naar de invloed van deze nieuwe spelers op de financieringen van lokale content. Ook loopt dit jaar het STAP-programma op zijn einde. Interessant zou zijn om te kijken naar hoe Telenet zijn investeringen in lokale producties verderzet of net niet. Er kan

onderzocht worden of de investeringsverplichting invloed heeft op de keuze van de vrijwillige initiatieven. Tot slot is onderzoek naar de invloed van de veranderende rol van de televisiedistributeurs op de lineaire omroepen ook belangrijk. Men zou kunnen onderzoeken of de lineaire omroep kijkers verliest door deze verandering.

Bibliografie

Boeken

Albertstat, P. (2004). *The insider's guide to film finance*. New York: Focal Press.

Barwise, P. en Ehrenberg, A. (1988). *Television and its audience*. Londen: Sage Publications.

D'Haenens, L. en F. Saeys (2007). *Western Broadcasting models: structure, conduct and performance*. New York: Mouton de Gruyter.

Flam, H. en Kleres, J. (2015). *Methods of Exploring Emotions*. Londen: Routledge.

Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. Londen: Sage.

Great Britain Parliament (2010). *British Film and Television Industries--Decline or Opportunity?, Volume II: Evidence*. Londen: The Stationery Office.

Great Britain: Parliament: House of Commons: Culture, Media and Sport Committee. (2007). *Public Service Content: First Report of Session 2007-08, Vol. 2: Oral and Written Evidence, Volume 2*. Londen: The Stationery Office

Miller, T. en Stam, R. (1999). *A Companion to Film Theory*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Mortelmans, D. (2007). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.

Poets, A. (2015). *Communicatiemanagement: Larcier Thema Wetboeken*. Amsterdam: Pimento.

Thissen, W. en Walker, W., (2013). *Public Policy Analysis: New Developments*. New York: Springer.

Ulin, J. (2012). *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World*. Abingdon: Taylor & Francis.

Wetenschappelijke artikels

Aberbach, J.D. en Rockman, B.A. (2002). Conducting and coding elite interviews. *PS: Political Science and Politics*, 35(4), 673–676.

Baccarne, B., Evens, T., en Schuurman, D. (2013). The television struggle: an assessment of over-the-top television evolutions in a cable dominant market. *Communications and Strategies*, 92 (4), 43-61.

Infomart (2014). CBC wants Netflix to help fund local content. *Edmonton Journal*. Alta.

Karppinen, K. en Moe, H. (2012). What we talk about when we talk about document analysis. In N. Just and M. Puppis (eds). *Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects*. Bristol: Intellect, 157–176.

Nooren, P., Leurdijk, A. en van Eijk, N. (2012). Net neutrality and the value chain for video. *Emerald*, 14 (6), 45-58.

Raats, T., Evens, T. en Ruelens, S. (2016). Challenges for sustaining local audio-visual ecosystems: Analysis of financing and production of domestic TV fiction in small media markets. *Journal of Popular Television*, 4 (1), 129-147.

Reed, M., Graves, A., Dandy, N., et al. (2009). Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management. *Journal of Environmental Management*, 90, 1933-1949.

Willems, G. (2010). Filmbeleid in Vlaanderen en Denemarken: een comparatieve analyse. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 38 (2), 172 – 186.

Rapporten

Ali, C. and Herzog, C. (2014). *Elite interviewing in media and communication policy research*. Lissabon: ECREA.

Aubin, D. (2008). *Strategic Behaviour of Utility Suppliers in a Multilevel Regulatory Regime: An Analytical Framework*. Utrecht: ECPR Standing Group on Regulatory Governance. Geraadpleegd op <http://regulation.upf.edu/utrecht-08-papers/daubin.pdf>

De Vinck, S., Ranaivoson, H. en Van Rompuy, B. (2013). *Fragmentation of The Single Market For On-line video-on-demand services: point of view of content providers*. Gent: iMinds.

Evens, T. (2010). *Challenging content exclusivity in network industries: the case of digital broadcasting*. Kopenhagen: 21st European Regional ITS Conference

FERA (29 september, 2013). *The need for legality*. Londen: Fera General Assembly.

FOD (2007). *Belgische sector van teledistributie*. Brussel: FOD. Geraadpleegd op ng3.economie.fgov.be/informations/Studies/studies_pdf/study_teledistribution_nl.pdf

Grant, P. en Houle, M. (2009). *Broadcaster Support For Canadian Feature Film: Expanding the audience with Television Platforms*. Canada: Telefilm Canada

IRIS (2011-2012). *An Insight into Selected Film Funding Systems*. Straatsburg: European Audiovisual Observatory.

IRIS (2006). *Broadcasters' Obligations to Invest in Cinematographic Production*. Straatsburg: European Audiovisual Observatory.

Kabel, J. en Gorini, S. (2005). *Broadcasters'obligation to invest in (cinematographic) film: The Netherlands*. Amsterdam: IVIR.

Maenhout, T., De Voldere, I., Onkelinx, J. en Sleuwagen, L. (2006) *Creatieve industrie in Vlaanderen*. Gent: Flanders District of Creativity

Morawetz, N. (2007). *Finance, Policy and Industrial Dynamics The Rise Of Co-productions in The Film Industry*. Kopenhagen: Druid.

Raats, T., Evens, T., Braet, O., Ruelens, S., Schooneknaep, I. (2014). *Duurzame financieringsmodellen voor Vlaamse televisiefictie: Een onderzoek in opdracht van het Kabinet Media en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media*. Brussel: SMIT, iMinds en MICT.

Screen producers Ireland (2015). *Film Policy for Ireland's National Broadcaster*. Dublin: Screen producers Ireland.

Screen International (2015). *State of Region*. Sarajevo: European Film Forum.

VRM (2015). *Rapport Mediaconcentratie 2015: Vlaamse mediasector steeds meer digitaal en crossmediaal*. Brussel: Vlaamse overheid.

Overheidsdocumenten

Belgisch Staatsblad. (3 april, 2014). Besluit van de Vlaamse Regering betreffende de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, vermeld in artikel 184/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

<http://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/mediadecreet-en-wetgeving>

Belgisch Staatsblad. (12 februari, 2014). Gemeenschaps- en gewestregeringen. Geraadpleegd op

http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/decreet_invoering_stimuleringsregeling_audiovisuele_sector.pdf

Commissievergadering voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2013). Interpellatie van de heer Bart Tommelein tot mevrouw Ingrid Lieten (...) over de mislukte onderhandelingen van de minister met de distributeurs (...) en de investeringsplicht voor ondersteuning van Vlaamse fictie. Geraadpleegd op <https://www.vlaamsparlement.be/parlementaire-documenten/vragen-en-interpellaties/873237>

Commissievergadering voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2012). “Vraag om uitleg over de investeringen van Telenet in Vlaamse producties van Wilfried Vandaele aan minister Ingrid Lieten Geraadpleegd op

<https://www.vlaamsparlement.be/commissies/commissievergaderingen/682077>

CSA (2015). Décret coordonne sur les services de medias audiovisuels. Geraadpleegd op

<http://www.csa.be/documents/1440>

Europees Parlement (2010). Richtlijn audiovisuele mediadiensten. Geraadpleegd op

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=URISERV%3Aam0005>

Europese Commissie (25 mei 2016). *Commission updates EU audiovisual rules and presents targeted approach to online platforms*. [Persbericht] Geraadpleegd op

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-873_en.htm?version=meter+at+1&module=meter-Links&pgtype=article&contentId=&mediaId=&referrer=https%3A%2F%2Fco%2Ft3QN2HBEew&priority=true&action=click&contentCollection=meter-links-click

Gatz, S. (2014). Beleidsnota media 2014-2019. Geraadpleegd op <https://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/beleidsnota-2014-2019-cultuur-1>

Lieten, I. (2009). Beleidsnota media 2009-2014. Geraadpleegd op <https://cjsm.be/media/beleidsnotas-en-brieven>

Plenaire vergadering (2016). Actuele vraag over de gevolgen voor de Vlaamse audiovisuele sector van de beslissing van Telenet om niet langer te investeren in het Mediafonds van Katia Segers aan minister Sven Gatz geraadpleegd op <https://www.vlaamsparlement.be/plenaire-vergaderingen/1032932/verslag/1034598>

Smet, P. (2016). Distributeurs investeren in audiovisuele producties van eigen bodem. Geraadpleegd op <http://www.pascalmet.be/articles/media/distributeurs-investeren-audiovisuele-producties-v>

Vlaams Parlement. (2013). Ontwerp van decreet: tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector. Geraadpleegd op <http://docs.vlaamsparlement.be/docs/stukken/2013-2014/g2294-1.pdf>

Jaarverslagen

CCA (2015). *Bilan 2015* : Production, Promotion et Diffusion Cinématographiques et Audiovisuelles.

CNC (2014). *Rapport d'activité 2014 du Centre national du cinéma et de l'image animée*. Geraadpleegd op <http://www.cnc.fr/web/fr/bilans/-/ressources/6935905>

Croatian Audiovisual Center (2016). *Little Black Book*. Kroatië: Hrvatski audiovizualni centar. Geraadpleegd op http://media.filminginroatia.hr/havcfic/document_translations/doc/000/000/056/LITTLE_BLACK_BOOK_2016_WEB.pdf?1454406599

CSA (2016). *L'accès aux médias audiovisuels* : Plateformes & Enjeux

VAF (2014). Jaarverslag Vlaams Audiovisueel Fonds. Geraadpleegd op http://www.vaf.be/uploads/media/VAF_Mediafonds_jaarverslag_2014.pdf

VOTP (2014). *Jaarverslag 2014 VOTP*. Geraadpleegd op [http://www.votp.be/cms/uploads/Jaarverslag%20VOTP%202014%20\(Final\).pdf](http://www.votp.be/cms/uploads/Jaarverslag%20VOTP%202014%20(Final).pdf)

Krantenartikelen

Debackere, J. (30 oktober 2015). Vroeger kijken? Meer betalen. *De Morgen*, s.p. Geraadpleegd op <http://www.demorgen.be/tvmedia/vroeger-kijken-meer-betalen-b17faaa8/>

Deckmyn, D. (2016). Eigen kweek eerst. *De Standaard*. Geraadpleegd op http://www.standaard.be/cnt/dmf20160525_02307871

Evens, T., Donders, K. en Ballon, P. (2014). Platformneutraliteit gaat over meer dan wie straks bovenaan staat in de Telenetgids. *De Morgen* geraadpleegd op <http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1923287/2014/06/20/Platformneutraliteit-gaat-over-meer-dan-wie-straks-bovenaam-staat-in-de-Telenetgids.dhtml>

Honoré, R. en Poussielgue, G. (29 september 2013). La nouvelle taxe finançant le CNC validée d'ici novembre. *Les Echos*. Geraadpleegd op http://www.lesechos.fr/29/09/2013/lesechos.fr/0203034734596_la-nouvelle-taxe-financant-le-cnc-validee-d-ici-novembre.htm

N.N. (15 oktober 2011). Belgen kijken meest tv van alle Europeanen. *De Morgen*. Geraadpleegd op <http://www.demorgen.be/technologie/belgen-kijken-meest-tv-van-alle-europeanen-b7979dc5/>

N.N. (8 december, 2012). D'où vient le budget du Centre national du cinéma? *Le Monde*. Geraadpleegd op http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/12/08/comment-le-cnc-finance-le-cinema-francais_4535007_4355770.html#ZVWapM8HXf78xJhy.99

N.N. (24 februari 2015). 't Is gebeurd: John Porter verslaat Wouter Vandenhaute in strijd om VIER en VIJF. *De Morgen*. Geraadpleegd op <http://www.demorgen.be/economie/-t-is-gebeurd-john-porter-verslaat-wouter-vandenhaute-in-strijd-om-vier-en-vijf-b6b09892/>

N.N. (2 november, 2015). Wie extra betaalt krijgt première ‘Amigo’s’. *Gazet van Antwerpen*. pp. 24- 25.

N.N. (2016). 20 procent aanbod Netflix moet Europees zijn. *De Tijd*. p.4

Williams, C. (2016). Netflix to face quotas to boost French and Spanish programmes under new EU rules. *The Telegraph*. Geraadpleegd op <http://www.telegraph.co.uk/business/2016/05/25/netflix-to-spend-more-on-french-and-spanish-programmes-under-new/>

Tijdschriftartikelen

Barraclough, L. (2015). Agnieszka Odorowicz on Polish Film Institute’s Decade of Change. *Variety*. Geraadpleegd op: <http://variety.com/2015/film/global/agnieszka-odorowicz-on-polish-film-institutes-decade-of-change-1201498978/>

Boechat, L. (2015). Taxation on OTT in Brazil. *Tech in Brazil*. Geraadpleegd op <http://techinbrazil.com/taxation-on-ott-in-brazil>

Dale, M. (2014). Netflix disrupts local VOD market. *Variety*, 325 (9), 140.

Goldsmith, B. (2015). *What do Netflix, Stan and Presto mean for Australian TV?* Australia: Queensland University of Technology. Geraadpleegd op <http://eprints.qut.edu.au/83104/>

N.N. (8 februari, 2016). Brazilian telecom operators to stop payments to film fund. *Telecompaper*. Geraadpleegd op <http://www.telecompaper.com/news/brazilian-telecom-operators-to-stop-payments-to-film-fund--1126901>

N.N. (2011). Law forces rookie nets to pump coin into film. *Variety*. Geraadpleegd op: <http://variety.com/2011/film/awards/law-forces-rookie-nets-to-pump-coin-into-film-1118036613/>

N.N. (15 februari 2016). Mobistar launches fixed broadband, TV over cable. *Telecompaper*, geraadpleegd op <http://www.telecompaper.com/news/mobistar-launches-fixed-broadband-tv-over-cable--1128059>

N.N (14 januari, 2014). Portuguese pay-TV operators to pay less for cinema. *Telecompaper* Geraadpleegd op <http://www.telecompaper.com/news/portuguese-pay-tv-operators-to-pay-less-for-cinema--990048>

N.N. (2016). Vlaams Audiovisueel Fonds verliest 2,6 miljoen van Telenet. *Knack*. Geraadpleegd op <http://www.knack.be/nieuws/belgie/vlaams-audiovisueel-fonds-verliest-2-6-miljoen-van-telenet/article-belga-651885.htm>

Quoistiaux, G. (2014). Belgacom en Telenet kiezen een verschillende weg. *Trends*. Geraadpleegd op <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/belgacom-en-telenet-kiezen-een-verschillende-weg/article-normal-443645.html>

Andere

Cappello, M. (2015). *How does legislation oblige broadcasters, distribution platforms and VOD providers to finance film production in Europe?* [Presentatie] Geraadpleegd op <http://www.obs.coe.int/documents/205595/506942/How+does+legislation+oblige+broadcasters,%20distribution+platforms+and+VOD+providers+to+finance+film+production+in+Europe.pdf/256e8801-599e-4fea-8126-794737cb9110>

Colin, M.(2014). *Netflix: "We'll invest in French content"*. Geraadpleegd op <http://advanced-television.com/2014/07/22/netflix-well-invest-in-french-content/>

Donders, K. (2015). *Documentenanalyse en experteninterviews*. [Presentatie] Slides VUB.

Evens, T. (2013-2014). *Power Play in Television: A political economy analysis of power balances in broadcasting markets* [Proefschrift] Geraadpleegd op: <https://biblio.ugent.be/publication/4216519/file/4336906.pdf>

Garandau, E. (8 april, 2013). *The French funding system and World Cinema Support How does France finance cultural exception?* [Brief] Centre National du cinema et de l'image animée.

Gatz, S. (2016). *Niet minder maar meer middelen voor de productiesector*. [Persbericht] Geraadpleegd op <http://www.svengatz.be/wp-content/uploads/20160203-Persbericht-Niet-minder-maar-meer-middelen-voor-productiesector.pdf>

Kellion, L. (2014). *Netflix to expand to Germany, France and Switzerland*. Geraadpleegd op <http://www.bbc.com/news/technology-27496055>

Mann, C. (22 juli 2014). *Netflix: “We’ll invest in French content”*. Geraadpleegd op <http://advanced-television.com/2014/07/22/netflix-well-invest-in-french-content/>

N.N. (2015). *Telenet gaat in zee met Vier en Vijf*. VRT Geraadpleegd op <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/cultuur%2Ben%2Bmedia/media/2.31536>

N.N. (2015). *The sustainability of funding for original TV content in Europe is at risk*. Knowlegde Center. Geraadpleegd op <http://www.analysismason.com/About-Us/News/Insight/TV-content-in-Europe-Jan2015/>

N.N.(2012). *VRT, VMMA en SBS zijn “gematigd positief”*. VRT Geraadpleegd op <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/cultuur%2Ben%2Bmedia/media/1.1445527>

Pauwels, C. (2015). *Competition rules?! Private Television in Europe*. [Presentatie] Brussel: iMinds.

Pauwels, C. (1995). *‘Cultuur en economie: de spanningsvelden van het communautair audiovisueel beleid. Een onderzoek naar de grenzen en mogelijkheden van een kwalitatief cultuur – en communicatiebeleid in een economisch geïntegreerd Europa*. unpublished Ph.D. thesis, Brussels: Vrije Universiteit Brussel.

Proximus. (23 maart 2012). *“Allez Eddy” showing in cinemas, with financial support from Belgacom* [Persbericht]. Geraadpleegd op <https://www.proximus.com/en/news/%E2%80%9CAllez-eddy%E2%80%9D-showing-cinemas-financial-support-belgacom>

Telenet (2012). *Telenet investeert extra 30 miljoen euro in de Vlaamse audiovisuele producties* [Persbericht] Geraadpleegd op <https://snap.telenet.be/archief/artikel/telenet-investeert-extra-30-miljoen-euro-in-vlaamse-audiovisuele-producties>

Van Audenhove, L. (2012). *Using expert interviews*. [Presentatie] Slides VUB

Vlaams Audiovisueel Fonds (2011). Mediafonds. Geraadpleegd op <http://www.vaf.be/nl/mediafonds/algemene-uitleg/>

VRM [webpagina] <http://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/dienstenverdelers-netwerken/overzicht-dienstenverdelers-netwerken>

VRM (2016). *Kabelomroepnetwerken in Vlaanderen (exclusief het Brussels Hoofdstedelijk Gewest)*. Geraadpleegd op <http://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/dienstenverdelers-netwerken/overzicht-dienstenverdelers-netwerken>

Bijlagen

De bijlage van deze masterproef zijn terug te vinden op de bijhorende cd-rom van dit werk.

Inhoud cd-rom

1. De close readings van de documenten
2. Opmerking: ruwe, niet geanonimiseerde, data (audiobestanden en close readings) wordt niet opgenomen in de bijlage wegens contractuele verbinding met de respondenten. Deze informatie kan altijd bij de auteur van dit werk, Liesbeth Delvax opgevraagd worden
3. De topiclijsten experteninterviews
4. De informed consent per geïnterviewde expert