# Eén zendt meer fictie en minder nieuws uit dan Europees gemiddelde

Eén besteedt beduidend meer zendtijd aan fictie-, entertainment- en sportprogramma’s, maar er is minder ruimte voor nieuws- en actualiteitenprogramma’s. Dat blijkt uit een onderzoek van Jonathan Hendrickx, masterstudent van de KU Leuven.

Hendrickx vergeleek de programmering van de populairste zenders van acht Europese openbare omroepen, uit Duitsland, Finland, Hongarije, IJsland, Portugal, Oekraïne, het Verenigd Koninkrijk en Vlaanderen. Van onze openbare omroep VRT werd de programmering van Eén onderzocht. Met een marktaandeel van 31,6% in 2015 is Eén met voorsprong de populairste Vlaamse (openbare) televisiezender. Dat aandeel betekent dat van alle televisie die vorig jaar in Vlaanderen werd gekeken, het in bijna een derde van de gevallen ging om programma’s uitgezonden door Eén.

**Meer fictie, minder nieuws & actua**

Van de acht onderzochte zenders werden alle programma’s voor zeven dagen geanalyseerd. Elk programma werd ingedeeld in een lijst van tien genres. Zo blijkt dat Fictie het populairste genre is, met 22,7% van alle uitzendingen. Nieuws & Informatie is zeer nipt tweede, met 22,6%. Reality & Entertainment wordt derde met 19,5% van de uitzendtijd aan dat genre gespendeerd.

Bij Eén is die top-3 al door elkaar geschud: Fictie is meer uitgesproken het sterkst aanwezige genre in de programmering (26,9%), en op een tweede plaats staat Reality & Entertainment (21,9%). Nieuws & Informatie eindigt pas derde, met exact 17%, ofwel bijna zes procentpunten onder het Europees gemiddelde. Eén zendt ook meer sport- en lifestyleprogramma’s uit in vergelijking met de andere onderzochte zenders, maar minder documentaires. Opnieuw: het gaat enkel om de populairste netten van de openbare omroepen. In veel gevallen worden veel nieuwsprogramma’s op het tweede net uitgezonden, maar dan nog scoort Eén onder het gemiddelde.

**Meer geïmporteerde programma’s**

Van elke uitzending ging Hendrickx ook na of ze door de openbare omroep zelf gemaakt werd, of aangekocht was van een andere omroep. Op Europees niveau is driekwart eigen producties, maar onze zender scoort lager dan dat: slechts 62,4% van alle uitzendingen op Eén zijn eigen VRT-producties, de rest wordt geïmporteerd. Opvallend is ook dat Eén bijna dubbel zoveel programma’s aangekocht in de Verenigde Staten uitzendt dan Europees gemiddeld.

**Amper één op vijf online terug te bekijken**

Tot slot onderzocht Hendrickx de mogelijkheden van de verschillende omroepen voor hun publiek om programma’s na hun uitzending op televisie (opnieuw) te bekijken via het internet. Samen met de Oekraïense omroep is de VRT de enige van de acht onderzochte omroepen die het nog steeds moet stellen zonder een online platform waarop mensen volledige uitzendingen van programma’s op kunnen terugvinden. Al moet gezegd dat de VRT het via haar nieuwswebsite deredactie.be mogelijk maakt om een klein aantal programma’s wel integraal terug te kijken, vooral nieuws- en actualiteitenuitzendingen. In totaal kan ruim een vijfde van alle programma’s op Eén (22,2%) online teruggekeken worden. Het Europees gemiddelde ligt maar liefst drie keer zo hoog, en enkel de zender in Oekraïne presteert nog slechter.

Beterschap op dat vlak is alvast op komst: in de jongste beheersovereenkomst, ofwel het vijfjaarlijkse contract tussen de VRT en de Vlaamse regering waarin maatstaven en adviezen staan waarop de VRT haar beleid en aanbod moet baseren, is opgenomen dat er dit jaar nog een dergelijke online videoplatform komt om programma’s terug te kijken. Nu is dat al mogelijk via digitale televisie met de diensten Net Gemist en Ooit Gemist.

***Entertain***

In verschillende Europese landen liggen openbare omroepen al lang onder vuur. Er wordt steeds vaker openlijk getwijfeld aan hun belang en rol in de huidige medialandschappen, aan de functies die ze moeten vervullen en aan de (manieren van) financiering. Het eeuwige mantra van de Britse BBC, nog steeds de meest toonaangevende openbare omroep van de wereld, luidt al bijna honderd jaar *“To educate, inform and entertain”*. En net over dat laatste, *entertain*, gaat het grootste deel van de discussies. Critici van publieke omroepen vinden dat commerciële zenders, zoals bij ons VTM en VIER, net zo goed kijkers kunnen entertainen dan Eén, en dat entertainmentprogramma’s veel minder of zelfs helemaal niet meer van tel moeten zijn bij openbare omroepen.

Uit Hendrickx’ onderzoek komt echter naar boven dat bijna de helft van alle onderzochte uitzendtijd (46%) ging naar programma’s die onder de noemer *Entertain* te plaatsen zijn. *Inform* krijgt 34%, *Educate* 19%, en er is een restgroep van 1%. Toeval of niet: enkele maanden geleden raakte bekend dat het BBC-mantra binnenkort voor de allereerste keer ooit herschreven zal worden, omdat het onvoldoende aansluit bij de huidige realiteit.

**Naar VRTI?**

Tot slot houdt Hendrickx een pleidooi om de VRT van naam te veranderen, naar VRTI. De I zou staan voor internet. “In de huidige beheersovereenkomst is duidelijk opgenomen dat de VRT een sterker digitaal en online merk moet worden. Dat kan bestendigd worden door die verstevigde rol te verankeren in de naam.”

Gaat zo’n naamswijziging niet iets té ver? Helemaal niet, vindt Hendrickx: “Pas zeven jaar na de start van televisie-uitzendingen werd het NIR (Nationaal Instituut voor de Radio-omroep) herdoopt tot BRT (Belgische Radio & Televisie). Het is belangrijk dat de naam de vollédige lading dekt, en dus ook inspeelt op de sterkere aanwezigheid op het internet.”