

Een derde grote zender en een derde VRT-kanaal: de kwaliteit van het geld

Nieuws woensdag 27 juli 2011

Onlangs leek het of een tornado door het Vlaamse medialandschap raasde. De twee SBS-zenders waren na maanden touwtrekken van eigenaar veranderd en Woestijvis was één van de eigenaars geworden. 'Een schok zoals de oprichting van VTM' en 'een grote vooruitgang voor de kwaliteit van het Vlaamse medialandschap', waren veel gehoorde analyses. ACOD VRT bekijkt dit alles door een realistische en syndicale bril.

Feiten en mythen

De Finse mediagroep Sanoma, de Belgische groep Corelio en de vroegere eigenaars van Woestijvis (Wouter Vandenhaute en Erik Watté) hebben zich verenigd in de holding De Vijver (elk 33 procent). Ze legden 175 miljoen euro op tafel om de twee Vlaamse SBS-zenders VT4 en VijfTV in handen te krijgen. 100 miljoen wordt geleend bij banken; 75 miljoen komt in hoofdzaak vanuit Finse hoek. De Vijver beheert voortaan de vroegere SBS-zenders, Humo en Desert Fishes (eigenaar van Woestijvis, de commercialiseringspoot van de Woestijvis-producties en van 40 procent van De Mensen). Op basis van de omzet vormen de twee zenders (88 miljoen euro omzet) het grootste deel van het Vijver-imperium, gevolgd door Woestijvis (40 à 45 miljoen euro) en Humo (20 miljoen euro). Terwijl de Belgische groepen in hoofdzaak hun eigen eigendommen hebben ingebracht in de vernieuwde Vijver, zijn de Finnen in hoofdzaak met geld over de brug gekomen. De zenders zijn dus gekocht met geleend Belgisch geld en eigen middelen van Sanoma. Flanders Classic, eigenaar van vele wielerveden, zit niet in De Vijver en wordt 50/50 verdeeld tussen Corelio en Vandenhaute-Watté (voorheen 60/40).

Vlaamse verankering

Of het geheel van de Vlaamse audiovisuele en printmedia nu Vlaamser zijn dan voor de overname, is maar de vraag. Het management van SBS-België was al Belgisch en het aantal Vlaamse producties was in stijgende lijn. Het kapitaal was Duits en is nu in hoofdzaak Fins. Wellicht zal de Vlaamse inbreng in de VT4/VijfTV-productie groeien. Maar ook hier zijn de gevolgen af te wachten van de aankoop door dezelfde Sanoma-groep van de Nederlandse SBS-zenders met de groep van John De Mol. Zijn grote eigen productiecapaciteit kan ook wel ingezet worden voor de invulling van de Vlaamse poot.

Vlaamse politici zongen de lof over Vlaams ondernemerschap. Enig historisch inzicht relativeert ook dit verhaal. Woestijvis ontstond op vraag van de toenmalige VRT-directie, werd gerealiseerd door toenmalige VRT-medewerkers en werd groot gemaakt door het contract met de VRT. Dat voorzag voldoende middelen om kwaliteit te maken – meer middelen dan die waar veel eigen VRT-medewerkers over beschikten tijdens de besparingen de laatste vijf jaar. Oorzaak van deze besparingen waren de verspilzucht en de groothedswaanzin van dezelfde managers die Woestijvis met overheids-geld hebben groot gemaakt. De mantra van de Vlaamse overheid 'wat we zelf doen, doen we beter' werkt dus enkel indien ze beschikt over bakken gemeenschapsgeld. Het is niet overdreven te stellen dat Woestijvis eigenlijk een overheidsbedrijf was dat met overheids-geld programma's maakte voor de openbare omroep.

Gooit de overname alles overhoop?

De overname heeft niet dezelfde historische waarde als de oprichting van VTM. De omzet en de opdracht van de

openbare omroep zullen er niet door veranderen. De VRT zal met een budget van 400 miljoen nog altijd toonaangevend kunnen en moeten zijn, terwijl de VMMA het met 250 miljoen euro moet rooien en de Vijver-tv's vooral moeten zien boven de 100 miljoen omzet te geraken.

Nieuw is wel dat een productiehuis dat groot werd dankzij een openbare omroep, waarin een aantal waarden van die openbare omroep vervat zijn en dat werkte met een quasi-openbare dotatie en een verzekerde afname, nu op commerciële wijze moet werken. Wat zal de impact zijn op het befaamde productiehuis?

Een tweede grote verandering is dat er nu twee volwaardige commerciële zendergroepen komen op één relatief kleine Vlaamse markt, waarin dan nog een sterke openbare omroep actief is. Is de reclamekoek voldoende groot om verdeeld te worden? Waar zullen de slachtoffers vallen van deze concurrentieoorlog? Terecht is de bezorgdheid groter bij de VMMA-groep dan bij de VRT.

De derde vraag is de zogenaamd meer en betere Vlaamse content. Dat de openbare omroep een deel kijkers zal verliezen valt te verwachten, dat er ook meer reclamegeld naar de commerciële tv gaat vloeien is zeker. Dat VTM het met minder zal moeten doen ook. Er zullen dus meer Vlaamse producties komen op de commerciële omroepen. Maar ze zullen allemaal gemaakt zijn vanuit een winstobjectief. De topproducties van Woestijnvis (Vlees en bloed, De Ronde,...) zijn dure producties. Kwaliteit kost geld. Zullen zulke producties nog kunnen in een commerciële omgeving? Elke euro die in een Woestijnvis-productie wordt gestoken, zal eerst moeten worden gevonden op de reclamemarkt.

Bovendien moet 100 miljoen euro aan de banken worden terugbetaald. Ondertussen tikt de intrest en Sanoma is geen liefdadigheidsinstelling. Hun investering zal moeten opbrengen. Welk deel van dat verse reclamegeld zal naar programma's vloeien en welk naar de banken en de aandeelhouders? En wat zal de impact van het verschoven reclamegeld zijn op de tijdschriften en kranten gecontroleerd door dezelfde groepen Sanoma en Corelio? Multimediaal werken is toch niet allemaal rozengeur en maneschijn.

Woestijnvis op de VRT?

Woestijnvis kan nog steeds voor de openbare omroep produceren, zoals alle andere Vlaamse productiehuisen. De populaire, interessante en soms zelfs maatschappelijk relevante programma's die Woestijnvis voor de VRT maakte, zullen nu vervangen worden door andere interne en externe nieuwe producties. Er is voldoende creatief talent op de VRT aanwezig en het openbaar karakter en de overheidsmiddelen maken het mogelijk om dit talent in een correcte omgeving te laten werken. Heeft de VRT echter voldoende talentmanagement? Dat is volgens ons de grootste uitdaging, zowel voor de hiërarchie van de productie, als voor de nieuwe HR-manager en zijn of haar team. Hoe een menselijke, creatieve en efficiënte omgeving creëren waarin geproduceerd kan worden voor de sociale, culturele en democratische behoeften van onze zes miljoen aandeelhouders. Woestijnvis heeft de openbare omroep nodig om haar kwaliteitslabel te behouden. Maar zal de VRT bereid zijn dit label te leveren aan een bedrijf dat een sleutelrol vervult bij een concurrerende zender?

Epiloog: de POF ontwaakt

Ondertussen onderhandelen de Vlaamse overheid en de VRT over de nieuwe beheersovereenkomst. Er is een politieke consensus om de VRT voldoende middelen te geven voor een opdracht met meer openbare klemtonen. VijverTV en VTM sloegen daarom de handen in mekaar en brachten de POF (Private Omroepen Federatie) terug tot leven. ■Wat er in de beheersovereenkomst zou staan, was wel catastrofaal voor de commerciële omroepwereld■, zo klonk het. De politieke vrienden werden gemobiliseerd en het gestook tegen de VRT kreeg een nieuwe opstoot. VTM, dat zelf over zeven tv-kanalen bezit, mort nu over het derde VRT-kanaal. Meer informatie over dit dossier volgt ongetwijfeld in de toekomst, eens de storm is gaan liggen en er meer duidelijkheid is over de nieuwe beheersovereenkomst.

Luk Vandenhoeck