

**feiten
en
meningen
uit
de
media-
wereld**

**gerda cammaer
pascale milo
en
wim van der biesen**

Ondanks de komst van de commerciële tv-zender VTM en de reclame op de radio, is er volgens de reclame- en mediasector nog **TE WEINIG RECLAME** in BELGIE. Per Belg wordt jaarlijks zo'n 4.500 BEF of zo'n 0,65 % van het BNP aan reclame uitgegeven (drie jaar geleden was dat nog slechts 0,45 % van het BNP). In vergelijking met de buurlanden is 0,65 % laag : in Nederland gaat 1,3 % van het BNP naar reclame, en ook in Groot-Brittannië, Duitsland en Frankrijk liggen de reclamebestedingen merkkelijk hoger dan in België. Op de vraag waarom de reclame-uitgaven in België zo laag liggen, is geen éénduidig antwoord te geven. Enerzijds heeft de lange afwezigheid van commerciële televisie de ontwikkeling van de reclamemarkt sterk afgeremd. Anderzijds gaat het om een mentaliteitsverschil : "de Belgen hebben een ingenieursmentaliteit, zij maken goede produkten, maar kunnen ze niet verkopen", m.a.w. "er is in België een *savoir faire*, maar geen *faire savoir*" (E. de Vicq de Cumptich van U.B.A.).

*

VTM keerde in april 1991, ruim twee jaar na de oprichting, een eerste INTERIMDIVIDEND uit van 270 MILJOEN aan de aandeelhouders. Deze som moet worden verdeeld over negen Nederlandstalige kranten- en

tijdschriftenuitgevers en een paar individuele beleggers en bedrijven, waaronder de brouwerijen Alken-Maes. Het dividend is bij de uitgevers uitermate welkom gezien de sterke daling van hun reclame-inkomsten door het bestaan van VTM. Intussen moet de commerciële zender zich door de dividenduitkering hoeden voor een belemmering van de groei van het eigen bedrijf.

*

Volgens het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) is het aantal GELEZEN VLAAMSE KRANTEN in 1990 - weer - lichtjes GEDAALD (- 0,40 %). De grootste dalers zijn Het Belang van Limburg (- 5,50 %) en Het Laatste Nieuws (- 3,90 %); de grootste stijgers zijn Gazet van Antwerpen (+ 1,70 %), De Morgen (+ 2,20 %) - hoewel het aantal verkochte exemplaren met 7,80 % daalde tot 31.600 - en De Financieel Economische Tijd (+ 22,20 %). Bij de weekbladen kregen Knack (+ 7,40 %), Humo (+ 7,80 %) en vooral Dag Allemaal (van 297.400 naar 801.400 exemplaren!) opmerkelijk meer lezers dan in 1989.

*

Het VTM-jaarverslag van 1990 bevestigt het SUCCES van de Vlaamse commerciële zender.

Het marktaandeel van VTM steeg van 30 % in 1989 tot 40 % in 1990, zelfs 44 % op het einde van dat jaar. Alleen de mondiale (op BRT) deed even het maandgemiddelde van juni zakken. De programmatie van VTM slaat aan: het nieuws krijgt vaste voet, sport werd belangrijker, Telefacts en Sanseveria slaan aan, de VTM-spelletjes kunnen nog steeds op een massale kijkinteresse rekenen, ook het VTM-varieté-aanbod (Tien-om-te-zien op kop) en de praatprogramma's (o.a. Klasgenoten) hebben veel succes, en het drama dat VTM aanbiedt (vooral Bompas en Benidorm) kan een groot publiek boeien. De trouwste VTM-kijkers situeren zich in de doelgroepen "6 tot 14-jarigen" en "vrouwen van 15 jaar en ouder". Opvallend is, volgens de VTM-studiedienst, de trouw van de VTM-kijker, die over het hele jaar geen enkele VTM-vermoedheid toont.

*

De BRT heeft met Eurosong opnieuw op de EERSTE PLAATS gestaan in de top 20 van de kijkcijfers, en met wat voor een score: maar liefst 2.150.000 Vlamingen en 1.600.000 Nederlanders stemden voor de liedjeswedstrijd af op de BRT. Daarmee keken op één avond bijna evenveel kijkers naar de BRT, als die zender normaal op een hele week

tijdens de prime-time bijeen rijft.

*

André de BETHUNE, directeur-generaal en beheerder van de N.V. ROSSEL, die o.a. het dagblad Le Soir uitgeeft, NAM ONTSLAG "na te hebben vastgesteld dat de voorwaarden voor de uitoefening van zijn functies, niet meer aanwezig waren". Hij was ook voorzitter van de Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers en beheerder van RTL-TVI, functies die hij ook niet langer waarneemt.

*

Henri Romer, de grote baas van de Luxemburgse omroep RTL-4, verklaarde in de panoramautzending van 2.5.91 dat RTL-4 vanaf 1 juli op de kabel zou komen. Het kabeldecreet dat deze commerciële zender buiten de grenzen houdt, geldt echter nog op zijn minst tot 1 oktober : dan wordt de Europese richtlijn inzake televisie van kracht, waarin het Vlaamse kabeldecreet wordt aangevochten, en pas dan is er niets meer dat de Luxemburgse commerciële zender kan tegenhouden.

*

Op 11 mei 1991 verscheen het laatste nummer van de progressieve Franstalige krant

LIBERTES. Dit blad was pas drie maanden voordien opgericht als opvolger van het ter ziele gegane communistische dagblad Le Drapeau Rouge. Als reden voor het verdwijnen vermeldt men : "... financiële moeilijkheden door een onvoldoende oplage en het ontbreken van inbreng van kapitaal".

*

Het bericht in DE STANDAARD van 25 mei 1991 over het gerechtelijk onderzoek naar negen KGB-SPIONNEN, veroorzaakte veel deining omdat vier BRT-journalisten bij de zaak betrokken zouden zijn. Later bleek dat het slechts ging om één BRT-journalist waarvan de identiteit sedert één jaar door de BRT-leiding was gekend. De BRT-journalisten beslisten het daarbij niet te laten, en overwogen om een proces in te spannen tegen journalist Hans Deridder en de hoofdredacteurs van de kranten De Standaard/Het Nieuwsblad/De Gentenaar, omdat zij in hun beroepseer en reputatie werden aangetast. Zij zagen hier echter van af omdat zij genoeg konden nemen met de publikatie van het recht op antwoord in de krant. De VUM-journalist diende wel effectief een klacht in bij het gerecht tegen de journalisten van de BRT, omdat zij dagenlang doelbewust lieten uitschijnen dat al zijn informatie over het KGB-

onderzoek fout was. Tevens beschuldigt hij de journalisten van laster en eerroof, omdat hij in een radiobericht, waarin hij duidelijk identificeerbaar was, werd beticht van actieve corruptie.

*

Op 31 mei 1991 keurde de Vlaamse Raad het ontwerp van MAXIDECREET goed waardoor de regels worden vastgelegd voor reclame, sponsoring en product placement op alle Vlaamse radio- en televisiezenders. Dit decreet komt tegemoet aan de Europese regelgeving terzake en is op sommige punten - bijvoorbeeld het verbod om reclame uit te zenden in de onmiddellijke omgeving van kinderprogramma's - zelfs strenger. Het decreet verleent ook een nationaal reclamemonopolie aan de BRTN-radio, waardoor de plannen van VTM om met een commerciële radio te starten die geheel Vlaanderen zou bereiken, worden doorgekruist. Ook wordt er een fonds opgericht ten gunste van de schrijvende pers, dat het verlies dat zij lijdt door reclame op radio en televisie, compenseert.

*

In juni 1991 verkocht de Treuhandanstalt, de instelling die belast is met de privatisering van de voormalige DDR-staats-

eigendommen, tien regionale OOSTDUITSE DAGBLADEN. De gezamenlijke oplage van de vroegere partijbladen bedraagt 2,7 miljoen exemplaren. Deze verkoop, die 17 miljard BEF opleverde en waarbij twaalf uitgeverijen betrokken zijn, wordt één van de moeilijkste privatiseringsopdrachten van de Treuhand genoemd. Voordien waren al drie kranten, waaronder de Berliner Zeitung, aan de Britse persmagnaat Robert Maxwell verkocht.

In een memorandum aan de politici dringen de DAGBLAD-UITGEVERS aan op een betere DISTRIBUTIE van de kranten. Ze wijzen er op dat de bestelling door de post steeds later komt en dat ook de betrouwbaarheid, vooral op zaterdag, is verminderd. De doeltreffende distributie in andere landen zoals Nederland, Groot-Brittannië en de Skandinavische landen, is er volgens de uitgevers de oorzaak van dat daar heel wat meer kranten worden gelezen dan in België. Men vraagt nu een postbedeling vóór halfacht in de agglomeraties, een beëindiging van de dagbladbedeling in de landelijke zones vóór 13 u, en een geregelde en betrouwbare distributie vóór 10 u op zaterdagochtend. Volgens de uitgevers kan de post-directie aan deze eisen niet tegemoet komen.

In België zijn er 625.000 lezers op een dagblad geabonneerd, en de kosten van de distributie bedragen reeds 25 % van de verkoopprijs van een krant.

*

Op 21 juni 1991 was het HONDERD JAAR geleden dat het eerste nummer van het dagblad HET VOLK te Gent verscheen. Deze goedkope (2 centiem) christelijke arbeiderskrant, met als ondertitel "Antisocialistisch Dagblad", kwam een maand na de encycloek "Rerum Novarum". Het Volk is steeds de spreekbuis gebleven van de christelijke arbeidersbeweging, die het blad trouwens ook in haar beheer heeft. In 1950 werd De Nieuwe Gids, het orgaan van de christelijke werkgevers, overgenomen. Sindsdien zijn beide bladen steeds meer en meer met mekaar gaan samen vallen. Hun gezamenlijke oplage bedraagt nu ongeveer 187.000 exemplaren, waarvan het overgrote gedeelte voor Het Volk bestemd is. Ter gelegenheid van het eeuwfeest kregen de lezers een gratis extra bijvoegsel (48 blz.) aangeboden waarin verleden, heden en toekomst van het dagblad belicht worden.

*

Op de academische zitting die ter gelegenheid van de honderdste verjaardag van HET

VOLK te Gent plaatsvond, maakte eerste minister Wilfried MARTENS zich - terecht - zorgen over de TOEKOMST van de GESCHREVEN PERS in dit land. Zo zei hij onder meer : "Ik zou iedereen willen waarschuwen tegen het ernstige gevaar dat schuil gaat achter de dreigende verdwijning van kranten die ertoe worden gedwongen de rol te lossen, omdat zij de steeds toenemende concurrentie met de elektronische media niet meer aankunnen". De premier kondigde de oprichting aan van een Interministeriële Conferentie voor de pers waarin "alle problemen in verband met het evenwicht tussen de media zullen aangepakt worden". In betekenisvolle woorden voegde de eerste minister hier nog aan toe : "Zonder de minste aarzeling durf ik vandaag te verklaren : niets zal de schrijvende pers ooit kunnen vervangen. Daardoor zou men immers niet alleen de vrije meningsuiting beknotten en een einde maken aan de diepgaande reflexie over de gebeurtenissen, men zou ook breken met een lange traditie van geschreven cultuur".

*

Het stormt in het Nederlandse omroepeland met zijn zuilen. De NOS stelde een MEERJARENPLAN op om in het verweer te gaan tegen de commerciële zender RTL-4, dat, zij het met

tegenzin, door een meerderheid van de omroepen werd goedgekeurd. Vanaf 1 oktober 1991 zou er een nieuw systeem komen met andere zulen per net, meer samenwerking, meer "horizontale programmering", journaals om zes, acht, tien en twaalf uur en het opvoeren van het reclamevolume. Op het tweede net zouden de TROS en VERONICA als "kostwinnaars" een echte concurrent moeten worden voor RTL-4, waarvoor deze meer geld en "prime-time" ter beschikking krijgen, tot groot ongenoegen van de bezetters van de nieuwe zender Nederland 1, m.n. de KRO, de AVRO en de NCRV (VARA, VPRO en de NOS zullen samen Nederland 3 gaan uitmaken, bestemd voor een klein publiek). Het hek was pas echt van de dam als kort na de bekendmaking van dit plan VERONICA en de TROS, die het gevraagde extra geld om de concurrentie met RTL-4 aan te gaan niet kregen, besloten op de commerciële toer te gaan. De mogelijkheid daartoe werd geschapen door minister van cultuur d'Ancona, die in haar "Pinksternota" aankondigde één van de drie tv-netten ter beschikking te willen stellen van commerciële omroepen. Vooropgesteld dat de EG daarmee akkoord gaat, evolueert men in Nederland zo naar een duaal bestel, waarbij publieke en commerciële om-

roepen de bestaande netten gaan delen. Wordt vervolgd.

*

Sinds 1 juli 1991 wordt de titel VOORUIT in kleine letters onder de titel van de Gentse uitgave van DE MORGEN gedrukt. Tot dan toe verscheen deze krant in het Gentse onder de titel VOORUIT, die trouwens nog steeds eigendom is van de Gentse socialistische gemeenschappelijke actie. Dit betekent dat er op dit ogenblik nog twaalf dagbladTITELS van algemene informatie in Vlaanderen verschijnen.