

31.1.2018

Analyse over radio-omroeporganisaties in het
Brusselse medialandschap

Studie i.o.v. de Vlaamse Overheid

PROMOTOR

Prof. Dr. Ike Picone

ONDERZOEKERS

Marlen Komorowski

Prof. Dr. Ben Van Rompuy

Prof. Dr. Karen Donders

Vrije Universiteit Brussel

Onderzoeksgroep SMIT

– Studies on Media, Innovation and Technology –



SMIT

INHOUDSOPGAVE

ADMINISTRATIE.....	3
INLEIDING.....	5
DEEL 1: CONTEXTUALISERING VAN DE STUDIE IN RELATIE TOT HET MEDIADecREET	8
1.1 Context van het Mediadecreet.....	8
1.2 Analyse van criteria in het decreet.....	9
DEEL 2: VERZAMELING EN ANALYSE VAN DE DATASET.....	12
2.1 Dataverzameling en methodologie.....	12
2.2 Afbakening van de kandidaten o.b.v. kwantitatieve data-analyse	14
2.3 Vlaams-Brusselse Media als meest geschikte kandidaat o.b.v. kwalitatieve evaluatie	18
DEEL 3: CONCLUSIES.....	25
BIBLIOGRAFIE.....	26
OVER HET ONDERZOEKSTEAM	27

ADMINISTRATIE

Onderneming

Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 2, 1050 Brussel

Onderzoeksgroep

SMIT – Studies on Media, Innovation and Technology
Pleinlaan 9, 1050 Brussel

Contactpersoon projectadministratie

Wim Cloots, Research Manager SMIT
Pleinlaan 9, 1050 Brussel
+32 2 629 16 28
Wim.Cloots@vub.be

Promotor

Prof. Dr. Ike Picone, Senior Onderzoeker SMIT
Assistant Professor
Vakgroep Communicatiewetenschappen
Faculteit Economische en Sociale Wetenschappen en Solvay Business School
Pleinlaan 9, 1050 Brussel
+32 2 629 16 17
Ike.Picone@vub.be

Onderzoekers

Marlen Komorowski, Onderzoeker SMIT
Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 9, 1050 Brussel
+32 2 629 18 92
Marlen.Komorowski@vub.be

Prof. Dr. Ben Van Rompuy, Senior affiliated onderzoeker SMIT
Universitair Docent
Europa Instituut
Faculteit der Rechtsgeleerdheid
Universiteit Leiden
Pleinlaan 9, 1050 Brussel
B.Van.Rompuy@law.leidenuniv.nl

Prof. Dr. Karen Donders, Senior Onderzoeker, Hoofd Media Unit SMIT
Assistant Professor
Vakgroep Communicatiewetenschappen
Faculteit Economische en Sociale Wetenschappen en Solvay Business School
Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 9, 1050 Brussel
+32 474 82 50 03
Karen.Donders@vub.be

INLEIDING

In opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse Overheid brengt deze studie de radio-omroeporganisaties in het medialandschap van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (BHG) in kaart. Het beoogt een solide basis te bieden voor discussies over radio-uitzendingen en de beleidskeuzes er omtrent in het BHG.

Op basis van artikel 144, tweede lid, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (Mediadecreet), ingevoegd door het decreet van 23 december 2016,¹ is de Vlaamse Regering bevoegd om een lokale radio-omroeporganisatie aan te wijzen in het tweetalige gebied BHG. Volgens de memorie van toelichting van het decreet van 23 december 2016 is de situatie in Brussel immers dermate specifiek dat een verankering van de lokale omroep niet anders kan dan via aanwijzing door de Vlaamse regering zelf.² In amendement nr. 4 bij het ontwerp van decreet van 13 juli 2012,³ waarmee de mogelijkheid en toestemming tot samenwerking tussen een lokale radio-omroep in Brussel en een regionale televisieomroep werd ingevoerd in het Mediadecreet, wordt bovendien het volgende gesteld: "Door het specifieke karakter van Brussel als hoofdstad van Vlaanderen en als regio met een sterke internationale dimensie (gezien de aanwezigheid van veel nationaliteiten, talen en cultuurgemeenschappen) bevinden de regionale televisie- en radio-omroeporganisaties zich in een moeilijke positie om economisch stand te houden of vaste stek te verwerven, precies omdat de (advertentie)markt er veel kleiner is. Daarenboven is de groep van Nederlandstalige mediagebruikers in Brussel-Hoofdstad beperkt, maar van groot cultureel belang voor de uitstraling en de herkenbaarheid van de Vlaamse Gemeenschap als geheel. Het is dus noodzakelijk de Nederlandstalige Brusselse media alle kansen te geven om de omroepdiensten tot bij de burger te brengen".

Deze studie beoogt alle radio-omroeporganisaties in kaart te brengen die tegemoet kunnen komen aan de doelstellingen van algemeen belang die in het Mediadecreet worden geformuleerd voor de lokale radio-omroeporganisatie in het tweetalig taalgebied BHG. De kernvraag is: welke radio-omroeporganisaties komen, in het licht van deze doelstellingen, in aanmerking voor aanwijzing als de lokale radio-omroeporganisatie voor de Nederlandstalige Brusselaars in de zin van artikel 144, tweede lid van het Mediadecreet?

¹ Decreet van 23 december 2016 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de radio-omroeporganisaties (BS 3 februari 2017).

² Parl. St. Vl. Parl. 2016-17, nr. 983/1.

³ Parl. St. Vl. Parl. 2011-12, nr. 1573/4.

Uit de analyse blijkt dat slechts één organisatie geschikt is om de taak vooropgesteld in het Mediadecreet naar behoren te vervullen, namelijk vzw Vlaams-Brusselse Media. We komen tot dit resultaat door een brede selectie van bedrijven en organisatie als startpunt te nemen, gebaseerd op de Bel-first databank die actuele gegevens omvat van Belgische ondernemingen, verenigingen en stichtingen. Op die database passen we systematisch een aantal selectiecriteria toe, onderverdeeld in drie categorieën:

- (1) Brede uitsluitingscriteria op basis van de bepalingen in het Mediadecreet
- (2) Kwalitatieve organisatorische criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet
- (3) Kwalitatieve inhoudelijke criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Deze studie identificeert potentiële radiozenders en evalueert hun geschiktheid om de doelstellingen van het Mediadecreet te vervullen op basis van de criteria opgenomen in het Mediadecreet.

Onze aanpak en stappen worden gedocumenteerd op de volgende pagina's. Deel 1 schetst de context van het onderzoek en beschrijft de criteria waaraan de lokale radio-omroeporganisatie, conform artikel 144, tweede lid van het Mediadecreet, moet voldoen. In Deel 2 wordt de methodiek voor het verzamelen van gegevens beschreven en worden door middel van een stapsgewijze aanpak de decretale criteria toegepast om geschikte kandidaten te identificeren.

DEEL 1

CONTEXTUALISERING EN CRITERIA VAN HET MEDIA DECREET

DEEL 1: CONTEXTUALISERING VAN DE STUDIE IN RELATIE TOT HET MEDIADECREET

1.1 Context van het Mediadecreet

De indeling van het Vlaamse radiolandschap is vastgelegd in het Mediadecreet. Titel III bevat de bepalingen voor de erkenning van particuliere lineaire radio-omroeporganisaties die uitzenden via de FM-band, waarbij een onderscheid gemaakt wordt tussen landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties.

Deze studie heeft betrekking op de lokale radio-omroeporganisatie die in het BHG specifiek gericht is op de Nederlandstalige Brusselaars. Volgens artikel 144, eerste lid van het Mediadecreet hebben lokale radio-omroeporganisaties tot taak “een verscheidenheid van programma's te brengen met de bedoeling binnen het verzorgingsgebied een verbindende factor te zijn onder de bevolking of de doelgroep op basis van een specifiek profiel, een thematische invulling van het programma-aanbod of een specifiek doelgroepengericht programma-aanbod. Ze zenden uit voor een regio, een stad, een deel van een stad, een gemeente, een beperkt aantal aaneensluitende gemeenten of een welbepaalde doelgroep en brengen informatie over het toegewezen verzorgingsgebied”.

De Vlaamse Regering verleent de erkenningen voor radio-omroeporganisaties voor een periode van negen jaar op basis van het door haar opgestelde en goedgekeurde FM-frequentieplan. De Vlaamse Regulator voor de Media kent vervolgens de zendvergunningen toe aan de erkende landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties

1.2 Analyse van criteria in het decreet

Het doel van dit onderzoek is om alle radio-omroeporganisaties te identificeren die in staat zijn om de in het Mediadecreet beschreven opdracht voor de lokale radio-omroeporganisatie in het tweetalig taalgebied BHG te vervullen. Wij stellen een analyse voor die gericht is op het evalueren van de geschiktheid van mediaorganisaties, in lijn met de criteria waaraan de lokale radio-omroeporganisatie, conform artikel 144, tweede lid van het Mediadecreet, moet voldoen. In die zin gaat deze analyse verder dan het louter bepalen van welke organisaties juridisch ontvankelijk zouden zijn. We gaan ook na welke kandidaten in staat zijn om de in het Mediadecreet geformuleerde doelstellingen van algemeen belang op een behoorlijke manier te vervullen.

Op basis van de tekst van het Mediadecreet en de memories van toelichting bij de ontwerpen van decreten houdende wijziging van bepalingen van het Mediadecreet kunnen we verschillende criteria afbakenen die een radio-omroeporganisatie moet vervullen om een geschikte kandidaat te zijn voor het mandaat voorzien in artikel 144, tweede lid.

Vooreerst dient voldaan te worden aan de voorwaarden vermeld in artikel 129, 130, 131, 135 en 144 en de basisvoorwaarden vermeld in artikel 145 van het Mediadecreet. Hieruit volgt *inter alia* dat alleen rechtspersonen met zendinstallaties in het Nederlandse taalgebied of in het tweetalige gebied BHG die een radioprogrammatie in het Nederlands aanbieden in aanmerking komen. Ook organisaties die in het bezit zijn van meerdere radio-omroepen of openbare omroepen worden hier uitgesloten. Daarenboven is het redelijk om te kijken naar organisaties die inzake opzet en organisatie geschikt zijn om de beoogde opdracht naar behoren te vervullen, zeker gezien de complexe situatie in Brussel.⁴ Ten slotte weegt ook de verankering met Nederlandstalig Brussel door, met het oog op het aanbieden van een waardevolle programmatie (inclusief journaals) gericht op Nederlandstalige Brusselaars, alsook de mogelijkheid tot samenwerking met de in Brussel gevestigde tv-zender (in lijn met art. 144, tweede lid van het Mediadecreet).

⁴ Parl. St. VI. Parl. 2016-17, nr. 983/1; Parl. St. VI. Parl. 2011-12, nr. 1573/4.

Concreet gaat het om de volgende stappen, die in het volgende luik verder worden toegelicht en toegepast:

(1) Brede uitsluitingscriteria op basis van de bepalingen in het Mediadecreet

Stap	Omschrijving criterium
1	Wettelijke opgerichte en actieve organisaties in België
Stap	Omschrijving criterium
2	Organisaties gevestigd in Vlaanderen of Brussel
Stap	Omschrijving criterium
3	Organisaties die deel uitmaken van de mediasector
Stap	Omschrijving criterium
4	Organisaties die niet in het bezit zijn van twee of meerdere radio-omroepen/openbare omroepen

(2) Kwalitatieve organisatorische criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Stap	Omschrijving criterium
5	Organisaties exclusief zelfstandigen, eenmanszaken en lokale takken
Stap	Omschrijving criterium
6	Nederlandstalige en tweetalige (FR/NL) organisaties

(3) Kwalitatieve inhoudelijke criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Stap	Omschrijving criterium
7	Organisaties die radio-activiteiten uitvoeren
Stap	Omschrijving criterium
8	Organisaties die voldoende ervaring in het maken van radioprogramma's kunnen voorleggen
Stap	Omschrijving criterium
9	Lokale radio-omroepen die gericht zijn op Nederlandstalige Brusselaars

Nadien worden de overgebleven organisaties onderworpen aan een kwalitatieve analyse op basis van de kwalitatieve inhoudelijke criteria zoals opgenomen in art. 144, tweede lid, van het Mediadecreet en bijhorende memorie van toelichting.

DEEL 2

VERZAMELING EN ANALYSE VAN DE DATASET

DEEL 2: VERZAMELING EN ANALYSE VAN DE DATASET

2.1 Dataverzameling en methodologie

Om deze studie te volbrengen maken we gebruik van verschillende data, die we trapsgewijs analyseren. In een eerste stap (1) hebben we de definitie van radio-omroep gedefinieerd als economische activiteit en hebben we het NACE-classificatiesysteem gebruikt om organisaties te identificeren. Met deze definitie zijn we vervolgens (2) een aantal data-extracties gaan toepassen op de Amadeus databank van geregistreerde organisatie in België. Daarna (3) hebben we extra gegevensbronnen geïdentificeerd en doelgerichte informatie geëxtraheerd om onze gegevensanalyse te verrijken. En ten slotte (4) hebben we de mogelijke beperkingen van de gebruikte dataset en methodologie geïdentificeerd.

(1) Radio-omroep als economische activiteit

Lijst van geïdentificeerde NACE codes.

NACE code	Categorie
J59.1.1	Productie van films, video- en televisieprogramma's
J59.2.0	Geluidsopnames en muziek uitgeven
J60.1.0	Uitzenden van radioprogramma's
J60.2.0	Programmeren en uitzenden van televisieprogramma's

Radio-omroep maakt deel uit van de media-industrie, die vaak als geheel wordt omschreven (Simon & Bogdanowicz, 2012). De afbakening activiteiten binnen de media-industrie is echter niet eenvoudig en is nog steeds het onderwerp van discussie in wetenschappelijke en beleidsgelateerde literatuur. De convergentie van de media-industrie en de opkomst van het internet als belangrijkste medium voor mediaconsumptie hebben het onderscheid tussen mediasectoren verder vertroebeld. De media-industrie onderging opmerkelijke structurele veranderingen als gevolg van technologische, economische en sociale ontwikkelingen, terwijl de convergentie de definitie van de traditionele mediasectoren heeft opengebroken.

Om radio-uitzendingen als economische activiteit en voor gegevensextractiedoeleinden af te bakenen, diende de NACE-nomenclatuur voor de statistiek als basis. We namen in eerste instantie, op basis van voorgaande reflectie rond convergentie binnen de media, NACE-codes op die verder gingen dan radio-omroep. We identificeren vier kernactiviteiten in de audiovisuele sector (Komorowski, 2017) op basis waarvan we een eerste selectie van organisaties uit de database haalden (zie volgende stap) die dienen als basis voor deze studie. In een later stadium

werd de NACE-code voor radio-omroep (J60.1.0.) gebruikt om de activiteiten nader te bepalen. Bovenstaande tabel geeft een overzicht van de geïdentificeerde NACE-codes in deze studie gebruikt.

(2) Keuze van de gegevensbron en gegevensextractie

De gekozen gegevensbron is de Amadeus database. Het is de meest uitgebreide pan-Europese databank met financiële informatie over ongeveer 21 miljoen bedrijven uit 38 Europese landen, ontwikkeld door Bureau van Dijk Electronic Publishing (Bureau van Dijk, 2018). Voor deze studie kregen we toegang tot het Belgische deel van de databank, Bel-first genaamd. De verkregen gegevens omvatten Belgische ondernemingen, verenigingen en stichtingen met en zonder depotplicht bij de Nationale Bank van België (in totaal ongeveer 2,3 miljoen entiteiten).

De Bel-first-databank werd gekozen omdat Bel-first informatie over de organisatiestructuren van alle Belgische bedrijven bevat en meer. Indicatoren van de databank geven waardevolle informatie over de vastgestelde criteria (zie hierboven). De voordelen van de Bel-first-database zijn dat de beschikbare informatie verder gaat dan de gegevens van de Nationale Bank van België (NBB) en de Kruispuntbank van Ondernemingen (KBO/BCE). In eerste instantie werden de bedrijven onder de hierboven beschreven NACE-codes uit de dataset geëxtraheerd om tot een eerste initiële dataset te komen.

(3) Verrijking van gegevens en kwalitatieve analyse

De analyse van de gegevens uit Bel-first werd bovendien verrijkt met gegevens uit andere openbare datasets. Dit omvat enerzijds gegevens over radiokanalen van de Belgische regulatoren voor media. De Vlaamse Regulator voor de Media (2018) en de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2018) publiceren de radiofrequenties die worden toegekend aan radio-organisaties in België. Dit werd in de laatste fases aangevuld met bijkomende informatie van de betrokken organisaties beschikbaar op hun websites en andere informatiebronnen.

(4) Beperkingen van de gegevens en methodologie

De gebruikte dataset uit Bel-first is afhankelijk van de financiële rapporteringsverplichtingen van organisaties in België. Dit kan betekenen dat niet alle gegevens en indicatoren beschikbaar zijn en dat niet alle gegevens regelmatig worden gecontroleerd. Daarnaast zijn de indicatoren in Bel-first afhankelijk van de definitiebenaderingen van Bureau van Dijk Electronic Publishing. Dit kan dus van invloed zijn op de resultaten. Toch konden wij doorheen de analyse vaststellen dat er op basis van onze eigen uitgebreide expertise met de Belgische mediasector geen noemenswaardige hiaten in de dataset bleken te zitten, wat ons sterkt in de validiteit

van de data. De toegepaste methodologie en de gebruikte dataset geven een volledig beeld van het medialandschap in het BHG. De gehanteerde criteria en de gebruikte gegevens zijn zorgvuldig gecontroleerd door de auteurs van dit onderzoek.

2.2 Afbakening van de kandidaten o.b.v. kwantitatieve data-analyse

De hieronder beschreven stappen leiden het evaluatieproces dat is toegepast op de dataset die uit Bel-first is geëxtraheerd en geeft aan welke criteria in elke stap zijn toegepast. We onderscheiden drie verschillende criteria zoals hierboven beschreven:

- (1) Brede uitsluitingscriteria op basis van de bepalingen in het Mediadecreet
- (2) Kwalitatieve organisatorische criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet
- (3) Kwalitatieve inhoudelijke criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

In totaal zijn met deze criteria negen stappen gezet om de lijst van organisaties die geschikt zijn voor het mandaat te beperken. Het resultaat is een lijst van vier potentiële kandidaten. Op basis van een kwalitatieve evaluatie van de inhoudelijke criteria zoals opgenomen in art. 144 van het Mediadecreet en de bijhorende memorie van toelichting, blijkt er uiteindelijk slechts één passende organisatie te zijn die de opdracht afgebakend in het mediabesluit naar behoren kan vervullen.

Stap	Bel-first Dataset	Aantal organisaties
0	Alle entiteiten in de dataset	2.657.523

(1) Brede uitsluitingscriteria op basis van de bepalingen in het Mediadecreet

Op basis van de bepalingen in het Mediadecreet kunnen er al een aantal uitsluitingscriteria toegepast worden gerelateerd aan de rechtspersoon, de finaliteit en de locatie van de organisaties.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
1	Wettelijke opgerichte en actieve organisaties in België	2.001.755

Uit hoofde van artikel 145 van het Mediadecreet zijn enkel wettelijk opgerichte rechtspersonen ontvankelijk als kandidaat.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
2	Organisaties gevestigd in Vlaanderen of Brussel	1.325.072

Art. 135 van het Mediadecreet geeft aan dat de zendinstallaties van de lokale organisaties in het Nederlandse taalgebied of in het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad moeten liggen, al zouden deze nog verplaatst kunnen worden na toekenning indien inpasbaar in het frequentieplan. Met zicht op de taak om een zender uit te baten die specifiek gericht is op de Nederlandstalige Brusselaars, en die specifieke identiteit, lijkt het moeilijk verenigbaar met de geest van de opdracht de frequentie toe te kennen aan een organisatie die niet gevestigd is in Vlaanderen of Brussel. Daarom behouden we enkel organisaties gevestigd in Vlaanderen of Brussel.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
3	Organisaties die deel uitmaken van de mediasector (op basis van NACE codes)	9.524

Om de opdracht te vervullen, is het niet onredelijk om te verwachten dat de kandidaten reeds ervaring hebben in de mediasector en er dus van uit te gaan dat geschikte kandidates uit de mediasector komen. Spectrum is tenslotte schaars. Dat maakt dat de overheid bij de toekenning ervan tot een optimale invulling ervan wil komen. We maken die selectie op basis van de NACE codes.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
4	Organisaties die niet in het bezit zijn van twee of meerdere radio-omroepen/openbare omroepen	9.520

Als bijkomende basisvoorwaarde stelt artikel 145 dat lokale radio-omroeporganisaties niet meer dan twee radio-omroepprogramma's mogen verzorgen en geen rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen hebben met enerzijds andere lokale radio-omroeporganisaties en anderzijds een of meer landelijke, regionale of netwerkradio-omroeporganisaties. Organisaties die verschillende radio-omroepen uitbaten lijken derhalve niet geschikt. De organisaties die aan deze criteria voldoen zijn geïdentificeerd op basis van de gegevens van het Kabinet. Een aantal organisaties, zijn daarom bij deze stap uitgesloten. Het gaat om de regionale en landelijke radio-omroepen, JOEfm NV (Joe), Mediaaan NV (Qmusic), en Vlaanderen Eén NV (Nostalgie). De VRT wordt eveneens uitgesloten op basis van haar aparte statuut als openbare omroep en komt in die hoedanigheid niet in aanmerking. Het Mediadecreet voorziet weliswaar een uitzondering voor Brussel: "Een rechtspersoon die een lokale radio-omroeporganisatie voor lokaliteit Brussel exploiteert, kan ook de regionale televisieomroeporganisatie exploiteren die als verzorgingsgebied het tweetalige gebied Brussel- Hoofdstad heeft"

(2) Kwalitatieve organisatorische criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Hier worden een aantal kwalitatieve criteria toegepast aangaande de organisatievorm en de geschiktheid ervan om de vooropgestelde opdracht te kunnen vervullen.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
5	Organisaties exclusief zelfstandigen, eenmanszaken en lokale takken	5.948

De taak van de Brusselse lokale radio-omroep omvat een uitvoerige programmatie gericht op de Vlaamse Brusselaar. Hoewel in principe een relatief kleine redactie, samenwerkend met losse medewerkers of met een bestaande onafhankelijke redactie, in staat zou zijn om een radio-omroep uit te baten, achtten we zelfstandigen en eenmanszaken niet geschikt om deze taak op zich te nemen omdat de het geen garantie biedt op een substantiële en duurzame invulling van de opdracht. Lokale takken van organisatie worden dan weer uitgesloten om te vermijden dat eenzelfde organisatie meerdere keren in de dataset zou terugkomen.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
6	Nederlandstalige en tweetalige (FR/NL) organisaties	4.156

Uit hoofde van artikel 129 *juncto* artikel 145 van het Mediadecreet dienen lokale radio-omroeporganisaties uit te zenden in het Nederlands. Daarenboven bepaalt artikel 144, tweede lid dat er sprake moet zijn van een programma-aanbod gericht op de Nederlandstalige Brusselaars, en dit als specifieke doelgroep in Brussel. Dit is virtueel onmogelijk voor een organisatie waarin Nederlands niet centraal staat als werktal, al dan niet in combinatie met andere talen.

(3) Kwalitatieve inhoudelijke criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Hier worden een aantal kwalitatieve criteria toegepast aangaande de opdracht van een Brusselse lokale-omroep zoals opgenomen in het Mediadecreet, meer bepaald aangaande de ervaring met radio-omroepen en de specifieke bepalingen opgenomen in art. 144 aangaande de Brusselse context.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
7	Organisaties die radio-activiteiten uitvoeren (op basis van de NACE code 'Uitzenden van radioprogramma's')	327

Art. 145 van het Mediadecreet bepaalt dat een lokale radio-omroeporganisatie als maatschappelijk doel heeft hoofdzakelijk het verzorgen van radioprogramma's. Radio maken moet met andere woorden centraal staan in de organisatie om het mandaat uit te voeren. Daarom worden enkel de organisaties over gehouden die de NACE-code 'Uitzenden van radioprogramma's' hebben aangegeven.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
8	Organisaties die voldoende ervaring in het maken van radioprogramma's kunnen voorleggen.	51

Het hebben van een ruime ervaring in het maken van radioprogramma's is geen expliciete vereiste opgelegd door het Mediadecreet. De memorie van toelichting bij art. 144 en 145 van het Mediadecreet wijst echter op "het specifieke karakter van Brussel als hoofdstad van Vlaanderen", en in het bijzonder op het feit dat "de regionale televisie- en radio-omroeporganisaties zich in een moeilijke positie om economisch stand te houden of vaste stek te verwerven [bevinden], precies omdat de (advertentie-)markt er veel kleiner is". Die moeilijke context indachtig lijkt het aannemelijk om van een potentiële kandidaat de nodige ervaring in het maken van radioprogramma's te verwachten. Een gebrek aan ervaring zou in dit geval ingaan tegen de geest van de bepaling om net een omroep aan te duiden die voldoende draagkracht heeft om "op een slagvaardige manier omroepdiensten te ontwikkelen". Ervaring in het maken van radioprogramma's zit uiteraard bij de organisaties die reeds een radiolicentie uitbaten. Op basis van de oplistings van radio-organisaties opgemaakt door de Vlaamse Regulator voor de Media, werden een kruisselectie gemaakt van de organisatie die in aanmerking komen.

Stap	Omschrijving criterium	No of organizations
9	Lokale radio-omroepen die gericht zijn op Nederlandstalige Brusselaars	4

Art. 144 van het Mediadecreet bepaalt dat de radio-omroeporganisatie die de Vlaamse regering aanwijst “specifiek gericht is op de Nederlandstalige Brusselaars”. Dit is een onderdeel dat niet verder gespecificeerd is, maar opnieuw zien we in de memorie van toelichting de draagwijdte van deze bepaling: “Daarenboven is de groep van Nederlandstalige mediagebruikers in Brussel-Hoofdstad beperkt, maar van groot cultureel belang voor de uitstraling en de herkenbaarheid van de Vlaamse Gemeenschap als geheel.” We mogen dus verwachten van kandidaten dat ze voeling hebben met die gemeenschap van Nederlandstalige Brusselaars, en dus ook hier lijkt aangewezen om radio-omroepen te selecteren die reeds in Brussel uitzenden⁵.

Onder de vier overgebleven radio-omroepen⁶ valt meteen op dat het om thematische zenders gaat, waarbij Fantastiek (Topradio), Crooze.fm en Radio Spes zich specifiek richten op respectievelijk popcultuur, jazzmuziek en katholieke geloofsbelijdenis. Enkel Bruzz onderscheidt zich door een programmatie die naast een brede waaier aan muziekprogramma’s ook dagelijkse op Brussel gerichte actualiteitsprogramma’s omvat.

Organisatie	Radio-omroep	Postadres
ALFA NOORD	Fantastiek (Topradio)	GENT
RADIO CANDY	Crooze.FM Brussel	MEISE
RADIO SPES	Spes	BRUSSEL
VLAAMS-BRUSSELSE MEDIA	BRUZZ	BRUSSEL

2.3 Vlaams-Brusselse Media als meest geschikte kandidaat o.b.v. kwalitatieve evaluatie

Op basis van de tekst van het Mediadecreet, art. 144, tweede lid, en de memories van toelichting bij de ontwerpen van decreten houdende wijziging van bepalingen van het Mediadecreet, passen we nu een meer kwalitatieve evaluatie toe op de overgebleven kandidaten. Op basis van deze evaluatie komen we tot de vaststelling dat Vlaams-Brusselse Media de enige geschikte kandidaat is voor de toewijzing van de radiofrequentie in kwestie.

⁵ Situatie voor 1 januari 2018, wanneer het nieuwe frequentieplan in werking treedt.

⁶ Zoals opgenomen in de lijst van lokale radio-omroeporganisaties van de Vlaamse Regulator voor de Media, raadpleegbaar op <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-lokale-radio-omroeporganisaties>

Vlaams-Brusselse Media is een vzw die op 10 maart 2014 het licht zag als een fusie tussen drie andere vzw's: de krant Brussel Deze Week, de lokale televisieomroep TV Brussel en de lokale radio-omroep FM Brussel, opererend vanuit het historische Flagey-gebouw. De verschillende media kregen eenzelfde merknaam, BRUZZ. Het vroegere FM Brussel werd in februari 2000 opgericht, nadat hun aanvraag voor de frequentie 106,50 Mhz erkend werd in juli 1999. Oorspronkelijk een studentenradio verbonden aan het Royal Institute for Theatre, Cinema & Sound (RITCS) van de Erasmushogeschool Brussel (RITCS), groeide FM Brussel, en later BRUZZ, uit tot een volwaardige stadradio, die in 2004 de hoogvermogensfrequentie 98,80 toegekend kreeg, alsook op subsidies kon rekenen van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse Gemeenschapscommissie om de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap in Brussel te verhogen.

We komen tot deze conclusie door het toepassen van de kwalitatieve criteria vervat in art. 144 en de memorie van toelichting, meer bepaald:

- Verankering in Brussel
- Focus op Nederlandstalige Brusselaars
- Samenwerking met de Brusselse lokale televisieomroep

Hieronder wordt de kwalitatieve evaluatie beschreven, en aangetoond hoe Vlaams-Brusselse Media sterker scoort op deze criteria dan de andere potentiële kandidaten.

Verankering in Brussel

De memorie van toelichting benadrukt "het specifieke karakter van Brussel als hoofdstad van Vlaanderen en als regio met een sterke internationale dimensie". In vergelijking met andere Nederlandstalige radiozenders die uitzenden in Brussel, is BRUZZ de enige zender die zich profileert als een Brusselse stadzender. In tegenstelling tot andere zenders die hun programmatie vanuit een specifieke muzikale voorkeur, levensbeschouwing of subcultuur vormgeven, doet BRUZZ dit doelbewust vanuit een focus op Brussel. De slogan "You are the city" illustreert dit wonderwel, in het verlengde van 'Join the city', de slogan die FM Brussel in 2012 aannam. Bij de lancering van de nieuwe merknaam, zei algemeen hoofdredacteur Jeroen Roppe het volgende: "De naam BRUZZ staat voor de vibe die uit de stad voortkomt en waar wij ons middenin bevinden. BRUZZ staat uiteraard ook voor Brussel, een stad die niemand onverschillig laat. Het staat voor het kosmopolitische karakter dat we willen uitdragen, binnen de stad en naar de rest van Vlaanderen."⁷

⁷ Vlaams-Brusselse Media heten binnenkort Bruzz. 13/10/2015. Geraadpleegd via <https://www.bruzz.be/samenleving/vlaams-brusselse-media-heten-binnenkort-bruzz-2015-10-13>

Die verankering met Brussel is er vooreerst historisch. FM Brussel werd in 2000 gelanceerd in hartje Brussel en onder de vleugels van het Brusselse RITCS. De link met de school is er nog steeds door de vele studenten die stage lopen bij BRUZZ en er daarna vaak ook hun eerste professionele stappen zetten. Reeds in de toenmalige programmatie was de link met Brussel duidelijk, bijvoorbeeld in het programma Horizon dat de burgers aan het woord liet rond stadsthema's en met oog voor de meertaligheid en multiculturaliteit die de hoofdstad kenmerkt.

De link met Brussel vertaalt zich ook in de programmatie. Geen van de andere lokale omroepen die (in het Nederlands) uitzenden in Brussel geven specifiek aandacht aan de actualiteit binnen en de inwoners van Brussel in hun programmatie. Vooral de programma's Uptown en Downtown, elke weekdag van respectievelijk 07 tot 10 uur en 16 tot 19 uur, zijn hierbij belangrijk. Ze maken duidelijk dat BRUZZ, dat een grote verscheidenheid aan muzikale programma's aanbiedt, in haar programmatie evenwel kiest om tijdens de piekuren in te zetten op programma's die de stad in duiken en er nieuws, cultuur en personen uitplukken voor de luisteraars. De radio kan hiervoor rekenen op een stevige redactie, die ze deelt met de andere mediakanalen van BRUZZ, samen goed voor ongeveer 70 personeelsleden (zie verder).

Tenslotte haalt BRUZZ ook de banden met de stad aan door samen te werken met verschillende organisaties in Brussel, door evenementen te organiseren en door ook uit de studio te komen en in de straat te gaan staan. BRUZZ zet hierbij in op verschillende initiatieven, maar voor radio is er een initiatief in het bijzonder dat een goede illustratie van deze aanpak vormt, namelijk de Ronde van Brussel. In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 organiseert BRUZZ van september 2017 tot mei 2018 een ronde langs alle Brusselse gemeenten. De inwoners en hun activiteiten en projecten staan tijdens deze ronde centraal. Elke twee weken maakt BRUZZ een uitgebreid portret van een Brusselse gemeente. De radio zendt zijn ochtendshow Uptown live uit vanuit de BRUZZ-bus en betreft passanten met interviews en koffiekoeken. Dit toont het engagement van BRUZZ naar de stad en haar inwoners toe.

Focus op Nederlandstalige Brusselaars

Art. 144 van het Mediadecreet bepaalt dat de radio-omroeporganisatie die de Vlaamse regering aanwijst "specifiek gericht is op de Nederlandstalige Brusselaars". BRUZZ is niet de enige radio die in het Nederlands uitzendt in Brussel, maar is wel een omroep die zich expliciet richt op Nederlandstalige Brusselaars, al worden ook expats, pendelaars, bezoekers en anderstaligen tot de brede doelgroep gerekend

van “iedereen die gebruik maakt van de stad”⁸. Toch vormen Nederlandstalige Brusselaars het centraal publiek van BRUZZ.

Dit uit zich ten eerste in de subsidies die BRUZZ ontvangt van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse Gemeenschapscommissie en dit als mediapartner om de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap in Brussel te verhogen. Daarnaast staat in de overeenkomst tussen de drie partijen concreet geschreven hoe dit zich vertaalt in specifieke taken, waaronder (art. 9, tweede lid): “[De VBM produceert] informatie over de sociaal-culturele, economische, politieke en sportieve actualiteit in Brussel. De VBM zorgt ook voor de regionale vertaling van nationale en lokale nieuwssitem die betekenisvol zijn voor Nederlandstalige inwoners en bezoekers van Brussel”⁹. Deze taak impliceert een aanbod dat gericht is op Nederlandstalige Brusselaars.

Daarnaast gaat BRUZZ ook in haar samenwerkingen doelbewust op zoek naar partners binnen de Nederlandstalige gemeenschap in Brussel. Zo hebben BRUZZ en Radio 2 Vlaams-Brabant een samenwerking om nieuws rond Brussel met elkaar te delen. BRUZZ is ook al een paar jaar aanwezig op de Campus Kick-Off van de Vrije Universiteit Brussel. BRUZZ Night in samenwerking met BOZAR is een ander voorbeeld van hoe BRUZZ tracht connecties te maken met andere Brusselse instellingen met het oog op verbinding maken met Nederlandstalige Brusselaars. Geen andere mediaorganisaties nestelen zich zo in het Nederlandstalige stadsweefsel als BRUZZ.

Samenwerking met de Brusselse lokale televisieomroep

Art. 144 van het Mediadecreet bepaalt dat de aangewezen omroeporganisatie “nauw samenwerkt met de regionale televisieomroeporganisatie voor het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad.” Vlaams-Brusselse Media baat ook de Brusselse televisieomroep uit, en garandeert op die manier een nauwe samenwerking. Die nauwe samenwerking uit zich nu reeds in het gemeenschappelijke, multimediale merk BRUZZ (online – papier – TV – radio) en onderliggende, redactionele samenwerking. Dit is volledig in lijn met de mogelijkheid tot samenwerking zoals aangegeven in de memorie van toelichting bij art. 144 en 145, namelijk “om intensief te kunnen samenwerken vanuit een nieuwe structuur, om nieuwe mediaproducten te lanceren, om kosten te drukken of andere schaalvoordelen na te streven”.

⁸ Vijf merken worden BRUZZ. 19/04/2016. Geraadpleegd via <https://www.bruzz.be/videoreeks/video-vijf-merken-worden-bruzz>

⁹ Overeenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap, de Vlaamse Gemeenschapscommissie en de vzw Vlaams-Brusselse media (VGC Collegebesluit nr. 20152016-0570 van 26/05/2016), geraadpleegd via <http://bestanden.vgc.be/collegebesluiten/2016/2016-05/cbbij1-20152016-0570.pdf>

Vlaams-Brusselse Media is de enige organisatie die een nauwe samenwerking met de regionale televisieomroep kan aantonen. Andere organisaties zouden uiteraard een samenwerking kunnen opzetten, maar de jarenlange ervaring en samenwerking die Vlaams-Brusselse Media kan voorleggen kan hier niet genegeerd worden, niet in het minst met het oog op het feit dat de “Nederlandstalige mediagebruikers in Brussel-Hoofdstad beperkt [zijn], maar van groot cultureel belang voor de uitstraling en de herkenbaarheid van de Vlaamse Gemeenschap als geheel”. Met de ontwikkeling van het merk BRUZZ en de achterliggende redactionele reorganisatie heeft Vlaams-Brusselse media net de samenwerking tussen de lokale radio- en televisieomroep sterk uitgewerkt en verankerd in de organisatie, en dit ten voordele van een duidelijke journalistieke en culturele propositie voor de Nederlandse Brusselaars.

In 2015 ging FM Brussel samen met de lokale televisieomroep TV Brussel, krant Brussel Deze Week, magazine Agenda en nieuwssite Brusselnieuws op in het cross-mediaal merk BRUZZ. De redacties van de verschillende media werden samengevoegd en het online aanbod kreeg een centrale plaats binnen de organisatie. Verder dan enkel de samenwerking tussen lokale radio- en televisieomroep, gaat het hier om een volledige integratie tussen beide, aangevuld met print en online kanalen. Geen enkele andere lokale-omroep kan een dergelijke doorgedreven samenwerking met de lokale televisieomroep voorleggen. Die integratie heeft bovendien een aantal belangrijke voordelen.

Ten eerste biedt de integratie van de verschillende redacties onder een cross-mediaal mediamerk een betere garantie op een duurzame ontwikkeling van de organisatie binnen een sterk veranderend medialandschap. Door op te gaan binnen BRUZZ heeft FM Brussel zich verzekerd van een noodzakelijke online aanwezigheid, en de nodige expertise op het vlak van multimediale content. In de nieuwe constellatie staat BRUZZ als een cross-mediale organisatie sterker om de blijvende ontwikkelingen binnen de media het hoofd te bieden. BRUZZ kan op die manier ook inspelen op nieuwe evoluties in mediagebruik en haar doelpubliek op een zo gebruiksvriendelijk mogelijke manier bedienen. Het zorgt ervoor dat Nederlandstalige Brusselaars verschillende ‘entry points’ hebben in het media-aanbod van BRUZZ, of ze nu via de website in contact komen met de radio of via de televisie met de krant. Door verschillende media-ervaringen aan te bieden kan BRUZZ haar bereik vergroten.

Dit bereik vergroten is meteen een tweede belangrijk element. Zoals aangegeven in bovengenoemde memorie van toelichting: “Door het specifieke karakter van Brussel als hoofdstad van Vlaanderen en als regio met een sterke internationale dimensie (gezien de aanwezigheid van veel nationaliteiten, talen en cultuurgemeenschappen) bevinden de regionale televisie- en radio-omroeporganisaties zich in een moeilijke positie om economisch stand te houden of vaste stek te verwerven, precies omdat de (advertentie-)markt er veel kleiner is”. Naast het feit dat BRUZZ met haar cross-

mediale strategie tracht dit bereik te vergroten, zorgt de bundelingen van krachten tussen alle geïntegreerde media per definitie voor schaalvoordelen.

Het gaat hierbij vooral om het drukken van kosten door de vrucht te plukken van de synergiën tussen de voorheen van elkaar losstaande mediakanalen. Zo zorgt de bundeling van krachten ervoor dat BRUZZ beroep kan doen op een organisatie van rond de 70 werkkrachten, waarvan het merendeel deel is van de centrale redactie die inhoud maakt voor de verschillende kanalen. Die schaal is uniek voor een lokale radio-omroep die de taak heeft zich te richten op een specifiek en commercieel moeilijk monetariseerbaar publiek. De schaalvergroting van BRUZZ biedt dus ook op financieel vlak een grotere garantie op de commerciële leefbaarheid van de Brusselse lokale radio-omroep.

DEEL 3

CONCLUSIES

DEEL 3: CONCLUSIES

De Nederlandstalige Brusselaars vormen een cultureel bijzondere en belangrijke groep binnen de Vlaamse gemeenschap. Ze vormen echter ook een kleine groep, waardoor het moeilijk is voor regionale televisie- en radio-omroeporganisaties om een duurzame en economisch rendabele programmatie uit te bouwen voor deze groep. Advertentie-inkomsten zijn immers per definitie eerder beperkt, hetgeen zich in een tijdperk van add-skipping en on-demand kijken nog sterker manifesteert. Het mediadecreet erkent deze bijzondere en complexe situatie in Brussel. Het bepaalt daarom dat de Vlaamse regering in het tweetalig gebied BHG zelf een radio-omroeporganisatie aanwijst; dit uiteraard binnen het wettelijk kader gesteld door het Mediadecreet. Deze omroeporganisatie dient een volwaardige programmatie aan te bieden gericht op de Nederlandstalige Brusselaars, in samenwerking met de Brusselse televisieomroeporganisatie.

Deze studie had als doel de organisaties in kaart te brengen die de in het Mediadecreet beschreven opdracht voor de lokale radio-omroeporganisatie in het tweetalig gebied BHG kunnen vervullen. We namen een brede selectie van bedrijven en organisatie als startpunt, gebaseerd op de Bel-first databank die actuele gegevens omvat van Belgische ondernemingen, verenigingen en stichtingen. Op die database pasten we systematisch een aantal selectiecriteria – afgeleid uit het Mediadecreet – toe, onderverdeeld in drie categorieën:

- (1) brede uitsluitingscriteria op basis van de bepalingen in het Mediadecreet;
- (2) kwalitatieve organisatorische criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet;
en
- (3) kwalitatieve inhoudelijke criteria in het licht van de opdracht van een Brusselse lokale-omroep organisatie zoals opgenomen in het Mediadecreet

Uit de analyse blijkt dat slechts één organisatie geschikt is om de taak vooropgesteld in het Mediadecreet naar behoren te vervullen, namelijk Vlaams-Brusselse Media. De organisatie voldoet aan alle criteria opgenomen in het Mediadecreet. Daarenboven heeft zij een aantal belangrijke troeven – met name op vlak van de kwalitatieve inhoudelijke criteria – die niet terug te vinden zijn bij andere organisaties. De organisatie heeft immers een aantoonbare ervaring in het maken van een brede radioprogrammatie, met oog voor cultuur en nieuws uit de hoofdstad, gericht naar Nederlandse Brusselaars. Bovendien is Vlaams-Brusselse Media – relaterend naar de kwalitatieve organisatorische criteria – de enige organisatie die een doorgedreven samenwerking met de regionale televisieomroep kan aantonen onder de vorm van de integratie onder het cross-mediaal mediamerk BRUZZ. Met de ontwikkeling van het merk BRUZZ heeft Vlaams-Brusselse Media ook een belangrijke stap gezet naar een

duurzame organisatie die zich verder kan ontwikkelen in het digitaal medialandschap, wat een journalistiek en cultureel aanbod voor de Nederlandse Brusselaars moet garanderen.

BIBLIOGRAFIE

- Bureau van Dijk. (NN). Amadeus - Information on companies across Europe. Retrieved 1 October 2018, from <https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/international-products/amadeus>
- Conseil Supérieur De L'Audiovisuel. (NN). CSA - L'offre média en Fédération Wallonie-Bruxelles. Retrieved 1 October 2018, from www.csa.be/pluralisme/offre?sector=2
- Komorowski, M. (2017). *Deliverable 2.3a - Report on Data Analysis: Brussels' media industry* (Deliverable No. 2.3). imec-VUB-SMIT. Retrieved from <http://mediacusters.brussels/wp-content/uploads/2017/06/MCB-Deliverable-2.3a.pdf>
- Simon, J. P., & Bogdanowicz, M. (2012). *The Digital Shift in the Media and Content Industries: Policy Brief* (Report EUR 25692 EN) (p. 20). Institute for Prospective and Technological Studies, Joint Research Centre. Retrieved from <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC77932/jrc77932.pdf>
- Vlaamse Regulator voor de Media. (2018). VRM - Radio, tv en netwerken. Retrieved 1 October 2018, from www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-netwerken

OVER HET ONDERZOEKSTEAM

VUB-SMIT

SMIT (Studies on Media, Innovation and Technology) is a research group of the VUB (Vrije Universiteit Brussel). SMIT specialiseert zich in beleidsvoorbereidend en -evaluerend onderzoek. De expertise van SMIT-VUB werd zowel door overheden (o.m. Departement Jeugd, Cultuur, Sport en Media, de Sectorraad Media) als mediaspelers (betrokken in verschillende iMinds ICON en MIX-projecten; onderzoek voor o.a. SACD, SBS, VRT, Mediarte.be, etc.) ingeroepen en erkend.

Binnen de Media Unit van SMIT ligt de focus sterk op de conceptualisering van media-ecosystemen, het in kaart brengen van de impact van grootschalige verschuivingen op businessmodellen van bestaande spelers en analyses van de impact van specifieke spelers of steunmaatregelen. Zo werkte de media unit samen met Econopolis bij de impactmeting van het Mediafonds (in opdracht van de Minister van Media en Dept. CJSM) in 2016/7, en werkt SMIT binnen een interuniversitair consortium van Brusselse onderzoeksgroepen de impact van de Brusselse mediasector, met specifieke aandacht voor de rol van publieke omroepen daarin (Media Cluster Brussels, Innoviris).

Prof. Dr. Ike Picone, Senior Onderzoeker SMIT

Ike Picone is docent Media en Journalistieke Studies aan de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel en Senior Researcher verbonden aan de onderzoeksgroep IMEC-SMIT. Hij is eveneens lid van de Raad voor Journalistiek. Hij beschikt over een uitgebreide expertise in het domein van digitale disruptie in de mediasector, meer bepaald inzake journalistiek en nieuwsmedia. De hoofdthema's in zijn werk zijn gebruikersdeelname aan online nieuws, in het bijzonder praktijken van nieuws- en informatiegebruik, de relatie tussen publiek en journalisten en de rol van nieuwe media in de opkomst van deliberatieve publieke sferen. Centraal ligt het begrijpen van hoe mensen deelnemen aan media als een sociale praktijk, en welke motivaties en drempels een rol spelen in het vormgeven van deze praktijk. Hij is promotor van het Innoviris Anticipate project Media Clusters Brussels, dat in het bijzonder de mediasector in Brussel onderzoekt.

Marlen Komorowski, Onderzoeker SMIT

Marlen Komorowski heeft ervaring met de studie van mediasystemen. Sinds 2013 ontwikkelde zij een diepgaande expertise van mediaclusters, met een specifieke focus op de mediasector in Brussel – voornamelijk binnen het Innoviris project Media Clusters Brussels (www.mediaclusters.brussels). Marlen Komorowski specialiseerde zich specifiek in de analyse van clusterdynamieken in Brussel aan de hand van economische analyse van datasets op basis van NACE-codes verrijkt met andere in databronnen. Ze publiceerde onder andere volgende relevante onderzoeksartikels hieromtrent in internationale, wetenschappelijk tijdschriften.

Prof. Dr. Ben Van Rompuy, Senior Onderzoeker SMIT

Ben Van Rompuy is Universitair Docent Europees Mededingingsrecht bij het Europa Instituut van de Universiteit Leiden en als senior affiliated onderzoeker verbonden aan SMIT. Van Rompuy heeft specifieke expertise op het gebied van de handhaving van Europees mededingingsrecht (antitrust, staatssteun, concentraties) en EU interne markt recht in de media- en sportsector. Hij heeft veelvuldig gepubliceerd op dit terrein en adviseert ook regelmatig overheden, mediabedrijven, sportorganisaties en atleten. Tussen 2012 en 2016 was hij senior onderzoeker bij het T.M.C. Asser Instituut in Den Haag. In 2010-2011 was hij Visiting Fellow aan het Institute for International Economic Law van Georgetown University, waarvoor hij een onderzoeksbeurs ontving van de Belgian American Educational Foundation. Van Rompuy promoveerde in 2011 met een proefschrift aan de VUB over de doelstellingen van het Europees mededingingsrecht en de rol van niet-mededingingsbelangen in de toepassing van het kartelverbod.

Prof. Dr. Karen Donders, Senior Onderzoeker, Hoofd Media Unit

Karen Donders is senior onderzoeker en hoofd van de Media Unit bij SMIT en docent mediabeleid aan de vakgroep Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel, waar ze ook hoofd is van de Master of Science in New Media and Society in Europe. In 2010 verdedigde ze haar doctoraat 'Under pressure. An Analysis of the Impact of European State Aid Policy on Public Service Broadcasting: Marginalisation or Revival as Public Service Media?'. Tussen 2006 en 2011 was Karen verbonden aan de onderzoeksgroep Institute for European Studies. Haar wetenschappelijk onderzoek focust op de rol van de publieke omroep in een digitale samenleving, Europese mededingingsregels en de mediasector, de wisselwerking tussen de omroep- en distributiesector, en het kruispunt tussen mediabeleid en media-economie.