

Frequenties en Meningen, de analyse (1)

In de lente van dit jaar deed RadioVisie een aantal peilingen over radio. De BV's waren het tussenspel. Elf individuele peilingen, allemaal over losstaande en toch met elkaar verbandhoudende items. Meteen de grootste enquête ooit over radio die in Vlaanderen werd gehouden, bij radiofans, onder radiomakers. Samengevoegd vormen ze een beeld van radio vandaag. De analyse. Het werd een vingerwijzing. Van de deelnemers.

1. De onderwerpen en de indeling

Peiling 1: Heeft Vlaanderen nood aan een specifiek radiostation voor 50-plussers?

Peiling 2: Als er veel meer radiostations op DAB zouden uitzenden die niet op FM te ontvangen zijn, zou jij dan een DAB-ontvanger kopen?

Peiling 3: Luistert u wel nog eens naar de middengolf?

Peiling 4: BV's zijn dit seizoen meer dan ooit alom tegenwoordig op de Vlaamse beeldbuizen

Peiling 5: Beluistert u ook wel eens radio via internet en live stream?

Peiling 6: Moet ook SBS Belgium een radiolicentie krijgen?

Peiling 7: Moeten radiofrequenties opnieuw een nationale bevoegdheid worden?

Peiling 8: Is zerobase een oplossing voor een beter radiobeleid?

Peiling 9: Luistert u wel eens naar radio van over de landsgrenzen?

Peiling 10: Hoe denkt u over reclame op de radio?

Peiling 11: Luister je naar radio via de kabel?

In totaal waren er tien onderwerpen over radio, en één over TV. Met een beetje welwillendheid herkennen we daarin drie verschillende thema's:

- het luisteren naar radio vandaag
- het beleid
- extra: BV's op TV en reclame op radio

Natuurlijk waren deze peilingen niet bedoeld om een totaalbeeld van radio vandaag te vormen. Zo waren er geen peilingen voorzien over bestaande openbare-, landelijke-, 'provinciale'-, keten-, of lokale omroepen. De peilingen waren géén luisteronderzoek.

2. De peilingen vs. luisteronderzoeken

Behalve een populariteit van bestaande omroepen is er ook nog zo iets als de tevredenheid, en dit zowel over de huidige radiowereld als over de aanpak van het beleid. Een onderzoek naar andere gewoontes, nieuwe noden en dus nieuwe mogelijkheden.

Dergelijke onderwerpen komen minder – of zelfs níét! – aan bod in bestaande onderzoeken. Veel peiling is er al niet. Luisteronderzoeken zoals CIM beperken zich hoofdzakelijk tot de populariteit van erkende omroepen. Het is een waardemeter in het bestaande.

De metingen van CIM blijven voorwerp van discussie. Er waren de interne strubbelingen over bijsturing van het gemeten profiel. De stapsgewijze aanpassing(en) legt de actualiteitsradius bloot. Snel kan het niet worden genoemd. Traagheid vertraagt ook verandering, of vernieuwing.

Bovendien heeft niet iedereen een hoge pet op van de CIM-metingen. De lokale radiosector komt er nogal gedeukt uit. Onvolledig, omdat niet alle lokale omroepen zijn opgenomen. Vaak onjuist, omdat structuurwijziging(en) achter de cijfers aanhollen. Menig één twijfelt zelfs aan de realiteit van lokale CIM-cijfers.

Openbare-, landelijke en 'provinciale' omroepen zullen dat wel anders zien. In de huidige radiowereld streven zij allen naar nationale reclame. De verschillende golven van CIM hebben uiteindelijk hun grootste waarde in deze reclameverkoop. CIM bestaat trouwens uit de reclamewereld.

De peilingen van Radiovisie zochten naar de diepte van een andere invalshoek in de radiowereld. Elf weken lang kon de bezoeker van de website zijn of haar mening daarover kwijt. Een gewenste andere peiling. Het resultaat is dat van de bezoekers. Enkel van hen. Voor u allemaal.

3. Hoe anders is/kan radio vandaag?

3.a. Méér DAB? (peiling 2)

DAB is in Vlaanderen niet enkel weinig bekend, het is ook weinig benut. De VRT liep destijds op kop in deze vernieuwing. Veel méér dan een aanvulling van het bestaande is het bij de openbare omroep nooit geworden. Als vernieuwing nogal tamelijk overbodig.

De VRT biedt op DAB bijna al haar netten aan. De 'nieuwe' producten zijn exclusieve DAB-producten. Alhoewel. Ze liggen nogal in de lijn van bestaande VRT-producten. Bovendien is de verwijzing op de VRT-websites niet altijd correct. RVI is niet langer een DAB-zender, doch blijft in de lijst vermeld.

Eerst was er 927 Live. Een uitgebreide versie van de verkorte en/of verminderde sportservice op Radio 1. Sporza. De digitale omroep zou perfect passen in een nieuw TV-net, maar dat is er niet gekomen. Sport in kwadraat op radio blijft sport. Al is het een extra keuze voor de liefhebbers.

Er kwamen drie producten bij. Donna hitbits, een non-stop versie van de 'commerciële' VRT-omroep. Donna dubbel blijft Donna. Een bisnummer. Dat geldt ook voor Klara continuo. De non-stop versie van de klassieke omroep. Encore.

Met nieuws+ kan het recentste nieuwsbulletin heropgepikt worden, aangevuld met verkeersinformatie. Handig, maar het begint achterhaald te worden door de digitale TV-wereld. Moderne TV biedt de radioluisteraar thuis en op het werk steeds meer. Zelfs On Demand.

DAB is betaalbaar geworden. Supermarktketens zetten de ontvangers soms in promotie. Aan een prijs die niet meer veel hoger ligt dan een gewone FM-radio. Als DAB echter niet veel méér biedt dan een aanvulling, is er dan nog een markt in de ruisvrije radiowereld? Blijkbaar wel.

53% van de deelnemers aan de peiling zouden een DAB-ontvanger kopen als het aanbod om naar te luisteren ruimer zou zijn. Mogelijk kopen ze die nu wél, zelfs als gadget. Misschien ook niet, omdat het aanbod ontbreekt. De markt is er, het aanbod ontbreekt. Een gemiste kans?

32% zegt ook nee. Dat is veel. Kennen ze de nieuwe mogelijkheid niet? Zijn ze tevreden met het huidige radiopakket? Zien ze op tegen nog maar eens een nieuwe omschakeling? Niet elke luisteraar is een freak. Integendeel. Luisterend Vlaanderen is sowieso conservatief, tenzij...

Freaks kunnen vermeerderen door extra aanbod. Terecht is in deze peilingen verwezen naar het effect van 'vrije radio' op overschakeling naar de FM-band. De vroegere zeezenderfreak op middengolf was uitgegroeid tot een massa. Ze 'verzoop' in de territoriale wateren van 1974, en later.

Mi Amigo was de brug naar 'pompen'. De radiogeest leefde verder op het Spaanse vasteland. De spirit van vrije radio was die van de zeezenders en van de Sunny Boys in Playa De Aro. Omschakeling. Van middengolf naar FM.

Het monopolie van de toenmalige BRTN zou hier waarschijnlijk 'nee' roepen. In eigen keukens niet. De 'vrije' keukens groeide echter. Cijfers ontbreken hier, jammer genoeg. Toch kan ik me niet inbeelden dat zelfs een Jos Ghysen zich zou 'verlagen' om te kijken naar 'vrije radio'. Hij deed het. Toen.

DAB biedt vele nieuwe kansen. Ruisvrij. Het mediabeleid gaat blijkbaar uit van eigen fantasie, er is namelijk géén 'tender' voor openstaande mogelijkheden. De FM-band is ingepakt en voorverpakt. De chaos van de overvolle erkenningsronde(s). DAB is open en blijft bloot. Naakt.

Er is ook nog 14% potentieel. Niet weinig tegenover de nee-zeggers, véél tegenover de believers. Ruim als potentiële markt. Marketing-ers dromen vandaag van de niet-markt. Non-sale als sale. De basket. Een marktleider van 53% zou dromen van 14% potentiële extra. Die is er. In DAB.

Maandag: deel 2



3.b. Middengolf? (peiling 3)

Middengolf is nostalgie. Vandaag vooral een radioverleden. In de ruisvrije radiogeneratie zou ze al lang moeten achterhaald zijn door DAB (zie peiling 2). Toegegeven, andere mogelijkheden, ander middelen. Ei doch!

De peiling stelde terecht dat 'middengolf een beetje reizen is, avontuur en ontdekkingsreis'. 44 procent van de Vlamingen 'reist' wel eens naar de middengolf. Dat zijn er niet weinig, zeker niet in een digitaal tijdperk. Bijna 1 op 2.

11 procent anderen luistert zelfs altijd naar de middengolf. Freaks. Samen met de 'reizigers' vormen ze een ruime 1 op 2. Deze 55 procent zouden een belangrijke doelgroep kunnen zijn. De Vlaamse regering ziet dat anders. De doelgroep is er, doch de mogelijkheden ontbreken.

Nog niet zo lang geleden werd een aftasting voor een privé-initiatief op de middengolf resoluut afgewezen door de Vlaamse mediaminister. Eerder al werd een openstelling afgewezen. Ondanks succesvolle initiatieven in het buitenland blijft de middengolf hier een monopolie van de VRT.

België hoort bij de Europese uitzonderingen in dit restrictiebeleid. Ondertussen zit de FM-band steeds meer volgepropt. Toch werden er nog comfortzones voor enkelingen gecreëerd. Het plette de andere omroepen nog méér samen, zelfs in uitzichtloos bereik.

De FM-band is een ratjetoe van verscheidenheid. Tot voor kort huisvestte deze uitzendband grotendeels (lokale) omroepen die nog in mono uitzonden. Los van de mogelijkheden van deze omroepen was die beperking zelfs voorgeschreven in het decreet. Uiterste tegenstelling!

Bovendien verschillen de omroepen drastisch van aard. In de wildgroei van de laatste decennia is eerder chaos, dan wel orde geschapen. Alle 'reizigers' samengepropt op één lijnbus. Sardinenbeleid. Vele omroepen stoten tegen elkaar in bereik. Verschillende omroepen dan nog.

Wie vandaag terugkijkt op de evolutie van radio in Vlaanderen ziet een technische achteruitgang van bestaande projecten tegenover nogal 'gemanipuleerde' nieuwe initiatieven. Alsof er een nieuwe koepel werd gecreëerd boven de reeds bestaande omroepen.

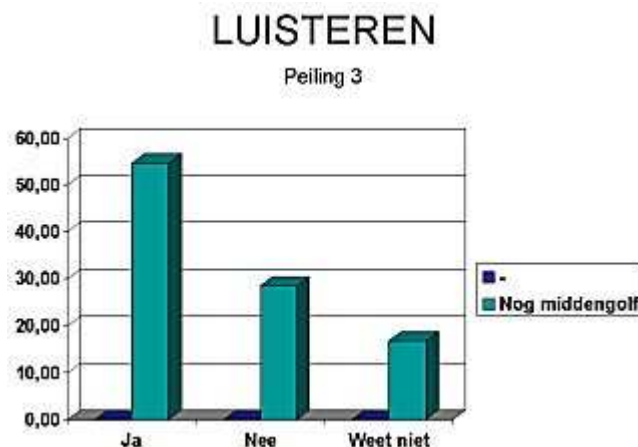
Die koepel kwam er dan nog in meerdere stappen. Het beleid kan moeilijk krachtadig worden genoemd. Aarzelend, verdragend, haperend. Beperkend. Restrictie tegenover een overvolle FM-band. Het lijkt een doemdenken in conservatisme, volharden in de eenzijdigheid.

De Vlaamse regering kan vandaag echter vaak niet eens het beloofde uitzendbereik waarborgen. Koppig volharden toont dan een gebrek aan wil tot verbetering. Het heeft geen zin om een lijnbus voller te stoppen dan er plaatsen zijn. Zeker niet als er ook nog comfortabele zetels tussen moeten.

Middengolf heeft mogelijkheden. Slechts 29 procent is expliciet tégen. Het zijn waarschijnlijk de luisteraars die ruisvrij willen luisteren. Een uitbreiding op DAB zou voor hen de FM-band kunnen ontlasten. 55 procent staat nog steeds open voor middengolf.

Er is zelfs extra potentieel in de 17 procent die niet echt weten wat middengolf is. Destijds waren de vrije radio's een belangrijke bulldozer in de omschakeling van AM naar FM. Even later mochten ze hun luisterpubliek de uitbreiding boven 104 MHz uitleggen. Zelfs technisch ondersteunen.

Middengolf en DAB ligt open. Beperking lost de chaos niet op. Zeker niet als uit deze peilingen blijkt dat er interesse zou zijn. Waar een wil is, is een weg. Ruimte geven is ook ruimte creëren. De juiste omroep op de juiste plaats. Niet langer alles samen in één overvolle bus. En deuren dicht...



3.c. Internetradio en live stream (peiling 5)

Recent 'geboren' radiomogelijkheden mochten niet ontbreken in de peilingen. Niet omdat ze hot zijn, eerder naar hun draagkracht in de toekomst. Mogelijke draagkracht. Een hype leeft meestal niet lang. Een trend iets langer. Zelfs internet en stream zullen hun toekomst zelf bepalen. Een beetje. Of niet.

Peiling 5 kreeg zijcommentaar van acht radiospirits. Ieder op zich, zichzelf. Marc Hermans, Carl Schmitz, Guy De Pré, Hilde Van Gool, Bruno Heyndrickx, Liv Van Aelst, Koen Wauters en Marc Holemans. Zij geloven erin. Echte radiatorotten kijken naar de mogelijke toekomst.

Als het aan de 'ja' in de peiling lag dan is het radiobroodje gebakken voor internetradio en stream. 11 procent is volledig gewonnen. 31 procent veel. 42 procent soms. Samen vertegenwoordigen ze 84 procent van de deelnemers. De toekomst is hier?

De 10 procent non-believers zullen het verschil niet maken. Er zijn nog 4 procent onwetenden. Dat is weinig in vernieuwing. Internetradio en stream hebben een ruime meerderheid mee. Radiomakers én radioluisteraars zijn veruit overtuigd. De adder zit echter in het beleid.

Destijds was 'vrije radio' meer dan wanted. Een ruime meerderheid herkende zich in dat vrije geluid. Om welke reden ook. Toen kwamen de decreten. De beperkingen. Internetradio en stream vergaat het niet beter. Het bestaande decreet is een glijbaan die hopeloos achter het heden aanloopt.

In tegenstelling tot de 'vrije radio's' van toen moeten internetradio's enkel een aangifte doen. Een melding. Dat is opmerkelijk. Het - veelvuldig besproken - mediabeleid bulkte van erkenning rondes, vergunningen en gewenste dossiers voor de FM-band. Niét zo voor het internet!

Is dat een verademing? De vaagheid in omschrijvingen en (her)bepalingen zouden eerder doen denken dat het mediabeleid in internetradio en stream momenteel slechts een listing nastreeft. Aarzelend zoeken. Dat is geen goede voedingsbodem voor een medium in volle ontwikkeling.

Dan is er Sabam. Alerter dan ooit. Zelfs mét mogelijke soldenprijsje(s). Auteursverenigingen gaan natuurlijk ook terug naar de toekomst! Het is hun goed recht. Al zou het géén verworven recht mogen zijn dat verdedigers van muziekrechten een beleid blijven 'interpreteren'. Of vice versa.

In tegenstelling tot peiling 5 kwam Radio 1 onlangs terug op de plannen om afgevoerde programma's via webradio te compenseren. De reden? 'De onderhandelingen met platenmaatschappijen over auteursrechten blijven een zware dobber'. Dixit een krant. DM.

De auteursrechtenkwestie zou ook het grootste obstakel zijn in een VRT-plan om te starten met gepersonaliseerde internetradio. 'Voor webradio's en podcasts moet een heel nieuwe reglementering worden ontwikkeld en de onderhandelingen verlopen stroef'. In diezelfde krant.

The future is here? Ja zeggen de believers in de peilingen. Het is nu aan het beleid. Nu. Hopelijk duurt het géén 28 jaar voor de chaos in internetradio en stream nog altijd niet concreet wordt opgelost. Met de FM-band als voorbeeld kan de nieuwe radiogeneratie enkel sidderen. En beven.



3.d. Radio over de grenzen (peiling 9)

Luisteren naar radio over de grenzen was ooit zéér populair in Vlaanderen. Dat had waarschijnlijk met radiogeschiedenis te maken. Ouwe rotten van nu luisterden als broekies vermoedelijk al naar The Big L (London), Caroline, RNI, Veronica, Radio Noordzee Internationaal, enz.

Vrije radiostations die uitzonden op de middengolf. Meestal in internationale wateren. Dat kan niet meer vandaag. De internationale wateren zijn niet langer een bescherming. Omroepen die de zee nog zouden kiezen mogen genadeloos in beslag worden genomen in de veilige zone van vroeger.

Bovendien – én zeker ook een beetje daarbij – waren andere omroepen van over de landsgrenzen hier zeer populair. Hilversum III, Radio Luxemburg, Europe I, en vele andere. Nederlandse-, Franse- en Duitse songs waren frappant aanwezig in onze hitparades. Andere talen niet minder.

Onze openbare omroep had toen zelfs speciale programma's met anderstalige liedjes. Het 'Duits uurtje' op de toenmalige 'gewestelijke omroep' (nu: Radio 2) spreekt nog altijd tot de radioverbeelding. Een bredere radiomarkt én een bredere platenmarkt dan vandaag. Het was zichtbaar én hoorbaar.

Vandaag is die internationale inkleuring van de hitparade vooral Engelstalig. Andere anderstalige hits zijn eerder uitzondering dan regel. Radio is in Vlaanderen meer bereikbaar geworden. De platenmarkt is verschoven naar internationale hoofdkwartieren. 'Case by case' en globalisering.

Zijn radioluisteraars drenkelingen geworden in nationale (FM-)wateren? Blijkbaar niet. Peiling 9 had opmerkelijke resultaten. Vooral opmerkelijk vergeleken met de CIM-cijfers. Anderstalige omroepen in Vlaanderen haalden bij CIM laatst een marktaandeel van ongeveer 2,5 procent. Peanuts.

Dat kleine marktaandeel herbergde de Nederlandse-, Franse-, Engelse- én Duitse omroepen. Zelfs RTBF. Zijn de 'Glory Days' van anderstaligen dan over? Peiling 9 spreekt dat tegen. Categoriek, met een tweederde meerderheid. Dat is veel méér dan 2,5 procent in de markt.

23 procent van de deelnemers luistert veel naar radio van over de landsgrenzen. 18 procent doet dat regelmatig. 26 procent af en toe. Het zijn de 'ja'-zeggers. Samen 67 procent. Er blijven 33 procent die nooit naar radio van over de grenzen luisteren.

Terecht werd in het 'antwoord' op deze peiling gewezen op de mindere mogelijkheden om naar anderstalige omroepen te luisteren. Vroeger frequenteerden zij voluit op AM of FM. Die zit nu (over)vol met eigen (Vlaamse) omroepen óf met frequentiegerichtete technische 'wonderen' van deze tijd.

Storingvrij is hier al lang voorbij. Techniek is in mega-evolutie, communicatie én media niet minder. Het heden. De evolutie. De revolutie. Het mediabeleid kan moeilijk revolterend worden genoemd. Storingvrij? 'Vrije' radio's, later lokale kilometerradio's, de landelijke omroepen. Ze kennen het storen.

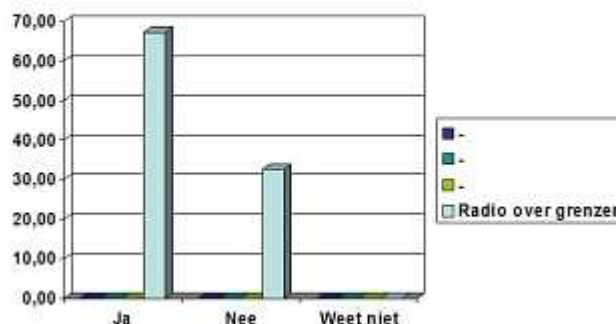
Het luisteren van gisteren hoeft niet het luisteren vandaag te zijn. Comfort van gisteren vs. evolutie vandaag. Revolutie. In de warboel van FM in Vlaanderen storen nu omroepen als AFN (Shape – Nato). Beschermd storing. Internationale FM-wateren. 2 maten. 2 gewichten. 2 gezichten.

Hoe anders kan de storing in bereik van Brusselse-, Antwerpse-, Limburgse- én omroepen uit andere provincies worden uitgelegd? De storingen komen uit Wallonië, Nederland, en andere landen. Én uit internationale omroepen in nationale wateren. Goed gewerkt? Écht beleid zou beter moeten vandaag.

Peiling 9 had nevencommentaar van bekende radiomakers. Johan Henneman, Jeroen Roppe, Pieter van Banden, Jan Hautekiet, Philippe Persoons en Ton Schipper. Hier past een citaat van Jan Hautekiet. 'Een rondje langs de velden'. Hij bedoelde zijn zoektocht naar buitelandse zenders.

LUISTEREN

Peiling 9



3.e. Radio via de kabel? (peiling 11)

De kabel zit niet goed het huidige luisteren naar radio. Gemeten naar de resultaten van de peilingen zou het hebben verbaasd indien wél. Middengolf scoort nog goed, internetradio en stream eveneens. Moderne ontwikkeling en 'old' habits. Nieuwe zoektochten. Om welke reden ook.

Is de kabel dan niet goed genoeg? Feit is dat de kabelaansluiting bij de meeste abonnees énkél wordt gebruikt voor TV en internet. Géén radio. Die vinden ze blijkbaar genoeg daarbuiten. Bovendien is het aanbod op de kabel niet écht een aanvulling te noemen. Eerder 'het bestaande'. Hetzelfde.

Ja, de kabel 'vergat' radio wel eens. De maatschappijen beperkten zich tot het 'hoogst noodzakelijke'. Wie dacht Don Quichotte te zijn vocht vaak tegen een windmolen. Een verbreding is de kabel nooit geworden in radio. Zeker geen nieuwigheid. Eerder een alternatief op het bestaande.

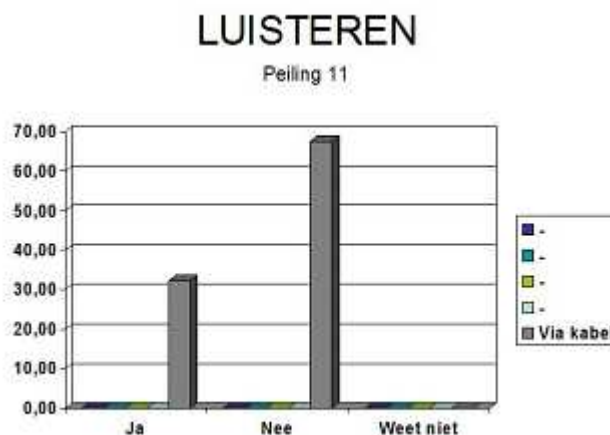
Luisterend Vlaanderen verandert niet zo snel van gewoontes. Vandaag nog zullen er wel luisteraars zijn die om één uur afstemmen op het 'gesproken nieuws' op de radio. BRT1. Radio 1. Vlaanderen is geen trendsetter in vernieuwing, tenzij die concreet wordt geboden. In deze tijd ook: exclusief, ànders.

Het ontbrak. Dat is te merken in de peiling. 32 procent zegt ja. 68 procent zegt nee. Het keurt niet de kwaliteit nog de mogelijkheid van kabel af. Het toont wel dat kabel geen alternatief is, geen must. Tenzij kabelmaatschappijen zouden meerekenen dat internetluisteraars via kabel genieten...!

Kabel is waarschijnlijk té beperkt in de moderne tijd. Het hangt vast aan een draad, in een steeds meer draadloze tijd. Een belangrijk percentage aan luisteraars is vaak onderweg. In de auto. Daar hangt géén draad van een kabel. Bovendien hangt thuis de kabeldraad van de TV. Modern times.

De zijcommentaren op deze peiling leerden dat luisterend Vlaanderen – weeral – achterhinkt op andere Europese landen. In Nederland luisteren 67 tot 77 procent wel eens via kabel. Het zal 'goedkoper' zijn zeker? Deze hollandermop lacht groen in luistercijfers.

Peiling 11 gaf het kabelgehalte van Hans Knot, Theo van Halsema, Tom de Graaf en Pieter Janssen. Mo(nu)menten. Tegenover het failliet van kabelradio in Vlaanderen. Vlaanderen is niet méé op kabel. FM, internetradio en stream zijn een chaos. AM en DAB een exclusiviteit. Goed bezig?



4. De eerste tussenconclusie – Luisteren!

Het dient hier herhaald te worden dat deze peilingen géén luisteronderzoek waren. De populariteit van de VRT-omroepen, Q-music, 4FM, Antwerpen 1 (of zo), én lucky-ones uit de lokale sector (in CIM-cijfers) stond niét in vraag. Deze peilingen waren een àndere meter. Die van andere behoeften.

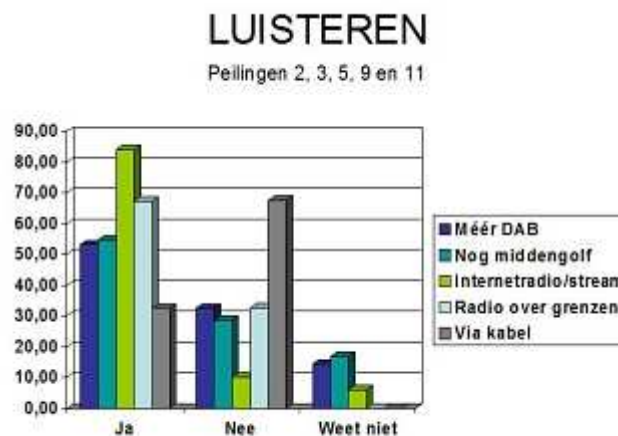
Normaal gezien zou de populariteit van bovengenoemde omroepen (én andere) de peilingen moeten hebben beïnvloedt. Als – volgens CIM 13 - het marktaandeel van de openbare omroepen nog steeds 88 procent van de Vlaamse luisteraars zou zijn, dan waren deze peilingen niet nodig.

De peilingen Luisteren tonen een duidelijk verschil. Meer dan de helft van de deelnemers wil meer DAB. Evenveel luistert nog naar middengolf. Een absolute meerderheid luistert via internetradio en stream. Radio over de grenzen is niét wég. Kabel blijft steken in het aanbod.

Er heerst al langer ontevredenheid in radioland. Ook bij de luisteraars. De 'koepel' (op FM) was geen fijne beloning van vrije initiatieven. 'Vrije radio's' – en hun vele vrije luisteraars – werden weggelachen. Eerder was dat de Vlaamse zeezender, en de opvolgers daarvan.

Toen was er StuBru, Donna, later ook Q-Music, 4FM, én de 'provincialen'. Géén bevestigingen van bestaande initiatieven. Nieuwe kansen voor enkelingen in een (gewenste?) 'koepel'. De vraag stelt zich of deze omroepen zouden bestaan zonder de kracht van vernieuwers op FM?

Vandaag is er internetradio, én stream. De opvolgers van de internationale wateren op AM en van 'vrije radio' op FM. Een vernieuwer, een trendsetter. Een nieuw luisterpubliek. Het mediabeleid blijft daarin voorzichtig. Vaag en onduidelijk. De radiogeschiedenis herhaalt zich.



5.a. Een specifiek radiostation voor 50+? (peiling 1)

Onze maatschappij evolueert naar een profiel van ouder worden. Vitaler, actiever, en meer begoeid dan vroeger. Welvaart en welzijn. Senioren hebben vandaag wat wind mee. Toch zijn er ook wolken. De groep groeit langzaam uit tot een 'marginale' leeftijdsgroep. Geïsoleerd, geweerd, 'vergeten'.

In tewerkstelling kampt 50+ met de soldenprijsjes van de nieuwe lichte. Hoger opgeleide – of anders opgeleide – jongeren nemen over. 2 (jongeren) voor de prijs van 1 (50-plusser). De laatste jaren raakten vele senioren in de 'vergeetput'. Na vervroegd pensioen, afkoop van contracten, of zo.

De maatschappij, de arbeidsmarkt, het organisatieleven, het is allemaal zo jonggericht geworden. Jonge wijsheid. In de radiowereld is dat niet anders. De 'verjonging' van Donna, Radio 1 en 2, het herhaald zoeken van StuBru naar een jeugdige identiteit.

Vlaanderen krijgt steeds meer een algemeen hit-format in radio. Er zit wel eens een 'Fout Uur' in, wat 'classics', of toch nog een goede oldie op StuBru. Bij Radio 1 en Radio 2 is de muziek eigentijds geworden. 'Jonger'. Toch mag een 'Goudzoekers' de senioren nog verleiden. Hoe lang nog?

Senioren spenderen nochtans. Méér dan vroeger. Vandaag willen ouder wordende ouders niet meer uitsluitend zichzelf opofferen. Ze willen ook genieten. De 'babysit' voor het kleinkind moet soms even wachten. Wegens op reis, of op stap. Of shoppen. Ouderen spenderen.

Deze peiling kreeg de interessante visie mee van Carl Rhode. Een Nederlandse trendwatcher. Hij ziet het groeiende potentieel van 50+ tegenover de krimpende jongerenmarkt. Er is echter moed nodig om hen te bereiken. Zij denken niet zoals de jonggerichte maatschappij vandaag. Zij denken anders.

De generatie 50+ is nochtans een trouw radiopubliek. Ze luisteren meestal dagelijks, én langdurig. Het is de generatie die niet echt van non-stop houdt, er mag wat concrete babbel bij. Kort, en zeker geen nonsens. Onnozele spelletjes zijn aan hen niet lang besteed.

Ze zijn ook niet hitgericht. Er mag wat minder bekende, én zelfs onbekende muziek bij. Vijftigplussers zijn geen kuddedieren, geen trendlopers. Het commerciële zijn ze snel beu. Deze doelgroep moet meer kwalitatief bereikt worden. Hoe zijn ze te bereiken?

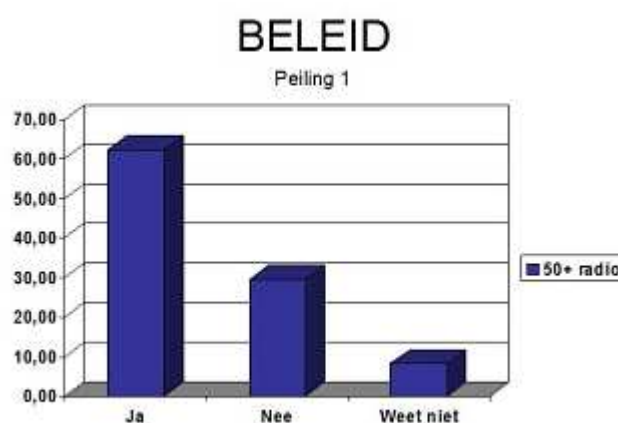
Het mediabeleid laat na in comfort voor iedereen op de FM-band. Het houdt tevens mogelijkheden op middengolf en DAB tegen. Pogingen om in de radiowereld de generatie 50+ te bereiken zijn dan beperkt. Eventueel lokaal. Zo komt er géén revolutie, wegens kleinschalig.

Nochtans zou er een markt zijn, dat blijkt eveneens uit de peiling. 62 procent van de deelnemers aan peiling 1 zeggen ja. Zij willen een specifiek radiostation 50+. Dat is veel. Het potentieel is er volgens de trendwatcher eveneens. Het hitformaat voldoet hen niet.

'Iets' anders zou een verademing kunnen zijn. Met voldoende bereik in Vlaanderen zou dan de reclamewereld mogelijk de stap willen zetten. Nu vist iedereen in dezelfde vijver. Er is géén andere! Waarom zouden ze er trouwens één zoeken die er (nog) niet is?

30 procent is tégen een radiostation voor 50+. Slechts. Het is geweten dat de jeugd zich afzet tegen ouderen. Dat komt niet enkel door de generatiekloof. Zij hebben de reclamemarkt (nog) mee, en willen hun jonge radiodromen verwezenlijkt zien. Senioren zijn voor hen 'uitgebluste pioniers van toen'.

Er is een potentieel van 8 procent onwetenden. Zij weten het niet. Zelfs als ze blijven twifelen is er nog steeds een ruime meerderheid gewonnen voor een radiostation 50+. Als het beleid wil is er ook ruimte. Willen is kunnen. De reclamemarkt volgt vanzelf wel. Ooit, ten laatste als het van 'moeten' is.



5.b. Moet ook SBS Belgium een radiolicentie krijgen? (peiling 6)

Eigenlijk is deze peiling ondertussen achterhaald. SBS is nu Pro7Sat1. P7S1. Einde verhaal? Toch niet. De peiling blijft actueel, het gaat om méér dan SBS Belgium. In feite was deze peiling een meting naar radiokansen in Vlaanderen. Échte kansen. Andere kansen.

SBS Belgium drukte ooit de wens uit om een eigen radiostation te hebben. Het SBS-filiaal in ons land verklaarde zelfs openlijk haar radioliefde aan Donna. Het Zweedse zweten! Een natte droom. Donna 'was niet te koop', de mediaminister vond dat eenieder maar moest gaan voor de kansen.

Kansen? Onlangs sprak Stefan Ackermans op een feestje. De mede-oprichter van 4FM, en nu van Life!tv. De 'pionier' grapte. 'Ze hadden 4FM aan een paar Hollanders verkocht'. 4FM was wél te koop. Een paar keren zelfs. Mét knipoog van de mediaministers.

Maeva kon destijds niet op zoveel 'begrip' rekenen. Toen werd er nog opgepakt in Vlaanderen. Keer op keer. Anderen weten eveneens waarom. Blijkbaar had het mediabeleid toen andere maatstaven voor vermogens dan voor bepalingen in (oorspronkelijke) erkenningen nu?

4FM ondertussen al niet meer 'Hollands', het is nu de VMMA. De zoveelste bocht in het beleid leidde naar het volgende 'monopoly'. Duopoly. Na een 'halve' opstart, en een herkansing mét vermogen, is landelijke radio een groep van frequenties geworden in zelfde beheer. Diversificatie? Knipperlicht?

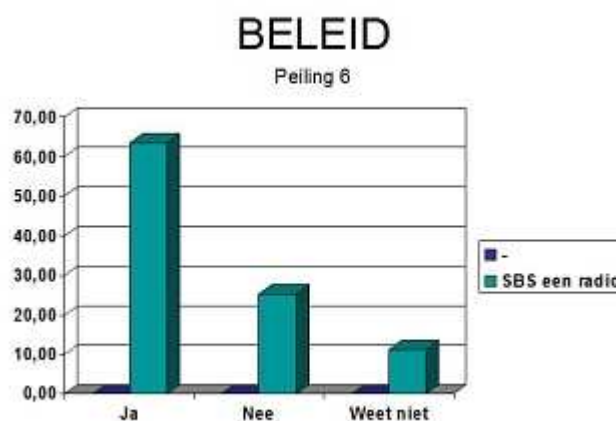
64 procent van de deelnemers aan peiling 6 zegt ja voor een opponent als SBS Belgium destijds. 25 procent zijn tegen. 11 procent heeft geen mening. Er is een ruime meerderheid voor diversificatie. Het radiolandschap toont dat niet in Vlaanderen.

De 'grootste' commerciële omroepen (CIM-cijfers) zijn merendeels in handen van Vlaamse dagbladuitgevers. Of hun 'support'. De provinciale omroepen krijgen landelijke kansen. Herkansingen. Dagbladuitgevers zijn ook hier niet ver weg.

Het verschil maken wordt moeilijk. Limburg faalt, Contact Brabant is een eenzaat. Het beleid is al vaak herschreven op landelijk niveau. Nieuwe kansen. Marino Keulen meende dat provinciale radio niet voor 'watjes' was. Hun toekomst is herschreven op lijn van nationale reclame.

Daarbuiten zijn de kansen veel minder, herschrijving gebeurt er niet zo vaak. Marino Keulen wou de deur dicht doen voor 'cassette-radio'. Ze zijn er nog steeds. Hij pleitte ook voor 'échte ondernemers' bij stadsradio. Er zijn al 'echten' vrij... Herschrijven en heraanvragen. Een beleidsverschil.

Het blijft wachten op échte commerciële kansen voor andere ondernemers dan dagbladuitgevers. Kansen mét evenveel herschrijving. Evenwaardige kansen. Evenwicht.



Frequenties en Meningen, de analyse (8) In de lente van dit jaar deed Radiovisie een aantal peilingen over radio. De BV's waren het tussenspel. Elf individuele peilingen, allemaal over losstaande items. Samengevoegd vormen ze een beeld van radio vandaag. De analyse. Het werd een fingerwijzing. Van de deelnemers.

5.c. Moeten radiofrequenties opnieuw nationale bevoegdheid worden? (peiling 7)

These days. Het communautaire beheerst de politiek weer volop. Kreten als 'Leuven Vlaams!' en de wandelingen in de Voerstreek lijken wel van gisteren. Het formatieberaad na de verkiezingen van 2007. Morgen – of overmorgen! – zal blijken hoe België verder bestaat. Of niet.

Misschien bepaalt dat ook het toekomstige mediabeleid. Of niet. Wééral niet? Er zijn voorbeelden genoeg van tegenstellingen tussen Vlaamse beleidspistes en de nationale equivalenten. Politieke toren van Babel. Spraakverwarring. Een gevolg van halve autonomie.

Het mediabeleid is daar één voorbeeld van. Vlaamse trots en goedgelovigheid. Tegenover Waalse koppigheid en doorzetting. Een opgedeelde bevoegdheid houdt in dat het beleid zou kunnen verschillen in de gewesten. Die verschillen zijn – én blijven - goed merkbaar.

Vlaanderen schroefde de lokale radiosector terug naar een 8kilometer-zone. Ketenradio's zijn hier vandaag nog steeds stiefmoederlijk behandeld. De openbare omroep werd veel te lang én te veel beschermd. Nieuwe openbare- en landelijke initiatieven kregen telkens een straat voorsprong.

In vergelijking met de andere gewesten liep Vlaanderen steeds hopeloos achter op de realiteit in het radiolandschap. De FM-band werd kwantitatief i.p.v. kwalitatief ingevuld. De dagbladsector kon een soort van landelijke koepel bouwen boven een té volle lokale sector.

Bijna dertig jaar na het doorbreken van het monopoly in omroep-land is Vlaanderen de chaos nog steeds niet voorbij. In de 8kilometerzone werd het luisteren naar het toenmalig bestaande alternatief een haperende bezigheid. Storingen. Vandaag is dat niet beter. De radioboot is vol. Té vol.

De verbreding naar krachtigere stadsradio's kan evenmin een algemeen succes worden genoemd. Vlaanderen blijft achter andere gewesten aanhinken. Het werd een Vlaamse strijd tussen bestaande en nieuwe projecten. Ketenradio was niet ver wég in wat stadsradio had moeten worden.

Nog schrijnender is het gebrek aan nationaal overleg. Akkoorden tussen de gewesten, nodig om een – nog steeds! - federaal ethertoezicht mogelijk te maken. Het huidige frequentieplan werd 'in tijdsdruk' doorgedruwd, zonder volledig akkoord met de Franstalige Gemeenschap.

Het gewest Vlaanderen pronkt voor dat frequentieplan graag over akkoorden met de buurlanden. 'Storingvrij'. Deze 'krachttoer' zal waarschijnlijk niet overal op de FM-band applaus krijgen. Het ware ook beter geweest als de 'krachtmeting' éérs in eigen land was afgerond. Gewestelijk.

Een autonoom mediabeleid onder federaal toezicht kan niet zonder gevolgen blijven. Zeker niet als daar onvoldoende afspraken over bestaan. De Raad van State wordt dan niet enkel scherprechter in zake erkenningen, doch tevens de speelbal tussen de gemeenschappen.

In feite zou een peiling als nr. 7 overbodig moeten zijn. Een radiorealist zou liever een perfect functionerend beleid zien, dan eeuwige discussies over de eigenheid. De verschillen tussen de gemeenschappen.

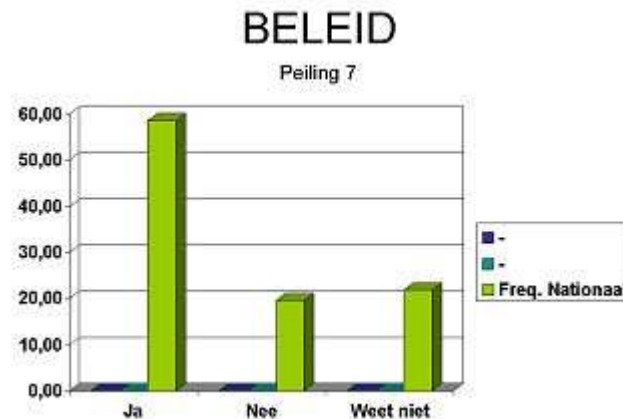
Anders gezegd: of het nu Vlaams, Belgisch, of Europees is, als het maar goed functioneert. Voor iedereen. Dat is vandaag zeker nog niet het geval. Waarschijnlijk beïnvloedde die ontevredenheid ook de deelnemers in de peiling.

Het Vlaamse mediabeleid staat er zeker nog niet. De eigenheid blijft verzinken in federale hinder. Of dienen we dit omgekeerd te zien? Uiteindelijk is het mediabeleid vandaag zoals het is: deels bepaald door de gemeenschappen, en deels (opgevolgd) onder federale vlag. Half is niet heel.

59 procent van de deelnemers in de peiling spraken zich uit voor een herinvoering van één nationaal frequentieplan. Eén beleid. Dat is niet verwonderlijk. De (halve) verschuiving naar de Vlaamse Gemeenschap heeft de problemen (nog) niet opgelost. Misschien zelfs verergerd...

41 procent is tegen een nationale aanpak. Ongeveer de helft daarvan zegt uitgesproken 'nee', de andere helft meent dat het gewoon geen zin heeft. Waarschijnlijk zullen ook zij niet ontkennen dat het alleszins beter moet dan vandaag. Deze peiling kreeg de visie van een aantal mediaministers mee. Daartegenover stonden – vaak bijna letterlijk! – de meningen van Piet Keizer, Walter Galle, Rudi van Vlaanderen, Sven Bollue, Noël D'Hondt, Fabrice Staal en Paul Liekens.

Federaal of nationaal. Het is géén thema voor een realist. Die ziet het allemaal eenvoudiger, pragmatischer. 'Los het op, en zorgt dat het werkt en blijft werken', bijvoorbeeld? De chaos in de Vlaamse ether is voornamelijk een politieke chaos. Waar een wil is, is een (media)weg...



5.d. Is zerobase een oplossing voor een beter radiobeleid? (peiling 8)

Het aantal deelnemers aan deze peiling zegt meer dan het onderwerp en het resultaat zelf. Er is nochtans een duidelijke meerderheid in de peiling. Van een nogal beperkt aantal deelnemers. Minder. Was het metaalmoeheid? Waarschijnlijk niet.

De term zerobase is in Vlaanderen niet zo duidelijk. Niet voor de leek, de luisteraar, de kleine freak. Zerobase bestaat niet in Vlaanderen. Tenzij misschien als zerotolerantie. Dit politiek geduide begrip zou negatief kunnen klinken in wat een positieve aanpak in radiobeleid kan zijn. Had moeten zijn?

74 procent van de deelnemers zei ja. Ze zijn gewonnen voor zerobase. De hardliners van radio? Of zijn de voorvechters van nultolerantie? Zero. De uitgesproken meerderheid in de peiling bewijst alleszins dat er verandering is gewenst. 'Men' is 'iets' beu. Zerobase bestaat hier namelijk niet.

26 procent zegt ook nee. Misschien zijn ze bang van vernieuwing omdat het heden het enige is wat ze vasthouden. Goed of slecht, houvast. Het zij ze gegund. Toch is hun houvast minder sterk dan dat van bescherming en twijfel in het mediabeleid. Is het mediabeleid tastbaar anders in 'zero' (zie peiling 7).

Waarschijnlijk heeft het Vlaamse mediabeleid hier nooit gedurfd om een andere koers te varen dan die van het volle boot. Niemand ontgoochelen, iedereen tevreden stellen. De gulden middenweg van de voorzichtige politiek. Het verleden bevestigen én begraven.

Vandaag kan moeilijk worden gesteld dat omroep pioniers van weleer (the spirit of 79) vandaag grote beroemdheden zijn geworden. Het beleid koos niet voor bevestiging, het koos voor verandering. Duopolie. 'Zero-score' voor wat het doorbreken van het radiomonopolie ooit was.

In andere landen kon dat wél. Nederland radioland. Veronica op zee werd de VOO. Van Illegaal naar legaal. Kansen. Radio Maeva, Radio Seven, Radio Kompas, enz. Eerder waren er al Radio Kerkske, of Radio Loksbergen. En weeral zovele anderen. Ze zijn niet meer. Het zijn maar voorbeelden.

Radio Contact is er nog wel. Met 'Multivitaminen'. Uitgekotst als concurrent in het lokale bestaan. Terecht. Als keten. Die 'bestaan' niet voor het beleid. Ze bestonden niet. Landelijke kansen? De Cisse had met Contact waarschijnlijk beter een gazet uitgegeven?

Is zerobase dan een oplossing? Misschien toch niet. De 'prijs' voor een erkenning in buurlanden is hoog. Vaak té hoog. 'Business as usual'. Radio mag geen opbod zijn. Dan verwordt het snel tot commercie. Wij doen niet beter. Handel in vergunningen. Berekening tegenover échte invulling.

Is er een betere zerobase mogelijk in Vlaanderen? Ja. Zeker. De 'zero' voor een bevestigingsbeleid (in échte kansen voor pioniers) en de basis van radio in Vlaanderen. Of gaan we vandaag zeggen dat StuBru, Donna, Q-Music, 4FM en de landelijke provincialen ooit het monopoly doorbraken?

Zerobase ja. De prijs zou navenant moeten zijn. Ere wie ere toekomt. Eigenlijk is het in dat opzicht een schande dat (beleidsgevenste?) nieuwkomers de prijs niét hoefden te betalen van het verschil. Gratis kansen. Da's pas radio

Dan liever zerobase, ja. Zero en base



6. De tussenconclusie over het beleid

Een beleid meet zich graag aan de eigen verdienste. Politici horen dat niet graag, geef ze echter een publiek platform en ze doen niets anders dan opsommen! Moet kunnen, een andere meting moet dan eveneens kunnen.

Peilingen 1, 6, 7 en 8 waren andere metingen. Het waren er slechts een paar. Natuurlijk zijn méér vragen mogelijk. Er is trouwens al verlenging gepland! De peilingen waren bewust concreet, gericht. Vooral in onderwerpen zoals in het mediabeleid momenteel niét voorzien zijn. Het was aftasten.

Laten we eerlijk zijn: wie vandaag een enquête zou doen naar tevredenheid in radioland zou waarschijnlijk een zéér sterke 'nee' krijgen. Zo klinken de stemmen alleszins die ons bereiken. Sterke nee, maar dan weten we nog niet waarom. Of wat eventueel 'beter' zou kunnen zijn.

Een nationaal frequentiebeleid? Zerobase? Radio 50+? Radio SBS? Het zijn gevoelige onderwerpen in het huidige beleid. Moderne mediatraining indachtig kunnen we er van uitgaan dat politici dit soort vragen wel méér krijgt, én er kan mee omgaan. Niet? Met al die spindoctors?

Aan de peilingresultaten gemeten komt het huidige beleid van de Vlaamse Gemeenschap er niét zo goed uit. Een ruime meerderheid zegt 'ja' op wat vandaag niét bestaat. Misschien reageert de mediaminister (én zijn voorgangers) daarop weer met 'Ik heb die verzoeken nooit officieel gekregen'?

Wacht even. W8ff. Er is het verschil in kansen in het Vlaamse medialandschap. Die kansen worden 'geboden' door de Vlaamse Gemeenschap. Andere kansen zijn er niet. Wordt hier 'lobbying' bedoeld? Lobbying is niét het beleid, het is de gewenste bijsturing. Net als het resultaat van de peilingen.

Bovendien heeft het beleid die 'verzoeken' systematisch verkleind, verstikt. Zeker als het gaat over 'de vrije ether'. Er was 1979. The Spirit. 'Vrije radio'. Niet-bestaand in het mediabeleid toen. Een mogelijke vernieuwing. Vandaag sukkelen ze verder in een sardienendoos op de FM-band.

Toen bestond er géén 50 kW in het beleid voor commerciële radio. 8kilometer. Die paar kilometers zijn vandaag niet eens 'gegarandeerd'. Er is géén comfortzone in het lokale radiobeleid. 8kilometer is een grap. Een pijnstillertje. Wie écht wil beluisterd worden betaalt 1.250 euro boete.

Help? Ja. De peilingen zeggen dat duidelijk. Uitgesproken. Tweederde is vóór àndere aanpak. Een ander beleid. Eenderde is tegen, of weet het niet. Te weinig om niét naar de te luisteren naar de meerderheid. Verandert dat iets in het beleid? Goede vraag?

Politici moeten eens (eindelijk?) leren om te luisteren. Geert Bourgeois kan dan wel 'geslaagd' zijn om het Vlaamse lied weer te lanceren. Eigen belang, of niet. Het Vlaamse lied boerde achteruit in andere metingen van radio. Van een paar radio's. De zogenaamde 'grote' omroepen.

De oproep was ook een zware belediging én een groot misbegrip van andere omroepen. De 'kleinere'. Eigenlijk zou het in een democratisch beleid niét nodig moeten zijn om sommige omroepen bij te sturen. Het zou eerder normaal mogen zijn om de 'durvers' meer kansen te geven.

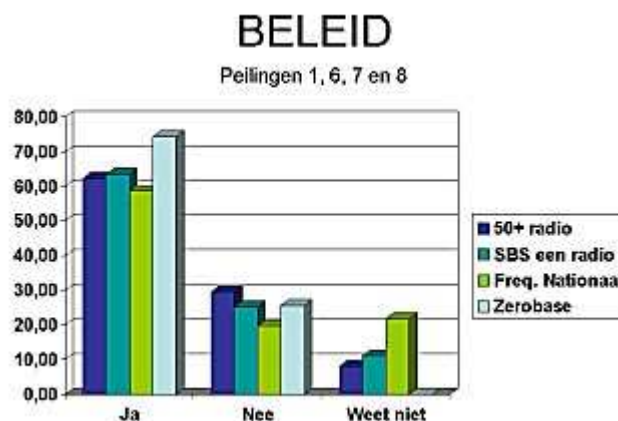
Een radiomens vraagt zich soms af waarom hier steeds dezelfde kansen krijgen, zelfs bijsturing in die kansen. Dat Vlaamse beleid werkt niét volgens de peilingen, zerobase mag eveneens, 50+ zou een eigen kans moeten krijgen, en SBS (of wie ook) zou een landelijke kans moeten krijgen.

Dat zeggen de peilingen. 'Wir haben es nicht gewusst' gaat niet langer op. 'We hebben geen enkele aanvraag gekregen' evenmin. Er kan geen aanvraag bestaan op wat niét bestaat. Er is een duidelijke vraag naar het onbestaande.

Het woord is aan de minister. Liever de daad. Of blijft het beleid zeggen dat 'het niet gaat'? Een excuus omdat alles zou moeten gaan. Het gáát ook, willen is kunnen. Of zijn er àndere belangen in de radiowereld? Niet-Europese kansen? 'Bijbedoelingen'?

Als het aan de peiling ligt dan is er binnenkort toch een radio voor 50+? Is Vlaamse eigenheid de Waalse radiostoringen nog langer doenbaar? Biedt het beleid hier ooit een zerobase aan? Nieuwe kansen? Het resultaat van de peilingen zegt 'ja'.

Politiek zou het volk mogen (blijven) volgen. Of weten ze het zelf weer beter? Dan is de vraag 'Waarom?' niet eens een peiling waard. Het zou een peiling van onbegrip, van niet-durvers zijn. De wereld is aan de durvers. Aan de meerderheid van een peiling. Of niet?



7. a. Extra: Hoe denkt u over reclame op de radio?

Reclame is een noodzakelijk kwaad. Het is een belangrijke bron van inkomsten voor commerciële omroepen. Het uitzenden van reclameboodschappen onderbreekt echter de programma's, of verkort ze in tijd. Dat is voor sommige luisteraars al één reden tot frustratie.

Bovendien is reclame repetitief. Zelfde boodschappen worden vaak herhaald. Soms zelfs oneindig veel. Deze manier van 'opdringen' frustreert eveneens. Belangrijk is daarom de kwaliteit van spots. Prettige boodschappen komen veel beter aan, zelfs als ze herhaald worden.

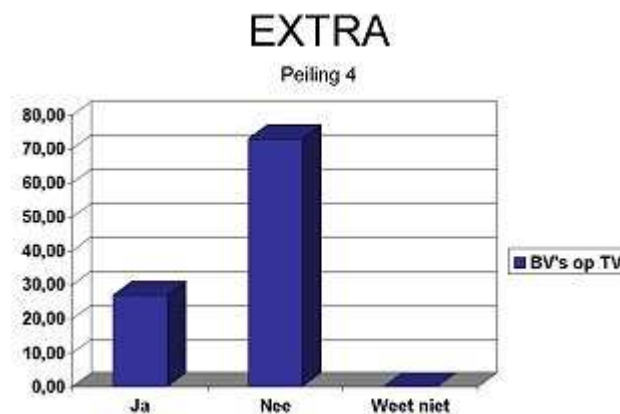
Tenslotte is er de tijdsduur van een reclameblok. Té lange reclameblokken werken omgekeerd. Ze kunnen de luisteraars zelfs drastisch doen afhaken. Anderzijds kan het opsplitsen weer voor téveel onderbreking zorgen...

Reclame dient bijgevolg – in de mate van het mogelijke – rekening te houden met het frustratiegehalte van de luisteraars. Die is hier nog hoger dan in buurlanden, Vlaanderen heeft immers nog geen lange traditie in radioreclame.

Dat blijkt uit de resultaten van peiling 10. Liefst 30 procent haat reclame. 26 procent vindt dat ze een programma storen. Samen vindt 56 procent reclame een kwaad, noodzakelijk of niet. Tellen we daar nog eens de 5 procent onwetenden bij, dan is 61 procent (nog) niet gewonnen voor reclame.

Voor een 16 procent deelnemers valt reclame nauwelijks op. Het is achtergrond, het dringt niet echt tot hen door. Slechts 23 procent vindt radioreclame leuk. Ongeveer één op vier. Copywriters mogen hun fantasie misschien nog wat méér loslaten, ze kunnen nog drie op vier luisteraars bekoren!

Deze peiling kreeg de visie mee van Fredo Gevaert, Marc Huylebroeck en Fabian Croes.



7. b. Extra: Hoe denkt u over BV's op de Vlaamse beeldbuizen?

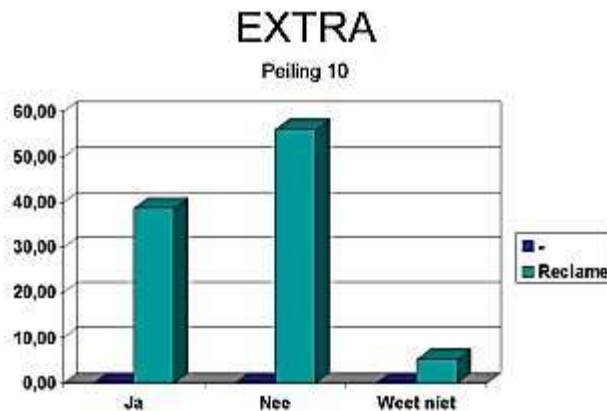
In alle verschillende radiopeilingen knipoogden we even naar TV. Zijn het BV-buizen geworden? Vroeger leerden we in de catechismus dat God overal is. BV's moeten zowat goden zijn! Ze zijn ook overal! Hier en daar nog een beetje exclusief, elders vooral overal.

In dit opzicht is deze extrapeiling een goede aanleuning bij die over radioreclame. Is BV-TV een dikke Yes? Of is trop hier eveneens teveel? Een andere peiling over de 'herhalingsfactor'. In dit geval één die wou meten of we hun gezicht missen of beu worden.

Het werd géén dikke Yes. 13 procent droomt van de Rode Loper, Splash! of wil leven als een Bart in Showrijk. Misschien verwarden ze de inhoud van de vraag zelfs met hun verlangen naar de glitter. Dat geldt niet voor de 14 procent die de aanwezigheid van BV's goed vindt voor hun eigen carrière.

In totaal is 27 procent, zij willen de BV's begrijpen. Daarentegen vindt 29 procent dat ze hinderlijk zijn, of het worden. De niet-interesse was nogal groot. 44 procent laat de aanwezigheid van BV's op TV koud. In totaal is 73 procent tegen BV's op TV. Of we ze daarmee snel kwijt zijn is een andere vraag...

Deze peiling kreeg de BV-visie mee van Hans Sterkendries, Steven Dujardin, Johan Persyn, Diederik Vanderveken, Luc Van Balberghe en Luc Van Braekel.



8. Slotanalyse

Peilingen zijn cijfers. Analyses samenvoegingen van cijfers en interpretaties. Conclusies. Al is het laatste woord altijd aan de deelnemers. In de peilingen van gisteren, en in die van 'wordt vervolgd'. Daartussen zit de mogelijkheid van de conclusie, de berekening van de meningen.

8.a. De geschiedenis van het beleid

Wie waren ze, de politieke beleids mensen die het huidige medialand in Vlaanderen vorm gaven? Het zijn er een paar. Wij sommen ze nog eens op, zochten naar hun voorgeschiedenis en hun politiek leven nà de media.

Karel Poma was mediaminister van 1981 tot 1985. De minister van de eerste erkenning van vrije of niet-openbare omroepen. Poma werkte 26 jaar lang voor de Antwerpse Waterwerken NV. In 1971 nam hij na 26 jaar dienst ontslag voor zijn politieke ambities.

Karel Poma kreeg in 2005 de adellijke titel van baron. Momenteel is hij lid van de algemene vergadering van de Faculteit voor vergelijkende Godsdienstwetenschappen in Wilrijk-Antwerpen. Poma is tevens een gekend lid van de vrijmetselarij.

Patrick Dewael was de volgende mediaminister. Van 1985 tot 1992. Voor zijn politiek loopbaan was hij advocaat. Momenteel is Dewael Vice-Eerste Minister en Minister van Binnenlandse Zaken, sinds 2003 en momenteel in lopende zaken.

Hugo Weckx was minister van Cultuur tussen 1992 en 1995. Weckx was eerder advocaat, doch had zijn roots steeds in de cultuur. Vooral in theater en literatuur. Momenteel is hij actief in het Brusselse culturele leven. Zo is hij voorzitter van de Hoofdstedelijke Openbare Bibliotheek en van Het Beschrijf.

Eric Van Rompuy was minister van Media in de periode van 1995 tot 1999. Voor zijn politieke loopbaan was hij als econoom verbonden aan de Kredietbank. Vandaag is hij een belangrijk dagboek in de conservatieve rechtervleugel van de CD&V.

Dirk Van Mechelen was minister van Media van 1999 tot 2003. De licentiaat in de geschiedenis heeft vooral een politiek beroepsleven, met uitzondering van een bestuursmandaat in de nv Regionale Persgroep Antwerpen.

Momenteel is Van Mechelen Vlaams minister van Financiën, Begroting, Ruimtelijke ordening, Wetenschappen en Technologische Innovatie. In mediabeleid is hij vooral gekend om een – niet onbesproken! – erkenning van landelijke radio.

Marino Keulen was mediaminister van 2003 tot 2005. Keulen behaalde in Hasselt een graduaat handelswetenschappen, doch wijdde zich uitsluitend aan de politiek. Die politieke carrière startte in 1989 als woordvoerder van mediaminister Patrick Dewael.

Vandaag is Marino Keulen Vlaams minister van Binnenlands bestuur, Stedenbeleid, Wonen en Inburgering. Als mediaminister is hij vooral gekend voor de invoering van het nieuwe frequentieplan en de bijhorende erkenningsronde.

Geert Bourgeois is mediaminister sedert 2005. Hij is van opleiding licentiaat in de rechten, voormalig advocaat en bestuurder WIER. Behalve minister is Geert Bourgeois vandaag ook Vlaams volksvertegenwoordiger.

The Magnificent Seven. Poma, Dewael, Weckx, Van Rompuy, Van Mechelen, Keulen en Bourgeois. Ministers van 28 jaar doorbreken van een monopoly in Vlaanderen. 11 peilingen polsten naar de tevredenheid. Tegendraads, in andere mogelijkheden in de media.

8.b. De score van het beleid

Er is in feite maar één uitzondering in alle peilingen. Luisteren naar radio via de kabel. Het resultaat is méér negatief dan positief. Waarschijnlijk ligt dat aan de mogelijkheden via kabel, zeker ook aan de ontbrekende extramogelijkheden.

Dat resultaat is een uitzondering. Alle andere resulteren in een overwegende ja-score. De deelnemers aan de peilingen kiezen voor méér DAB, nog luisteren via middengolf, internetradio en stream, radio van over de grenzen, een radio voor 50+, een radio voor SBS, nationaal frequentiebeleid én zerobase.

Het zijn allemaal keuzes die vandaag de hoge toon níét uitmaken in het gevoerde (en volharde) mediabeleid. Het is echter de stem van het radiovolk in Vlaanderen. Luisterend Vlaanderen. Misschien zouden sommigen hen graag 'de profi's' noemen. Graag, dan klinkt de stem immers nog luider?

Vlaanderen Radioland. Het commerciële verleden bestaat niet meer, of 'zwalpt' ergens in een sardiendoos op FM. Een vorm van 'goed beheer'? Integendeel. Normaal overleeft in een jungle de meest sterke. Een vernieuwer, een pionier. Ze zijn bijna op één hand te tellen in radioland vandaag.

Het beleid in Vlaanderen koos constant voor verruiming en vernieuwing. Bevestiging van het bestaande is nogal zoek in de Vlaamse radiogeschiedenis. Vandaag zingen nieuwe initiatiefnemers de hoge toon. Het kan moeilijk worden ontkend dat zij volle 'steun' genoten van de beleidsmensen.

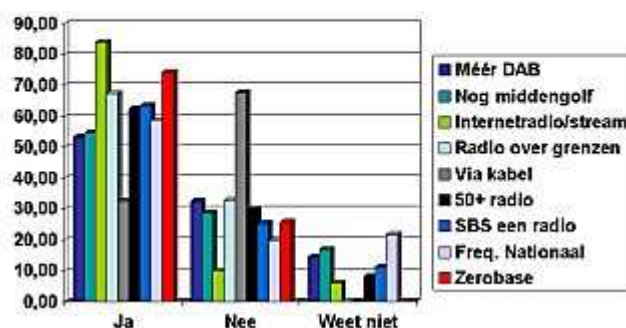
Commerciële radio is pers geworden. Uitgevers. Het marginale aandeel van de rest van een overvolle frequentieband is te verwaarlozen. Zo blijkt alleszins uit de CIM-cijfers, metingen die niet zonder discussie zijn.

Natuurlijk is zo'n beleid te zien in peilingen. Frustratie en ongenoegen. Luisterend Vlaanderen wil méér dan de visjes uit dezelfde vijver. Een beleid dat zichzelf ernstig wil noemen zou de resultaten van deze peilingen niet zomaar naast zich mogen leggen. Kúnnen leggen.

De radioluisteraar heeft gesproken. Heeft het beleid 'geluisterd'? Problemen zijn er om ze op te lossen. Dat kan altijd. Zelfs in Vlaanderen Radioland. Waar een wil is, is een gevolg aan de stem van de luisteraar(s).

LUISTEREN & BELEID

Peilingen 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9 en 11



Copyright: Stichting RadioVisie
HC - Hugo van Vlaanderen