

# Doorlichting van het mediadecreet

**In opdracht van**

Departement Cultuur, Jeugd en Media

**Geschreven door**

Nadia Feci  
Ellen Wauters

KU Leuven Centre for IT & IP Law - imec

Februari 2023

**Onder academische supervisie van:**

Prof. Dr. M-C. Janssens (CiTiP – KUL)

Prof. Dr. P. Valcke (CiTiP -KUL)

Prof. Dr. T. Evens (MICT – UGent)

## Context van de studie

Het Vlaamse decreet betreffende radio-omroep en televisie (hierna: mediadecreet) dateert van 27 maart 2009 en werd daarna meermaals gewijzigd. Door de wisselwerking tussen media, technologie en maatschappelijke evoluties, blijft het medialandschap voortdurend in beweging en wordt de sector gekenmerkt door transformaties in de manieren waarop audiovisuele inhoud wordt verdeeld naar, en geconsumeerd door, het brede publiek. Nieuwe mediadiensten en gebruikerservaringen hebben het kijkgedrag van mediagebruikers op significante wijze beïnvloed, zeker – maar niet uitsluitend – wat de jongere generaties betreft. Het standaardbeeld van de passieve mediaconsument voor een televisie in de woonkamer ruimt plaats voor de actieve “prosumant”, die audio en video raadpleegt, maar ook zelf deelt op kleinere schermen van laptops, tablets en smartphones, en dit ongeacht de locatie en het tijdstip (“*place and time-shifting*”). De traditionele aanbieders van audiovisuele mediadiensten (i.e. de omroepen) komen zo enerzijds in concurrentie met aanbieders van diensten-op-aanvraag met een gelijkaardig aanbod (denk bv. aan Netflix en Disney+); Anderzijds trekken online videoplatformdiensten, alsook de makers van door gebruikers gegenereerde inhoud daarop aanwezig, steeds meer schermaandacht en advertentie-inkomsten naar zich toe (denk o.m. aan YouTube, TikTok, Twitch). Lineair kijken vermindert, klassieke distributie van media naar het televisiescherm is in verval, lokale mediamerken concurreren in toenemende mate met internationale spelers, het audiovisuele media-aanbod neemt voortdurend toe in kwantiteit (wat vragen oproept in verband met de nog steeds bestaande gelaagde regelgeving t.a.v. lineair en niet-lineair) en interactiviteit (vandaag bestaat er een grotere mate aan interactiviteit tussen consumenten en media, waardoor kijkers in bepaalde mate in staat zijn om invloed op de inhoud uit te oefenen).

De voortdurende ontwikkelingen in de sector vormen een uitdaging voor regelgevers zowel als voor mediaregulatoren. De geschiktheid van de structuur en terminologie van het huidige mediadecreet wordt hierdoor in vraag gesteld.

Op basis van een grondige evaluatie van het begrippenkader en de structuur van het mediadecreet beoogt deze studie oplossingen en handvaten aan te reiken die bijdragen tot een nieuw, toekomstgericht kader voor het decreet dat in staat is om het huidige audiovisuele medialandschap op een efficiënte en effectieve manier te reguleren.

## Structuur van de studie

Voorliggende studie kan in grote lijnen worden opgedeeld in drie luiken: (1) een analyse van de interne coherentie van het mediadecreet, gefocust op terminologie en structuur, (2) een analyse van de externe coherentie van het mediadecreet, bestaande uit een rechtsvergelijkende studie van andere voor Vlaanderen relevante landen, alsook van andere beleidsteksten en regelgeving op vlak van media, en (3) interviews met stakeholders. Op basis van het voorgaande wordt de studie afgesloten met samenvattende conclusies en aanbevelingen voor toekomstgerichte mediaregelgeving in Vlaanderen.

De eerste fase van de studie bestond uit verkennend onderzoek met het oog op het identificeren van (mogelijke) pijnpunten in het mediadecreet, met een focus op terminologische en structurele problemen. Bijlage I biedt een ruim overzicht van mogelijke pijnpunten die we in kaart brachten. De tweede fase bestond uit een tweeledige vergelijkende studie. In het eerste deel werd de

mediaregelgeving van Nederland, Duitsland en Frankrijk, alsook de Franstalige Gemeenschap van België onder de loep genomen. Hierbij werden de terminologie en structuur van het Vlaamse mediadecreet – alsook specifieke problemen vastgesteld tijdens de eerste fase van het onderzoek – vergeleken met de mediaregelgeving van de gekozen landen. Het resultaat is terug te vinden in Bijlage II. Het tweede deel van het vergelijkende luik legde zich toe op een aantal andere mediagerelateerde instrumenten (nl. DSA, DMA, EMFA en de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken). Het doel van deze vergelijkende oefening was nagaan of er op het vlak van terminologie bepaalde overlappingsen, verschillen of lacunes bestaan die mogelijk aanleiding geven tot problemen in de praktijk. De uitkomst van dit onderdeel van de studie is terug te vinden in Bijlage III. In een derde fase werden interviews afgenomen, waarin we de belangrijkste bevindingen van de studie voorlegden aan relevante actoren op de mediamarkt. De neerslag hiervan bevindt zich in Bijlage IV.

In overleg met het Departement Cultuur, Jeugd en Media werden er zes probleempunten uit het brede overzicht gekozen die voor het eigenlijke advies hieronder verder werden uitgewerkt. Het gaat om: (1) Terminologie, (2) Het concept dienstenverdelers, (3) Economische diensten, (4) Live streaming, (5) Hybride vormen van radio en televisie en (6) Passende aandacht voor televisiediensten van algemeen belang. Het advies steunt op alle relevante informatie die voort is gekomen uit de eerdere fases van het onderzoek.

# Doorlichting van het mediadecreet

## Inhoud

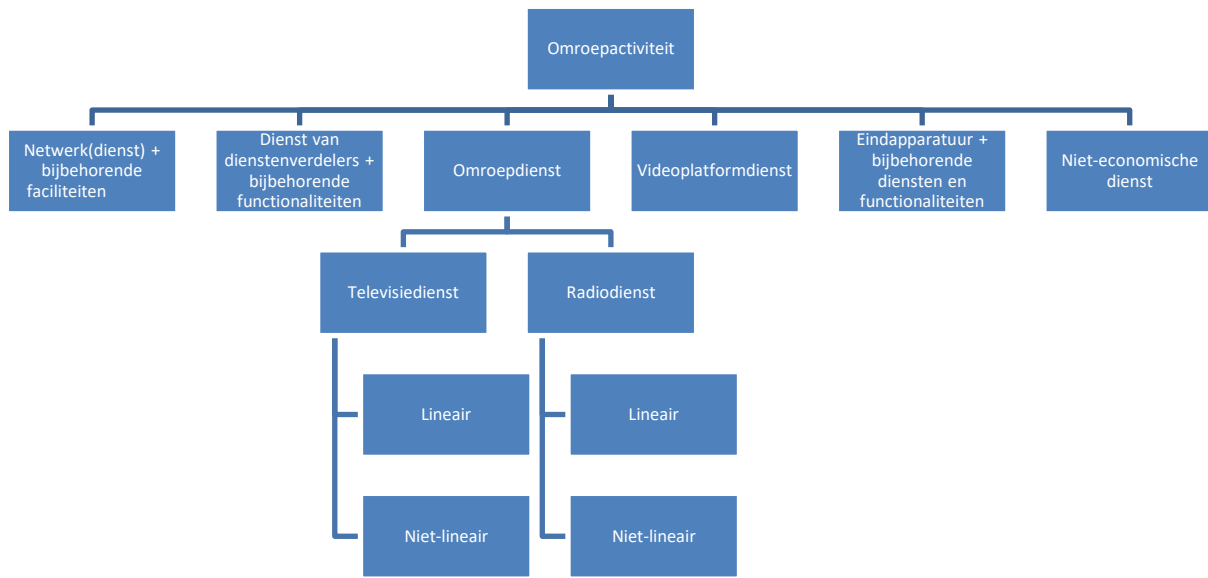
Context van de studie.....	i
Structuur van de studie .....	i
Inhoud .....	iii
Deel 1 - Terminologie .....	1
1.1.    Probleem .....	1
1.2.    Analyse & opties.....	2
1.3.    Landenstudie .....	7
1.4.    Andere terminologische problemen .....	8
1.4.1.    Videoplatformdienst .....	8
1.4.2.    “Programmaschema”, “chronologisch schema” en “catalogus” .....	8
1.4.3.    Terminologie verschillende delen .....	9
1.4.4.    Actualiteitenprogramma vs. duidingsprogramma .....	9
1.4.5.    Teletekst .....	9
1.5.    Conclusie .....	10
Deel 2 - Concept dienstenverdeler.....	12
2.1.    Probleem .....	12
2.2.    Analyse & opties.....	12
2.2.1.    Wat zijn dienstenverdelers?.....	12
2.2.2.    Dienstenverdelers v. aanbieders van diensten op aanvraag .....	13
2.2.3.    Dienstenverdelers v. smart-tv’s/smartphones.....	15
2.2.4.    Dienstenverdelers v. aanbieders van videoplatforms.....	15
2.3.    Landenstudie .....	19
2.4.    Conclusie .....	21
Deel 3 - Economische diensten .....	23
3.1.    Probleem .....	23
3.2.    Analyse & opties.....	23
3.3.    Conclusie .....	25
Deel 4 - Live streamers .....	27
4.1.    Probleem .....	27
4.2.    Analyse & opties.....	27
4.2.1.    “Programmaschema” .....	28

4.2.2.	Aandeel televisiereclame en telewinkelspots .....	28
4.2.3.	Taalvereisten .....	30
4.2.4.	Onafhankelijke producenten.....	31
4.2.5.	Het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen .....	32
4.2.6.	Toegang tot televisiediensten voor personen met een handicap.....	33
4.2.7.	Opnameplicht .....	33
4.2.8.	Telewinkelen .....	33
4.3.	Landenstudie .....	36
4.4.	Conclusie .....	38
Deel 5 - Hybride vormen van radio & TV.....		39
5.1.	Probleem .....	39
5.2.	Analyse & opties.....	39
5.2.1.	Studiobeelden van een radio-uitzending .....	42
5.2.2.	Videopodcasts .....	42
5.2.3.	Beeldkranten met radio-uitzending op de achtergrond .....	43
5.3.	Landenstudie .....	44
5.4.	Conclusie .....	44
Deel 6 - Passende aandacht voor televisiediensten van algemeen belang .....		46
6.1.	Probleem .....	46
6.2.	Analyse & opties.....	47
6.3.	Landenstudie .....	51
6.4.	Conclusie .....	56
Bijlage I – Terminologie en structuur mediadecreet (mapping) .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Bijlage II – Rechtsvergelijkende studie: mediawetgeving van andere landen (landenstudie).....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
II.1.	Nederland .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
II.2.	Duitsland.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
II.3.	Franse Gemeenschap .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
II.4.	Frankrijk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Bijlage III – Vergelijkende analyse: terminologie in andere beleidsrelevante instrumenten .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
Bijlage IV – Stakeholderinterviews .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# Deel 1 - Terminologie

## 1.1. Probleem

Onderstaand schema geeft de huidige indeling weer van het materiële toepassingsgebied van het mediadecreet, en welke categorieën van diensten het daarbij onderscheidt.



Bepaalde basisbegrippen die het mediadecreet vandaag hanteert, zoals “televisie-”, “omroep-”, “radio-”, komen verouderd over omdat ze in het dagelijkse taalgebruik verwijzen naar de traditionele vormen van het beluisteren of bekijken van media-inhoud, dit is: lineair volgens een programmaschema, via traditionele omroep technologie, op specifieke (radio/televisie-)toestellen.<sup>1</sup> Doordat de juridische definities van deze begrippen in het mediadecreet ruimer en technologie-neutraal zijn, zorgt dit in de praktijk voor verwarring. In het licht van de opkomst van nieuwe actoren, diensten en technologieën voor de verspreiding van audio- en videosignalen wenst de opdrachtgever na te gaan hoe de huidige terminologie kan worden aangepast en gemoderniseerd, en wat een werkbaar alternatief begrippenkader zou kunnen zijn.

Hieronder werken we drie alternatieven uit: een eerste waarbij het begrippenkader zoveel mogelijk conform de AVMD-Richtlijn wordt gemaakt, een tweede waarbij de terminologie van de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen (BWHI) als uitgangspunt wordt genomen, en - aangezien deze twee benaderingen niet verzoenbaar zijn, en ook elk op zich nieuwe problemen in het leven roepen – een derde alternatief. Hierbij wordt rekening gehouden met de wens van de opdrachtgever om te zoeken naar een alternatief waarbij wordt afgestapt van de notie ‘omroep’.

*De opdrachtnemer wenst hierbij de volgende kanttekening te maken: het afstappen van het vertrouwde begrippenkader (en in het bijzonder van de notie ‘omroep’) houdt een belangrijk*

<sup>1</sup> “Omroep”: 1. alles wat samenhangt met het uitzenden van radio- en tv-programma's; 2. organisatie die uitzendt. Zie <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/OMROEP#.Y7VLzHaZM2w>.

*risico in dat de link met de vroegere rechtspraak van het Grondwettelijk Hof (dat het omroepbegrip steeds ruim heeft ingevuld) op termijn verloren gaat. Het verdient aanbeveling erover te waken dat het wegwerken van de verwarring die er in de praktijk zou heersen over de terminologie niet resulteert in nieuwe vormen van juridische verwarring (omdat bijvoorbeeld de notie "audiovisuele mediadienst" drie verschillende invullingen zou gaan krijgen: op EU-niveau in de AVMD-richtlijn, op Belgisch niveau in de BWHI, en op Vlaams niveau in het mediadecreet...).*

## 1.2. Analyse & opties

### Optie 1: Terminologie uit de AVMD-Richtlijn als uitgangspunt nemen

*Optie 1 impliceert dat er voortaan wordt gesproken van een "audiovisuele mediadienst" i.p.v. "televisiedienst/audiovisuele omroepdienst" (zonder dat er aan de inhoud iets wijzigt – met andere woorden: de Vlaamse invulling van "audiovisuele mediadienst" komt dan overeen met de EU-invulling ervan).*

Aangezien de AVMD-Richtlijn – in tegenstelling tot het mediadecreet – louter audiovisuele mediadiensten regelt, hebben we daarnaast nog nood aan een begrip om te verwijzen naar mediadiensten die enkel audio verschaffen. Het mediadecreet hanteert hiervoor momenteel de notie "radiodienst/auditieve omroepdienst", maar dit begrip wordt niet toekomstbestendig geacht omdat het louter associatie oproept met traditionele radio. Als alternatief kan gedacht worden aan "auditieve mediadiensten".

Bezorgdheid: De huidige notie "omroepdienst" omvat "televisiediensten" en "radiodiensten", zoals deze diensten op dit moment worden genoemd. Indien, onder de nieuwe terminologie conform de AVMD-richtlijn, "omroepdienst" vervangen zou worden door "audiovisuele en auditieve mediadienst", kan dit verwarring creëren ten aanzien van hoe ditzelfde begrip in Art. 4, 6° BWHI wordt gehanteerd. Daarin verwijst "de audiovisuele en de auditieve mediadiensten" immers naar de volledige Vlaamse mediabevoegdheid, en komt het overeen met het vroegere "radio-omroep en televisie" (dat in de interpretatie van het Grondwettelijk Hof steeds ruim is ingevuld). Met andere woorden, de Vlaamse (/EU) invulling van "audiovisuele en auditieve mediadienst" valt in dat geval niet samen met de Belgische invulling.

Gevolg: de termen audiovisuele en auditieve mediadiensten vervangen dan de huidige noties televisie- en radiodiensten, waarbij de eerstgenoemde notie dezelfde invulling krijgt als in de AVMD-richtlijn (met name: enkel diensten waarbij redactionele verantwoordelijkheid wordt uitgeoefend en die als economische activiteiten kwalificeren), en de laatstgenoemde de auditieve tegenhanger vormt. Deze begrippen roepen niet langer de connotatie op van traditionele radio en televisie. Indien de decreetgever ook het begrip 'omroep' zou wensen te vervangen, zouden we voor de overkoepelende termen 'omroepdiensten' en 'omroepactiviteiten' volgende alternatieven kunnen hanteren:

- Het meest eenvoudige is het huidige begrip 'omroepdiensten' louter te vervangen door de verzamelterm "audiovisuele en auditieve mediadienst" (alternatief: vervangen door 'mediadienst'; zie onder).
- 'Omroepactiviteit' zou dan kunnen worden vervangen door "media-activiteit", dat zo moet worden gedefinieerd dat het samenvalt met de Vlaamse bevoegdheid op grond van artikel 4, 6° BWHI:

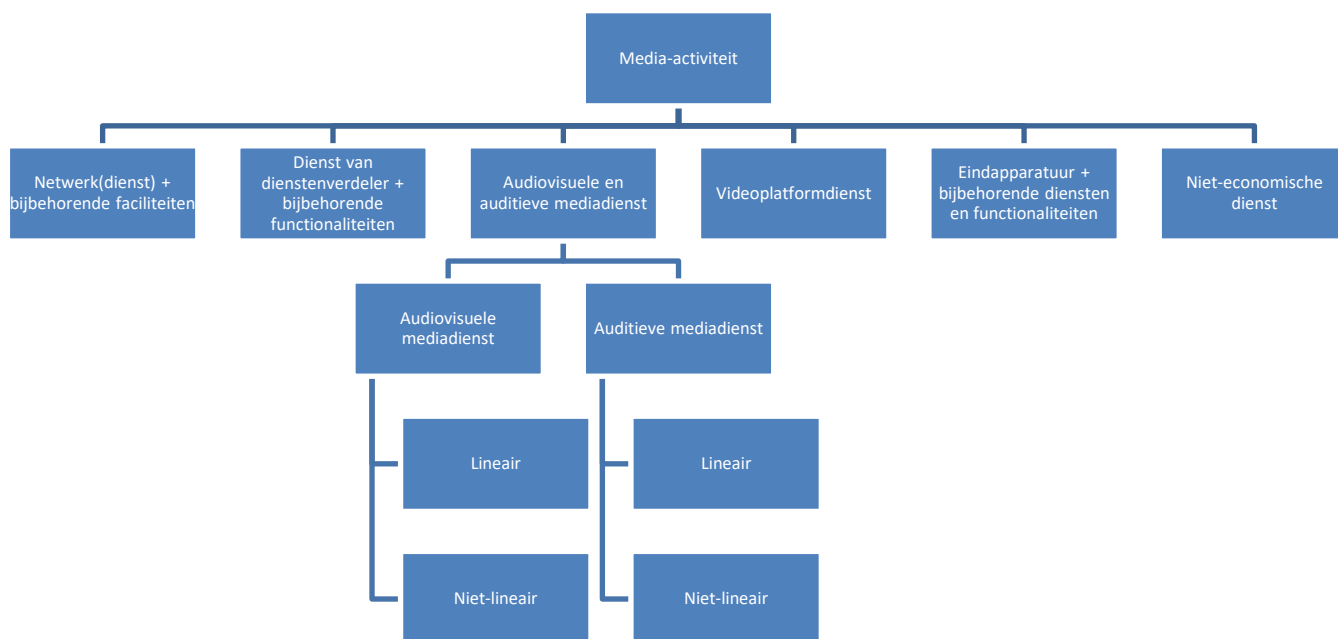
Media-activiteit = elke activiteit die bestaat in het ter beschikking stellen van bewegende beelden, al dan niet met geluid, of van een reeks van klanken of geluiden bestemd voor het algemene publiek of een deel ervan via elektronische communicatienetwerken zoals bedoeld in artikel 4, 6° van de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen. ~~Omroepactiviteit wordt ook wel radioomroep en televisie genoemd;~~

OF

Media-activiteit = een activiteit in de zin van artikel 4, 6° van de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen.

*De eerste definitie heeft o.i. twee belangrijke voordelen, met name dat de link met de vroegere rechtspraak van het Grondwettelijk Hof blijft behouden, en dat uit de definitie zelf duidelijk wordt dat de geschreven pers hier niet onder valt.*

Het nieuwe schematische overzicht zou er in deze optie (1) als volgt uitzien:



### Optie 2: Terminologie uit de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen (BWHI) als uitgangspunt nemen

*Optie 2 impliceert dat er voortaan wordt gesproken van “audiovisuele en auditieve mediadiensten” i.p.v. “omroepactiviteiten” (zonder dat er aan de inhoud iets wijzigt – met andere woorden, de Vlaamse invulling van “audiovisuele en auditieve mediadienst” komt dan overeen met de Belgische invulling).*



“De audiovisuele en de auditieve mediadiensten” in artikel 4, 6° BWHI kent een brede invulling en komt overeen met het gehele Vlaamse bevoegdheidsdomein zoals geïnterpreteerd in de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof.<sup>2</sup> Hoewel “*omroepactiviteit*” dezelfde lading dekt, is dit niet duidelijk aan de hand van de begripskeuze en definiëring (voornamelijk omdat de definitie op het einde nog verwijst naar de vorige termen uit de BWHI, ‘radio-omroep en televisie’). Bij de definiëring van “audiovisuele en auditieve mediadiensten” dient er best verwezen te worden naar Art. 4, 6° BWHI om duidelijk te maken dat dit het gehele Vlaamse bevoegdheidsdomein omvat.

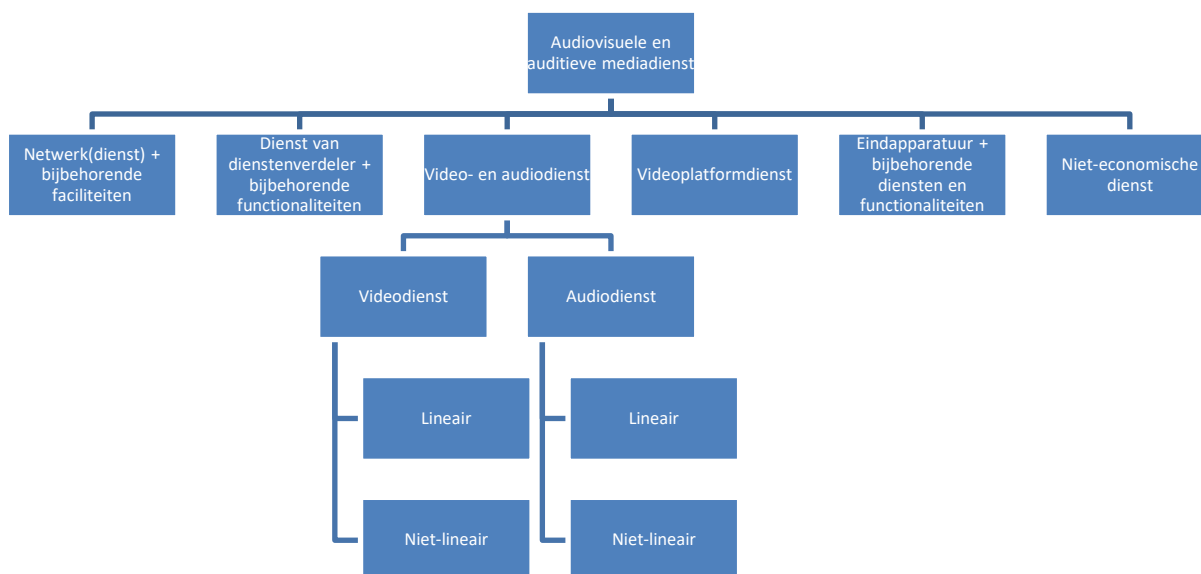
Bezorgdheid: “Audiovisueel” in de zin van de BWHI omvat ook onder meer videoplatformdiensten. Dit is verwarrend ten aanzien van het EU-begrip “audiovisuele mediadienst” uit de AVMD-Richtlijn, waar het *niet* samenvalt met videoplatformdiensten. Het is bijgevolg niet evident om “omroepactiviteit” simpelweg te vervangen door “audiovisuele en auditieve mediadiensten”. Allereerst betekent het hanteren van “audiovisuele en auditieve mediadiensten” als overkoepelende term, dat de notie “audiovisuele mediadienst” – om verwarring te vermijden – niet overeenkomstig de AVMD-Richtlijn gebruikt kan worden om “televisiediensten” te vervangen (zoals voorgesteld in optie 1 hierboven). In het bijzonder zien we problemen op het niveau van de verzamelterm “omroepdiensten” (als subcategorie van “omroepactiviteiten”, die in deze optie worden hernoemd naar “*audiovisuele en auditieve mediadiensten*”), mocht de decreetgever deze notie wensen te vervangen (zie *supra*). Het behoud van een verzamelterm op dit niveau van subcategorie is nuttig om verplichtingen die gelden voor audiovisuele mediadiensten (in EU-zin) en de huidige radiodiensten onder een gezamenlijke titel te brengen en te onderscheiden van videoplatformdiensten, waarvoor andere bepalingen gelden.

- “*Omroepdiensten*” zou kunnen worden vervangen door “*video- en audiodiensten*”.
- Alternatieven voor audiodienst zijn geluidsdienst of klankdienst. In het decreet van de Franse Gemeenschap wordt er bijvoorbeeld gesproken van “*service sonore*” (Art. 1.3-1.58°). Deze alternatieven worden niet aanbevolen aangezien ze minder toekomstbestendig zijn. Het gebruik van “audio” wordt verkozen boven “auditief” omdat dit laatste ook in de overkoepelende term overeenkomstig het BWHI wordt gebruikt, wat tot verwarring kan leiden.

Het nieuwe schematische overzicht zou er in deze optie (2) als volgt uitzien:

---

<sup>2</sup> Parl. St. VI. Parl. 2008-09, nr. 2014/1,13, <https://docs.vlaamsparl.be/pfile?id=1019882>.



Hoewel Art. 4, 6° BWHI zelf spreekt van “audiovisuele en auditieve mediadienst”, is deze terminologie niet ideaal. De juridische betekenis van “dienst” is steeds gelinkt aan een economische activiteit, wat tot verwarring kan leiden ten aanzien van de Vlaamse bevoegdheid. **Wij raden deze optie daarom af.**

### Optie 3: Alternatieve terminologie

Een laatste optie is een terminologie die noch overeenkomt met de AVMD-Richtlijn, noch de BWHI (zoals het geval is in het huidige mediadecreet). Op deze manier wordt dubbelzinnige terminologie vermeden. De overkoepelende notie “omroepactiviteit” wordt onder optie 3 vervangen door “media-activiteit”. Om met zekerheid het gehele Vlaamse bevoegdheidsdomein te beslaan, wordt “media-activiteit” gedefinieerd door te verwijzen naar artikel 4, 6°, aangevuld met een niet-exhaustieve opsomming van wat onder het begrip valt (i.e. video- en audiodiensten, videoplatformdiensten, diensten van de dienstverdelers, netwerkkoperatoren, eindapparatuur en bijbehorende faciliteiten. Hierdoor is het eveneens duidelijk dat “media-activiteit” nog steeds beperkt is tot video en audio (en geen perspublicaties omvat zoals het geval is onder het begrip “mediadienst” uit het voorstel voor een verordening mediavrijheid – EMFA).<sup>3</sup>

Voorstel definitie:

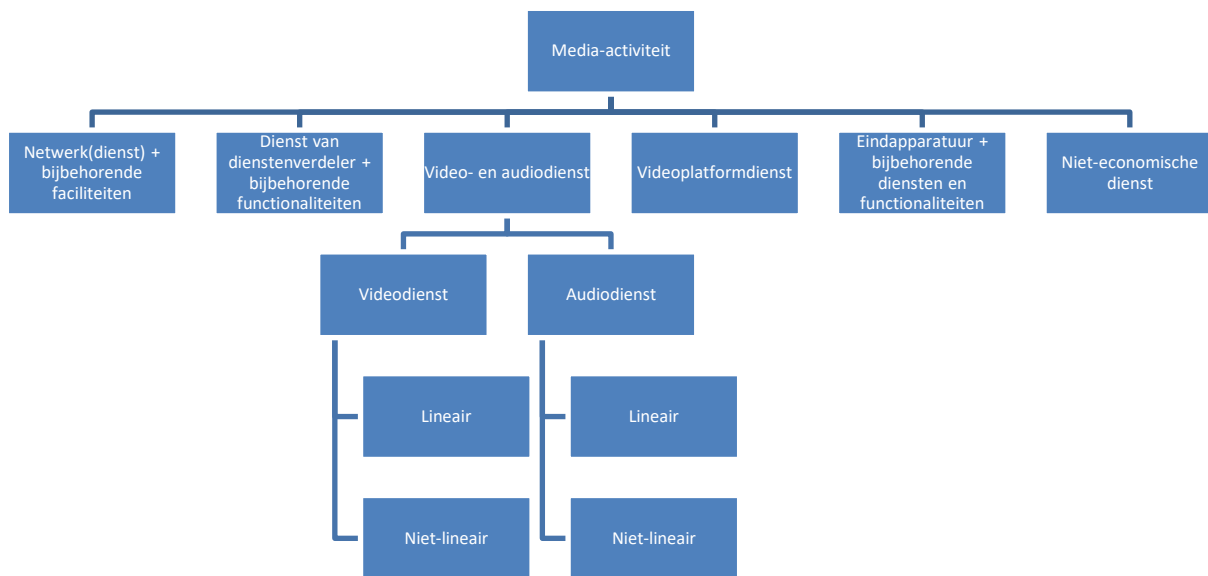
Media-activiteit = elke activiteit in de zin van artikel 4, 6° van de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen. Media-activiteiten omvatten onder meer audio- en videodiensten, videoplatformdiensten, diensten van dienstverdelers, netwerken, alsook eindapparatuur en de bijbehorende faciliteiten.

<sup>3</sup> Art. 2 (1) Voorstel (Comm.) voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten op de interne markt (“verordening mediavrijheid”) en tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU, 16 september 2022, COM(2022) 457 def - 2022/0277 (COD). Raadpleegbaar via: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022PC0457&from=EN>.

Of, uitgebreider (cfr. optie 1):

Media-activiteit = elke activiteit die bestaat in het ter beschikking stellen van bewegende beelden, al dan niet met geluid, of van een reeks van klanken of geluiden bestemd voor het algemene publiek of een deel ervan via elektronische communicatienetwerken zoals bedoeld in artikel 4, 6° van de Bijzondere Wet tot Hervorming der Instellingen. Media-activiteiten omvatten onder meer audio- en videodiensten, videoplatformdiensten, diensten van dienstenverdelers, netwerken, alsook eindapparatuur en de bijbehorende faciliteiten.

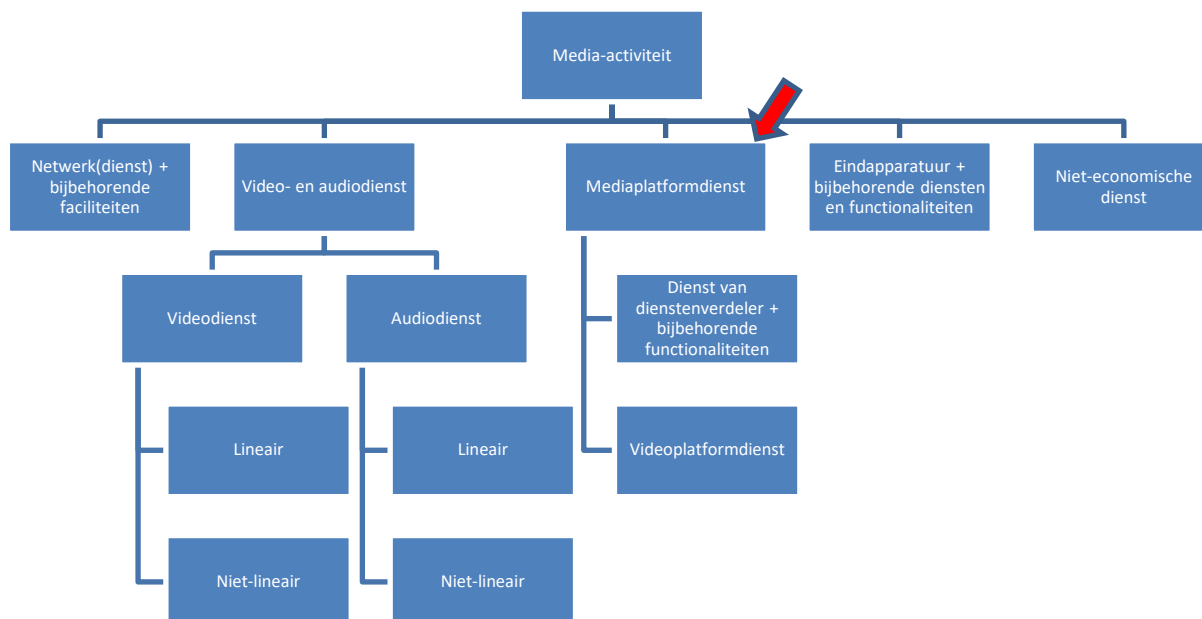
Hieronder wordt optie 3 schematisch weergegeven.



➔ Optie 3 wordt aanbevolen (*onder voorbehoud van de hierboven gemaakte disclaimer inzake het verlaten van de omroepnotie*). Vooruitlopend op het onderdeel over “het concept dienstenverdelers” (cfr. *infra*) wordt eveneens aanbevolen om dienstenverdelers en videoplatformaanbieders samen te voegen onder de noemer “mediaplatform”<sup>4</sup>:

Het overzichtsschema ziet er dan uit als volgt:

<sup>4</sup> Voor meer informatie over deze voorgestelde aanpassing, zie onderdeel ‘concept dienstenverdelers’.



### 1.3. Landenstudie

Uit de landenstudie kon op vlak van terminologie niet veel inspiratie gehaald worden. Opvallend is dat er vaak wordt gekozen voor een benadering die (gedeeltelijk) afwijkt van de AVMD-Richtlijn.

- ❖ De vergelijking met de Nederlandse wetgeving bevestigt wel dat “omroep”, “televisie” en “radio” in de praktijk associatie dreigen op te roepen met lineaire praktijken. In Nederland worden “omroep” en “televisie” louter gehanteerd in de context van lineaire diensten, terwijl in Vlaanderen deze termen zowel in het kader van lineaire als niet-lineaire diensten worden gebruikt. In de Nederlandse regelgeving wordt niet systematisch gebruik gemaakt van de EU-begrippen uit de AVMD-Richtlijn. Zo wordt er niet gesproken van lineaire en niet-lineaire audiovisuele mediadienst maar wel over “omroepdienst” en “mediadienst op aanvraag”.
- ❖ In de Franse Gemeenschap omvat het begrip “service de médias audiovisuels” ook auditieve diensten. I.t.t. tot de Europese definitie, verwijst “audiovisueel” hier dus ook naar *audio only*, vergelijkbaar met “omroepdienst” in het Vlaams mediadecreet. Deze definiëring is evenmin in lijn met de Belgische definitie uit Art. 4, 6° BWHI, waar “audiovisuele en auditieve dienst” o.m. ook videoplatforms, dienstenverdelers en netwerkoperatoren omvat. Bijgevolg wordt deze benadering niet aangeraden. In het Franse Gemeenschapsdecreet staan er ook nog steeds verwijzingen naar “televisie”. Daarnaast wordt er wel gebruikgemaakt van het meer neutrale begrip “geluidsdiensten” (“*services de médias audiovisuels, télévisuels ou sonores*”).
- ❖ In Duitsland omvat “audiovisuelle Mediendienst” in de Telemediengesetz (TMG) dan weer louter diensten op aanvraag (↔ AVMD-Richtlijn). Daarnaast worden audiovisuele mediadiensten op aanvraag in de Duitse wetgeving eveneens aangeduid door “Rundfunkähnliches Telemedien” in het Medienstaatsvertrag (MStV). Het gebruik van verschillende begrippen voor dezelfde diensten dient vermeden te worden.

- ❖ De landen die werden bestudeerd kennen geen overkoepelende categorie die alle diensten omvat, cfr. “omroepactiviteiten” in Vlaanderen. De moeilijkheden die we in Vlaanderen ondervinden in het kader van de categorie “omroepactiviteit” zijn hoofdzakelijk gelinkt aan de Belgische bevoegdheidsafbakening.

## 1.4. Andere terminologische problemen

### 1.4.1. Videoplatformdienst

Het is opmerkelijk dat in de definitie van videoplatformdienst wordt verwezen naar “programma” en niet naar “audiovisueel programma” omdat dit ook louter auditieve diensten (bv. Soundcloud) omvat. Dit is ook het geval in de Franse Gemeenschap. In de Nederlandse Mediawet wordt de definitie van videoplatformdienst daarentegen wel – conform de AVMD-Richtlijn – beperkt tot “audiovisueel media-aanbod”. Hetzelfde geldt voor de Duitse mediawetgeving (zowel TMG als MstV). Voor meer informatie hierover, zie landenstudie in Bijlage II. Het is verwarrend om videoplatforms en audioplatforms onder dezelfde noemer te behandelen. De bestaande artikels voor videoplatformdiensten zijn specifiek geënt op deze laatste categorie en spreken over “beelden”.<sup>5</sup> Daarnaast brengt het terminologische problemen teweeg wanneer de definitie van “videoplatformdienst” ook “audioplatformdiensten” omvat: “video” impliceert beelden en niet louter geluiden.

- ➡ Er wordt aangeraden om de definitie te verduidelijken door “audiovisueel” of “video” voor programma toe te voegen. Indien men toch ook audioplatformdiensten – als tegenhanger van videoplatformdiensten – wenst te reguleren, wordt dit best afzonderlijk gedaan.

### 1.4.2. “Programmaschema”, “chronologisch schema” en “catalogus”

Verwijzing(en) naar “programmaschema”, “chronologisch schema” en “catalogus” zijn niet toekomstbestendig.<sup>6</sup> Men weet namelijk niet hoe audio- en videodiensten in de toekomst aangeboden zullen worden en er moet vermeden worden dat de betreffende definities ertoe leiden dat bepaalde programma’s of diensten niet onder het toepassingsgebied van het mediadecreet vallen. Hierbij kan gedacht worden aan live streamers die vaak spontaan starten met uitzenden en dus niet altijd werken aan de hand van een chronologisch schema.<sup>7</sup> Andere voorbeelden zijn *dark posting*<sup>8</sup> of audiovisuele inhoud aangeboden in *video games*. De vereisten “programmaschema”, “chronologisch schema” en “catalogus” zijn gelinkt aan de meer traditionele manier van mediaconsumptie. Met de herziening van de AVMD-Richtlijn in 2018 is het echter niet meer nodig dat de vorm en inhoud van diensten “TV-like” (cfr. definitie van “programma” uit artikel 2 (1) (b) AVMD-Richtlijn 2010) zijn om onder het toepassingsgebied te vallen.

---

<sup>5</sup> Zie Art. 176/4, §2 2° mediadecreet.

<sup>6</sup> Het gaat om artikels 2, 20° (lineaire radiodienst), 2, 21° (lineaire televisiedienst), 2, 23° (niet-lineaire radiodienst), 2, 24° (programmamacatalogus), 2, 31° (programma) 2, 37° (redactionele verantwoordelijkheid) van het mediadecreet.

<sup>7</sup> Voor meer informatie, zie onderdeel over live streamers.

<sup>8</sup> Ongepubliceerde of verborgen gesponsorde posts. Deze berichten verschijnen niet op het kanaal van een merk of “influencer”, maar enkel in hun nieuwsfeed voor een selecte groep mensen.

- ➡ Er kan overwogen worden om de begrippen te schrappen. Hoewel zij overgenomen werden uit de AVMD-Richtlijn, is het schrappen hiervan geen probleem. Hierdoor zullen lineaire diensten sneller onder de regels vallen waardoor het gaat om een strengere aanpak. Aangezien de AVMD-Richtlijn minimumharmonisatie beoogt, is dit toegestaan. Wel kunnen hier bedenkingen bij worden geplaatst vanuit het oogpunt van EU-harmonisatie enerzijds, en de (on)wenselijkheid om bepaalde actoren onder de regels te laten vallen.
- ➡ In ondergeschikte orde wordt er gesuggereerd om niets te veranderen aan de definities, maar het aan de VRM over te laten om een bredere invulling te geven aan “programmaschema”, “chronologisch schema” en “catalogus”.<sup>9</sup>

#### 1.4.3. Terminologie verschillende delen

De titels van het mediadecreet zijn niet consistent. “Deel II: De openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap” en “Deel IV: Dienstenverdelers” verwijzen naar de aanbieder, terwijl “Deel II: Radio-omroep en televisie” en “Deel V: Netwerken” naar de activiteiten verwijzen.

- ➡ Er wordt geadviseerd om de titels conform te maken door ofwel systematisch naar de aanbieders, ofwel systematisch naar het type van activiteiten te verwijzen.

#### 1.4.4. Actualiteitenprogramma vs. duidingsprogramma

“Actualiteitenprogramma’s” worden gedefinieerd in artikel 2, 1°/3<sup>10</sup>. In artikel 164 van het decreet wordt er eenmalig gesproken over “duidingsprogramma’s”. Dit laatste begrip wordt niet gedefinieerd. Zowel “actualiteitenprogramma’s” als “duidingsprogramma’s” worden in één adem genoemd met journaals. Gaat het hier om synoniemen?

- ➡ Om verwarring te vermijden, wordt er – indien het synoniemen betreft – best gebruik gemaakt van slechts één van deze begrippen. Indien het geen synoniemen betreft, dient “duidingsprogramma” gedefinieerd te worden.

#### 1.4.5. Teletekst

**Art. 2, 50° teletekst:** *analoge op tekst gebaseerde dienst die in beeld wordt gebracht en met het lineaire omroepsignaal wordt meegestuurd onder de redactionele verantwoordelijkheid van een aanbieder van omroepdiensten, en de digitale versie van deze dienst;*

- ➡ Teletekst bestaat niet langer, waardoor de betreffende definitie alsook alle verwijzingen hiernaar in verdere bepalingen (Art. 41, 47, 50, 51, 70, 79, 80 laatste lid, 90, 91, 3°, 96 tweede lid, 97, 154 en 155 mediadecreet) niet langer relevant zijn en verwijderd mogen worden.

<sup>9</sup> cfr. Voorbeeld uit Duitsland: VG Berlin 27. Kammer, 26 September 2019, ECLI:DE:VGBE:2019:0926.VG27K365.18.00, <https://gesetze.berlin.de/bsbe/document/JURE190014809>. N.B. deze zaak vond plaats alvorens de inwerkingtreding van het MstV.

<sup>10</sup> Gelet op de formuleringwijze van de andere punten onder artikel 2 moet dit aangepast worden naar 2, 1/3°.


## 1.5. Conclusie

- ❖ **Optie 3** – inclusief de introductie van “mediaplatformdienst” – wordt aanbevolen omdat deze verwarring vermijdt ten aanzien van de begrippenkaders van de AVMD-Richtlijn en de BWHI. Discussie omtrent de Vlaamse bevoegdheid inzake media wordt eveneens afgewend door de overkoepelende notie “media-activiteit” te definiëren aan de hand van de omschrijving door het Grondwettelijk Hof, in combinatie met een verwijzing naar artikel 4, 6° BWHI.



Om toekomstige discussies en interpretatieproblemen (bv. van arresten van het GwH) te vermijden, dient er eveneens verduidelijkt te worden dat artikel 4, 6° BWHI – en bijgevolg ook “media-activiteit” – overeenkomt met wat voorheen “radio-omroep en televisie werd genoemd”.

- ❖ Om consistentie te verzekeren, raden we aan om voor de begrippen waarin “omroep” voorkomt een alternatief te voorzien. Het gaat om de volgende begrippen:
  - “Omroeporganisatie”
    - Definitie in artikel 2, 27° (omroeporganisatie) kan worden verwijderd
    - De definities in artikel 2, 34° (radio-omroeporganisatie) en artikel 2, 44° (televisieomroeporganisatie) mogen eveneens verwijderd worden
    - In de bepalingen van het mediadecreet kan “omroeporganisatie” vervangen worden door “aanbieder van...”
      - “Televisieomroeporganisatie” door “aanbieder van videodiensten”
      - “radio-omroeporganisatie” door “aanbieders van audiodienst”
  - “Omroepprogramma”
    - Vervangen door “mediaprogramma”
    - Het is niet duidelijk of deze bepaling enkel van toepassing is op lineaire diensten of ook op niet-lineaire diensten. Er wordt in artikel 2, 28° namelijk gesproken van “programmaschema”, wat verwijst naar lineaire diensten.
      - Indien het ook niet-lineair moet omvatten moet naast “programmaschema”, “catalogus” toegevoegd worden.
  - “Radio-omroep en televisie”
    - = synoniem voor “omroepactiviteit” (zie Art. 2, 25°) dus vervangen door “media-activiteit”
  - “Radio- en televisiediensten”
    - Vervangen door “audio- en videodiensten”
  - “Televisieomroepmarkt”
    - Vervangen door “videodienstenmarkt”
  - “Omroepsignaal”
    - Vervangen door “signaal”

- “Kabelomroepnetwerk”, “etheromroepnetwerk” en “satellietomroepnetwerk”
    - Kan “omroep” uit deze woorden weggelaten worden zonder dat de betekenis verandert?
  - “Openbare-omroepopdracht”
    - Vervangen door “openbare/publieke mediaopdracht” (cfr. Nederland)
- 

- “De Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie” (VRT)
    - Dit is de naam van de publiek omroep en kan dus niet zomaar veranderd worden. Cfr. Nederland: De Stichting Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en de Nederlandse Omroep Stichting (NOS) bevatten ook nog steeds het woord “omroep”, terwijl dit daar specifiek gelinkt is aan lineaire diensten.
  - “Openbare/publieke omroep”
    - Kan vervangen worden door “publieke mediadienst” (cfr. Nederland)

Het vervangen van “openbare/publieke omroep” (*public service broadcasting*) door “openbare/publieke media” (*public service media*) ligt allicht (politiek) gevoelig. Het gaat dus niet louter om een terminologische aanpassing, maar raakt aan de discussie over hoe ver de missie en opdracht van een publieke omroep kan/mag gaan (denk hierbij bijvoorbeeld aan recente discussies op grond van de EU-regels inzake staatssteun).

- ❖ De structuur van het mediadecreet moet aangepast worden zodat de actoren en hun onderlinge relatie correct worden weergegeven.



## Deel 2 - Concept dienstenverdelers

### 2.1. Probleem

Het mediadecreet hanteert een drielagenmodel. Dit houdt in dat de bepalingen in het decreet gebundeld zijn per schakel in de mediaketen: omroeporganisaties (inhoud), dienstenverdelers (distributie) en netwerkoperatoren (infrastructuur). Het concept 'dienstenverdelers' is – net zoals de andere twee lagen – gekoppeld aan specifieke verplichtingen. Het gaat hier om een ruim en vaag begrip dat niet terug te vinden is in de AVMD-Richtlijn. In het kader van de voortdurende ontwikkeling van de audiovisuele mediemarkt, rijzen er vragen met betrekking tot het concept en de interpretatie van "dienstenverdelers".<sup>11</sup>

De vragen die centraal staan in dit onderdeel zijn:

- (1) Wat verstaan we onder dienstenverdelers?
- (2) Wat is het verschil tussen dienstenverdelers en aanbieders van diensten op aanvraag?
- (3) Wat met smart-tv's, smartphones en andere aggregators van audiovisuele inhoud?
- (4) Wat is het verschil tussen dienstenverdelers en aanbieders van videoplatforms?

### 2.2. Analyse & opties

#### 2.2.1. Wat zijn dienstenverdelers?

**Art. 2, 7° dienstenverdelers:** elke rechtspersoon die door middel van elektronische communicatienetwerken een of meer omroepdiensten levert aan het publiek. De omroeporganisatie die alleen de eigen omroepdiensten ter beschikking van het publiek stelt, is geen dienstenverdelers;

De omschrijving van dienstenverdelers is voornamelijk geïntroduceerd op maat van distributiespelers die televisieaanbod doorgeven.<sup>12</sup> In de voorbereidende werken bij het ontwerp van decreet werd destijds gesteld: "[...] *dienstenverdelers bundelen de kanalen van derden in pakketten, en verspreiden deze vervolgens naar het publiek via een netwerk. Zij zijn dus degenen die de klantenrelatie onderhouden. [...] Daar waar de omroeporganisaties de programma's selecteren en in een schema of catalogoog plaatsen, en de netwerkoperatoren de infrastructuren die nodig zijn voor het verspreiden van de programma's naar het publiek onderhouden en uitbaten, zijn het deze tussenpersonen die zorgen voor de 'ontsluiting' van de programma's (door ze in pakketten te verkopen aan het publiek, of door een gidsfunctie te vervullen voor het publiek bij het vinden van relevante programma's en informatie in de overvloed van aangeboden auditief en audiovisueel materiaal).*"<sup>13</sup>

Er blijkt in de praktijk onduidelijkheid te bestaan over de wezenskenmerken van een dienstenverdelers (zie de stakeholder interviews in Bijlage IV). Hoewel het mediadecreet spreekt

<sup>11</sup> Doorlichting Vlaams mediadecreet, nota VRM, 3.

<sup>12</sup> S. Delaere, H. Van den Bulck, S. Tintel, O. Braet, T. Van Dam & P. Ballon. (2021). Doorlichting van het Vlaams Audiovisueel beleid 2021. Brussel: imec-SMIT-VUB, i.s.m. Universiteit Antwerpen, 196, <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/50765>.

<sup>13</sup> Ontwerp van decreet betreffende de radio-omroep en televisie, Parl.St. VI. Parl. 2008-09, nr. 2014/1, 60; D. Voorhoof en P. Valcke, "Hoofdstuk 17 - Dienstenverdelers en netwerkoperatoren" in Handboek mediarecht, Handboek mediarecht, Brussel, Larcier, 2014, 611.

van dienstenverdelers (meervoud) en de voorbereidende documenten spreken van “bundelen”, “pakketten” of “gidsfunctie bij het vinden van relevante programma’s en informatie” (zie *supra*), blijkt uit de definitie zelf duidelijk dat het ook kan gaan om het aanbieden van één omroepdienst.

Daarnaast heeft de VRM in de Right Brain Interface zaak het volgende verduidelijkt: *“Uit de parlementaire voorbereiding blijkt immers duidelijk dat de decreetgever met de invoering van de categorie ‘dienstenverdelers’ niet alleen aan een bestaand juridisch vacuüm wilde verhelpen, maar ook toekomstige evoluties in de mediasector op het oog had. Deze derde laag is meer bepaald ingevoerd om een juridisch statuut te geven aan **tussenpersonen** in de waardeketen die omroepdiensten leveren aan het publiek zonder te beschikken over een eigen netwerk...”*<sup>14</sup>

➡ Vermits uit de definitie zelf volgt dat er geen sprake moet zijn van gebundelde omroepdiensten/pakketten om te kunnen spreken van een dienstenverdelers, impliceert dit o.i. dat producenten van smart-tv’s die bijvoorbeeld een tweejarig Disney+-abonnement schenken bij aankoop van een televisietoestel, eveneens als dienstenverdelers zouden kunnen worden gekwalificeerd (ook al wordt er slechts één dienst verdeeld, en is er geen sprake van aggregatie), althans op voorwaarde dat deze producent zich ook effectief – op auteursrechtelijk en economisch vlak – als dienstenverdelers gedraagt. Voor meer details hierover, zie *infra* titel 3. Dienstenverdelers v. smart-tv’s/smartphones. Toch zou het nuttig kunnen zijn om bij een eventuele herschikking van de bepalingen over dienstenverdelers/videoplatforms (zie *infra* titel 4. Dienstenverdelers v. aanbieders van videoplatforms) duidelijkheid te verschaffen over de al dan niet noodzaak van bundels/pakketten om van een dienstenverdelers te kunnen spreken.

➡ Hetgeen de VRM heeft gesteld in de Right Brain Interface zaak, spreekt in het voordeel van de aanpassingen die *infra* onder titel 4. Dienstenverdelers v. aanbieders van videoplatforms worden aanbevolen.

## 2.2.2. Dienstenverdelers v. aanbieders van diensten op aanvraag

Uit eigen onderzoek, alsook uit de afgenomen interviews (zie Bijlage IV), bleek dat er academici en stakeholders zijn die dienstenverdelers gelijk willen stellen met omroepdiensten op aanvraag.<sup>15</sup> Er zijn echter verschillen tussen diensten op aanvraag en dienstenverdelers die een onderscheid in behandeling rechtvaardigen.

Artikel 2, 7<sup>o</sup> *in fine* van het mediadecreet stelt: *“De omroeporganisatie die alleen eigen omroepdiensten ter beschikking van het publiek stelt, is geen dienstenverdelers”*

<sup>14</sup> Beslissing nr. 2015/001, <https://www.vlaamseeregulatormedia.be/nl/beslissingen/2015/vrm-verklaart-klacht-van-medialaan-sbs-belgium-en-vrt-tegen-right-brain-interface>.

<sup>15</sup> Zie bv. Verslag van de hoorzitting over het ontwerp van decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie, *Parl.St.* VI.Parl. 2020-21, nr. 644/3, <https://docs.vlaamsparlement.be/pfile?id=1702459>

Belangrijk om hier te onthouden is dat het in de laatste zin van artikel 2, 7° van het mediadecreet gaat om omroepdiensten (bv. VRT, VTM, SBS, Netflix, Disney+,... ) in hun geheel, niet de afzonderlijke programma's. Deze uitsluiting beoogt dienstenverdelers te onderscheiden van omroepdiensten op aanvraag om zodoende een dubbel statuut te vermijden. Aangezien dienstenverdelers en omroepdiensten op aanvraag twee verschillende types van actoren zijn, moet dit onderscheid behouden blijven. Om als een omroepdienst (op aanvraag) te kwalificeren, moet er sprake zijn van "redactionele verantwoordelijkheid": effectieve controle op de keuze van programma's en de organisatie ervan.<sup>16</sup> Dienstenverdelers hebben invloed op de organisatie, maar effectieve controle op de keuze van programma's ontbreekt. Zij hebben keuze over de zenders, niet de programma's die hierop worden aangeboden.

Stel dat Netflix geen eigen producties ("Originals") aanbiedt (waarop het zowel productie- als distributierechten bezit), maar enkel producties van derden (waarop het enkel distributierechten bezit), dan betekent dit nog steeds niet dat het als een dienstenverdelers zou kwalificeren. Netflix selecteert immers (ofwel door zelf producties te laten vervaardigen, ofwel door distributierechten aan te kopen op producties van derden) wat het in zijn bibliotheek/catalogoog aanbiedt onder het "Netflix" merk (met andere woorden, het oefent redactionele controle uit op de selectie van programma's in zijn bibliotheek/catalogoog). Een dienstenverdelers oefent daarentegen geen redactionele controle uit, enkel een organisatorische controle, en is eigenlijk als intermediair actief op een tweezijdige markt: enerzijds biedt hij op groothandelniveau leveranciers van omroepdiensten een platform/bandbreedte aan; anderzijds is hij actief op de kleinhandelsmarkt als leverancier van toegang tot pakketten (van door derden geproduceerde en samengestelde programma's) aan eindgebruikers (doorgaans – maar niet noodzakelijk – tegen een maandelijks abonnementsstarief). Het gaat met andere woorden om een exploitant van een doorgiftedienst in de zin van de SatKab- en Online Omroepdienstenrichtlijnen<sup>17</sup> (waarbij weliswaar in het geval van directe injectie de doorgifte en de eerste uitzending als één handeling van publieke mededeling worden beschouwd<sup>18</sup>).<sup>19</sup>

➡ Het concept van dienstenverdelers heeft nog steeds nut als aanduiding van spelers die invloed hebben op de organisatie, maar niet op de inhoud van omroepdiensten. Ze kiezen echter wel wiens diensten er worden verdeeld. Om als omroepdienst (op aanvraag) te kwalificeren, moet er sprake zijn van "redactionele verantwoordelijkheid".

---

<sup>16</sup> Art. 2, 37° Mediadecreet.

<sup>17</sup> Richtlijn 93/83/EEG van de Raad van 27 september 1993 tot coördinatie van bepaalde voorschriften betreffende het auteursrecht en naburige rechten op het gebied van de satellietomroep en de doorgifte via de kabel, PB. L. 248, 6.10.1993, 15; Richtlijn (EU) 2019/789 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 tot vaststelling van voorschriften inzake de uitoefening van auteursrechten en naburige rechten die van toepassing zijn op bepaalde online-uitzendingen van omroeporganisaties en doorgifte van televisie- en radioprogramma's en tot wijziging van Richtlijn 93/83/EEG van de Raad, PB. L. 130, 17.5.2019, 82.

<sup>18</sup> Artikel 8 Richtlijn (EU) 2019/789 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 tot vaststelling van voorschriften inzake de uitoefening van auteursrechten en naburige rechten die van toepassing zijn op bepaalde online-uitzendingen van omroeporganisaties en doorgifte van televisie- en radioprogramma's en tot wijziging van Richtlijn 93/83/EEG van de Raad, PB. L. 130, 17.5.2019, 82.

<sup>19</sup> Intellectuele eigendom is uiteraard een federale bevoegdheid. Het doel van deze verwijzing naar auteursrecht is het benadrukken van het onderscheid tussen dienstenverdelers en aanbieders van diensten op aanvraag: ook op auteursrechtelijk niveau bestaan er verschillende licenties voor de spelers in kwestie.

### 2.2.3. Dienstenverdelers v. smart-tv's/smartphones

Er bestaat discussie over de juridische kwalificatie van smart-tv's en smartphones (en andere aggregators zoals smart speakers, zoekmachines,...) met geïntegreerde applicaties die ook aangewend kunnen worden voor het consumeren van audiovisuele media.

Dienstenverdelers bieden per definitie een dienst aan. Een tv-toestel an sich is een product, ook al worden deze tegenwoordig met bepaalde vooraf geïnstalleerde applicaties verkocht (bv. Netflix, Prime Video, YouTube,...). Het lijkt ons niet evident om aanbieders van dit soort toestellen als dienstenverdelers te kwalificeren. Het gaat hier om een hulpmiddel om toegang te krijgen tot een bepaalde dienst.<sup>20</sup> Zo vind je soms afstandsbedieningen met een Netflix-knop, die toegang verschaft tot de applicatie, maar enkel degenen met een abonnement zullen toegang hebben tot het aanbod van Netflix. Het is mogelijk dat de producent van een smart-tv bij aankoop een tweejarig abonnement op bv. Netflix of Disney+ cadeau geeft. Het wordt niet wenselijk geacht om hier te spreken over een dienstenverdelers, zolang ervan uitgegaan kan worden dat: (1) de aangeboden applicatie louter een bijkomstigheid vormt ten aanzien van het gekochte product; (2) de verkoper van de smart-tv geen distributie- of doorgiferechten heeft verworven op de programma's van Netflix of Disney+ (of andere), en (3) zich niet profileert als aanspreekpunt voor de eindgebruiker voor wat de beschikbare media-inhouden betreft.

➡ De volgende handvaten worden aanbevolen:

- ❖ Zolang het aanbieden van (toegang tot) de applicaties **bijkomstig** is aan het product, gaat het niet om een dienstenverdelers.
- ❖ Een smart-tv met toegang tot een of meerdere applicaties is nog steeds een product (en geen dienst) als het niet met een abonnement komt. De producent is hier **louter een technische facilitator**.
- ❖ Welke auteursrechtelijke afspraken werden gemaakt? Zolang de producent/verkoper van smart-tv's geen auteursrechtelijk relevante handelingen van distributie of doorgifte stelt, kan hij bezwaarlijk als dienstenverdelers worden beschouwd.
- ❖ Waar producenten van hardware op dit moment wel een rol kunnen spelen is bij de vindbaarheid van audiovisuele mediadiensten van algemeen belang (zie *infra* deel inzake "passende aandacht voor diensten van algemeen belang").

### 2.2.4. Dienstenverdelers v. aanbieders van videoplatforms

Net zoals dienstenverdelers functioneren videoplatforms als "tussenlaag". Een vraag die zich opdringt is of videoplatformaanbieders ook onder de definitie van "dienstenverdelers" kunnen worden gebracht.

#### Optie 1: Videoplatformaanbieders ≠ dienstenverdelers

Een significant verschil tussen beide diensten is dat de aanbieder van het videoplatform zelf niet *ex ante* selecteert welke/wiens inhoud verspreid zal worden, wat wel het geval is voor

---

<sup>20</sup> EC, Study on media plurality and diversity online, 2022, 17.

dienstenverdelers zoals Telenet. Volstaat dit onderscheid tussen *unmanaged* - *managed* platform nog om de twee soorten diensten afzonderlijk te behandelen, nu ook de *unmanaged* videoplatformdiensten organisatorische verplichtingen opgelegd kregen met de AVMD-wijzigingsrichtlijn uit 2018?

## Optie 2: Videoplatformaanbieders = dienstenverdelers

De *ratio legis* achter de bepalingen voor dienstenverdelers, houdt ook steek voor aanbieders van videoplatforms: beide fungeren als “tussenlaag” met invloed op de organisatie, maar niet op de inhoud van de programma’s. Het gaat hier voornamelijk om bepalingen ter waarborging van transparantie en non-discriminatie.

Indien videoplatformaanbieders en dienstenverdelers voldoende gelijkaardig worden geacht, kunnen ze onder dezelfde categorie ondergebracht worden. In de tabel hieronder worden de bepalingen voor dienstenverdelers uit het mediadecreet vergeleken met de bepalingen die gelden voor videoplatformdiensten.

Onderwerp	Art. dienstenverdelers	Art. videoplatforms	Beoordeling
Kennisgeving	Art. 177	Art. 176/2	Komen overeen
Informatieverplichting	Art. 179	/	Geen informatie-verplichting voor aanbieders van videoplatforms
Signaalintegriteit	Art. 180 §§1-4	/	Gelet op de rol van videoplatforms, zou het steek houden om de bepalingen inzake <b>signaalintegriteit</b> ook op hen van toepassing te maken. Overlays zijn schering en inslag op videoplatforms, i.a. pop-up advertenties, banners (zie <i>illustratie onder deze tabel</i> ), andere functionaliteiten zoals doorspoelen en gifting,...
Commerciële communicatie	Art. 180, §5	Art. 176/5	Vergelijkbaar, maar: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afdeling V, waaronder artikel 90 t.e.m. 97, is niet van toepassing op dienstenverdelers. → niet relevant?</li> <li>- Waarom zijn de regels m.b.t. “televisiereclame” niet van toepassing op videoplatforms?</li> </ul> <p>⇒ Op uniforme manier naar de toepasselijke regels inzake commerciële communicatie verwijzen of zelfs artikels samenvoegen</p>
Bescherming minderjarigen	Art. 180, §6	Art. 176/4, §1, 1° en §2, 5°	Vergelijkbaar

			⇒ Samenvoegen en technologieneutraal/principegebaseerd formuleren met het oog op toekomstige diensten?
EPG	Art. 181	/	Niet relevant voor videoplatformaanbieders
Werkingsverslag	Art. 182	/	Niet vereist van videoplatformaanbieders
Aansprakelijkheid	Art. 183	Art. 176/4, §1 en Art. 176/3 §6	Vergelijkbaar. De voorwaarden uit Art. 183 komen overeen met voorwaarden uit XII.17 WER.
Verwerking persoonsgegevens minderjarigen	Art. 183/1	Art. 176/4, §2 en Art. 176/6, §1	Komen overeen
Exclusieve verwerving digitale capaciteit etheromroepnetwerk	Art. 184	/	Niet relevant voor videoplatformaanbieders
Stimuleringsregeling	Art. 184/0	/	Deze verplichting wordt nog niet opgelegd aan videoplatformaanbieders. Maar de stimuleringsregeling wordt momenteel uitgebreid naar videoplatformaanbieders waardoor deze bepaling vergelijkbaar wordt voor beide diensten.  Gelet op de aanwezigheid van organisatorische controle, zijn videoplatforms (i.t.t. omroepdiensten) beter geplaatst om bepaalde inhoud in de kijker zetten (bv. op de startpagina, in de <i>trending</i> sectie, een aparte, eenvoudig toegankelijke sectie waar inhoud van Europese makers gevonden kan worden).
Must carry/may carry	Art. 185 e.v.	/	Must carry en may carry houden geen steek voor videoplatformaanbieders. (Due prominence zou wel kunnen: zodra inhoud X en Y online, moet het prominent getoond worden maar geen verplichting om het effectief te bevatten).  ⇒ Deze bepalingen stroken niet met de aard van videoplatforms dus deze bepalingen niet doortrekken.



Illustratie overlay YouTube-video

Uit de vergelijking van de bepalingen van toepassing op dienstenverdelers en op aanbieders van videoplatformdiensten blijkt dat ze niet 100% gelijk te stellen zijn. Bepalingen inzake must carry en may carry houden bijvoorbeeld geen steek in het kader van videoplatformdiensten. Desalniettemin zijn ze voldoende gelijkaardig om onder eenzelfde noemer gebracht te worden.

Bezorgdheden:

(1) Terminologie:

Er zal een nieuwe, overkoepelende notie nodig zijn die zowel aanbieders van videoplatformdiensten als dienstenverdelers omvat. De begrippen “**mediaplatformdienst**”/“**aanbieder van mediaplatformdienst**” worden hier naar voren geschoven. Een vraag die hier rijst is of “mediaplatformdienst” een geheel nieuwe definitie toegemeten moet krijgen, of dat de beschrijving die op dit moment “dienstenverdelers” definieert overgenomen moet worden. Het gaat namelijk om een erg brede definitie. In dit geval dient er in de definitie wel een verwijzing naar “door gebruikers gegenereerde inhoud” opgenomen te worden (naast omroepdiensten) omdat ook videoplatformdiensten eronder vallen. Als definitie voor dienstenverdelers kan er inspiratie gehaald worden uit de Nederlandse definitie voor “pakketaanbieders”:

*«pakketaanbieder»: een natuurlijk persoon of rechtspersoon die een of meer **programmapakketten** tegen betaling verspreidt of laat verspreiden door middel van een omroepnetwerk of een omroepzender;*

*«programmapakket»: een door een natuurlijk persoon of rechtspersoon **samengesteld** geheel van televisie- en radioprogrammakanalen die **hoofdzakelijk door derden zijn geproduceerd**;*



De Nederlandse definitie is echter beperkt tot lineaire diensten, terwijl in het mediadecreet ook diensten op aanvraag gevat dienen te worden. Interessant is eveneens dat de Nederlandse definitie duidelijk geconstrueerd is rond het bestaan van “pakketten” en “een samengesteld geheel” (cfr. artikel 2, 7° mediadecreet).

(2) Structuur:

Hoewel gelijkaardig, zijn videoplatformdiensten en de diensten van dienstenverdelers niet 100% gelijk te stellen. Dit betekent dat er naast algemene bepalingen voor beide types van diensten, ook nog steeds afzonderlijke bepalingen voor elk moeten gelden. Het huidige “Deel IV” uit het mediadecreet zou er als volgt kunnen uitzien:

DEEL IV: MEDIAPLATFORMDIENSTEN (i.p.v. DIENSTENVERDELERS)

Titel I: Bepalingen die gelden voor alle aanbieders van mediaplatformdiensten

Titel II: Dienstenverdelers

Titel III: Aanbieders van videoplatformdiensten

➡ Op basis van het voorgaande wordt er aanbevolen om dienstenverdelers en aanbieders van videoplatformdiensten onder dezelfde overkoepelende noemer te brengen. De betreffende bepalingen worden best open geformuleerd met het oog op toekomstbestendigheid, zodat nieuwe gelijkaardige vormen van dienstenverdeling eronder kunnen vallen. Op deze manier is er nog steeds sprake van een drielagenmodel.

### 2.3. Landenstudie

Nederland	«pakketaanbieder»: een natuurlijk persoon of rechtspersoon die een of meer programmapakketten tegen betaling verspreidt of laat verspreiden door middel van een omroepnetwerk of een omroepzender. (Art. 6.9a Mediawet)	In Nederland is er het vergelijkbare concept “pakketaanbieder”. Het gaat hier echter louter om lineaire diensten.
Duitsland	Medienplattform jedes Telemedium, soweit es Rundfunk, rundfunkähnliche Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 zu einem vom Anbieter bestimmten Gesamtangebot zusammenfasst. Die <b>Zusammenfassung</b> von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 ist auch die Zusammenfassung von softwarebasierten Anwendungen, welche im Wesentlichen der unmittelbaren Ansteuerung von Rundfunk,	In Duitsland bestaat de categorie “dienstenverdelers” niet als such, maar er bestaan wel een aantal ruimere categorieën ter aanduiding van platformen/tussenpersonen, zoals “Medienplattform” en “Medienintermediär”. Dienstenverdelers vallen onder de categorie “Medienplattform”.



	<p>rundfunkähnlichen Telemedien, Telemedien nach § 19 Abs. 1 oder Telemedien im Sinne des Satz 1 dienen. Keine Medienplattformen in diesem Sinne sind</p> <p>a) Angebote, die analog über eine Kabelanlage verbreitet werden,</p> <p>b) das Gesamtangebot von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1, welches ausschließlich in der inhaltlichen Verantwortung einer oder mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten oder eines privaten Anbieters von Rundfunk, rundfunkähnlichen Telemedien oder Telemedien nach § 19 Abs. 1 oder von Unternehmen, deren Programme ihm nach § 62 zuzurechnen sind, stehen; Inhalte aus nach § 59 Abs. 4 aufgenommenen Fensterprogrammen oder Drittsendezeiten im Sinne des § 65 sind unschädlich. (§2, 14 MstV)</p>	
Frankrijk	<p>Distributeur de services désignent toute personne qui établit avec des éditeurs de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de communication audiovisuelle mise à disposition auprès du public par un réseau de communications électroniques au sens du 2° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques. Est également regardée comme <u>distributeur de services</u> toute personne qui constitue une telle offre en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs. (Art. 2-1 Loi</p>	<p>Frankrijk kent het gelijkaardig concept van “distributeur de service”, maar deze notie wordt ietwat anders ingevuld. Deze definitie lijkt aan te geven dat het om een aanbod van meerdere diensten moet gaan.</p>

	française n° 86-1067 du 30 septembre 1986)	
Franse Gemeenschap	Distributeur de services : toute personne morale qui met à disposition du public un ou des services de médias audiovisuels de quelque manière que ce soit et notamment par voie hertzienne terrestre, par satellite ou par le biais d'un réseau de télédistribution.L'offre de services peut comprendre des services édités par la personne morale elle-même et des services édités par des tiers avec lesquels elle établit des relations contractuelles. Est également considérée comme distributeur de services, toute personne morale qui constitue une offre de services en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs; (Art. 1.3-1. 12° Décret du 04 février 2021)	De Franse Gemeenschap hanteert eveneens het begrip "distributeur de services" in lijn met de Franse wet.  Volgens het decreet van de Franse Gemeenschap kan het dienstenaanbod zowel door de rechtspersoon zelf als door andere rechtspersonen geproduceerde diensten omvatten. Uit de bewoording is het niet helemaal duidelijk of het ook louter door de dienstenverdelers zelf geproduceerde diensten kan bevatten. In Vlaanderen kan dit niet om zodoende een dubbel statuut (van dienstenverdelers én aanbieder van omroepdiensten) te vermijden.

## 2.4. Conclusie

- ❖ Het verdient aanbeveling om te verduidelijken of de definitie van dienstenverdelers uit artikel 2, 7° van het mediadecreet vereist dat de betreffende aanbieder meerdere diensten bundelt/een pakket samenstelt, of dat het – zoals uit een letterlijke lezing blijkt – voldoende is om één omroepdienst te verdelen. We merken hierbij op dat het noch vanuit economisch, noch vanuit auteursrechtelijk<sup>21</sup> oogpunt relevant is of er één of meerdere diensten worden aangeboden/gebundeld (hoewel er in de praktijk doorgaans sprake zal zijn van het bundelen van meerdere diensten tot pakketten); **de kernvraag luidt: treedt de dienstenverdelers naar de eindgebruiker toe op als de eindverantwoordelijke voor de inhoud, of als een intermediair?**
- ❖ Het concept van dienstenverdelers heeft nog steeds nut als aanduiding van spelers die invloed hebben op de organisatie, maar niet op de inhoud van omroepdiensten (↔ omroepdiensten op aanvraag). De categorie dient behouden te blijven.
- ❖ Zolang de fabrikant van toestellen enkel technische toegangsfaciliteiten aanbiedt door via het toestel al bepaalde applicaties automatisch beschikbaar te maken, maar daarbij geen doorgiftediensten aanbiedt (lees: geen doorgiftrechten heeft verworven of hoeft te verwerven), kwalificeert hij niet als een dienstenverdelers.

<sup>21</sup> Zie vn. 19 *supra*.

- ❖ Videoplatforms en dienstenverdelers zijn voldoende **gelijkaardig** om onder dezelfde categorie te brengen:
  - Terminologie: Overkoepelend begrip “mediaplatformdienst” invoegen dat zowel videoplatformdiensten als diensten van dienstenverdelers omvat. De beschrijving die op dit moment wordt gehanteerd voor “dienstenverdelers” zou getransponeerd kunnen worden naar “(aanbieder van) mediaplatformdiensten”, mits toevoeging van een verwijzing naar “door gebruikers gegenereerde inhoud. “Dienstenverdelers” dient dan enger omschreven te worden als een aanbieder van pakketten van/gebundelde omroepdiensten (of meer toekomstbestendig: video- en audiodiensten);
  - Structuur: Algemene bepalingen + specifieke bepalingen voor beide diensten.

## Deel 3 - Economische diensten

### 3.1. Probleem

Art. 2, 26° omroepdienst : a) een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, die valt onder de redactionele verantwoordelijkheid van een omroeporganisatie, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit audiovisuele of auditieve programma's leveren voor het algemene publiek, ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag door middel van elektronische communicatienetwerken. Omroepdiensten zijn radiodiensten of televisiediensten; b) de commerciële communicatie.

Een van de voorwaarden om te kunnen spreken van een "omroepdienst" in de zin van artikel 2, 26° van het mediadecreet, is dat het moet gaan om een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 VWEU. Artikel 57 VWEU verduidelijkt dat het "*dienstverrichtingen welke gewoonlijk tegen vergoeding geschieden*" betreft, of eenvoudigweg economische diensten. De toepassing van dit criterium wordt uitgedaagd in het hedendaagse medialandschap waarin democratisering van audiovisuele en auditieve mediaproductie ervoor heeft gezorgd dat de grens tussen amateurs en professionele aanbieders niet langer altijd duidelijk is. Met het oog op rechtszekerheid is het essentieel om uit te klaren waar en hoe de grens tussen professionele en niet-professionele inhoud bepaald wordt.

Uit de rechtspraak van het Hof van Justitie van de EU weten we dat de voorwaarden om van een economische dienst te spreken, eenvoudig voldaan zijn. Een aantal van de voornaamste lessen die getrokken kunnen worden uit deze rechtspraak zijn:

- ❖ Vergoeding = economische - **niet noodzakelijk geldelijke** - tegenprestatie voor de betrokken dienst<sup>22</sup>
- ❖ Winstoogmerk ≠ vereist<sup>23</sup>
- ❖ Activiteit die **niet om niet** wordt verricht<sup>24</sup>
- ❖ Niet vereist dat de dienst wordt betaald door degene te wiens behoeve zij wordt verricht<sup>25</sup>

Hieruit blijkt dat het Hof een zeer laagdrempelige invulling geeft aan "dienst als vermeld in artikel 56 en 57": zowat elke maker van door gebruikers gegenereerde inhoud op videoplatforms die ook maar iets verdient, is een aanbieder van omroepdiensten onder het mediadecreet.

Rekening houdend met het voorgaande, konden drie mogelijke pistes geïdentificeerd worden.

### 3.2. Analyse & opties

#### Optie 1: Meest strikte toepassing

---

<sup>22</sup> HvJ C-263/86, §17.

<sup>23</sup> HvJ C-157/99, §§ 50 en 52 en C-281/06, §33.

<sup>24</sup> HvJ C-281/06, §§32 en 34.

<sup>25</sup> HvJ C-352/85, §16; HvJ C-51/96 en C-191/97, §56; HvJ C-157/99, §58.

Optie 1 bestaat eruit iedere maker van door gebruikers gegenereerde inhoud die voldoet aan de definitie van omroepdienst onder het toepassingsgebied te houden en hierover toezicht uit te oefenen. Dit is de benadering van de Vlaamse Regulator voor de Media op dit moment. In Duitsland worden er evenmin minimumcriteria gehanteerd, noch geldt er een registratie- of meldingsplicht voor diensten op aanvraag (“Telemedia”): zij kiezen voor het begeleiden van makers van door gebruiker gegenereerde inhoud door hen te wijzen op problemen, in plaats van harde handhaving.<sup>26</sup>

Bezorgdheid: Allereerst is er de haalbaarheid van het toezicht: gelet op de grote hoeveelheid video’s die op online videoplatforms aanwezig zijn, zal de mediaregulator voldoende personele en geldelijke middelen voorhanden moeten hebben om op efficiënte en effectieve wijze haar taken uit te voeren. Daarnaast roept deze strikte interpretatie vragen op in het licht van het recht op vrijheid van meningsuiting en creatieve expressie (“*chilling effect*”).

## **Optie 2: Minimumcriteria**

Optie 2 is om in Vlaanderen ook te werken met minimumcriteria (bv. aantal abonnees, aantal kijkers, regelmaat van het delen van nieuwe inhoud,...) die het toepassingsgebied/afdwinging van het mediadecreet beperken. Mediaregulators van verschillende landen, alsook ERGA<sup>27</sup>, zijn voorstander zijn voor het introduceren van minimumcriteria. Hoewel het pragmatisme van een dergelijke aanpak voordelen biedt, mag niet uit het oog worden verloren dat de AVMD-richtlijn een aanpak van minimumharmonisatie hanteert, en dat het introduceren van dergelijke criteria ervoor zorgt dat Lidstaten minder streng zijn (i.e. er zullen minder aanbieders onder het toepassingsgebied vallen) dan de richtlijn voorschrijft. Dit is dus in principe niet in overeenstemming met de richtlijn.

### ➤ **Optie 2a: Criteria op niveau van “economische dienst”**

Deze optie bestaat uit het introduceren van minimumcriteria om te bepalen wat door de Vlaamse Regulator voor de Media als “dienst in de zin van artikel 56 en 57 VWEU” kan worden aangemerkt. Deze benadering verandert het toepassingsgebied van het mediadecreet niet, maar grijpt in op het niveau van de afdwinging. Hierbij wordt er een onderscheid gemaakt tussen actief en passief toezicht, wat betekent dat de mediaregulator toch nog moet optreden in geval van klachten tegen aanbieders die niet voldoen aan de minimumcriteria, maar wel diensten in de zin van artikel 56 en 57 VWEU uitmaken. Naar het voorbeeld van Nederland (cfr. Landenstudie), kan het bepalen van de minimumcriteria overgelaten worden aan de mediaregulator als een veruitwendiging van de afweging van belangen en toelichting van bestaande wettelijke voorschriften. Vanuit het oogpunt van rechtszekerheid is een systeem van actief/passief toezicht zonder het bepalen van minimumcriteria niet wenselijk: dit kan leiden tot ongelijke behandeling en willekeur.

### ➤ **Optie 2b: Criteria op niveau van “massamedia”**

---

<sup>26</sup> Informeel gesprek met vertegenwoordiger van die Medienanstalten (i.e. het gemeenschappelijk beheersbureau van de 14 media-autoriteiten) op 10 januari 2023.

<sup>27</sup> Zie ERGA Analysis and recommendations concerning the regulation of vloggers (2021), <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Vloggers.pdf>.

Een andere piste is de beperking van het toepassingsgebied van het mediadecreet aan de hand van minimumcriteria verbonden aan het “massamedia” criterium uit rechtsoverwegingen 21 en 22 AVMD-Richtlijn 2010.

R.o. 21: *“Voor de toepassing van deze richtlijn dient de definitie van audiovisuele mediadienst alleen audiovisuele mediadiensten, televisieomroepdiensten of diensten op aanvraag, die **massamedia** zijn, te omvatten, dat wil zeggen, **die bedoeld zijn voor ontvangst door, en een duidelijke impact kunnen hebben op, een significant deel van het publiek.**”*

R.o. 22: *“Voor de toepassing van deze richtlijn dient de definitie van audiovisuele mediadienst **massamedia** te bestrijken...”*.

Deze benadering tornt niet aan het EU-begrip dat verwijst naar economische diensten in het licht van de bepaling van het toepassingsgebied van de richtlijn/het decreet. Zodoende kan er gesteld worden: dienst X is een economische dienst, maar toch geen audiovisuele mediadienst/omroepdienst want het gaat niet om massamedia (i.e. media met een duidelijke impact op een significant deel van het publiek).

Bezorgdheid: het hanteren van minimumcriteria gekoppeld aan het massamediacriterium zou mogelijks kunnen resulteren in de uitsluiting van kleine regionale en/of themazenders. Deze criteria enkel laten gelden voor makers van door gebruikers gegenereerde inhoud is willekeurig en niet te rechtvaardigen wanneer we kijken naar bereik en invloed (massamedia). Dit is anders wanneer de criteria gekoppeld zijn aan de notie van “economische dienst”: een onderscheid in behandeling zou hier gerechtvaardigd kunnen worden op grond van het feit dat makers van door gebruikers gegenereerde inhoud vaak beginnen met het delen van video’s als hobby. In het licht hiervan kan aangevoerd worden dat de drempel om niet langer van een hobby, maar wel van een professionele activiteit te spreken, niet te laag mag liggen vanuit het perspectief van het recht op vrijheid van meningsuiting en het vermijden van een “*chilling effect*”. Het hobby-aspect speelt niet bij regionale zenders of themazenders.

### 3.3. Conclusie

Optie 2a “criteria op niveau van “economische dienst” verdient de voorkeur. Hierbij dienen een aantal aandachtspunten in acht genomen te worden:

- ❖ Gelet op het feit dat de “content creator markt” in Vlaanderen nog relatief beperkt is in schaal, zou het stellen van te hoge minimumcriteria ervoor zorgen dat slechts een zeer beperkte groep van makers van door gebruikers gegenereerde inhoud de regels effectief moet volgen. De regels uit Nederland kunnen bijgevolg niet zomaar overgenomen worden in Vlaanderen. Er kan wel inspiratie gehaald worden uit de Nederlandse benadering:
  - “actief op YouTube, Instagram of TikTok” → **Actief toezicht kan beperkt worden tot een aantal videoplatforms, maar dan mag Twitch niet vergeten worden;**
  - “met 500.000 of meer volgers/abonnees” → **Het aantal volgers/abonnees is een gemakkelijk controleerbare indicator. Een eerste gevaar dat hierin schuilt is dat het aantal abonnees niet gelijk is aan het aantal kijkers, waardoor het geen**

waterdichte indicator is van “significante impact”. Ten tweede is dit criterium niet noodzakelijk representatief voor het risiconiveau van de inhoud, integendeel zelfs: grote influencers zullen zich vaak verantwoordelijker gedragen dan kleinere makers van door gebruikers gegenereerde video’s. Bijgevolg mag het aantal abonnees niet het enige criterium zijn en moet de betreffende grens voor Vlaanderen een stuk lager liggen. Een andere reden voor het verlagen van deze grens is dat Vlaanderen een stuk kleiner is dan Nederland, alsook aanzienlijk minder makers van door gebruikers gegenereerde video’s huist. De social media watchers van de VRM zullen hier kunnen adviseren;

- “plaatsen regelmatig video’s (in de afgelopen 12 maanden minimaal 24 video’s)” → Regelmaat van uploads is eveneens een goede en gemakkelijk controleerbare indicator.;
- “verdienen aan de video’s (in geld of gratis producten of diensten)” → Dit is essentieel om te kunnen spreken van een “economische dienst”;
- “als ondernemer geregistreerd bij de Kamer van Koophandel” → Dit is eerder een verplicht gevolg. Indien dit een van de cumulatieve voorwaarden wordt, zou het kunnen dat men zich bewust niet gaat registreren om de regels te omzeilen.

- ❖ Een jaarlijkse evaluatie van de criteria is aanbevolen
- ❖ We raden af om *de minimis* regels in het decreet zelf te zetten, vermits de richtlijn dan niet meer correct wordt geïmplementeerd: bepaalde aanbieders van diensten in de zin van artikel 56 en 57 VWEU zullen namelijk ontsnappen aan de afdwinging van regels die de richtlijn voorschrijft
- ❖ Een moeilijkheid bij het identificeren van (non-)professionele aanbieders van audiovisuele inhoud, is het dynamische aspect van de kwalificatie in het geval van makers van door gebruikers gegenereerde inhoud: het is mogelijk om heel snel populariteit en kijkers te vergaren, maar ook te verliezen. Dit kan tot moeilijkheden leiden wat betreft praktische toepassing van de criteria. Stel bijvoorbeeld dat een maker van door gebruikers gegenereerde video’s niet langer de volgersgrens behaalt of het aantal vereiste uploads, wat betekent dit voor oudere uploads?
- ❖ Daarnaast zijn er veel makers van door gebruikers gegenereerde inhoud die multiplatform actief zijn. Wat indien zij slechts vergoed worden voor hun diensten op een van de platforms? Moeten het aantal abonnees van verschillende platformen opgeteld worden, of wordt dit afzonderlijk bekeken? Indien op één van de platformen de criteria bereikt worden, geldt dit dan automatisch ook voor de andere platformen? Dit dient uitgeklaard te worden
- ❖ Op basis van de huidige regels in het mediadecreet moeten makers van door gebruikers gegenereerde video’s die kwalificeren als “omroepdienst” een kennisgeving doen bij de VRM. Een strikte toepassing van deze regels zou leiden tot een zeer groot aantal aanmeldingen. Een alternatief is om de kennisgevingsplicht als gevolg te koppelen aan het voldoen van de minimumcriteria (cfr. Nederland).

## Deel 4 - Live streamers

### 4.1. Probleem

Uit de memorie van toelichting bij het mediadecreet weten we dat aanbieders van live streams die voldoen aan de criteria van “omroepdienst” uit artikel 2, 26° en de definitie van “lineaire televisiedienst” uit artikel 2, 21° van het mediadecreet, de bepalingen met betrekking tot lineaire televisiediensten moeten naleven.<sup>28</sup>

**Art. 2, 21°:** “lineaire televisiedienst: een lineaire audiovisuele omroepdienst, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma’s op basis van een programmaschema;”

De regels met betrekking tot lineaire televisiediensten werden oorspronkelijk opgesteld vanuit het oogpunt van schaarste en belangrijke invloed op publieke opinie. Dit resulteert in een aantal toepassingsproblemen in de praktijk.

### 4.2. Analyse & opties

Er zijn verschillende manieren waarop de toepassing van de regels voor lineaire televisiediensten verduidelijkt kan worden in de context van live streamers:

#### Optie 1: Afzonderlijke regels

Een eerste mogelijkheid is het opstellen van afzonderlijke regels voor live streamers. Met het oog op technologie-neutraliteit en het streven naar een gelijk speelveld voor de verschillende aanbieders wordt het opstellen van afzonderlijke regels best vermeden.

➡ Bij gebrek aan een objectieve reden voor een verschillende behandeling van live streamers ten aanzien van traditionele lineaire televisiediensten, wordt optie 1 niet aanbevolen.

#### Optie 2: Live streamers niet reguleren

Een andere mogelijkheid is om live streamers (voorlopig) niet te reguleren. Uit de landenstudie en een interview met het Commissariaat voor de Media (CvdM), bleek dat er in Nederland eveneens onduidelijkheid heerst over de juridische status van live streams. Het CvdM beschouwt live streaming als een soort van hybride dienst waardoor ze het momenteel buiten beschouwing laten.<sup>29</sup> Dit strookt niet met het standpunt van de *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA) die stelt dat de regels voor lineaire televisieprogramma’s wel van toepassing zijn op live streamers op voorwaarde dat de dienst wordt aangeboden op basis van een programmaschema en voldoet aan alle criteria uit de definitie van “audiovisuele mediadienst”.<sup>30</sup>

➡ In het licht van het voorgaande, wordt optie 2 evenmin aanbevolen.

<sup>28</sup> <https://docs.vlaamsparlement.be/pfile?id=1659775>, 13, 44 en 45.

<sup>29</sup> Informeel gesprek met het Commissariaat voor de Media (CvdM) op 1 december 2022.

<sup>30</sup> ERGA (2021), “Report: Analysis and recommendations concerning the regulation of vloggers”, 4 en 9, <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Vloggers.pdf>.



### Optie 3: Aanpassing van de bepalingen

Ten slotte kunnen de bepalingen uit het mediadecreet die niet werkbaar zijn voor live streamers aangepast worden.

Een eerste manier om dit te doen is **in het mediadecreet zelf**. Een voorbeeld hiervan vinden we terug in §54 van het Duitse Medienstaatsvertrag. De drempel voor een licentievereiste was niet werkbaar voor live streamers en werd daarom recent aangepast. De bepaling geldt zowel voor live streamers als voor meer traditionele lineaire televisie.

Een tweede manier is dat de **VRM** in zijn **Content Creator Protocol** verduidelijkingen zou opnemen over de implementatie van het mediadecreet in het kader van live streamers. Het mediadecreet zelf wordt hierbij onverlet gelaten. Deze manier is het eenvoudigst, terwijl aanpassingen in het decreet zelf allicht voor grotere rechtszekerheid zorgen.

Hieronder volgt een analyse van de bepalingen die potentieel voor moeilijkheden zorgen in het licht van live streamers, met voorstellen tot eventuele aanpassingen.

#### 4.2.1. “Programmaschema”

De definitie van “lineaire televisiedienst” verwijst naar “programmaschema”, wat niet langer toekomstbestendig is. Een strikte toepassing hiervan zou betekenen dat enkel live streamers die werken aan de hand van een uitzendschema (i.e. hun streams aankondigen), de regels voor lineaire televisiediensten moeten volgen (terwijl de andere wellicht louter als omroepactiviteiten te kwalificeren zijn, waarvoor enkel het verbod op haatzaaien uit artikel 38 van het mediadecreet geldt).

Bezorgdheid: de vereiste van een programmaschema om onder de regels voor “lineaire televisiediensten” te ressorteren, zet de deur open voor misbruik aangezien dit eenvoudig te omzeilen is.

➡ Verwijzingen naar “programmaschema” worden best verwijderd.<sup>31</sup>

#### 4.2.2. Aandeel televisiereclame en telewinkelspots

Artikel 81, §2 van het mediadecreet legt het toegestane kwantitatieve maximaandeel televisiereclame en telewinkelspots in lineaire uitzendingen vast op 20% tussen 6.00 uur en 18.00 uur, alsook voor het tijdvak van 18.00 uur tot 24.00 uur.

Bezorgdheden:

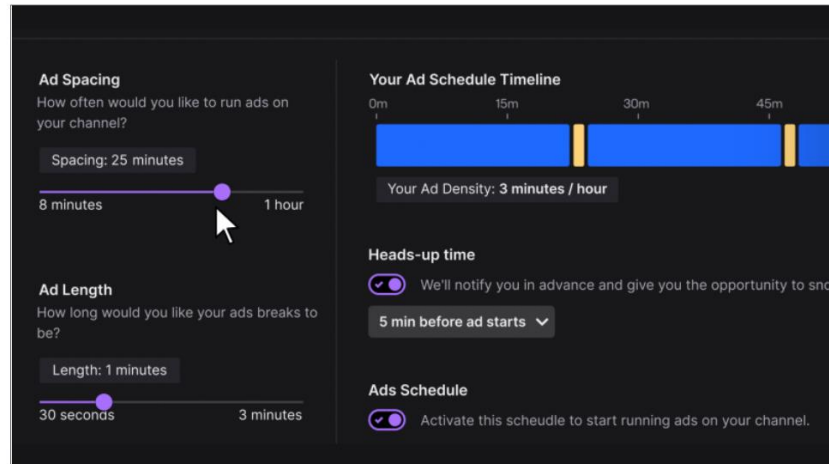
- (1) De duurtijd van de stream staat niet altijd op voorhand vast;
- (2) Commerciële communicatie door live streamers gaat vaak om productplaatsing, sponsoring en zelfpromotie (↔ televisiereclame). De 20%-regel is enkel van toepassing op televisiereclame

---

<sup>31</sup> Voor meer informatie hieromtrent, zie onderdeel betreffende Terminologie.

en telewinkelspots.<sup>32</sup> In de praktijk betekent dit dat het hier gaat over reclameblokken (vnl. advertenties van derde partijen → pre-rolls, mid-rolls, ad breaks<sup>33</sup>...). Live streamers hebben vaak een grote mate van controle over de aanwezigheid, frequentie en duur van dit soort reclame voor, tijdens of na hun video's. Zie bijvoorbeeld hieronder:

Use the Ads Manager Settings page to set your preferred ad spacing, and length.



Bron: [https://help.twitch.tv/s/article/ads-manager?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/ads-manager?language=en_US)

Op Twitch heeft de streamer meer controle dan op YouTube waar op dit moment de frequentie en plaatsing door het platform zelf wordt bepaald.<sup>34</sup> De aanwezigheid, inhoud en vorm van reclame blijft echter steeds gedeeltelijk afhankelijk van het platform.<sup>35</sup> Vereisen dat live streamers het advertentiesysteem volledig uitschakelen is geen proportionele maatregel, evenmin een effectieve maatregel. Het is op dit moment namelijk niet mogelijk om met zekerheid reclamevrij te streamen. Zo zijn gebruikers van Twitch, noch van YouTube in staat om advertenties volledig uit te schakelen.<sup>36</sup> YouTube behoudt zich het recht voor om bij video's die de platformgebruiker zelf niet kan of wil monetiseren, toch advertenties te plaatsen. Het is niet duidelijk of dit ook het geval is bij live streams, maar het geeft wel aan dat platformaanbieders over de technische mogelijkheid beschikken om reclame in te voegen naar eigen goeddunken (en dit wellicht ook zullen doen zolang die mogelijkheid niet juridisch wordt ingeperkt, bv. door de introductie van een bepaling inzake signaalintegriteit, vergelijkbaar met wat reeds geldt voor traditionele dienstenverdelers; zie *infra*).

Voorgaande zorgt ervoor dat artikel 81 van het mediadecreet moeilijk toepasbaar is op live streamers. We onderscheiden 3 mogelijke pistes:

- *Regels voor videoplatforms invoeren*

<sup>32</sup> Art. 81, §§2 en 3 mediadecreet.

<sup>33</sup> <https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/paths/monetize-your-content/running-ads/>.

<sup>34</sup> [https://support.google.com/youtube/answer/12929256?hl=en&co=YOUTUBE\\_YTVideoType%3Dlivestream](https://support.google.com/youtube/answer/12929256?hl=en&co=YOUTUBE_YTVideoType%3Dlivestream).

<sup>35</sup> Zie bv. [https://help.twitch.tv/s/article/disabling-prerolls?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/disabling-prerolls?language=en_US) of <https://support.google.com/youtube/answer/2475463?hl=en>.

<sup>36</sup> [https://help.twitch.tv/s/article/disabling-prerolls?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/disabling-prerolls?language=en_US); <https://support.google.com/youtube/answer/2475463?hl=en#:~:text=Ads%20may%20appear%20on%20your,in%20the%20YouTube%20Partner%20Program>.

Een regel die videoplatforms verplicht tot het introduceren van een **functionaliteit** die makers van door gebruikers gegenereerde inhoud in staat moet stellen reclameonderbrekingen voor, gedurende en na hun video's te beperken tot het wettelijke minimum in de Lidstaat waar ze gevestigd zijn. In de praktijk zal dit niet leiden tot grote veranderingen. Twitch suggereert bijvoorbeeld zelf om "slechts" drie minuten per uur te adverteren aangezien dit resulteert in de maximale opbrengst, dit is ver onder het toegestane aandeel van 20%.

Een andere mogelijkheid is om artikel 180 van het mediadecreet aangaande **signaalintegriteit** ook van toepassing te maken op aanbieders van videoplatformdiensten. Dit zou betekenen dat zij steeds de goedkeuring van makers van door gebruikers gegenereerde inhoud moeten bekomen voor o.a. het invoegen van reclame. Op deze manier ligt de verantwoordelijkheid bij de live streamer zelf. (Voor meer informatie zie het deel over het concept "dienstenverdelers".)

Bezorgdheid: De belangrijkste aanbieders van videoplatforms zijn vandaag niet in Vlaanderen gevestigd (en vallen daardoor niet onder Vlaamse jurisdictie) waardoor het opleggen van regels op dit niveau geen effectieve remedie vormt. Dit soort ingrepen gebeurt best op EU-niveau. Het is effectiever om – al dan niet aanvullend – te werken op het niveau van de live streamers die in Vlaanderen zijn gevestigd.

- *Artikel 81 afdwingen t.a.v. live streamers*

Een tweede optie bestaat eruit artikel 81 wel af te dwingen ten aanzien van live streamers, maar hen de mogelijkheid te laten om bij een overtreding te bewijzen dat de grens van 20% overschreden werd door toedoen van het platform.

- ➡ De laatste optie wordt aanbevolen. Er wordt aangeraden om deze mogelijkheid tot verweer decretaal vast te leggen. Dit kan gecombineerd worden met een verplichting voor aanbieders van videoplatforms. Indien ervoor wordt gekozen om de aanpassingen uit het deel aangaande "het concept van dienstenverdelers" te volgen, zal de bepaling betreffende signaalintegriteit van toepassing worden op aanbieders van videoplatforms. Dit laatste zal op dit moment echter – gelet op het gebrek aan videoplatformdiensten gevestigd in Vlaanderen – weinig effect ressorteren in de praktijk.

#### 4.2.3. Taalvereisten

Artikels 154 en 163 van het mediadecreet bevatten taalvereisten voor lineaire televisiediensten.

**Art. 154:** *De televisieomroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap en de particuliere lineaire televisieomroeporganisaties streven ernaar om het grootste gedeelte van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te reserveren voor Europese producties. Een aanzienlijk deel ervan moet worden besteed aan Nederlandstalige Europese producties.*

**Art. 163:** *... De lineaire televisieomroeporganisaties zenden uit in het Nederlands, behoudens afwijkingen, toe te staan door de Vlaamse Regering.*

Bezorgdheid: Er zijn heel wat Vlaamse streamers die Engelstalige inhoud maken.<sup>37</sup> Moet dit aan banden gelegd worden? Het gaat hier niet om bepalingen die zijn overgenomen uit de AVMD-Richtlijn, bijgevolg kan het mediadecreet hiervan afwijken. Het moet voor de VRM natuurlijk wel mogelijk blijven om toezicht te houden. Dit kan bemoeilijkt worden wanneer er in een andere taal wordt uitgezonden. Een heikel punt in dit verband is echter dat de Raad van State zulke taalvereisten ongrondwettelijk acht, gelet op artikel 3 en artikel 129 van de Grondwet die waarborgen dat het taalgebruik in culturele zaken vrij is. Deze bepalingen laten volgens de Raad niet toe om het taalgebruik van de pers of van de private radio en televisie te regelen.<sup>38</sup> De Raad van State heeft dan ook reeds herhaaldelijk een negatief advies uitgebracht over ontwerpen of voorstellen van decreet in dit verband. Aan deze adviezen werd geen gevolg gegeven.

➡ De mogelijkheid voor de Vlaamse Regering om afwijkingen toe te staan, kan hier een oplossing bieden. In dat geval zijn er geen aanpassingen nodig. Wel dient de houding van de Raad van State hierbij in het achterhoofd gehouden te worden.

#### 4.2.4. Onafhankelijke producenten

**Art. 155:** *De televisieomroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap en de particuliere lineaire televisieomroeporganisaties streven ernaar om ten minste tien procent van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te besteden aan Europese producties die vervaardigd zijn door van de televisieomroeporganisaties onafhankelijke producenten.*

Er wordt in artikel 155 gesproken van “televisieomroeporganisaties”, waaronder ook live streamers vallen. Het is niet duidelijk wat het betreffende artikel betekent voor deze laatste groep, en in het bijzonder voor live streamers die verbonden zijn aan traditionele omroepen? (wat als bv. Supercontent<sup>39</sup> zou live streamen?)

Valt het te rechtvaardigen om deze verplichting enkel op te leggen aan traditionele lineaire televisiediensten? Artikel 155 volgt uit de AVMD-Richtlijn. In r.o. 94 van AVMD-Richtlijn 2010 wordt er gesteld dat het doel van deze vereiste is om nieuwe bronnen van televisieproducties te doen ontstaan, met name kleine en middelgrote ondernemingen. Dit zorgt voor nieuwe kansen en afzetmogelijkheden geboden voor creatief talent en voor de werkgelegenheid van mensen met een culturele opleiding en personen die in de culturele sector werkzaam zijn.

➡ Er kan gesteld worden dat dit doel per definitie behaald wordt door makers van door gebruikers gegenereerde inhoud op videoplatforms, gekenmerkt door democratisering van audiovisuele inhoudsproductie. Kanalen zoals Supercontent kunnen gezien worden als het verlengde van de zender en niet opzichzelfstaand, waardoor zij zelf niet aan deze verplichting dienen te voldoen.

<sup>37</sup> Zie bv. <https://www.youtube.com/watch?v=ClzTlewRdE0>.

<sup>38</sup> J. VELAERS, De Grondwet en de Raad van State afdeling wetgeving: vijftig jaar adviezen aan wetgevende vergaderingen, in het licht van de rechtspraak van het Arbitragehof, Antwerpen, Maklu, 1999, 215, <https://bib.kuleuven.be/rbib/collectie/archieven/boeken/velaers-grondwetraadstate-1999.pdf>, met verwijzing naar VI. Parl. 89-90, nr. 285/4, VI. Parl. 89-90, nr. 315/2, VI. Parl. 90-91, nr. 509/2, VI. Parl. VI. 92, 157/6).

<sup>39</sup> <https://www.youtube.com/@Supercontent1>.

#### 4.2.5. Het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen

**Art. 118:** *Elke lineaire omroeporganisatie van of die erkend is door de Vlaamse Gemeenschap of aangemeld is bij de Vlaamse Regulator voor de Media, heeft het recht op vrije informatiegaring. Dat recht houdt in:*

*1° de vrije toegang tot evenementen waarop exclusieve uitzendrechten zijn verleend, voor zover het evenement plaatsvindt in het Nederlandse taalgebied of in het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad, voor zover de instelling die het evenement organiseert in Brussel-Hoofdstad wegens haar activiteiten beschouwd kan worden als uitsluitend behorend tot de Vlaamse Gemeenschap;*  
*2° het recht om opnamen te maken, voor zover de evenementen waarop exclusieve uitzendrechten zijn verleend, plaatsvinden in het Nederlandse taalgebied of in het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad, voor zover de instelling die het evenement organiseert in Brussel-Hoofdstad wegens haar activiteiten beschouwd kan worden als uitsluitend behorend tot de Vlaamse Gemeenschap;*  
*3° het recht op korte nieuwsverslagen.*

*Met behoud van de toepassing van de bepalingen van dit decreet is het recht op vrije informatiegaring van toepassing op de aanbieders van lineaire omroepdiensten die ressorteren onder de bevoegdheid van de andere gemeenschappen en van de andere lidstaten van de Europese Unie.*

Genieten live streamers ook van het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen? Uit artikel 120 van het mediadecreet blijkt dat korte nieuwsverslagen per definitie gelinkt zijn aan journaals en actualiteitenprogramma's. De vraag die hieruit volgt is of journaals en actualiteitenprogramma's aangeboden kunnen worden door gebruikers van videoplatforms.

**Art. 2, 15°/1:** *journaal : een programma bestaande uit nieuwsberichten waarin de algemene actualiteit van de dag wordt behandeld*

**Art. 2, 1°/3:** *actualiteitenprogramma : een programma waarin een of meer actuele gebeurtenissen worden behandeld en/of becommentarieerd*

De definities sluiten niet uit dat deze programma's aangeboden worden door makers van door gebruikers gegenereerde inhoud. Artikel 164 van het mediadecreet vereist echter wel dat journaals en duidingsprogramma's <sup>40</sup> die gebracht worden door private televisieomroeporganisaties, verzorgd moeten worden door een eigen redactie. De redactionele onafhankelijkheid dient gewaarborgd te worden en in een redactiestatuut vastgelegd te worden.

➡ Het is niet nodig om live streamers uit te sluiten van de definities "journaal" en "actualiteitenprogramma". Zodra streamers beschikken over een eigen redactie en hun redactionele onafhankelijkheid wordt vastgelegd in een redactiestatuut (zie Art.,164 mediadecreet), vormt dit voldoende waarborg. In zulke gevallen mag de live streamer die een journaal of actualiteitenprogramma aanbiedt, genieten van hetgeen bepaald in artikel 118 van het mediadecreet.

<sup>40</sup> Het is niet duidelijk of "duidingsprogramma's" en "actualiteitenprogramma's" synoniemen zijn. Zie onderdeel over "terminologie".

#### 4.2.6. Toegang tot televisiediensten voor personen met een handicap

Artikel 151 van het Mediadecreet bevat de verplichting voor televisieomroeporganisaties om programma's voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk voor personen met een handicap. Dit kan doormiddel van ondertiteling, audiobeschrijving, gebarentaal en auditieve ondertiteling. Gebruikers van videoplatforms kunnen zelf hun video's ondertitelen, zowel via het platform als extern. Automatische "live" ondertiteling wordt eveneens aangeboden door verschillende platforms. Ondertiteling van live streams ligt moeilijker want dit kan niet worden voorbereid door de platformgebruiker. Live streamers zijn hiervoor afhankelijk van het platform. Op YouTube is automatische ondertiteling van live streams bijvoorbeeld alleen beschikbaar in het Engels.<sup>41</sup> Deze bepaling is bijgevolg moeilijk toepasbaar op live streamers.

- ➡ In artikel 151 wordt er gesproken van "evenredige maatregelen". Op basis hiervan kan er gesteld worden dat het – op dit moment – een onevenredige inspanning vereist van live streamers op videoplatforms om te voldoen aan artikel 151, waardoor het niet nodig is om een uitzondering op te nemen.

#### 4.2.7. Opnameplicht

**Art. 234:** ... Iedere omroeporganisatie van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap of aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media is verplicht om een kopie van al haar omroepsignalen, zoals ze werden uitgezonden, te bewaren gedurende een maand, te beginnen vanaf de datum van uitzending. ...

- ➡ Met het oog op bewijsvoering, is het van belang om deze bepaling ook af te dwingen ten aanzien van live streaming. Hiervoor is er geen aanpassing vereist.

#### 4.2.8. Telewinkelen

**Art. 2, 45°:** *telewinkelen : rechtstreekse aanbiedingen aan het publiek die worden uitgezonden met het oog op de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen*

- *Algemeen*

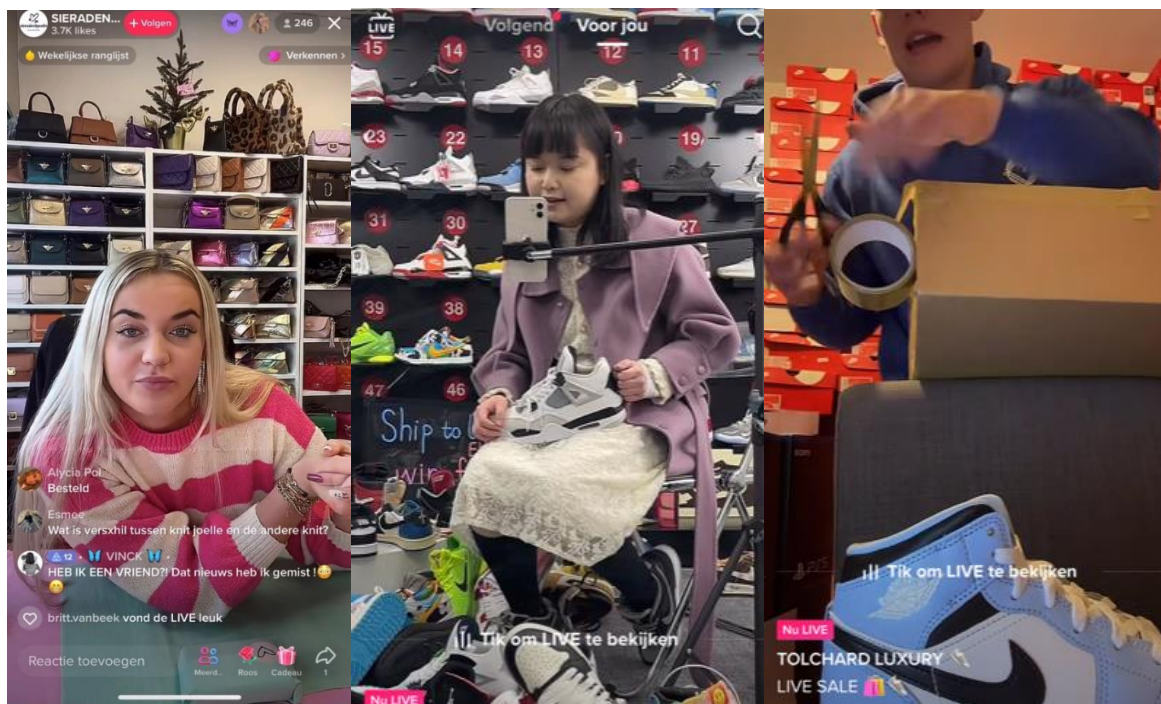
De bepalingen betreffende telewinkelen zijn van toepassing op lineaire televisiediensten.<sup>42</sup> Met het oog op rechtszekerheid dient er bepaald te worden of deze bepalingen (i.e. artikels 78 – 84 mediadecreet) ook afgedwongen kunnen worden ten aanzien van live streamers. We zien vandaag namelijk moderne vormen van telewinkelen op videoplatforms. Een populaire praktijk is bijvoorbeeld het verkopen van goederen (bv. handtassen en kleding) tijdens een live stream – "live shopping".<sup>43</sup>

<sup>41</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/6373554?hl=nl#zippy=%2Cautomatische-ondertiteling-bij-livestreams>.

<sup>42</sup> Art. 78 mediadecreet.

<sup>43</sup> <https://techcrunch.com/2021/09/29/tiktok-shopping-expands-with-more-partnerships-live-shopping-new-ads-and-more/>.





Schermafbeeldingen van live shopping op TikTok

Om van telewinkelen te kunnen spreken, moet het aanbod gericht zijn op het onmiddellijk sluiten van een overeenkomst (i.e. vermelding van een prijs en contactgegevens).<sup>44</sup> Dit is vaak het geval.

- *Bespelprogramma's*

Een specifieke vorm van telewinkelen zijn bespelprogramma's.

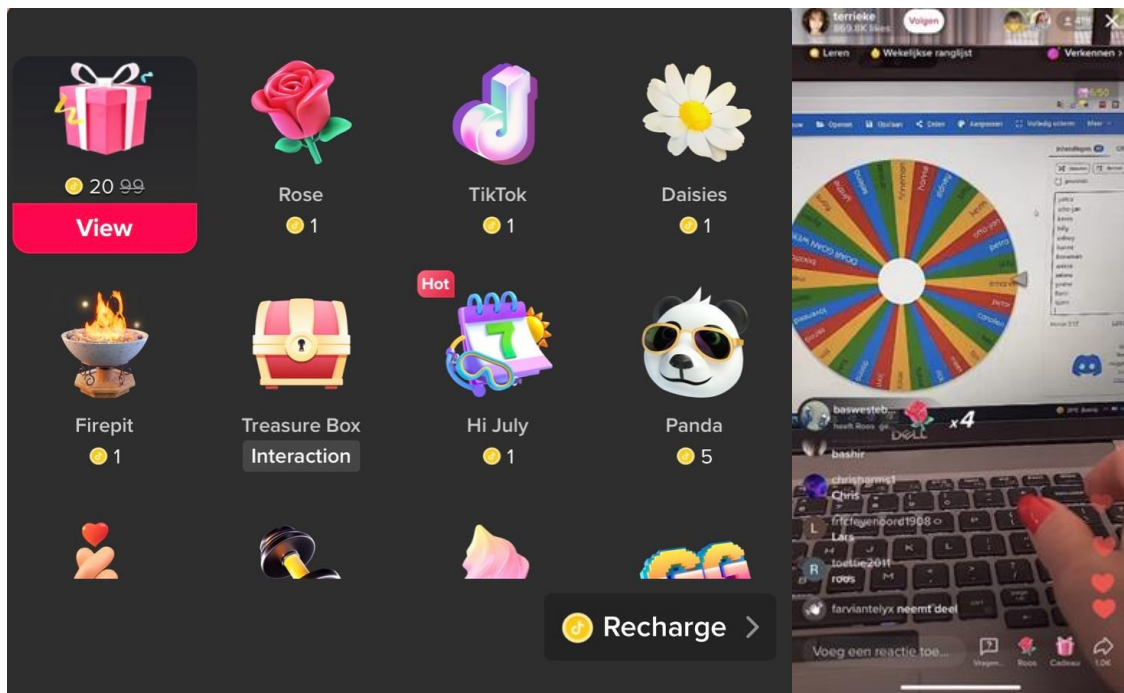
**Art. 82: ... §3** Het uitzenden van bespelprogramma's is verboden. Een bespelprogramma is een televisieprogramma dat hoofdzakelijk bestaat uit het aanbieden van spelen waarbij gebruikgemaakt wordt van nummerreeksen van het Belgische nummerplan of buitenlandse nummerplannen en waarvoor het is toegestaan om van de oproeper naast de prijs van de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen.

De formulering in artikel 82, §3 is niet toekomstbestendig aangezien het moderne verschijningsvormen van bespelprogramma's uitsluit. Op videoplatforms zoals TikTok, YouTube en Twitch wordt er namelijk regelmatig audiovisuele inhoud verspreid die lijkt op de bespelletjes van voorheen. "Gifting" functionaliteiten kunnen worden aangewend door kijkers om in te zetten op een door de live streamer georganiseerd kansspel of een spelshow (zie *illustratie onder de tekst*). Hiernaar wordt ook wel verwezen als "gamification" en "gambification" van audiovisuele inhoud.<sup>45</sup> TikTok voorziet bijvoorbeeld in de mogelijkheid om tegen betaling munten aan te kopen, die vervolgens gebruikt kunnen worden om "gifts" aan te schaffen. De kijker kan die gifts

<sup>44</sup> P. Valcke, "The EU Regulatory Framework Applicable to Audiovisual Media Services" in *Electronic Communications, Audiovisual Services and The Internet: EU Competition Law & Regulation*, Sweet & Maxwell, 2019 (4de ed.), 159–269.

<sup>45</sup> M.R. Johnson en J. Woodcock, "And Today's Top Donator is": How Live Streamers on Twitch.tv Monetize and Gamify Their Broadcasts, *Social Media + Society*, 2019, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305119881694>.

schenken aan creators om hun waardering te uiten.<sup>46</sup> De creators kunnen die gifts op hun beurt inruilen voor geld.



Twitch<sup>47</sup> en YouTube<sup>48</sup> kennen gelijkaardige praktijken.

- *Verskil tussen televisiereclame en telewinkelen*

Het Hof van Justitie deed in 2007 uitspraak over het verschil tussen televisiereclame en telewinkelen in de zaak KommAustria/ORF.<sup>49</sup> Daar oordeelde het Hof dat een tv-prijsspel als telewinkelen kan worden aangemerkt indien (een onderdeel van) de uitzending een echt aanbod van diensten vormt.<sup>50</sup> Bij de beoordeling hiervan dient er rekening te worden gehouden met:

- (1) het doel van de uitzending waarin het spel plaatsvindt;
- (2) het belang van het spel op vlak van tijd en gehoopte economische resultaten in vergelijking met de uitzending in haar geheel;
- (3) het soort vragen dat aan de kandidaten wordt gesteld.<sup>51</sup>

Om te kunnen spreken van ‘telewinkelen’ moet het daarnaast gaan om een spel dat een werkelijk onafhankelijke economische dienstverrichting vormt, en niet slechts een aanbieding tot amusement binnen de uitzending.<sup>52</sup> Prijsspelen zijn daarentegen televisiereclame indien het spel bestaat uit een aankondiging die de kijkers moet aanzetten tot het kopen van de als prijs

<sup>46</sup> <https://support.tiktok.com/en/live-gifts-wallet/gifts/gifts>.

<sup>47</sup> [https://help.twitch.tv/s/article/gift-subscriptions?language=en\\_US](https://help.twitch.tv/s/article/gift-subscriptions?language=en_US).

<sup>48</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/10879035?hl=en>.

<sup>49</sup> HvJ 18 Oktober 2007, C-195/06, ECLI:EU:C:2007:613.

<sup>50</sup> Ibid., §35.

<sup>51</sup> Ibid., §36.

<sup>52</sup> Ibid., §37.



aangeboden goederen en diensten of uit zelfpromotie van de programma's van de omroeporganisatie.<sup>53</sup>

Deze uitspraak is interessant in het kader van de beoordeling van de inhoud besproken onder het vorige punt (i.e. 'betspelprogramma's'). De genoemde handvaten ter identificatie van telewinkelen lijken bruikbaar bij het beoordelen van inhoud van live streams.

➡ Mits aanpassing van artikel 82, §3 van het Mediadecreet – een bredere, neutralere formulering – kunnen de bepaling met betrekking tot telewinkelen aangewend worden in het kader van dit soort commerciële inhoud via live streams.

Let op, video's gewijd aan het verkopen van goederen of diensten, gifting praktijken en prijsvragen, vinden niet enkel plaats in livevideo's maar ook in video's op aanvraag. Het is ook mogelijk om de bepalingen met betrekking tot telewinkelen open te trekken naar diensten op aanvraag.

### 4.3. Landenstudie

Land	Live streamers = lineaire televisiedienst?	Bijzonderheden?
Nederland	Nee	CvdM focust op mediadiensten op aanvraag. Live streams worden eerder gezien als een hybride dienst, waardoor er onduidelijkheid heerst. Er wordt op dit moment gezocht naar de juiste benadering. <sup>54</sup>
Duitsland	Ja	Live streamers worden gezien als aanbieders van lineaire televisiediensten ingeval ze voldoen aan de criteria uit de definitie van "Rundfunk". <sup>55</sup>  Wel werden er beperkingen ingevoerd in het kader van de vergunningsplicht. § 54 – Zulassungsfreie Rundfunkprogramme ("uitzendingen waarvoor geen vergunning nodig is") bepaalt dat

<sup>53</sup> Ibid., §45. Denk hierbij bv. aan prijsvragen die betrekking hebben op kennis van de overige uitzendingen van de omroeporganisatie die mogelijke kandidaten er toe aanzetten deze te volgen, of aan afgeleide producten als te winnen prijzen die voor de promotie van die programma's dienen.

<sup>54</sup> Informeel gesprek met het Commissariaat voor de Media (CvdM) op 1 december 2022.

<sup>55</sup> Zie §2 (1) MStV, [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze\\_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag\\_MStV.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf)

		<p>een zendvergunning vereist is, <u>tenzij</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen significante impact op individuele en publieke opinie</li> <li>• (Naar verwachting) gemiddeld &lt; 20.000 gelijktijdige kijkers gedurende 6 maanden</li> </ul> <p>§54 geldt zowel voor traditionele lineaire diensten als voor live streamers. In de praktijk zijn er nog niet veel live streamers met een vergunning. De regulatoren zijn eerder aarzelend bij de toepassing van deze kwantitatieve drempels omdat dit niet per se overeenstemt met het risiconiveau.<sup>56</sup></p>
Wallonië	Ja	<p>Live streamers moeten een kennisgeving doen bij de CSA. Tot op heden is dit nog niet spontaan gebeurd en wordt dit evenmin afgedwongen. (De focus ligt voornamelijk op commerciële communicatiepraktijken.) Middels dialoog worden live streamers wel bewust gemaakt van deze verplichting.<sup>57</sup></p> <p>De bepalingen m.b.t. telewinkelen zijn uitdrukkelijk ook van toepassing op televisiediensten op aanvraag én door gebruikers gegenereerde inhoud.<sup>58</sup> Dit kan een antwoord bieden op bepaalde inhoud die we dagelijks tegenkomen op videoplatforms.</p>
Frankrijk	Geen info	

<sup>56</sup> Informeel gesprek met vertegenwoordiger van die Medienanstalten (i.e. het gemeenschappelijk beheersbureau van de 14 media-autoriteiten) op 10 januari 2023.

<sup>57</sup> E-mailcontact met een vertegenwoordiger van de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA Belgique) op 20 januari 2023.

<sup>58</sup> Zie Chapitre II, Section III. - Dispositions propres aux services télévisuels linéaires et non linéaires de télé-achat, alsook TITRE VII. — Des règles propres aux programmes de télé-achat dans les services linéaires et non linéaires van Décret du 4 Février 2021 relatif aux services de medias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, BS 26 maart 2021.

#### 4.4. Conclusie

Optie 3 wordt aanbevolen. De bepalingen uit het mediadecreet die niet werkbaar zijn voor live streamers dienen verduidelijkt te worden. Zoals aangegeven onder optie 3 onder B. zijn er een aantal bepalingen die geen aanpassing in het mediadecreet behoeven, andere – zoals die met betrekking tot telewinkelen – wel. De tabel hieronder geeft aan of en op welk niveau verduidelijkingen dienen te gebeuren.

Bepaling	Mediadecreet	VRM	Geen aanpassing
<b>Art. 2, 21</b> ("programmaschema")	X	In ondergeschikte orde: bredere invulling door VRM	
<b>Art. 81, §2</b> (reclame-aandeel)	X		
<b>Art. 154 en 164</b> (taalvereisten)		Evt. aankondiging dat live streamers die in een andere taal uitzenden toelating moeten vragen aan de Vlaamse Regering	X
<b>Art. 155</b> (onafhankelijke producenten)	X		
<b>Art. 118</b> (korte nieuwsverslagen)			X
<b>Art. 151</b> (toegankelijkheid)			X
<b>Art. 234</b> (Opnameplicht)			X
<b>Art. 82, §3</b> (Telewinkelen)	X		X

## Deel 5 - Hybride vormen van radio & TV

### 5.1. Probleem

De voortdurende transformatie van het audiovisuele medialandschap, bestaande uit een gestaag toenemende vervaging van de grenzen tussen mediadiensten en de wijze waarop deze diensten worden geconsumeerd en geleverd, zorgt voor problemen bij de toepassing van het bestaande rechtskader.<sup>59</sup> Door de convergentie op verschillende niveaus is de grens tussen afzonderlijke diensten niet altijd meer eenvoudig en eenduidig te trekken. Het geluid van radiozenders wordt via internet en televisie gecombineerd met beelden uit de radiostudio, alsook wordt er van bepaalde podcasts een audiovisuele versie voorzien op een videoplatform. De vraag die hier centraal staat is vanaf welk moment een radiodienst (of zoals voorgesteld: een audiodienst) juridisch gezien een televisiedienst (of zoals voorgesteld: een videodienst) wordt. In Vlaanderen wordt dit soort inhoud namelijk niet afzonderlijk geregeld door het mediadecreet (zoals wel het geval is in Nederland, “visual radio”, zie *infra*).

### 5.2. Analyse & opties

#### **Optie 1: Onderscheidend criterium “redactioneel ingrijpen/TV-like”**

Een eerste mogelijkheid om radioprogramma's met beelden van televisieprogramma's te onderscheiden is op basis van het criterium “redactioneel ingrijpen”. Op die manier worden eenvoudige live streams van radiostudio's – i.h.b. livebeelden die niet/nauwelijks geredigeerd zijn – juridisch behandeld als loutere radiodienst. Het beeldmateriaal wordt dus buiten het toepassingsgebied van het Mediadecreet gelaten.

Bezorgdheden:

- (1) Dit criterium is moeilijk te hanteren in de praktijk: Wat is “redactioneel ingrijpen”? Volstaat het wisselen van camerastandpunt of in- en uitzoomen?;
- (2) Visuele reclame kan onder deze benadering onbeperkt worden getoond. Denk hierbij aan producten of merken die aanwezig zijn in de studio bv. posters van een artiest/album of met een bepaald merk erop, drankflesjes die op tafel staan,...;
- (3) Redactioneel ingrijpen kan gelinkt worden met het “TV-like criterium”<sup>60</sup>. Dit criterium werd met de herziening van de AVMD-Richtlijn in 2018 uit de definitie van “programma” gehaald. Men kan bijgevolg argumenteren dat de aanwezigheid van redactioneel ingrijpen niet langer relevant is om te spreken van een audiovisuele mediadienst/omroepdienst. Meer nog, dit wél vereisen zorgt ervoor dat er minder aanbieders als televisiedienst worden gezien wat niet in lijn is met de minimumharmonisatiegedachte van de richtlijn. Gebruikers van videoplatformen zouden de vereiste van redactioneel ingrijpen kunnen misbruiken om de toepassing van het Mediadecreet te

---

<sup>59</sup> G. Arango-Forero, S. Roncallo-Dow en E. Uribe-Jongbloed, “Rethinking Convergence: A New Word to Describe an Old Idea” in A. Lugmayr en C. Dal Zotto, *Media Convergence Handbook - Vol. 1, Media Business and Innovation*, Berlin Heidelberg, Springer, 2016, 17-28.

<sup>60</sup> Art. 1(1)(b) AVMD-Richtlijn 2010: “Een reeks bewegende beelden... waarvan de vorm en de inhoud vergelijkbaar zijn met die van televisie-uitzendingen”; R.o. 24 AVMD-Richtlijn 2010: “...dit wil zeggen dat zij wedijveren om hetzelfde publiek als televisie-uitzendingen, en dat vanwege de **aard van**, en wijze van toegang tot, de dienst de gebruiker redelijkerwijs kan veronderstellen aanspraak te kunnen maken op regulerende bescherming binnen het bestek van deze richtlijn...”.

omzeilen. Let wel: het argument dat redactioneel ingrijpen exclusief te linken is aan de notie “TV-like”, niet eenvoudig hard te maken. Er kan immers ook sprake zijn van redactioneel ingrijpen in het geval van korte video’s die niet TV-like zijn, zoals vlogs.

➡ Deze benadering wordt niet aangeraden: ze komt over als verouderd en makkelijk te omzeilen.

## Optie 2: Audio + video = altijd televisiedienst

Een tweede mogelijkheid is om een radiodienst steeds als televisiedienst in de zin van artikel 2, 43° van het Mediadecreet te beschouwen wanneer er een audiovisueel aspect aan de dienst te pas komt.

*Merk op: het uitzenden van auditieve programma’s binnen een televisiedienst wordt door de VRM in principe als onderdeel van die televisiedienst gekwalificeerd. Meer concreet oordeelde de VRM in 2015 dat het uitzenden door de VRT, weliswaar op haar televisieomroepprogramma CANVAS, van een beeldkrant met hoofdpunten uit de actualiteit terwijl als auditieve ondersteuning het omroepprogramma van Radio 1 speelde, als een televisiedienst, en niet een radiodienst, moest worden beschouwd.<sup>61</sup> Het gegeven dat het geluid in dit geval de beelden niet ondersteunde (of omgekeerd) verhinderde niet dat er toch sprake was van een televisiedienst (of audiovisuele omroepdienst). Het televisieomroepprogramma CANVAS is immers het geheel van programma’s en alle additionele meegestuurde informatie dat door VRT op basis van een programmaschema onder de titel CANVAS wordt aangeboden.*

*Deze benadering werd bevestigd in een VRM-beslissing uit 2019 waarin visueel doorlopende programma-aankondigingen voor CANVAS met auditief Radio 1 op de achtergrond centraal stonden. Via Radio 1 werden er sponsorvermeldingen uitgezonden die rechtstreeks aanzetten tot consumptie. De VRM besloot dat deze uitzendingen, met name gelet op de aanwezigheid van zowel visuele als auditieve elementen, in hun geheel als een audiovisuele omroepdienst of televisiedienst te beschouwen zijn.<sup>62</sup>*

Bezorgdheden:

(1) Onder deze redenering zou de aanbieder van een radiodienst met al dan niet bijhorend beeldmateriaal de strengere regels voor televisiediensten moeten naleven, met in begrip van bv. de kwantitatieve reclameregels uit artikel 81, §2 Mediadecreet. De vraag is of dit wenselijk is, in het bijzonder wanneer de beelden en de audio geen verband houden met elkaar.

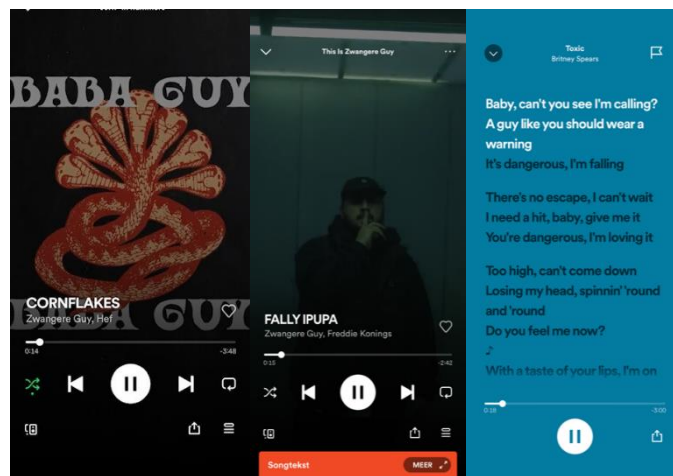
---

<sup>61</sup> VRM, 2015-055 (CANVAS), 3 november 2015, <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/2015/vrm-legt-de-vrt-boete-op-voor-het-uitzenden-van-reclame-op-canvas>.

<sup>62</sup> VRM, 2019/009 (Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie), 11 maart 2019, <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/file/10131/download?token=xhQn8yRr>; Voorbeelden van andere beslissingen omtrent mengvormen van videodiensten en audiodiensten, waarin de VRM eveneens besloot tot een “televisiedienst/audiovisuele omroepdienst” zijn: VRM, 2013/027 (Vlaamse Media Maatschappij), 18 november 2013, <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/file/2271/download?token=E87pNf1q>. (Q-music studiobeelden op 2BE waarbij pancartes getoond werden); VRM, 2017/017 (SBS Belgium), 13 maart 2017, <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/file/6866/download?token=BdD6LnBQ>. (Beeldvullende pancartes uitgezonden door SBS met promotionele boodschappen voor de radio-omroepprogramma’s van radio Nostalgie)

(2) Tegen deze benadering kan worden ingebracht dat het audiovisueel onderdeel van de dienst moet voldoen aan de definitie uit artikel 2, 43° jo. Artikel 2, 26° van het mediadecreet om te kwalificeren als “televisiedienst”. Meer concreet impliceert dit dat het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan moet bestaan uit audiovisuele programma’s.

Onder deze benadering zullen bijvoorbeeld ook de fragmenten van videoclips op Spotify (mocht deze onder Vlaamse jurisdictie vallen, wat momenteel niet het geval is<sup>63</sup>) als televisiedienst kwalificeren. De vraag is of dit wel wenselijk is (en conform het decreet), gelet op de verwaarloosbare rol van deze fragmentjes in het licht van de gehele dienst: het aanbieden van video-inhoud is op dit moment<sup>64</sup> een extraatje binnen de Spotify-applicatie en niet het hoofddoel van de dienst, noch een losstaand gedeelte van de dienst (m.a.w. er bestaat: geen afzonderlijke sectie waar de videoclips gebundeld worden) zoals vereist door de definitie van “omroepdienst”.<sup>65</sup>



Bewegende platenhoes

Kort fragment uit videoclip dat voortdurend herhaald wordt

Songtekst

➡ Deze benadering wordt evenmin aangeraden.

### Optie 3: Onderscheidend criterium “hoofddoel van de dienst”

Hier wordt de nadruk gelegd op de vraag of het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit het aanbieden van audiovisuele programma’s ter informatie, vermaak of educatie.<sup>66</sup> In dat geval gaat het om een televisiedienst. De vereiste inzake het hoofddoel moet eveneens worden geacht te zijn nageleefd indien de dienst een audiovisuele **inhoud en vorm heeft die kan worden afgescheiden** van de hoofdactiviteit van de aanbieder van de

<sup>63</sup> Spotify ressorteert onder Zweedse bevoegdheid.

<sup>64</sup> In de nabije toekomst kan dit echter veranderen. Spotify heeft reeds aangegeven dat het meer wil inzetten op video en experimenteert in bepaalde landen al met videopodcasts, zie bv. <https://techcrunch.com/2022/07/12/spotify-is-expanding-video-podcast-publishing-to-creators-in-six-more-countries/>.

<sup>65</sup> Art. 2, 26° mediadecreet.

<sup>66</sup> Art. 2, 43° jo. 2, 26° mediadecreet; Art. 1(1)(a) AVMD-Richtlijn.

diensten/omroeporganisatie. Dit is niet het geval indien er een verband bestaat tussen het audiovisuele aanbod en de hoofdactiviteit, zoals het aanbieden van nieuws in schriftelijke vorm.<sup>67</sup>

Uit het *New Media Online*-arrest van het Hof van Justitie van de EU weten we dat, om te bepalen of een zekere dienst een audiovisuele mediadienst (“televisiedienst” in het mediadecreet) uitmaakt, moet worden onderzocht of de betreffende dienst als zodanig een **autonome inhoud en functie** heeft ten opzichte van de hoofdactiviteit, en **niet enkel een onlosmakelijke aanvulling** vormt hierop.<sup>68</sup> In het geval van een onlinekrant met videomateriaal zal dit het geval zijn wanneer (de meerderheid van) de video’s onafhankelijk van de elektronische krantenartikelen kan worden opgeroepen en geraadpleegd.<sup>69</sup> Daardoor konden de video’s niet langer worden beschouwd als een onlosmakelijke aanvulling op de nieuwsartikelen, maar verkreeg de terbeschikkingstelling ervan een autonome inhoud en functie ten opzichte van de journalistieke activiteit van de websitebeheerder.<sup>70</sup>

*Evenwel zou dergelijke interpretatie, waarbij de criteria uit New Media Online naar analogie worden toegepast op mengvormen audio-video, op gespannen voet kunnen staan met de definitie van “audiovisuele mediadienst” in de AVMD-richtlijn (Art.1(1)(a)). Deze verwijst immers naar het leveren van “programma’s”, zijnde een reeks van bewegende beelden, al dan niet met geluid (art.1, lid 1, b). Met andere woorden, de AVMD-richtlijn lijkt ervan uit te gaan dat het aanbieden van bewegende beelden met geluid inherent een audiovisuele mediadienst uitmaakt (en niet louter een audio- of radiodienst). Bijgevolg is het niet duidelijk of r.o. 3 van AVMD-Richtlijn 2018 – die werd geïntroduceerd in navolging van New Media Online ook radiodiensten in gedachten had.*

## Toepassing in de praktijk:

### 5.2.1. Studiobeelden van een radio-uitzending

Bij het uitzenden van radioprogramma's vergezeld van studiobeelden is er onmiskenbaar een verband tussen de beelden en het geluid. Indien dit zou betekenen dat het audiovisuele programma niet als een afscheidbaar deel van de hoofdactiviteit gezien kan worden, betekent het toepassen van de New Media Online uitspraak dat het hier niet gaat om een audiovisuele omroepdienst (i.e. televisiedienst) waardoor louter de regels met betrekking tot radiodiensten van toepassing zijn. Dit is o.i. niet wenselijk. De criteria “autonome inhoud en functie”, “niet enkel een onlosmakelijke invulling” en “verband” (zie *supra*) dienen op nationaal niveau ingevuld te worden. Idealiter gebeurt dit op een niet te strenge wijze die erkent dat livebeelden uit een radiostudio juridisch een afzonderlijk, opzichzelfstaand deel van de dienst vormen waardoor dit gekwalificeerd kan worden als een televisiedienst.

### 5.2.2. Videopodcasts

Een andere populaire vermenging van radio en televisie zien we in de vorm van het aanbieden van zowel *audio only* podcasts op een muziekstreamingsapplicatie (bv. Spotify), als het aanbieden

---

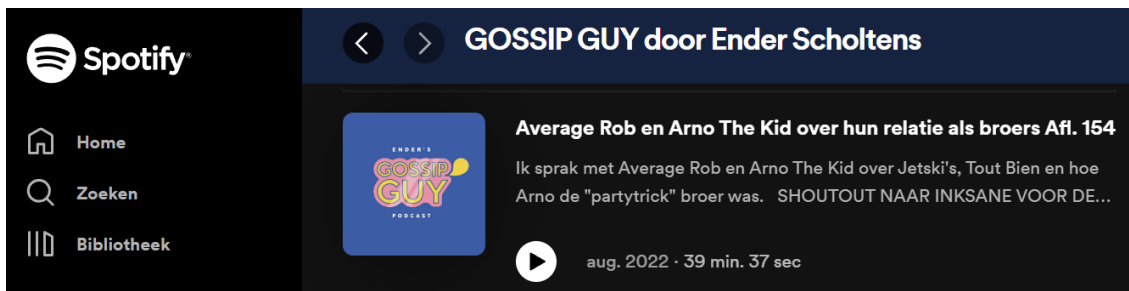
<sup>67</sup> R.o. 3 AVMD-Richtlijn; MvT mediadecreet, 25.

<sup>68</sup> CJEU 21 oktober 2015, C-347/14, ECLI:EU:C:2015:709, §34.

<sup>69</sup> Ibid., §36.

<sup>70</sup> Ibid., §37.

van diezelfde podcast vergezeld van beelden op een videoplatform (bv. YouTube). Een voorbeeld van zulke dienst op aanvraag is Gossip Guy podcast.<sup>71</sup>



Spotify: enkel audio dus voor deze dienst gaat het om een radiodienst



YouTube: audio + beelden dus voor deze dienst gaat het om een televisiedienst

Een strikte toepassing van het New Media Online arrest zou er echter voor kunnen zorgen dat, omwille van het verband tussen de video en de podcast, de YouTube-video de hoofddienst (podcast) volgt, en niet als een afzonderlijke televisiedienst wordt beschouwd. In dit geval dient er te worden gearchtueerd dat bij het uitzenden van een videopodcasts op een videoplatform zoals YouTube, de beelden – naar analogie met studiobeelden – een meerwaarde vormen ten aanzien van de *audio only* podcast en niet louter ondersteunend zijn hieraan; met andere woorden, het gaat ook hier om twee losstaande en evenwaardige – maar gerelateerde – diensten. Het hoofddoel van de ene dienst bestaat uit het aanbieden van louter audiosignalen, terwijl het hoofddoel van de andere dienst bestaat uit het leveren van beelden.

### 5.2.3. Beeldkranten met radio-uitzending op de achtergrond

Bij beeldkranten (of vergelijkbare beelden) waarbij een radiozender speelt op de achtergrond is er geen link tussen de audio en de video. Het audiosignaal dient hierbij als radiodienst behandeld te worden, terwijl de beeldkrant mogelijk een televisiedienst uitmaakt (als deze onderdeel uitmaakt van een televisieomroepprogramma met bewegende beelden).

Bezorgdheid: Een strikte toepassing van de redenering uit New Media Online zorgt voor ongewenste resultaten. Het kan namelijk niet de bedoeling zijn om live studiobeelden op televisie of online en videopodcasts niet te zien als televisiedienst. Indien er echter geen gebruik gemaakt zou worden van het criterium “het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit audiovisuele programma’s” – zoals geïnterpreteerd door het HvJ – en er automatisch

<sup>71</sup> <https://www.youtube.com/@GossipGuyPodcast>.



vanuit wordt gegaan dat dat het aanbieden van bewegende beelden met geluid inherent een audiovisuele mediadienst uitmaakt, en niet louter een audio- of radiodienst, (zie disclaimer *supra*) zou dit betekenen dat ook de Spotifyclipjes en bewegende liedjesteksten hogervermeld ook als een televisiedienst gekwalificeerd dienen te worden. Dit kan vermeden worden door te stellen dat het aanbieden van dit soort korte clipjes ondergeschikt is aan het hoofddoel van het Spotify-platform.

➡ De oplossing ligt in het vinden van een argument om te stellen dat het in geval van studiobeelden en podcasts met beeld om meer gaat dan een loutere aanvulling op de audiodienst, dat er een meerwaarde aanwezig is. De criteria “autonome inhoud en functie”, “niet enkel een onlosmakelijke invulling” en “verband” dienen op (sub-)nationaal niveau ingevuld te worden. Ter waarborging van rechtszekerheid is het van belang om duidelijke handvaten te bieden teneinde te bepalen wanneer we spreken van een televisiedienst. Is het feit dat er visuele reclame wordt getoond of het feit dat de gasten in de studio zichtbaar zijn voldoende om als afzonderlijke activiteit te worden gezien? Je ziet nl. iets extra dan je kan horen, de beelden zijn een meerwaarde en niet louter een ondersteuning.

### 5.3. Landenstudie

Tijdens de landenstudie die deel uitmaakte van dit project, viel op dat enkel Nederland hybride vormen van radio en televisie uitdrukkelijk erkent. In Nederland is er het Mediabesluit 2008 – een Algemene Maatregel van Bestuur (AmvB) – waar “visual radio” gedefinieerd wordt als “*televisieprogramma dat bestaat uit een radioprogramma dat is voorzien van beelden.*”<sup>72</sup> Dit betekent dus dat aanbieders van “visual radio” onder de regels voor televisieprogramma’s vallen in de Mediawet (met uitzondering van de bepalingen betreffende ondertiteling). Opvallend is dat “visual radio” louter slaat op lineaire televisieprogramma’s, niet op online live streams.<sup>73</sup> De praktische relevantie van dit begrip is tot dusver zeer beperkt gebleken. In de praktijk hanteert het CvdM de volgende een gelijkaardige aanpak als het VRM: zodra er beelden aan te pas komen, is het een mediadienst op aanvraag.<sup>74</sup> Daarenboven vallen podcasts door commerciële spelers zelfs niet onder de bevoegdheid van het Commissariaat voor de Media (CvdM). Podcasts mét beeld (op YouTube bijvoorbeeld) worden dan weer wel als commerciële mediadiensten op aanvraag gezien door het CvdM.

➡ De Nederlandse aanpak van hybride diensten is gecompliceerd en niet toekomstbestendig. Het introduceren van een gelijkaardig beperkt begrip zal voor Vlaanderen geen soelaas bieden, gelet op het feit dat de onduidelijkheden zich op grotere schaal bevinden.

### 5.4. Conclusie

Optie 3 gebaseerd op het onderscheidend criterium “hoofddoel van de dienst” wordt aanbevolen.

---

<sup>72</sup> Art. 1 Mediabesluit 2008, raadpleegbaar via <https://wetten.overheid.nl/BWBR0025036/2022-01-01>.

<sup>73</sup> Onduidelijkheid blijft in het geval van een live stream, waardoor ze het nu buiten beschouwing laten omdat ze niet weten wat ze ermee moeten.

<sup>74</sup> Informeel gesprek met het Commissariaat voor de Media (CvdM) op 1 december 2022.

- ❖ Belangrijke handvaten om te bepalen of het gaat om een radio- dan wel een televisiedienst zijn:
  - Inhoud en vorm afscheidbaar van de hoofdactiviteit;
  - Autonome inhoud en functie
  - Niet enkel een onlosmakelijke aanvulling.
  
- ❖ Een begrip zoals “visuele audiodienst” kan gedefinieerd worden in het mediadecreet: *“een videodienst die bestaat uit een audioprogramma dat is voorzien van beelden. Visuele audiodiensten kunnen zowel lineaire als niet-lineaire diensten zijn.”* Hieraan kunnen de criteria uit het New Media Online arrest (zie vorig punt) aan toegevoegd worden.
  
- ❖ De concrete invulling van de genoemde handvaten dient verduidelijkt te worden met het oog op rechtszekerheid. Dit kan door de VRM gebeuren.
  
- ❖ Wanneer het effectief gaat om een “visuele audiodienst”, zal er bepaald moeten worden of er een afzonderlijke kennisgeving gedaan dient te worden bij de VRM als aanbieder van televisiediensten.

## Deel 6 - Passende aandacht voor televisiediensten van algemeen belang

### 6.1. Probleem

Voortdurende technologische vooruitgang en convergentie van media hebben de weg geëffend voor nieuwe audiovisuele mediadiensten, aanbieders en gebruikerservaringen.<sup>75</sup> Tegenwoordig kan iedereen op elk moment audiovisuele inhoud delen, waardoor gebruikers overspoeld worden met een enorme hoeveelheid informatie die op elk moment beschikbaar is op verzoek van de gebruikers.<sup>76</sup> Deze evolutie heeft het kijkgedrag en de verwachtingen van mediagebruikers significant beïnvloed, alsook de manieren waarop audiovisuele inhoud wordt verspreid en toegankelijk wordt gemaakt. Het medialandschap van vandaag wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van poortwachters (o.a. invloedrijke onlineplatforms en tv-distributiebedrijven) die fungeren als doorgeefluik tussen de aanbieders van media-inhoud en het publiek. Deze spelers beschikken niet over redactionele verantwoordelijkheid, maar beïnvloeden mogelijk wel de publieke opinie door te bepalen welke inhoud zichtbaar en toegankelijk is voor de kijker. Platformexploitanten zullen – overeenkomstig de marktlogica – inhoud promoten die voor hen financieel interessant is, wat leidt tot het risico dat inhoud van algemeen belang naar de achtergrond wordt verdrongen.<sup>77</sup> Dit vormt een uitdaging voor een democratische samenleving en heeft bij de herziening van 2018 gezorgd voor de introductie van artikel 7 bis in de AVMD-Richtlijn.

Met artikel 7 bis en r.o. 25 van de AVMD-Richtlijn werd in 2018 de mogelijkheid ingevoerd voor de Lidstaten om regels uit te vaardigen ter waarborging van passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang.

**Artikel 7 bis:** De lidstaten kunnen maatregelen nemen om passende aandacht voor **audiovisuele mediadiensten van algemeen belang** te waarborgen.

**(25)** Richtlijn 2010/13/EU doet geen afbreuk aan het vermogen van de lidstaten om verplichtingen op te leggen ter waarborging van passende zichtbaarheid van **inhoud van algemeen belang** op grond van gedefinieerde doelstellingen betreffende het algemeen belang, zoals pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit. Die verplichtingen dienen uitsluitend te worden opgelegd voor zover deze noodzakelijk zijn om te voldoen aan door de lidstaten overeenkomstig het Unierecht duidelijk gedefinieerde doelstellingen van algemeen belang. Wanneer lidstaten besluiten om voorschriften inzake passende zichtbaarheid op te leggen, dienen zij uitsluitend evenredige verplichtingen aan ondernemingen op te leggen die het belang van gerechtvaardigde overwegingen van openbaar beleid dienen.

Artikel 7 bis heeft een facultatief karakter waardoor Lidstaten over de vrije keuze beschikken om deze bepaling al dan niet in hun nationale rechtsorde om te zetten. Daarnaast valt op dat de formuleringwijze van de bepaling aan de Lidstaten veel ruimte laat voor het nemen van

<sup>75</sup> M. DE COCK BUNING, "Towards a Future-Proof Framework for the Protection of Minors in European Audiovisual Media", *Utrecht Law Review* 2014, (9) 18.

<sup>76</sup> ERGA, Deliverable 1: Overview document in relation to Article 7a of the Audiovisual Media Services Directive, SG 3: Ensuring Prominence and Access of Audiovisual Media Content to all Platforms (Findability), 2020, 4, [https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA\\_SG3\\_2020\\_Report\\_Art.7a\\_final.pdf](https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA_SG3_2020_Report_Art.7a_final.pdf).

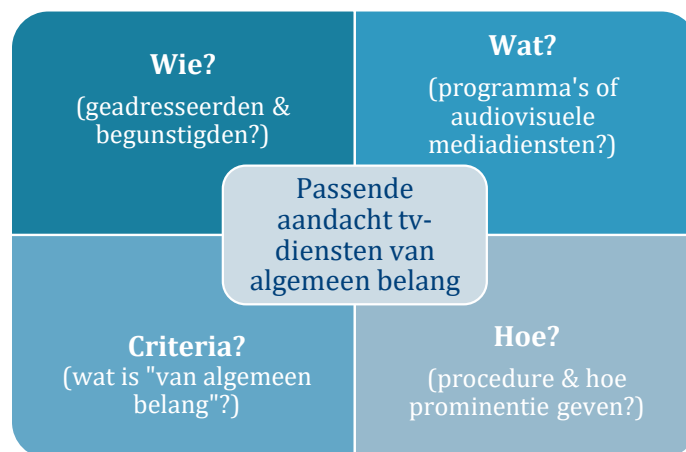
<sup>77</sup> <https://www.ebu.ch/news/2020/06/avmsd-ebu-calls-on-member-states-to-ensure-prominence-of-general-interest-content>.

maatregelen die ervoor zorgen dat audiovisuele mediadiensten van algemeen belang voldoende aandacht krijgen, zolang mediapluralisme, culturele diversiteit en vrijheid van meningsuiting de achterliggende doelstellingen van het regelgevend optreden uitmaken. Tenslotte moeten de rechten en belangen van de betrokkenen tegen elkaar worden afgewogen en dienen de genomen maatregelen evenredig te zijn.

In Vlaanderen werd er reeds gekozen om artikel 7 bis om te zetten:

**Art. 155/1:** *Met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit kan de Vlaamse Regering criteria vastleggen en maatregelen opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er passende aandacht wordt voorzien, en zichtbaarheid en vindbaarheid wordt gegarandeerd voor televisiediensten van algemeen belang.*

Deze bepaling is echter open geformuleerd, waardoor er nog heel wat vragen bestaan met betrekking tot de implementatie: wie moet de bepaling naleven? Waar moet passende aandacht aan worden gegeven? Hoe moet passende aandacht verzekerd worden? Welke criteria bepalen wat van “algemeen belang” is?



Dit onderdeel van het rapport zet de verschillende mogelijkheden en aandachtspunten uiteen voor de Vlaamse regelgever in het licht van artikel 155/1 Mediadecreet, rekening houdend met wat bepaald is in de AVMD-Richtlijn.

## 6.2. Analyse & opties

Wat is er mogelijk? Uit onderzoek bleek dat over de volgende aspecten een beslissing genomen dient te worden bij het introduceren van een regeling aangaande passende aandacht voor televisiediensten (of zoals door ons voorgesteld: videodiensten) van algemeen belang.

Wie?	Wat?	Hoe?
<u>Begunstigden:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enkel publieke omroep?</li> </ul>	<u>Voorwerp:</u> <p>Passende aandacht voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bepaalde programma's (= afzonderlijke inhoud)?</li> </ul>	<u>Procedure:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publieke omroep automatisch status van algemeen belang?</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publieke omroep én bepaalde commerciële aanbieders?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gehele audiovisuele mediadiensten (bv. publieke omroep, commerciële zenders, Netflix/Disney+ /..., kanalen op VSPs)</li> </ul> <p>De vraag hier is: Gaat het om prominentie <b>van</b> de dienst of van programma's <b>binnen</b> de dienst? Of beide?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aanvraagprocedure bij VRM voor commerciële spelers?</li> <li>▪ Toekenning status beperkt in tijd?</li> </ul>
<p><u>Geadresseerden:</u> Dit wordt al bepaald in de MvT bij het decreet: "<i>Partijen die de user interface, controleren en impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van content.</i>"<sup>78</sup></p> <p>Wie zijn dit?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aanbieders van diensten op aanvraag?</li> <li>▪ Dienstenverdelers?</li> <li>▪ Aanbieders van videoplatforms?</li> <li>▪ Smart devices?</li> <li>▪ Zoekmachines?</li> <li>▪ Sociale mediaplatformen?</li> <li>▪ Game consoles?</li> </ul> <p>...</p>	<p><u>Criteria "algemeen belang":</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bv. tijd gewijd aan verslaggeving van politieke en hedendaagse gebeurtenissen, lokale inhoud, eigen producties, # opgeleide medewerkers,...<sup>79</sup></li> <li>▪ Verschillende criteria voor de beoordeling op niveau van diensten en op niveau van programma's?</li> </ul>	<p><u>"Passende aandacht"?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eenvoudige vindbaarheid, prominente presentatie op de startpagina of in de user interface, aanbevelingen,...</li> <li>▪ Vastleggen in de wet?</li> <li>▪ Overlaten aan de sector zelf?</li> </ul>

➡ **WIE (BEGUNSTIGDEN)** – Er wordt aangeraden om deze voorkeursbehandeling niet principieel te beperken tot diensten of inhoud van de publieke omroep. Gelet op het doel van de betreffende regels – i.e. het waarborgen van mediapluralisme, culturele diversiteit en vrijheid van meningsuiting – moeten ook commerciële aanbieders van audiovisuele mediadiensten of programma's die aan bepaalde sociale, democratische en culturele behoeften voldoen, passende aandacht kunnen genieten. Dit is in lijn met de bevindingen van het merendeel van de ERGA-leden.<sup>80</sup>

**WIE (GEADRESSEERDEN)** – Partijen die de gebruikers-*interface* controleren zijn degenen die de bepalingen zullen moeten naleven. In de memorie van toelichting bij het mediadecreet wordt gesteld dat – gelet op de snelle ontwikkelingen in het media-ecosysteem – geen oplijsting werd toegevoegd van de actoren aan wie verplichtingen kunnen worden

<sup>78</sup> MvT bij het mediadecreet, 21, raadpleegbaar via: <https://docs.vlaamsparlament.be/pfile?id=1659775>.

<sup>79</sup> Voor inspiratie, zie: ERGA, Deliverable: Overview document on the exchange of best practices regarding Art. 7a and 7b AVMSD, SG 1: Consistent implementation and enforcement of the new AVMSD framework, 2021, 6-8, <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Articles-7a-and-7b.pdf>.

<sup>80</sup> Ibid., 7.

opgelegd. Dit is begrijpelijk, maar de huidige formuleringswijze is erg ruim. Over wie gaat het hier? Ondernemingen die de gebruikers-*interface* controleren kunnen de dienstenverdelers zijn, maar eventueel ook videoplatformaanbieders. Daarnaast heeft onderzoek aangetoond dat leveranciers van hardware (o.a. smart devices), aanbieders van sociale media en zoekmachines eveneens een impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van inhoud.<sup>81</sup> Vandaag is dit vooral het resultaat van commerciële onderhandelingen of overwegingen (bv. de Netflix-knop op afstandsbediening; sponsoring, promotie en marketingovereenkomsten tussen inhoudsaanbieders/applicaties, websiteontwikkelaars en zoekmachines), waarbij openbare en commerciële omroepen die op nationaal of regionaal niveau opereren over het algemeen minder gewicht in de schaal kunnen leggen tegenover internationaal actieve videoplatformaanbieders of hardware producenten. Verder is er ook de opkomst van slimme assistenten. Welke inhoud wordt er geleverd wanneer een gebruiker zegt: "Alexa, speel het nieuws af"? Tenslotte kan er ook gedacht worden aan spelconsoles, VR-diensten en andere nieuwe diensten die toegang kunnen verlenen tot (audiovisuele) mediadiensten.<sup>82</sup>

Het is nodig om aan te geven welke van de bestaande actoren onder de regeling omtrent passende aandacht vallen. Het moet hier gaan om een niet-exhaustieve opsomming want het is onmogelijk om alle toekomstige wijzen van mediadistributie te voorspellen. Het voorzien van een definitie voor "gebruikers-*interface*" zorgt ook voor meer rechtszekerheid (crf. Duitsland).



Bezorgdheid: Artikel 155/1 bevindt zich onder "TITEL IV: TELEVISIEDIENSTEN" van het Mediadecreet. Dit deel van het decreet bevat louter bepalingen die verplichtingen opleggen aan aanbieders van televisiediensten. Daarenboven bevindt de bepaling zich tussen twee artikels die louter van toepassing zijn op lineaire televisieomroeporganisaties. Dit kan niet de bedoeling zijn. De ruime bewoording van het artikel (i.e. "*ondernemingen*"), alsook de memorie van toelichting bij het decreet (nl. "*gelet op de snelle ontwikkelingen in het media-ecosysteem werd echter geen ophijsting toegevoegd van de actoren aan wie verplichtingen kunnen worden opgelegd. Het gaat om partijen die de user interface controleren en impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van content.*") insinueren een bredere toepassing. Artikel 155/1 dient verplaatst te worden naar een sectie die correct reflecteert welke aanbieders onderhavig zijn aan de verplichtingen.

➔ WAT – Artikel 7 bis AVMD-Richtlijn verwijst naar passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang, terwijl r.o. 25 verwijst naar inhoud van algemeen belang. Uit onderzoek blijkt dat de gangbare opvatting is om te focussen op het niveau van de dienst. Er gaan desondanks ook stemmen op om de regels te oriënteren op programmaniveau. Zo stelt EBU bijvoorbeeld het volgende:

<sup>81</sup> EC, Study on media plurality and diversity online, 2022, 45-86.

<sup>82</sup> E. Mazzoli en D. Tambini, Prioritisation uncovered. The discoverability of public interest content online, Council of Europe study DGI (2020)19, 39.

*“General interest content should be understood to include PSM’s linear as well as non-linear audiovisual media services. While the trend is towards more aggregated content sections, the beneficiaries of prominence regulation should extend to individual programmes and disaggregated content items.”<sup>83</sup>*

Gelet op de doelstelling van artikel 7 bis AVMD-Richtlijn en artikel 155/1 Mediadecreet (i.e. mediapluralisme, culturele diversiteit en vrijheid van meningsuiting), houdt het steek om niet enkel passende aandacht toe te kennen op niveau van de gehele dienst, maar ook op niveau van afzonderlijke inhoud. Dit is het meest efficiënt aangezien niet alle inhoud van één bepaalde dienst van algemeen belang zal zijn. Nog een argument in het voordeel van het introduceren van regels op inhoudsniveau is het feit dat VOD-diensten en door gebruikers gegenereerde inhoud op videoplatforms steeds meer dienst doen als een volwaardige alternatieve bron voor amusement en informatie. Gelet op de enorme hoeveelheid inhoud die online te vinden is, lijkt het hier net nog meer noodzakelijk om kijkers naar kwaliteitsvolle inhoud te navigeren.

Bezorgdheid: Indien het label “van algemeen belang” wordt toegekend op het niveau van de gehele dienst en commerciële aanbieders niet worden uitgesloten, zouden – afhankelijk van de criteria – veel aanbieders in aanmerking kunnen komen als aanbieders van inhoud van algemeen belang. In de praktijk zorgt dit voor moeilijkheden omdat er maar een beperkt aantal diensten/programma’s effectief passende aandacht kunnen krijgen.

- ➔ CRITERIA – Een oplossing voor het voorgaande kan zijn om de criteria aan de hand waarvan televisiediensten (of zoals door ons voorgesteld: videodiensten) en inhoud van algemeen belang geïdentificeerd worden niet te laagdrempelig te maken.
  
- ➔ HOE? – Vanuit technisch oogpunt zijn er verscheidene mogelijkheden om passende aandacht voor inhoud van algemeen belang te verzekeren. Gelet op de voortdurende technologische ontwikkeling van de audiovisuele mediamarkt dienen de betreffende maatregelen zo technologie- en platformneutraal mogelijk te zijn. In de schoot van ERGA werden een aantal categorieën van maatregelen naar voren geschoven: het onmiddellijk zichtbaar maken van bepaalde inhoud op user interfaces/websites, het aanbevelen en uitlichten van bepaalde inhoud en eenvoudige navigatietools.<sup>84</sup> In lijn met het voorgaande wordt er geadviseerd om geen specifieke maatregelen vast te leggen in de wet, maar hiervoor te terug te vallen op een samenwerking tussen mediaregulatoren en de sector.

---

<sup>83</sup> <https://www.ebu.ch/news/2020/06/avmsd-ebu-calls-on-member-states-to-ensure-prominence-of-general-interest-content>.

<sup>84</sup> ERGA, Deliverable: Overview document on the exchange of best practices regarding Art. 7a and 7b AVMSD, SG 1: Consistent implementation and enforcement of the new AVMSD framework, 2021, 8-9, <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Articles-7a-and-7b.pdf>.

### 6.3. Landenstudie

	Duitsland	VK	Ierland	Frankrijk
<b>Instrument</b>	Medienstaatsverdrag (§84)	Ofcom Recommendations to Government for a new framework to keep PSB TV prominent in an online world	Online Safety and Media Regulation Act 2022 (Art. 128C en 128D)	Loi Léotard (Art. 20-7) & Décret n° 2022-1541 du 7 décembre 2022 pris pour l'application de l'article 20-7 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant le seuil de déclenchement et le délai d'application des obligations de visibilité appropriée des services d'intérêt général
<b>Wie (begunstigden)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Openbare omroep</li> <li>▪ Commerciële aanbieders mits bepaalde criteria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Openbare omroep</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Public service programmes, or categories of them;</i></li> <li>▪ <i>Public service audiovisual broadcasting services, or the schedules of such services;</i></li> <li>▪ <i>Public service audiovisual on-demand media services, or the catalogues of such services.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Openbare omroep</li> <li>▪ Commerciële spelers (die van algemeen belang worden geacht)</li> </ul>
<b>Wie (geadresseerden)</b>	<p><u>User interfaces</u> van mediaplatforms (bv. smart tv's, smart audio devices, set-top boxes)</p> <p>= biedt een tekstueel, picturaal of akoestisch overzicht van aanbiedingen of</p>	EPGs + connected devices (smart tvs, setup box, streaming stick)	Aanbieders van <u>interactieve gidsen</u> = een interface, overgebracht d.m.v. een elektronisch communicatienetwerk, waarmee een persoon een dienst of programma kan	Aanbieders die de presentatie van diensten op <u>user interfaces</u> bepalen.  = elk toestel dat gebruikers een keuze biedt uit verschillende audiovisuele



	<p>inhoud van individuele of meerdere mediaplatforms, die dienen ter oriëntatie en vergemakkelijkt rechtstreeks de selectie van aanbiedingen, inhoud of op software gebaseerde toepassingen, die hoofdzakelijk dienen voor de directe controle van de omroep, omroepachtige telemedia (= op aanvraag) of telemedia overeenkomstig artikel 19, lid 1.</p> <p>Gebruikersinterface s zijn in het bijzonder:</p> <p>a) aanbod- of programmaoverzichten van een mediaplatform,</p> <p>b) aanbod- of programmaoverzichten die niet gelijktijdig deel uitmaken van een mediaplatform,</p> <p>c) visuele of akoestische presentaties, met inbegrip van die van op apparatuur gebaseerde mediaplatforms, voor zover zij de functie overeenkomstig zin 1 vervullen.</p> <p>⇒ <b>Niet</b> aanbieders van VSPs,</p>		<p>selecteren om te bekijken op een platform, passend netwerk of satelliettelevisiedienst;</p>	<p>diensten of programma's van deze diensten die:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ geïnstalleerd zijn op een televisietoestel of op apparatuur die bestemd is om op het televisietoestel aan te sluiten;</li> <li>▪ geïnstalleerd zijn op een aangesloten luidspreker</li> <li>▪ beschikbaar zijn gesteld door een dienstenverderer</li> <li>▪ beschikbaar zijn gesteld in een app store.'</li> </ul> <p>Vastgestelde drempels: voor de eerste twee categorieën zijn het 150.000 toestellen die beschikbaar zijn gesteld via een abonnement of verhuurd tijdens het laatste kalenderjaar op Frans grondgebied. Voor de andere categorieën is de drempel drie miljoen unieke bezoekers per maand voor iedere user interface-gebruiker.</p>
--	---	--	--	---

	sociale mediaplatforms en zoekmachines.			
<b>Wat</b>	Diensten	Diensten & inhoud	Diensten & inhoud	Diensten
<b>Criteria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tijd verslaggeving politieke en hedendaagse gebeurtenissen;</li> <li>▪ Tijd verslaggeving regionale en lokale informatie;</li> <li>▪ Verhouding eigen producties en programma's door 3den geproduceerd;</li> <li>▪ Quotum toegankelijke aanbiedingen;</li> <li>▪ Verhouding opgeleide medewerkers en die nog opgeleid moeten worden, betrokken bij het produceren van programma's;</li> <li>▪ Quota Europese producties;</li> <li>▪ Quota aanbod van jonge doelgroepen.</li> </ul>		<p>Programma's:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ M.b.t. de Ierse cultuur, geschiedenis, erfgoed, samenleving, sport, taal of andere zaken die van belang zijn voor de bevolking van het eiland Ierland,</li> <li>▪ Die onpartijdige en onafhankelijke journalistiek bevatten,</li> <li>▪ Die betrekking hebben op een gebeurtenis of onderwerp van groot belang voor de bevolking van het eiland Ierland en voor mensen van Ierse afkomst die in het buitenland wonen,</li> <li>▪ Die betrekking hebben op milieu duurzaamheid en klimaatverandering,</li> <li>▪ Die betrekking hebben op mensenrechten, met inbegrip van gelijkheid,</li> </ul>	N/A

			diversiteit en inclusie, of <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die betrekking hebben op wetenschap of onderwijs.</li> </ul>	
<b>Hoe</b>	Mediaplatformen bepalen dit voor hun dienst.	Ofcom aanbevelingen in 2019 & 2021: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhoud van de openbare omroep moet gemakkelijk vindbaar zijn op de startpagina van de Connected TV</li> <li>▪ Diensten op aanvraag moeten enkel prominentie krijgen indien de dienst duidelijk een openbare omroep aanbiedt</li> <li>▪ Inhoud van de openbare omroep moet ook prominentie krijgen binnen de aanbeveling en en zoekresultaten van TV-platformen</li> <li>▪ Platformen moeten gepaste prominentie geven aan inhoud van</li> </ul>	De Commissie kan regels m.b.t. passende aandacht opstellen. Hierbij dient er rekening gehouden te worden met: <p>(a) de noodzaak om de toegang van een zo breed mogelijk publiek tot de betreffende programma's en diensten te garanderen;</p> <p>(b) de aard van de aanbieders van interactieve gidsen, met inbegrip van de technische capaciteit van de aanbieders en het aantal gebruikers van gidsen;</p> <p>(c) de aard van de <i>public service providers</i> (= breder dan enkel publieke omroep), met inbegrip van de hoeveelheid programma's van de openbare dienst die door aanbieders;</p> <p>(d) de rechten van de aanbieders van interactieve gidsen;</p> <p>(e) de rechten van de gebruikers van interactieve gidsen en hun waarschijnlijke verwachtingen ten</p>	Aanbieders moeten dit zelf bepalen. Volgende voorbeelden worden gegeven: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ op de homepagina</li> <li>▪ in de aanbevelingen voor gebruikers</li> <li>▪ in de zoekresultaten</li> <li>▪ op de afstandsbediening.</li> </ul>

		openbare omroepen en gepaste voorwaarden onderhandelen.	aanzien van de beschikbaarheid en de zichtbaarheid van de betreffende programma's en diensten op deze gidsen, met bijzondere aandacht voor hun rechten en waarschijnlijke verwachtingen ten aanzien van programma's en diensten in de Ierse taal; (f) eventuele contractuele regelingen tussen <i>public service providers</i> (= breder dan enkel publieke omroep) en aanbieders van interactieve gidsen (g) technologische ontwikkelingen (h) de evenredigheid van alle voorschriften in het licht van de onder b), c), d) en e) bedoelde aangelegenheden.	
<b>Procedure</b>	Aanvraagprocedure Goedkeuring voor 3j		Ministerieel besluit na een aanbeveling door de Media Commission	Na openbare raadpleging kan ARCOM commerciële spelers toelaten op voorwaarde dat zij bijdragen tot pluralisme en culturele diversiteit.

De Sectorraad Media van de Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (SARC) pleit voor de invoering van een regeling betreffende gepaste aandacht ten gunste van Vlaamse

inhoud.<sup>85</sup> In het licht hiervan is Canada een interessant geval. Daar is de *due prominence* regeling gebaseerd op inhoud. Meer in het bijzonder gaat het om passende aandacht en vindbaarheid van Canadese inhoud online. Het belangrijkste criterium om te bepalen welke diensten genieten van het voordeelregime (i.e. vindbaarheid online) is hun nationale, regionale of lokale specificiteit. Deze benadering is ingegeven door de dominantie van platforms uit de Verenigde Staten.<sup>86</sup> In de EU moet zulke benadering natuurlijk in staat zijn om de doelstellingen van artikel 7 bis AVMD-Richtlijn te verwezenlijken.

#### 6.4. Conclusie

- ❖ Introduceer regels ten voordele van de publieke omroep + **bepaalde commerciële aanbieders van omroepdiensten**
- ❖ Introduceer een definitie van gebruikersinterface zodat het duidelijk is welke aanbieders onder de regeling vallen
- ❖ Maak een onderscheid tussen passende aandacht **van** de dienst en **binnen** de dienst
- ❖ Maak de criteria **niet te laagdrempelig** want “passende aandacht” is schaars
- ❖ **Een te prescriptieve regeling wordt afgeraden:**
  - Zeer gedetailleerde wetgeving is niet wenselijk ten aanzien van een materie die voortdurend in beweging is. Met het oog op toekomstbestendigheid wordt aanbevolen om te kiezen voor platform- en technologie neutrale principe gebaseerde regelgeving;
  - Een combinatie van verschillende regelgevingsinstrumenten en methoden is mogelijk: wetgevend optreden aangevuld met een gedragscode op niveau van de sector.<sup>87</sup>
    - Rol voor de **sector** zelf: bv. zelf bepalen hoe passende aandacht gegeven moet worden, rekening houdend met de technische mogelijkheden en beschikbare middelen.<sup>88</sup> Dit kan verschillen per platform.
- ❖ De maatregelen moeten **noodzakelijk** zijn. Een buitenproportionele inmenging in de presentatie van audiovisuele diensten/inhoud kan net een negatief effect hebben op vrijheid van meningsuiting, mediapluralisme en mediavrijheid. Wanneer er wordt ingegrepen op inhoudsniveau kan eveneens de redactionele onafhankelijkheid in het gedrang komen.

---

<sup>85</sup> SARC, Advies over wijziging van het mediadecreet wat betreft de gedeeltelijke omzetting van de herziene AVMD-richtlijn, 17 juli 2020, 4, [https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20200717\\_Advies\\_wijziging\\_Mediadecreet\\_n.a.v.\\_AVMD2018.pdf](https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20200717_Advies_wijziging_Mediadecreet_n.a.v._AVMD2018.pdf);  
SARC, Advies over de omzetting van de herziene AVMD-richtlijn, 18 november 2019, 4, [https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20191118\\_Advies\\_omzetting\\_herziene\\_AVMD-richtlijn.pdf](https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20191118_Advies_omzetting_herziene_AVMD-richtlijn.pdf).

<sup>86</sup> D. Tch houali, Analysis of potential measures to support access and discoverability of local and national content – Diversity of content in the digital age, februari 2020, <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age/analysis-local-national-content.html>.

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> Zie bv. Canada: zelfregulering o.v.v. vindbaarheid. Voor meer informatie: E.M. Mazzoli, “A comparative lens on prominence regulation and its implications for media pluralism” (working paper), TPRC49: The 49th Research Conference on Communication, *Information and Internet Policy* 2021, 10-11.

- ❖ Structuur: Artikel 155/1 van het mediadecreet dient verplaatst te worden. Rekening houdend met hetgeen voorgesteld onder het deel inzake “terminologie” van dit rapport, zou het betreffende artikel onder “DEEL IV: MEDIAPLATFORMDIENSTEN” opgenomen kunnen worden. Alles hangt natuurlijk af van welke diensten en programma’s er onder de *due prominence* regeling zullen worden gevat.