

Kenniscentrum Mediaonderzoek Mediapunt

media.dossier: steunmaatregelen voor media-innovatie in Europa

‘Lessons learned’ voor Vlaamse media-innovatie

Voorwoord

Dit media.dossier biedt een overzicht van **recente en actieve steunmaatregelen ter bevordering van media-innovatie** in uiteenlopende Europese mediamarkten. We zoomen in op steunmaatregelen voor digitale transformatie en innovatie van de mediasector, ge(co)financierd met publieke middelen.

We schetsen op basis van deskresearch het **(media-)innovatielandschap in vijf landen/regio's**. We selecteerden Frankrijk, Denemarken, Noorwegen, Oostenrijk en de Spaanse autonome gemeenschap Catalonië. Elke case besluiten we met een SWOT-analyse waar we 'lessons learned' en 'best practices' uit destilleren die relevant voor het Vlaamse media(innovatie)landschap zijn.

De cases zijn niet allesomvattend, maar geven een helder overzicht van hoe media-innovatie gestimuleerd wordt in naburige landen/regio's. Het geeft op deze manier inzage in hoe op nationaal alsook Europees niveau nagedacht wordt over welke **aspecten van innovatie en digitale transformatie relevant en essentieel** zijn om de mediasector weerbaarder en duurzamer te maken in het volatiele medialandschap.

Deel I biedt op basis van deskresearch een overzicht van directe steunmaatregelen voor media-innovatie, met een focus op de laatste vijf jaar. De argumentatie hiervoor is dat COVID-19, zoals hierboven geschetst, vaak leidde tot een herziening van het mediabeleid en/of een nieuwe beleidscyclus in voege trad tijdens deze periode. De geselecteerde cases zijn Frankrijk, Denemarken, Noorwegen, Oostenrijk en Catalonië. Overheden zetten in deze landen gelijkaardige initiatieven op ter bevordering van media-innovatie (EU-Commissie, 2024) (voor een uitgebreide argumentatie zie *Inleiding, Deel I*).

Deel II omvat een aantal 'lessons learned' en 'best practices' voor media-innovatie(beleid) in Vlaanderen.

In **Deel III** vind je een beschrijving van de gehanteerde methodologieën. Tot slot krijgt u de volledige bronnenlijst.

Veel leesplezier!

Pauljan Truyens, Giordano Zambelli, & Ike Picone

Bronvermelding

Truyens, Pauljan; Zambelli, Giordano; & Picone, Ike (2025). Media.dossier: Steunmaatregelen voor media-innovatie in Europa. *Mediapunt*.

Inhoudstafel

VOORWOORD	2
INHOUDSTAFEL	3
SAMENVATTING	4
CONTEXT VAN HET ONDERZOEK	5
LEESWIJZER	6
DEEL I. STEUNMAATREGELEN VOOR MEDIA-INNOVATIE IN EUROPA	7
ZES CASES	7
FRANKRIJK.....	10
<i>Beknpte context van het Franse media- en innovatielandschap</i>	10
<i>Huidige stimuleringsmaatregelen</i>	11
<i>SWO(T)-analyse</i>	18
<i>Conclusie</i>	18
DENEMARKEN	19
<i>Beknpte context van het Deense media- en innovatielandschap</i>	19
<i>Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie</i>	20
<i>SWO(T)-analyse</i>	24
<i>Conclusie</i>	25
NOORWEGEN	26
<i>Beknpte context van het Noorse media- en innovatielandschap</i>	26
<i>Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie</i>	26
<i>SWO(T)-analyse</i>	32
<i>Conclusie</i>	33
OOSTENRIJK	34
<i>Beknpte context van het Oostenrijkse media- en innovatielandschap</i>	34
<i>Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie</i>	35
<i>SWO(T)-analyse</i>	40
<i>Conclusie</i>	41
CATALONIË (SPANJE)	42
<i>Beknpte context van het Catalaanse media- en innovatielandschap</i>	42
<i>Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie</i>	43
<i>SWO(T)-analyse</i>	48
<i>Conclusie</i>	48
LESSEN VOOR HET VLAAMSE MEDIA-INNOVATIEBELEID	50
METHODOLOGIE	52
MEER WETEN?	53

Samenvatting

Dit media.dossier biedt een uitgebreide **beschrijving van het media-innovatiebeleid in vijf Europese medialandschappen** (Frankrijk, Denemarken, Noorwegen, Oostenrijk en Catalonië). Wat onmiddellijk opvalt, is dat de medialandschappen duidelijk verschillen, en dat de beleidsvisie en de programma's en initiatieven om media-innovatie te stimuleren zeer uiteenlopend zijn.

Toch kunnen we een **aantal 'lessons learned' en 'best practices'** voor het Vlaamse innovatiebeleid formuleren. We brengen telkens in rekening wat haalbaar is en vertaalbaar is naar het Vlaamse medialandschap.

De belangrijkste **lessen**:

- Voer een **proactief innovatiebeleid**. Het is niet voldoende om in te spelen op verschuivingen in de technologische sector of louter te kijken naar de grote internationale spelers waar zij mee bezig zijn.
- Voorzie in een **grote variatie aan steunmaatregelen**. Zowel structurele steunmaatregelen als ad hoc steun is noodzakelijk.
- Benader **innovatie breder dan louter technologische innovatie**. Innovatie omvat veel meer, zoals het uitdenken van nieuwe businessmodellen, het voorzien in opleidingen, en het faciliteren van samenwerkingsverbanden.
- Begin bij de basis en bouw een **robuuste (digitale) infrastructuur** uit. Innovaties kunnen enkel echt baanbrekend zijn indien deze kunnen gebouwd worden op een degelijke infrastructuur.
- Zet **innovatie 'hubs'** op. Deze zorgen voor een kruisbestuiving aan ideeën tussen verschillende sectoren en faciliteren en stimuleren zo media-innovatie bottom-up.
- Prioriteer **lokale verankering van media-innovatie**, maar met ambitie tot opschaling. Media-innovatie dient in de eerste plaats het eigen media-ecosysteem ten goede te komen, maar echte winsten zijn er te boeken door innovatie te verduurzamen en internationaal op te schalen.

Context van het onderzoek

De **COVID-19-crisis** impacteerde de gehele samenleving en verschillende sectoren. Ook de mediasector, en vooral de nieuwsindustrie, kwamen in zwaar weer. Dit bracht in Europa een aantal zaken in stroomversnelling, enerzijds ad hoc (financiële) steunmaatregelen voor de media-industrie (bv., noodfondsen), en anderzijds werd **digitale transformatie en innovatie** hoog op de beleidsagenda geplaatst.

Tijdens de periode 2021-2023 kozen verschillende **EU-overheden voor een herziening van het steunbeleid** alsook de opzet van nieuwe financieringspaden voor de mediasector. Uit een recent rapport, in opdracht van de EU-Commissie (2024), blijkt dat een aantal parallellen te trekken zijn tussen EU-lidstaten:

- De uitbreiding van taksmaatregelen voor digitale (nieuws)media;
- Meer nadruk op steun voor regionale en lokale media;
- Meer nadruk op steun voor innovatie en start-ups;
- Oproepen vanuit een technologieneutraliteit;
- Bescherming van of steun voor mensen actief in de mediasector.

Al deze aspecten spelen in op de **gedigitaliseerde en geglobaliseerde mediasector**. De Scandinavische landen acteren met betrekking tot (media-)innovatiebeleid vaak als gidslanden. Het idee van technologieneutraliteit is reeds verschillende jaren een belangrijk (beleids)agendapunt in bijvoorbeeld Denemarken en Noorwegen.

Algemeen kunnen we een onderscheid maken tussen twee vormen van overheids- of publieke steun:

1. Directe steun omvat vooral subsidies en beurzen.
2. Indirecte steun omvat vooral belastingverlagingen of -uitzonderingen.

In dit dossier focussen we op **directe steunmechanismen**, en dan vooral manieren waarop deze publieke steun digitale transformatie en innovatie in de mediasector bestendigt en/of verbetert.

Een belangrijke kanttekening is dat toekenningprocedures en -initiatieven, en vooral de toegewezen middelen, niet altijd publiek beschikbaar zijn. We bieden dan een raming van het totaalbudget of laten dit aspect open. Bovendien zitten steunmaatregelen verspreid over verschillende ministeries en departementen. Het kluwen aan **subsidies voor media-innovatie is vaak complex om te ontwarren**. Wegens vaak het gebrek aan transparantie in (exacte) toekenning van publieke steun, is het ook moeilijk om synergiën tussen landen te bewerkstelligen alsook het identificeren en aanpassen van steunmaatregelen van het ene land naar het andere.

“Low visibility of financing and financing mechanisms: A key challenge encountered across most Member States is the lack of consolidated information about the funding mechanisms in place, their budgetary values, the policy approaches to financing, eligibility criteria, implementation, and effects. (European Commission, et al., 2024, p. 23)”

Leeswijzer

Deel I biedt op basis van deskresearch een overzicht van directe steunmaatregelen voor media-innovatie, met een focus op de laatste vijf jaar. De argumentatie hiervoor is dat COVID-19, zoals hierboven geschetst, vaak leidde tot een herziening van het mediabeleid en/of een nieuwe beleidscyclus in voege trad tijdens deze periode. De geselecteerde cases zijn Frankrijk, Denemarken, Noorwegen, Oostenrijk en Catalonië. Overheden zetten in deze landen gelijkaardige initiatieven op ter bevordering van media-innovatie (EU-Commissie, 2024) (voor een uitgebreide argumentatie zie *Inleiding, Deel I*).

Deel II omvat een aantal ‘lessons learned’ en ‘best practices’ voor media-innovatie(beleid) in Vlaanderen.

In **Deel III** vind je nog een beschrijving van de gehanteerde methodologieën. Tot slot krijgt u de volledige bronnenlijst.

Deel I. Steunmaatregelen voor media-innovatie in Europa

Zes cases

We selecteerden 6 verschillende cases: 5 EU-medialandschappen, zijnde **Vlaanderen, Denemarken, Frankrijk, Oostenrijk** en **Catalonië** (Spanje); 1 niet-EU-land, namelijk **Noorwegen**. Noorwegen als niet EU-lid lijkt de vreemde eend in de bijt, maar vertoont gelijkenissen met Denemarken (net als de andere Scandinavische landen) wat betreft de mediasector en financieringsmechanismen voor deze sector.

In alle EU-lidstaten krijgt de steun voor innovatie, start-ups en digitale media meer en meer tractie. Vele EU-lidstaten maken gebruik van projectoproepen om **innovatie en/of digitale transformatie in de mediasector te stimuleren**. Deze oproepen zijn vaak (zeer) competitief en in de toekenningsprocedure geeft een (onafhankelijke) jury een beoordeling van de projectvoorstellen.

“Feedback collected on existing schemes suggests that grants may have a substantial impact in terms of supporting media to implement projects with a positive impact on content development, innovation in content, and/or more broadly innovation in the services offered, thereby contributing to resilience.” (European Commission et al., 2024, p. 90)

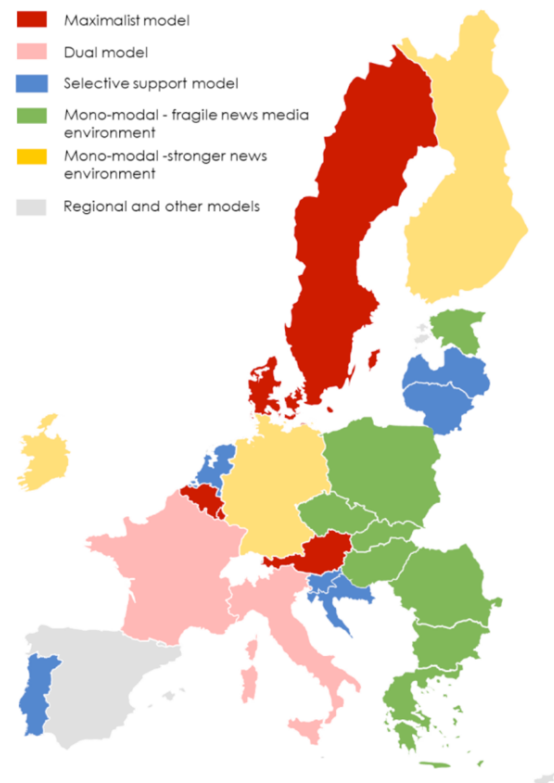
In een recente studie naar publieke steun voor nieuwsmedia biedt de EU-commissie een overzicht van welke **types van steunmaatregelen** actief zijn in de EU-lidstaten. Oostenrijkse, Deense en Franse overheden bieden een vorm van innovatiesteun aan. Voor Spanje en België valt deze innovatiesteun voor de mediasector onder regionale bevoegdheid (met betrekking tot dit dossier, respectievelijk: Catalonië en Vlaanderen). Zonder in detail te treden zijn er ook diverse financieringsstromen op Europees niveau.

De geselecteerde cases kunnen we als volgt categoriseren: **Frankrijk** valt onder het duaal/mixed model, wat inhoudt dat minder directe steun wordt verleend, maar verschillende vormen van indirecte steun (bv., taksverlaging) bestaan. **Oostenrijk, Denemarken en België (Vlaanderen)** behoren tot het maximalistische model. Bij deze landen is de overheidssteun per capita hoog, vooral door een brede waaier aan subsidies alsook indirecte steunmaatregelen. **Noorwegen** vertoont veel gelijkenissen met Denemarken en kunnen we dus ook categoriseren onder het maximalistisch model. Spanje haar overheidssteun voor (private) media valt volledig onder regionale bevoegdheid, met betrekking tot deze studie, de **Catalaanse regering**.

De steunmaatregelen noodzaken een continue update om in te spelen op evoluties en disrupties in het medialandschap, voornamelijk gestuwd door de **verdere digitalisering en globalisering van technologie en media**. Scandinavische landen schuiven daarom op naar financieringsregelingen gericht op lokaal en regionaal nieuws om tegemoet te komen aan de bezorgdheid omtrent de levensvatbaarheid van lokale (nieuws)media. Frankrijk zette in 2021 een specifiek subsidiemechanisme op voor *native* digitale nieuwsmedia. Oostenrijk lanceerde in 2021 een nieuwe steunmaatregel om de digitalisering van radio en printmedia te ondersteunen (Fonds voor de Promotie van Digitale Transformatie). Denemarken gaf gerichte steun voor innovatie van print en digitaal. Spanje voorzag extra steun voor minderheidstalen (zoals Catalaans). Dit zijn slechts een handvol voorbeelden van hoe het **mediabeleidslandschap is gewijzigd** over een periode van om en bij de vijf jaar.

Wat in de cases duidelijk zal worden, is dat de steunmaatregelen voor digitale transformatie in de mediasector van deze medialandschappen **gelijkenissen**

Approaches to public financing of private media



Figuur 1 - Financieringsmodellen voor media-innovatie (EU-Commissie, 2024).

vertonen met het Vlaamse medialandschap, maar ook duidelijke verschillen. De beknoptheid van elke case slaat op het feit dat we geen exhaustieve opsomming doen van alle (recente) steunmaatregelen. We spitsen ons toe op steunmaatregelen geïnitieerd door overheidsinstellingen (zoals Departementen en Ministeries). Verder kiezen we voor een duidelijk tijds kader: van **2019 tot en met 2024**. We zoomen ook in op (bijkomende) initiatieven opgezet in de context van de **COVID-19-crisis**. Verschillende landen deden een herziening van hun steunmaatregelen en combineerden (financiële) steun ter bescherming van de mediasector met extra projectoproepen om de mediasector veerkrachtiger te maken op zowel korte als (middel)lange termijn. We lijsten ook non-gouvernementele organisaties op die een belangrijke rol spelen in het stimuleren van media-innovatie en digitale transformatie.

De cases die we in dit hoofdstuk bespreken kennen eenzelfde structuur. Eerst schetsen we beknopt de **context van het media- en innovatielandschap** om eventuele raakpunten en verschillen met andere landen/regio's te duiden. Vervolgens lijsten we de instanties op die **programma's en/of initiatieven hebben/hadden om media-innovatie** te stimuleren. We focussen op directe steunmaatregelen. Tenslotte doen we een **SWO(T)-analyse**. De sterktes, zwaktes en opportuniteiten van de huidige subsidiestructuren worden besproken. De bedreigingen (T) zijn voor het merendeel van onze cases dezelfde en bespreken we in de laatste sectie.

Frankrijk

Beknpte context van het Franse media- en innovatielandschap

Het Franse medialandschap wordt gekenmerkt door een **diversiteit aan publieke en private mediaorganisaties**. De publieke omroep, vertegenwoordigd door groepen zoals France Télévisions, Radio France en France Médias Monde, biedt een breed scala aan televisie- en radiokanalen die gericht zijn op het leveren van hoogwaardige, onafhankelijke content. Aan de andere kant opereren prominente private spelers zoals TF1, Canal+ en M6, die zowel traditionele als digitale media exploiteren en een significant marktaandeel bezitten. Deze private mediaorganisaties zijn vaak onderdeel van grotere conglomeraten met diverse belangen in de media- en communicatiesector (Lardeau, 2017).

De Franse overheid speelt een actieve rol in het ondersteunen van de mediasector. Er zijn aanzienlijke subsidies en regelingen gericht op het bevorderen van mediapluralisme en het ondersteunen van media-inhoud in de Franse taal. Deze steun is bedoeld om een divers en kwalitatief hoogstaand media-aanbod te waarborgen dat bijdraagt aan het democratische debat en de culturele identiteit van het land. Desondanks is er sprake van een hoge mate aan mediaconcentratie, waarbij enkele grote mediabedrijven een significant marktaandeel bezitten.

Ondanks dat het geen vooraanstaande rol meer speelt in media-innovatie wereldwijd, blijft Frankrijk investeren in de uitbreiding van de digitale infrastructuur en stimuleren van digitale transformatie binnen de mediasector. Initiatieven zoals het 'France 2030 Plan' tonen aan dat **Frankrijk aanzienlijke inspanningen levert om de doelstellingen van het digitale decennium te verwezenlijken en een inhaalbeweging tracht in te zetten**. Daarnaast zijn er programma's en subsidies gericht op het ondersteunen van innovatie en het bevorderen van digitale vaardigheden binnen de mediasector. De Franse overheid heeft ook aandacht voor de regulering van internationale technologiebedrijven om de uitdagingen aan te pakken die deze bedrijven vormen voor traditionele media. Er wordt gestreefd naar een evenwichtige markt waarin zowel nationale als internationale spelers opereren, met behoud van een divers en onafhankelijk media-aanbod (Innovation Policy Platform, 2016).

Overheidssteun voor gedrukte en digitale media is verankerd in wetgeving die gericht is op het bevorderen van een veelzijdig en divers media-aanbod van maatschappelijke en culturele aard. Deze steun is bedoeld om de Franse democratie en het democratische debat te versterken. In recente beleidsakkoorden is afgesproken dat de mediasteunregeling gemoderniseerd moet worden om beter aan te sluiten bij de huidige digitale realiteit.

Huidige stimuleringsmaatregelen

Het Franse financieringsmodel is eerder **gestoeld op indirecte steunmaatregelen** (conform het mixed-model). Toch zijn er verschillende Ministeries die allerlei programma's en initiatieven opzetten om media-innovatie en innovatie in het algemeen rechtstreeks te stimuleren.

I. Directe steun met publieke middelen

1. Ministerie van Cultuur (*Ministère de la Culture*)

Het Ministerie van Cultuur is het **belangrijkste overheidsorgaan dat verantwoordelijk is voor culturele zaken in Frankrijk, waaronder mediabeleid en innovatie**. Het streeft ernaar culturele diversiteit te promoten, de ontwikkeling van de media-industrie te ondersteunen en innovatie in alle mediasectoren aan te moedigen. Het Ministerie van Cultuur speelt een cruciale rol bij het stimuleren van media-innovatie door middel van beleidsvorming, financieringsprogramma's en het faciliteren van samenwerking tussen mediaorganisaties en technologieleveranciers.

Programma's/initiatieven:

A. Strategisch Fonds voor Mediaontwikkeling (*Fonds stratégique pour le développement de la presse - FSDP*)

De FSDP biedt financiële steun aan persorganisaties voor moderniserings- en innovatieprojecten, waaronder digitale transformatie en nieuwe bedrijfsmodellen. Jaarlijks ongeveer € 60 miljoen.

B. Innovatieve ondersteuning voor digitale inhoud (*Aide aux projets de contenus innovants*)

Ondersteunt projecten die innovatieve digitale content en diensten ontwikkelen in de mediasector, met de focus op nieuwe formaten en technologieën. Het gaat om € 200.000 per project.

C. Fonds voor opkomende pers (*Fonds de soutien à l'émergence et à l'innovation dans la presse*)

Doel is om nieuwe en opkomende media te ondersteunen die bijdragen aan diversiteit en innovatie in de journalistiek. Jaarlijks ongeveer € 5 miljoen.

D. Ondersteuning voor lokale media (*Aide aux médias de proximité*)

Verstrekt financiering aan lokale en regionale media om diversiteit te bevorderen en innovatieve lokale journalistieke projecten te ondersteunen. Varieert jaarlijks; specifieke cijfers worden niet openbaar gemaakt.

E. Actieplan voor persdistributie (*Plan de restructuration de la distribution de la presse*)

Ondersteunt de modernisering van persdistributienetwerken en stimuleert de acceptatie van innovatieve logistieke en digitale oplossingen. € 18 miljoen verdeeld over meerdere jaren.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

F. Noodhulp voor de pers (*Aide d'urgence pour la presse*)

Er werd onmiddellijk financiële hulp geboden aan persorganisaties die te maken hadden met inkomstenverlies als gevolg van de pandemie. € 483 miljoen toegewezen in 2020 als onderdeel van een breder ondersteuningspakket.

G. Versterking van het FSDP (*Renforcement du Fonds stratégique pour le développement de la presse*)

Meer financiering voor het FSDP ter ondersteuning van digitale transformatie- en innovatieprojecten die zijn getroffen door COVID-19. Extra budget van € 20 miljoen in 2020.

2. Nationaal Centrum voor Film en Bewegend Beeld (*Centre national du cinéma et de l'image animée - CNC*)

De CNC is een openbare bestuursorganisatie onder het Ministerie van Cultuur, verantwoordelijk voor de ondersteuning van de film-, televisie- en multimedia-industrieën. Het **stimuleert innovatie door de ontwikkeling en productie van audiovisuele content te financieren en nieuwe technologieën in de media te promoten**. De CNC speelt een belangrijke rol bij het bevorderen van media-innovatie in Frankrijk en ondersteunt een breed scala aan projecten die nieuwe technologieën en creatieve benaderingen voor het creëren van content onderzoeken.

Programma's/initiatieven:

A. Steun voor digitale innovatie (*Soutien aux innovations numériques*)

Financiert projecten die innovatieve digitale technologieën integreren in audiovisuele werken, waaronder VR, AR en interactieve content. Tot € 50.000 per project.

B. Hulp voor het maken van videogames (*Aide à la création de jeux video*)

Ondersteunt de ontwikkeling van innovatieve videogames met culturele waarde, en stimuleert creativiteit en technologische vooruitgang in de mediasector. Tot € 200.000 per project.

C. Ondersteuning voor nieuwe mediaverhalen (*Soutien aux écritures innovantes*)

Stimuleert de creatie van innovatieve vertelformats, waaronder webseries, interactieve documentaires en transmediale projecten. Verschilt per project; totaalbudget jaarlijks circa € 3 miljoen.

D. Onderzoeks- en innovatiesteun (*Aide à la recherche et à l'innovation*)

Financiert R&D-projecten die bijdragen aan technologische innovatie in de audiovisuele industrie. Toegekende budgetten verschillen sterk per project. COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

E. Versterking van ondersteuningsmechanismen (*Renforcement des dispositifs de soutien*)

Meer financiering en flexibiliteit in bestaande ondersteuningsprogramma's om bedrijven te helpen die getroffen zijn door COVID-19. Extra budget van € 50 miljoen in 2020.

3. Publieke Investeringsbank (*Banque Publique d'Investissement - Bpifrance*)

Bpifrance is een publieke investeringsbank die Franse bedrijven ondersteunt met financiering, investeringen en ontwikkelingsdiensten. Het speelt een belangrijke rol in het **stimuleren van media-innovatie door financiële oplossingen te bieden aan mediastart-ups en bedrijven die investeren in innovatieve projecten**. Dankzij de uitgebreide financiële ondersteuning van Bpifrance kunnen mediabedrijven

investeren in onderzoek en ontwikkeling, hun activiteiten opschalen en innovatieve oplossingen op de markt brengen.

Programma's/initiatieven:

A. Innovatiesteun (*Aide à l'innovation*)

Biedt subsidies en leningen aan bedrijven die innovatieve producten of diensten ontwikkelen, waaronder mediatechnologieën en -platforms. Maximaal € 3 miljoen per project.

B. Digitale Innovatie Competitie (*Concours d'Innovation i-Nov*)

Ondersteunt innovatieve projecten met een groot potentieel in sectoren als digitale content en kent subsidies toe aan geselecteerde bedrijven. Tot € 500.000 per project.

C. Fonds French Tech Seed (*Fonds French Tech Seed*)

Biedt financiering aan technologische startups, waaronder mediatechnologiebedrijven, ter ondersteuning van de ontwikkeling en innovatie in een vroeg stadium. Totaal fonds van € 400 miljoen.

D. Steun voor industriële projecten (*Projets d'Investissement d'Avenir - PIA*)

Financiert strategische industriële projecten die bijdragen aan innovatie en concurrentievermogen, ook in de mediasector. Verschilt per project; er worden aanzienlijke budgetten toegewezen.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

E. Versterkte steun voor innovatie (*Soutien renforcé à l'innovation*)

Versnelde en verhoogde financiering voor innovatieprojecten om R&D-inspanningen tijdens de crisis op peil te houden. Extra budget van € 1,2 miljard in 2020, verspreid over verschillende sectoren.

4. Nationaal Audiovisueel Instituut (*Institut national de l'audiovisuel - INA*)

INA is een opslagplaats van alle Franse radio- en televisie-audiovisuele archieven. Het ondersteunt **media-innovatie door cultureel erfgoed te behouden en het gebruik van archieven op nieuwe en creatieve manieren te promoten**. INA speelt een unieke rol in media-innovatie door historische content te koppelen aan moderne technologieën, creativiteit te stimuleren en educatieve initiatieven te ondersteunen.

Programma's/initiatieven:

A. INA-laboratorium

Een onderzoeks- en innovatielaboratorium dat nieuwe technologieën voor audiovisuele content onderzoekt, waaronder AI, data-analyse en immersieve media. Intern budget; specifieke cijfers worden niet openbaar gemaakt.

B. Educatieve partnerschappen (*Partenariats éducatifs*)

Werkt samen met onderwijsinstellingen om innovatieve educatieve content te ontwikkelen met behulp van archiefmateriaal. Budget verschilt per project.

C. Ondersteuning voor creatieve projecten (*Soutien aux projets créatifs*)

Biedt toegang tot archieven en technische ondersteuning voor kunstenaars en makers die aan innovatieve mediaprojecten werken. Ondersteuning in natura; financiële details niet gespecificeerd.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

D. Gratis toegang tot archieven

Tijdens de lockdowns zijn een aantal archieven vrij toegankelijk gemaakt voor het publiek, ter ondersteuning van onderwijs en creativiteit.

E. Uitbreiding van onlinetraining

Uitgebreide onlinecursussen en bronnen ter ondersteuning van mediaprofessionals en docenten tijdens de pandemie. Interne herverdeling van middelen.

5. Nationaal Centrum voor het Boek (*Centre national du livre - CNL*)

De CNL is een openbare instelling onder het Ministerie van Cultuur, toegewijd aan het ondersteunen van de uitgeverij- en literaire sectoren. Het stimuleert **media-innovatie door projecten te financieren die nieuwe vormen van schrijven, digitaal publiceren en verspreiding verkennen**. De steun van CNL stimuleert innovatie in de literaire en uitgeverijsector en stimuleert de acceptatie van digitale technologieën en nieuwe bedrijfsmodellen.

Programma's/initiatieven:

A. Ondersteuning voor digitaal publiceren (*Aide à l'édition numérique*)

Verstrekt subsidies aan uitgevers voor de ontwikkeling van digitale boeken en innovatieve publicatieformaten. Tot € 15.000 per project.

B. Steun voor innovatie in de uitgeverijsector (*Aide à l'innovation éditoriale*)

Ondersteunt innovatieve redactionele projecten die bijdragen aan de diversiteit en vernieuwing van literaire creatie. Verschilt per project.

C. Ondersteuning voor vertaling (*Aide à la traduction*)

Financiert de vertaling van Franse werken naar andere talen en vice versa, ter bevordering van culturele uitwisseling en innovatie in de verspreiding van inhoud. Tot 70% van de vertaalkosten worden gedekt.

6. Hoge Raad voor de Audiovisuele sector (*Conseil supérieur de l'audiovisuel - CSA*)

De CSA, nu samengevoegd met de *Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique - ARCOM* vanaf 2022, is de regelgevende autoriteit voor elektronische media in Frankrijk. Het houdt toezicht op uitzendnormen, wijst frequenties toe en zorgt voor naleving van wetten, en **ondersteunt indirect media-innovatie door technologische vooruitgang in de omroep te faciliteren**. De rol van de CSA is meegeëvolueerd met technologische veranderingen. De regelgeving is aangepast aan nieuwe mediaplatformen en -diensten en er is een omgeving gecreëerd die innovatie stimuleert.

Programma's/initiatieven:

A. Uitrol van digitale terrestrische televisie (*Lancement de la Télévision Numérique Terrestre - TNT*)

Overgang van analoge naar digitale terrestrische televisie begeleiden, het aantal kanalen vergroten en nieuwe diensten stimuleren. Regelgevende rol; financiering via overheidsbegrotingen.

B. Ondersteuning voor High Definition en Ultra High Definition Broadcasting

Bevorderde de acceptatie van HD- en UHD-technologieën in de omroepsector, waardoor de kwaliteit van de inhoud en innovatie werden verbeterd. Regelgevende initiatieven; specifieke financiering niet van toepassing.

7. Nationaal Agentschap voor Onderzoek (*Agence Nationale de la Recherche - ANR*)

De ANR financiert onderzoeksprojecten in alle wetenschappelijke velden, inclusief media- en communicatietechnologieën. Het **ondersteunt media-innovatie door onderzoek te financieren** dat leidt tot nieuwe technologieën, methodologieën en begrip van mediadynamieken. De steun van de ANR voor interdisciplinair onderzoek draagt bij aan media-innovatie door de samenwerking tussen technologen, sociale wetenschappers en mediaprofessionals te bevorderen.

Programma's/initiatieven:

A. Generieke oproep tot het indienen van voorstellen (*Appel à projets générique*)

Jaarlijkse oproep voor financiering van onderzoeksprojecten, waaronder projecten op het gebied van media-innovatie en digitale wetenschappen. Verschilt per project; totaal jaarlijks budget circa € 600 miljoen.

B. Specifieke programma's in digitale technologie (*Programme Contenus et Interactions*)

Gerichte financiering van projecten met betrekking tot digitale inhoud, mens-computerinteractie en multimediatechnologieën. Verschilt; maakt deel uit van het totale innovatiebudget.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

A. Flits COVID-19-oproep

Dringende oproep tot financiering voor onderzoeksprojecten die verschillende aspecten van de pandemie aanpakken, waaronder de rol van de media bij de verspreiding van informatie. € 14,5 miljoen toegewezen in 2020.

8. Digitaal Frankrijk (*France Numérique*)

France Numérique is een initiatief van de overheid om de **digitale transformatie van de Franse economie te bevorderen, inclusief de mediasector**. Het coördineert inspanningen om digitale infrastructuur, vaardigheden en innovatie te verbeteren. De initiatieven van France Numérique zijn van cruciaal belang geweest voor het creëren van een infrastructuur en talentenpool die media-innovatie en de adoptie van nieuwe technologieën ondersteunen.

Programma's/initiatieven:

A. Digitaal investeringsplan (*Plan France Très Haut Débit*)

Doel is om in heel Frankrijk snelle breedbandtoegang te bieden, zodat mediabedrijven kunnen innoveren op het gebied van contentlevering. € 20 miljard over tien jaar.

B. Ondersteuning voor digitale vaardigheden (*Grande École du Numérique*)

Bevordert onderwijs en training in digitale vaardigheden, inclusief mediatechnologieën, ter ondersteuning van innovatie en werkgelegenheid. € 100 miljoen toegewezen.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

A. Subsidies voor digitale transformatie (*Chèques France Num*)

Er werden vouchers aangeboden aan kleine bedrijven, waaronder mediabedrijven, om te investeren in digitale tools en diensten tijdens de pandemie. € 500 miljoen als onderdeel van het herstelplan.

II. Innovatiesteun door non-gouvernementele organisaties

1. Franse Digitale Raad (*Conseil National du Numérique - CNNum*)

CNNum is een onafhankelijke adviescommissie die de overheid adviseert over digitale zaken. **Het pleit voor beleid dat digitale innovatie ondersteunt**, ook in de mediasector, en bevordert de dialoog tussen belanghebbenden. Het werk van CNNum beïnvloedt de regelgeving en bevordert strategieën die media-innovatie mogelijk maken. Produceert studies en doet aanbevelingen over digitale innovatie, ethiek en regelgeving, en beïnvloedt beleid dat van invloed is op media-innovatie. Werkt samen met het publiek en belanghebbenden uit de industrie om input te verzamelen over digitale kwesties, waaronder uitdagingen op het gebied van media-innovatie. Adviseerde over het gebruik van digitale technologieën voor gezondheidszorg, onderwijs en mediacommunicatie tijdens COVID-19.

2. Cap Digital

Cap Digital is een businesscluster en non-profitorganisatie die zich toelegt op **digitale transformatie en innovatie**. Het ondersteunt startups, KMO's en onderzoekers bij het ontwikkelen van innovatieve mediatechnologieën en -diensten. Cap Digital speelt een belangrijke rol in het Franse ecosysteem voor media-innovatie door belanghebbenden met elkaar te verbinden en de ontwikkeling van geavanceerde technologieën te ondersteunen. Biedt coaching, netwerkmogelijkheden en financiële ondersteuning aan bedrijven die werken aan innovatieve mediaprojecten. Een jaarlijks evenement dat digitale innovaties, waaronder mediatechnologieën, laat zien en samenwerking en zichtbaarheid bevordert. Gefinancierd via partnerschappen en sponsoring.

3. De Franse Tech (*La France Tech*)

La France Tech is een door de overheid gesteunde beweging die start-ups, investeerders, beleidsmakers en community builders samenbrengt om **Franse startups wereldwijd te promoten**, ook in de mediasector. Richt hubs op in verschillende regio's om lokale startups te ondersteunen, door middelen en netwerkmogelijkheden aan te bieden. Gefinancierd via publieke en private partnerschappen. La France Tech stimuleert media-innovatie door een dynamisch start-up-ecosysteem te creëren en toegang tot talent en kapitaal te vergemakkelijken. Vereenvoudigt het proces voor internationaal talent om voor Franse startups te werken, waardoor innovatie in de media en andere sectoren wordt bevorderd. Administratief programma; kosten gedekt door de overheid. Financiële steun en middelen verleend aan start-ups die getroffen zijn door COVID-19, om continuïteit in innovatie-inspanningen te waarborgen. Onderdeel van een steunpakket van € 4 miljard.

4. Open Media Alliance (*Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias - ACPM*)

ACPM is een brancheorganisatie die certificerings- en auditdiensten levert voor mediapublieksstatistieken. Het **ondersteunt innovatie door betrouwbare gegevens te bieden die mediabedrijven helpen hun aanbod aan te passen en te verbeteren**. De diensten van ACPM helpen mediaorganisaties bij het nemen van datagestuurde beslissingen en stimuleren zo innovatie in content- en distributiestrategieën. Gefinancierd via contributies van leden.

SWO(T)-analyse

Sterktes (S):

- **Robuuste overheidssteun:** aanzienlijke financiering en uitgebreide programma's door overheidsinstanties zoals het Ministerie van Cultuur en Bpifrance.
- **Diverse financieringsmechanismen:** meerdere instanties bieden verschillende soorten ondersteuning, van subsidies tot leningen, waarmee ze inspelen op verschillende behoeften in de mediasector.
- **Sterke onderzoeksinfrastructuur:** ondersteuning van organisaties zoals de ANR stimuleert innovatie via onderzoek en ontwikkeling.
- **Focus op digitale transformatie:** initiatieven zoals Digital France verbeteren de infrastructuur en vaardigheden die nodig zijn voor media-innovatie.
- **Culturele bescherming:** er is een sterke nadruk op het behoud en de promotie van de Franse taal en cultuur binnen de media, wat bijdraagt aan de nationale identiteit en culturele diversiteit.

Zwaktes (W):

- **Complexe subsidiestructuren:** het kan een uitdaging zijn om je weg te vinden in de vele programma's en aanvraagprocessen, vooral voor kleine bedrijven. Bovendien kunnen sommige innovatieve projecten moeite hebben met het verkrijgen van financiering als ze niet aansluiten bij prioriteitsgebieden.
- **Uitdagingen op het gebied van regelgeving:** snelle technologische veranderingen kunnen sneller verlopen dan aanpassingen in de regelgeving, wat innovatie kan belemmeren.

Opportunities (O):

- **Opkomende technologieën:** de groei van AI, VR en AR biedt nieuwe mogelijkheden voor media-innovatie. Het implementeren van AI en data-analyse kan de efficiëntie en personalisatie van media-inhouden verbeteren.
- **Internationale samenwerking:** programma's zoals La France Tech bevorderen wereldwijde partnerschappen en markttuitbreiding. Er is potentieel om Franse culturele content internationaal verder te promoten, wat kan bijdragen aan economische groei en culturele invloed.

Conclusie

Het Franse media-innovatiebeleid heeft sterke fundamenten, zoals robuuste publieke omroepen en aanzienlijke overheidssteun gericht op digitalisering en culturele bescherming.

Echter, uitdagingen zoals mediaconcentratie, afhankelijkheid van subsidies en concurrentie van internationale tech-giganten vereisen een strategische aanpak. Door in te zetten op technologische innovatie, internationale samenwerking en het aanpassen aan veranderende consumptiepatronen, kan Frankrijk zijn mediasector versterken en toekomstbestendig maken.

Denemarken

Beknpte context van het Deense media- en innovatielandschap

Denemarken heeft een **duaal mediastelsel** met een sterke particuliere sector die kranten en online media bezit en een sterke publieke traditie met twee grote publieke media. Naast de twee publieke media zijn er een aantal private media die niet dezelfde publieke verplichtingen hebben, maar vaak worden omschreven als media die publieke diensten produceren voor privaat geld. Deze media zijn vaak geheel of gedeeltelijk eigendom van stichtingen en komen oorspronkelijk uit de krantenmarkt, maar zijn nu ook belangrijke spelers op andere platformen, vooral online. Het Deense medialandschap kan omschreven worden als een “**mediawelvaartstaat**” naar Scandinavisch model (Syvertsen, Enli, Mjøs & Moe, 2014).

De particuliere nieuwsmerken ontvangen allemaal een **jaarlijkse overheidssubsidie en de steunregelingen voor media zijn uitgebreid** en worden op een eerlijke en transparante manier verdeeld. Een belangrijk kenmerk van het Deense medialandschap is de overheidssteun voor Deense media en culturele productie, die in grote mate wordt gedreven door de politieke wil om **media in de Deense taal en mediapluraliteit te ondersteunen** en in stand te houden. Ondanks deze steun is er een hoge mate aan (nieuws)mediaconcentratie (Kristensen & Blach-Ørsten, 2021).

Het is een politieke ambitie van Denemarken om **toonaangevend te zijn op het gebied van digitalisering**. Denemarken is het EU-land dat het meeste publieke gelden investeert in onderzoek en innovatie per capita. Dit vertaalt zich in een breed assortiment aan (overheids)instanties die op één of andere manier innovatie en digitale transformatie in de mediasector stimuleren. Er is een relatief grote politieke focus op het reguleren van de tech-giganten om te proberen enkele van de uitdagingen aan te pakken die hun aanwezigheid vormt voor de traditionele producenten en distributeurs van media (Kammer, 2017).

Overheidssteun voor gedrukte en digitale media zit verankerd in de Wet Mediaondersteuning (in werking sinds 2014, *Act no. 1604*). Er wordt productie- en innovatieondersteuning geboden. Doel van de wet is het bevorderen van een veelzijdig en divers media-aanbod van maatschappelijke en culturele aard met het oog op het versterken van de Deense democratie en het democratische debat in Denemarken. In het kader van het Media-akkoord 2019-2023 is afgesproken dat de **mediasteunregeling moderner moet** worden ingericht (zie ook *Inleiding*).

Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie

Steunen en bevorderen van media-innovatie in Denemarken is **verdeeld onder verschillende instanties** (conform het maximalistisch-model). Het Ministerie van Cultuur voorziet een jaarlijks budget van 20 miljoen DKK (€ 2,68 miljoen) voor media-innovatie. Deze steun wordt vooral toegekend aan ‘high-risk’ initiatieven. ‘Media-innovatie en digitale transformatie’ krijgt echter zelden een afgebakende categorie binnen de steunmaatregelen. Het zijn vaak eerder brede projectoproepen waar allerlei sectoren op kunnen intekenen.

I. Directe steun met publieke middelen

1. Ministerie van Cultuur (*Kulturministeriet*)

Het Deense Ministerie van Cultuur is verantwoordelijk voor het formuleren van cultureel beleid, inclusief beleid dat van invloed is op de mediasector. Het streeft ernaar een divers, innovatief en kwalitatief hoogstaand medialandschap te garanderen dat de Deense samenleving weerspiegelt en verrijkt. Het zorgt ervoor dat het medialandschap dynamisch blijft en de hedendaagse uitdagingen het hoofd kan bieden door middel van **voortdurende ondersteuning en beleidsontwikkeling**. Het Ministerie stuurt de ontwikkeling van de Deense mediasector door beleid aan te passen aan technologische ontwikkelingen en veranderend consumentengedrag. Zo speelt het recent meer in op digitalisering en globalisering.

Programma's/initiatieven:

A. Media-akkoord 2019-2023 (*Middelaftalen 2019-2023*)

Een uitgebreid raamwerk waarin de strategie van de overheid voor de mediasector wordt uiteengezet, met de nadruk op digitale transformatie, diversiteit en innovatie. De overeenkomst verdeelt fondsen over verschillende initiatieven, met een totaalbedrag van ongeveer 4,8 miljard DKK per jaar.

B. Fonds voor openbare diensten (*Public Service Puljen*)

Ondersteunt de productie van publieke content door particuliere mediabedrijven en bevordert innovatie in content en platforms. 35 miljoen DKK per jaar aan steun.

C. Innovatiepool voor Lokale Media (*Innovationspuljen Lokale Medier*)

Verstrekt subsidies aan lokale en regionale media voor innovatieve projecten die de lokale media en vooral journalistiek versterken. 20 miljoen DKK per jaar.

D. Ondersteuning voor digitale transformatie (*Støtte til Digital Omstilling*)

Helpt mediaorganisaties bij het adopteren van nieuwe digitale technologieën en bedrijfsmodellen. De financiering verschilt per project, totaalbudget is 20 miljoen DKK per jaar.

E. Diversiteit in Media-initiatief (*Initiatief Mangfoldighed i Medierne*)

Bevordert diversiteit en inclusie binnen mediacontent en organisaties. Het gaat om specifieke bedragen die per project worden toegewezen.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

F. COVID-19 media-ondersteuningspakket (*COVID-19 Mediehjælpepakke*)

Financiële hulp aan mediabedrijven die zwaar getroffen zijn door de pandemie, om de continuïteit van hun activiteiten en output te waarborgen. Eenmalig budget van 180 miljoen DKK.

G. Noodhulp voor freelancers en zelfstandigen (*Nødhjealp til Freelancere og Selvstændige*)

Ondersteuning voor freelancers en zelfstandigen in de mediasector die inkomsten verloren door COVID-19. Eenmalig budget van ongeveer 100 miljoen DKK.

2. Deens Agentschap voor Cultuur en Paleizen (*Slots-og Kulturstyrelsen*)

Het agentschap voert het cultuurbeleid uit dat is vastgesteld door het Ministerie van Cultuur en houdt **toezicht op financierings- en ontwikkelingsinitiatieven in de mediasector om innovatie te bevorderen**. Het zorgt ervoor dat media-innovatie samengaat met cultureel behoud en toegankelijkheid, door projecten te stimuleren die een brug slaan tussen traditionele media en digitale ontwikkelingen. Het agentschap past zijn ondersteuningsmechanismen voortdurend aan om innovatie te stimuleren als reactie op nieuwe mediatrends.

Programma's/initiatieven:

A. Subsidies voor media-innovatie (*Medieinnovationsstøtte*)

Biedt financiële ondersteuning voor innovatieve mediaprojecten die gebruikmaken van nieuwe digitale platformen. Toegekende middelen variëren afhankelijk van de omvang van het project.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

B. Noodpakket voor culturele hulp (*Kulturens Nødpakke*)

Biedt financiële hulp aan culturele en media-instellingen die getroffen zijn door de pandemie. Dit noodpakket omvatte om en bij de 960 miljoen DKK.

3. Innovatiefonds Denemarken (*Innovationsfonden*)

Dit fonds investeert in projecten die groei en maatschappelijke voordelen stimuleren, waaronder projecten op het gebied van media-innovatie. Door **(fors) te investeren in geavanceerde mediatechnologieën** versnelt het fonds de ontwikkeling van nieuwe mediaplatformen en -diensten die de wereldwijde concurrentiekracht van Denemarken versterken. Het fonds werd in 2014 opgericht en speelt sindsdien een essentiële rol bij het bevorderen van media-innovatie door financiële steun aan onderzoeks- en ontwikkelingsprojecten.

Programma's/initiatieven:

A. Grote oplossingen (*Grand solutions*)

Ondersteunt ambitieuze onderzoeks- en innovatieprojecten met een aanzienlijk impactpotentieel, inclusief mediagerelateerde initiatieven. De toegekende middelen variëren doorgaans van 5 tot 30 miljoen DKK per project, afhankelijk van grootte van het project en de risicoberekening.

B. Innobooster

Helpt KMO's en startups bij het ontwikkelen van innovatieve producten en diensten, ook in de mediasector. Het budget per project is begrensd op 5 miljoen DKK.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

C. COVID-19-responssubsidies (*COVID-19 Svarpulje*)

Financiering van projecten die gericht zijn op het aanpakken van de uitdagingen die de pandemie met zich meebrengt, waaronder digitale mediaoplossingen. Toegekende middelen variëren sterk per project.

4. Deens bureau voor digitalisering (*Digitaliseringsstyrelsen*)

Het bureau leidt de **digitale transformatie van de publieke sector** en creëert kaders die media-innovatie faciliteren door middel van verbeterde digitale infrastructuur en diensten. De inspanningen van dit agentschap vergroten de digitale mogelijkheden van de mediasector, waardoor innovatievere en efficiëntere methoden voor het leveren van content mogelijk worden.

Programma's/initiatieven:

A. Nationale Strategie voor AI (*National strategi for kunstig intelligens*)

Stimuleert de invoering van AI in alle sectoren, waaronder de media, om innovatie en efficiëntie te bevorderen. De overheid heeft ongeveer 60 miljoen DKK toegewezen aan AI-initiatieven.

B. Digitale groeistrategie (*Strategi for Danmarks Digitale Vækst*)

Streeft ernaar digitale innovatie en groei te stimuleren met initiatieven die de technologische vooruitgang van de mediasector ten goede komen. Over een periode van vier jaar zal er een totale investering van 1 miljard DKK zijn, verspreid over meerdere sectoren.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

C. Digitale oplossingen voor COVID-19 (*Digitale Løsninger for COVID-19*)

Ontwikkelt digitale platforms en tools om cruciale informatie te verspreiden tijdens de pandemie. Het gaat steeds om project-specifieke financiering.

5. Deens Filminstituut (*Det Danske Filminstitut*)

Het instituut promoot Deense film en cinema en **ondersteunt innovatie in productie, distributie en storytelling binnen het medialandschap**. Het filminstituut zorgt in de eerste plaats voor de veerkracht en het aanpassingsvermogen van de Deense filmindustrie door nieuwe technologieën en innovatieve werkwijzen te omarmen. Deze komen vaak de gehele mediasector ten goede en/of sijpelen door tot bij mediabedrijven.

Programma's/initiatieven:

A. Nieuw Deens Scherm (*New Danish Screen*)

Een talentontwikkelingsprogramma dat innovatieve filmprojecten en nieuwe verhalen stimuleert. Jaarlijks wordt ongeveer 30 miljoen DKK vrijgemaakt.

B. Initiatief voor digitale filmdistributie (*Digital Filmfordelingsinitiativ*)

Ondersteunt de implementatie van digitale technologieën in de filmdistributie. Toegekende middelen variëren per project.

II. Innovatiesteun door non-gouvernementele organisaties

1. Deense mediavereniging (*Danske Medier*)

Een brancheorganisatie die mediabedrijven vertegenwoordigt, pleit voor gunstig beleid en **samenwerking bevordert om media-innovatie te stimuleren** en gezamenlijk innovatie-uitdagingen aan te pakken.

2. Mediaontwikkelingscentrum (*Medieudviklingscenteret*)

Een non-profit organisatie die zich toelegt op het bevorderen van **media-innovatie door middel van onderzoeks-, onderwijs- en ontwikkelingsprojecten** (bv., innovatielabs). Het centrum levert een aanzienlijke bijdrage aan de kennisbasis die media-innovatie in Denemarken stimuleert. Deze organisatie speelde ook een belangrijke rol om de effecten van COVID-19 op mediaconsumptie en de reactie van de media industrie in kaart te brengen en te analyseren.

3. Deense Unie van Journalisten (*Dansk Journalistforbund*)

Vertegenwoordigt journalisten en mediaprofessionals en biedt **ondersteuning, training en belangenbehartiging** om innovatie en professionele ontwikkeling te bevorderen. Laatste jaren wordt sterk ingezet op voortdurende leer- en innovatieondersteuning.

4. Deens Mediaonderzoekconsortium (*Dansk Medieforskningskonsortium*)

Een samenwerkingsverband van academische instellingen die onderzoek doen naar media-innovatie en die de praktijken en het beleid van de sector informeren. Nadruk ligt op **‘Evidence-based’ innovatie**.

SWO(T)-analyse

Sterktes (S):

- **Robuuste overheidssteun:** aanzienlijke financiering en uitgebreide programma's van instanties zoals het Ministerie van Cultuur en het Innovatiefonds. Dit zorgt voor een stabiele financiële basis die innovatie stimuleert en diversiteit in media-aanbod bevordert.
- **Wettelijk kader voor mediaondersteuning:** de Wet Mediaondersteuning (Act no. 1604) vormt een solide juridische basis die de overheid in staat stelt (en verplicht) om productie- en innovatieondersteuning te bieden en de mediasector te versterken.
- **Adaptieve en inventieve steunmaatregelen:** media-innovatie wordt holistisch benaderd door ondersteuning te voorzien in elke fase van het innovatieproject.
- **Focus op digitale transformatie:** Denemarken streeft er actief naar om voorop te lopen in digitalisering binnen Europa. Dit wordt ondersteund door verschillende overheidsinstanties en stimuleringsprogramma's voor digitale innovatie in de mediasector.
- **Sterke digitale infrastructuur:** geavanceerde digitale netwerken ondersteunen media-innovatie en toegankelijkheid; innovatieprojecten kunnen voortbouwen op deze geavanceerde infrastructuur.
- **Samenwerkingsecosysteem:** samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven en de academische wereld wordt gefaciliteerd en stimuleert innovatie.
- **Focus op duurzaamheid en diversiteit:** beleid bevordert een divers medialandschap en duurzame bedrijfsmodellen; innovatie wordt breder dan louter als technologische vooruitgang gedefinieerd.
- **Snelle opzet van COVID-19 steun:** de overheid schakelde een versnelling hoger en rolde vlot diverse steunmaatregelen uit om de mediasector 'in leven te houden'.

Zwaktes (W):

- **Hoge mediaconcentratie:** ondanks de steunmaatregelen blijft er een hoge mate aan mediaconcentratie in Denemarken, wat leidt tot minder diversiteit in nieuwbronnen en meningen. Ook biedt het minder ruimte voor innovatieprojecten met een hoog risico.
- **Afhankelijkheid van overheidsfinanciering:** de sterke afhankelijkheid van subsidies en andere vormen van overheidsfinanciering kan de veerkracht van de mediasector verminderen, vooral in tijden van bezuinigen of veranderingen in beleid. Ook op disrupties in het medialandschap kan minder snel worden ingespeeld.
- **Beperkte financiering voor kleinere spelers:** voor kleinere mediabedrijven kan het lastig zijn om financiering te verkrijgen. De drempels, mede door de hoge mediaconcentratie, zijn hoog om voet aan de grond te krijgen in het medialandschap en zo ook in te tekenen op innovatiesteun. Innovatieve start-ups kunnen daardoor beperkt worden in hun groeimogelijkheden.

- **Complexe regelgeving:** het doornemen van regelgeving en het aanvragen van financiering kan complex en tijdrovend zijn.
- **Hypegevoeligheid van steun:** sommige steunmaatregelen proberen snel te reageren op evoluties/disrupties in de tech-wereld, hierdoor vervalt het duurzaamheidsaspect en de langetermijnvisie van een aantal projecten.
- **Beperkte reikwijdte buiten eigen markt:** de focus op de Deense taal en cultuur kan innovatie in de media beperken tot de binnenlandse markt. Innovaties zijn echt geënt op de Deense mediasector, waardoor het voor Deense (media)bedrijven moeilijker kan zijn om internationaal uit te breiden.

Opportunities (O):

- **Opkomende technologieën:** de groei van AI, VR en AR biedt nieuwe kansen voor media-innovatie, waar Deense steunmaatregelen op anticiperen.
- **Internationale samenwerking:** kansen voor wereldwijde partnerschappen kunnen innovatie-inspanningen versterken; de overheid kijkt over de grens om sterke Deense media(producten) in de internationale markt te zetten.
- **Toenemende digitale consumptie:** veranderende consumentengewoonten geven de voorkeur aan digitale media, wat mogelijkheden biedt voor innovatieve producten; de Deense overheid past het instrumentarium zo goed mogelijk aan aan deze verschuivingen.
- **Export van Deens media- en innovatiebeleid:** Denemarken kan haar media- en innovatiebeleid als model presenteren voor andere landen en zo internationaal invloed uitoefenen op het mediabeleid in Europa.

Conclusie

Het media-innovatiebeleid in Denemarken wordt gekenmerkt door sterke overheidssteun, een duidelijke focus op digitalisering en een evenwicht tussen publieke en private media. Dit geeft Denemarken een solide basis voor het bevorderen van een veelzijdig medialandschap dat past binnen een “mediawelvaartstaat”.

Tegelijkertijd wordt het beleid uitgedaagd door de sterke concurrentie van internationale tech-giganten, veranderingen in mediaconsumptie en afhankelijkheid van overheidssteun. Om optimaal te profiteren van de kansen, moet Denemarken investeren in samenwerkingen en technologieën die de sector kunnen versterken, en tegelijkertijd de lokale markt beschermen tegen internationale concurrentie.

Noorwegen

Beknpte context van het Noorse media- en innovatielandschap

Noorwegen heeft een **sterk publiekgeoriënteerd mediastelsel** met een dominante publieke omroep, NRK (Norsk Rikskringkasting), die door de overheid gefinancierd wordt. NRK speelt een belangrijke rol in het waarborgen van brede toegang tot nieuws en cultuur, en heeft een uitgebreide online aanwezigheid naast traditionele radio- en televisiekanalen. Daarnaast bestaat er een particuliere mediamarkt die wordt gedomineerd door enkele grote bedrijven, zoals Schibsted, die zowel in print als in digitale media een belangrijke rol spelen.

Net als in andere Scandinavische landen is er in Noorwegen sprake van een **"mediawelvaartsstaat"-model** (Syvertsen et al., 2014), waarbij overheidssteun bijdraagt aan een gevarieerd media-aanbod. Deze steun is gericht op het behoud van journalistieke diversiteit en het stimuleren van Noorse contentproductie, met subsidies die zowel naar landelijke als lokale media gaan. Hierdoor kunnen kleine, regionale nieuwsorganisaties blijven bestaan en bijdragen aan het publieke debat, ondanks de concurrentiedruk van grotere spelers en internationale tech-giganten (Krumsvik et al., 2017).

De Noorse overheid heeft, mede door de digitaliseringsstrategie, een **actieve rol gespeeld in de bevordering van innovatie binnen de mediasector**. Noorwegen investeert in technologie en digitale transformatie via verschillende overheidsinstellingen en programma's, zoals Innovasjon Norge en het Medieprogram van de Noorse Raad voor Onderzoek. Deze initiatieven richten zich op het ondersteunen van nieuwe journalistieke projecten, digitale tools voor nieuwsproductie en distributie, en manieren om de impact van digitale platformen op het publieke debat te beheersen (Sundet, 2020).

De wetgeving omtrent mediabeleid in Noorwegen heeft tot doel om een gezonde balans te behouden tussen publieke en private spelers in de mediasector, met de nadruk op een divers medialandschap dat bijdraagt aan het democratische debat. Noorwegen streeft ernaar om de **invloed van tech-giganten zoals Google en Facebook te reguleren**, om zo de eigen mediasector te beschermen en een pluriform medialandschap in stand te houden (Syvertsen, 2018).

Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie

Noorse (media-)innovatiesteun vertoont veel gelijkenissen met het Deense model (zie *Denemarken*). Ook in Noorwegen dragen **verschillende overheidsinstanties** de

verantwoordelijkheid om innovatiesteun te verlenen, en is het **instrumentarium uitgebreid en divers** (conform maximalistisch-model).

I. Directe steun met publieke middelen

1. Noorse Ministerie van Cultuur (*Kulturdepartementet*)

Het Ministerie van Cultuur is verantwoordelijk voor het formuleren en implementeren van nationaal beleid met betrekking tot cultuur, media en sport. De primaire rol in media-innovatie is het verzekeren van een **divers, onafhankelijke en technologisch geavanceerd medialandschap dat democratische waarden en culturele expressie ondersteunt**. Het Ministerie werkt nauw samen met andere overheidsinstanties om een mediaomgeving te creëren die bevorderlijk is voor innovatie, zodat Noorse media zich kunnen aanpassen aan wereldwijde digitale trends. In de afgelopen twee decennia heeft het ministerie de mediasector door significante veranderingen geleid, waaronder digitalisering en globalisering.

Programma's/initiatieven:

A. Mediasteunregeling (*Medietilskuddsordningen*)

Een financieel ondersteuningssysteem gericht op het bevorderen van diversiteit, kwaliteitsjournalistiek en innovatie, met name in kleine lokale kranten en media in minderheidstalen. Jaarlijks worden ongeveer 358 miljoen NOK aan middelen toegewezen.

B. Productiesubsidie voor nieuws- en actualiteitenmedia (*Produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier*)

Ondersteunt de productie van nieuws en actua om een breed journalistiek aanbod in het hele land te garanderen. Een totaalbudget van 313 miljoen NOK wordt toegekend.

C. Innovatie- en ontwikkelingssubsidies (*Innovasjons- og utviklingstilskudd*)

Financiert projecten die innovatie binnen mediaorganisaties stimuleren, met de nadruk op nieuwe bedrijfsmodellen, technologie en methoden voor het leveren van content. Per jaar worden 21 miljoen NOK toegewezen.

D. Ondersteuning voor Sami- en minderheidstaalmedia (*Tilskudd til samiske aviser og nasjonale minoriteter*)

Gericht op het ondersteunen van media die in het Sami en andere minderheidstalen publiceren om culturele diversiteit en inclusie te bevorderen. Het gaat om jaarlijks toegekende middelen van ongeveer 34 miljoen NOK.

E. Perssubsidies voor weekbladen en nichepublicaties (*Pressestøtte til ukeaviser og nisjeaviser*)

Financiële ondersteuning voor gespecialiseerde publicaties die bijdragen aan mediadiversiteit en -innovatie. Hiervoor is geen vooraf bepaald budget voorzien; het varieert jaarlijks.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

F. Buitengewone subsidie aan de mediasector (*Ekstraordinært tilskudd til mediesektoren*)

Financiële hulp werd verleend aan mediabedrijven die zwaar getroffen zijn door de pandemie, om ontslagen en sluitingen te voorkomen. Het gaat om een eenmalige steunmaatregel van om en bij de 300 miljoen NOK.

2. Noorse media-autoriteit (*Medietilsynet*)

De media-autoriteit reguleert en superviseert de mediasector, handhaaft mediawetten en promoot een diverse en pluralistische mediaomgeving. Het ondersteunt media-innovatie door subsidies te verstrekken en projecten te faciliteren die **technologische vooruitgang en nieuwe contentvormen ontwikkelen**. De autoriteit speelt een cruciale rol bij het aanpassen van regelgeving ten behoeve van nieuwe mediatechnologieën. Zo wordt ervoor gezorgd dat innovatie aansluit bij de wettelijke kaders en publieke belangen.

Programma's/initiatieven:

A. Media-innovatieprogramma (*Tilskudd til innovasjon og utvikling i nyhets- og aktualitetsmedier*)

Biedt financiering voor innovatieve projecten binnen media om de productie en distributie van content en duurzame bedrijfsmodellen te verbeteren. Een jaarlijks budget van 21 miljoen NOK wordt toegewezen.

B. Initiatieven voor mediageletterdheid (*Tiltak voor mediekompetanse*)

Programma's gericht op het vergroten van mediawijsheid, kritisch denken en het bestrijden van misinformatie onder het publiek. Het gaat om een jaarlijks variabel budget.

C. Ondersteuning voor lokale omroepen (*Tilskudd til lokalkringkasting*)

Financiële steun aan lokale radio- en tv-stations om lokale content en mediadiversiteit te promoten. Het gaat over ongeveer 20 miljoen NOK per jaar.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

D. Noodsubsidies voor lokale media (*Ekstraordinært tilskudd til lokale medier*)

Er werd onmiddellijk financiële steun verleend aan lokale media die door de pandemie een aanzienlijk omzetverlies leden. Een eenmalige steunmaatregel van 30 miljoen NOK werd toegewezen in 2020.

3. Innovatie Noorwegen (*Innovasjon Norge*)

Het is hét **overheidsinstrument voor innovatie en ontwikkeling** van Noorse ondernemingen en industrie. Het ondersteunt media-innovatie door financiering, adviesdiensten en netwerkmogelijkheden te bieden aan mediabedrijven en start-ups. Dankzij de steun van Innovatie Noorwegen kunnen mediabedrijven investeren in onderzoek en ontwikkeling, nieuwe technologieën implementeren en nieuwe markten betreden. Innovatie Noorwegen is opgericht in 2004 en is instrumenteel geweest in het ondersteunen van bedrijfsinnovatie.

Programma's/initiatieven:

A. Ondernemerschapsbeurzen (*Etablerertilskudd*)

Biedt financiële ondersteuning aan startups en ondernemers in de mediasector om innovatieve producten en diensten te ontwikkelen. Subsidies tot 1 miljoen NOK worden toegekend per bedrijf.

B. Innovatieleningen (*Innovasjonslån*)

Verstrekt leningen voor projecten met aanzienlijke innovatie en risico's, ter ondersteuning van bedrijven bij de ontwikkeling van nieuwe mediatechnologieën of contentplatforms. Er kunnen leningen tot 25 miljoen NOK per project worden aangevraagd.

C. Milieutechnologieprogramma (*Miljøteknologiordningen*)

Ondersteunt projecten die innovatieve milieutechnologieën ontwikkelen of implementeren, waaronder duurzame mediaproductiemethoden. Het gaat om een budget van om en bij de 565 miljoen NOK per jaar (verspreid over verschillende sectoren).

D. Programma's voor hoge groei (*Vekstprogrammer*)

Doel is om bedrijven met een groot potentieel, waaronder mediabedrijven, te helpen opschalen en internationaal uit te breiden. Toegekende middelen variëren sterk per programma.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

E. Buitengewone innovatiesubsidies (*Ekstraordinære innovasjonstilskudd*)

Extra subsidies ter ondersteuning van innovatieprojecten die getroffen zijn door COVID-19, om bedrijven te helpen zich aan te passen en hun ontwikkelingsinspanningen voort te zetten. 4,7 miljard NOK aan extra financiering voor subsidies en leningen.

4. Onderzoeksraad van Noorwegen (*Norges forskningsråd*)

De Onderzoeksraad **promoot en financiert onderzoek en innovatie** op alle gebieden, inclusief media- en communicatietechnologieën. Het faciliteert samenwerking tussen de academische wereld en de industrie om innovatie in de mediasector te stimuleren. Door onderzoek en ontwikkeling te stimuleren, helpt deze raad de mediasector bij het begrijpen en benutten van technologische ontwikkelingen en veranderingen in consumentengedrag.

Programma's/initiatieven:

A. Innovatieprojecten voor de industriële sector (*Innovasjonsprosjekter i næringslivet*)

Financiert op onderzoek gebaseerde innovatieprojecten die bijdragen aan waarde creatie en concurrentievermogen in de mediasector. Tot 50% van de projectkosten worden gefinancierd, verschilt per project.

B. Kennisopbouwprojecten voor de industrie (*Kompetanseprosjekter for næringslivet*)

Ondersteunt projecten die kennis en vaardigheden opbouwen die nodig zijn voor innovatie in de mediasector. Toegekende middelen verschillen per project.

C. Onderzoeksprogramma's voor media en communicatie (*Medie- og kommunikasjonsforskningsprogrammer*)

Financiert onderzoek naar mediatrends, digitalisering en de impact van nieuwe technologieën op mediaconsumptie. Budget wordt toegewezen per programmacyclus.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

D. Onderzoekssubsidies voor aan COVID-19 gerelateerde projecten

(Forskningsmidler til COVID-19-relaterte prosjekter)

Ondersteunt onderzoek naar de uitdagingen van de pandemie, met inbegrip van de rol van media bij de verspreiding van informatie en de maatschappelijke impact.

130 miljoen NOK toegewezen in 2020.

5. Noors filminstituut (*Norsk filminstitutt*)

Het instituut promoot en ondersteunt de Noorse film- en televisie-industrie. Het draagt bij aan **media-innovatie door projecten te financieren die nieuwe verteltechnieken en -technologieën verkennen**, waardoor de positie van Noorwegen in het wereldwijde medialandschap wordt versterkt.

Programma's/initiatieven:

A. Ontwikkelingssubsidies (*Utviklingstilskudd*)

Biedt financiering voor de ontwikkelingsfase van film- en televisieprojecten en stimuleert innovatieve concepten en formats. Verschilt per project; totale toewijzing jaarlijks ongeveer 100 miljoen NOK.

B. Productiesubsidies (*Produksjonstilskudd*)

Ondersteunt de productie van films, series en digitale content die bijdragen aan culturele diversiteit en technologische innovatie. Totaal jaarlijks budget circa 500 miljoen NOK.

C. Interactieve subsidies (*Interaktivitetstilskudd*)

Financiert projecten in interactieve media, waaronder games en virtual reality, ter bevordering van innovatie in digitaal vertellen. Jaarlijks ongeveer 30 miljoen NOK.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

D. Noodsteun voor de filmindustrie (*Krisestøtte til filmbransjen*)

Financiële hulp voor producties die vanwege COVID-19 zijn stopgezet, met als doel financiële verliezen te beperken en de voltooiing van projecten te garanderen. 85 miljoen NOK toegewezen in 2020.

6. Kunstraad Noorwegen (*Kulturrådet*)

De kunstraad ondersteunt een breed spectrum aan culturele activiteiten, waaronder mediakunst. Het verstrekt subsidies en initieert **ontwikkelingsprojecten die innovatie en interdisciplinaire samenwerking in de culturele sector** aanmoedigen. De steun van de kunstraad helpt media-innovatie te integreren in de bredere culturele context, en bevordert creativiteit en technologische verkenning. Programma's/initiatieven:

A. Cultureel Fonds (*Kulturfondet*)

Biedt subsidies voor artistieke en culturele projecten, waaronder innovatieve media- en digitale kunstinitiatieven. Jaarlijks ongeveer 1 miljard NOK, verspreid over verschillende culturele sectoren.

B. Programma Digitale Cultuur (*Digital kulturprogram*)

Ondersteunt projecten die nieuwe digitale expressies en technologieën in de kunsten onderzoeken. Budgetten verschillen per project.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

C. Crisissteun voor de culturele sector (*Krisestøtte til kultursektoren*)

Biedt noodfinanciering aan culturele organisaties en kunstenaars die getroffen zijn door de pandemie, waaronder beoefenaars van mediakunst. Onderdeel van de compensatieregeling van 1,3 miljard NOK.

II. Innovatiesteun door non-gouvernementele organisaties

1. Vereniging van Noorse mediabedrijven (*Mediebedriftenes Landsforening - MBL*)

MBL is een handelsorganisatie die mediabedrijven in Noorwegen vertegenwoordigt. Het pleit voor de belangen van de industrie, biedt professionele ontwikkelingsmogelijkheden en **stimuleert innovatie door samenwerking en kennisdeling**. MBL speelt een belangrijke rol bij het verenigen van de mediasector, zodat zij gezamenlijk uitdagingen kunnen aanpakken en innovatie kunnen stimuleren. Een 'Resource Hub' zorgde tijdens COVID-19 voor dagdagelijkse ondersteuning van media.

2. Noorse persvereniging (*Norsk Presseforbund*)

Een onafhankelijke organisatie die zich toelegt op het promoten van ethische normen, persvrijheid en professionele journalistiek. Het ondersteunt **media-innovatie door ethische richtlijnen aan te passen aan nieuwe mediaomgevingen**. Het zet in op persethiek in het digitale tijdperk, trainingen en seminars, en stelde ethische richtlijnen voor verantwoorde journalistiek op tijdens de COVID-19-crisis.

3. Noorse Unie van Journalisten (*Norsk Journalistlag*)

Een vakbond die journalisten vertegenwoordigt, met de focus op arbeidsrechten, professionele ontwikkeling en aanpassing aan veranderingen in de industrie. Het stimuleert **media-innovatie door journalisten te ondersteunen bij het verwerven van nieuwe vaardigheden**. Het biedt educatieprogramma's aan, lobbyet voor innovatiesubsidies voor journalisten en bood financiële steun voor getroffen journalisten tijdens COVID-19.

4. Mediastad Bergen (*Media City Bergen*)

Het is een **collaboratieve mediacuster en innovatiehub** bestaande uit media- en technologiebedrijven, academische instellingen en onderzoeksorganisaties. Het richt zich op het bevorderen van innovatie door kennisuitwisseling en kruisbestuiving van ideeën. Media City levert een aanzienlijke bijdrage aan de bevordering van media-innovatie in Noorwegen door een dynamisch ecosysteem te creëren waarin de industrie, de academische wereld en start-ups samenwerken. Het huisvest het 'Media Innovatie Lab (*Medieinnovasjonslaboratoriet*) met ultramoderne faciliteiten en ondersteuning voor de ontwikkeling van nieuwe mediatechnologieën, waaronder AR-, VR- en AI-toepassingen. Het organiseert conferenties, workshops en evenementen zoals *mcb tech.live* en *Future Week* om media-innovatie tentoon te stellen en netwerken te faciliteren. Tijdens COVID-19 zette het een virtueel samenwerkingsplatform (*Virtuelle samarbeidsplattformen*) op om voortdurende samenwerking en innovatie mogelijk te maken tijdens lockdowns. *Media City Bergen* draait op interne financiering; voornamelijk ondersteund door sponsoring en deelnemersbijdragen.

SWO(T)-analyse

Sterktes (S):

- **Ruime, actieve overheidssteun en subsidies:** Noorwegen kent een breed scala aan subsidies en overheidssteun voor de mediasector. Aanzienlijke financiering en uitgebreide programma's worden verstrekt door overheidsinstanties zoals het Ministerie van Cultuur en Innovatie Noorwegen. Dit helpt om zowel nationale als lokale media in stand te houden en een divers en gevarieerd aanbod te bevorderen.
- **Innovatiegericht beleid:** Noorwegen heeft een actieve focus op digitalisering en technologische innovatie, ondersteund door instellingen zoals Innovasjon Norge en het Medieprogramma van de Noorse Raad voor Onderzoek. Dit creëert kansen voor mediabedrijven om te innoveren en nieuwe technologieën te integreren. Het voert een proactief beleid om digitale transformatie in de mediasector te faciliteren.
- **Focus op (binnenlandse) diversiteit en inclusie:** ondersteuning van media in minderheidstalen bevordert culturele diversiteit. Het mediabeleid ondersteunt specifiek content in de Noorse taal en cultuur, wat bijdraagt aan het behoud van een nationale identiteit en culturele eigenheid binnen het medialandschap.
- **Samenwerkingsecosysteem:** sterke samenwerking tussen industrie, wetenschap en overheid stimuleert innovatie (bv., Media City Bergen).
- **(Innovatie)steun voor kwaliteitsjournalistiek:** de Noorse (nieuws)media staan bekend om hun hoge journalistieke standaarden en de focus op onafhankelijkheid, wat bijdraagt aan een goed geïnformeerde samenleving en vertrouwen in de media. Het media-innovatiebeleid streeft er ook naar om dit te behouden en het concurrentievermogen van de Noorse journalistiek tegen internationale spelers te verstevigen.

Zwaktes (W):

- **Hoge concentratie van de mediamarkt:** net als in andere Scandinavische landen is er in Noorwegen een hoge concentratie van mediabedrijven, met enkel grote spelers die de markt domineren. Dit kan leiden tot een vermindering van de diversiteit in nieuws en perspectieven. De interne markt is bovendien relatief klein, wat het moeilijk kan maken voor mediabedrijven om winstgevend te blijven zonder aanzienlijke steun of internationale expansie.
- **Afhankelijkheid van overheidsfinanciering:** veel mediabedrijven zijn sterk afhankelijk van overheidssubsidies. Een grote afhankelijkheid van overheidsfinanciering kan de flexibiliteit en het reactievermogen van de mediasector ten opzichte van de marktveranderingen beperken.
- **Beperkte financiering voor niche-innovaties:** sommige innovatieve projecten kunnen moeite hebben met het verkrijgen van financiering als ze niet aansluiten bij prioriteitsgebieden. Hoewel er innovatiesubsidies bestaan,

kunnen kleinere en onafhankelijke mediabedrijven moeite hebben om voldoende financiering te vinden en te concurreren met grotere mediaconglomeraten.

- **Uitdagingen op het gebied van regelgeving:** snelle technologische veranderingen kunnen sneller verlopen dan aanpassingen in de regelgeving, wat innovatie kan belemmeren.

Opportunities (O):

- **Opkomende technologieën:** de groei van AI, VR en AR biedt nieuwe mogelijkheden voor media-innovatie. Er zijn ook kansen voor Noorse mediabedrijven om samen te werken met internationale technologiebedrijven om nieuwe technologieën te implementeren en tegelijkertijd controle over lokale content te behouden.
- **Internationale expansie:** de ondersteuning van internationalisering kan Noorse mediabedrijven helpen wereldwijde markten te bereiken. Er liggen mogelijkheden voor Noorwegen om nauwer samen te werken met andere Scandinavische landen om gezamenlijk initiatieven te ontwikkelen en zo de positie van de regio op de internationale markt te versterken.
- **Verhoogde mediawijsheid en mediapluraliteit:** programma's om mediawijsheid te verbeteren kunnen het publiek voor innovatieve mediaproducten vergroten. Initiatieven om mediapluraliteit te bevorderen kunnen leiden tot meer diversiteit in het aanbod, wat kan bijdragen tot een levendiger publiek debat.

Conclusie

Het Noorse media-innovatiebeleid heeft sterke punten, zoals een focus op digitale transformatie, uitgebreide overheidssteun, en een solide publieke omroep die bijdraagt aan de culturele cohesie van Noorwegen. De steun voor de Noorse taal en cultuur zorgt ervoor dat de media een belangrijke rol blijven spelen in het behouden van een nationale identiteit.

Tegelijkertijd wordt het beleid uitgedaagd door een hoge mediaconcentratie, afhankelijkheid van subsidies, en de druk van internationale tech-giganten. Noorwegen kan deze uitdagingen aangaan door strategische samenwerkingen aan te gaan met technologiebedrijven, meer in te zetten op nieuwe technologieën en innovatie, en door samen te werken met andere Scandinavische of Europese landen om de impact en relevantie van de regio in de mediasector te versterken.

Oostenrijk

Beknpte context van het Oostenrijkse media- en innovatielandschap

Oostenrijk heeft een duaal mediastelsel met een sterke publieke omroep, de Österreichischer Rundfunk (ORF), die een dominante positie inneemt in zowel televisie als radio. Naast de publieke omroep zijn er diverse particuliere mediaorganisaties actief, zoals ATV, PULS 4 en Servus TV, die landelijke commerciële televisiezenders zijn. De gedrukte pers wordt gedomineerd door enkele grote spelers, met de "Neue Kronen Zeitung" als dagblad met de grootste oplage. De Oostenrijkse mediamarkt wordt beschouwd als een van de **meest geconcentreerde in Europa** (Seethaler & Beaufort, 2021).

De Oostenrijkse overheid biedt aanzienlijke steun aan de mediasector, met name door subsidies en regelingen die gericht zijn op het **bevorderen van mediapluralisme en het ondersteunen van media-inhoud in de Duitse taal**. Deze steun is bedoeld om een divers en kwalitatief hoogstaand media-aanbod te waarborgen dat bijdraagt aan het democratische debat en de culturele identiteit van het land (Trappel, 2019).

Op het gebied van digitalisering streeft Oostenrijk ernaar een leidende positie in Europa in te nemen. Het land investeert in de uitbreiding van breedbandinfrastructuur en stimuleert digitale transformatie binnen de mediasector. Initiatieven zoals het 'Oostenrijk 2024 voor het digitale decennium' tonen aan dat Oostenrijk aanzienlijke inspanningen levert om de doelstellingen voor digitale transformatie te verwezenlijken. Daarnaast zijn er programma's en subsidies gericht op het **ondersteunen van innovatie en het bevorderen van digitale vaardigheden** binnen de mediasector. De Oostenrijkse overheid heeft ook aandacht voor de regulering van internationale technologiebedrijven om de uitdagingen aan te pakken die deze bedrijven vormen voor traditionele media (Europese Unie, 2024).

Overheidssteun voor gedrukte en digitale media is verankerd in wetgeving die gericht is op het bevorderen van een veelzijdig en divers media-aanbod van maatschappelijke en culturele aard. Deze steun is bedoeld om de Oostenrijkse democratie en het democratische debat te versterken. In recente beleidsakkoorden is afgesproken dat de **mediasteunregeling gemoderniseerd moet worden** om beter aan te sluiten bij de huidige digitale realiteit (Steinmaurer, 2002; Seethaler & Beaufort, 2021). Een conclusie die verschillende EU-landen recent trokken.

Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie

Het relatief kleine Oostenrijkse medialandschap leent zich in de eerste plaats tot het **ondersteunen van (hyper)lokale content**. Verschillende ministeries en departementen zetten sterk in op **media(innovatie) die de Oostenrijkse identiteit** vrijwaart (conform maximalistisch-model).

I. Directe steun met publieke middelen

1. Federaal Ministerie van Kunst, Cultuur, Ambtenarenzaken en Sport (*Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport*)

Het Ministerie is verantwoordelijk voor het cultuurbeleid in Oostenrijk, inclusief mediabeleid. Het houdt toezicht op de **ontwikkeling en implementatie van strategieën ter ondersteuning van media-innovatie**, culturele expressie en de promotie van Oostenrijkse mediacontent, zowel nationaal als internationaal. Het Ministerie werkt samen met andere overheidsinstanties om een gunstig klimaat te creëren voor media-innovatie, met de nadruk op digitalisering, diversiteit en duurzaamheid in het medialandschap.

Programma's/initiatieven:

A. Mediasteunwet (*Medienförderungsgesetz*)

Biedt financiële steun aan gedrukte en digitale media om diversiteit, kwaliteitsjournalistiek en innovatie in de mediasector te waarborgen. Jaarlijks ongeveer € 8 miljoen.

B. Perssubsidies (*Presseförderung*)

Biedt subsidies aan dag- en weekbladen om hun activiteiten te ondersteunen en innovatie, waaronder digitale transformatie, te stimuleren. Ongeveer € 8 miljoen per jaar.

C. Bevordering van kwaliteitsjournalistiek (*Qualitätsjournalismus-Förderung*)

Ondersteunt projecten die de kwaliteit van de journalistiek verbeteren, waaronder onderzoeksjournalistiek en innovatieve contentformaten. Jaarlijks maximaal € 1 miljoen.

D. Fonds voor Digitale Transformatie (*Digitalisierungsfonds*)

Biedt financiering aan mediabedrijven om te investeren in digitale technologieën, infrastructuur en innovatieve methoden voor het leveren van content. € 10 miljoen verdeeld over meerdere jaren.

E. Bevordering van mediageletterdheid (*Förderung der Medienkompetenz*)

Initiatieven gericht op het vergroten van de mediawijsheid onder het publiek, het stimuleren van kritisch denken en het ondersteunen van innovatieve educatieve programma's. Budget varieert jaarlijks.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

F. COVID-19 Media-ondersteuningspakket (*COVID-19-Medienförderung*)

Financiële noodhulp voor mediaorganisaties die te maken hebben met inkomstenverlies als gevolg van de pandemie, om de continuïteit van de

verspreiding van informatie te waarborgen. € 32 miljoen toegewezen middelen in 2020.

G. Speciale perssubsidies (*Sonder-Presseförderung*)

Extra financiering voor kranten en tijdschriften om de daling van de advertentie-inkomsten tijdens de pandemie te compenseren. € 12 miljoen toegewezen middelen in 2020.

2. Oostenrijkse communicatieautoriteit (*Kommunikationsbehörde Austria*)

KommAustria is de regelgevende instantie die verantwoordelijk is voor elektronische audiomediala, audiovisuele media en multimediasdiensten. Het houdt toezicht op de licentieverlening, regulering en promotie van mediasdiensten, zorgt voor naleving van wettelijke normen en **stimuleert innovatie in omroepen en telecommunicatie**. KommAustria speelt een cruciale rol bij het vormgeven van het Oostenrijkse medialandschap door technologische vooruitgang te bevorderen en ervoor te zorgen dat regelgevingskaders innovatie ondersteunen.

Programma's/initiatieven:

A. Digitaliseringsfonds (*Digitalisierungsfonds*)

Ondersteunt projecten die de digitale transformatie van omroepdiensten bevorderen, inclusief innovatieve technologieën en nieuwe mediaformaten. Jaarlijks ongeveer € 3 miljoen.

B. Particulier Omroepfonds (*Privatfunkfonds*)

Biedt financiële steun aan particuliere omroepen om diversiteit en innovatie in de programmering te stimuleren. Ongeveer € 15 miljoen per jaar.

C. Fonds voor niet-commerciële omroepen (*Nichtkommerzieller Rundfunkfonds*)

Ondersteunt niet-commerciële radio- en televisieomroepen die zich richten op innovatieve content en maatschappelijke betrokkenheid. Jaarlijks ongeveer € 3 miljoen.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

D. Speciale steunmaatregelen voor omroeporganisaties (*Sonderförderungen für Rundfunkveranstalter*)

Extra financiering verstrekt aan omroepen om de financiële impact van de pandemie te verzachten en de voortzetting van de activiteiten te ondersteunen. € 15 miljoen toegewezen in 2020.

3. Oostenrijkse regelgevende instantie voor omroep en telecommunicatie (*Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH - RTR*)

RTR is verantwoordelijk voor het reguleren van de omroep- en telecommunicatiemarkten in Oostenrijk. Het beheert **financieringsregelingen ter ondersteuning van media-innovatie**, bevordert concurrentie en zorgt voor de levering van hoogwaardige mediasdiensten. RTR bevordert innovatie door financiering te verstrekken, eerlijke concurrentie te garanderen en de infrastructuurnormen te handhaven die mediabedrijven nodig hebben om te innoveren.

Programma's/initiatieven:

A. Televisiefonds Oostenrijk (*Fernsehfonds*)

Ondersteunt de productie van hoogwaardige televisiefilms en -series en stimuleert innovatie op het gebied van inhoud en formats. Jaarlijks circa € 13,5 miljoen.

B. Digitaliseringsfonds voor de radio (*Digitalisierungsfonds Radio*)

Bevordert de digitalisering van radio-uitzendingen, inclusief de ontwikkeling van digitale radiotechnologieën en innovatieve inhoud. Ongeveer € 1,5 miljoen per jaar.

4. Oostenrijks Filminstituut (*Österreichisches Filminstitut*)

Het Oostenrijkse Filminstituut ondersteunt de ontwikkeling van de Oostenrijkse filmindustrie door filmprojecten te financieren, de Oostenrijkse cinema internationaal te promoten en **innovatie in filmtechnieken en verhaalvertelling te stimuleren**. Het moedigt projecten aan die creatieve grenzen verleggen en nieuwe technologieën omarmen.

Programma's/initiatieven:

A. Financiering van filmproductie (*Filmherstellungsförderung*)

Biedt financiële ondersteuning voor de productie van Oostenrijkse films, met de nadruk op innovatieve projecten en opkomend talent. Jaarlijks ongeveer € 20 miljoen.

B. Financiering van projectontwikkeling (*Projektentwicklungsförderung*)

Financiert de ontwikkelingsfase van filmprojecten en stimuleert innovatieve concepten en verhalen. Verschilt per project; totale toewijzing circa € 2 miljoen per jaar.

5. Oostenrijk Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH (*aws*)

Aws is de Oostenrijkse federale promotiebank. Het biedt financiële hulp, subsidies en diensten om **bedrijven te ondersteunen bij het ontwikkelen van innovatieve producten, diensten en processen**, waaronder die in de mediasector. Dankzij de steun van aws kunnen mediabedrijven investeren in innovatie, nieuwe technologieën implementeren en hun activiteiten opschalen.

Programma's/initiatieven:

A. aws Creatieve Industrie (*aws Kreativwirtschaft*)

Ondersteunt projecten in de creatieve industrie, waaronder media, die innovatieve benaderingen en marktpotentieel aantonen. Tot € 200.000 per project.

B. aws Start-upfinanciering

Biedt financiering in de beginfase aan startups met innovatieve bedrijfsmodellen, waaronder mediatechnologiebedrijven. Tot € 800.000 per bedrijf.

C. aws Digitalisering

Helpt bedrijven bij het implementeren van digitale transformatieprojecten en stimuleert innovatie in digitale media. Budget verschilt sterk per project.

6. Federaal Ministerie van Digitale en Economische Zaken

(*Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort*)

Het Ministerie is verantwoordelijk voor economisch beleid,

digitaliseringsinspanningen en het promoten van innovatie in alle sectoren, waaronder de mediasector. Het ontwikkelt strategieën om de digitale infrastructuur en het concurrentievermogen van Oostenrijk te verbeteren. De rol

van het Ministerie is geëvolueerd en legt nu meer nadruk op digitalisering, met meer aandacht voor de ondersteuning van innovatieve technologieën en digitale mediaplatformen.

Programma's/initiatieven:

A. Digitale Roadmap Oostenrijk (*Digitale Roadmap Österreich*)

Een strategisch plan waarin de doelstellingen van Oostenrijk op het gebied van digitale transformatie worden uiteengezet, inclusief ondersteuning voor innovatieve mediatechnologieën. Strategisch kader; financiering via bijbehorende programma's.

B. Fit4Internet-initiatief

Bevordert digitale vaardigheden onder burgers en bedrijven en ondersteunt de acceptatie van innovatieve mediadiensten. Budget varieert jaarlijks.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

C. Noodmaatregelen voor bedrijven (*Corona-Hilfspaket*)

Financiële steun en middelen verleend aan bedrijven, waaronder mediabedrijven, om de impact van de pandemie te verzachten. Onderdeel van een hulppakket van € 38 miljard.

7. Oostenrijks Agentschap voor Onderzoeksbevordering (*Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft - FFG*)

FFG is het nationale financieringsagentschap voor industrieel onderzoek en ontwikkeling in Oostenrijk. Het **ondersteunt innovatieprojecten, onderzoeksinitiatieven en samenwerking** tussen de academische wereld en de industrie, inclusief mediatechnologieprojecten. FFG heeft een belangrijke rol gespeeld bij het bevorderen van media-innovatie door het financieren van baanbrekend onderzoek en het bevorderen van samenwerking tussen belanghebbenden.

Programma's/initiatieven:

A. Algemeen Programma (*Basisprogramma*)

Biedt financiering voor innovatieve R&D-projecten in alle sectoren, inclusief ontwikkelingen op het gebied van mediatechnologie. Jaarlijks ruim € 100 miljoen.

B. Brug programma (*Bridge-programma*)

Ondersteunt samenwerkingsprojecten tussen wetenschap en industrie om toegepast onderzoek, inclusief media-innovaties, te bevorderen. Circa € 70 miljoen per jaar.

8. Oostenrijkse Persraad (*Österreichischer Presserat*)

De Oostenrijkse persraad is een zelfregulerend orgaan voor de pers, dat ethische normen en verantwoorde journalistiek promoot. Hoewel het **niet rechtstreeks media-innovatie financiert, beïnvloedt de persraad het medialandschap door kwaliteit en integriteit te stimuleren, wat innovatieve journalistiek ondersteunt**. De rol van de Raad voor de Journalistiek is uitgebreid om de uitdagingen aan te pakken die digitale media en desinformatie met zich meebrengen. Op die manier ondersteunt de Raad indirect innovatie in ethische journalistieke praktijken.

A. Ethische code voor handhaving (*Einhaltung des Ehrenkodex*)

Houdt toezicht op de naleving van de journalistieke ethiek en creëert een omgeving die bevorderlijk is voor betrouwbare en innovatieve journalistiek. Gefinancierd via bijdragen van leden.

II. Innovatiesteun door non-gouvernementele organisaties

1. Mediahuis Wenen (*Medienhaus Wien*)

Medienhaus Wien is een onderzoeks- en opleidingsinstituut dat zich richt op mediastudies en journalistiek. Het draagt bij aan **media-innovatie door onderzoek te doen**, educatieve programma's aan te bieden en de dialoog over mediaontwikkelingen te bevorderen. Medienhaus Wien speelt een belangrijke rol bij het bevorderen van media-innovatie door onderzoek en praktijk met elkaar te verbinden en journalisten en mediaprofessionals te ondersteunen bij het aanpassen aan veranderingen in de sector.

2. Vereniging van Oostenrijkse Kranten (*Verband Österreichischer Zeitungen - VÖZ*)

VÖZ is de branchevereniging die Oostenrijkse krantenuitgevers vertegenwoordigt. Het komt op voor de **belangen van de gedrukte en digitale pers en promoot mediadiversiteit en innovatie**. VÖZ faciliteert samenwerking tussen uitgevers om gemeenschappelijke uitdagingen aan te pakken en bevordert innovatie in bedrijfsmodellen en contentlevering. VÖZ heeft bijvoorbeeld met succes gelobbyd voor steunmaatregelen van de overheid om mediabedrijven te helpen tijdens de pandemie.

3. Oostenrijkse particuliere omroepvereniging (*Verband Österreichischer Privatsender - VÖP*)

VÖP vertegenwoordigt de belangen van particuliere omroepen in Oostenrijk. Het werkt aan het verbeteren van de regelgeving, **ondersteunt technologische innovatie** en promoot concurrerende mediamarkten. VÖP speelt een cruciale rol bij het bevorderen van een dynamische en innovatieve particuliere omroepsector in Oostenrijk. Werkte samen met overheidsinstanties om financiële steun te verkrijgen voor particuliere omroepen tijdens de pandemie.

4. Oostenrijkse Vereniging voor Entertainment en Mediatechnologie (*Verein für Unterhaltungs- und Medientechnologie - VUM*)

VUM richt zich op het **bevorderen van mediatechnologie en innovatie** binnen Oostenrijk. Het brengt professionals uit verschillende sectoren samen om samen te werken aan technologische ontwikkelingen en standaarden. VUM draagt bij aan media-innovatie door kennisuitwisseling te faciliteren en technologische vooruitgang in de sector te stimuleren.

SWO(T)-analyse

Sterktes (S):

- **Robuuste overheidssteun:** aanzienlijke financiering en uitgebreide programma's van overheidsinstanties zoals het Federale Ministerie voor Kunst en Cultuur en RTR. De steunmaatregelen zijn gericht op het bevorderen van mediapluralisme en het ondersteunen van media-inhouden in de Duitse taal.
- **Wetgeving ter bevordering van mediapluralisme:** Er is een wettelijk kader dat gericht is op het bevorderen van een veelzijdig en divers media-aanbod van maatschappelijke en culturele aard, wat bijdraagt aan een gezond democratisch debat.
- **Samenwerkend ecosysteem:** een sterke samenwerking tussen overheid, industrie en de academische wereld stimuleert innovatie (bv., FFG-programma's).
- **Focus op digitalisering:** een proactief beleid om digitale transformatie in de mediasector te faciliteren. Oostenrijk investeert in de uitbreiding van de breedbandinfrastructuur en stimuleert digitale transformatie binnen de mediasector, wat de basis legt voor verdere innovatie.
- **Ondersteuning tijdens crises:** de snelle implementatie van COVID-19-ondersteuningsmaatregelen heeft bijgedragen aan de stabilisering van de mediasector (of toch op korte termijn).

Zwaktes (W):

- **Enorm hoge mediaconcentratie:** ondanks overheidssteun is er sprake van een hoge mate aan mediaconcentratie, waarbij enkele grote mediabedrijven een significant marktaandeel bezitten.
- **Afhankelijkheid van overheidsfinanciering:** Een grote afhankelijkheid van overheidsfinanciering kan de flexibiliteit en het reactievermogen van de mediasector ten opzichte van de marktkrachten beperken.
- **Bureaucratische processen:** complexe aanvraagprocedures voor financiering kunnen een barrière vormen voor kleinere mediabedrijven en startups.
- **Beperkte financiering voor niche-innovaties:** sommige innovatieve projecten kunnen moeite hebben met het verkrijgen van financiering als ze niet aansluiten bij prioriteitsgebieden. Vooral kleinere spelers kunnen moeilijker intekenen op subsidies.
- **Langzame adoptie van nieuwe technologieën:** in vergelijking met andere Europese landen verloopt de adoptie van nieuwe technologieën (bv., AI) trager in de Oostenrijkse mediasector, wat de internationale concurrentiepositie kan verzwakken.

Opportunities (O):

- **Opkomende technologieën:** de groei van AI, VR en AR biedt nieuwe mogelijkheden voor media-innovatie. De integratie en implementatie van deze technologieën kan een echte boost geven aan de Oostenrijkse mediasector.

- **Internationale samenwerking:** kansen om deel te nemen aan EU-brede programma's en partnerschappen kunnen innovatie-inspanningen versterken. Samenwerking met Duitsland ligt voor de hand omwille van de gemeenschappelijke taal, maar opletten is het voor een verdere influx (en dominantie) van Duitse mediaspelers.
- **Verhoogde mediawijsheid:** programma's om mediawijsheid te verbeteren kunnen het publiek voor innovatieve mediaproducten vergroten.

Conclusie

Het Oostenrijkse media-innovatiebeleid heeft sterke punten, zoals een focus op digitalisering, overheidssteun en een solide publieke omroep die bijdraagt aan de culturele cohesie van Oostenrijk. De steun voor de Duitse taal en cultuur zorgt ervoor dat de media een belangrijke rol blijven spelen in het behouden van een nationale identiteit.

Tegelijkertijd wordt het beleid uitgedaagd door een hoge mediaconcentratie, afhankelijkheid van subsidies en de druk van internationale tech-giganten. Oostenrijk kan deze uitdagingen aangaan door strategische samenwerkingen aan te gaan met technologiebedrijven, meer in te zetten op nieuwe technologieën en innovatie, en door samen te werken met andere Europese landen om de impact en relevantie van de regio in de mediasector te versterken.

Catalonië (Spanje)

Beknpte context van het Catalaanse media- en innovatielandschap

In Spanje worden **steunmaatregelen enkel toegekend op het sub-nationale niveau**, grote subsidies en beurzen worden dus toegekend in autonome gemeenschappen met minderheidstalen, zoals Galicië, Baskenland en Catalonië. Deze maatregelen zijn essentieel voor de financiële stabiliteit voor vele lokale media in Spanje (Medina et al., 2017).

Catalonië, een autonome gemeenschap in het noordoosten van Spanje, heeft een **uniek en divers medialandschap dat zowel publieke als private entiteiten omvat**. De publieke omroep, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), beheert TV3 en Catalunya Ràdio, die een breed scala aan programma's aanbieden in het Catalaans en een belangrijke rol spelen in het bevorderen van de Catalaanse taal en cultuur. Daarnaast zijn er diverse private mediaorganisaties actief, zoals Grupo Godó, uitgever van de krant La Vanguardia, en Grupo Zeta, bekend van El Periódico de Catalunya (Belmonte, 2022).

De Catalaanse overheid heeft een **proactieve benadering ten aanzien van mediainnovatie en digitalisering**. Een van de meest ambitieuze projecten is de ontwikkeling van de Catalunya Media City, gepland in het gebied van de Tres Xemeneies in Sant Adrià del Besòs. Dit initiatief is bedoeld om de digitale en audiovisuele industrie in Catalonië te versterken en te positioneren als een toonaangevende Europese hub op dit gebied. President Pere Aragonès benadrukte dat dit project de digitale en audiovisuele industrie in Catalonië zal transformeren tot een Europese motor. Daarnaast investeert Catalonië in infrastructuur om digitale connectiviteit te verbeteren. Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling heeft de regio een glasvezelnetwerk aangelegd dat meer dan 400 overheids- en lokale bestuurslocaties verbindt, wat de basis legt voor verdere digitale innovatie (EU-commissie, 2024).

Om mediapluralisme en diversiteit te bevorderen, biedt de Catalaanse overheid subsidies en steun aan lokale media, met speciale aandacht voor content in het Catalaans. Dit beleid is gericht op het versterken van de regionale identiteit en het ondersteunen van een diverse mediaomgeving. Ondanks deze inspanningen staat het Catalaanse medialandschap voor uitdagingen, zoals **de concentratie van mediabedrijven en de concurrentie van internationale digitale platforms**. Om deze uitdagingen het hoofd te bieden, blijft de regio investeren in innovatie en infrastructuur, met als doel een dynamische en veerkrachtige mediasector te ontwikkelen die zowel de lokale cultuur ondersteunt als concurrerend is op internationaal niveau.

Huidige steunmaatregelen voor media-innovatie

De regio Catalonië beschikt over een hoge mate aan **autonomie om middelen te besteden ter bevordering van media-innovatie** (conform regionaal-model). Het is een van de kerntaken van de regering om via media de Catalaanse identiteit uit te dragen. Dit in de eerste plaats regionaal, maar ook met de ambitie tot internationale expansie.

I. Directe steun met publieke middelen

1. Regering van Catalonië (*Generalitat de Catalunya*)

De Generalitat de Catalunya is de autonome regering van Catalonië die verantwoordelijk is voor regionaal beleid, waaronder cultuur en media. Het speelt een cruciale rol in het **promoten van media-innovatie door strategieën te formuleren, financiering te verstrekken en initiatieven te ondersteunen** die technologische vooruitgang en creativiteit in de mediasector bevorderen.

Programma's/initiatieven:

A. Catalaans Instituut voor Culturele Bedrijven (*Institut Català de les Empreses Culturals - ICEC*)

ICEC is een agentschap onder het Ministerie van Cultuur dat zich toelegt op het ondersteunen van culturele ondernemingen, waaronder mediabedrijven. Het biedt financiële hulp, training en promotiediensten om innovatie en concurrentievermogen te bevorderen. Het jaarlijkse budget varieert; in 2020 bedroeg het totale budget ongeveer € 60 miljoen voor verschillende culturele sectoren.

B. Subsidies voor de ontwikkeling van audiovisuele projecten (*Subvencions per al desenvolupament de projectes audiovisuals*)

Verstrekt subsidies ter ondersteuning van de ontwikkelingsfase van innovatieve audiovisuele projecten, waaronder films, series en digitale mediacontent. Tot € 40.000 per project.

C. Steun voor technologische innovatie in culturele ondernemingen (*Suport a la innovació tecnològica en empreses Culturals*)

Biedt financiële hulp aan culturele bedrijven die technologische innovaties implementeren die productie-, distributie- of commercialiseringsprocessen verbeteren. Maximaal 50% van de projectkosten, met een maximum van € 100.000.

D. Subsidies voor digitalisering en nieuwe bedrijfsmodellen (*Ajuts per a la digitalització i nous models de negoci*)

Doel is om mediabedrijven te helpen bij het adopteren van digitale technologieën en het ontwikkelen van nieuwe bedrijfsmodellen om hun concurrentievermogen te vergroten. Toegekende middelen verschillen per project.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

E. Buitengewone steun voor de culturele sector

Noodfinanciering om de impact van COVID-19 op culturele en mediabedrijven te beperken en de continuïteit van de bedrijfsvoering en werkgelegenheid te waarborgen. € 31 miljoen toegewezen in 2020.

B. Subsidies voor de digitale transformatie van culturele bedrijven (*Subvencions per a la transformació digital d'empreses Culturals*)

Biedt financiële hulp aan culturele ondernemingen, waaronder mediabedrijven, om de digitale transformatie te versnellen als reactie op de pandemie. Tot € 10.000 per bedrijf.

2. Catalaans Instituut voor Bedrijven voor Cultureel Erfgoed (*Institut Català de les Empreses Culturals - ICEC*)

Als agentschap onder het Ministerie van Cultuur richt ICEC zich specifiek op het ondersteunen van culturele ondernemingen in Catalonië, waaronder die in de mediasector. Het biedt **financiële bijstand, adviesdiensten en promotionele activiteiten om innovatie en groei te stimuleren**. ICEC speelt een belangrijke rol bij het stimuleren van startups en KMO's in de mediasector. ICEC biedt incubatiediensten aan en vergemakkelijkt de toegang tot internationale netwerken. Programma's/initiatieven:

A. Mediaprogramma (*Programma Media*)

Ondersteunt de productie, distributie en promotie van audiovisuele content met innovatieve elementen, met als doel de concurrentiekracht van Catalaanse mediabedrijven te verbeteren. Verschilt per project; totaalbudget circa € 10 miljoen per jaar.

B. Subsidies voor innovatie in culturele industrieën (*Ajuts a la innovació en indústries Culturals*)

Biedt financiering voor projecten die innovatieve processen, producten of diensten introduceren binnen de culturele industrie, waaronder media. Tot 50% van de projectkosten.

C. Steun voor internationale promotie (*Suport a la promoció internacional*)

Helpt mediabedrijven bij deelname aan internationale markten en evenementen om Catalaanse media-innovatie in het buitenland te promoten. Tot € 6.000 per bedrijf.

3. Catalaanse Audiovisuele Raad (*Consell de l'Audiovisual de Catalunya - CAQ*)

CAC is de regelgevende instantie voor audiovisuele communicatie in Catalonië. Het zorgt voor naleving van mediawetten, **promoot diversiteit en ondersteunt innovatie door regelgeving aan te passen aan nieuwe mediatechnologieën en -diensten**. CAC werkt samen met onderwijsinstellingen en mediaorganisaties om onderzoek en innovatie in de audiovisuele sector te bevorderen.

Programma's/initiatieven:

A. Innovatie in audiovisuele inhoud (*Innovació en continguts audiovisuals*)

Stimuleert de ontwikkeling van innovatieve audiovisuele content door middel van regelgevende ondersteuning en het faciliteren van partnerschappen tussen makers en omroepen. Regulatoire ondersteuning; geen directe financiering.

B. Programma's voor mediageletterdheid (*Programes d'educació mediàtica*)

Initiatieven die gericht zijn op het verbeteren van de mediawijsheid onder het publiek, het stimuleren van kritisch mediagebruik en het begrip van nieuwe mediatechnologieën.

Operationele begroting; specifieke cijfers worden niet openbaar gemaakt.

4. ACCIÓ - Agentschap voor concurrentievermogen van bedrijven (*Agència per la Competitivitat de l'Empresa*)

ACCIÓ is een overheidsinstantie van de regering van Catalonië die zich toelegt op het promoten van innovatie en internationalisering van Catalaanse bedrijven, waaronder die in de mediasector. Het biedt financiële ondersteuning, adviesdiensten en faciliteert partnerschappen. ACCIÓ speelt een **cruciale rol bij het verbeteren van de concurrentiekracht van mediabedrijven door innovatie te ondersteunen, internationalisering te stimuleren en samenwerking binnen de sector te stimuleren.**

Programma's/initiatieven:

A. Innovatievouchers (*Cupons a la Innovació*)

Biedt vouchers aan de KMO voor toegang tot diensten die innovatie bevorderen, zoals technologische ontwikkeling, R&D-projecten en digitale transformatie. Tot € 8.000 per bedrijf.

B. Subsidies voor projecten met een grote impact (*Ajuts per a projectes d'alt impacte*)

Ondersteunt investeringsprojecten met een aanzienlijke impact op de Catalaanse economie, waaronder media-innovatieprojecten. Verschilt per project; kan tot 20% van de in aanmerking komende kosten dekken.

5. Programma Catalonië Clusters (*Programa Catalonia Clusters*)

Bevordert clusterontwikkeling om samenwerking en innovatie tussen bedrijven in specifieke sectoren te stimuleren, waaronder de mediacluster. Operationele ondersteuning; specifieke financiering varieert.

COVID-19-specifieke initiatieven/programma's:

A. COVID-19 Business Support Line (*Línia de suport empresarial COVID-19*)

Bood financiële hulp en adviesdiensten aan bedrijven die door de pandemie zijn getroffen, waaronder mediabedrijven. Onderdeel van een ondersteuningspakket van € 1 miljard.

B. Versnellingsprogramma voor innovatieve projecten (*Programa d'acceleració per a projectes innovadors*)

Biedt op maat gemaakte ondersteuning om innovatieve projecten die kunnen bijdragen aan economisch herstel, snel op gang te brengen. Verschilt per project.

6. Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

CCMA is de publieke omroep van Catalonië, verantwoordelijk voor het beheer van publieke radio- en televisiediensten. Het is instrumenteel geweest in **het promoten van media-innovatie door nieuwe technologieën te adopteren, digitale platforms te creëren en innovatieve content te produceren.**

Programma's/initiatieven:

A. Digitalisering van omroepdiensten (*Digitalització dels serveis de radiodifusió*)

Overgang van analoge naar digitale uitzendingen, verbetering van de kwaliteit en toegankelijkheid van mediadiensten. Aanzienlijke investeringen over meerdere jaren; specifieke bedragen variëren.

B. TV3 à la carte (*TV3 a la carta*)

Een digitaal on-demandplatform dat toegang biedt tot TV3-content en een pionier is in de acceptatie van streamingdiensten. Onderdeel van het operationele budget van CCMA.

C. Eenheid Innovatie en Nieuwe Formaten (*Unitat d'Innovació i Nous Formats*)

Een speciale eenheid die zich richt op het ontwikkelen van innovatieve contentformaten, interactieve media en transmediale verhalen. Interne budgettoewijzing.

7. Instituut voor Catalaanse Studies (*Institut d'Estudis Catalans - IEC*)

IEC is een academische instelling die onderzoek en studie van de Catalaanse cultuur, taal en maatschappij promoot. Hoewel het niet rechtstreeks media-innovatie financiert, **beïnvloedt het het medialandschap door onderzoek te ondersteunen dat kan leiden tot innovatieve mediapraktijken.**

Programma's/initiatieven:

A. Onderzoekssubsidies (*Beques de recerca*)

Biedt financiering voor onderzoeksprojecten in de geesteswetenschappen en sociale wetenschappen, waaronder mediastudies en communicatie. Verschilt per project.

B. Publicaties en verspreiding (*Publicacions i difusió*)

Ondersteunt de publicatie van onderzoeksresultaten en bevordert de kennisuitwisseling die kan bijdragen aan media-innovatie. Operationeel budget.

II. Innovatiesteun door non-gouvernementele organisaties

1. Audiovisuele cluster van Catalonië (*Clúster Audiovisual de Catalunya*)

De Clúster Audiovisual de Catalunya is een vereniging die bedrijven, instellingen en professionals in de audiovisuele sector samenbrengt. Het doel is om het **concurrentievermogen te vergroten door middel van samenwerking, innovatie en internationalisering**. Gefinancierd via lidmaatschapsgelden en project-specifieke subsidies.

2. Catalaanse Vereniging voor Communicatie en Reclame (*Associació Catalana de Comunicació, Investigació i Estratègia Polítiques - ACCIEP*)

ACCIEP is een beroepsvereniging die excellentie en innovatie in communicatie en reclame promoot. Het ondersteunt media-innovatie door professionele ontwikkeling te bevorderen en de adoptie van nieuwe strategieën en technologieën aan te moedigen. Gefinancierd via lidmaatschapsgelden en evenementregistraties.

3. Barcelona Media Foundation (*Fundació Barcelona Media*)

Voordat de Barcelona Media Foundation haar activiteiten staakte in 2015, was het een **onderzoeks- en innovatiecentrum gericht op media- en**

communicatietechnologieën. Hoewel Barcelona Media niet meer actief is, speelde het tijdens zijn actieve jaren een belangrijke rol bij het bevorderen van media-innovatie in Catalonië.

SWO(T)-analyse

Sterktes (S):

- **Proactief overheidsbeleid:** de Catalaanse overheid heeft een actieve rol in het bevorderen van media-innovatie, zoals blijkt uit initiatieven als de ontwikkeling van de Catalunya Media City, met als doel om de digitale en audiovisuele industrie te versterken.
- **Investerings in infrastructuur:** met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling heeft Catalonië een glasvezelnetwerk aangelegd dat meer dan 400 overheids- en lokale bestuurslocaties verbindt, wat de basis legt voor verdere digitale innovatie.
- **Culturele en taalkundige diversiteit:** het beleid ondersteunt media-inhoud in het Catalaans, wat bijdraagt aan het behoud en de promotie van de regionale identiteit en cultuur.

Zwaktes (W):

- **Mediaconcentratie:** ondanks inspanningen om mediapluralisme te bevorderen, blijft er een concentratie van mediabedrijven, wat de diversiteit en onafhankelijkheid van media-inhoud kan beperken.
- **Afhankelijkheid van overheidssteun:** veel mediabedrijven zijn afhankelijk van subsidies, wat hen kwetsbaar maakt voor veranderingen in overheidsbeleid en economische omstandigheden.
- **Beperkte financiering voor projecten met een hoog risico:** innovatieve projecten met een hoger risico kunnen moeite hebben om financiering te verkrijgen.

Opportunities (O):

- **Groeiende digitale markt:** de toenemende vraag naar digitale content biedt kansen voor Catalaanse mediabedrijven om nieuwe markten te betreden en innovatieve distributiemodellen te ontwikkelen.
- **Samenwerking met internationale technologiebedrijven:** er zijn mogelijkheden voor samenwerking met internationale tech-bedrijven om toegang te krijgen tot geavanceerde technologieën en expertise.
- **Ontwikkeling van nieuwe technologieën:** investeringen in kunstmatige intelligentie, data-analyse en andere opkomende technologieën kunnen de efficiëntie en creativiteit in de mediasector vergroten.

Conclusie

Het media-innovatiebeleid in Catalonië toont sterke punten, zoals proactief overheidsbeleid, investeringen in infrastructuur en ondersteuning van culturele diversiteit. Echter, uitdagingen zoals mediaconcentratie, afhankelijkheid van subsidies en concurrentie van internationale platformen vereisen strategische aanpak.

Door in te zetten op technologische innovatie, internationale samenwerking en aanpassing aan veranderende consumptiepatronen, kan Catalonië zijn mediasector versterken en toekomstbestendig maken.

Lessen voor het Vlaamse media-innovatiebeleid

Eerst en vooral hebben de bestudeerde medialandschappen te kampen met **gelijkaardige bedreigingen (T)**. De **concurrentie van internationale spelers** valt niet te onderschatten. Tech-giganten domineren de markt en kunnen lokale mediabedrijven verdringen, wat leidt tot verlies van publiek en advertentie-inkomsten. Hieraan gepaard zijn de drastisch **veranderende mediaconsumptiepatronen**. Vooral jonge generaties spenderen steeds meer tijd op sociale media en streamingplatformen en laten lokale content links liggen. **Politieke en economische instabiliteit** is sterk aanwezig in Europa. Verschuivingen in het politieke landschap of economische recessies kunnen leiden tot bezuinigingen op overheidssteun voor de mediasector. Tot slot brengt de digitalisering van de mediasector nieuwe risico's met zich mee op het gebied van **privacy en cybersecurity**, die het vertrouwen in mediabedrijven kunnen aantasten.

Welke **lessen** kunnen we trekken uit voorgaande casestudies? Welke **beste praktijken** kunnen we destilleren voor het Vlaamse media-innovatiebeleid?

- Wat onmiddellijk opvalt is dat een aantal landen/regio's een **proactief innovatiebeleid** (proberen) te voeren. Er wordt niet gewacht op verschuivingen of disrupties in de technologische sector of louter gekeken naar de grote, internationale spelers waar zij mee bezig zijn.
- Het merendeel van de landen beschikt over een grote **variatie aan steunmaatregelen**. Zowel structurele steunmaatregelen, die een lange termijn- en beleidsvisie uitdragen; als ad-hocsteun, vooral inspelend op de gevolgen van de COVID-19-crisis voor de mediasector.
- Innovatie wordt vaak **breed gedefinieerd**, of toch breder dan technologische innovatie. Verschillende programma's stimuleren innovatie op vlak van businessmodellen, opleiding om met innovatieve tools aan de slag te kunnen gaan, én samenwerkingsverbanden te faciliteren die een kruisbestuiving van ideeën teweeg moeten brengen, zowel crossmedia als intersectoraal.
- De gidslanden op vele vlakken, en zeker ook wat betreft media-innovatie, Denemarken en Noorwegen investeren aanzienlijke middelen in het continu **verbeteren van de (digitale) infrastructuur**. Innovaties kunnen enkel echt baanbrekend zijn indien deze kunnen gebouwd worden op een robuuste en adaptieve infrastructuur.
- Wat inhaakt op het idee van samenwerking te faciliteren, is het **opzetten van 'hubs'** waar de mediasector, tech-sector, academische wereld en beleidsmakers elkaar kunnen vinden om in de eerste plaats na te denken

over media-innovatie en het uitwerken van pilootstudies en ‘proof of concepts’.

- Het merendeel van de medialandschappen stelt **lokale verankering van media-innovatie voorop**. Op deze manier trachten ze het eigen media-ecosysteem te beschermen en de ‘identiteit’ van lokale content te behouden. Media-innovatie dient dus in de eerste plaats het eigen medialandschap ten goede te komen, maar de ambitie moet aanwezig zijn om innovaties te verduurzamen en internationaal op te schalen.
- **Mindere praktijken** zijn ingewikkelde subsidiestructuren, rigide bureaucratische processen en het gebrek aan middelen specifiek voor media-innovatie. Het zorgt op deze manier dat kleinere spelers moeilijk ingang vinden. Bovendien zet het een rem op baanbrekende innovaties.

Methodologie

Dit media.dossier omvatte een onderzoeksopzet bestaande uit **drie fases**:

- **Fase 1:** Eerst voerden we een uitgebreide deskresearch uit. Vijf cases werden in geselecteerd. Het gaat meer bepaald om: Denemarken, Noorwegen, Frankrijk, Oostenrijk en Catalonië (Spanje). Voor elk land/regio voerden we een documentanalyse uit op in de eerste plaats beleidsdocumenten die het (media)innovatiebeleid schetsten alsook huidige programma's en initiatieven ter ondersteuning van innovatie in de mediasector. We lichtten steunmaatregelen uit over de laatste vijf jaar, met een focus op directe, publieke steun. Bovendien zoomden we in op initiatieven opgezet aan het begin of in de nasleep van de COVID-19-crisis.
- **Fase 2:** We voerden een SWOT-analyse uit van elke bestudeerde case. We lichtten telkens de sterktes (S), zwaktes (W), opportuniteiten (O) en bedreigingen (T) uit voor het recent en huidig gevoerde (media)innovatiebeleid.
- **Fase 3:** Aan de hand van de SWOT-analyse in Fase 2 trokken we een aantal lessen voor het Vlaamse (media)innovatiebeleid. Haalbaarheid en relevantie vormden hierbij de leidraad.

Meer weten?

- Ben je getriggerd door het onderzoek? Ga je graag in dialoog?
- Of blijf je met vragen zitten na het lezen van dit rapport?
- We zijn steeds bereid om het onderzoek toe te lichten.
- Aarzel niet om contact op te nemen!

Pauljan.Truyens@vub.be

Giordano.Zambelli@vub.be

info@mediapuntvlaanderen.be

www.mediapuntvlaanderen.be