

Hoe een succesvolle mediaccluster uitbouwen en de lokale mediasector versterken?

Hoe een succesvolle mediacluster
uitbouwen en de lokale
mediasector versterken?

- > In de komende 10 jaar wordt in de buurt van Reyers het mediapark.brussels gebouwd met het doel een succesvolle mediacluster te creëren en de lokale media-industrie te versterken.
- > Brussel is de belangrijkste locatie voor media-activiteiten in België en Reyers is nu al de thuisbasis van de grootste spelers op nationaal vlak in de audiovisuele sector.
- > Het mediapark.brussels-project kan een impuls geven aan een reeds dynamische sector, al zal het succes sterk afhangen van de configuratie ervan, die bepaald wordt door de keuzes die de Brusselse regering en de andere belanghebbenden in de nabije toekomst zullen maken.
- > We moeten verder kijken dan de onderlinge nabijheid van mediabedrijven en ook inzetten op samenwerking, uitwisseling en gunstige werkomstandigheden om een succesvolle mediacluster bij Reyers te creëren.
- > Het overhevelen van andere mediaclusters in de stad moet worden vermeden en er moet een duidelijke strategie worden uitgewerkt die rekening houdt met de spanningen tussen stedelijke ontwikkeling en media- of culturele overwegingen, tussen lokale en internationale aantrekkingskracht, en tussen specialisatie en openheid van de toekomstige mediacluster.

De regering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest plant in de komende 10 jaar de ontwikkeling van mediapark.brussels, een stads- en vastgoedontwikkelingsproject in de Reyersbuurt, in de gemeente Schaarbeek. Reyers is nu al de thuisbasis van de twee publieke omroepen en andere mediabedrijven in de omgeving. Het mediapark.brussels-project heeft tot doel de lokale media-industrie te versterken door een levendige wijk te creëren voor makers, vernieuwers en mensen die actief zijn in de mediasector, zodat alle activiteiten worden samengebracht in een mediacluster.

Aan de grondslag van het mediapark.brussels-project ligt de gemeenschappelijke veronderstelling onder beleidsmakers dat een concentratie van betrokken belanghebbenden in een regionale agglomeratie voordelen oplevert voor bedrijven. Het succes van door de overheid aangestuurde clusters is echter niet gegarandeerd en veel vragen blijven nog onbeantwoord. Voor een succesvolle ontwikkeling van mediaclusters is kennis over de lokale industrie, haar dynamiek en structuren nodig. Deze beleidsnota vat de belangrijkste bevindingen van het Media Clusters Brussels-onderzoeksproject samen en biedt beleidsmakers in Brussel de nodige diepgaande kennis over de Brusselse media-industrie.

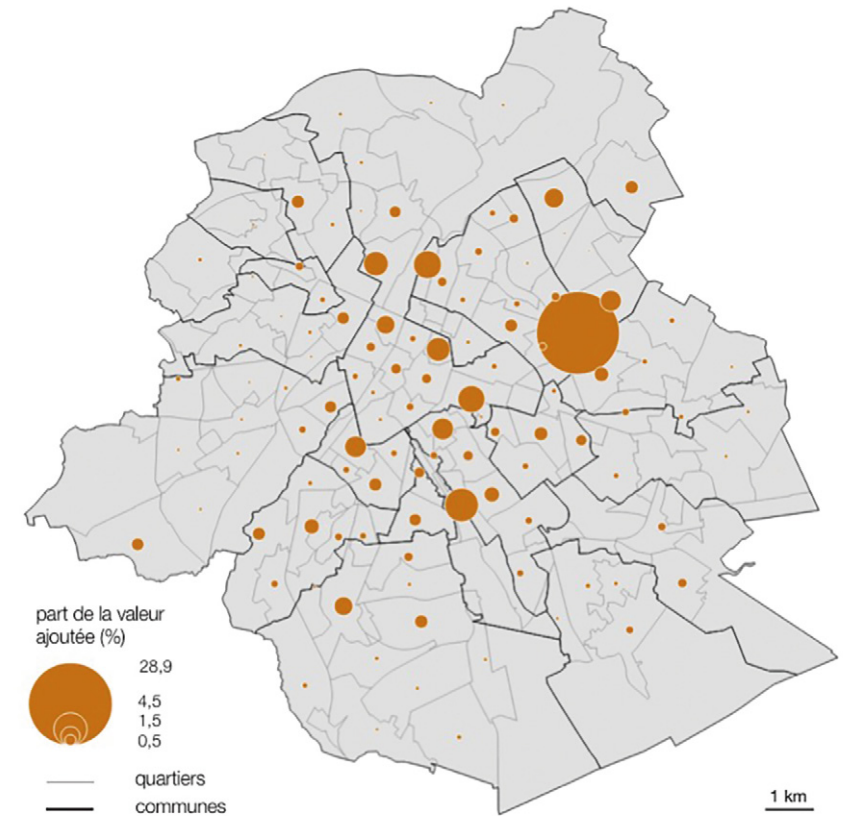
Het onderzoek van Media Clusters Brussels vertrekt van een literatuurstudie die gebruik maakt van diverse onderzoeksgebieden, met als knooppunt alle literatuur rond mediaclusters. Deze werd aangevuld met de verzameling en analyse van zowel kwantitatieve als kwalitatieve primaire data uit verschillende bronnen: een database over bedrijven (Bel-first) en werknemers (Rijksdienst voor Sociale Zekerheid), een online-enquête (n=577) en interviews (n=27) met mediamedewerkers. Dit wordt aangevuld met kennis verzameld via samenwerkingsactiviteiten (workshops, vergaderingen, seminars, openbare evenementen enz.) met belangrijke belanghebbenden, waaronder vertegenwoordigers van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en mediabedrijven.

Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat er in de Brusselse media-industrie ongeveer 6500 media-instellingen zijn, die 15000 werknemers in dienst hebben, en 1300 zelfstandigen.

De mediawerkers in Brussel zijn zeer divers, hoog opgeleid en zeer mobiel. Er zijn Brusselse communities van mediawerkers waarin ze hun praktijken kunnen delen en ontwikkelen,

innovatie bevorderen en hun netwerken uitbreiden. Deze gemeenschappen zijn echter weinig bekend en de meeste moeten het stellen met beperkte middelen. Met 1699 miljoen euro netto aan toegevoegde waarde vertegenwoordigt de media-industrie 2,4% van de totale economie van Brussel. Dat maakt Brussel tot het toonaangevende centrum van media-activiteiten in België. Uitgesplitst is de AV-sector de grootste sector, met alleen al de VRT die 11,8% van de Brusselse media-activiteiten vertegenwoordigt, en andere instellingen zoals RTBF of RTL.

De media-activiteiten vormen minstens vier zeer belangrijke mediaclusters binnen Brussel: een ① AV-mediacluster rond de publieke omroep in Reyers, een ② nieuwsmediacluster in de Europese wijk, een ③ AV-mediacluster in Flagey, Vijvers van Elsene – Naamsepoort, en een ④ mediacluster in de kanaalzone.



Het succes van de ontwikkeling van mediaclusters is niet vanzelfsprekend; het belang van het creëren van nabijheid werd vaak in vraag gesteld. Er moet rekening worden gehouden met andere structuren en met de dynamiek van de Brusselse media-industrie, zoals de nodige infrastructuur, de arbeidsomstandigheden, de vorming van communities enzovoort. In Brussel kan de ontwikkeling van een mediacluster niet los van de politieke complexiteit van Brussel in België worden beschouwd. Het is binnen de bevoegdheden van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest dat het mediapark. brussel-project vorm heeft gekregen.

De stadsplanning, die zich concentreert op de cluster in Reyers, deed weinig om de betrokkenheid van andere gewestelijke agentschappen of beleidsmakers binnen de gemeenschap aan te moedigen en liet de culturele en economische perspectieven van het project over aan de belanghebbenden uit de media-industrie. Hun keuzes zullen samen met die van de regering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest bepalend zijn voor het welslagen van het mediapark.brussels-project.

De onderzoeksresultaten suggereren dat beleidsmakers bij het nemen van beslissingen over de toekomstige ontwikkeling van het mediapark.brussels met de volgende punten rekening moeten houden:

- > Ten eerste moeten toekomstige ontwikkelingen niet alleen rekening houden met mediabedrijven, maar ook met de behoeften en potentiële voordelen van de ontwikkeling van de lokale mediawerkers en de communities van mediaprofessionals. Wat de behoeften van de Brusselse mediawerkers betreft, is een vlotte toegankelijkheid van mediapark.brussel cruciaal, naast de voordelen van ondersteunende communities van mediawerkers om kennis uit te wisselen.
- > Ten tweede moeten de belanghebbenden, ook al ligt de focus op mediapark.brussels, oog hebben voor de andere mediaclusters in andere delen van Brussel. Krijgen zij gelijke kansen om zich te ontwikkelen of moet alle aandacht naar mediapark.brussels gaan? En hoe kan het overhevelen vanuit andere lokale mediaclusters worden vermeden? Hier is de verdere ontwikkeling van communities of practice gericht op de bredere mediagemeenschap in Brussel van essentieel belang. Screen.Brussels en toekomstige initiatieven zijn gebaat

bij een ligging aan het mediapark, maar moeten hun blik gericht houden op de hele sector en de hele regio.

- > Ten derde zijn er verschillende pistes mogelijk voor het configureren van de omvang van een mediacluster, afhankelijk van de belanghebbenden en strategieën die voor het project worden gebruikt. Deze pistes sluiten elkaar niet noodzakelijkerwijs uit, maar kunnen spanningen veroorzaken. De aanpak van deze spanningen is van essentieel belang om de algemene samenhang van het project in stand te houden. We kunnen spanningen vinden tussen:
 - ① een focus op territoriale stedelijke ontwikkeling versus een focus op de culturele en media-industrie, met het risico dat het mediapark.brussels-project zijn infrastructuraanbod niet kan combineren met een aantrekkelijke programmering ter ondersteuning van de media-industrie;
 - ② het ondersteunen van de lokale industrie of het aantrekken van internationale belanghebbenden, met het risico dat het mediapark de bestaande clusters leegzuigt;

- ③ het creëren van een brede mediacluster en het versterken van de AV-specialisatie van Reyers, met het risico dat de cluster de sectorspecifieke innovatiecapaciteit zal belemmeren door te zeer open te staan voor verschillende initiatieven in plaats van alles in te zetten om toonaangevend te worden in één specifiek vakgebied.
- > Ten vierde hebben de bevoegdheden van de regering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, die zich tot de stedelijke en economische ontwikkeling beperken en geen inspraak hebben in het cultuurbeleid inzake de media, er vanzelf voor gezorgd dat mediapark.brussels voor een groot stuk een vastgoedproject geworden is. Dit is niet per se een probleem, maar moet wel onderkend worden om de mogelijkheden en uitdagingen van mediapark.brussels grondig te kunnen beoordelen. Het project zou echter baat hebben bij een meer systemische betrokkenheid van alle belanghebbenden in de media-industrie, niet alleen deze die nauw verbonden zijn met Reyers, naast andere administraties op communautair en federaal niveau, om de strategieën te coördineren die van de cluster een zo krachtig mogelijk instrument ter ondersteuning van de lokale media-industrie kunnen maken.
- > Ten slotte moeten de overheden op gewestelijk, communautair en federaal niveau samenwerken om de sectorale gegevens over mediabedrijven en -werkers te verfijnen en te investeren in het verzamelen van meer gedetailleerde gegevens op lokaal niveau. Het werk van Media Clusters Brussels kan als vertrekpunt dienen voor het oprichten van een observatorium van de media-industrie dat systematisch informatie verzamelt en analyseert over de impact op de metropool van de media-industrie in het algemeen en van de cluster in mediapark.brussels in het bijzonder.

Komorowski M., Wiard V., Derinöz S., Picone I., Domingo D. and Patriarcho G., *A mediapark in Brussels? The media industry and its regional dynamics*, « Brussels Studies, Synopses », № 129, 2018, online since 12 November 2018.

Komorowski M., & Wiard V., *Brussels' media industry: A first look into its size and composition*, in F. Rinschbergh E. Swyngedouw & J. Vlegels (Eds.), *Cultural and creative industries. Creativity in a divided city. La créativité dans une ville divisée*, Brussel: VUB Press.

Komorowski M., *The seven parameters of media clusters: An integrated approach for local cluster analysis*, « International Journal of Media & Cultural Politics », 12(2), 2016, pp. 171-191.

Auteurs en project

Media Clusters Brussels (MCB) was een coöperatief interdisciplinair onderzoeksproject van VUB, ULB en USL-B. Auteurs van het onderzoek zijn onder meer Marlen Komorowski en Ike Picone (imec-SMIT – VUB), Victor Wiard en David Domingo (ReSIC – ULB) en Sabri Derinöz, Sylvain Plazy en Geoffroy Patriarche (PReCoM – USL-B).

De auteurs vormden een interuniversitair team met complementaire expertise op het gebied van mediastudies, waarbij verschillende onderzoeksmethoden zoals gegevensanalyse van de sector, enquêtes en diepte-interviews worden gecombineerd.

Contact

Meer info beschikbaar op www.mediaclusters.brussels.
Neem in geval van vragen omtrent het onderzoek contact op met marlen.

marlen.komorowski@vub.be ^(en)
ike.picone@vub.be ^{(nl)+(fr)}