

WAT IS DE TOEKOMST VAN MEDIA IN DE BELGISCHE HOOFDSTAD?

Brussel,
16 maart, 2017

Brussel, mediastad van de toekomst?

Hoewel het reeds lange tijd bekend is dat Brussel een belangrijke economische motor vormt voor zowel België als de Europese hoofdstad, krijgt de stad nauwelijks dezelfde erkenning als medialocatie die hoofdsteden als Londen, Berlijn, en Parijs gegund wordt. Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest wil hier verandering in brengen door op de Brusselse mediasector een belangrijke focus te leggen binnen haar economische ontwikkelingsbeleid. De stad Brussel plant hiervoor verschillende initiatieven in het leven te roepen met als doel het ondersteunen van de plaatselijke mediasector. Een van deze initiatieven betreft een toekomstige media cluster, het Mediapark.brussels. De ambitie van dit project is om van Brussel een nieuwe mediastad te maken, beginnende met een herstructurering van het strategisch gebied Reyers, de locatie van de beide openbare omroepen. **Maar is Brussel klaar om een mediastad te worden die op Europees niveau de concurrentie aankan met Londen, Parijs, en Berlijn?**

Uit de analyses van het Media Clusters Brussels project blijkt dat Brussel momenteel reeds de belangrijkste locatie is voor media-activiteiten in België: **ongeveer 40% van de toegevoegde waarde die gecreëerd wordt door de Belgische mediasector wordt in de hoofdstad gecreëerd.** De Reyerssite (de toekomstige locatie van het Mediapark.brussels) voorziet momenteel jobs voor meer dan 5.000 werknemers werkzaam in de mediasector. Uit deze en andere inzichten uit de analyses van het onderzoeksproject Media Clusters Brussels, die we hieronder nader toelichten, kan worden afgeleid dat Brussel nu al een belangrijk deel van de Belgische media-activiteiten en mediabedrijven groepeerd, in het bijzonder in de gemeente Schaarbeek waar het Mediapark.brussels zich zal vestigen. De resultaten onderlijnen het belang van de Belgische hoofdstad voor de lokale mediasector. De Brusselse regering bevindt zich dan ook in een ideale positie om te investeren in de ontwikkeling van de hoofdstad als mediastad, gezien reeds aan kritieke voorwaarden voldaan is. Toch wijst het onderzoek uit dat een economisch succesvolle mediastad eveneens nood heeft aan een waaier aan organisaties, bekwame professionals, en creatieve netwerken. Voorwaarden die niet over het hoofd gezien mogen worden door de Brusselse regering.

De impact van media activiteiten in Brussel en daarbuiten

De mediasector biedt een niet te overziende bijdrage aan de Brusselse economie. Met maar liefst 1.699,57 miljoen EUR netto toegevoegde waarde in 2014, draagt de Brusselse mediasector bij tot 1,4% van de totale Brusselse economie (71.744,5 miljoen EUR). Het jaarlijks gemiddelde groeipercentage van de mediasector in Brussel (2,5%) ligt bovendien hoger dan de groeipercentages van de gehele Brusselse en Belgische economie, waardoor het belang van de industrie ook ieder jaar toeneemt.

Meer dan 165.000 mensen zijn werkzaam in de Brusselse mediasector, wat bijdraagt tot 2,7% van de totale werkende populatie in de stad. Van deze 165.000 zijn ongeveer 14.800 in loondienst en 1.300 zelfstandig. Het grootste deel van de werknemers is actief in de audiovisuele sector (ongeveer 6.300). In de printsector zijn dat er ca. 2.900, in de reclamesector ca. 3.000, en in de nieuwe mediasector ca. 2.500. De meeste zelfstandigen in de Brusselse mediasector werken als journalist of schrijver (20,0%), web developer (15,8%), grafisch designer (14,6%), of producer (10,1%). Op het eerste zicht lijkt deze verdeling stabiel te blijven tussen december 2011 en december 2015 (de laatste beschikbare data), maar nader onderzoek toont aan dat er zich een vrij sterke daling voordoet in het aantal werknemers (van 16.200 in 2011 naar 14.800 in 2015). Dit wordt echter uitgebalanceerd door een groei in het aantal zelfstandigen, hetgeen aanleiding geeft

tot de hypothese dat er zich de laatste jaren een verandering in de werkomstandigheden heeft voorgedaan.

Indien we dit vergelijken met de groei in gecreëerde waarde, kunnen we uitgaan van een sterke groei in de arbeidsproductiviteit van de Brusselse mediasector. De verschillende subsectoren dragen op verschillende manieren hiertoe bij. De audiovisuele sector is veruit de grootste, met 828,14 miljoen EUR netto toegevoegde waarde, te wijten aan enkele grote spelers binnen de sector. Enkel en alleen de VRT draagt reeds bij tot 11,8% van de totale economie van de Brusselse mediasector. Slechts 17 bedrijven staan bovendien in voor maar liefst 50% van de totale toegevoegde waarde van de sector, waaronder VRT, RTBF, RTL BELGIUM en KINEPOLIS GROUP (audiovisuele sector), ROSSEL ET CIE, VERBRUIKERS UNIE TEST-AANKOOP, en MEDIAFIN (printsector), JC DECAUX en IP BELGIUM (reclamesector).

Brussel staat in voor 39,0% van de totale toegevoegde waarde van de Belgische mediasector (4.353,90 miljoen EUR), hetgeen blijkt geeft van de sterke concentratie aan media-activiteiten binnen de stad, gevolgd door de provincie Antwerpen met 16,8% en Vlaams-Brabant met 9,5%. Wanneer de verdeling van werknemers in de mediasector tussen de verschillende provincies in beschouwing wordt genomen, dient het niet te verbazen dat Brussel onderdak biedt aan het grootste aandeel werkkrachten (16.169). Hiermee steekt Brussel met kop en schouders uit boven Antwerpen (7.935) en Vlaams Brabant (7.140). De leidinggevende positie van Brussel wordt tevens ondersteund door data aangaande postcodes in België. Het gebied dat valt onder de postcode van Schaarbeek (1030), de locatie van het toekomstige Mediapark.brussels, en de thuisplaats van de beide openbare omroepen, staat vooraan met 12,7% van de gecreëerde waarde, gevolgd door het Brusselse stadscentrum (1000), en Sint-Gillis (1060). Slechts hierna biedt Mechelen (2800), de eerste postcode buiten Brussel, zich aan met 4,3%. Wanneer we bovendien de verschillende Brusselse wijken in beschouwing nemen, valt op dat de Reyerswijk het hoogste aandeel van de Brusselse mediasector produceert met 28,9%, gevolgd door de Vijvers van Elsene (4,8%) en de Noordwijk (3,3%).

Meer informatie over deze bevindingen, de gehanteerde methodologie, en visualisaties kan teruggevonden worden op de website www.mediaclusters.brussels (zie Deliverable 2.3a en 4.2a)

Wat brengt de toekomst?

Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest heeft in haar Gewestelijk Plan voor Duurzame Ontwikkeling van 2013 de mediasector geïdentificeerd als kerndomein voor toekomstige economische ontwikkeling van de hoofdstad, en plant deze te ondersteunen door middel van verschillende initiatieven. Na 3 jaar zal het eerste initiatief, de ontwikkeling van de Reyerssite tot Mediapark.brussels vorm krijgen. Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, in samenwerking met de gemeente Schaarbeek, de VRT en de RTBF, koestert de ambitie een 8 hectare grote urbane ruimte te ontwikkelen met daarin de nieuwe hoofdkwartieren van de VRT en RTBF. Dit zou vervolgens uitgroeien tot het hart van een nieuwe creatieve, diverse en levendige Brusselse wijk. Perspective.brussels en MSI Brussels (de Maatschappij voor Stedelijke Inrichting) nemen beide het voortouw in de ontwikkeling van het project. VRT en RTBF plannen bovendien in 2022 te verhuizen naar hun nieuwe locatie. Gelijktijdig zou ook de eerste publieke ruimte een feit zijn, met daaropvolgend de eerste woonprojecten in 2024.

Het onderzoek toonde aan dat Brussel nu al een leidende media locatie is binnen België. Bovendien trekken de Reyerssite en Schaarbeek een groot deel van de media-activiteiten in de stad naar zich toe. Dit is een kritieke voorwaarde indien een locatie zou kunnen uitgroeien tot een succesvolle mediastad die ook op internationaal niveau de concurrentie aankan. Zonder deze voorwaarden, zoals de agglomeratie van mediabedrijven en werkkrachten, zou de ontwikkeling van een nieuwe media hub onmogelijk zijn. Onderzoek van het MCB project toont eveneens aan dat naast de agglomeratie van media-activiteiten,

ook aan andere voorwaarden voldaan dient te worden vooraleer een mediacluster economisch succes kan kennen. Niet alleen is de nabijheid van mediabedrijven een noodzakelijkheid, maar ook het netwerk van ondersteunende instellingen, de kennis van de werknemers, en de mogelijkheid voor het uitwisselen van deze kennis en spillover effecten te genereren is cruciaal. Hoewel Brussel een nu al een beloftevolle locatie voor een mediacluster vormt, is het belangrijk ook oog te hebben voor deze bijkomende factoren, naast enkel het ontwikkelen van de nieuwe locatie.

Meer informatie over de plannen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest kan gevonden worden in het persdossier en op de website www.mediapark.brussels.

Over Media Clusters Brussels

Media Clusters Brussels - MCB - is een collaboratief en interdisciplinair onderzoeksproject van de drie grote universiteiten in Brussel, VUB, ULB, en USL-B. Het stelt als doel de belangrijkste facetten van de mediasector in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest te analyseren, en de ontwikkeling van clusters te exploreren. Zodoende beoogt dit project socio-economische meerwaarde te creëren voor de Brusselse mediasector en daarbuiten door beleidsmakers een diepgaande kennis te bieden inzake de mediasector gedurende de verschillende fases van het Mediapark.brussels project aan de Reyerssite.

Meer informatie over het MCB project is te vinden in de brochure en op de website www.mediaclusters.brussels.

Al het persmateriaal, met inbegrip van het persbericht in drie talen, infographics en visualisaties, de MCB brochure en links naar digitale weergaven van de resultaten kan u online terugvinden op:

<http://mediaclusters.brussels/press-desk/>

Contact

Media Clusters Brussels – MCB
Telephone: +32 / (0)2 629 1617
Email: info@mediaclusters.brussels
Twitter: [@MediaBXL](https://twitter.com/MediaBXL)
Website: www.mediaclusters.brussels

Prof. Dr. Ike Picone
(MCB project leader)
SMIT, Studies on Media, Innovation & Technology - Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 9, 1050 Brussels
Telephone: +32 / (0)2 629 1617
Email: ike.picone@vub.be

Betrokken onderzoekers:

Marlen Komorowski (SMIT - VUB): marlen.komorowski@vub.ac.be

Victor Wiard (ReSIC - ULB): victor.wiard@ulb.ac.be

BINNENKORT

Laat je horen als mediaprofessional! Vul onze survey in!

Deadline: May 2017

www.mediaclusters.brussels/brussels-media-survey/

Vergezel ons op de EMMA preconference "Creative clusters, media hubs and beyond"!

Deadline: May 2017

<http://www.vub.ac.be/en/events/2017/creative-clusters-media-hubs-and-everything-in-between-putting-theory-to-the-test>