

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 114

van **KARL VANLOUWE**

datum: 9 februari 2015

aan **SVEN GATZ**

VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Vlaams-Brusselse media - Bereik

Niemand kan het belang en de relevantie van de Vlaams-Brusselse media ontkennen. Tv Brussel, FM Brussel, de stadskrant Brussel Deze Week, het uit-magazine Agenda en de website Brusselnieuws leveren elk op hun manier en via hun kanaal informatie over het Vlaams-Brusselse leven.

Sinds de bundeling en zelfs fusie van deze mediakanalen kan het nuttig zijn om duidelijkheid te krijgen over de evolutie in het bereik van de diverse Vlaams-Brusselse mediakanalen.

1. Wat zijn de luistercijfers van FM Brussel ? Graag de luistercijfers vanaf 2010 tot en met 2014?
2.
 - a) Hoeveel mensen lezen Brussel Deze Week en het bijgevoegde uit-magazine Agenda in dezelfde periode? Is er een verschil tussen Brussel Deze Week en Agenda?
 - b) Hoeveel gratis abonnementen zijn er (2010-2014)? Hoeveel betalende abonnementen zijn er (2010-2014)?
 - c) En op hoeveel plaatsen wordt Brussel deze Week gratis ter beschikking gesteld via verdeelpunten (metro's, openbare gebouwen, administraties,...)? Hoeveel exemplaren worden gemiddeld op deze manier verdeeld?
3.
 - a) Wat is het gemiddelde van de dagelijkse unieke bezoekers van de website Brusselnieuws.be ?
 - b) Kan dit ook worden weergegeven van 2010 tot en met 2014 ?
 - c) Is er een effect van twitter en facebook waar te nemen bij de bekendmaking van de Brusselnieuws.be? Hoeveel bezoekers van de website komen via twitter en facebook? Worden alle artikels bekendgemaakt via facebook en twitter?
 - d) Wat is het aantal abonnees op de nieuwsbrieven van Brusselnieuws.be in dezelfde periode (van 2010 tot en met 2014)?

- e) Is het mogelijk om aan de hand van het IP-adres aan te duiden waar de bezoekers van de websites gesitueerd zijn? Zo ja, hoeveel bezoekers wonen in het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest en hoeveel daarbuiten?
4. Wat zijn de kijkcijfers van TV Brussel, ook voor dezelfde periode van 2010 tot 2014?

SVEN GATZ

VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

ANTWOORD

op vraag nr. 114 van 9 februari 2015

van **KARL VANLOUWE**

Er bestaan geen betrouwbare gegevens over het specifieke bereik van de mediapartners over de verschillende jaren heen. Het bereik van de lokale media is altijd al zeer moeilijk te meten of in te schatten geweest. Statistieken en cijfers zijn onbestaande of verschillen van bron tot bron, of maand op maand, door te kleine steekproeven, betwistbare methodologie en/of foutieve extrapolaties.

In de aanloop naar de fusieoperatie van de mediapartners tvbrussel vzw, fmbrussel vzw en Brussel Deze Week vzw werden er tijdens de vorige legislatuur twee onderzoeken uitbesteed.

De studie van BRIO-Cemeso (2011), met o.a. een web-enquête bij ruim 1.500 personen, omvatte kwantitatieve en kwalitatieve evaluaties en analyses van het Vlaams-Brusselse mediagebruik in het algemeen, en van het publieksprofiel en de publieksperceptie van de Vlaams-Brusselse media.

De resultaten van die studie vormden een belangrijke input voor het onderzoek van Capgemini Consulting naar de potentiële efficiëntiewinsten van een fusie van de Vlaamse-Brusselse mediapartners tot een Vlaams-Brussels Mediaplatform (2011-2012). In de conclusies van dit onderzoek werden diverse zakelijke, organisatorische en inhoudelijke modellen aangereikt: de nieuwsselectie, de coördinatie van de nieuwsgaring en de nieuwsproductie, de redactionele structuur, de kernactiviteiten, de commerciële strategie, de organisatorische en zakelijke structuur, het bestuursmodel, enzovoort.

De juridische fusieoperatie van de mediapartners is ondertussen achter de rug. Het is naar aanloop van een strategische oefening over de verdere positionering en rol van de Brusselse media nu zeker opportuun om duidelijkheid te krijgen over het bereik van de diverse Vlaams-Brusselse mediakanalen.

In januari/februari 2015 heeft de vzw Vlaams-Brusselse Media een beperkt kwantitatief marktonderzoek laten uitvoeren door p-values/Futures. De huidige budgettaire context laat momenteel geen groot publieksonderzoek toe.

Het is de bedoeling om dit onderzoek de komende jaren te herhalen en te verfijnen, om aldus de evolutie van het bereik in kaart te kunnen brengen. Het telefonisch onderzoek gebeurde bij 702 respondenten, in Brussel (Nederlandstaligen, anderstaligen) en in de Rand (Nederlandstaligen).

Hierna geef ik een aantal resultaten voor fmbrussel en tvbrussel, die ik zojuist van de Vlaams-Brusselse media heb ontvangen. Er is hierover nog geen overleg geweest met de mediapartner. Ik heb zelf nog informatieve vragen bij de gevolgde methode en de juiste interpretatie van de cijfers. Ik wil hierover in dit stadium dan ook nog geen beleidsuitspraken of conclusies aan verbinden.

Het gebruikte universum bij dit onderzoek is voor alle vijf merken hetzelfde. Er werden mensen ondervraagd in Brussel en de Rand, in drie talen (Nederlands, Frans, Engels). De resultaten m.b.t. het bereik gaan dus enkel over het bereik bij die groepen.

De meertaligheid zit ook vervat in het onderzoek. Van de 200 ondervraagde anderstalige Brusselaars (mensen die aangaven een andere thuistaal te hebben dan het Nederlands) verliep bij 90 % het interview in het Frans, bij 10 % in het Engels.

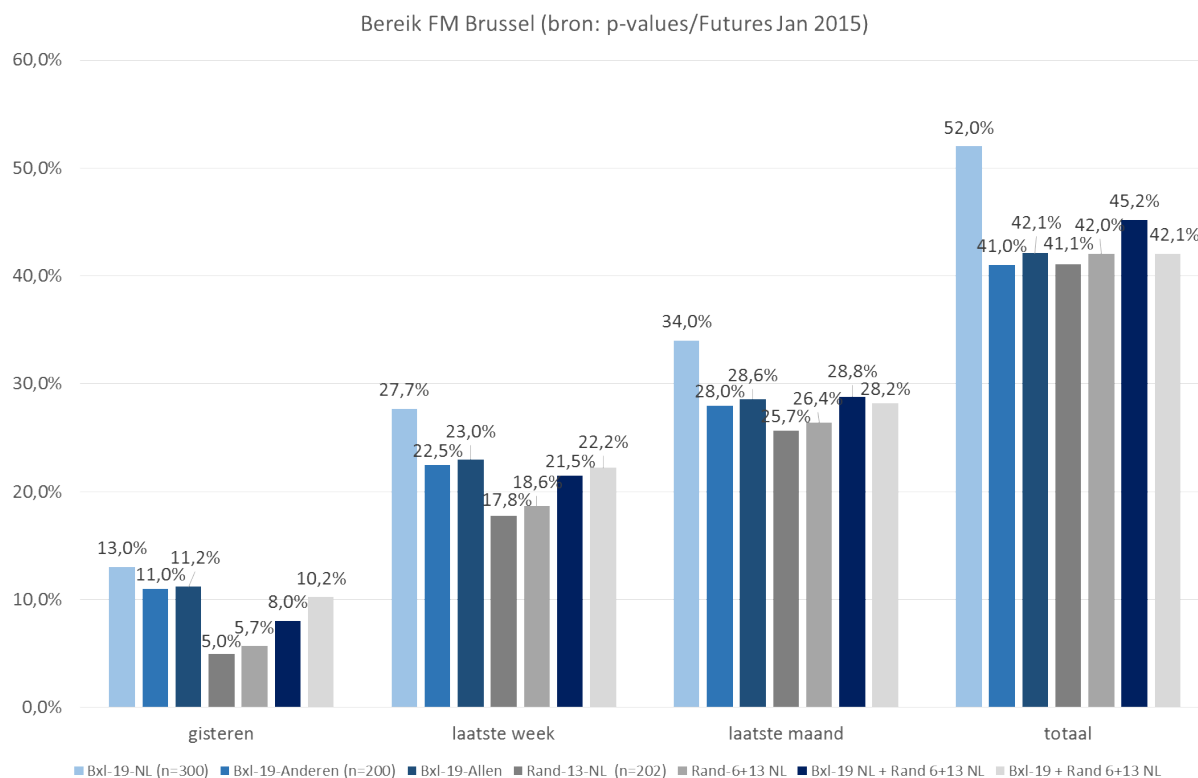
Als **universum** worden de volgende cijfers vooropgesteld:

	Totaal	Nederlandstalig 10%*	Anderstalig 90%
Brussel 19	1.163.486	116.349	1.047.137
	Totaal	Nederlandstalig 66%**	Anderstalig 34%
Rand 13	346.306	229.066	117.190
	Totaal	Nederlandstalig 30%**	Anderstalig 70%
Faciliteiten 6	70.940	21.282	49.658
Totaal	1.580.732	366.697	1.214.035

* Bron: Nielsen

** Bron: GfK, onderzoek Randkrant 2013

1. Volgens het vermelde onderzoek heeft fmbrussel momenteel het volgende bereik:



De resultaten zijn antwoorden op de vraag: "Wanneer heeft u voor het laatst medium X, Y, Z geconsumeerd?" Daarbij moesten respondenten aangeven: "gisteren, laatste week, laatste maand, langer geleden."

2. a) CIM Bereikcijfers:

	2010-2011	2013-2014
Brussel Deze Week		
<i>Print</i>	87.800	111.000
<i>Print + Online</i>	(geen CIM-cijfers)	130.100
AGENDA magazine		
<i>Print</i>	152.100	152.400
<i>Print + Online</i>	(geen CIM-cijfers)	178.800

De online ontsluiting van BDW en AGENDA gebeurt pas sinds september 2010 via Issuu.com. De website/blog van AGENDA werd gelanceerd in maart 2012.

b) Abonnementen:

Abonnementen	2010	2011	2012	2013	2014
Gratis	50.343	48.615	44.728	42.668	40.968
Betalend	2.909	2.832	2.832	2.854	3.126
Totaal	53.252	51.450	47.560	45.522	44.094

c) Distributie:

<i>Losse Distributie</i>	Aantal verdeelpunten	Gemiddelde weekoplage
Brussel Deze Week	597	17.757
AGENDA magazine	726	27.441

3. a) Het daggemiddelde is niet zomaar uit Google Analytics te halen: daarvoor moeten alle unieke cijfers voor de 365 dagen manueel opgeteld worden. Men kan wel het aantal unieke bezoekers op maandbasis meten. Voor 2014 bedraagt het maandgemiddelde 156.529 unieke bezoekers.

b) Gemiddelden per maand van 2010 tot 2014:

Maandgemiddelde	2010	2011	2012	2013	2014
Unieke bezoekers	87.200	82.511	104.980	120.661	156.529

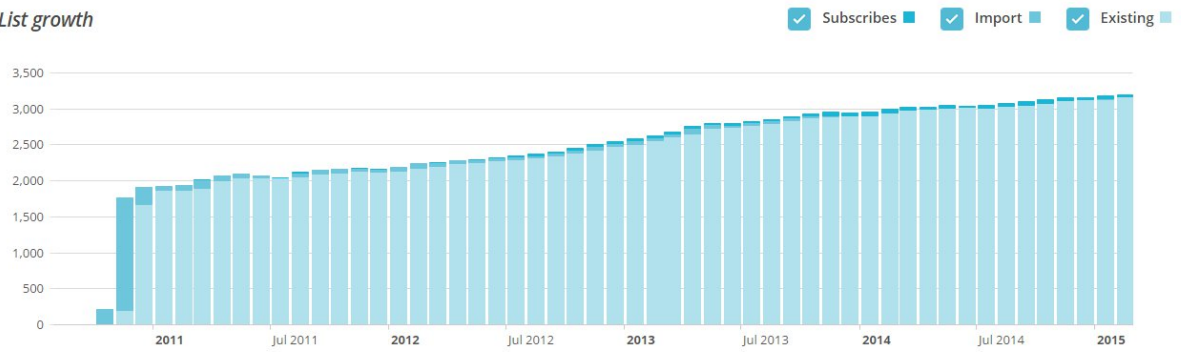
In januari 2015 bedroeg dit cijfer reeds 198.000 ; de stijgende lijn zet zich dus door.

- c) Sociale media zorgen voor een steeds groter aandeel van de trafiek naar de website. Vooral de rol van Facebook is daarbij belangrijk, zoals blijkt uit de volgende cijfers:

- In 2011 waren sociale media goed voor 19 procent van alle bezoeken, in 2014 was dit al 28 procent.
- Facebook was in 2011 goed voor 78 procent van al het verkeer via sociale netwerksites. In 2014 was dit al 86 procent.
- Twitter vult nagenoeg het volledige restsegment van het sociale mediabezoek in.
- Bijna alle artikels worden via twitter gedeeld. Voor Facebook is men selectiever om de 'fans' niet te overladen met posts.
- Het aantal fans op Facebook bedroeg op 16/2/2015 7.604. Op twitter werd brusselnieuws.be die dag gevolgd door 6.474 mensen en organisaties.

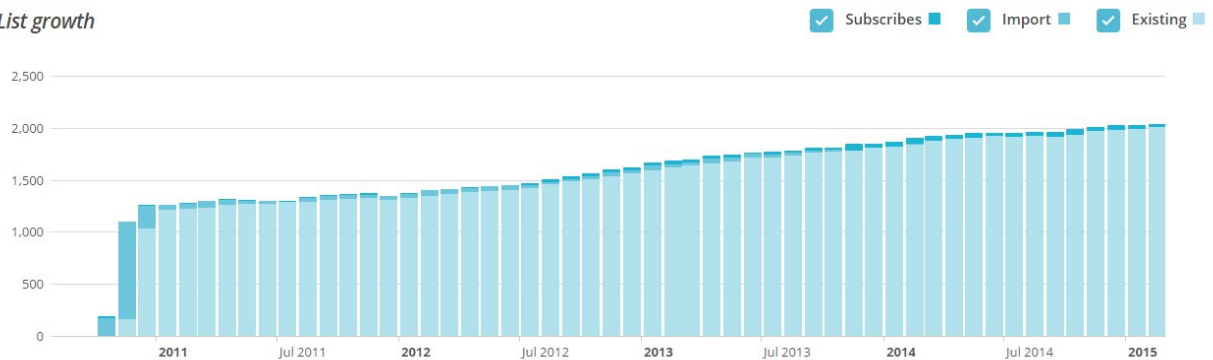
- d) Nieuwsbrief **FOCUS OP BRUSSEL** (wekelijks) : 3.195 abonnees.

List growth



Nieuwsbrief **NIEUWSFLASH** (dagelijks, maandag tot zaterdag) : 2.041 abonnees.

List growth

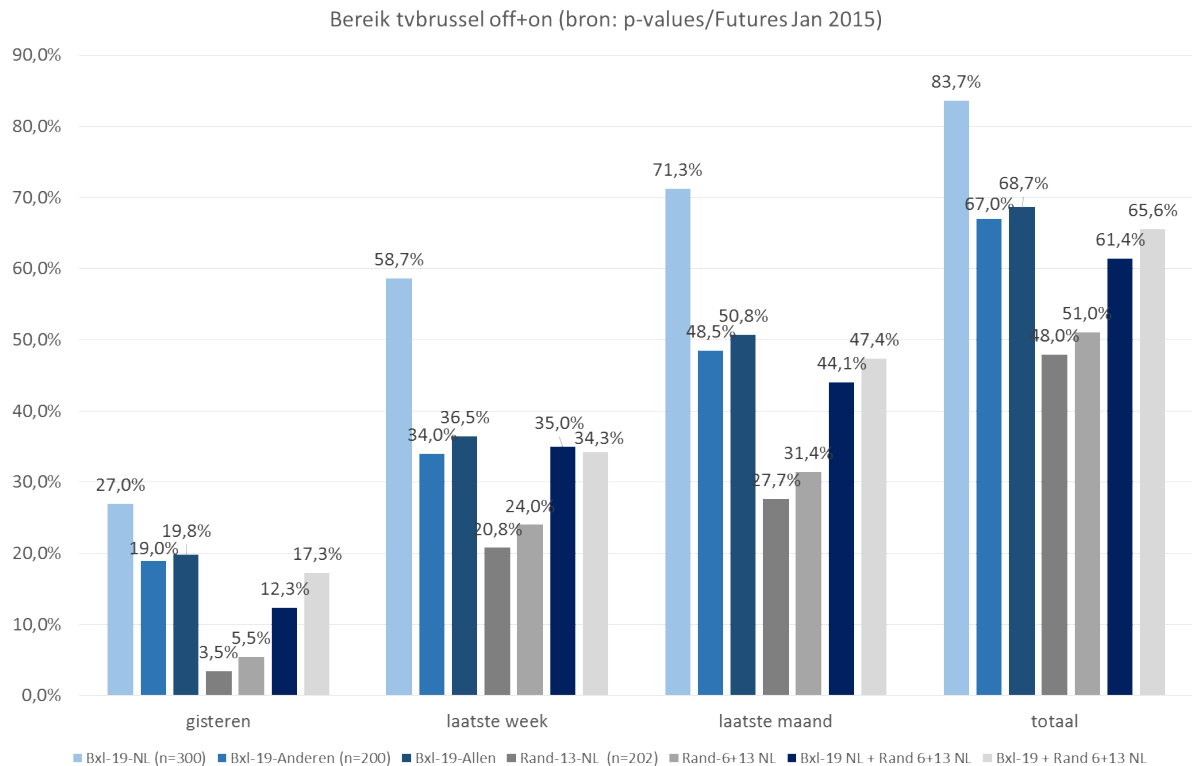


e) Bezoekers van de websites: de IP-adressen

binnen Brussels Gewest 69,11%;
buiten Brussels Gewest 30,89%.

Nota bene: IP-adres is niet gelijk aan woonplaats.

4. Er is de afgelopen jaren geen kwantitatieve meting geweest. Volgens de hiervoor vermelde studie heeft tvbrussel het volgende bereik:



Op één en op Canvas wordt elk weekend het weekoverzicht van tvbrussel uitgezonden. Dit programma heeft gemiddeld 95.000 kijkers, verspreid over het hele land.