



Mediacommissie Vlaams Parlement

14/2/2019

Saskia Schatteman, CEO Var

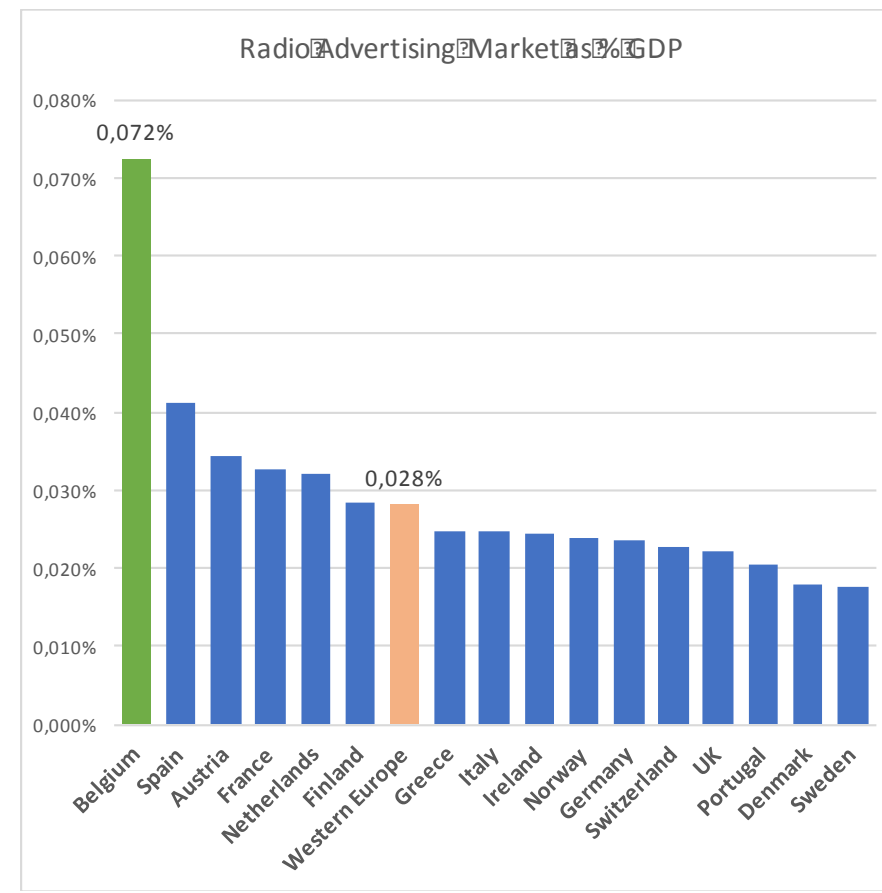
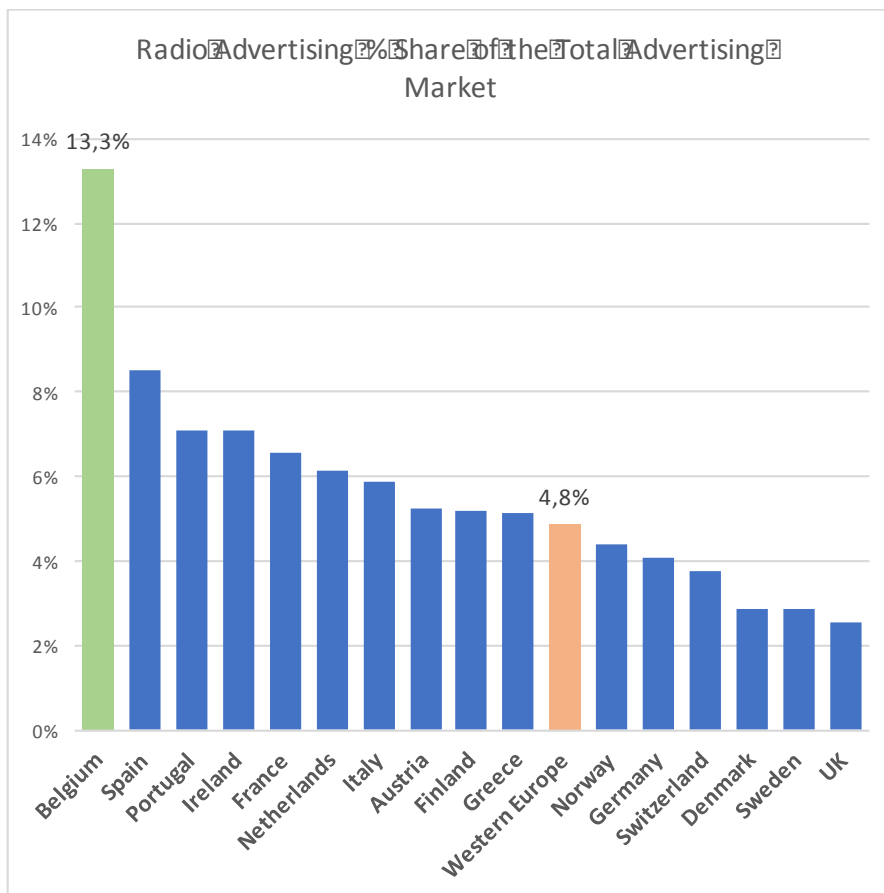


Kerncijfers Var



- 100% dochter van VRT – bestaan volgend jaar 30 jaar – 46 VTE
- **Regie mandaat VRT content assets**
 - VRT inkomsten in lijn met plafond in 2018 (+-75 mio€)
- Aanbod: **kwalitatief merken en publieken matchen** op VRT Radio – TV - Online (via Pebble Media)
Noot: te stringente beperkingen in BHO laten niet toe plafond van 3 miljoen€/jaar te behalen
- Promotor van **samenwerking ter ondersteuning Vlaams media ecosystem.**
Sucessvol samen radio landschap groot gemaakt

BENCHMARK RADIO RECLAME MARKT –EUROPA



Bron: IHS Markit

Het **aandeel van de radio reclame markt in België**, zowel **in % van de totale reclame markt en in % van het Bruto Binnenlands product** is het hoogst van alle Europese landen. Het aandeel is meer dan 2,5 maal hoger dan het West-Europese gemiddelde

Vergelijking op basis van gegevens van IHS Markit: Bruto reclame cijfers voor Europese landen, 2017

Wat adverteerders willen

- Adverteerders willen **groot en kwalitatief bereik** voor hun boodschappen. Adverteerders hebben baat bij sterke en diverse media & zorg om bereik als media verdwijnen.
- Adverteerders willen **innovaties met de consument mee** en **budget flexibel** inzetten waar ze hun klanten effectief kunnen bereiken.
- Adverteerders willen **eenvoud in aankoop, verwerking en rapportering** van media.
- Adverteerders willen de effectiviteit van hun campagnes kunnen **meten en optimaliseren op basis van betrouwbare data**.

Innoveren om de lokale 'taart' zo groot mogelijk te maken

- Adverteerders willen groot en kwalitatief bereik



- Alle lokale spelers maximaal inzetten om lokaal bereik te bieden

- Adverteerders willen innovaties die consument volgen en budget flexibel inzetten



- Continu innoveren en oplossingen bieden

- Adverteerders willen eenvoud in aankoop, verwerking en rapportering



- Samen werken aan een gemeenschappelijk buying/selling/data platform met alle lokale spelers (1 platform)

- Adverteerders willen betrouwbare data.



- Investeren in lokale 'digital grade' meetmethodes die ook betrouwbaar zijn

Het Vlaamse medialandschap

Sterk staan door lokale samenwerking

