



Vlaanderen
is media

Rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2018

Voorstelling Vlaams Parlement 21 maart 2019

Overzicht presentatie

► 5 hoofdstukken rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2018

1. Afbakening sector
2. Mediagroepen
3. Info over concentratie
4. Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsvoorstellen
5. Algemeen besluit

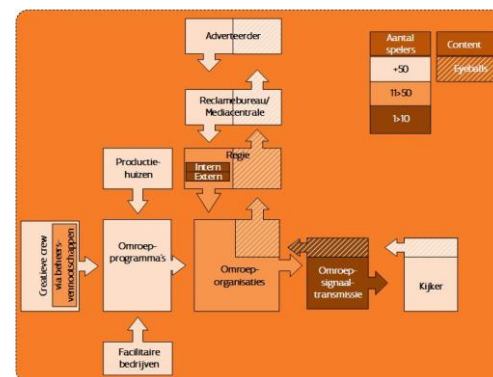
Structuur rapport= idem vorige jaren

> in deze presentatie vooral toelichting bij inhoudelijke wijzigingen t.o.v vorige edities

Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector

► Vier mediavormen:

- Radio
- Tv
- Geschreven Pers
- Internet



- Wijzigingen t.o.v. rapport 2017 situeren zich vooral binnen radio (erkenningronde lokale radio's, DAB+)
- Tv: nieuwe vormen van TV kijken> spelers op zoek naar nieuw inkomstenmodel, bv adresseerbare reclame
- Verticale integratie (spelers actief binnen andere segmenten waardeketen)

Besluit hoofdstuk 1

	Content	Aggregatie	Distributie
Radio		Landelijke radio-omroeporganisaties	Radiosignaaltransmissie Landelijk & DAB+
		Netwerkradio-omroeporganisaties	
		Lokale radio-omroeporganisaties	Radiosignaaltransmissie Lokaal FM
Televisie	Facilitaire bedrijven	Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair)	Dienstenverdelers & netwerkbeheerders
	Productiehuizen	Exploitatiemaatschappijen regionale televisie	
GP	Pers- en fotoagentschappen	Uitgevers dagbladen	Groothandel pers
	Reclameregies	Uitgevers gratis pers	Kleinhandel pers
	Mediacentrales	Uitgevers periodieke bladen	
Internet		Bedrijven achter websites in de Vlaamse mediasector en nieuwswebsites	ISP/netwerkaanbieders
			Mobiele operatoren
		Sociale media-accounts	Sociale media netwerken
	Reclameregie	Apps Vlaamse mediabedrijven	App stores

>50

11-50

1-10

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

Groep

De Persgroep

Mediahuis

Proximus

Roularta Media Group

Studio 100

Telenet

VRT

- ▶ Voor elke groep
 1. Overzicht aandeelhouders
 2. Organigram
 3. Overzicht merkenaanbod

- ▶ Verstrengeling groepen, strategische allianties (maar steeds meer integratie)



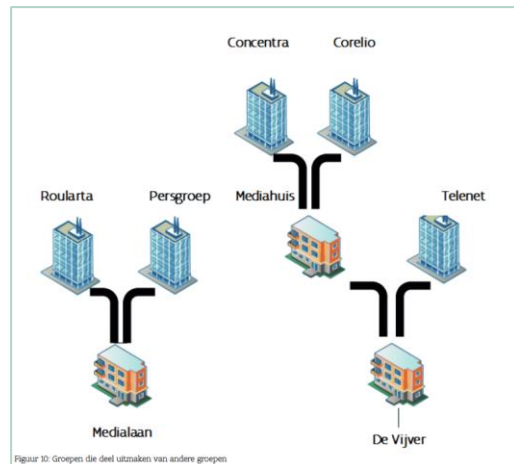
Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

Belangrijkste wijzigingen t.o.v. 2017:

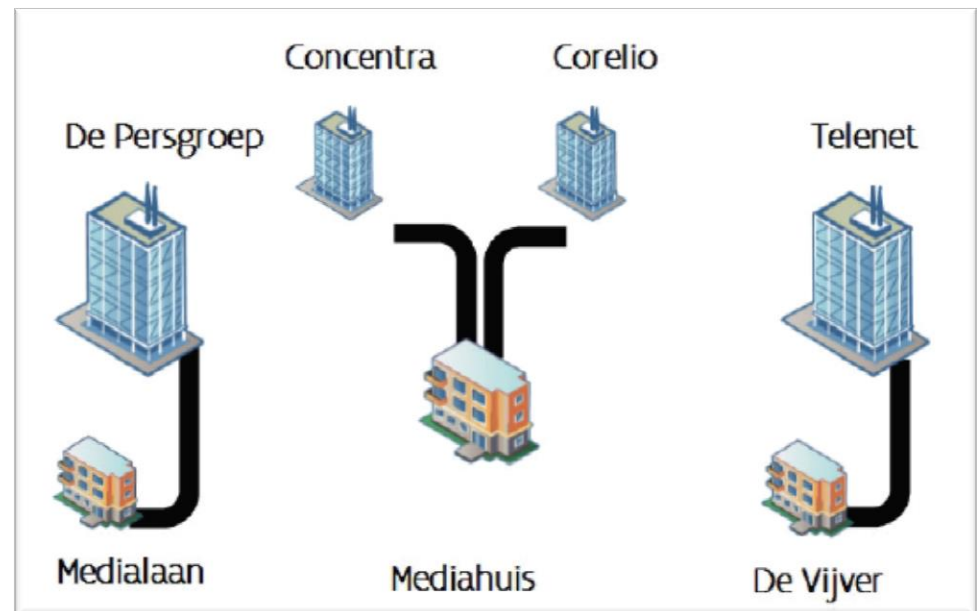
- ▶ Medialaan volledig ondergebracht bij De Persgroep
- ▶ Aankondiging De Vijver Media volledig onder Telenet (Liberty)-onder voorbehoud goedkeuring mededingingsautoriteit
- ▶ Verdere integratie Corelio-Concentra-Mediahuis (met sinds 9 januari 2019 wijziging bedrijfsnaam Corelio NV in Mediahuis Partners NV)

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

2017

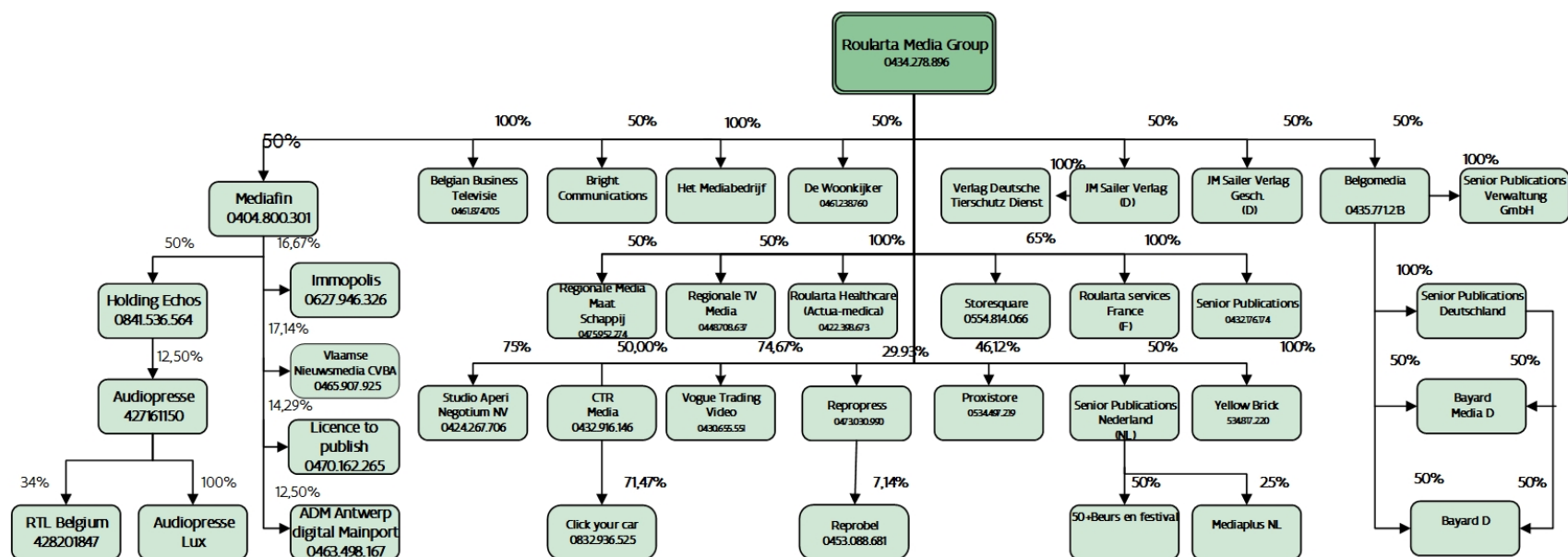


2018



Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 2: organigram bv Roularta



Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 2: overzicht merken bv VRT

OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN		PERSONEEL BLADEN		INTERNET		MOBIL INTERNET		REGE	ANDERS
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie				
• Radio 1															
• Radio 2															
• MNM															
• Studio Brussel															
• Klara															
• VRT NWS															
• Sporza															
• één															
• Canvas															
• Net Gemist/ Ooit Gemist															
• BVN															
• Ketnet															
• Ketnet JR															
• Ketnet DUB															
• Submerken, zoals De Kampioenen, Kaatje															
• radioplus.be															
• vrt-taal.net															
• flandreinfo.be (Frans), flandersnews.be (Engels) en flandreinfo.be (Duits)															
• Langzullen-welezen.be															
• VAR															
• Pebble Media															
• Brand Extensions															

Tabel 56: Overzicht merken VRT nv



Vlaanderen
is media

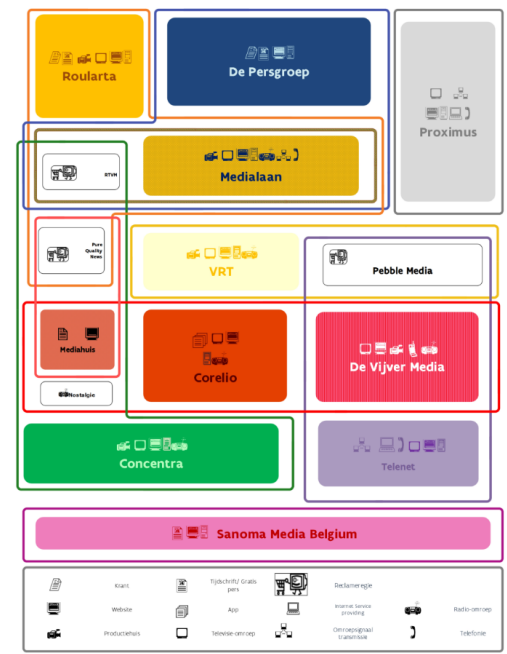
Hoofdstuk 2: Crossmedialiteit

AANBOD MEDIAGROEPEN

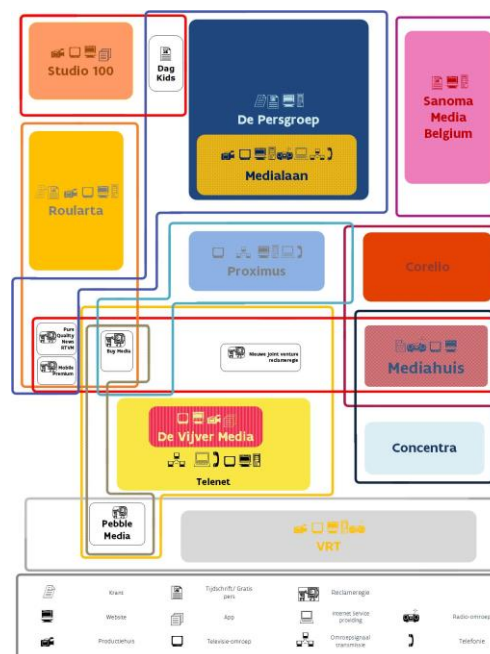
MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN		PERIODIEKE BLADEN		INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie				
● De Persgroep nv	x	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
● Mediahuis nv	x	-	x	x	-	x	x	x	-	x	-	x	-	x	-
● Roularta Media Group nv	-	-	x	x	-	x	x	x	-	x	-	x	-	x	x
● Proximus nv	-	x	x	x	x	-	-	x	x	x	x	x	x	x	x
● Studio 100 nv	Enkel content	-	x	x	-	-	x	x	-	x	-	-	-	-	x
● Telenet Group Holding nv	x	x	x	x	x	-	-	x	x	x	x	x	x	x	x
● VRT nv	x	-	x	x	-	-	-	x	-	x	-	x	-	x	x

Tabel 57: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

Verstrengeling



2016



2018

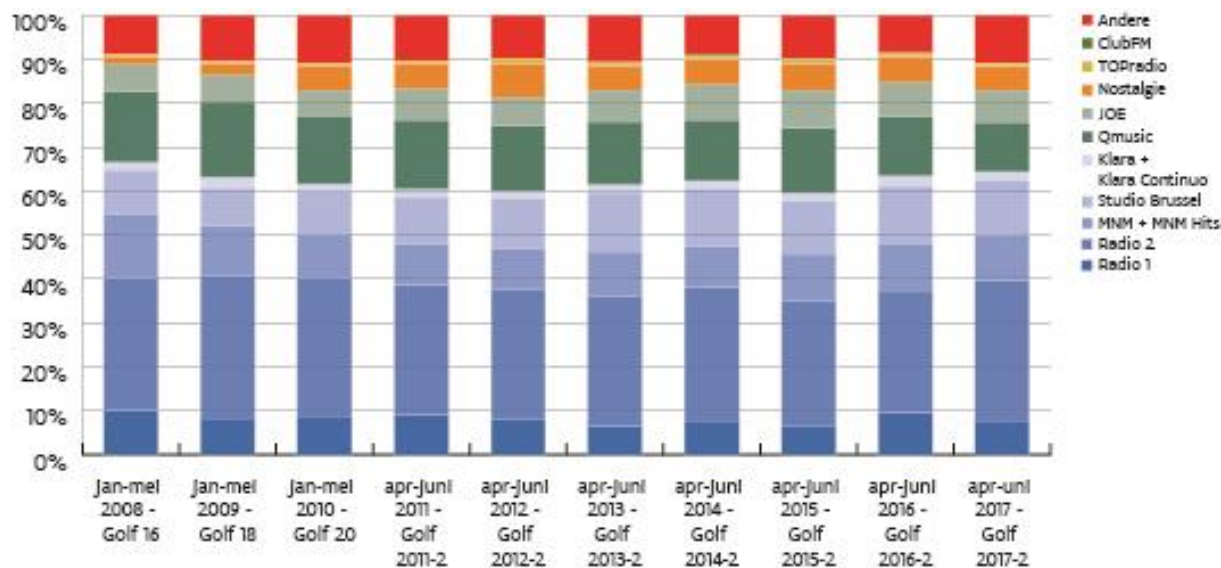
- ▶ In 2018 minder overlappings dan de vorige jaren (o.a. door volledige integratie Mediaaan, De vijfver media)
- ▶ Samenwerking situeert zich vooral in reclamewerving

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie

► Berekening concentratie:

- Bespreken verticale, horizontale en crossmediale integratie per mediavorm
- Financiële gegevens
- Concentratie-indexen (C4, Herfindahlindex) op basis van populariteit (opages, kijk- en luistercijfers ...)

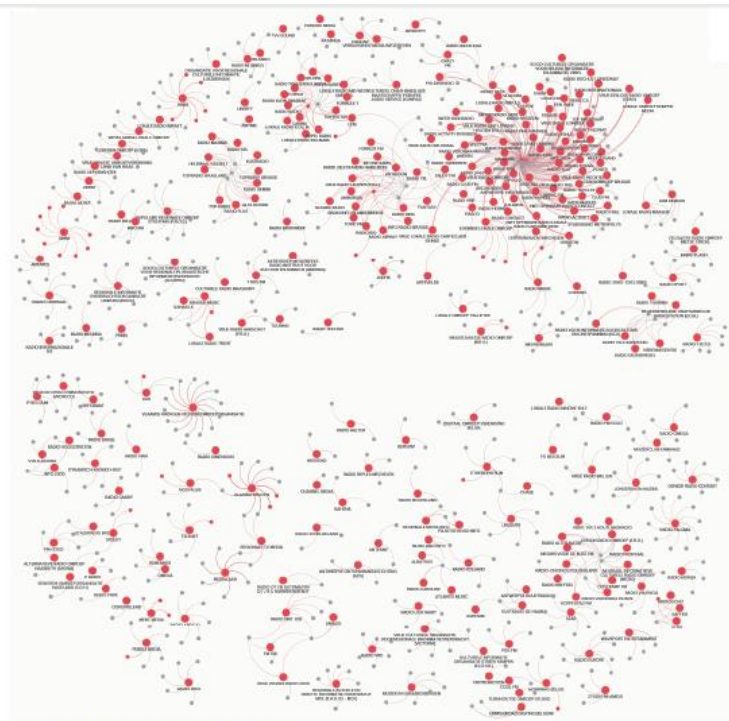
Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie



Figuur 37: *evolutie marktaandelen radio*

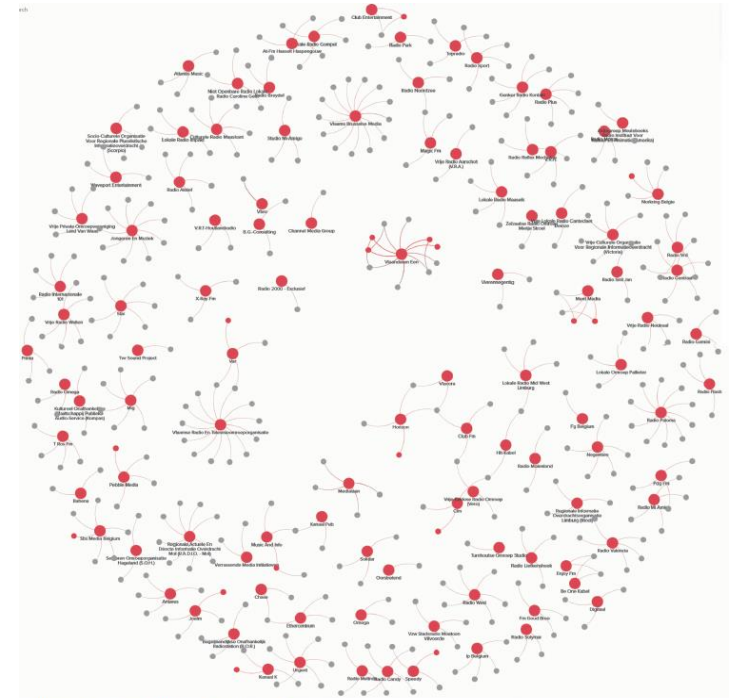
Concentratie functionehouders per mediasoort

Radio 2017



Figuur 45: Mandatenconcentratie in de radiosector
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Radio 2018

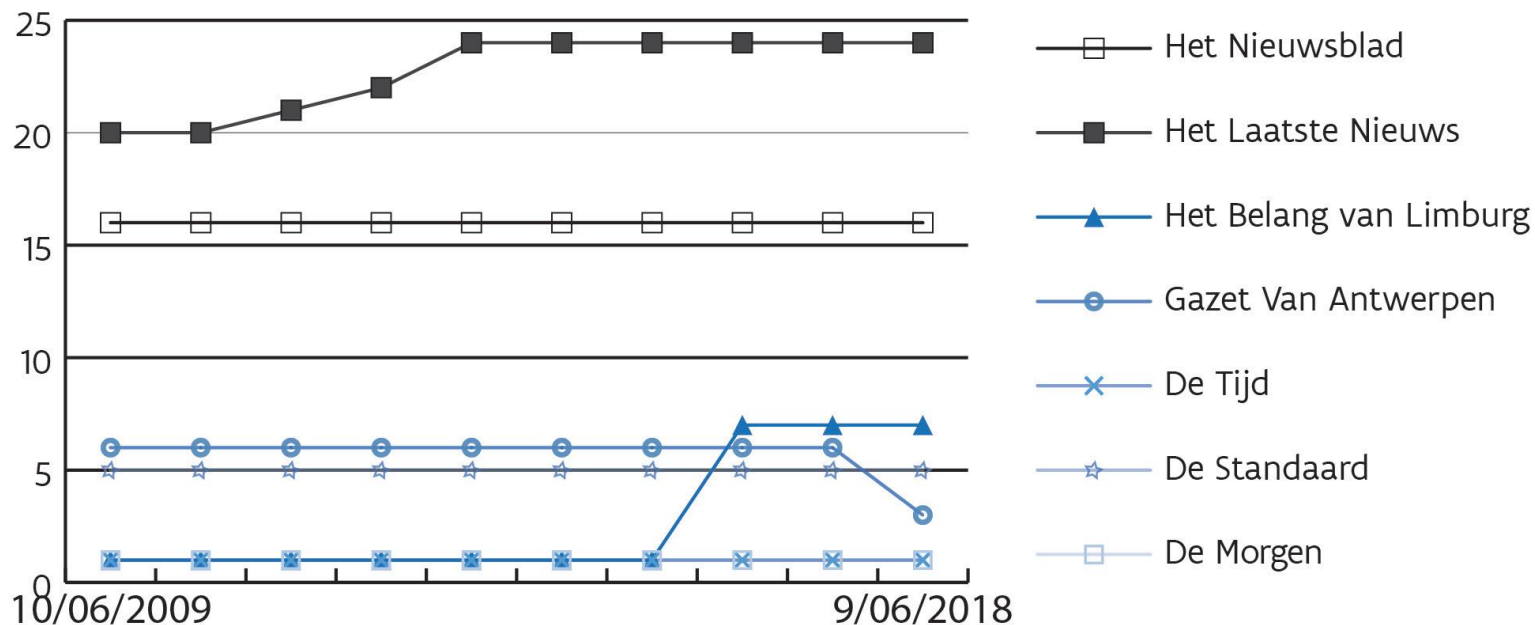


Figuur 42: Mandatenconcentratie in de radiosector
Bron: VRM op basis van informatie NBB



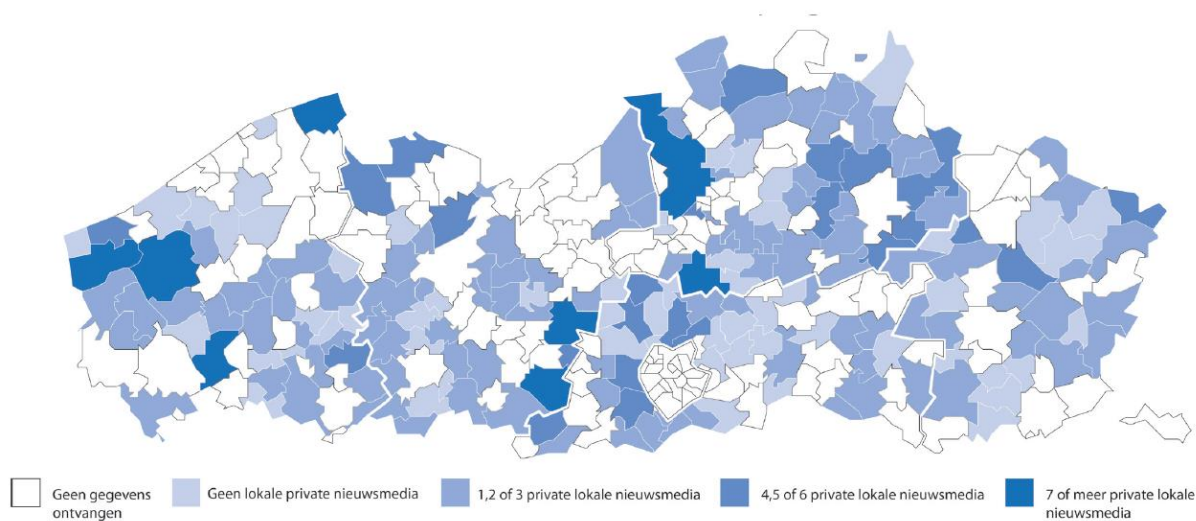
Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 3



Aandacht voor lokale nieuwsmedia: regionale edities

Hoofdstuk 3



Figuur 100: Privaat lokaal nieuwsaanbod per gemeente
Bron: eigen onderzoek

Lokale nieuwsmedia: bevraging gemeentelijke communicatiemedewerkers door VRM



Vlaanderen
is media

Besluit hoofdstuk 3

CONCENTRATIE (HHI)

MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
• Radio	Contentleveranciers	Radiogroepen =	Radiosignaaltransmissie
		Radiozenders =	
• Televisie	Productiehuizen	Omroeporganisaties groepen ↘	Omroepsignaaltransmissie
		Omroeporganisaties zenders =	
• Geschreven pers	Redacties	Kranten titels =	Distributie
	Pers- en fotoagentschappen	Kranten uitgevers =	
	Reclameregies	Tijdschriften titels =	
	Mediacentrales	Tijdschriften groepen ↗	
• Internet	Contentleveranciers	Websites =	Internetdistributie
	Reclameregies en Mediacentrales	Websites groepen ↗	

Tabel 98: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)

Legende:

Geen waarde berekend
Niet geconcentreerd (waarde <0,15)
Matig geconcentreerd (waarde 0,15 ≤ x ≤ 0,25)
Sterk geconcentreerd (waarde >0,25)

Hoofdstuk 4: stimulering van diversiteit en mogelijke remediering en beleidsaanbevelingen

- ▶ Antwoorden op mediaconcentratie van het beleid
- ▶ Stimulering van diversiteit
- ▶ Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

Hoofdstuk 4: remedies

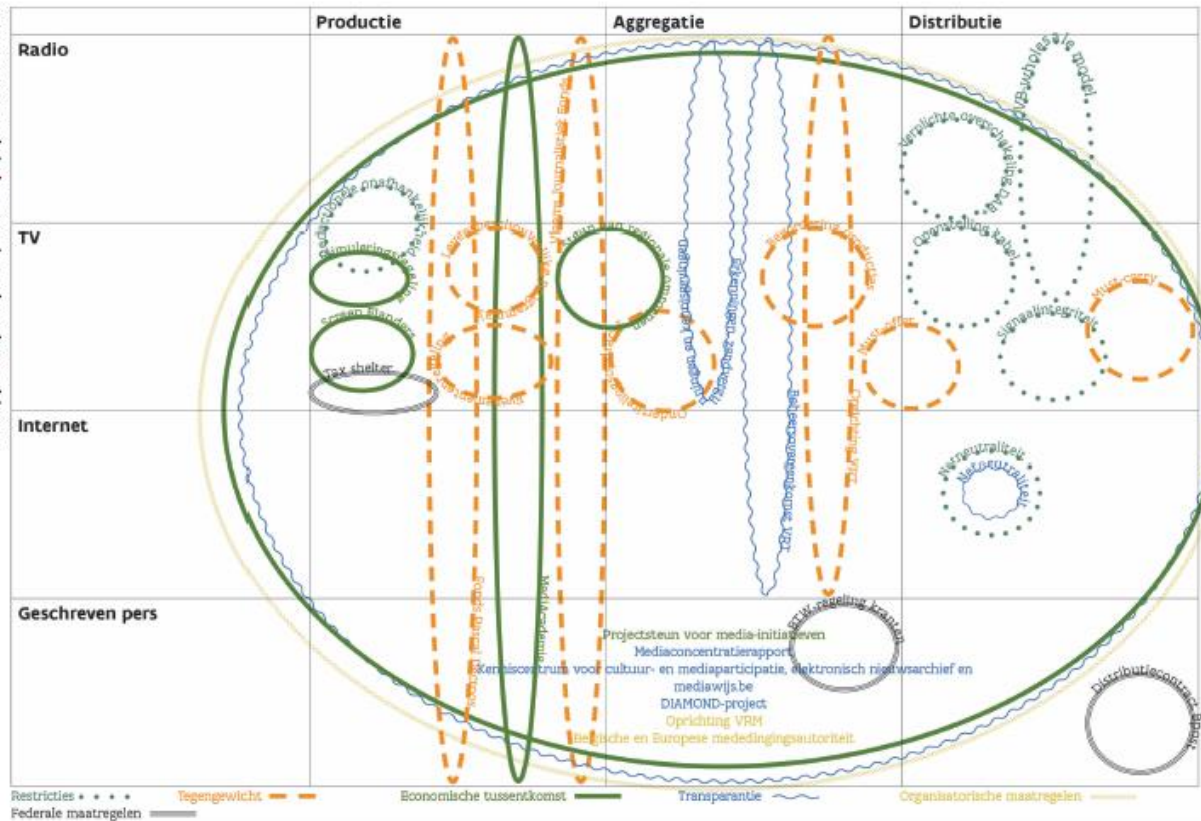
Bestaande maatregelen

REMEDIES

CATEGORIE	TOELICHTING	TOEPASSING IN VLAANDEREN
● Restricties	Bv. eigendomsrestricties	Eigendomsrestricties Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid Regulering Netneutraliteit Overschakeling op DAB+ als voorwaarde voor verlenging erkenning
● Tegengewicht	Inspanningen om het publiek een alternatief aanbod beschikbaar te stellen	Bevordering van Europese en onafhankelijke producties Must-carryverplichting, must-offerverplichting, evenementenregeling en vrije nieuwsgaring Openbare omroeporganisatie VRT Fonds Pascal Decroos Vlaams Journalistiek Fonds Levensbeschouwelijke programma's Ondertitelingsverplichtingen
● Economische tussenkomst	Bv. belastingverlaging, financiële steunmaatregelen	MediAcademie Steun aan regionale televisieomroeporganisaties Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector Projectsteun voor media-initiatieven Screen Flanders Federale economische maatregelen
● Transparantie	Rapporteringsplicht	Mediaconcentratierapport Nazicht van de beheersovereenkomst VRT Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen Kenniscentrum, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs.be Diamondproject Netneutraliteit
● Organisatorische maatregelen	Bv. oprichting regulator	Oprichting VRM Belgische en Europese Mededingingsautoriteit

Tabel 99: Categorieën remedies volgens Cavallin

Situering remedies



Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

Radio:

- ▶ Het concentratieprobleem wordt deels veroorzaakt door de beperkte beschikbaarheid van het radiospectrum. Door de (beginnende) digitalisering ontstaan er nieuwe initiatieven en kan de concentratie in de toekomst afnemen.
- ▶ De VRT-zenders blijven met het grootste marktaandeel aan de haal gaan. Hierdoor blijft de concentratie binnen de Vlaamse radio zeer groot.
- ▶ Door de hertekening van het radiolandschap is de mandatenconcentratie binnen de Vlaamse radiosector sterk afgenomen

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

TV

- ▶ voornaamste recente wijzigingen in het ecosysteem zijn de volledige overname van SBS Belgium door Telenet (dit onder voorbehoud van de goedkeuring door de Belgische Mededingingsautoriteit) en de volledige integratie van Mediaaan in de Persgroep.
- ▶ Door de opkomst van nieuwe onafhankelijke themazenders daalde de HHI-index in 2017 naar 'matig geconcentreerd'.
- ▶ Bij de regionale televisieomroeporganisaties is er een verdere tendens naar samenwerking, dit om de kosten te drukken. Voorbeelden zijn AVS en TV Oost (reclamewerving), Focus en WTV voor hun digitale toepassingen (website, app).

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

Geschreven pers

- ▶ Consolidaties in de magazinemarkt leiden tot verdere concentratie. Qua eigendom valt vooral Roularta op die enkele bladen overkocht van Sanoma België. De Persgroep Publishing bereikte een akkoord met het Nederlandse mediabedrijf Audax om de Belgische uitgeverij Cascade over te nemen.
- ▶ Bij de kranten nam Roularta de 50% participatie van De Persgroep in Mediafin (De Tijd) over.
- ▶ De VRM bracht voor het eerst duidelijkheid in de aandeelhoudersstructuur van Belga.

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

Internet

- Content: Moeilijk om van concentratie te spreken : groot aanbod
- Vlaamse traditionele mediagroepen sterk aanwezig
- Populariteit nieuwsmerken : zowel websites als sociale media

Controle internetaanbieders en sociale media situeert zich vooral in het buitenland

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

- ▶ 80 tot 100% van de markt in handen van slechts **vijf mediagroepen**. Dit daalde van negen mediagroepen enkele jaren geleden
- ▶ **Internationale grootmachten** dagen de Vlaamse mediaspelers verder uit, onze Vlaamse media-actoren reageren door verdere consolidaties. Reactie: samenwerking reclamewerving.
- ▶ De **concentratie** is het hoogst bij de **distributietak**.

Dank voor uw aandacht!



- ▶ www.vlaamseregulatormedia.be
- ▶ www.twitter.com/vrmmedia