



Vlaanderen
is media

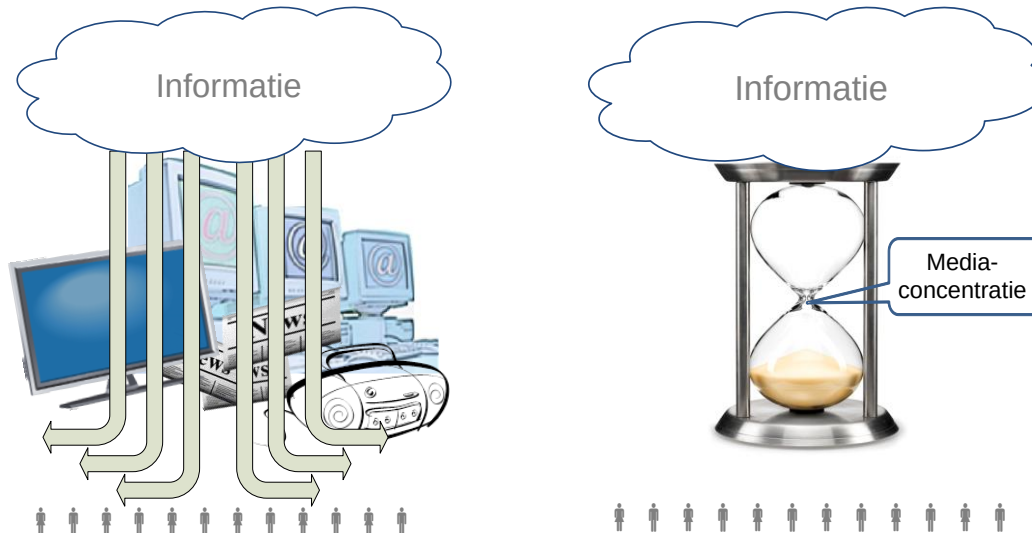
Rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2019

Voorstelling Vlaams Parlement 9 januari 2020

Overzicht presentatie

- ▶ Situering opdracht VRM
- ▶ 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

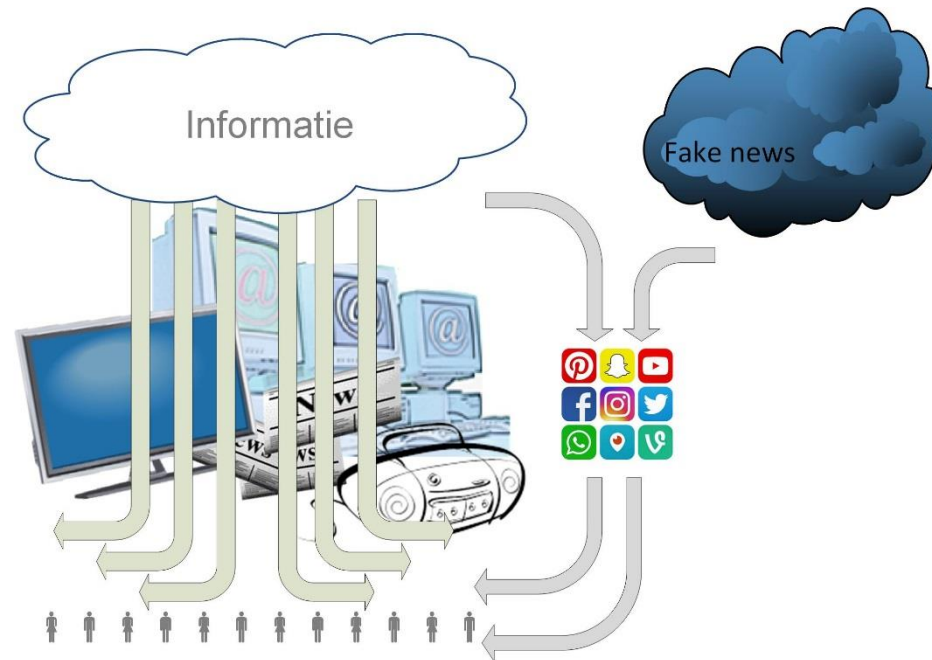
Situering: waarom bezorgdheid over mediaconcentratie ?



Monopolist kan inhoud informatie manipuleren
> democratische benadering

Monopolist kan prijszetting voor informatie bepalen
> economische benadering

Situering: evolutie bezorgdheid over mediaconcentratie ?



Recente bezorgdheid: via sociale media verloopt toegang tot nieuws via buitenlandse platformen en is de oorsprong van nieuws soms niet gekend waardoor fake news verspreid kan worden



Situering: opdracht VRM

in het Mediadecreet werd opgenomen onder artikel 218:

“Artikel 218. § 1. De Vlaamse Regulator voor de Media heeft als missie de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen over de mediaregelgeving en het uitreiken van de media-erkenningen en -vergunningen, overeenkomstig de regelgeving.

§ 2. De algemene kamer heeft de volgende taken: [...]

8° het in kaart brengen van concentraties in de Vlaamse mediasector;”

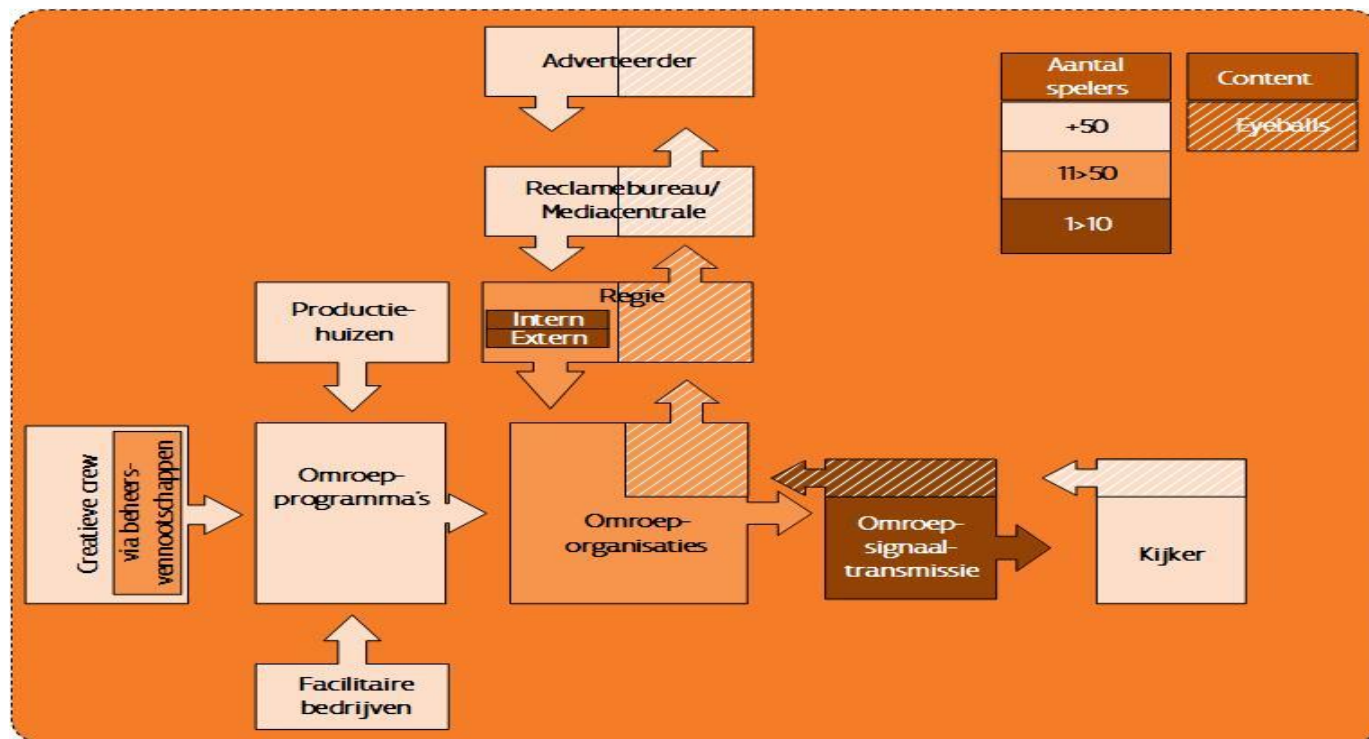
Het mediaconcentratierapport =transparantiemaatregel om na te gaan of er nog voldoende concurrentie, diversiteit en pluralisme in de mediasector aanwezig is.

Sinds 2008 reikt de VRM de beleidmakers dit rapport jaarlijks als instrument aan om op een goedgeïnformeerde manier hun beleid te voeren.

Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector

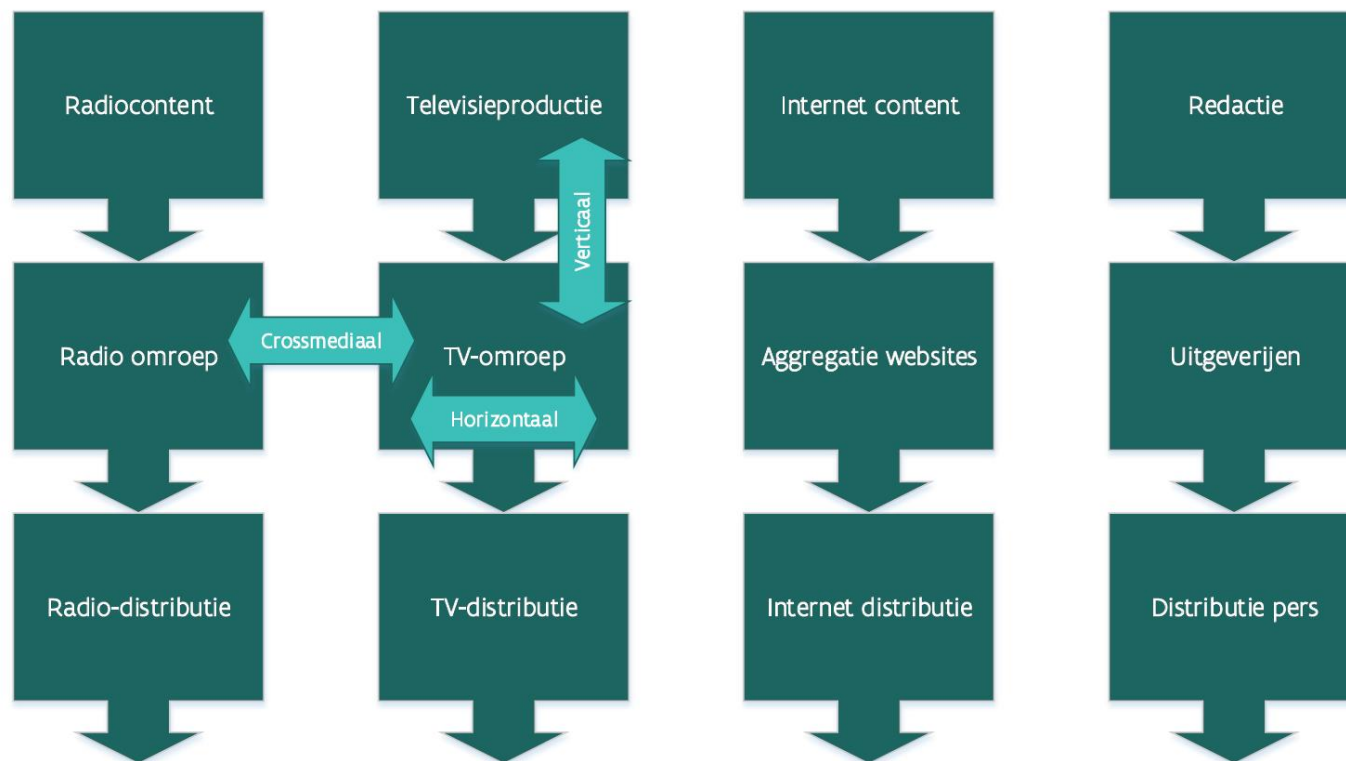
- ▶ Afbakening mediasector ahv “waardekettens”
- ▶ Wie is in vlaanderen actief voor vier mediavormen:
 - Radio
 - Tv
 - Geschreven Pers
 - Internet
- ▶ VRM heeft voor sommige segmenten de broninformatie (bv radio's), de rest wordt aangevuld door permanent op te volgen wat er in de sector gebeurt

Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector



Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector

Soorten mediaconcentratie



Figuur 2: Illustratie verschillende vormen mediaconcentratie



Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector

Voorbeeld informatie over spelers binnen 1 segment

RADIO-OMROEPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD	FM	DAB+	KABEL/IPTV	INTERNET	APP
● JOEfm nv	469992615	Joe	x	x	x	x	x
		Joe 70's	-	x	-	x	-
		Joe 80's	-	x	-	x	-
		Joe 90's	-	x	-	x	-
		Joe Easy	-	x	-	x	-
● DPG Media nv	432306234	Qmusic	x	x	x	x	x
		Qmusic Maximum Hits	-	x	-	x	-
		Q Foute Radio	-	x	-	x	-
		Q Summer	-	x	-	x	-
		Willy	-	x	-	x	x
● Vlaanderen Eén nv	890243036	Nostalgie	x	x	x	x	x

Tabel 4: Landelijke private radio-omroeporganisaties^{19 20 21 22 23}

Besluit hoofdstuk 1

HORizontALE CONCENTRATIE

MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
● Radio		Landelijke radio-omroeporganisaties	Radiosignaaltransmissie
		Netwerkradio-omroeporganisaties	
		Lokale radio-omroeporganisaties	
● Televisie	Facilitaire bedrijven	Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair)	Dienstenverdelers & netwerkbeheerders
	Productiehuizen	Exploitatiemaatschappijen regionale televisie	
● Geschreven pers	Pers- en fotoag- entschappen	Uitgevers dagbladen	Distributeurs pers
	Reclameregies	Uitgevers gratis pers	
	Mediacentrales	Uitgevers periodieke bladen	
● Internet	Reclameregie	Bedrijven achter websites in de Vlaamse mediasector en nieuwswebsites	ISP/netwerkaanbieders
		Socialemedia-accounts	Mobiele operatoren
		Apps Vlaamse mediabedrijven	Socialemedianetwerken
			App stores

Tabel 46: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen

Legende:

Aantal spelers
>50
11-50
1-10

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

Groep

DPG

Mediahuis

Proximus

Roularta Media Group

Studio 100

Telenet

VRT

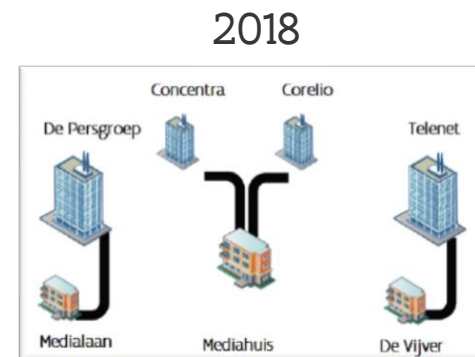
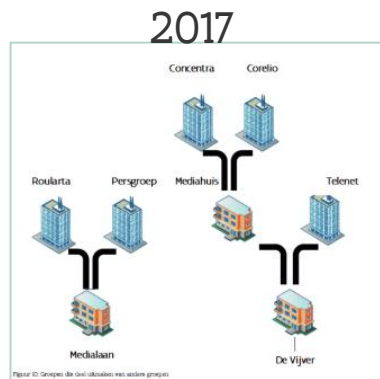
- ▶ Voor elke groep
 1. Overzicht aandeelhouders
 2. Organigram
 3. Overzicht merkenaanbod
- ▶ Informatie op basis balanscentrale Nationale bank, afgetoetst bij groepen
- ▶ Verstrengeling groepen, strategische allianties (maar steeds meer integratie)



Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

Belangrijkste wijzigingen laatste jaren:

vroeger waren er groepen die ontstonden door samenwerking tussen verschillende groepen (bv Mediaalaan maakte deel uit van De Persgroep en Roularta; De Vijver was deel van Mediahuis en Telenet); recent werden deze volledig geïntegreerd binnen 1 van deze groepen



Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

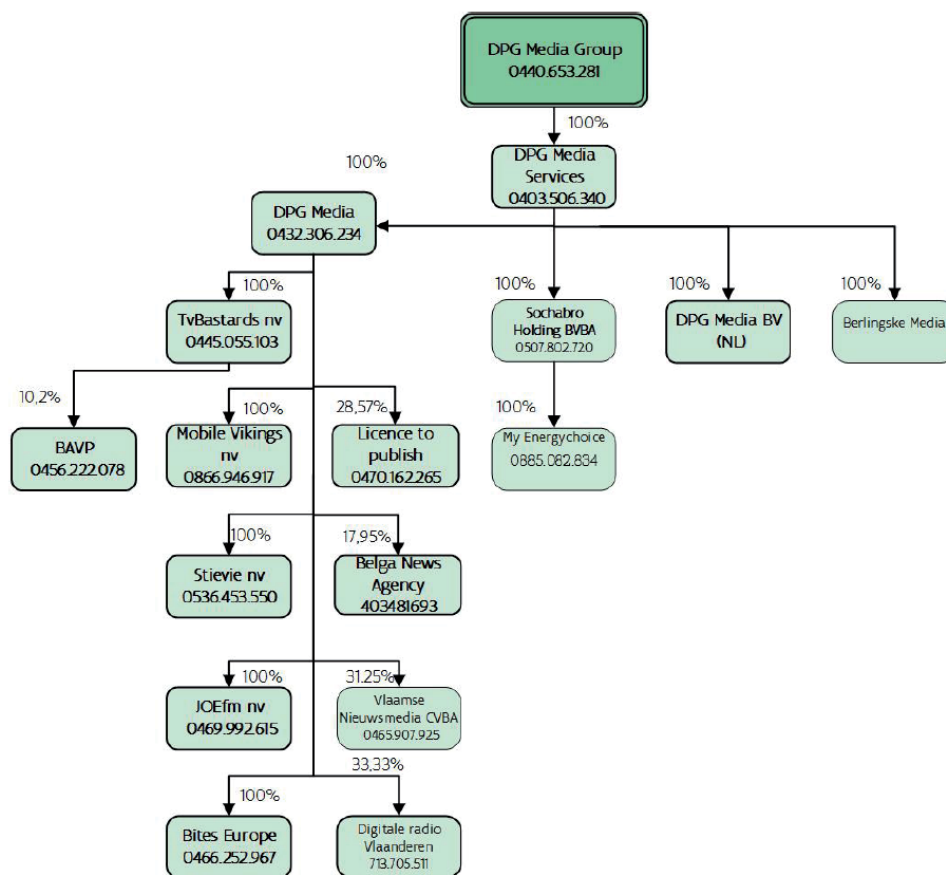
2019



Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen
Bron: VRM



Hoofdstuk 2: organigram bv DPG



Figuur 14: Organigram DPG Media Group nv
Bron: VRM op basis van informatie De Persgroep



Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 2: overzicht merken bv VRT

OVERZICHT MERKEN													
MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE		DAGBLADEN		PERSONALE BLADEN		INTERNET		MOBIEL, WIFINET		REIS
	Content = aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content = aggregatie	Content = aggregatie	Content = aggregatie	Distributie	Content = aggregatie	Distributie		
• Radio 1													
• Radio 2													
• MNM													
• Studio Brussel													
• Klara													
• Radioplayer Worldwide													
• VRT NWS													
• VRT NU													
• Sporza													
• één													
• Canvas													
• Net Gemist/ Ooit Gemist													
• BVN													
• ketnet													
• ketnet JR													
• ketnet DUB													
• Submerken, zo- als De Kampio- enen, Kaatje													
• radioplus.be													
• vrt-taal.net													
• flandreinfo. be (Frans), flandersnews. be (Engels) en flandreinfo.be (Duits)													
• Langzuilen- welezen.be													
• VAR													
• Pebble Media													
• Brand Exten- sions													

Tabel 54. Overzicht merken VRT nv



Vlaanderen
is media

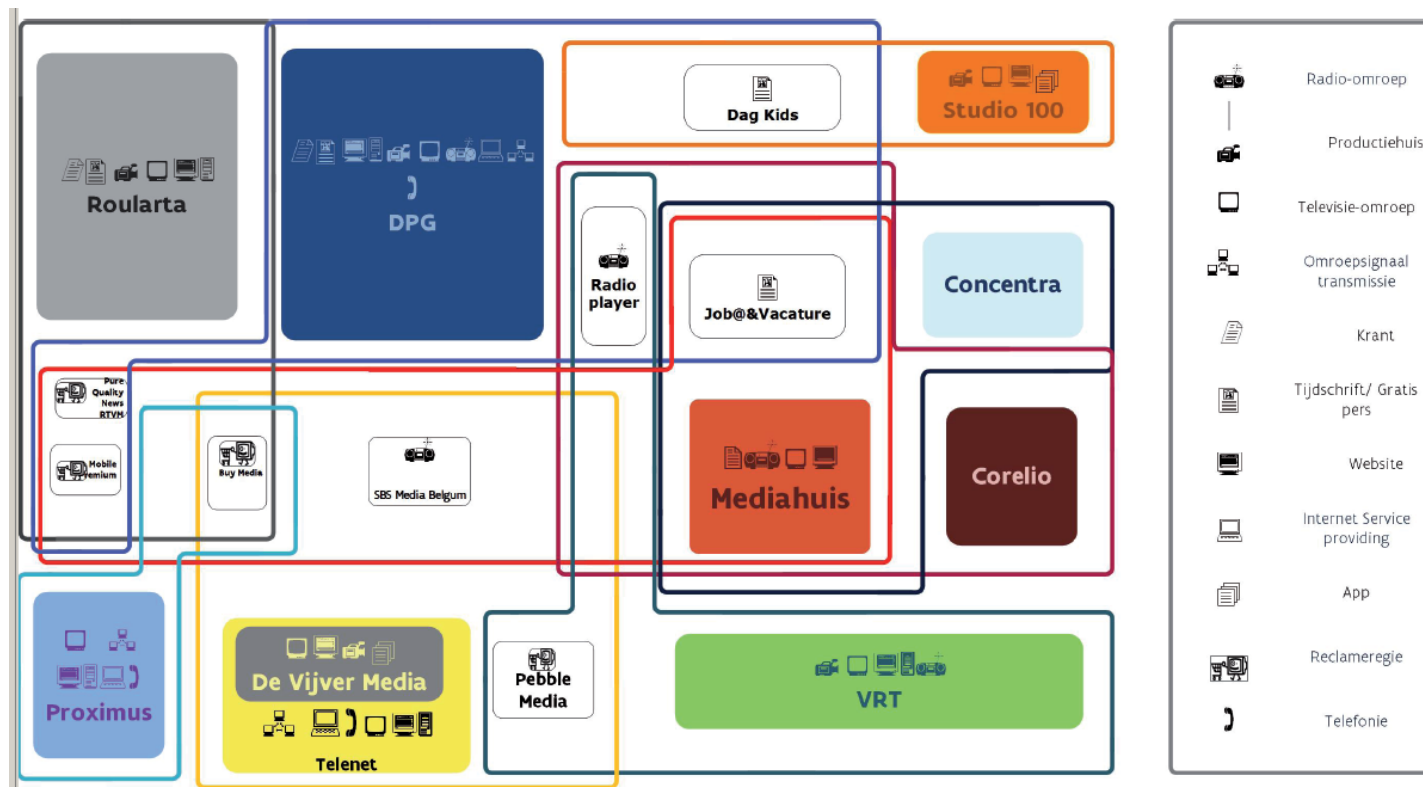
Hoofdstuk 2: Crossmedialiteit

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				
● DPG Media 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 55: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

Verstrengeling



- Samenwerking situeert zich vooral in initiatieven rond 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 (oplagen, kijk- en luistercijfers ...)

Bronnen: financiële informatie via VKBO, berekeningen VRM en verwijzingen naar bestaande onderzoeken en statistieken

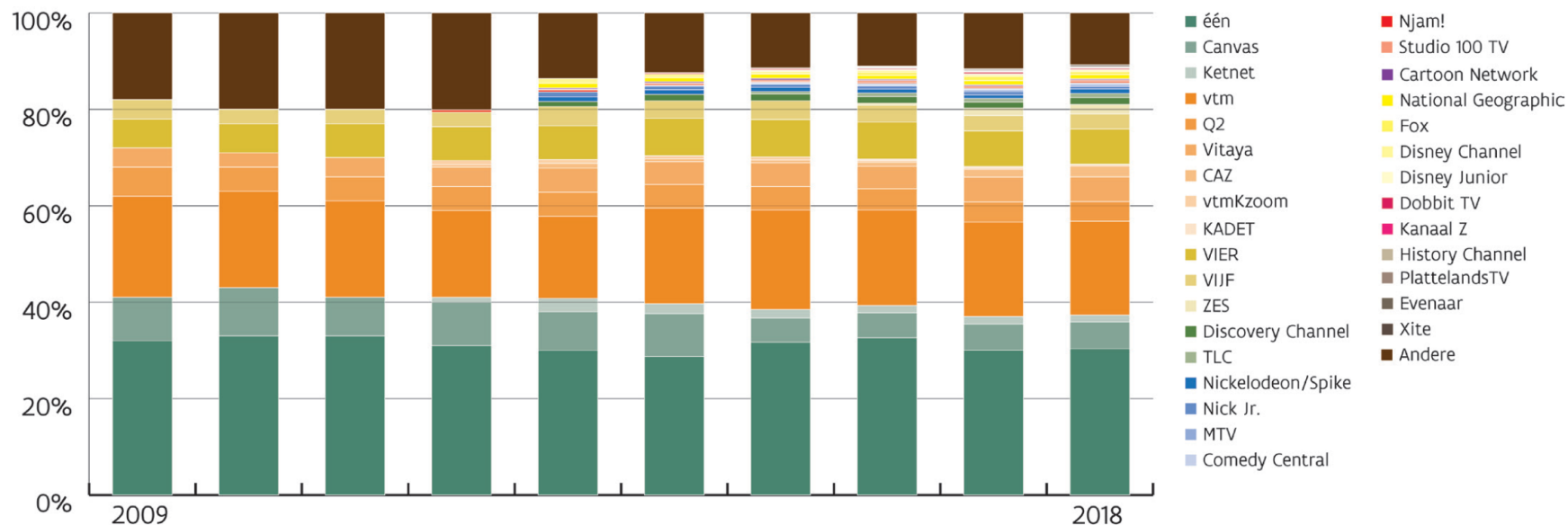
Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie

FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• De Persgroep Publishing nv	516.341.008	859.718.817	251.096.782	321.243.067	19.536.240	20.849.991	752,9
• Mediahuis nv	251.335.642	732.681.273	337.351.404	357.419.556	3.172.878	-8.301.601	926,5
• Mediafin nv	6.384.305	38.695.182	68.483.696	69.982.530	10.717.054	10.831.819	243,7

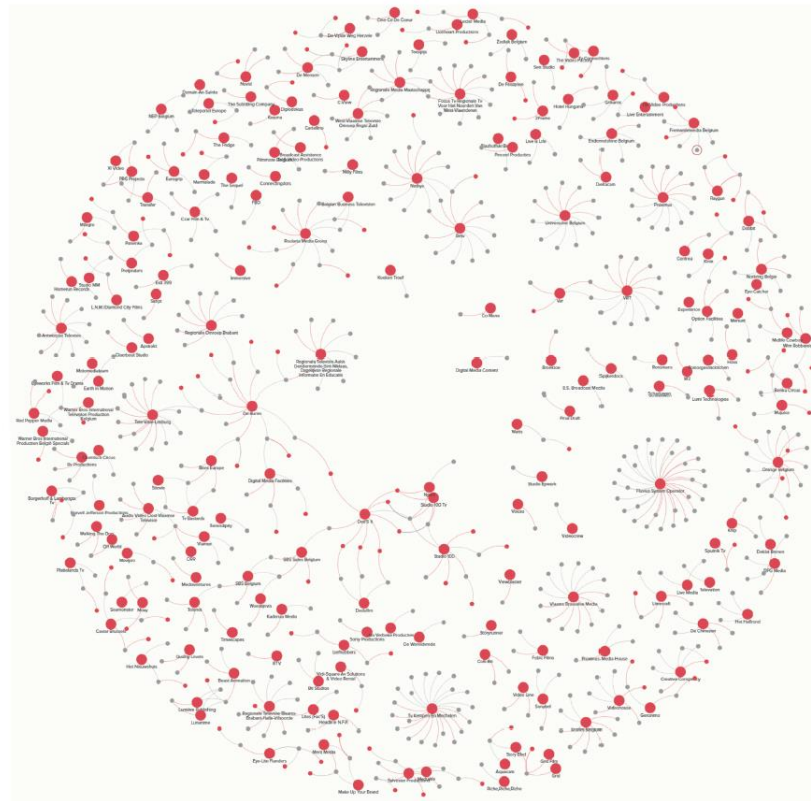
Tabel 76: Financiële gegevens 2018 uitgevers van dagbladen

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie



Figuur 50: Evolutie van de aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd 2009-2018
Bron: VRM op basis van CIM TV - Noord, 1/1 - 31/12/2018, Live + 7 + Gasten - GfK Belgium NV

Concentratie functiehouders per mediasoort



Figuur 55: Mandatenconcentratie in de televisiesector³²⁷
Bron: VRM op basis van informatie NBB 2019



Vlaanderen
is media

Besluit hoofdstuk 3

CONCENTRATIE (HHI)

MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
• Radio	Contentleveranciers	Radiogroepen = Radiozenders =	Radiosignaaltransmissie
• Televisie	Productiehuizen	Omroeporganisaties groepen ↘ Omroeporganisaties zenders =	Omroepsignaaltransmissie
• 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 96: 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 vanwege het beleid
- ▶ Stimulering van diversiteit
- ▶ Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

Hoofdstuk 4: remedies

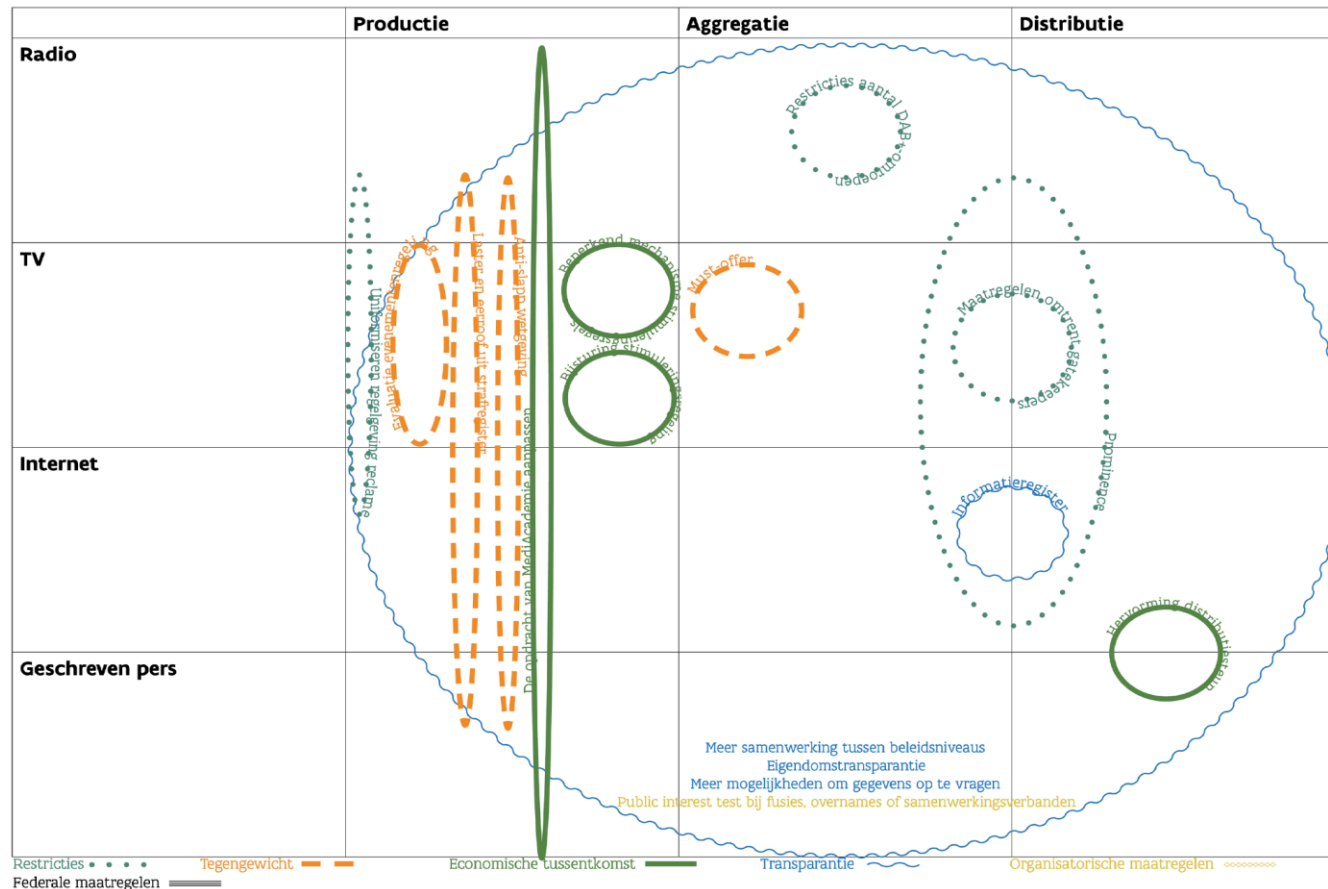
Bestaande maatregelen

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 Screen Flanders Federale economische maatregelen
● Transparantie	Rapporteringsplicht	Mediaconcentratierapport Nazicht van de beheersovereenkomst VRT Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen Kenniscentrum, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijjs.be Netneutraliteit Diamondproject
● Organisatorische maatregelen	Bv. oprichting regulator	Oprichting VRM Belgische en Europese Mededingingsautoriteit

Tabel 97: 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 digitalisering ontstaan er nieuwe initiatieven zoals de Radioplayer Vlaanderen
- ▶ De VRT-zenders blijven met het grootste marktaandeel aan de haal gaan, en DPG zet in op een groot aantal DAB+zenders. Hierdoor blijft de concentratie binnen de Vlaamse radio zeer groot.

TV

- ▶ Opkomst nieuwe vormen van (niet-lineair TV kijken)
- ▶ Verdere stappen richting gepersonaliseerde reclame

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

Geschreven pers

- ▶ Bij de kranten nam Roularta de 50% participatie van De Persgroep in Mediafin (De Tijd) over, waardoor de concentratie afnam.
- ▶ In tijdschriftenmarkt grote concentratie door consolidatie. Vooral Roularta en DPG bekleden steeds sterkere posities.

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

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

► De voorbije jaren hebben de mediagroepen door consolidatie sterke posities ingenomen. Nu proberen ze deze te valoriseren. De crossmedialiteit draait dan ook op volle toeren. **Inhoud wordt volop gedeeld over de verschillende merken in de eigen groep.** Dit komt vooral tot uiting bij DPG Media die alle redacties samenbrengt in News City. Opvallend daarbij is dat de VTMNieuws-website is verdwenen. Alle (audiovisuele) nieuwscontent komt zo terecht op de sterkere **HLN-website**.

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

- ▶ Vroeger was er een sterke tendens tot **samenwerking** over de verschillende groepen heen. Nu gaan groepen elk hun eigen weg. Er is enkel nog samenwerking wanneer de buitenlandse bedreiging te groot lijkt. Zo kwam er een gemeenschappelijke radio-app voor de openbare en commerciële zenders. Op die manier hoopt men sterker te staan in de digitale radiodistributiemarkt.
- ▶ Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80% tot 100% van de markt in handen van **slechts vijf mediagroepen**. Dit aantal daalde de voorbije jaren tot vijf groepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta en De Vijver Media).

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

- ▶ Vroeger was er een sterke tendens tot **samenwerking** over de verschillende groepen heen. Nu gaan groepen elk hun eigen weg. Er is enkel nog samenwerking wanneer de buitenlandse bedreiging te groot lijkt. Zo kwam er een gemeenschappelijke radio-app voor de openbare en commerciële zenders. Op die manier hoopt men sterker te staan in de digitale radiodistributiemarkt.
- ▶ Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80% tot 100% van de markt in handen van **slechts vijf mediagroepen**. Dit aantal daalde de voorbije jaren tot vijf groepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta en De Vijver Media).

Dank voor uw aandacht!



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



**Vlaamse
overheid**