



Vlaams
Parlement

stuk **979** (2010-2011) – Nr. 1
ingediend op 22 februari 2011 (2010-2011)

Hoorzitting

over het rapport ‘Mediaconcentratie in Vlaanderen 2010’,
met de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM)

Verslag

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door de heer Carl Decaluwe

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Philippe De Coene.

Vaste leden:

de heren Carl Decaluwe, Paul Delva, Johan Verstreken, Veli Yüksel;
de heren Erik Arckens, Johan Deckmyn, Wim Wienen;
de heren Jean-Jacques De Gucht, Herman Schueremans;
de heren Philippe De Coene, Chokri Mahassine;
de heer Lieven Dehandschutter, mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck;
de heer Jurgen Verstrepen;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

de heer Ludwig Caluwé, de dames Martine Fournier, Vera Jans, Tinne Rombouts;
de heer Chris Janssens, mevrouw Katleen Martens, de heer Wim Van Dijck;
de heren Peter Gysbrechts, Bart Tommelein;
mevrouw Yamila Idrissi, de heer Patrick Janssens;
de heren Wilfried Vandaele, Kris Van Dijck;
mevrouw Ulla Werbrouck;
de heer Luckas Van Der Taelen.

INHOUD

1. Toelichting van het rapport ‘Mediaconcentratie in Vlaanderen 2010’ door de heren Joris Sels en Eric Brewaeys.....	4
2. Vragen van de commissieleden en antwoord door de heren Sels en Brewaeys en mevrouw Kools.....	7
Gebruikte afkortingen	11

De Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media organiseerde op 1 februari 2011 een hoorzitting met de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) over het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen 2010'. De VRM werd vertegenwoordigd door de heer Joris Sels, gedelegeerd bestuurder, de heer Eric Brewaeys, voorzitter van de algemene kamer, en mevrouw Ingrid Kools, teamverantwoordelijke cel Marktanalyse en Mediaconcentratie.

1. Toelichting van het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen 2010' door de heren Joris Sels en Eric Brewaeys

De heer *Joris Sels*, gedelegeerd bestuurder van de VRM, wijst erop dat de algemene kamer van de Vlaamse Regulator voor de Media bij decreet de taak heeft gekregen te waken over de mediaconcentratie in Vlaanderen.

De heer *Eric Brewaeys*, voorzitter van de algemene kamer van de VRM, licht het rapport 2010 over de mediaconcentratie toe. Het is vanuit democratisch oogpunt belangrijk dat er op gelet wordt dat de machtsverhoudingen binnen het medialandschap niet te sterk bij één of enkele personen of ondernemingen berusten. De Vlaamse decreetgever gaf daarom aan de Vlaamse Regulator voor de Media de opdracht om mediaconcentraties in kaart te brengen. Sinds 2008 brengt de VRM jaarlijks een rapport uit dat een momentopname biedt met informatie over de Vlaamse mediasector.

Aangezien het ondertussen het derde rapport in de reeks is, wordt het interessant om evoluties te bekijken. Om die reden bleef de structuur van het rapport grotendeels dezelfde. Dit rapport bevat zoals de vorige versies, drie hoofdstukken. In een eerste hoofdstuk wordt de Vlaamse mediasector afgebakend. In een tweede hoofdstuk wordt nagegaan hoe de spelers zich tot elkaar verhouden en of ze eventueel kunnen gerekend worden tot een bepaalde mediagroep. In een derde hoofdstuk worden een aantal indicatoren voorgesteld waarmee de eigenlijke concentratie gemeten wordt. Het nieuwe rapport bevat ook infofragmenten die actuele feiten en toelichting bij deelaspecten van bepaalde mediasegmenten bevatten. Aldus is er aandacht voor de financiële verhouding tussen omroepen en distributeurs en voor de wijzigingen in het aandeelhouderschap, bijvoorbeeld van de Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR), zonder de algemene structuur van het rapport uit balans te trekken.

Op het gebied van mediaconcentratie heeft de decreetgever de taak van de regulator expliciet beperkt tot rapporteren. Het is aan het beleid om, indien het dit nodig acht, acties te ondernemen om de evoluties bij te sturen. De VRM brengt daarom ook enkele beleidsaanbevelingen.

In het eerste hoofdstuk van het rapport wordt de Vlaamse mediasector afgebakend. De aanpak van de vorige rapporten werd aangehouden. De regulator tekende de zogenaamde toegevoegde waardeketens uit voor radio, televisie, dagbladen en tijdschriften en internet.

De toegevoegde waardeketen identificeert iedere schakel waarbij toegevoegde waarde wordt gecreëerd in de keten van grondstoffenleverancier over producent tot consument. In media zijn er drie grotere categorieën: contentcreatie, bijvoorbeeld productiehuizen en redacties, de aggregatie, bijvoorbeeld de omroeporganisaties en uitgeverijen, en tot slot de distributie met als voorbeelden de kabeldistributie en de dagbladhandels. In elke schakel van de keten kan een andere marktvorm heersen, bijvoorbeeld een monopolie, een oligopolie, open concurrentie. Dat is afhankelijk van het aantal aanbieders, en hun verhouding tot de vraag.

Omdat de geldstromen er in twee richtingen lopen, worden bepaalde segmenten van de mediasector een dubbelzijdige markt genoemd. De mediaconsument betaalt om toegang te verkrijgen tot de content, maar tegelijkertijd wordt ook de aandacht van de consument gevaloriseerd. Adverteerders zijn bereid te betalen om hun product of boodschap in de

belangstelling van de consumenten te brengen. Er is dus ook een inkomstenstroom in omgekeerde richting en beide versterken elkaar. Een medium met een hoog bereik, of een medium dat een specifiek nichepubliek weet te bereiken is immers interessanter voor een adverteerder dan een minder populair medium. Een medium dat hoge reclame-inkomsten realiseert, kan investeren in hoogwaardige content, en kan dan weer een groter publiek aanspreken. Dat zou de ideale situatie zijn.

De VRM ging ook na welke ondernemingen Vlaamse mediaproducten en -diensten in die categorieën aanbieden. Een eerste segment van de mediasector is de radio. Daar is een toenemende consolidatiebeweging te merken: alle regionale zenders hebben zich verenigd tot Radio Nostalgie, en ook bij de lokale radio's is er een toenemende tendens tot ketenvorming.

Het Vlaamse televisielandschap wordt gekenmerkt door een groot aantal spelers in de eerste schakels van de waardeketen, de schakels die betrekking hebben op contentcreatie zoals productiehuisen, en facilitaire bedrijven en op aggregatie, zoals de omroepen. In de schakel distributie is er slechts een beperkt aantal marktspelers actief. De introductie van een nieuw platform, digitale terrestriële televisie, heeft voorlopig nog niet gezorgd voor bijkomend aanbod. Bovendien begeven de distributeurs zich op andere schakels in de waardeketen. Belgacom en Telenet bieden bijvoorbeeld zelf ook content aan.

In het segment van de geschreven pers staat het beperkte aanbod aan dagbladen in contrast met de grote hoeveelheid aan tijdschriften en gratis pers. In de schakel distributie daalt het aantal gespecialiseerde dagbladhandels, terwijl er wel nieuwe distributiepunten bijkomen, bijvoorbeeld supermarkten en tankstations. Wat internet betreft, zijn er sinds de vorige rapportering in het spelersveld geen grote verschuivingen.

Een aantal ondernemingen in de Vlaamse mediasector zijn met elkaar verbonden tot groepen. In een tweede hoofdstuk wordt informatie gegeven over een tiental Vlaamse mediagroepen. Van elke groepstructuur is er in het rapport eerst een organigram, samengesteld op basis van de informatie die in 2010 werd neergelegd bij de Nationale Bank van België.

Er wordt ook een overzicht gegeven van het aanbod dat de groep binnen de verschillende mediacategorieën, contentproductie, aggregatie en distributie vertegenwoordigt. Vlaanderen kent een aantal familiale mediagroepen, Concentra, Corelio, De Persgroep, Roularta, die soms al meer dan een eeuw bestaan, en die vanuit printactiviteiten hun aanbod gediversifieerd hebben. Zij zijn vooral actief in de contentproductie en aggregatie van de verschillende mediavormen.

De distributie van televisie en internet was aanvankelijk een overheidsinitiatief maar is intussen in grote mate geprivatiseerd. De openbare omroep VRT verkocht zijn zenderpark. Belgacom heeft de Belgische staat als meerderheidsaandeelhouder maar is voor de overige 50 procent min 1 aandeel beursgenoteerd. Telenet, dat de activiteiten van verschillende intercommunale maatschappijen voor kabeltelevisie heeft geconsolideerd, ging als Vlaams overheidsinitiatief via een beursgang over in Amerikaanse handen.

Een belangrijke vaststelling is de verstrengeling van de groepen voor een deel van het Vlaamse media-aanbod. De groepen gaan strategische allianties aan om nieuwe mediaproducten te lanceren, of om bepaalde aspecten van de creatie, bijvoorbeeld het drukken en de reclamewerving, gemeenschappelijk uit te voeren.

In het derde en laatste hoofdstuk wordt nagegaan hoe het per segment van de waardeketen, met de concentratie in de Vlaamse mediasector gesteld is. Daarna komen de in hoofdstuk 2 vermelde mediagroepen aan bod. Tot slot wordt de Vlaamse mediasector ook kort in een internationale context geplaatst. Voor elke mediavorm wordt in het rapport de mate van verticale en horizontale integratie geschetst, worden financiële gegevens verstrekt, en

worden de marktverhoudingen op basis van populariteit, oplages, kijk- en luistercijfers, aantal hits enzovoort weergegeven. Deze informatie werd in grafieken verwerkt, en aan de hand van een aantal indicatoren zoals C4- en Herfindahlindex werd de eigenlijke concentratie gemeten. De financiële gegevens komen uit de in 2010 bij de Nationale Bank van België neergelegde jaarrapporten.

De VRM besteedde bijzondere aandacht aan de financiële relatie tussen omroepen en distributeurs. De VRM ging na of de aanwezigheid van slechts een beperkt aantal distributeurs invloed heeft op de financiële verhouding tussen beide partijen. Door de dubbelzijdigheid van de televisiemarkt kunnen omroeporganisaties als klant en als leverancier beschouwd worden van distributeurs, en omgekeerd. Geldstromen kunnen dus in beide richtingen verlopen vermits de omroepen enerzijds auteursrechten ontvangen, en anderzijds transportkosten betalen voor de verspreiding van het signaal. Daarvoor bestaan geen algemene tarieven. Vergoedingen zijn contractueel vastgelegd en dus afhankelijk van de onderhandelingspositie van de partijen.

De VRM kreeg inzage in de overeenkomsten die de dienstenverdelers van de verschillende platformen aangingen met de omroeporganisaties. Daarnaast werden de overzichten geplaatst van de effectief betaalde/ontvangen bedragen voor de periode 2005-2009. Het was de bedoeling het mechanisme achter de betalingen te doorgronden, maar de variatie in de informatie was zo groot dat er geen eenduidige logica uit te distilleren valt.

De balans weegt in het merendeel der gevallen door in het voordeel van de omroepen. De bedragen schommelen tussen nul euro en meerdere miljoenen euro. Op sommige platformen werd in verhouding zeer veel betaald aan buitenlandse openbare omroepen, terwijl dit bij andere minder het geval is. Voor het merendeel van de omroepen stijgt het bedrag, maar voor anderen blijft het tussen 2005 en 2009 stabiel.

Hoewel de bedrijfsopbrengsten over het algemeen gelijke tred hielden met de stijging van de levensduurte, kenden de winstcijfers in 2008 een sterke terugval. Wellicht is dit een gevolg van de financiële crisis. De luistercijfers van de radio wijzen op een grote concentratie: de twee grootste spelers VRT en VMMA hebben samen een zeer groot marktaandeel, maar de positie van VRT als marktleider kalft af.

Voor televisie neemt concentratie toe naargelang het segment in de waardeketen. In de schakel contentcreatie worden de populairste tv-programma's geleverd door een grote variatie aan productiehuisen. Bij de omroeporganisaties is er een grotere concentratie, met een sterk aandeel voor de openbare omroep VRT. Nieuwe spelers slagen er moeilijk in een stevig marktaandeel te veroveren. In de schakel distributie zijn er nog minder spelers. Telenet is afgetekend de marktleider.

Bij de geschreven pers is er een zeer beperkt aantal dagbladen. Gezien de gelimiteerde omvang van het afzetgebied, is dit niet onlogisch, maar concentratie is er het gevolg van. Op internet scoren websites gelieerd aan een ander medium, en dan vooral aan de dagbladen, goed. Dat is eerder een bijkomende wijze om bestaande informatie te ontsluiten, dan een bron van nieuwe bijkomende informatie.

De Vlaamse mediagroepen controleren grote delen van de markten voor verschillende mediaproducten, maar geen enkele groep is in alle segmenten dominant. Buitenlandse mediaproducten vinden slechts in beperkte mate ingang in Vlaanderen. Toch is de buitenlandse aanwezigheid in sommige schakels van de waardeketens niet onbelangrijk, vooral in segmenten met slechts een beperkt aantal spelers zoals de distributie van omroepsignalen. Daarnaast vinden mediaproducten van Vlaamse ondernemingen, vooral content, ook hoe langer hoe meer hun weg naar het buitenland.

Kortom, de verhoudingen in de Vlaamse mediasector zijn behoorlijk stabiel maar de concentratie in diverse segmenten van de waardeketens is aanzienlijk. Gezien de beperkte geografische omvang is dit soms onvermijdelijk. Omdat de consument een grote voorkeur toont voor Vlaamse content, blijft het gewicht van de Vlaamse marktspelers groot.

De VRM doet tot slot een aantal aanbevelingen. De ketenvorming van de lokale radio's kan leiden tot een verlies van lokale dimensie en eigenheid. Het beperkte want lokale zendbereik heeft een invloed op de reclame-inkomsten. Bij de opmaak van een volgend frequentieplan kan eventueel geopteerd worden voor een kleiner aantal erkenningen voor lokale radio's met een groter zendgebied.

De VRM verwijst voorts naar de doorgifteverplichtingen of must carry van het Media-decreet. De Vlaamse Regering heeft dat recent nader geregeld in een ministerieel besluit.

De licentie voor een etheromroepnetwerk, de zogenaamde digitale terrestriële televisie of DVB-T, van Norkring heeft voorlopig nog niet geleid tot nieuwe dienstenverdelers. De VRM raadt aan de verplichting van meerdere dienstenverdelers op het platform te handhaven. Artikel 184 van het Mediadecreet bepaalt immers dat een dienstenverdelers die gebruikmaakt van een etheromroepnetwerk niet meer dan een derde van de digitale capaciteit van dat netwerk exclusief kan verwerven.

Het aanbod aan Vlaamse krantentitels van slechts drie uitgeversgroepen is zeer beperkt. De VRM suggereert dit als aandachtspunt voor de Staten-Generaal van de Media.

De VRM stelde geen problemen vast voor de openheid of de netneutraliteit van het internet. Toch blijft de regulator alert voor mogelijke discriminatie bij het beheer van het internetverkeer. Het beheer van het dataverkeer is vaak nuttig zoals bij IPTV (Internet Protocol Television), maar het kan concurrentieverstorende effecten hebben en mogelijks de vrijheid van meningsuiting en de innovatie aantasten. Die gevaren nemen toe bij verticale integratie. Het in 2009 goedgekeurde herziene Europese telecomkader geeft regulerende instanties de taak om een neutraal en open internet te behouden. De VRM hoopt dat de bepalingen ter vrijwaring van de mededinging en de bescherming van de consument tijdig in Belgische en/of Vlaamse regelgeving worden omgezet.

Ten slotte is er de algemene bedenking dat de grote mate van horizontale en verticale integratie tot meervoudige recyclage van originele content kan leiden, en dus een verschrapping van de inhoudelijke diversiteit kan impliceren. De VRM is niet bevoegd om dit te monitoren, maar acht het nuttig om dit te signaleren.

2. Vragen van de commissieleden en antwoord door de heren Sels en Brewaeys en mevrouw Kools

De heer *Wilfried Vandaele* vraagt de VRM ondanks de beperkte informatie toch enige uitspraak te doen over de invloed van de sterke distributiepositie van Telenet op de financiële relatie tussen omroepen en distributeurs. De VRM adviseert minder lokale radio's met een groter zendbereik, maar waarschuwt ook voor een verlies aan eigenheid. Hoe ziet de VRM de evolutie van de radiosector? Heeft hij zich gebogen over de leefbaarheid van de sector? Hoe ziet de regulator het lokale karakter van de lokale radio's?

Het lid informeert naar de redenen waarom de VRM stilstaat bij de doorgifteverplichting. Vindt de regulator dat de regeling moet worden uitgebreid? Zo ja, waarom? Voorts vraagt hij of er al voorbereidingen getroffen zijn om het Europese Telecomkader om te zetten in wetgeving. Kan de Vlaamse overheid dat los van de federale? Tot slot wil de heer Vandaele weten of de VRM verantwoordelijk wil zijn voor het bewaken van de inhoudelijke concentratie.

De heer *Carl Decaluwe* concludeert uit het rapport dat er momenteel geen problemen zijn. In theorie is het misschien plausibel dat een commerciële groep hogere reclame-inkomsten automatisch investeert in betere kwaliteit. In praktijk streeft een onderneming echter naar winstmaximalisatie en niet noodzakelijk naar kwaliteit. Het is echter niet aan de overheid om in te grijpen in het ondernemerschap.

De Vlaamse mediagroepen doen het beter en beter op Europees niveau. Hun expansie mag niet gehinderd worden door pietluttige regeltjes. Tot slot vraagt het lid waarom het beursgenoteerde Think Media niet in de schema's vermeld staat.

De heer *Bart Tommelein* leest in het rapport dat de inkomsten uit video-on-demand sterk gestegen zijn, maar vindt niets terug over de verdeling van die inkomsten tussen omroepen en distributeurs. Kan de VRM daar informatie over geven of is die informatie vertrouwelijk? In het aantal digitale abonnees zitten alle Belgische klanten van Belgacom, dus niet enkel de Vlaamse. Dat vertekent het beeld.

De heer *Jurgen Verstrepen* vraagt hoe groot een mediagroep moet zijn om bestudeerd te worden door de VRM. Ook hem valt op dat bijvoorbeeld Think Media nergens vermeld is. Wat zijn daarvoor de redenen?

De VRM beveelt aan de lokale radio's een groter zendgebied te geven. Maar is het, gezien de beperkte omvang van Vlaanderen, niet beter een aantal extra nationale licenties toe te kennen? De VRM schetst de situatie voorzichtig, maar eigenlijk is er op radiogebied een duopolie. En daardoor hebben de twee spelers een grote invloed op andere media zoals de geschreven pers. Ook in andere segmenten geeft het kleine aantal spelers, bijvoorbeeld in de dagbladpers, hun een grote invloed op de andere spelers. De VRM spreekt nochtans niet over die media-impact, allicht omdat die niet zo gemakkelijk in cijfers te vatten is.

Het lid wil tot slot weten waarom er zo weinig buitenlandse spelers actief zijn in Vlaanderen. Is de Vlaamse markt te goed afgeschermd?

De heer *Bart Caron* drukt zijn waardering uit voor het rapport dat belangrijk materiaal voor het beleid biedt. De regulator houdt zich aan zijn taak en formuleert slechts voorzichtige conclusies, maar eigenlijk is de situatie van de dagbladpers onrustwekkend. Zelfs een kleine verschuiving kan een verarming van de pluralistische berichtgeving veroorzaken. Nu al baart de uitwisseling van artikelen het lid zorgen, omdat ze de diversiteit van de meningen beperkt. Niet langer de verzuiling maar de marktconcentraties zijn de oorzaak van de verschraling. Daarenboven wordt ook de inhoud van de berichten beïnvloed door marktbelangen.

Vanwege de ernst van de dreiging die van de verticale integratie uitgaat, is het lid voorstander van de overheveling van de bevoegdheid over de mediaconcentratie naar de gemeenschappen. Zij moet ook een hoofdthema worden van de volgende Staten-Generaal. Verder vraagt hij wat de VRM aanbeveelt op het vlak van must carry. Verwacht hij eerder dat bepaalde netwerken niet meer iedereen zullen verdelen, of omgekeerd dat sommige leveranciers niet meer met bepaalde netwerken willen samenwerken? Vindt de VRM de horizontale verstrengeling tussen leveranciers en distributeurs ongelimiteerd acceptabel?

De heer *Philippe De Coene*, voorzitter, wil weten waarom de VRM de overeenkomst tussen Norkring en Telenet voorwaardelijk formuleert, terwijl die toch een feit is. Andere dienstverleners hadden op de vraag kunnen ingaan, maar lieten dat na. Hoe komt dat? Voorts vraagt hij waarom de uitgave van een beperkt aantal krantentitels volgens de VRM niet noodzakelijk tot verschraling leidt en waarom de regulator er tegelijk toch een aandachtspunt van maakt. Wat is precies het probleem en wat kan men eraan doen?

Voor de vragen over Telenet en Belgacom verwijst de heer *Eric Brewaeys* naar het aan de gang zijnde onderzoek, dat zal leiden tot een beslissing. Mevrouw *Ingrid Kools* vult aan dat de VRM niet alleen de uitwisseling van bedragen tussen de omroepen en bijvoorbeeld Telenet heeft opgevraagd maar ook die tussen verschillende platforms. Conclusie is dat er geen logica in zit. Het gebeurt dat dezelfde omroep op drie platforms drie totaal verschillende bedragen ontvangt.

Wat de lokale radio's betreft, onderstreept de heer *Eric Brewaeys* dat de VRM niet de opportuniteit van maatregelen beoordeelt, maar een momentopname maakt en mogelijke problemen signaleert. Of het goed is om de radio's een groter zendgebied toe te kennen, moet het beleid beslissen. Verder heeft de VRM altijd aangedrongen op een reglement voor de doorgeefverplichting en dat is er ondertussen. Over de neutraliteit verwacht de spreker weldra een ontwerp dat de Europese richtlijnen in Vlaamse wetgeving omzet. De VRM vraagt in zijn huidige constellatie niet om de opvolging van de inhoudelijke concentratie. Daarvoor is immers bijkomend personeel nodig.

De VRM heeft niet de bedoeling om de expansiepolitiek van Vlaamse bedrijven te bemoeilijken of af te remmen. De regulator heeft zich beperkt tot de tien grootste. Life!tv van Think Media had in 2010 geen significante invloed op de markt. Op vraag van de heer *Carl Decaluwe* bevestigt de heer *Joris Sels* dat de selectie van de tien grootste gebeurde aan de hand van de omzet.

De heer *Jurgen Verstrepen* merkt op dat Think Media wel eigenaar is van sommige websites in de top 20 van de mediagerelateerde sites. Mevrouw *Ingrid Kools* legt uit dat de VRM inderdaad van elke schakel de belangrijkste spelers geeft, maar bij de groepen gaat om de tien met de grootste activa in 2009. De heer *Jurgen Verstrepen* suggereert om die beperking op te heffen en voortaan alle spelers te onderzoeken. De heer *Joris Sels* is bereid dat te onderzoeken maar waarschuwt dat het schema er niet overzichtelijker zal door worden.

Mevrouw *Ingrid Kools* antwoordt dat de gegevens over de inkomsten uit video-on-demand vertrouwelijk zijn. Verder waren er ook negatieve inkomstenverdelingen die een geconsolideerde grafiek onmogelijk maakten. Soms betaalt men bijvoorbeeld een forfait voor een film, die vervolgens te weinig opgevraagd wordt voor een break-even. De heer *Joris Sels* vult aan dat de Belgacomcijfers inderdaad op België slaan, want het bedrijf wil om commerciële redenen zijn Vlaamse cijfers niet vrijgeven. Waar het in die statistiek op aankomt, is dat het aantal digitale abonnees bij alle aanbieders stijgt.

De heer *Jurgen Verstrepen* informeert naar de impact van het toenemende aanbod van content door distributeurs, terwijl de omgekeerde beweging zich niet voordoet. Hij trekt vervolgens die vraag door naar de bijkomende inhoud die door andere telecomunicatie-operatoren steeds meer wordt aangeboden. Mevrouw *Ingrid Kools* antwoordt dat het rapport zich niet waagt aan voorspellingen en zich beperkt tot de vaststelling wie de spelers zijn en wat er beweegt. De analyse blijft binnen dat kader.

De heer *Eric Brewaeys* antwoordt verder dat de VRM slechts vaststelt dat VRT en VMMA een vooraanstaande positie op radiogebied bekleden. Of dat opportuun is, is aan het beleid om te beoordelen. Dat weinig buitenlandse groepen actief zijn op de Vlaamse markt, ligt aan haar schaal. De kwestie van het pluralisme bij de krantenuitgevers moet inderdaad aan bod komen op de Staten-Generaal. Ook de horizontale verstrengeling tussen distributeurs en productiehuisen noopt tot waakzaamheid. De algemene kamer volgt sponsoring en productplaatsing in dit verband nauwgezet op. De spreker weet tot slot niet waarom alle spelers behalve Norkring zich zo terughoudend opstellen ten aanzien van het zenderpark.

De heer *Carl Decaluwe* blijft het vreemd vinden dat de VRM een marktaandeel van meer dan 70 percent – zoals de openbare omroep heeft op radiogebied – niet dominant noemt,

terwijl de regulator voor lagere percentages op andere deelgebieden zoals distributie wel opmerkingen en aanbevelingen formuleert. De heer *Jurgen Verstrepen* sluit zich aan met de vraag hoe de VRM dominantie definieert. Moet men daarvoor in alle sectoren de grootste zijn?

De heer *Philippe De Coene*, voorzitter, herhaalt zijn vraag over de mediaconcentratie bij de dagbladen en vraagt bijkomend wat het beleid daar kan aan doen, gezien de enorme inspanningen die nodig zijn om een titel in leven te houden, laat staan op te richten. Kan een ernstig redactiestatuut de pluriformiteit garanderen?

Mevrouw *Ingrid Kools* verwijst naar de grafieken op p. 128 van het rapport, waarin toch duidelijk aangegeven is dat het publieke aandeel veel groter is. Blijft de vraag, stelt de heer *Carl Decaluwe*, waarom de VRM daarover geen aanbeveling formuleert. Nochtans is dit net een punt waaraan men met Vlaams beleid wel iets kan doen. Op terreinen waar de macht van het Vlaamse niveau veel kleiner is, formuleert de regulator wel opmerkingen.

De heer *Jurgen Verstrepen* herinnert aansluitend aan de belofte die de VRM vorig jaar maakte toen hij diezelfde vraag stelde. Het klopt dat er een grote diversiteit is in het radiolandschap, maar het uitzendvermogen van de meeste spelers is niet te vergelijken met dat van de twee zenders met volledige dekking en een ideaal frequentieschema. Die technische dominantie toont nog veel duidelijker de bestaande scheeftrekking dan de verdeling van de marktaandelen op basis van CIM-cijfers.

De heer *Eric Brewaeys* antwoordt dat de VRM cijfermateriaal bezorgt en dat niets de commissieleden belet om daar conclusies uit te trekken. De heer *Jurgen Verstrepen* repliceert dat zij daarvoor een meer gedetailleerde, technische analyse nodig hebben. Ook de heer *Carl Decaluwe* blijft het vreemd vinden dat een onafhankelijk orgaan geen vraagtekens plaatst bij een marktaandeel van meer dan 70 percent. Een organisatie als VRM heeft volgens het lid juist als bedoeling om mogelijke problemen te signaleren. Hij geeft het voorbeeld van de eventuele overname van VT4 door Woestijvis en Corelio. Het beleid kan zich daar dan bij zijn initiatieven mee op baseren, voor zover mogelijk uiteraard, want mededinging is nog altijd federaal.

Ook de evoluties op het internet ontbreken trouwens in het rapport over de mediaconcentratie, al heeft het lid begrip voor de beperkte mankracht van de regulator. De heer *Joris Sels* antwoordt dat de VRM zelf al besloten had om volgend jaar meer aandacht te geven aan het sterk groeiende aandeel van het internet. Ook de heer *Eric Brewaeys* belooft volgend jaar meer evenwicht in de aanbevelingen.

De moeilijkheden van de dagbladpers zijn in de eerste plaats economisch. Een stevig redactiestatuut is niettemin een zeer goede suggestie ter versterking van het pluralisme, maar dat zal er niet komen zonder onderhandelingen in de geschreven pers zelf. De spreker zegt niet dat er op dit moment al een echt probleem is met de kranteninformatie, maar erkent dat het mogelijk kan opduiken.

De voorzitter dank de vertegenwoordigers van de VRM voor hun toelichting van het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen 2010' en de beloofde bijsturingen voor het rapport van volgend jaar.

Philippe DE COENE,
voorzitter

Carl DECALUWE,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

CIM	Centrum voor Informatie over de Media
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
IPTV	Internet Protocol Television
VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
VMMa	Vlaams Mediamaatshappij
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie