



Vlaanderen
is media

Rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2017

Voorstelling Vlaams Parlement 22 maart 2018

Overzicht presentatie

► 5 hoofdstukken rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2017

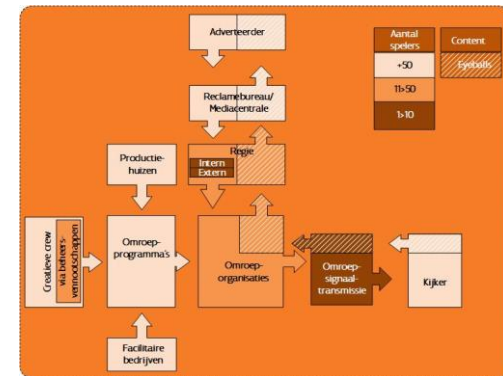
1. Afbakening sector
2. Mediagroepen
3. Info over concentratie
4. Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsvoorstellen
5. Algemeen besluit

Structuur rapport= idem vorige jaren

> in deze presentatie vooral toelichting bij inhoudelijke wijzigingen t.o.v. vorige edities en aandacht voor belangrijke nieuwe feiten sinds publicatie

Hoofdstuk 1: De Vlaamse Mediasector

- ▶ Weinig wijzigingen t.o.v. rapport 2016
- ▶ Vier mediavormen:
 - Radio (=situatie vóór hertekening)
 - Tv
 - Geschreven Pers
 - Internet
- ▶ Duidelijker positionering t.o.v. segmenten doelpubliek (met in achterhoofd *targeted advertising*)
- ▶ Crossmedialiteit en convergentie
 - 'merk' erg belangrijk
- ▶ Verticale integratie (spelers actief binnen andere segmenten waardeketen)



Besluit hoofdstuk 1

HORIZONTALE CONCENTRATIE

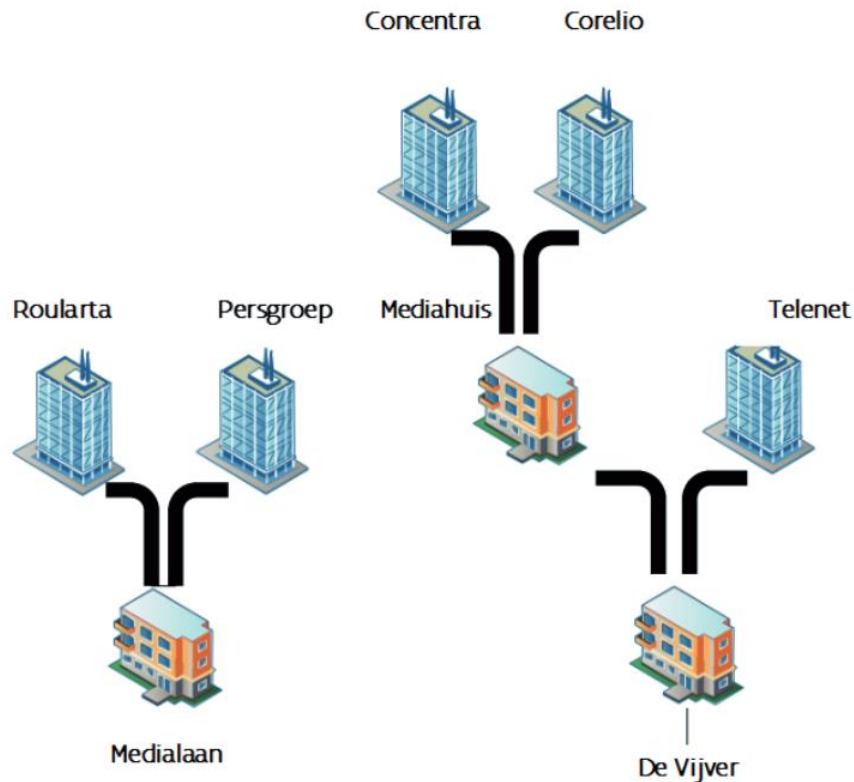
MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
• Radio		Landelijke radio-omroeporganisaties Lokale radio-omroeporganisaties	Radiosignaaltransmissie
• Televisie	Facilitaire bedrijven Productiehuizen	Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair) Exploitatiemaatschappijen regionale televisie	Dienstenverdelers & netwerkbeheerders
• Geschreven pers	Pers- en fotoagentschappen	Uitgevers dagbladen Uitgevers gratis pers Uitgevers periodieke bladen	Distributeurs pers
• Internet		Websites Socialemedia-accounts Apps	ISP/netwerkaanbieders Mobiele operatoren Socialemedianetwerken App stores

Tabel 44: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen¹¹²

Legende:

Aantal spelers
>50
11-50
1-10

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen



Figuur 10: Groepen die deel uitmaken van andere groepen

Groep

De Persgroep

De Vijver Media

Mediahuis

Mediaaan

Proximus

Roularta Media Group

Sanoma Media Belgium

Studio 100

Telenet

VRT



Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

- ▶ Voor elke groep
 1. Overzicht aandeelhouders
 2. Organigram
 3. Overzicht **merken**aanbod (voorheen **product**aanbod)
- ▶ Verstrengeling groepen, strategische allianties

Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

- ▶ Wijzigingen t.o.v. 2016:
- ▶ Concentra en Corelio werden niet meer apart opgenomen
- ▶ Studio 100 nieuw toegevoegd
- ▶ Productoverzicht van de groep gegroepeerd volgens merk

Hoofdstuk 2: Wijzigingen t.o.v. 2016:

► Productoverzicht van de groep: insteek volgens merk

OVERZICHT MERKEN

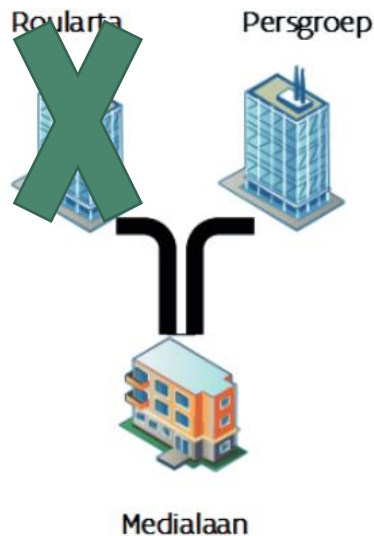
MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• Q-music./Q2/qmusic.be													
• Joe													
• TVBastards													
• VTM													
• VTMkzoom													
• KADET													
• Vitaya													
• CAZ													
• I-watch													
• Stievie													
• VTM Koken													
• VTM Nieuws													
• Jimmobile													
• Mobile Vikings													
• Mediaaan Ad-vertising													

Tabel 50: Overzicht merken Mediaaan nv¹⁷



Vlaanderen
is media

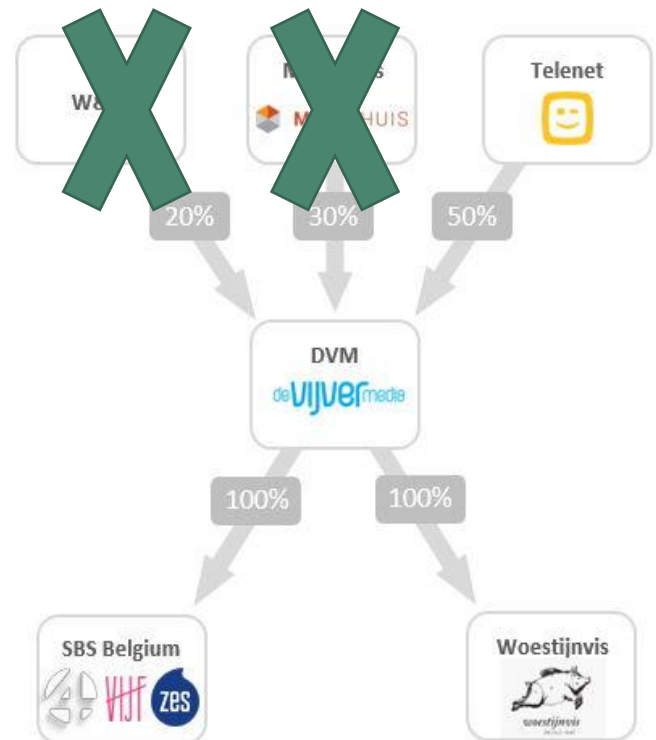
Hoofdstuk 2: Wijzigingen sinds afsluiten redactie



- ▶ 2 oktober 2017: aankondiging transactie waarmee Roularta haar aandelen in Mediaaan zou overdragen aan De Persgroep. Daarmee zou Mediaaan integraal deel gaan uitmaken van De Persgroep. In ruil verwerft Roularta de participatie van De Persgroep in Mediafin.
- ▶ De overname van de 50%-participatie van Roularta in Mediaaan door De Persgroep werd op 6 december 2017 aangemeld bij de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) en op 22 december 2017 goedgekeurd. Op 1 februari werd de fusie tussen De Persgroep en Mediaaan aangekondigd.
- ▶ De overname van de 50%-participatie van De Persgroep in Mediafin door Roularta werd op 12 januari 2018 aangemeld bij de BMA en werd op 7 maart 2018 goedgekeurd.

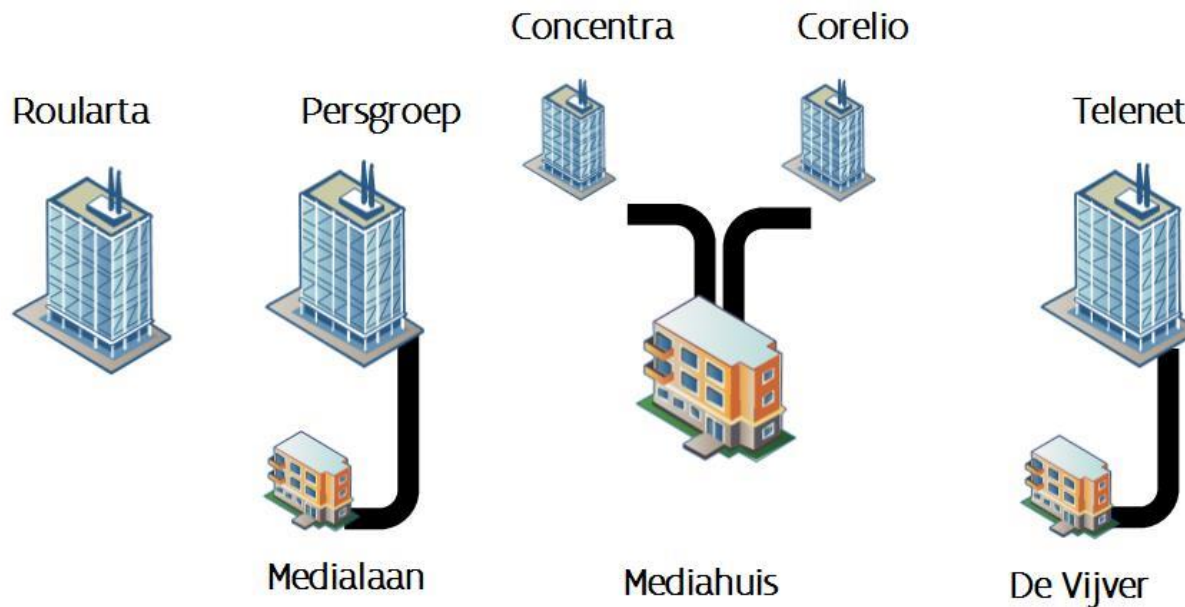
Hoofdstuk 2: Wijzigingen sinds afsluiten redactie

- ▶ Op 16 januari 2018 werd er een transactie aangekondigd waarbij Roularta enkele bladen van Sanoma België koopt en Roularta zijn titel Ik ga Bouwen / Je vais Construire aan Sanoma verkoopt. Deze transactie moet nog goedgekeurd worden door de BMA.
- ▶ Op 7 maart 2018 kondigde Telenet aan dat het 100% van de aandelen in De Vijver Media wil verwerven (waarvan het nu reeds 50% bezit). De bevoegde mededingingsautoriteiten moeten hier nog goedkeuring voor geven.

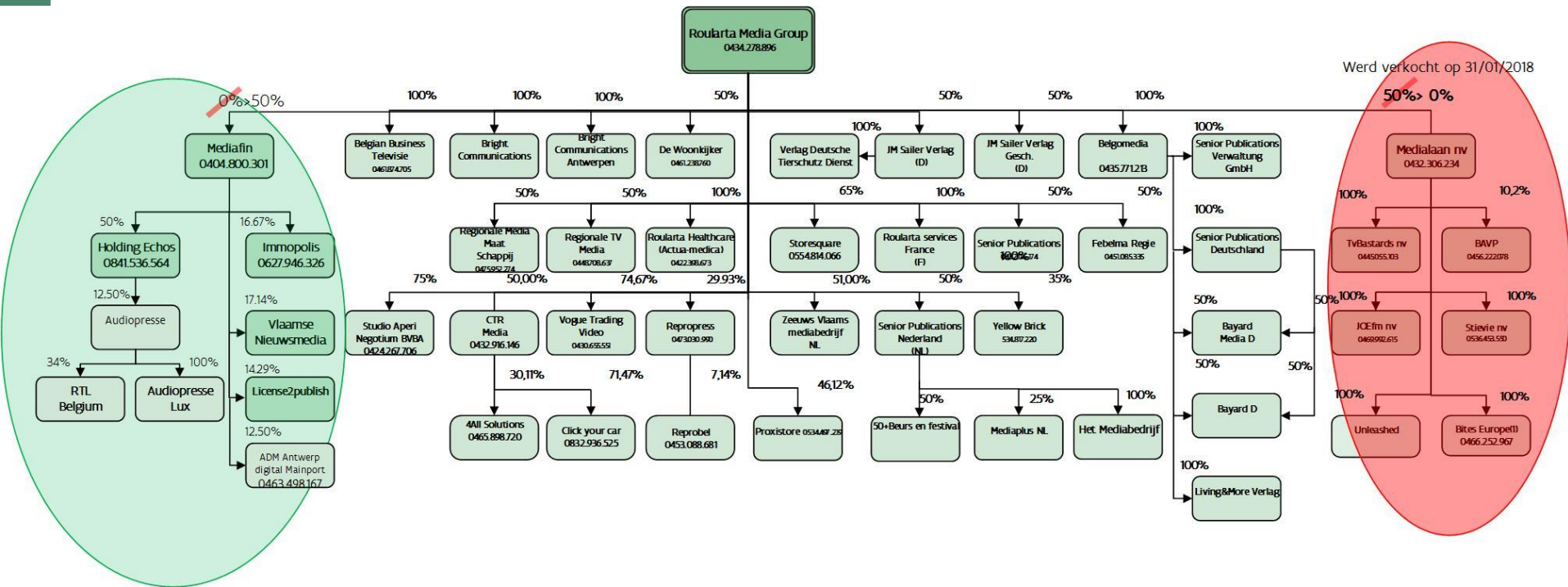


Hoofdstuk 2: Mediagroepen in Vlaanderen

► Na recente wijzigingen

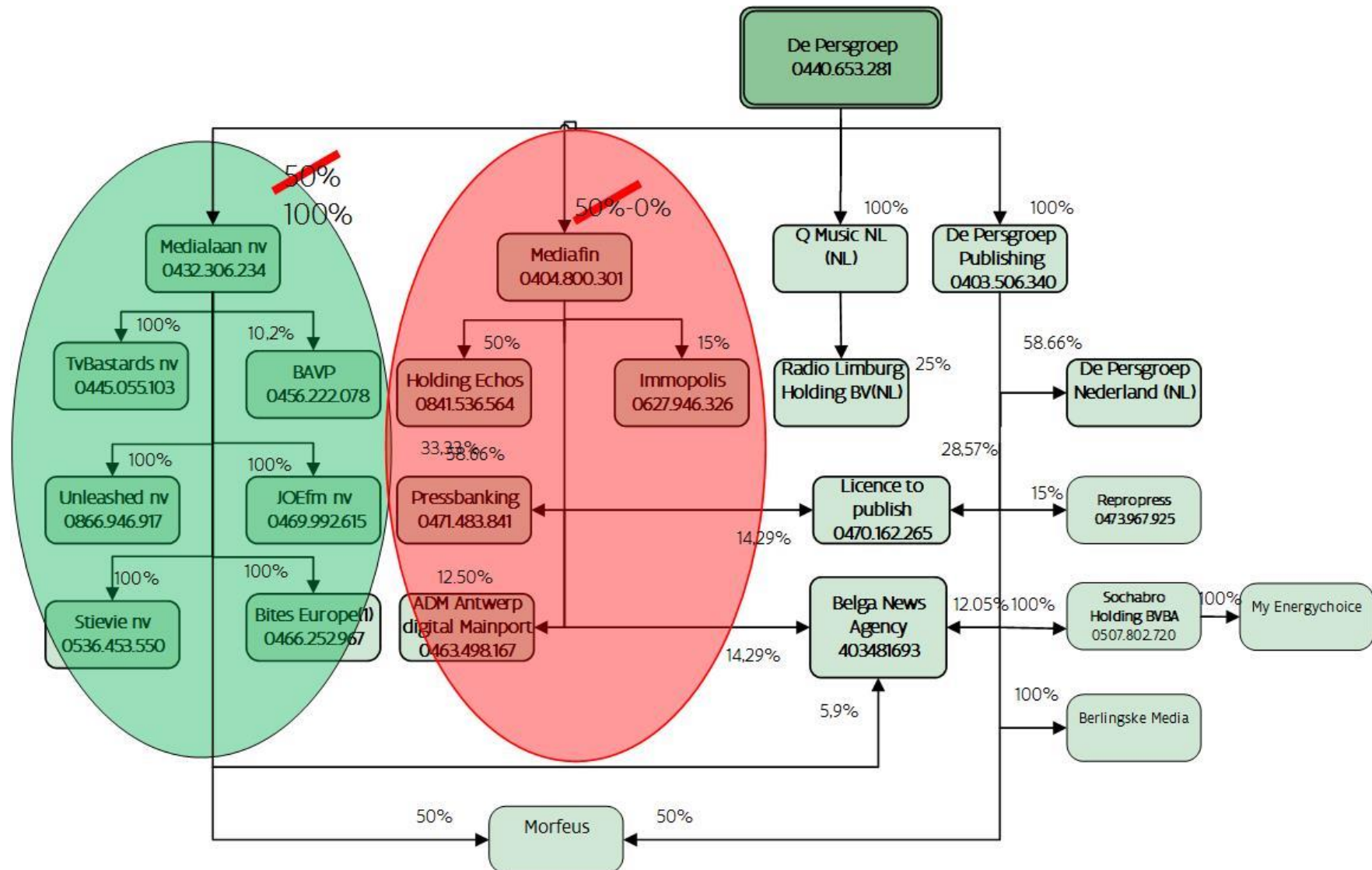


Hoofdstuk 2: Nieuw organigram Roularta

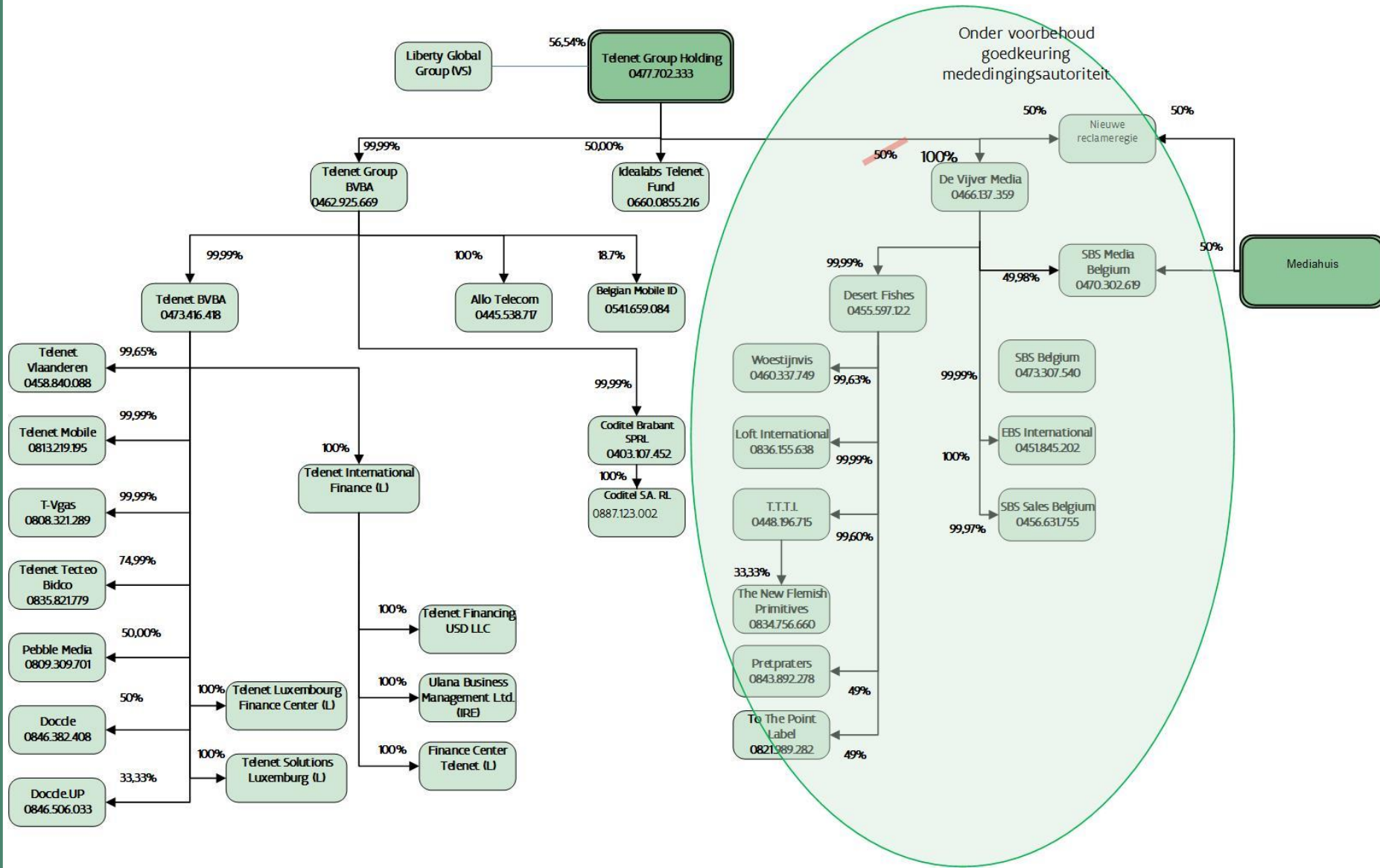


Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 2: Nieuw organigram Persgroep

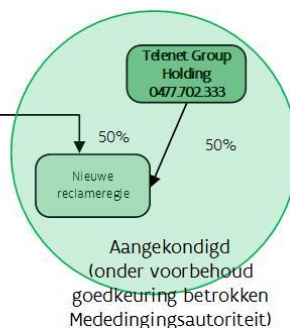
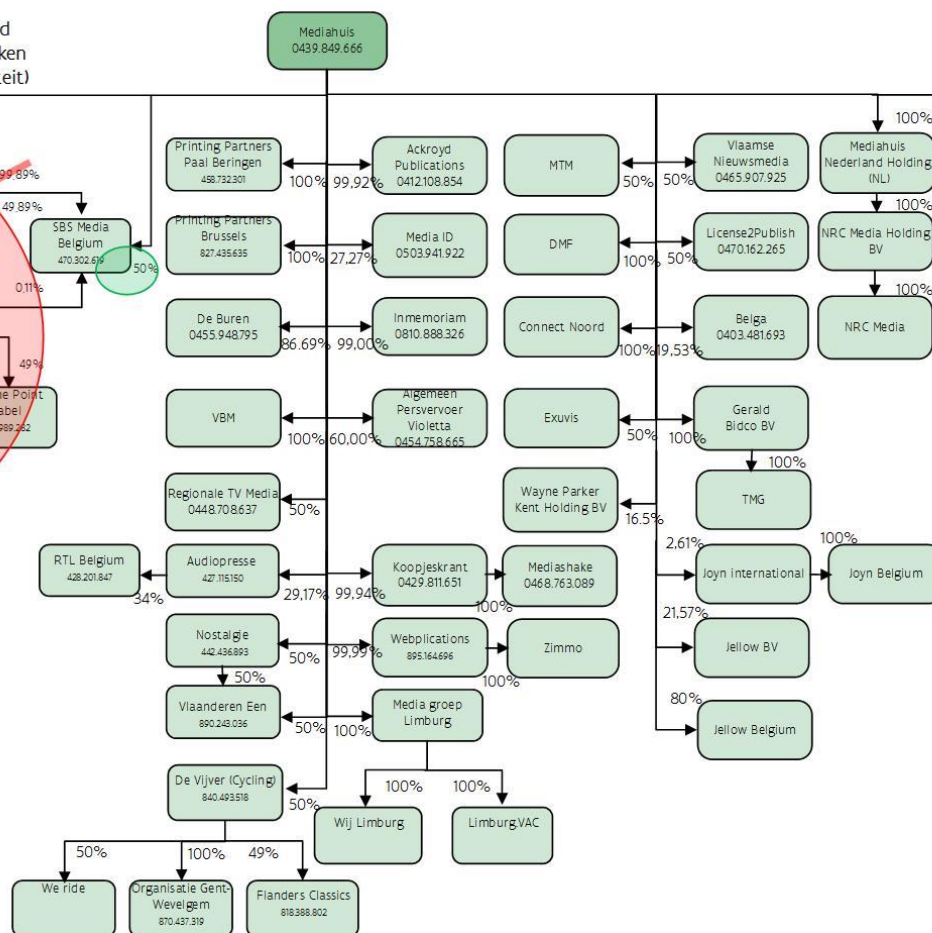
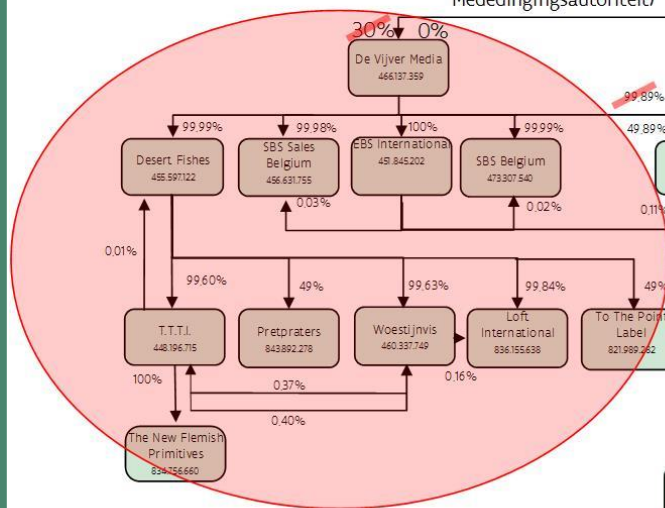


Hoofdstuk 2: Nieuw organigram Telenet



Hoofdstuk 2: Nieuw organigram Mediahuis

Aangekondigd
(onder voorbehoud
goedkeuring betrokken
Mededingingsautoriteit)



Aangekondigd
(onder voorbehoud
goedkeuring betrokken
Mededingingsautoriteit)



Vlaanderen
is media

Crossmedialiteit (p.144)

AANBOD MEDIAGROEPEN

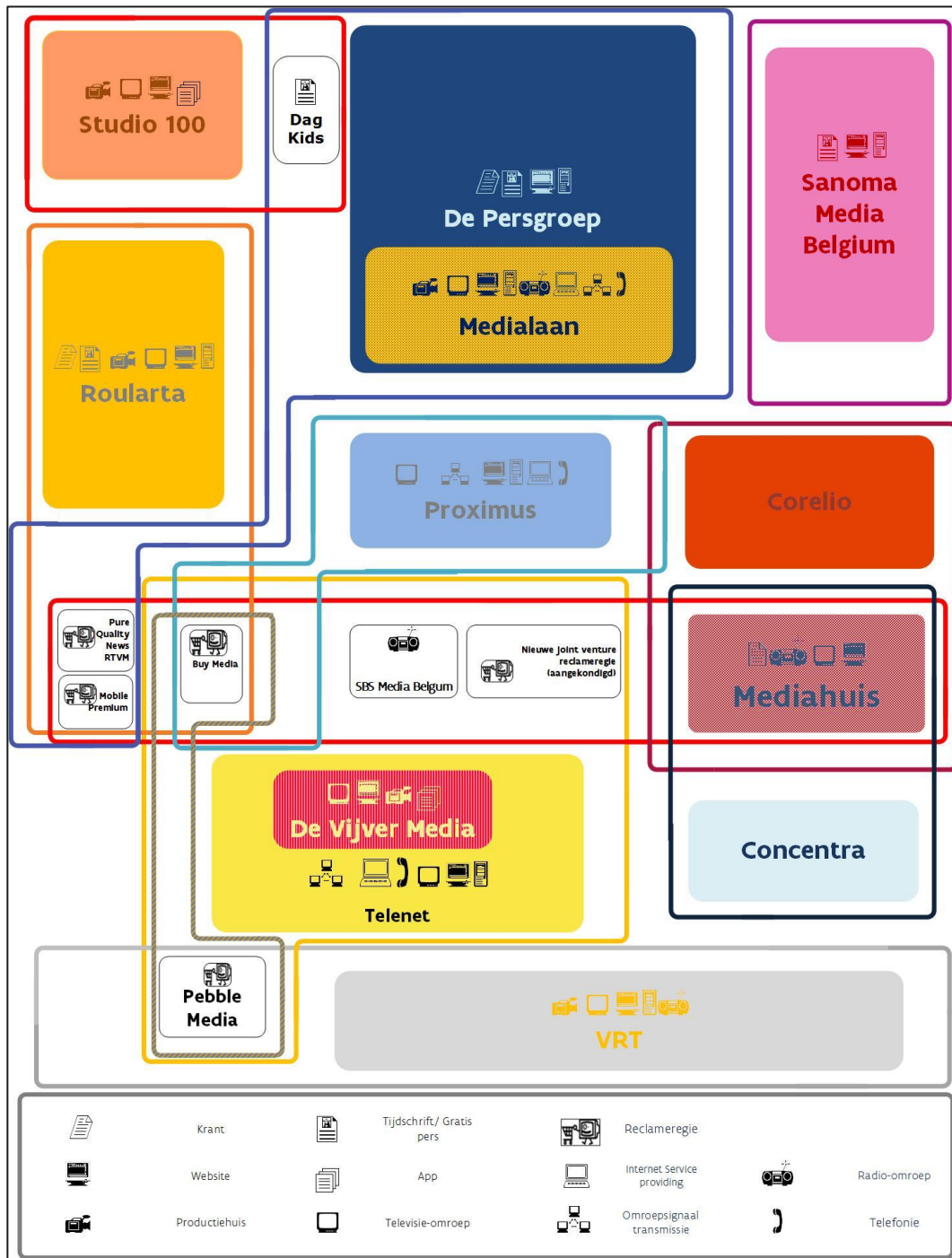
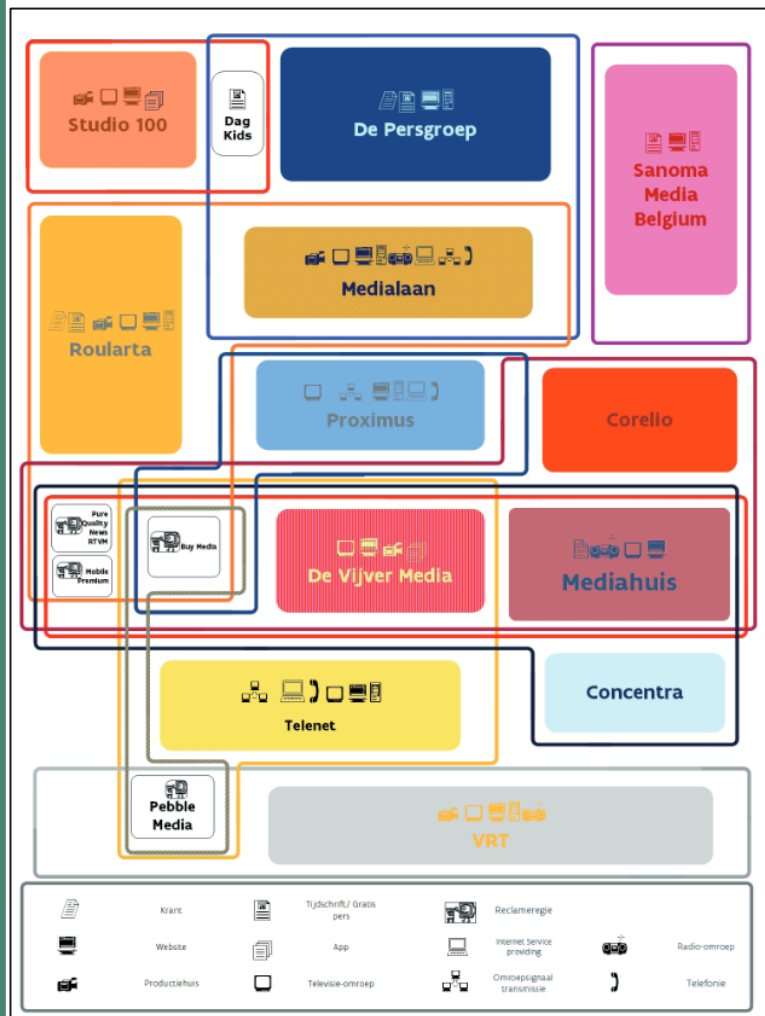
MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE		DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE	
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
● Mediahuis nv	x	-	x	x	-	x	x	x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

Tabel 58: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

Verstrengeling

(p.146↓)

(22.03.2018 →)

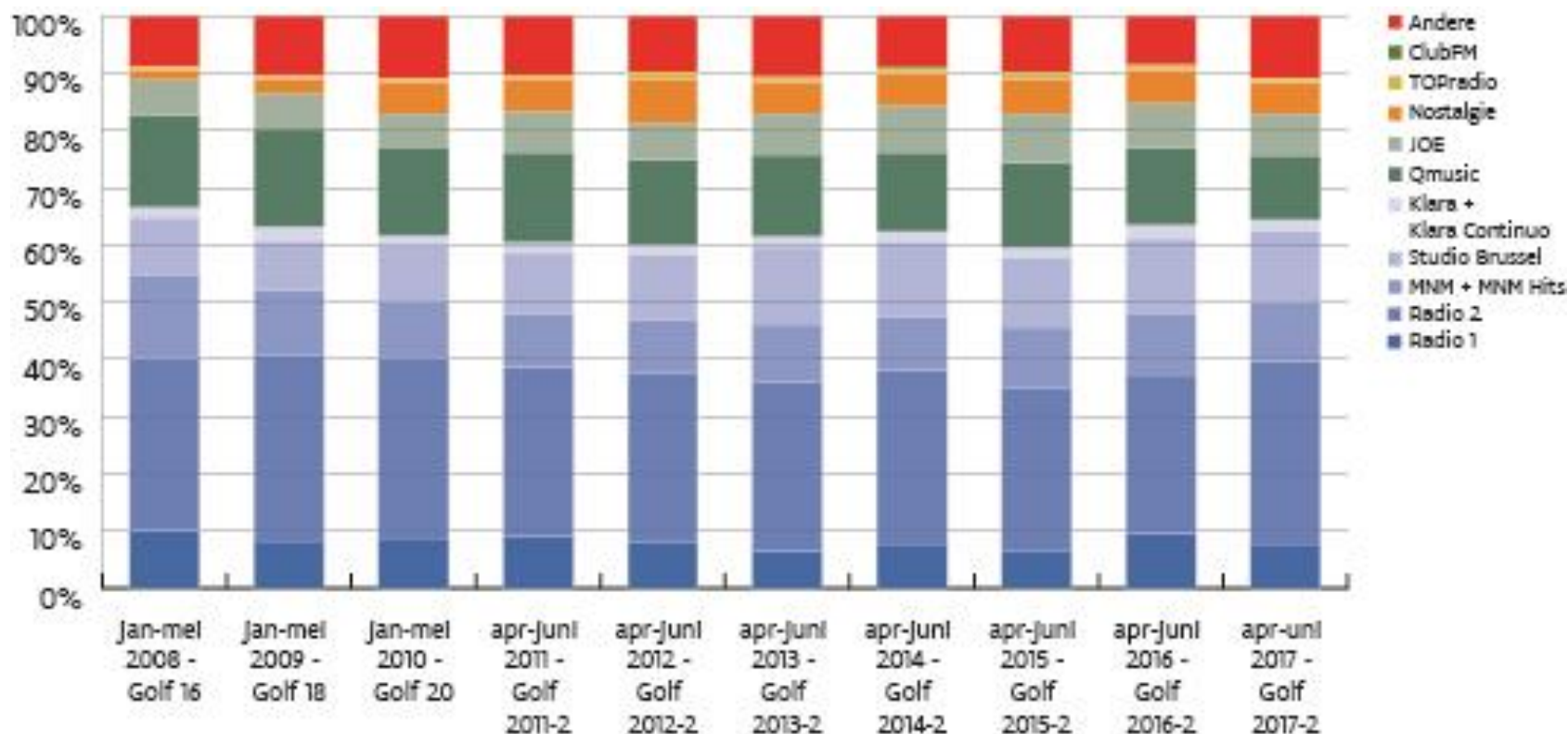


Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie

► Berekening concentratie:

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

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - radio



Figuur 37: evolutie marktaandeelen radio o.b.v. luistercijfers



CONCENTRATIE-INDEXEN

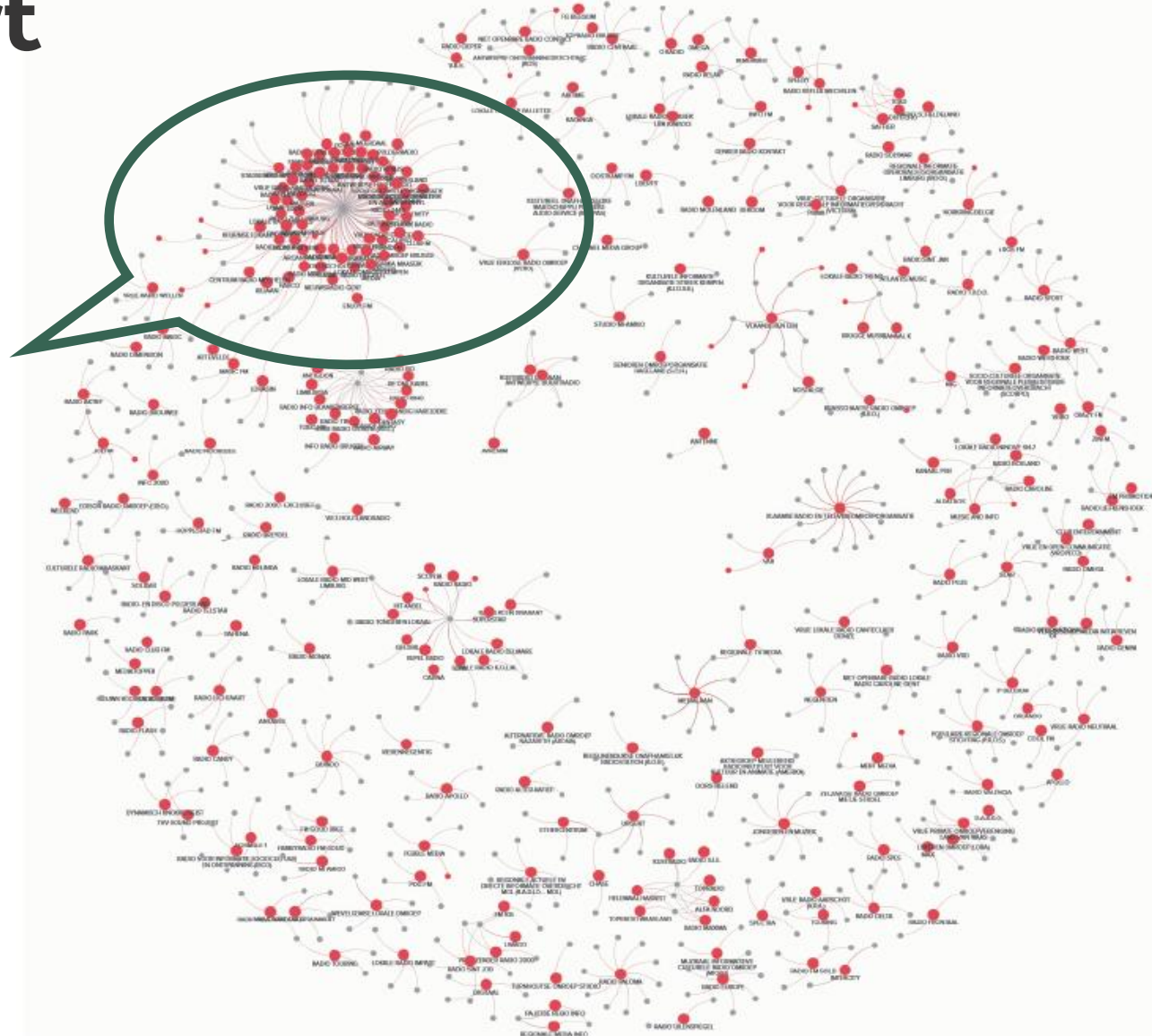
OP BASIS VAN ZENDERS		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
• C4		71%	69%	71%	70%	66%	65%	65%	67%	66%	66%
• HHI		0,1837	0,1738	0,1701	0,1773	0,1684	0,1588	0,1565	0,1601	0,1607	0,1537
VOLGENS GROEP		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016
• C4		91%	90%	89%	89%	89%	88%	90%	89%	91%	89%
• C2		89%	86%	83%	83%	87%	83%	84%	83%	85%	83%
• HHI		0,5027	0,4681	0,4421	0,4342	0,4237	0,4214	0,4502	0,4234	0,5028	0,4805

Tabel 62: Concentratie-indexen zenders en groepen radio op basis van luistercijfers 2008-2017
Bron: VRM op basis van CIM

Concentratie functiehouders per mediasoort

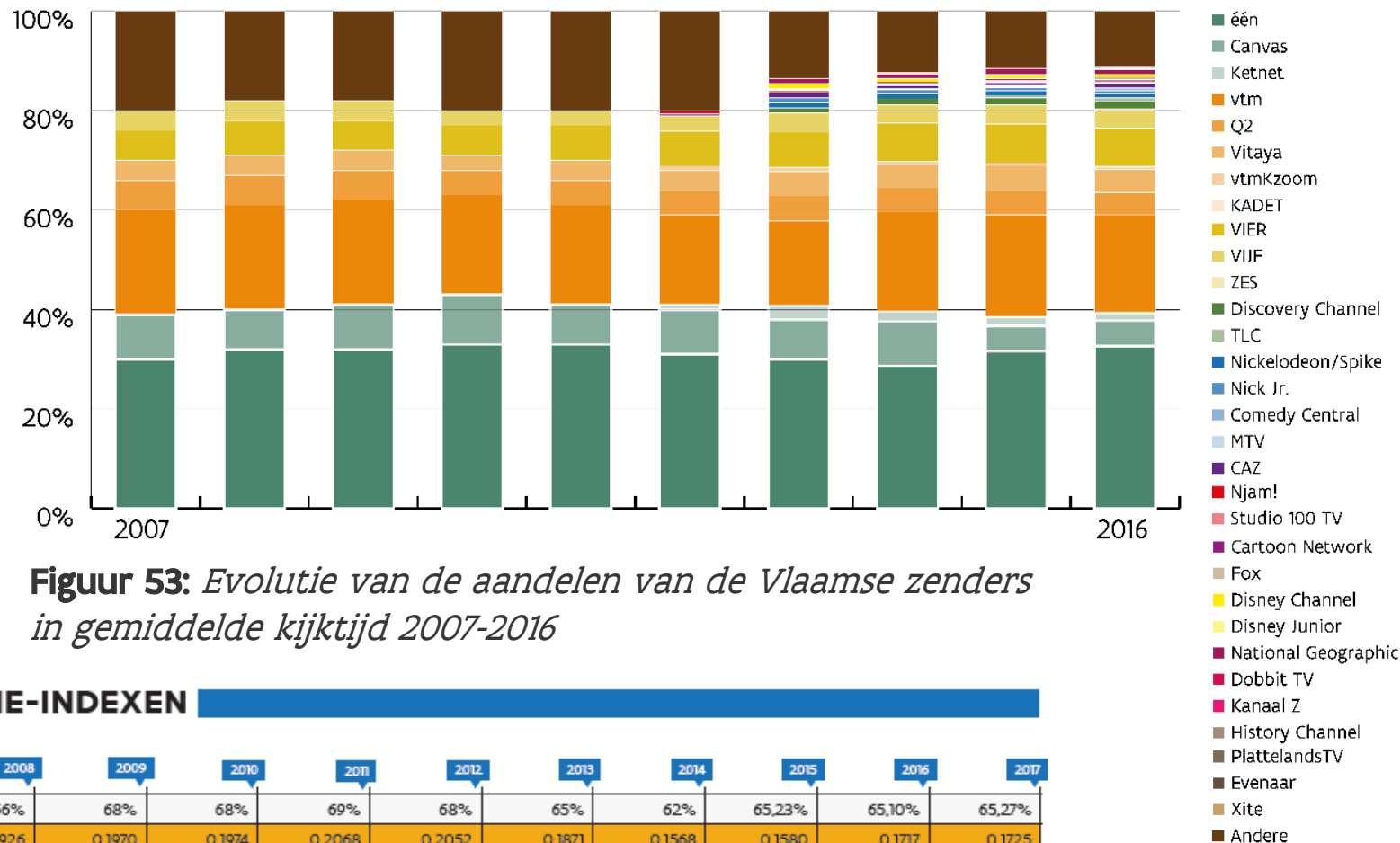
Radiosector

Zou na nieuwe
erkenningronde
niet meer zo
geconcentreerd
mogen zijn



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

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - televisie



CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN ZENDERS

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
C4	66%	68%	68%	69%	68%	65%	62%	65,23%	65,10%	65,27%
HHI	0,1926	0,1970	0,1974	0,2068	0,2052	0,1871	0,1568	0,1580	0,1717	0,1725

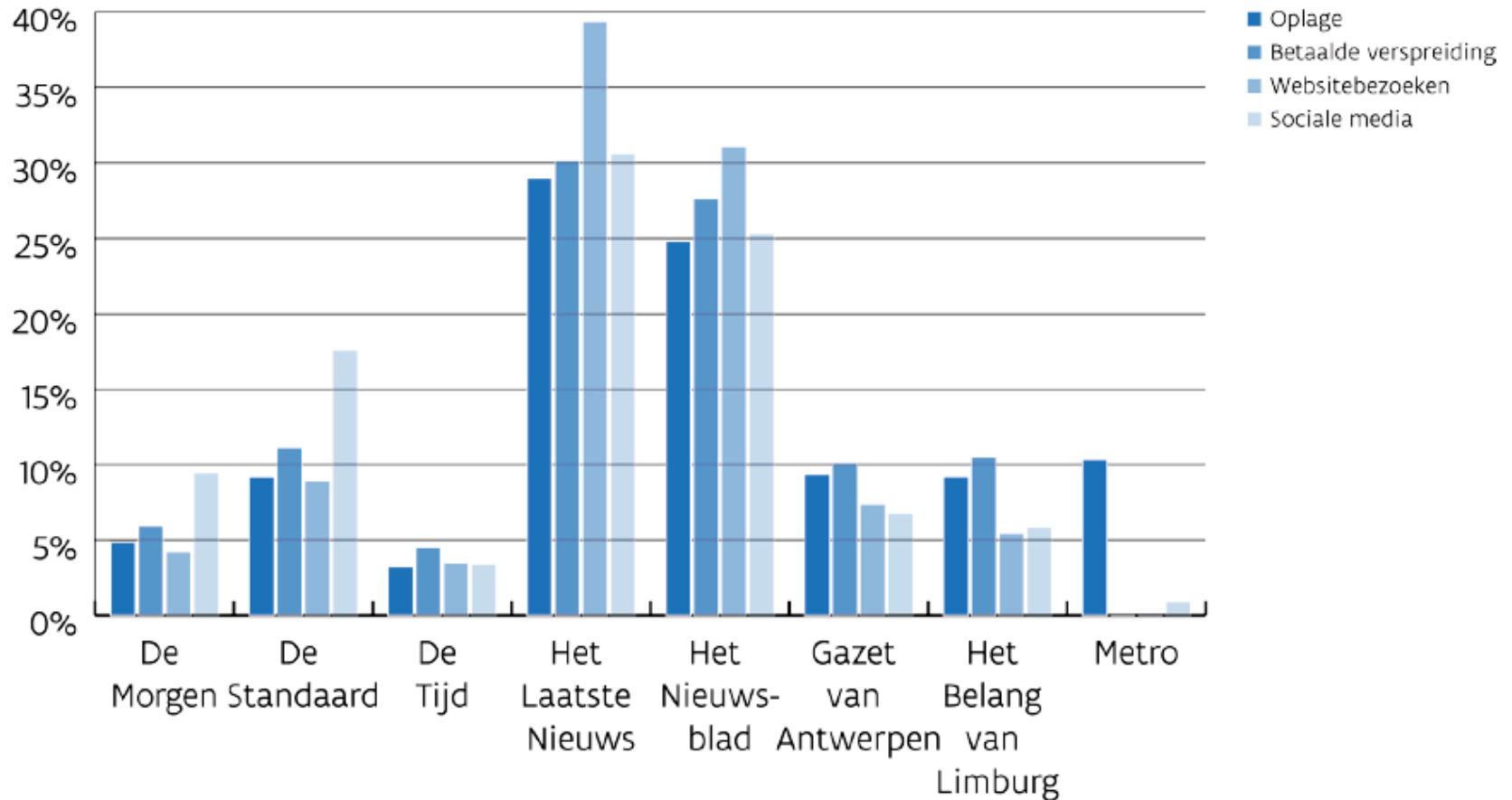
VOLGENS GROEP

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016
C4	80%	82%	82%	80%	80%	78,90%	79,6%	81,19%	81,2%	80,4%
HHI	0,2582	0,2682	0,2742	0,2714	0,2622	0,2559	0,2564	0,2617	0,2590	0,2564

Tabel 73: Concentratie-indexen omroeporganisaties op basis van kijkcijfers 2007-2016

Bron: VRM op basis van CIM TV – Noord, 1/1/2007-31/12/2016, 02-26h, doelgroep & gasten - GfK Belgium

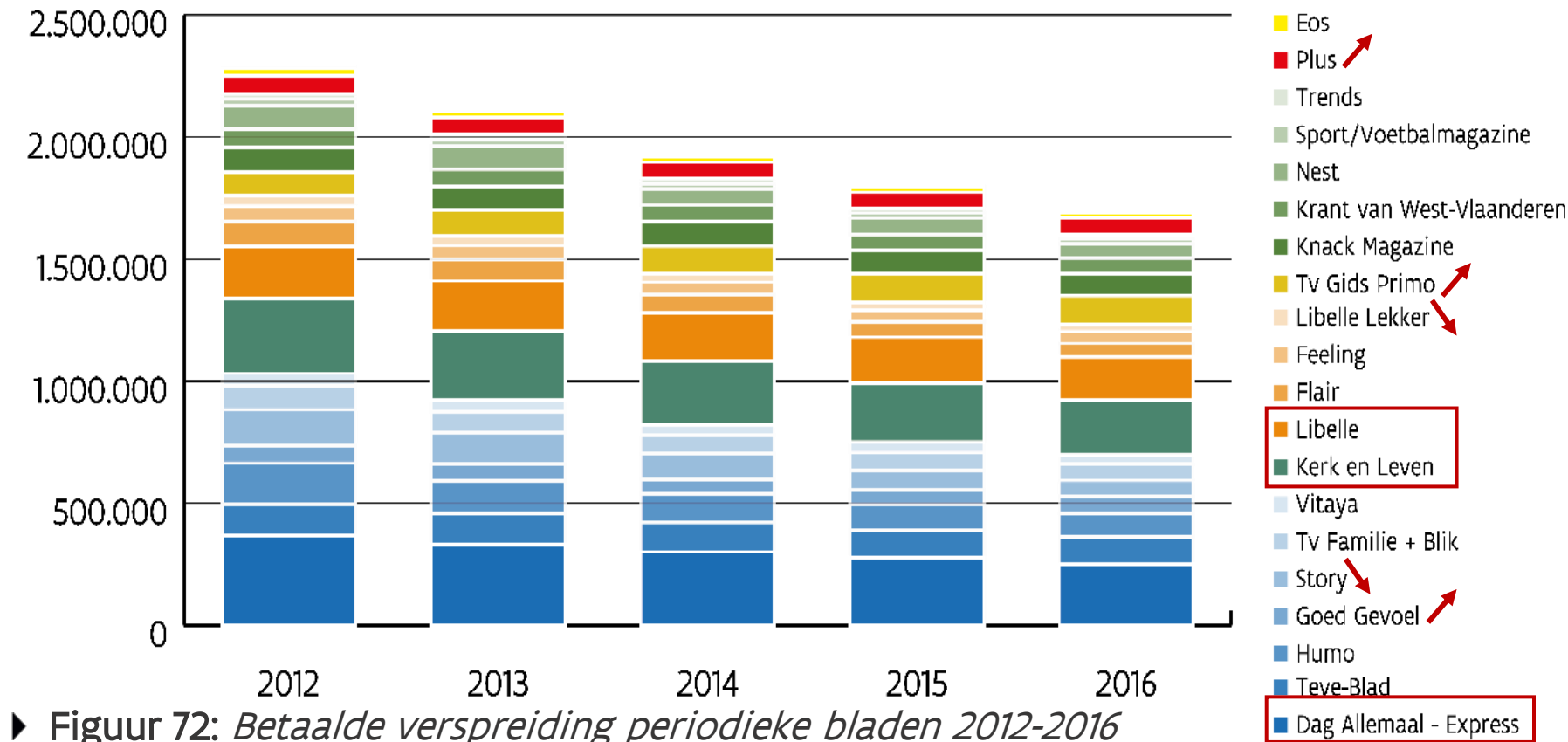
Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - dagbladen



Figuur 70: Marktaandelen dagbladen per titel
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek



Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - tijdschriften

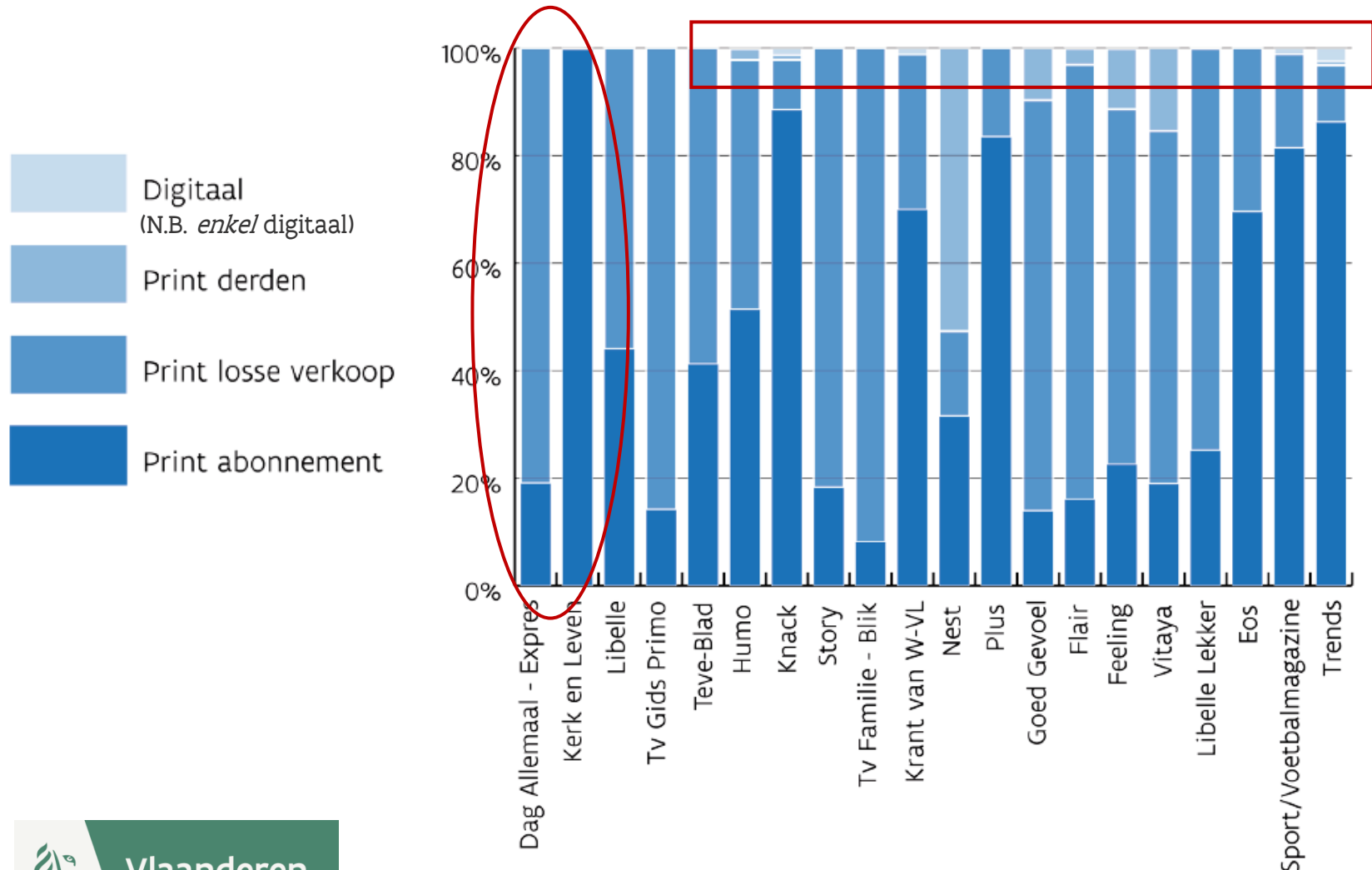


CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN TITELS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
C4	46,51%	46,77%	48,87%	49,97%	48,14%	43,46%	42,43%	44,35%	45,97%	45,93%
HHI	0,08	0,08	0,09	0,08	0,09	0,07	0,07	0,07	0,08	0,08
VOLGENS GROEP	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
C4	85,16%	86,10%	86,52%	76,84%	85,14%	84,57%	84,52%	84,12%	92,21%	91,66%
HHI	0,23	0,23	0,23	0,18	0,2	0,21	0,21	0,21	0,26	0,25

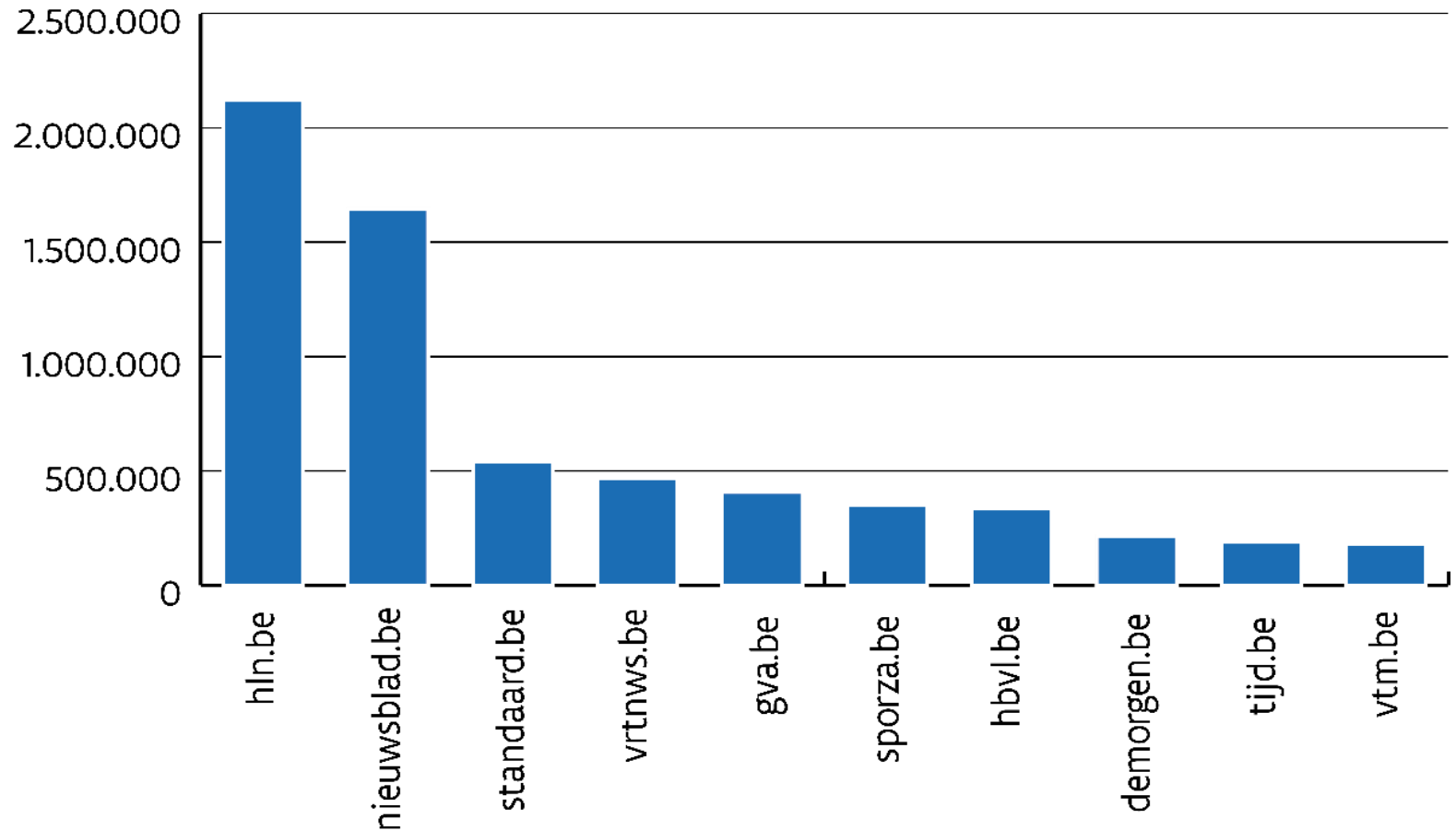
Tabel 88: Concentratie-indexen periodieke bladen op basis van betaalde verspreiding 2007-2016
Bron: VRM op basis van CIM

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - tijdschriften

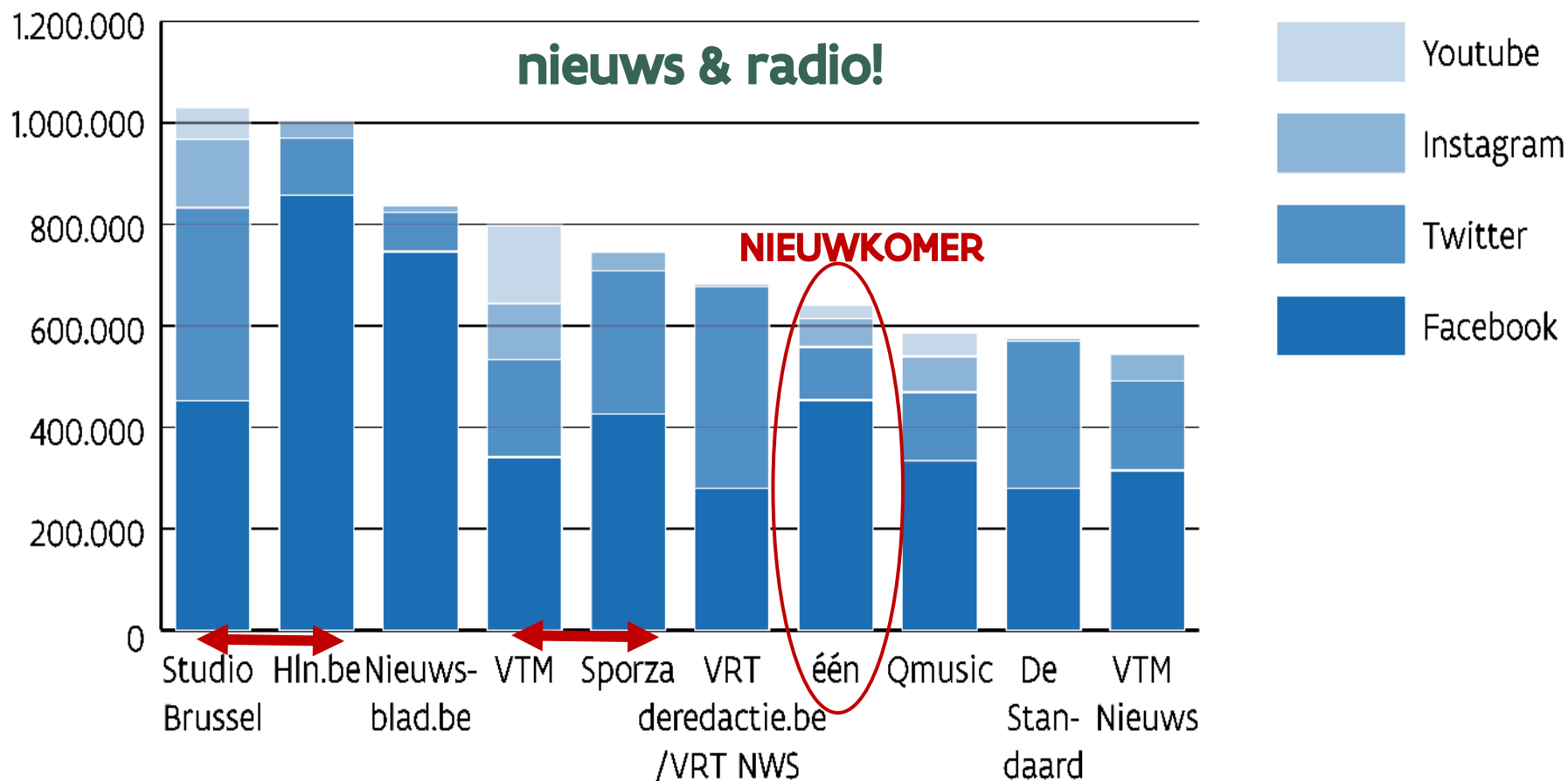


Figuur 73: Aandeel abonnement-losse verkoop 2016
Bron: VRM op basis van CIM

Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - websites

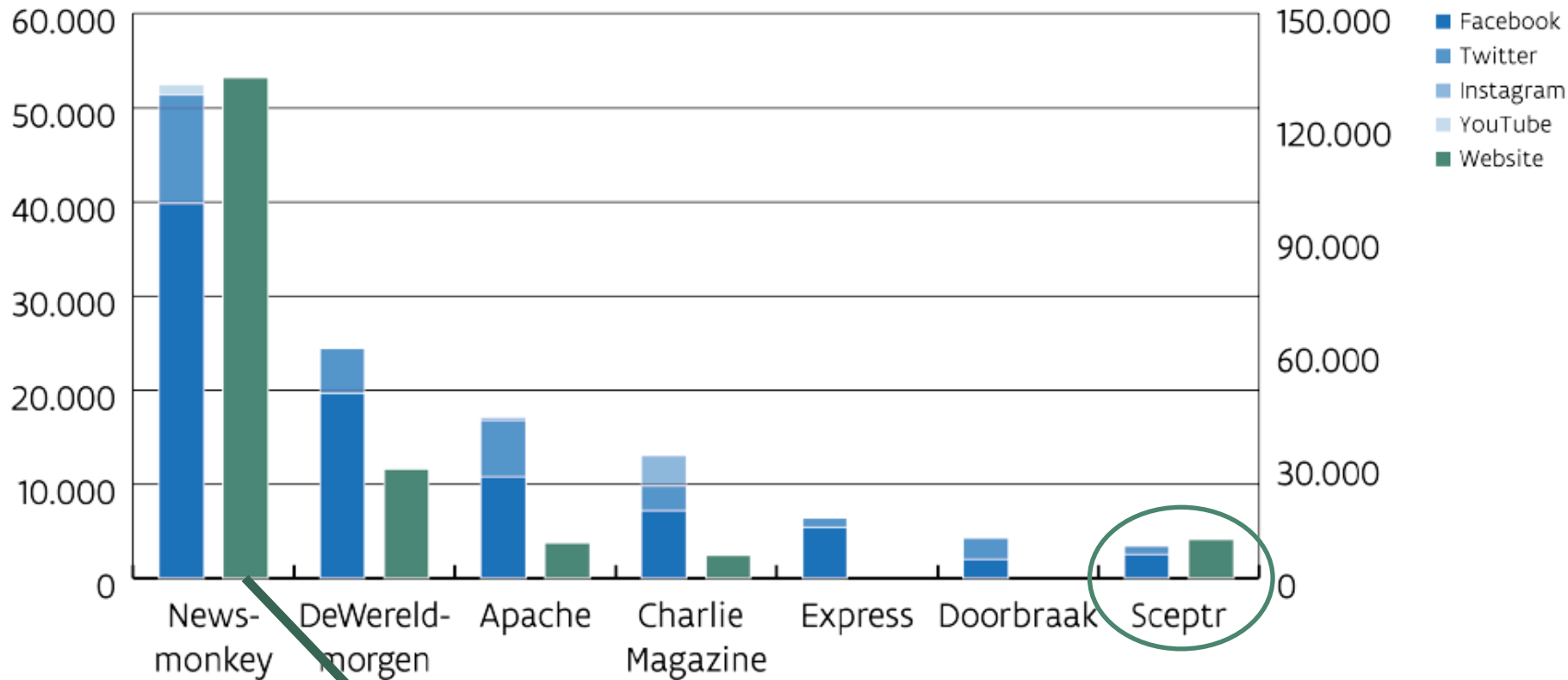


Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie - sociale media



Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie

– onafhankelijke nieuwssites



Figuur 84: Online populariteit websites die niet gelieerd zijn aan andere media
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sites, cijfers juni 2017

► Minder dan tijd.be, maar bijna dubbel zoveel als stubru.be of humo.be

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 100: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)

Legende:

Geen waarde berekend
Niet geconcentreerd (waarde $< 0,15$)
Matig geconcentreerd (waarde $0,15 \leq x \leq 0,25$)
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

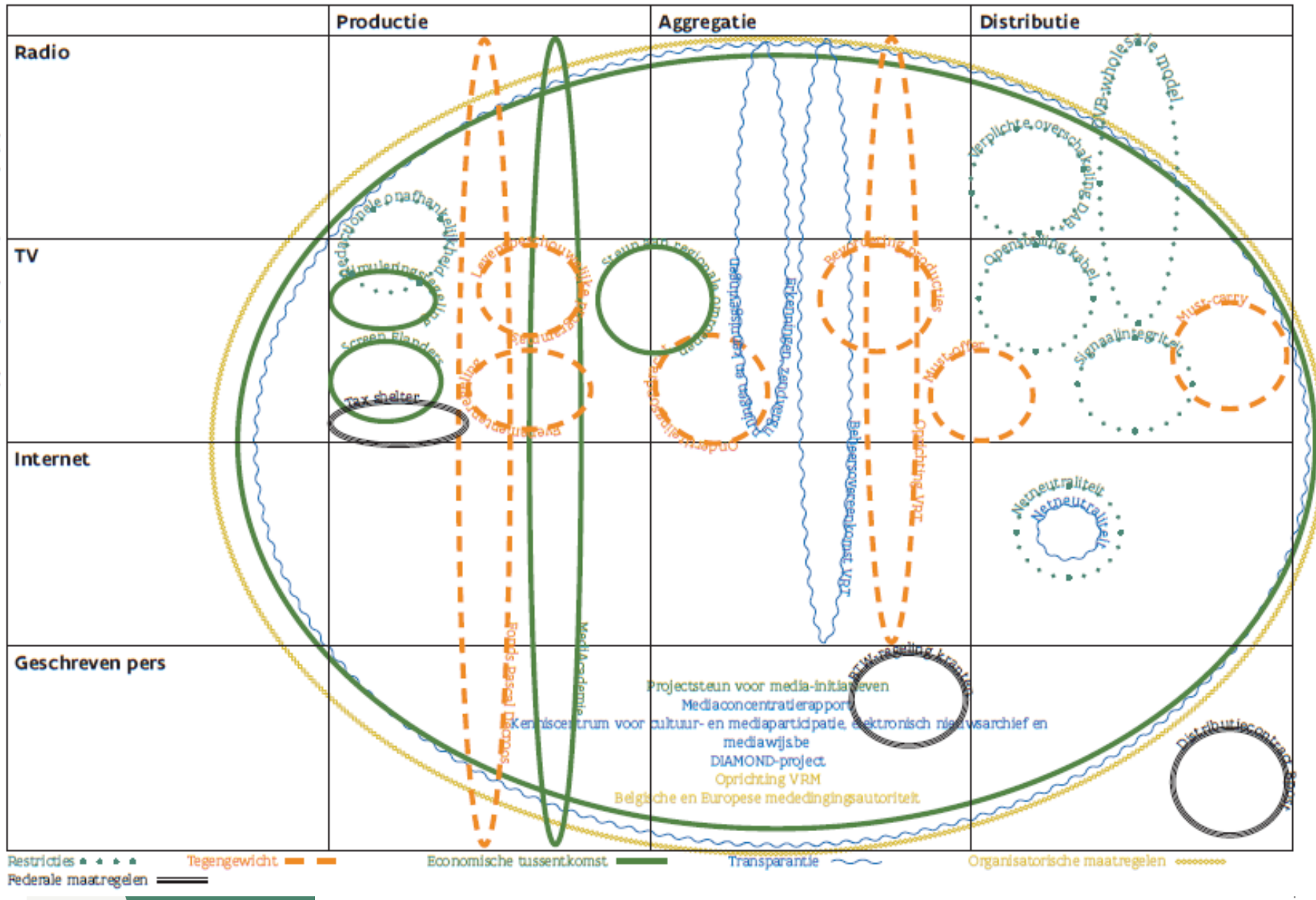
Bestaande maatregelen (p.247)

REMEDIES

CATEGORIE	TOELICHTING	TOEPASSING IN VLAANDEREN
● Restricties	Bv. eigendomsrestricties	Regulering Toepassing artikelen 189-192/3, van het Mediadecreet DVB-T: wholesale model Signaalintegriteit Netneutraliteit
● Tegengewicht	Inspanningen om het publiek een alternatief aanbod beschikbaar te stellen	Must-carryverplichting, must-offerverplichting, evenementenregeling en vrije nieuwsgaring Openbare omroeporganisatie VRT Fonds Pascal Decroos 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
● 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 101: Categorieën remedies volgens Cavallin

Plasma or citratorin halohemostasis in the malnutrition



Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

Categorie maatregel	Uitbreidingsmogelijkheid/beleidsaanbeveling
Restricties	• Verticaal geïntegreerde spelers: confidentialiteitsverplichting / Chinese Walls / niet-discriminerende ontsluiting van info • Uitbreiding DAB+ • Uniformiseren reclameregels over ≠ platformen
Tegengewicht	• Must-offer
Economische tussenkomst	• Beperkend mechanisme stimuleringsregeling
Transparantie	• Meer samenwerking tussen beleidsniveaus • Eigendomstransparantie en register • Informatieregister over tv-kijken via internet
Organisatorische maatregelen	• Verduidelijking opdracht VRM inzake privacy en gegevensbescherming • Expliciete samenwerking VRM-BMA en VRM-Privacycommissie

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

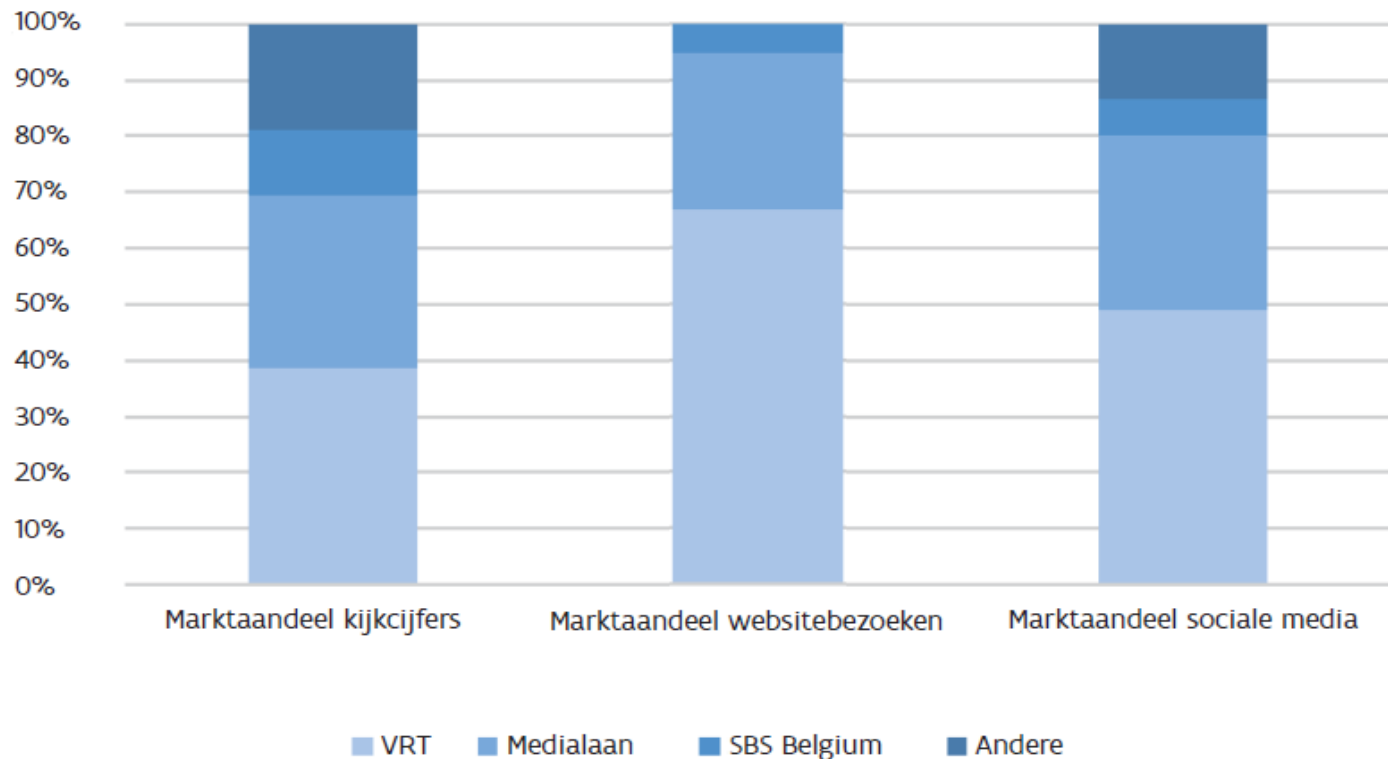
► Radio

- Grote concentratie op vlak van omroeporganisaties
- Radio ondervindt financieel minder invloed van concurrentie van internet
- 8 landelijke omroepen, waarvan 5 eigendom van VRT
- VRT heeft ook online populaire radiomerken
- DAB+ kan zorgen voor meer concurrentie
- Ketenvorming lokale radio's tegengegaan door hertekening frequentieplan

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

► Televisie

- Weinig concentratie op vlak van contentproductie
- Hogere concentratie op vlak van omroepen



Figuur 59: Marktaandelen mediagroepen televisie
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

► Televisie

→ Hoge concentratie op vlak van distributie.

× Tegengewicht : openstelling kabel

→ Verticale integratie

× Telenet, dominante speler op de distributiemarkt, neemt ook op andere schakels van de waardeketen een belangrijkere positie in

× Mediaaan richt zich ook op distributie met STIEVIE (FREE) en mobiele operatoren JIM Mobile en Mobile Vikings

Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

► Geschreven pers

→ Kranten:

- × dalende gedrukte verkoop deels gecompenseerd door digitaal, vooral bij kwaliteitskranten
- × Grote concentratie: De Persgroep en Mediahuis

→ Magazines:

- × Moeilijke transitie naar digitaal
- × Dalende verkoopcijfers
- × Dalende advertentieopbrengsten
- × Minder grote concentratie
- × Aanbod Sanoma wordt overgeheveld naar andere groepen

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

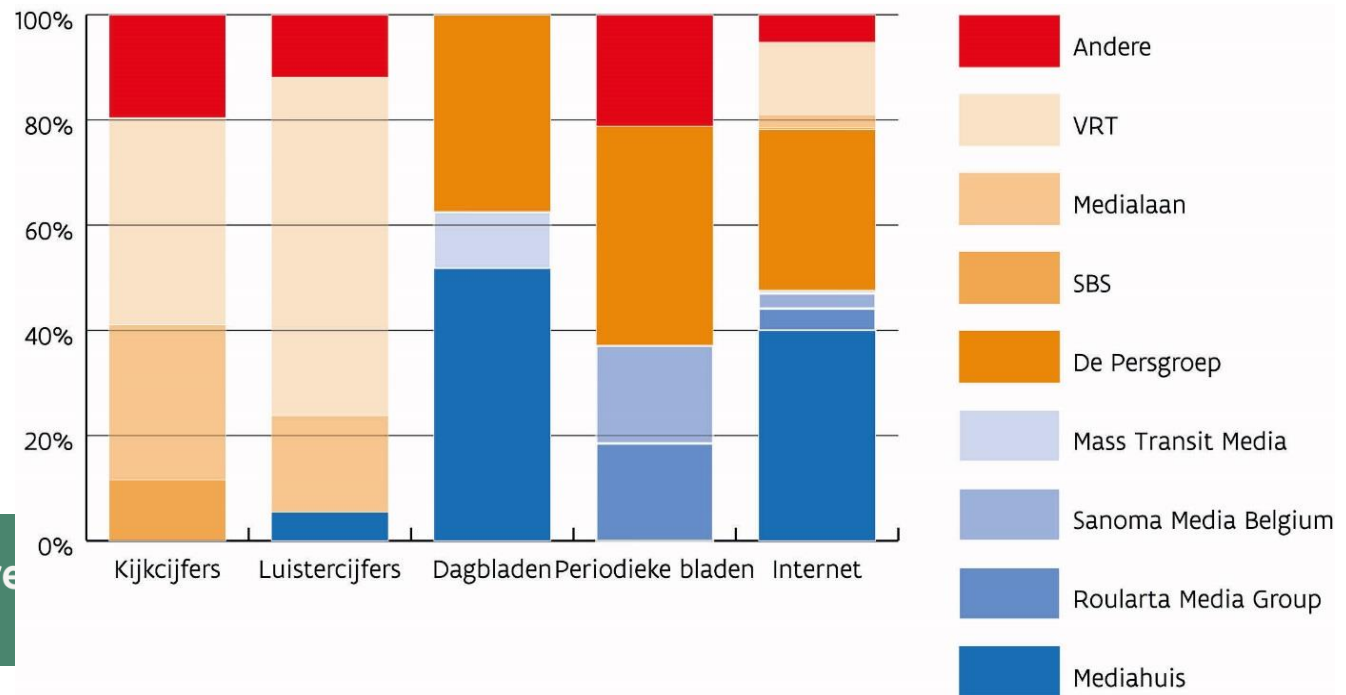
Hoofdstuk 5: Algemeen besluit

► Ook in 2017 grote concentraties genoteerd in Vlaamse mediasector. Deze zijn vaak een reactie op nieuwe technologische uitdagingen en internationalisering

→ Radio: sterke positie VRT

→ TV: verticale integratie, spelers zijn actief op alle schakels in de waardeketen

→ Geschreven pers: Mediahuis en De Persgroep



Dank voor uw aandacht!



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



Vlaamse
overheid