

Commissie Media

Hoorzitting 14 februari 2019

Standpunt Medialaan

VOORAF

Uitgangspunten in Regeerakkoord en Beleidsnota Media:

- Klemtoon op het behoud van een kwaliteitsvol en pluriform aanbod, de levensverzekering voor een bloeiend medialandschap
- Bestrijden van verschraling van contentproductie
- Prioriteit van een gewaarborgde en betaalbare toegang voor de Vlaamse kijker

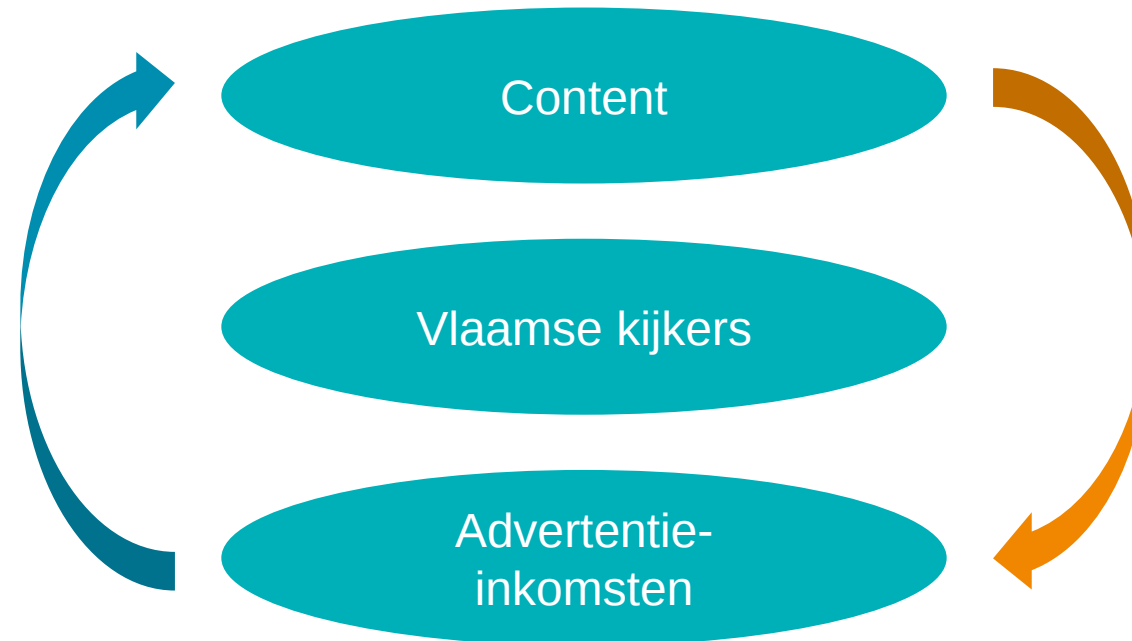
- Voorjaar 2017 Studie Econopolis – Imec-SMIT-VUB
- 11 mei 2017 Hoorzitting *“Doorlichting Audiovisueel Mediabeleid”*
- 13 november 2018 Studie Econopolis – Imec-SMIT-VUB
- 30 november 2018 Hoorzitting met Econopolis – Imec-SMIT-VUB
“Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen”
- 14 februari 2019 Hoorzitting over de studie

STUDIE IS DUIDELIJK

- De Vlaming kijkt **steeds meer uitgesteld**.
- Vlaanderen is hier **koploper** in **Europa**.
- De studie voorspelt binnen de doelgroep **18 tot 54** jaar een **stijging** van **uitgesteld kijken** tot **50 procent** in 2026.
- **Uitgesteld kijken** betekent **dalende reclame-inkomsten** voor de **commerciële omroepen**.
- De studie voorspelt dat de **reclame-inkomsten** tot **18 procent** zullen **dalen** bij 50 procent uitgesteld kijken.
- De **populariteit** van **internationale streamingdiensten** treft ook de Vlaamse omroepen.

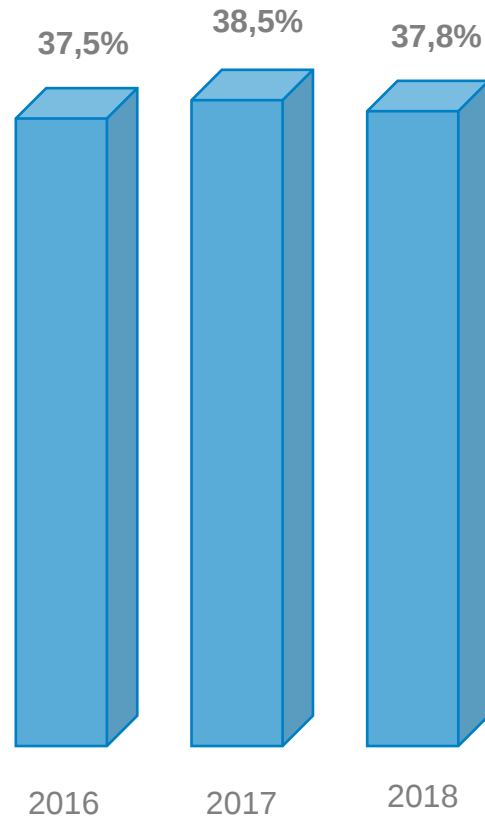
➡ Zeven beleidsaanbevelingen om het lokale, Vlaamse media-ecosysteem duurzaam te verankeren en te versterken, met inachtneming van de kwaliteit, diversiteit en creativiteit in het aanbod.

HET GAAT OVER BETAALBARE CONTENT



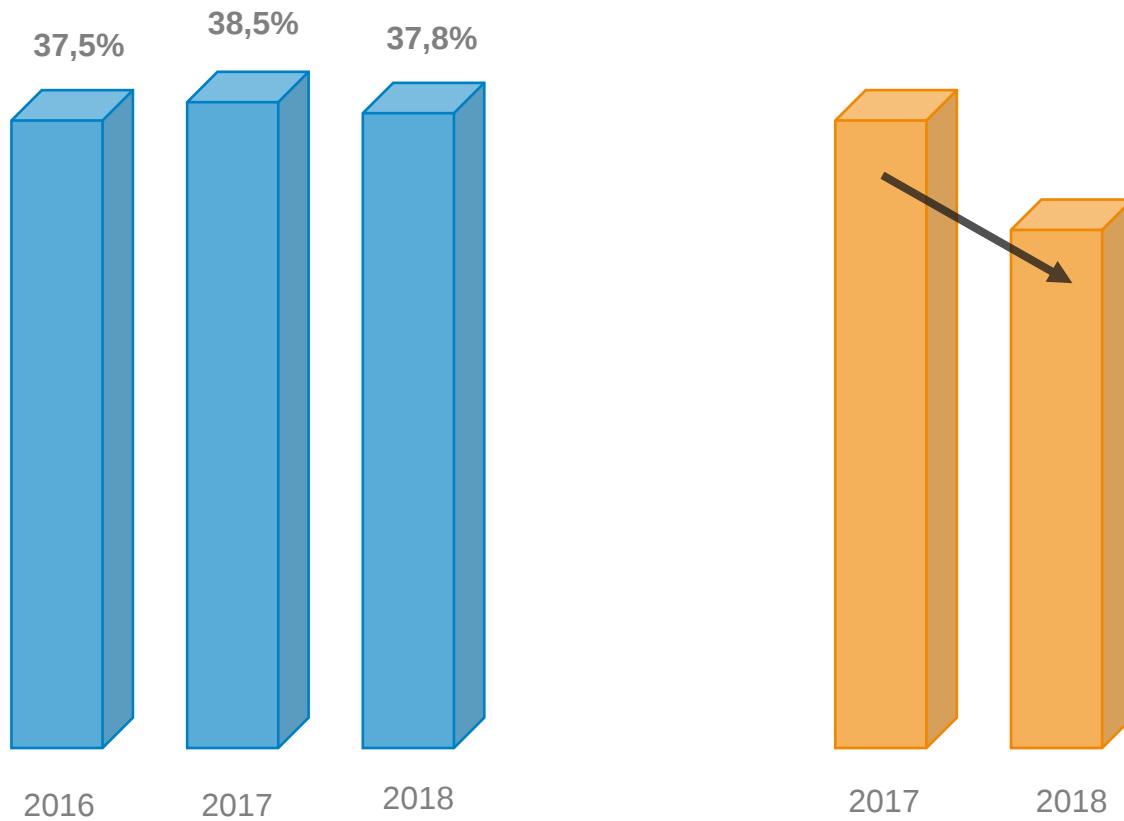
NIETS DOEN IS GEEN OPTIE

Ondanks stabiele kijkersaandelen



NIETS DOEN IS GEEN OPTIE

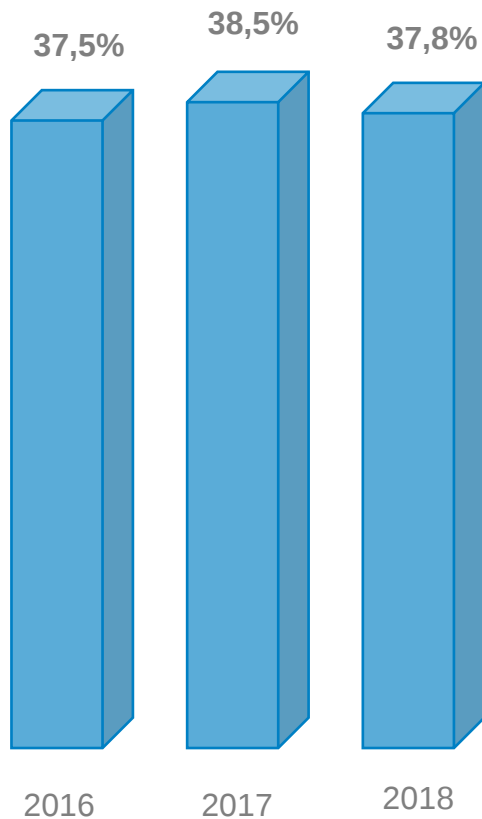
... staat televisiereclame onder druk



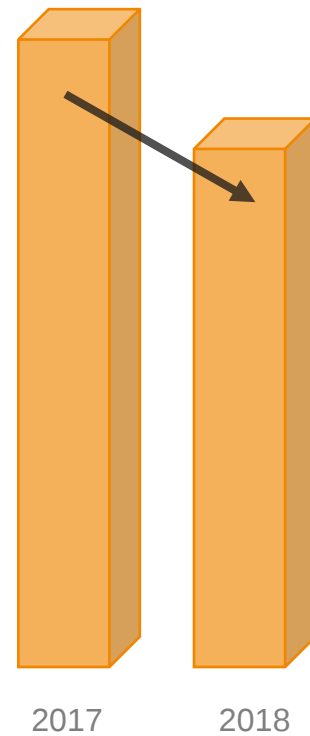
Evolutie MEDIALAAN zenders
(VTM+Q2+VITAYA+CAZ) 2016-2018

NIETS DOEN IS GEEN OPTIE

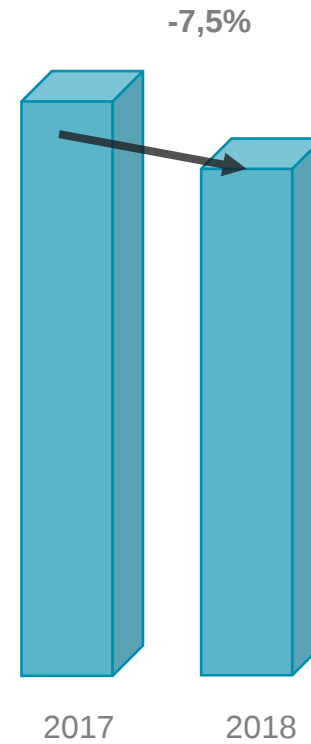
... met dalende investeringen in lokale content tot gevolg



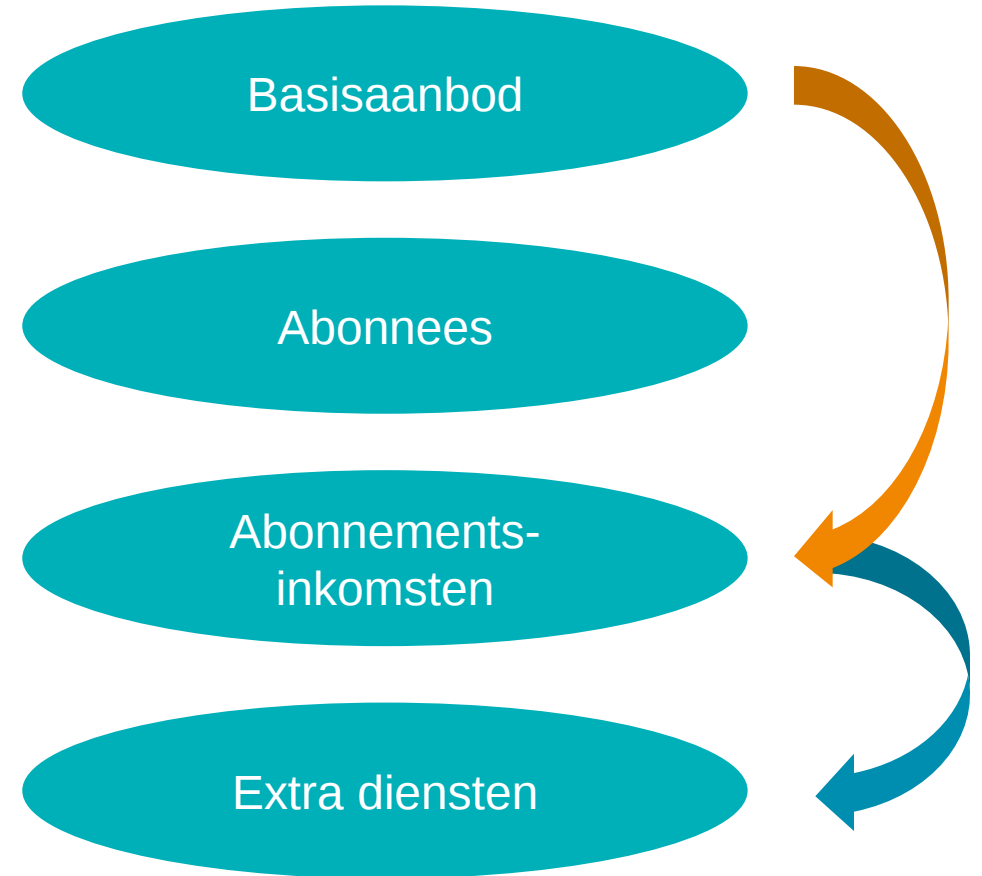
Evolutie MEDIAALAN zenders
(VTM+Q2+VITAYA+CAZ) 2016-2018: **Stabiel**



Dalende reclame-inkomsten



NOG GEEN OPLOSSING



BETAALTELEVISIE INVESTEERT MINDER IN VLAAMSE CONTENT

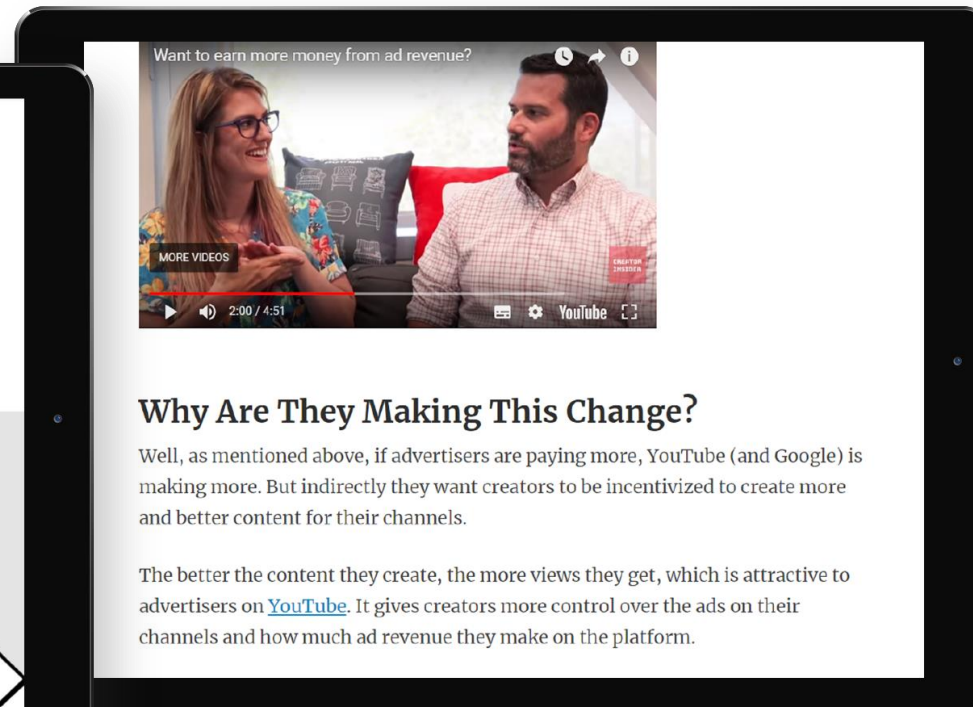
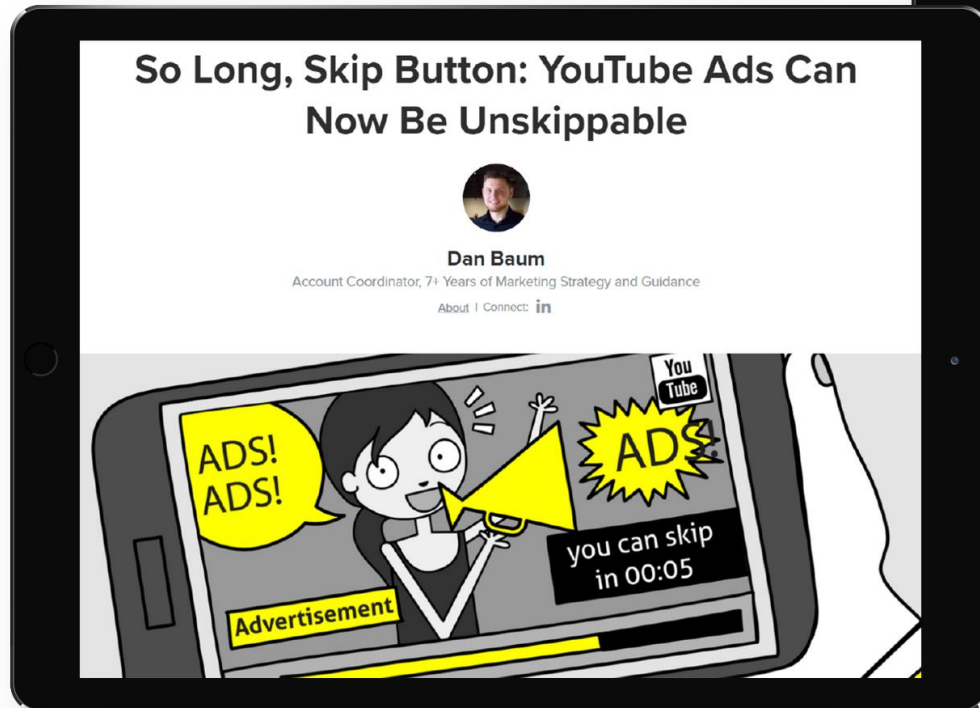
TV Content Programmatiebestedingen in Vlaanderen 2017

Bron: Econopolis

	Vlaamse TV Content (Miljoen €)	Buitenlandse TV Content + Sportrechten (Miljoen €)	% van totale Vlaamse TV Content (Miljoen €)
VRT	146	18	41%
Commerciële zenders	133	75	37%
Betaltelevisie	28	118	8%
Financiering	49		14%
Totaal	356	211	100%

CONCREET

- We willen niets afpakken.
- Enkel noodzaak om **kortere** (i.e. 50 à 60% ten aanzien van lineair) **niet doorspoelbare reclame** op de diverse vormen van uitgesteld kijken



MAAR OOK

