

# Het Vlaamse Audiovisuele Ecosysteem

Commissie Media  
23 Januari, 2020

Dirk Wauters  
KU Leuven

# Het Vlaamse Televisie Ecosysteem: Inkomsten stromen

Het Vlaamse TV ecosysteem: Inkomsten stromen		
In miljoen €	2017	2018
Consument	857	902
Reclame	326	317
Overheid	233	232
Export	22	24
Financiering	44	49
<b>Totaal TV Ecosysteem</b>	<b>1.481</b>	<b>1.523</b>

% Totaal 2018	% Groei '17-'18
59%	5%
21%	-3%
15%	0%
2%	9%
3%	11%
	<b>3%</b>

- Aandeel consument in totale instroom gestegen tot 902 miljoen €, of 59%
- De Vlaamse netto TV reclame markt is in 2018 gedaald met -2,8%
- Stijging financiering door Tax Shelter
- Sterke groei van Over-the-Top (vnl. Netflix) met 76% tot 63 mio €

Het Vlaamse TV ecosysteem: Aandeel Consumenten		
In miljoen €	2017	2018
Distributie	795	816
DVD/Blu-Ray	26	24
Over-The-Top (SVOD)	36	63
<b>Totaal Consument - TV</b>	<b>857</b>	<b>902</b>

% Totaal 2018	% Groei '17-'18
90%	3%
3%	-10%
7%	76%
	<b>5%</b>

# Het Vlaamse Radio Ecosysteem: Inkomsten stromen

Het Vlaamse Radio ecosysteem: Inkomsten stromen		
In miljoen €	2017	2018
<b>Consument</b>	<b>32</b>	<b>42</b>
<b>Reclame</b>	<b>137</b>	<b>134</b>
<b>Overheid</b>	<b>32</b>	<b>35</b>
<b>Totaal Radio Ecosysteem</b>	<b>202</b>	<b>211</b>

% Totaal 2018	% Groei '17-'18
20%	30%
64%	-2%
16%	8%
	<b>5%</b>

Het Vlaamse Radio ecosysteem: Aandeel Consumenten		
In miljoen €	2017	2018
<b>Digital Streaming</b>	<b>32</b>	<b>42</b>
<b>Totaal Consument - Radio</b>	<b>32</b>	<b>42</b>

% Totaal 2018	% Groei '17-'18
	30%
	<b>30%</b>

- De Vlaamse netto radio reclame markt is in 2018 voor het eerst sinds 2009 gedaald:
  - Gemiddelde groei 2012-2017: + 5,5 % p.a.
  - In 2018: daling met -2,1 %
- Verdere groei van digitaal luisteren:
  - Streaming, podcast, ...

# Investerings in Vlaamse Content

- VRT, DPG Media, SBS : meer dan 90% van de totale investering in Vlaamse TV content. (Waarvan VRT: 50% en DPG Media + SBS: 41%)
- Investering in Vlaamse TV content door de 3 grote media groepen (VRT, DPG Media, SBS) is sinds 2014:
  - Met **-4 %** gedaald
  - Met **-10 %** gedaald in reële termen (na inflatie)
- Investering in Vlaamse content als % van hun primaire inkomstenbron:
  - VRT: 60% van de dotatie
  - Private omroepen: ~ 50% van de TV reclame inkomsten
  - Distributeurs en OTT Platformen: < 5 % van hun (abonnementen) omzet
- → Daling van totale investering in Vlaamse Content indien:
  - Een daling van primaire inkomsten van VRT en/of Private Omroepen
  - Een verdere verschuiving van inkomsten van de Omroepen naar Distributeurs en/of OTT

# Bedenkingen bij het Vlaamse Audiovisuele Ecosysteem

- Geen “zero-sum game”
  - Beperkingen opgelegd op 1 actor (bvb. VRT) hebben meestal een negatieve repercussie op het totale ecosysteem. (De totale taart verkleint.)
- In het ‘nieuwe normaal’ hebben beperkingen op reclame een negatieve impact op de traditionele spelers
  - Politieke reclame: 5,4 miljoen € in 2019 op sociale media
  - Beperkingen op VRT radio reclame veroorzaakten een daling van de totale radio reclame markt in 2018 (-2,1%)
- Nood aan innovatie
  - Bereik bij jongere doelgroepen (Gemiddelde leeftijd TV kijker in 2019 is 56,8 jaar in 17-24u)
  - Samenwerking voor adresseerbare reclame (wel enkel op Live TV)
  - Negatief effect van uitgesteld kijken op TV reclame (Opnames op STB) blijft evenwel stijgen
- Nieuwe Business Modellen – o.m. ‘Vlaamse Netflix’:
  - De SVOD platformen (Netflix et al.) zijn de ‘elektrische wagens’ van de media industrie
  - Kan je een autoconstructeur vandaag nog aanbevelen om niet te investeren in EV’s?

## Bedenkingen bij de VRT Beheersovereenkomst

- VRT is een uniek instrument van de Vlaamse overheid om de kwaliteit en de leefbaarheid van het Vlaams audiovisueel ecosysteem te ondersteunen
- Er zijn ingebouwde spanningen bij de rol van VRT als marktspeler:
  - Gemengde financiering: zegen of gesel?
  - Strategische objectieven verschillen tussen:
    - VRT: streeft naar *Universeel* bereik
    - Private omroepen: streven naar *Monetiseerbaar* bereik
- Benchmark van VRT t.o.v. andere publieke omroepen
  - VRT heeft een lagere financiering per inwoner dan Europees gemiddelde (en de Nordics)
  - VRT is meer effectief dan andere publieke omroepen
  - Vermindering in financiering zal m.g.w. leiden tot een vermindering in output (kwantiteit en/of kwaliteit )
- Nood aan een gedragen visie voor het ganse Vlaamse ecosysteem
  - Daarin voor VRT de opdracht en de KPI's consequent beschrijven