



Vlaanderen
is media

Rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2020

Voorstelling Vlaams Parlement 11 maart 2021

Overzicht presentatie

- ▶ Situering opdracht VRM
- ▶ 5 hoofdstukken rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2020
 1. Afbakening sector
 2. Info over mediagroepen
 3. concentratie
 4. Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsvoorstellen
 5. Algemeen besluit
- ▶ Vorig jaar nav nieuwe legislatuur grondige voorstelling rapport in Commissie; dit jaar voornamelijk aandacht voor updates

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: [...]

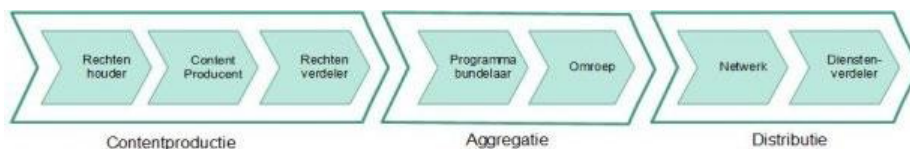
8° het in kaart brengen van concentraties in de Vlaamse mediasector;”

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

- ▶ Uittekenen waardeketens verschillende mediavormen

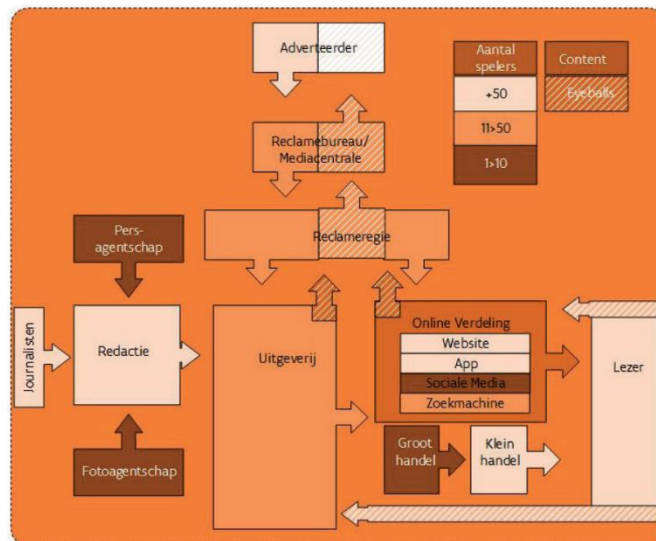


- ▶ Aanduiden welke ondernemingen aanwezig zijn in de verschillende schakels
 - Radio
 - Televisie
 - Geschreven pers
 - Internet
 - Convergentie en crossmedialiteit
- ▶ 2020: eerste gevolgen coronacrisis
- ▶ VRM heeft voor sommige segmenten de broninformatie (bv radio's), de rest wordt aangevuld door permanent op te volgen wat er in de sector gebeurt



Waardeketens+ ondernemingen aanwezig in schakels waardeketen

- Voorbeeld: geschreven pers + uitgeverijen betalende dagbladen



Figuur 8: Waardeketen geschreven pers

UITGEVERIJEN BETALENDE DAGBLADEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AANBOD
• DPG Media nv	432306234	De Morgen
		Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet
• Mediahuis nv	439849666	De Standaard
		Gazet van Antwerpen
		Het Belang van Limburg
		Het Nieuwsblad/De Gentenaar
• Mediafin nv	404800301	De Tijd

Tabel 31: Uitgeverijen betalende dagbladen



Vlaanderen
is media

Besluit hoofdstuk 1

- ▶ Radio: In Vlaanderen wordt er steeds meer digitaal naar radio geluisterd. De stijging is het sterkst bij DAB+
- ▶ TV: introductie Streamz en terugtrekking Roularta Media Group uit regionale tv.
- ▶ Door Corona boomden de kijkcijfers, maar de advertentiebudgetten volgden niet. Ook op langere termijn zal een algemene economische recessie wellicht zwaar wegen op de reclamebestedingen van de ondernemingen.
- ▶ Redactionele websites van kranten blijven sterk inzetten op digitalisering en video. Uitgevers plaatsen als onderdeel van hun 'digital-first'-strategie eerst artikelen online op verschillende sociale media. Om economische redenen worden deze artikelen steeds vaker achter een betaalmuur geplaatst.



Besluit hoofdstuk 1

- ▶ De COVID-19 pandemie heeft een substantiële invloed gehad op de contentleveranciers (toegangsbeperkingen journalisten , bewegingsvrijheid programmamakers,...).
- ▶ Het verbruik van mobiel internet en vast internet zijn communicerende vaten. Gezien het feit dat veel mensen 'in hun kot' bleven daalde het verbruik van mobiel internet aanzienlijk.
- ▶ Louter op basis van de deelnemers op het speelveld hebben we reeds indicaties dat de verticale en crossmediale integratie in de Vlaamse mediasector toeneemt. Distributeurs doen aan contentcreatie en aggregatie. Aggregatoren, zoals VRT en DPG Media proberen met nieuwe platformen rechtstreeks naar de kijkers te gaan.

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

De Persgroep

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

2020



Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen
Bron: VRM



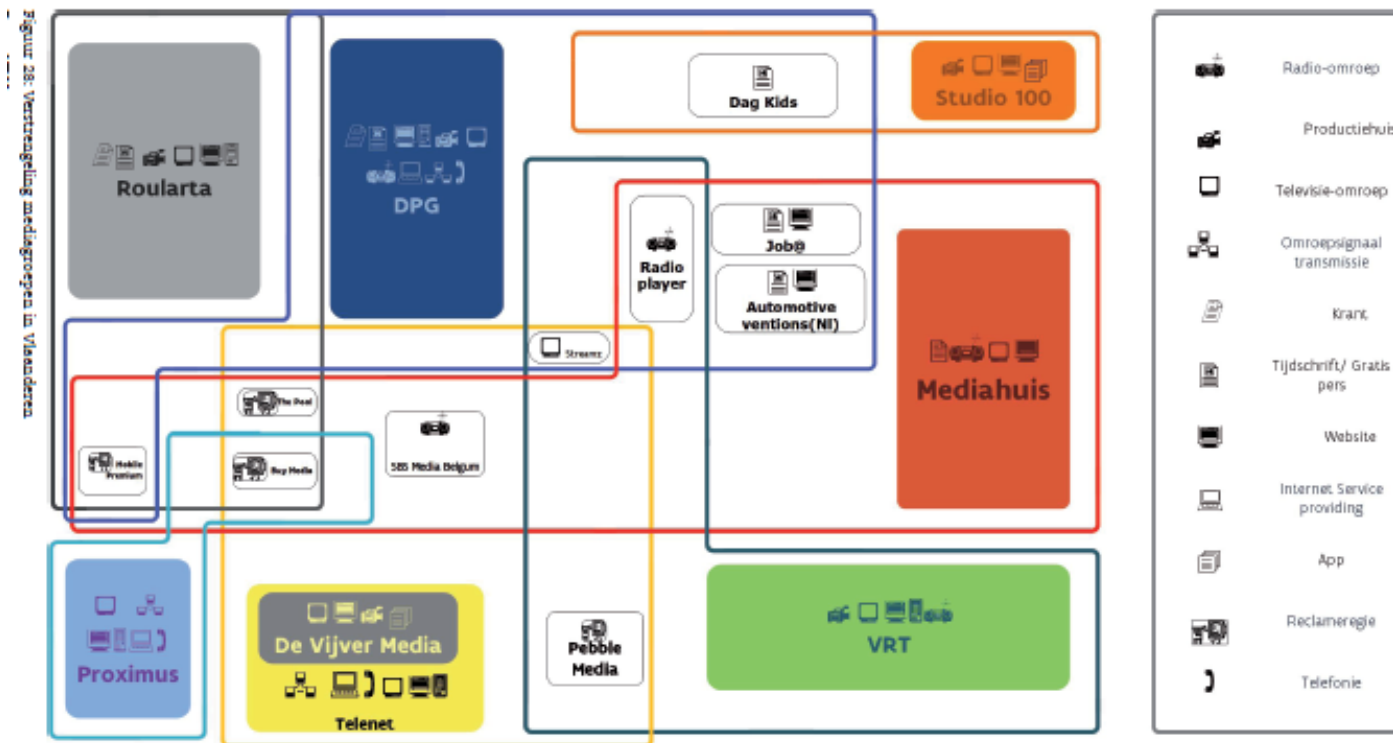
Hoofdstuk 2: Crossmedialiteit

AANBOD MEDIAGROEPEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE		DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie			Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
● DPG Media nv	x	-	x	x	-	x	x	x	x	x	x	x
● Mediahuis nv	x	-	x	x	-	x	x	x	-	x	-	x
● Roularta Media Group nv	-	-	x	x	-	x	x	x	-	x	-	x
● Proximus nv	-	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
● VRT nv	x	-	x	x	-	-	-	x	-	x	-	x

Tabel 57: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

Verstrengeling



- Samenwerking situeert zich vooral in initiatieven rond reclamewerving & hoofd bieden aan internationale uitdagers

Besluit hoofdstuk 2

- ▶ In 2020 vielen er vrij weinig grote wijzigingen in de groepstructuren te noteren.
- ▶ Als reactie op internationale concurrentie, ontstaan er nieuwe samenwerkingen.

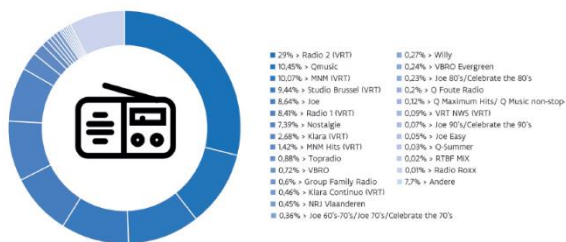
Hoofdstuk 3: Informatie over mediaconcentratie

► Berekening concentratie:

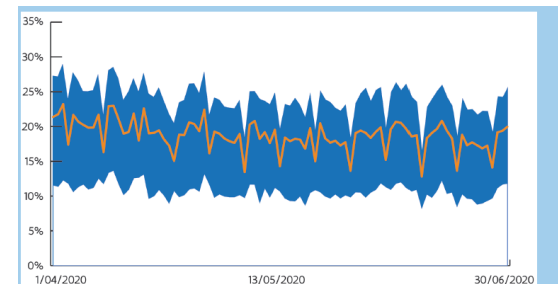
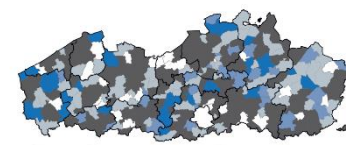
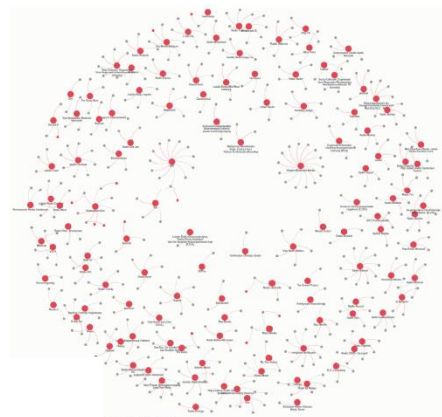
- Bespreken verticale, horizontale en crossmediale integratie per mediavorm
- Financiële gegevens
- Concentratie-indexen (C4, Herfindahlindex) op basis van populariteit (oplages, kijk- en luistercijfers ...)

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

Informatie over mediaconcentratie



Figuur 31: Marktdeel per zender - Golf 2020 Jan-Jun



CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN ZENDERS	GOLF 2018 MAR - JUN	GOLF 2019 MAR - JUN	GOLF 2020 JAN - JUN
C4	65%	64%	61%
HHI	0.1626	0.1557	0.1352

VOLGENS GROEP	GOLF 2018 MAR - JUN	GOLF 2019 MAR - JUN	GOLF 2020 JAN - JUN
C4	92%	90%	91%
C2	85%	83%	82%
HHI	0.4900	0.4406	0.4276

Tabel 61: Concentratie-indexen zenders en groepen radio op basis van luistercijfers (Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun en Golf 2020 Jan - Jun)

FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERHOVEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST I-2	WINST I-1 VOOR BELASTING	WERKNEMERS
Videohouse	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
Lites (Fac's)	27.358.624	69.661.472	64.328.956	66.473.342	3.613.539	4.235.671	303,5
Homerun Records	10.315.265	33.957.363	-	-	-226.220	-881.324	15,4
DB Video Productions	4.078.056	4.375.952	-	-	165.650	159.630	-
Digital Mediafacilities (DMF)	2.802.377	8.968.650	14.401.527	14.740.039	1.497.001	1.472.502	39,6
Eurogrip	2.262.269	6.211.417	801.624	7.831.208	385.556	348.758	1
Broadcast Recording	1.916.804	2.232.019	-	-	181.434	169.981	7,1
BTI Studios	1.468.497	1.485.658	-	-	-51.003	-9.376	-
Medialife	1.351.246	2.648.684	-	-	496.933	529.502	28,8
Option Facilities	1.283.013	2.151.815	-	-	328.355	326.785	10,7
	1.224.204	2.355.319	-	-	57.597	41.367	16

Tabel 63: Financiële gegevens 2019 grootste facilitaire bedrijven



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 $0,15 \leq x \leq 0,25$)
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

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	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 Mediawijs.be Netneutraliteit Academische initiatieven rond mediadiversiteit Actie tegen fake news
● Organisatorische maatregelen	Bv. oprichting regulator	Oprichting VRM Belgische en Europese Mededingingsautoriteit Journalistenloket

Tabel 98: Categorieën remedies volgens Cavallin



Vlaanderen
is media

Hoofdstuk 5: algemeen besluit

- ▶ De tekst van het mediaconcentratierapport volgt hetzelfde stramien van de vorige jaren. Wel bijkomende infofragmenten die verwijzen naar reclamestroom naar buitenlandse internetspelers en academisch onderzoek naar effecten op pluralisme en diversiteit media-aanbod.
- ▶ Dit jaar konden we niet om Corona heen, en de gevolgen daarvan zijn in eerste instantie opgenomen onder hoofdstuk 1, waar voor verschillende schakels in de mediawaardeketens de effecten besproken worden.
- ▶ Qua groepen die in hoofdstuk 2 aan bod komen, is er weinig verandering. Wel zien we terug iets meer samenwerking tussen Vlaamse groepen onderling, o.a. om de grote internationale concurrenten het hoofd te bieden.
- ▶ De kwantificering van eigenlijke concentratie gebeurt in hoofdstuk 3. De cijfermatige gevolgen van Corona zullen echter pas volgend jaar berekend kunnen worden, wanneer de basiscijfers bekend gemaakt worden.
- ▶ De maatregelen die genomen worden om de diversiteit te bevorderen, en die samen met de beleidsaanbevelingen vermeld staan in hoofdstuk 4, werden dit jaar aangevuld met sectorspecifieke coronamaatregelen.



Dank voor uw aandacht!



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