

ingediend op **1635** (2022-2023) – Nr. 1
17 maart 2023 (2022-2023)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers

over het Mediaconcentratierapport 2022
van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM)

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Meyrem Almaci.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;
Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;
Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;
Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;
Meyrem Almaci, Jeremie Vaneeckhout;
Hannes Anaf.

Plaatsvervangers:

Andries Gryffroy, Kathleen Krekels, Philippe Muyters, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;
Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;
Maaïke De Rudder, Tinne Rombouts;
Els Ampe, Bart Tommelein;
Björn Rzoska, Tine Van den Brande;
Katia Segers.

Toegevoegde leden:

Onno Vandewalle.

INHOUD

I.	Toelichting	4
1.	De Vlaamse mediasector.....	4
2.	Mediagroepen.....	4
3.	Informatie over mediaconcentratie.....	5
4.	Stimulering van diversiteit	5
5.	Besluiten	6
	5.1. Conclusies per mediavorm	6
	5.2. Algemene besluiten	9
II.	Bespreking.....	9
1.	Vragen en opmerkingen uit de commissie	9
1.1.	Karin Brouwers	9
1.2.	Manuela Van Werde	10
1.3.	Meyrem Almaci	11
2.	Antwoordenronde	12
	Gebruikte afkortingen	14

Bijlage: zie de [dossierpagina](#) van dit document op www.vlaamsparlement.be

Op donderdag 16 februari 2023 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting over het Mediaconcentratierapport 2022 van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM)¹.

De presentatie bij de toelichting is te vinden op de [dossierpagina](#) van dit document op www.vlaamsparlement.be.

I. Toelichting

Carlo Adams, voorzitter van de eerste kamer van de VRM, is blij dat de commissie de traditie in ere heeft gehouden om het mediaconcentratierapport te bespreken. De VRM heeft wel gebroken met een andere traditie, namelijk dat elk nieuw rapport lijviger was dan het vorige. Met 374 pagina's is het nieuwe rapport welgeteld twee pagina's korter dan zijn voorganger.

De VRM hoeft in zijn nieuwe taakomschrijving aan bepaalde begrippen en werkwijzen wat minder aandacht te besteden. Het gaat overigens niet om een vrijblijvend rapport, maar om de uitvoering van een decretale opdracht. Het in essentie economische overzicht geeft uitvoering aan een transparantiemaatregel, waarmee Vlaanderen monitort of zijn media voldoende concurrentie, diversiteit en pluralisme vertonen.

1. De Vlaamse mediasector

Hoofdstuk 1 biedt een overzicht van de Vlaamse mediasector met zijn vier mediavormen: radio, televisie, geschreven pers en internet. Voor elke vorm heeft de VRM de waardeketen uitgetekend, bijvoorbeeld van persagentschap tot lezer voor kranten, of van productiehuis tot kijker voor televisie. Door convergentie en crossmedialiteit zijn de grenzen tussen die verschillende vormen al lang niet meer zo scherp. Voorbeelden zijn een mediagroep die radio en televisie brengt, of een krant die naast gedrukte en digitale exemplaren een website met bewegende beelden heeft. Op zijn presentatie toont Carlo Adams de waardeketen met de kranten van DPG Media, Mediahuis en Mediafin.

Als besluit van het eerste hoofdstuk toont hij het schema waarin de kleuren een indicatie geven van de mate van concentratie in de sector. Dat schema is in 2022 niet gewijzigd tegenover 2021: noch qua structuur, noch qua concentratiegraad.

2. Mediagroepen

In hoofdstuk 2 stelt de VRM de individuele spelers voor: de zeven mediagroepen, ook wel 'the big seven' of 'the seven sisters' genoemd. Per groep geeft de regulator de aandeelhoudersstructuur en het organigram weer. Carlo Adams toont als voorbeelden de aandeelhouders van Studio 100 en het organigram van DPG Media.

Een volgend overzicht bevat de merken waarmee elke groep aanwezig is op de Vlaamse en soms ook Belgische markt, met als voorbeeld die van Telenet. Het hoofdstuk brengt ook de samenwerkingsverbanden tussen de verschillende mediagroepen in kaart.

Als besluit bij hoofdstuk 2 meldt de spreker dat de trends van de laatste jaren zich hebben voortgezet. Samenwerkingsverbanden en allianties bestaan wel degelijk, maar mediagroepen proberen zoveel mogelijk activiteiten te incorporeren.

¹ Zie: https://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/pdfversions/rapport_mediaconcentratie_in_vlaanderen_2022.pdf

Samenwerking komt vooral in de reclamesector voor, met Ads & Data als bekendste project. Een voorbeeld uit een ander segment is het internationale project Radioplayer, waaraan VRT, DPG en Mediahuis deelnemen. Ook Streamz is een voorbeeld van samenwerking.

Een voorbeeld van incorporatie is het belang dat Telenet als distributeur neemt in het productiehuis Caviar. Voorts beschikken televisieomroepen over eigen platformen als VRT MAX en VTM GO om programma's op het internet aan te bieden.

3. Informatie over mediaconcentratie

Hoofdstuk 3 behandelt de concentratie per mediavorm, die verticaal, horizontaal of crossmediaal kan zijn. Van verticale concentratie is het belang van de distributeur Telenet in een productiehuis opnieuw een voorbeeld. Horizontale concentratie doet zich bijvoorbeeld voor bij de VTM, met haar verschillende tv-zenders. Een voorbeeld van crossmediale concentratie is de VRT, met haar activiteiten op zowel televisie en radio als internet.

Voorts vermeldt dit hoofdstuk financiële gegevens per mediagroep. Die gegevens komen voornamelijk van de Nationale Bank van België. Het gaat van kleine lokale bedrijven tot groepen met meldingsplicht aan de VRM.

In dit hoofdstuk staat ook een overzicht van de twintig meest verspreide betalende tijdschriften. Opvallend daarin is dat de magazines nog altijd terrein verliezen.

In de bereikcijfers van de regionale televisieomroepen valt één grote uitschieter op: de Ros Beiaardommegang, die door corona al heel lang niet meer was kunnen uitgaan.

Het hoofdstuk toont voorts het marktaandeel per mediagroep en per mediavorm apart. Op zijn presentatie toont Carlo Adams de verhouding tussen spreiding en cumulatie in de mandaten in de televisiesector, die niet problematisch kan worden genoemd. Vroeger deed een dergelijk probleem zich wel voor bij lokale radio's, waar sommigen bestuursfuncties in talloze omroepen cumuleerden. Sinds enkele jaren is dat door een wijziging in de regelgeving niet meer mogelijk.

Voor het overzicht van het aantal lokale media per gemeente hangt de VRM af van de goodwill van de gemeenten, maar hun antwoordpercentage is hoog, wat de cijfers tamelijk volledig maakt.

De VRM besluit hoofdstuk 3 met een overzicht van de graad van concentratie per mediavorm in het groen, oranje en rood om respectievelijk geen, matige en sterke concentratie weer te geven. Op dat vlak is er nagenoeg niets veranderd. Wel is de categorie 'omroeporganisaties zenders' verkleurd van groen naar oranje, zij het dat slechts een gering waardeverschil ze net over die grens heeft getild: van 14,77 naar 15,02.

4. Stimulering van diversiteit

In hoofdstuk 4 kaart de VRM de mogelijke beleidsantwoorden op mediaconcentratie aan. Hij deelt die in vijf categorieën in: restricties, tegengewicht, economische interventies, transparantie- en organisatorische maatregelen.

Restricties behelzen onder meer maatregelen voor gatekeepers. Grote ondernemingen zoals Google kunnen toegang bieden tot hun platform, maar mogen die positie niet misbruiken om concurrenten, waaronder kleinere bedrijven, buiten te houden. Door op die regelgeving toe te zien, kunnen misbruiken worden vermeden. Een ander voorbeeld is de beperking van het aantal kanalen waarvan radio-

omroeporganisaties gebruik kunnen maken, maar ook het creëren van extra ruimte. Na de intrekking van de Norkringlicentie voor kanaal 10, waarvan de VRM nooit een effectief gebruik heeft vastgesteld, is er inderdaad ruimte vrijgekomen. Die is gebruikt voor een proefproject voor DAB+-uitzendingen door lokale radio's.

De tweede categorie van remedies valt onder de noemer tegengewicht, met onder meer de anti-SLAPP-wetgeving om journalisten te beschermen. Het gaat om een Vlaamse bevoegdheid, waarin ook de Europese Commissie al bepaalde initiatieven heeft genomen. Ook de evenementenregeling is een voorbeeld. Die lijst van evenementen die een aanzienlijk belang voor de samenleving hebben en daarom verplicht in de media moeten komen, is vastgelegd in een BVR van 28 mei 2004 en is allicht aan actualisatie toe.

De volgende mogelijkheid is de economische interventie of overheidssteun: bijvoorbeeld de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, de coronasteunmaatregelen of de middelen voor de digitale transformatie van regionale televisieomroepen. Op het federale niveau is de taxshelter een voorbeeld.

Ook transparantie en inzicht helpen concentratie te voorkomen. Het voorliggende VRM-rapport is een dergelijk instrument. Ook voor de controle op de naleving van beheersovereenkomsten staat de VRM in. In de Europese ERGA-context bepaalt een 'memory of understanding' dat de mediaregulatoren van de lidstaten onderling informatie kunnen opvragen. Zeker bij de internetmedia zijn de groepen over de landsgrenzen heen actief.

Onder de organisatorische maatregelen vermeldt Carlo Adams het bestaan van organisaties als de VRM en de Mededingingsautoriteit.

5. Besluiten

5.1. Conclusies per mediavorm

Hoofdstuk 5 bevat de algemene conclusies van de VRM, maar ook zijn conclusies per mediavorm.

– Radio

Voor radio mag digitaal luisteren als ingeburgerd beschouwd worden. De bekendste vorm is DAB+, vooral dankzij de autoradio's. In februari 2022 is ook het al vermelde proefproject voor lokale uitzendingen in DAB+ van start gegaan. Het gaat om één project per provincie, waaraan in totaal 59 lokale radio's deelnemen.

Het resultaat van de eerste testperiode is zeer bemoedigend. Niet alleen de deelnemers zelf maar ook het Departement CJM en het kabinet-Dalle staan erachter. Oorspronkelijk was het voor één jaar gepland, maar kortgeleden is het verlengd voor langere duur om aan enkele problemen te verhelpen en de ontwikkeling alle kans te geven om duurzaam te worden. Technisch bleek bijvoorbeeld de ontvangst binnenskamers in vooral goed geïsoleerde woningen een probleem. Het komende jaar worden onder meer ondersteuningszenders en andere wattages getest.

De categorie van de regionale radio-omroeporganisaties is afgeschaft. Praktische gevolgen heeft die decreetsaanpassing niet, daar ze in de praktijk al tot één landelijke organisatie samengevoegd waren, namelijk Nostalgie Vlaanderen. De drie beschikbare licenties voor landelijke radio-omroeporganisaties zijn in februari 2022 toegekend aan DPG Media voor Q-music en Joe, en aan Mediahuis voor Nostalgie. Of dit definitief zo blijft, kan nog afhangen van beroep bij de Raad van State, oordeelt Carlo Adams.

In het radiolandschap blijft de concentratie groot, vooral door de sterke positie van de VRT. Toch is de trend dat het marktaandeel van de VRT daalt: van 60 procent in het vorige rapport tot 56 procent in 2022. Joe is voor het eerst de langdurig meest beluisterde omroep, al bedraagt het verschil maar een minuut. Tot dusver was dat altijd de VRT. Joe heeft dus de grootste sprong vooruit gemaakt. Af te wachten valt nog de invloed van het wegvallen van de lokale component bij Radio 2, dat tot dusver altijd marktleider was.

Podcasts waren aanvankelijk een typisch radiofenomeen, maar ondertussen maken mediagroepen er almaar meer gebruik van. Zo kennen ze ondertussen veel succes op VRT MAX. Het is een mooi voorbeeld van convergentie: gestart bij de radio en ondertussen beschikbaar op tal van onlineplatformen. Het groeiende succes van podcasts is een internationale tendens. In een economisch bericht van de KBC van mei 2022 staat dat de inkomsten uit podcastreclame in de Verenigde Staten in 2021 voor het eerst de grens van 1 miljard dollar overschreden hebben, en nog wel aanzienlijk: 1,4 miljard dollar. In de volgende jaren worden er nog aanzienlijke en steeds snellere stijgingen verwacht. De economische impact van bepaalde nieuwe mediavormen is met andere woorden zeer aanzienlijk.

– Televisie

De dienstenverdelers en de private televisieomroeporganisaties hebben voor televisiereclame een uniform model uitgewerkt. De fameuze niet-doorspoelbare minuut is in 2022 in werking getreden.

De Vlaamse mediabedrijven zijn zich meer op web-onlyreeksen en telenovelles beginnen te concentreren.

Een nieuw format van kortere programma's is voor het eerst te zien op VTM GO. In de vergelijking met een hoofdschotel worden deze zogenaamde midforms als snacks gepresenteerd. Het gaat om zowel originele formats als afgeleide producten, zoals een kijk achter de schermen van bijvoorbeeld 'The Masked Singer'. De korte filmpjes zijn ideaal om op een smartphone te bekijken, zodat de televisieomroepen ook daar kunnen doorbreken. Carlo Adams vermeldt in deze context nog dat het om Vlaamse producties gaat.

Voorts herinnert de spreker aan de overname van de Waalse telecomoperator VOO door Orange, na een clash met Telenet. Ondertussen heeft Orange een overeenkomst bereikt met Telenet, waardoor ook die organisatie toegang krijgt tot het VOO-netwerk in de Franse Gemeenschap en de clash van de baan is. De Europese Commissie onderzoekt de zaak nog. Als de overname concreet wordt, zal ze wellicht gevolgen hebben voor de volgende marktanalyses door de regulatoren.

Nog in verband met televisie wijst Carlo Adams op actuele problemen bij de regionale omroep AVS, die nog niet voorkomen in het rapport over 2022. Met een fusieoperatie probeert men de zaken leefbaar te houden. Die problemen zijn echter te wijten aan onder andere de ondernemingsstructuur, en niet te veralgemenen tot de andere regionale televisieomroepen.

– Geschreven pers

Voor de geschreven pers zijn de cijfers traditiegetrouw minder recent, aangezien de gecertificeerde cijfers pas relatief laat beschikbaar zijn. Ook hier zet de convergentietendens zich door, met name tussen redacties en andere mediavormen. Zo delen Gazet van Antwerpen en ATV voortaan een website en een app. De redacties van het weekblad Trends en de televisiezender Kanaal Z zijn samengevoegd.

De kranten lijken de trend van dalende verkoopcijfers en advertentieopbrengsten om te buigen met hun digitale verkoop. Ze zijn er in 2021 opnieuw op vooruitgegaan ten opzichte van het vorige jaar. 2020 was ook al beter dan 2019, vooral door de nieuwshonger ten gevolge van corona.

Voor magazines blijft de situatie moeilijk. Enkele hebben hun activiteiten moeten stopzetten. Heel recent was dat nog het geval voor Sport/Voetbalmagazine. Digitale abonnementen op magazines blijven een marginaal fenomeen. Met het oog op een groter bereik centreren sommige mediahuizen de verkoop van abonnementen of losse nummers op afzonderlijke platformen, zoals [abonnementen.be](https://www.abonnementen.be) voor de tijdschriften van Roularta.

Ook de gratis pers heeft het moeilijk. De Streekkrant is verdwenen. Metro beperkt zich tot drie nummers per week, zij het dat die nu ook in de vakanties verschijnen. Het aantal lokale media is gedaald.

– Internet

Het internet is een mediavorm op zich, maar ook een intensief gebruikte toegang tot alle andere mediavormen. Door de omzetting van de AVMD-richtlijn zijn er nieuwe regels van kracht voor Vlaamse contentcreators die gebruikmaken van videoplatformdiensten. Het gaat dan om de veelal hippe jongens en meisjes die op onder andere YouTube hun doen en laten tonen en daarbij ook producten aanprijzen. Ze opereren op individuele basis en vormen geen collectieve onderhandelingspartner. De VRM heeft in overleg met enkele grote influencers een 'content creator protocol' ontwikkeld. Daarop kunnen influencers nagaan hoe ze conform de nieuwe regels kunnen werken.

Het CCP legt hen bijvoorbeeld uit wat te doen als ze worden betaald om een product te gebruiken in een filmpje, of als ze daarvoor producten gratis krijgen. Ook de FOD Economie heeft in 2022 een aantal goede praktijken voor contentcreators gepubliceerd, met vervolgens enige commentaar van influencers op de verscheiden oorsprong van allerlei regels. Voor 95 procent overlappen de adviezen echter, zij het dat wegens de bevoegdheidsverdeling de VRM niet helemaal dezelfde aspecten belicht als de federale overheidsdienst. De Vlaamse regulator onderhoudt contact met de sector. In mei 2023 staat in Leuven een overleg gepland.

De telecomoperatoren werken verder aan het glasvezelnetwerk. Telenet en Fluvius hebben een bindend samenwerkingsakkoord over het datanetwerk van de toekomst bekendgemaakt. Eerst moet de Europese Commissie nog haar goedkeuring geven. Ook de Belgische Mededingingsautoriteit onderzoekt de zaak. Proximus rolt een eigen netwerk uit, maar op de werven verloopt de verhouding met de werknemers af en toe wat hobbelig.

Op de Belgische mobiele markt is een consolidatie aan de gang door de inlijving van Mobile Vikings door Proximus.

Tot slot vermeldt Carlo Adams de veiling van de 5G-radiofrequenties in 2022. Met de Oostkampse onderneming Citymesh, die al langer actief is in B2B, is er een nieuwkomer op het toneel verschenen. In feite gaat het om een samenwerkingsverband tussen Citymesh en DIGI, een Europese operator met Roemeense wortels. DIGI is onder meer in Spanje en Portugal actief. De VRM verwacht dat Citymesh zich op het B2B-aspect zal blijven concentreren. Het kan bijvoorbeeld gaan om 5G in grote industriegebieden met toepassingen voor drones in havengebieden. Een andere poot van het samenwerkingsverband zou zich tot de consumentenmarkt richten.

5.2. Algemene besluiten

De VRM-voorzitter eindigt zijn toelichting met de algemene besluiten van 2022. Zoals ook vorig jaar al bleek, heeft de mediasector de coronacrisis goed verteerd. Hij wordt nog steeds gekenmerkt door samenwerking tussen verschillende stakeholders, vooral op het vlak van reclamewerving.

Over het algemeen boert de Vlaamse mediasector goed, ook in het buitenland, met onder meer de overname van Nederlandse krantentitels. Productiehuis Caviar heeft vier reclamespots ter waarde van 7 miljoen dollar elk geproduceerd voor vertoning in de pauze van de Amerikaanse Superbowl, waaronder twee voor wereldspeler Pepsi. Het bewijst dat de Vlaamse sector een en ander in huis heeft.

Wat de aggregatie van de klassieke mediaproducten betreft, blijft net als de voorgaande jaren 80 tot 100 procent in handen van vijf van de zeven mediagroepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta en Telenet.

Van de talrijke Europese wetgevende initiatieven is al een deel in Vlaamse regels omgezet. Onder meer de AVMD-omzetting zal in de nabije toekomst haar impact vertonen. In oktober 2022 heeft Europa twee verordeningen goedgekeurd: de Digital Markets Act en de Digital Services Act. Verordeningen zijn Europese wetgevende initiatieven met directe werking. Vooral de DSA zal in Vlaanderen van belang zijn. Ze houdt regels en procedures in voor het beheer en de inhoudsmoderatie door sociale en onlineplatformen. Daardoor ontstaat de mogelijkheid om in te grijpen in boodschappen, bijvoorbeeld bij haatspraak en desinformatie.

De Europese verordening legt ook voorwaarden voor klachtenprocedures op bij platformen als YouTube, bijvoorbeeld als dat een filmpje weigert. Op de grootste platformen, waaronder datzelfde YouTube, zal de Europese Commissie zelf rechtstreeks toezicht houden. Als de interne procedure uitgeput is, zal er een beroep mogelijk zijn in een buitengerechtelijke procedure, waarvoor iedere lidstaat een digitale dienstencoördinator moet aanwijzen. In België zullen daarbij heel wat spelers en actoren betrokken worden. Deze regelgeving betreft niet alleen Media, maar ook Mededinging en het feit dat bepaalde informatie gevoelig kan zijn met betrekking tot de staatsveiligheid, economische spionage, of hatespeech. De dienstencoördinator zal dus een doorgeefluik zijn of contact zoeken met de operatoren of instellingen die bij een bepaald probleem betrokken zijn. De regeling moet nog uitgewerkt worden. Carlo Adams verwacht dat het om een samenwerkingsverband zou kunnen gaan, maar ook om de oprichting van een nieuw orgaan.

II. Bespreking

1. Vragen en opmerkingen uit de commissie

1.1. Karin Brouwers

Het is *Karin Brouwers* opgevallen hoe het rapport een bredere scope krijgt doordat ook de mediasector zelf blijft uitdijen, met onder meer het toenemende belang van podcasts en streamingplatformen. De opvolging door de commissie mag dan ook niet beperkt blijven tot de weliswaar nuttige bespreking van het mediaconcentratierapport. Er is een grote schoonmaak van het Mediadecreet in de maak, mogelijk nog in de huidige regeerperiode. Die kan best rekening houden met de interessante beleidsaanbevelingen uit de opeenvolgende VRM-rapporten. Het lid vraagt welke aanbevelingen uit het voorliggende rapport Carlo Adams als prioritair ziet met het oog op decreetsaanpassingen.

Mediabedrijven zijn de voorbije jaren veel meer gaan samenwerken om het hoofd te bieden aan de externe vijand: GAFA en andere internationale mediabedrijven. De mediaconcentratie is daardoor groot maar stabiel. Ziet de regulator alternatieven? Is de samenwerking een bedreiging voor de pluriformiteit of veeleer een noodzakelijke vorm van schaalvergroting?

De lokale nieuwsmedia staan sterk onder druk, onder meer door dalende reclameinkomsten. De helft van de reclame-investeringen gaat vandaag naar digitale reclame. Lokale nieuwsgaring is echter belangrijk voor de democratie en de samenleving. Voor de burger is het nieuws over de eigen stoep toegankelijker dan het stikstofdossier. De lokale en de gratis pers lijken de grootste slachtoffers te worden van de transitie in de mediasector. Hebben zij de samenwerkingsboot en de digitaliseringstrein gemist? Is er nog een gelegenheid om er toch nog op te springen?

De coronacrisis heeft toch één positief effect gehad: de Vlaamse overheid heeft nooit eerder zoveel in de mediasector geïnvesteerd. Ze investeerde 35 miljoen euro via het relanceplan en 10 miljoen euro via het Garantiefonds. De meeste projecten daarvan zaten in 2022 nog maar in hun opstartfase. Het was dus nog te vroeg om over hun effecten te rapporteren. Zal de VRM er in zijn Mediaconcentratierapport 2023 aandacht aan besteden? Het commissielid kijkt al uit naar gunstige effecten van de in deze context ontstane samenwerkingen met onder meer de academische wereld.

Ongeveer de helft van de lokale radio's doet mee aan het proefproject voor DAB+. Het project is verlengd met drie jaar. Zo komt er voor de andere geen digitale frequentie vrij binnen deze toch wel lange termijn, op een moment dat digitaal radioluisteren in opgang is. Werkt de overheid zo de concentratie niet in de hand, met nog de helft van de spelers buiten het project?

Het VRT-radiomarktaandeel zakt jaar na jaar licht. Die evolutie is op zich niet slecht, hoewel de VRT zelf dat misschien anders ziet. Mogelijk komt er een nieuw evenwicht, wat meteen de kritiek op de te sterke positie van de VRT countert. In dat verband benieuwt het Karin Brouwers welk luisterbereik de nieuwe ochtendshow op Radio 2 zal oogsten.

1.2. Manuela Van Werde

Manuela Van Werde hecht belang aan een rijk medialandschap. De N-VA vindt het niet gezond dat vijf mediagroepen 80 tot 100 procent van de Vlaamse markt controleren. Tegelijk zitten de traditionele media al jaren in zwaar weer door de opkomst van de nieuwe media. Het gevolg is dat het medialandschap voortdurend herschikt wordt.

Voor Vlaanderen rapporteert de VRM wel een stabilisatie ten opzichte van 2021. De consolidatiegolf wordt daardoor naar België en het buitenland verlegd. Die internationalisering met mooie winsten is op zich schitterend, en heel goed nieuws voor de bedrijven zelf en hopelijk ook voor hun werknemers. Een andere conclusie is dat de private mediabedrijven niet bang hoeven te zijn voor de impact van de VRT, aangezien het marktaandeel van de publieke speler stilaan een daling vertoont.

Nieuwsdiversiteit begint bij diversiteit aan de bron. De steeds verdergaande integratie van redacties, ook crossmediaal, zet aan tot waakzaamheid. Hoelang is het eigenlijk nog nodig om een onderscheid te blijven maken tussen de verschillende vormen van nieuwsmedia? Is het niet beter te rapporteren op basis van inhoudelijke dan vormelijke diversiteit? Valt de concentratie niet beter af te leiden uit de groepen dan uit de titels?

De N-VA pleit voor een duidelijke muur tussen redactionele en zakelijke belangen en is blij met het bestaan van de VVJ.

Het aantal lokale titels daalt. De lokale en regionale journalistiek krijgt het almaar moeilijker. De inkomsten hangen af van advertenties, die steeds meer naar de sociale media en hun bedrijven vloeien. De samenwerking tussen de grote groepen voor hun advertenties kan een goede zaak zijn, maar zal ze ook de lokale onafhankelijke titels helpen, of hen net in de armen van die grote groepen drijven?

Het Laatste Nieuws heeft zijn regionale edities tot vijftien gereduceerd. Heeft de krant ze geijkt op de vijftien regio's uit het recente Regiodecreet?

De huidige stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector wordt herzien en geïntegreerd. De Vlaamse Regering bespreekt ter zake heel binnenkort een voorontwerp van decreet. De VRM beveelt een beperkend mechanisme aan voor investeringen van dienstenverleners in de coproducties van de eigen mediagroep. Heeft de regulator het voorontwerp van decreet bestudeerd? Wat concludeert hij daaruit? Is een dergelijke beperking ook nodig voor de investeringsverplichtingen van niet-lineaire spelers?

Op FM blijven dezelfde drie landelijke private radio-omroeporganisaties aan zet, maar het digitale luisteren zit in de lift. Er is een studie op komst over het radiolandschap. Welke timing is volgens de VRM realistisch voor de overschakeling op DAB+? Hoe kan hij opvolgen of de landelijke radio-omroeporganisaties de digitaliseringsengagementen uit hun kandidaatstelling ook waarmaken?

Minister Benjamin Dalle zal binnenkort een influencercode uitvaardigen. Wat wordt de verhouding ervan met het CCP van de VRM?

1.3. Meyrem Almaci

Meyrem Almaci vraagt vanaf wanneer de steeds toenemende aggregatie de klassieke diversiteit bedreigt. De spreker verwacht zeker voor regionale en lokale media een bedreiging, waardoor op lokaal vlak de incidenten misschien nog aan bod zullen komen, maar het dagelijkse nieuws veel minder. Hoe evolueert die situatie in andere landen en regio's?

Het aantal omroeporganisaties op DAB+ wordt beperkt door technische limieten, terwijl het aantal luisteraars toeneemt. Kan die situatie opgelost worden?

Influencers brengen op hun sociale media ook reclame. Welke invloed heeft hun productplaatsing op de klassieke reclame-inkomsten bij de zeven Vlaamse media-bedrijven?

Heeft de convergentietendens, met als voorbeeld de samenwerking tussen Gazet van Antwerpen en ATV, een impact op de redactionele keuzes? Wat is de impact op de kwaliteit? Wordt het aanbod daardoor groter en meer divers, of net schraler?

In zijn Mediaconcentratierapport 2020 meldde de VRM 2501 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten, waaronder 636 omroepjournalisten. In het voorliggende rapport gaat het om 2550 journalisten. Toch heeft de Raad voor de Journalistiek recent een noodkreet geslaakt over het journalistenstatuut. Het gaat om de steeds flexibeler inzet van freelancers. Hebben die lossere statuten een invloed op de jobkwaliteit? Is het toegenomen cijfer geen toepassing van appels met peren vergelijken?

2. Antwoordenronde

Op de vraag van Karin Brouwers naar de hiërarchie van de aanbevelingen, antwoordt *Carlo Adams* dat de update van de stimuleringsregeling best prioritair wordt aangepakt. Daarover is een voorontwerp van decreet beschikbaar. Maar het is niet de taak van een onafhankelijke regulator om voorontwerpen te becommentariëren. Carlo Adams vertelt niets nieuws als hij constateert dat Telenet de huidige stimuleringsregeling kan aanwenden voor een eigen zender. Het komt de overheid toe om de wenselijkheid daarvan te beoordelen en de bijhorende beleidskeuzes te maken.

Een tweede prioriteit wordt de omzetting van de Digital Services Act, hoewel die niet alleen een Vlaamse opdracht vormt. Het wordt wellicht een agendapunt voor overlegcomités. Te vermijden is een dispuut over de takenverdeling, zonder echter de Vlaamse bevoegdheden in het gedrang te laten komen. Vlaanderen moet er wel voor ijveren dat de bevoegde Vlaamse instellingen bij de uitvoering betrokken worden.

Mediabedrijven zullen de gulden middenweg moeten opzoeken tussen te veel en noodzakelijke concentratie. Het is echter niet aan de VRM om uit te maken vanaf wanneer die te groot of te beperkt is.

In een samenwerkingsverband voor reclamewerving, zoals Ads & Data, ziet Carlo Adams geen probleem, aangezien dat net een verweer is van de nationale mediaspelers tegen de grotere buitenlandse groepen.

Het valt niet te ontkennen dat lokale media onder druk staan. Dat de Vlaamse lokale media de digitale trein gemist hebben, klopt ten dele, maar een huis-aan-huisblad is dan ook niet zomaar te vervangen door een website of app. Voor lokale radio's is een switch naar DAB+ evenmin evident. De digitale transitie kan dus zowel een probleem als een gedeeltelijke oplossing zijn voor de lokale media. De regulator heeft daar evenwel weinig invloed op.

Alle lokale radio's die dat wilden, maken nu deel uit van het DAB+-project. Uiteraard waren er wel drempels en beschikte niet iedereen over de capaciteit om mee te doen. Wie wel meedoet, doet inderdaad ervaring op. Maar grotere lokale radio's effenen daarmee ook voor de andere het pad naar de volledige overschakeling naar DAB+. Er staan dan ook geen klagers aan de zijlijn.

De VRM heeft geen vat op die evolutie, maar vermoedt dat de totale overschakeling nog wel even zal duren. Een exacte timing is er niet. In de FM-afschakeling die Europa oplegt, heeft het sleutelmomenten ingebouwd, met onder meer de graad waarin het publiek zich DAB+ toe-eigent. Als DAB+ veralgemeend wordt, zal daarop ook meer ruimte voorhanden zijn.

De reductie tot vijftien regionale edities van Het Laatste Nieuws heeft volgens de regulator niet te maken met het Regiodecreet. Het is allicht een efficiëntiemaatregel, die ook kosten moet besparen.

De lichte daling van het VRT-radioaandeel hoeft inderdaad geen negatieve evolutie te zijn, aangezien die ook de concentratie vermindert.

Carlo Adams noteert ook de suggestie om de effecten van de coronamiddelen te onderzoeken.

De VRM deelt de analyses dat een te verregaande integratie van redacties te bewaken is en dat er veeleer naar groepen dan naar titels moet worden gekeken. De regulator tracht in zijn rapporten zo precies mogelijke informatie te geven over de

integratie. De ene integratie is de andere niet. Wanneer een gespecialiseerd tijdschrift als Trends samengaat met een kleinere zender als Kanaal Z, kan dat voor allebei een verrijking zijn. Het tijdschrift kan van een ander medium gebruikmaken, terwijl de redactie van de kleine zender uitgebreid wordt. Bij grotere spelers zijn de risico's echter groter en moet de muur tussen de redactionele en de zakelijke kant inderdaad bewaakt worden.

De VRM-voorzitter vermoedt dat de influencercode en het CCP elkaar deels zullen overlappen. De influencercode is wel ruimer. Ze betreft meer algemeen de goede praktijken, waar het CCP vooral richtlijnen geeft over reclame en commerciële communicatie. Het geeft daarbij aan welke reclamepraktijken op sociale media met de regelgeving kunnen botsen. Tegenspraak tussen beide richtlijnen verwacht Carlo Adams alvast niet.

Productplaatsing is een vorm van commerciële communicatie die minder opvalt dan een reclameblok. Deze praktijk maakt inderdaad opgang, onder meer in televisieprogramma's en bij influencers. Ook daar bestaan regels voor. Zo moet bij televisieprogramma's aan het begin van de uitzending het PP-logo een bepaalde tijd getoond worden. Af en toe wordt dat inderdaad vergeten, maar de regulator waakt daarover.

Carlo Adams heeft geen specifiek zicht op de dynamiek van lokale media in Wallonië of andere landen. In het algemeen is de geschreven pers er in Wallonië wel slechter aan toe dan in Vlaanderen, met minder en veel kleinere titels, die dan nog in moeilijkheden verkeren. Dat zal mogelijk ook voor de lokale media gelden.

Om te beoordelen of de convergentie een invloed heeft op de kwaliteit van de berichtgeving, is een inhoudelijk onderzoek nodig. Daaraan komt de VRM in zijn concentratierapport niet toe.

Een betere organisatie in een groter geheel kan de kwaliteit verbeteren, maar ook verminderen wegens minder specialisatie in bepaalde onderwerpen. Bij verschillende mediavormen daalt in ieder geval het aantal onderzoeksjournalisten.

Over het aantal journalisten – gespecialiseerd, algemeen, beroeps of freelance – neemt de VRM de VVJ-cijfers over. Meer informatie kan dus beter aan die vereniging gevraagd worden.

Tot slot roept Carlo Adams de commissieleden op om de lezersbevraging over het rapport in te vullen.

Meyrem ALMACI,
voorzitter

Karin BROUWERS,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

ATV	Antwerpse Televisie
AVMD	audiovisuele mediadiensten
AVS	Audio Video Studio (Oost-Vlaamse Televisie)
B2B	business to business
BVR	besluit van de Vlaamse Regering
CCP	Content Creator Protocol
CJM	Cultuur, Jeugd en Media
DAB	digital audio broadcasting
DPG	historisch: De Persgroep
DSA	Digital Services Act
ERGA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services
FM	frequentiemodulatie
FOD	Federale Overheidsdienst
GAFA	Google, Apple, Facebook en Amazon
PP	productplaatsing
SLAPP	Strategic Lawsuit Against Public Participation
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTM	Vlaamse Televisiemaatschappij
VVJ	Vlaamse Vereniging van Journalisten