

PERSMEDEDELING

25 NOVEMBER 2020

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

RAPPORT MEDIACONCENTRATIE 2020:

CORONAPARADOX IN VLAAMSE MEDIASECTOR: CORONA DOET VLAMING MASSAAL MEDIA CONSUMEREN, MAAR ADVERTEERDERS HAKEN AF.

De Vlaamse Regulator voor de Media, de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media, publiceert vandaag het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen 2020'.

De algemene conclusie van het rapport 2020 is dat:

- Het coronavirus en -pandemie domineerden het jaar 2020. Ook in onze Vlaamse mediasector is de impact van COVID-19 duidelijk. Het afgelopen jaar heeft de Vlaming massaal meer (Vlaamse) media geconsumeerd. Zowel het kijk-, luister-, lees- als surfgedrag werden danig beïnvloed. Overal werd meer interesse van de Vlaming geconstateerd: hogere kijk- en luistercijfers, meer lezers en (voornamelijk digitale) abonnementen voor onze Vlaamse kranten en meer bezoeken voor de websites en apps. De advertentiemarkt volgde deze stijging echter niet, zelfs integendeel. Het afgelopen jaar daalden de advertentie-inkomsten significant. De Unie van Belgische Adverteerders (UBA) becijferde dat sinds de start van de coronacrisis ongeveer 80% van de adverteerders zijn reclamecampagne uitstelde. Heel wat grote bedrijven en ondernemingen bespaarden zo hard op hun mediabestedingen. Dit tegengestelde fenomeen wordt aangeduid als **coronaparadox**.
- Door deze paradox kregen vooral **kleinere, lokale en regionale spelers** (zonder grote buffer) het moeilijk. Door de uitbraak van het coronavirus en de daaropvolgende lockdown in ons land hebben bijvoorbeeld een aantal uitgevers hun gratis publicaties beperkt. Zo verschenen De Streekkrant, De Zondag en Metro tijdelijk niet of in een verminderd

verschijningsritme.

- **Vlaamse mediagroepen werken volop samen tegen internationale bedrijven.** Zo zag bijvoorbeeld Streamz het levenslicht, de langverwachte 'Vlaamse Netflix'. Binnen de eigen geografische markt zijn de overnamemogelijkheden beperkt geworden (de posities in de eigen markt zijn stevig ingenomen), wel worden nog overnames gedaan in het buitenland.
- De voorbije jaren werd de impact van mediaconcentratie vooral vanuit een economisch perspectief bekeken. Doordat onze Vlaamse mediamarkt gedomineerd wordt door slechts vijf grote mediagroepen, wordt het moeilijker om de concentratie binnen afzonderlijke mediasegmenten te meten. We refereren in het rapport naar extern onderzoek dat dit niet alleen meer vanuit deze **economische invalshoek** bestudeert, maar ook vanuit **inhoudelijke hoek**.
- Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80% tot 100% van de markt in handen van **slechts vijf mediagroepen**. Dit aantal daalde de voorbije jaren tot vijf groepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta en Telenet (met dochteronderneming De Vijver Media).

Belangrijkste conclusies per mediasoort:

Radio:

- Door de verdere doorbraak van het digitaal luisteren (het luisteren via DAB+ steeg van 3% naar 9%, in totaal is 26% van het luistervolume reeds digitaal)* en het feit dat de netwerkradio's meer bereik halen, is de concentratie in de radiomarkt op zenderniveau gedaald tot op het laagste niveau '**niet geconcentreerde markt**'. Wanneer de concentratie in deze markt echter wordt bekeken vanuit de mediagroepen blijft deze markt nog steeds **sterk geconcentreerd**. Dit door de sterke positie van de openbare omroep.

** Bij het aanmaken van het Mediaconcentratierapport 2020 waren de cijfers van de recentste DAB+-studie nog niet bekend. Uit de nieuwste cijfers blijkt dat reeds 17% van het totale luistervolume afkomstig is van DAB+, 38% van het totale luistervolume is nu digitaal.*

Televisie:

- Op 14 september werd **Streamz** gelanceerd, het nieuwe betalende streamingplatform van Telenet en DPG Media. Ook VRT verleent zijn medewerking aan Streamz. Waar Telenet samen met andere mediaspelers een eigen platform opricht, biedt Proximus eerder aan bestaande platformen zijn

diensten aan. Zo konden Proximus-klienten vanaf 15 september een betalend abonnement nemen op **Disney+**. Proximus-klienten die specifieke tv-pakketten afnemen, krijgen een jaar lang gratis toegang tot Disney+.

- De voorbije jaren konden de websites van de individuele televisieomroepen (zoals een.be, canvas.be, vtm.be, ...) op een groot aantal bezoeken rekenen, dit o.a. door kijkers die via de site bepaalde programma's wilden (her)bekijken. **In 2020 valt op dat de digitale platformen VRTNU en VTMGO zo goed als volledig de websites van de individuele omroepen hebben voorbijgestoken.** Zo blijkt duidelijk dat de Vlaming de weg heeft gevonden naar deze digitale platformen. Op dit punt valt op dat SBS veel minder ver staat in de ontwikkeling van eigen digitale toepassingen. Het heeft geen eigen digitaal platform ter beschikking in vergelijking met VRT en DPG Media.
- In 2020 wordt teruggegrepen naar het **sterkste omroepmerk**. Daarrond worden dan verschillende zenders gebouwd. Zo heroriënteert DPG Media zijn zenders tot VTM, VTM2, VTM3 en VTM4. In 2021 zal SBS een nieuwe zender lanceren, Play Zeven. De andere zenders van de groep worden dan geheroriënteerd tot Play Vier, Play Vijf en Play Zes.

Geschreven pers:

- In de **Vlaamse krantenmarkt** zet de sterke tendens naar meer **convergentie** zich verder door. Na het samenbrengen van verschillende redacties in News City vorig jaar, liet DPG Media de nieuwswebsite VTMNieuws opgaan in HLN.be. Redactionele websites van kranten blijven sterk inzetten op digitalisering en **video**. Zo lanceerde DPG Media het eerste Vlaamse non-stop live videonieuwskanaal HLN Live.
- Wat de aangeboden **apps** van de Vlaamse mediabedrijven betreft, valt op dat sinds april 2019 al het online nieuws van News City gebundeld werd in een vernieuwde HLN-app. Het CIM publiceert dit jaar voor het eerst de bezoekcijfers van de nieuwsapps. Uit deze cijfers blijkt dat Het Laatste Nieuws met kop en schouders boven de concurrentie uitsteekt. Zo heeft HLN ongeveer een derde meer bezoekers op de website, dubbel zoveel installaties van de HLN-app en bezoekcijfers op die app die vier keer zo hoog liggen als de tweede in de stand, telkens Het Nieuwsblad.
- De **magazinemarkt** bevond zich de afgelopen jaren reeds in een turbulente situatie met een grote volatiliteit. De **convergentie** tussen het papieren en digitale medium blijft stroever verlopen dan bij de kranten. De crossmediale strategieën naar websites en sociale media slaan maar weinig aan.

Online:

- Onder meer door de coronapandemie zette het **intensieve gebruik** van internet zich ook dit jaar door. De belangrijkste sleutelposities blijven in handen van voornamelijk **buitenlandse bedrijven**. De populairste sociale media, appwinkels en zoekmachines in Vlaanderen zijn eigendom van Amerikaans bedrijven. Zij bezitten de digitale advertentieruimtes. De VRM voerde voor het eerst een onderzoek uit naar het weglekken van de advertentie-investeringen naar buitenlandse bedrijven. Uit dit onderzoek blijkt dat het hier over zeer aanzienlijke bedragen gaat.
- **Telenet** is in Vlaanderen de dominante televisiedistributeur. Het breidt zijn activiteiten ook uit in andere delen van de televisiewaardeketen, met de volledige overname van De Vijver Media en nu ook het SVOD-platform Streamz.
- **Internationaal** valt op dat de **gatekeeperpositie steeds vaker wordt aangevochten**. Zo zijn Fornite-ontwikkelaar Epic Games en Apple reeds maandenlang verwickeld in een strijd om de macht en centen. Voorts heeft een groep van 13 appuitgevers (waar ook de beroepsvereniging 'Vlaamse Nieuwsmedia' deel van uit maakt) zich gegroepeerd in 'the Coalition for App Fairness' om de praktijken van appwinkels, en dan voornamelijk Apple aan te klagen.

////////////////////////////////////
Het rapport kan via deze link worden nagelezen op de website van de VRM:
<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/over-vrm/rapporten/2020/rapport-mediaconcentratie>

Een gedrukt exemplaar kan besteld worden via:
<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/bestelling-rapport-mediaconcentratie-2020-gratis-exemplaar>

////////////////////////////////////
Voor meer informatie kan u terecht bij:
Francis Soulliaert, Communicatieverantwoordelijke VRM
e-mail: pers@vrm.vlaanderen.be – tel: 02/553.27.39
////////////////////////////////////

Over het rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen:

Met het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen' brengt de VRM jaarlijks de Vlaamse mediasector in kaart, worden de belangrijkste evoluties beschreven en wordt de bestaande concentratie gemeten. **De taak van de VRM beperkt zich tot het rapporteren van de bestaande concentratie, zonder de bevoegdheid om er eventueel rechtstreeks tegen op te treden.** Door correcte en onafhankelijke informatie te bundelen over de posities van de spelers in de Vlaamse mediasector, wil de VRM een instrument aanreiken aan de beleidsmakers. Het is aan het beleid om eventuele acties te ondernemen om de door de VRM geschetste evoluties waar nodig bij te sturen.

Het is ook de bedoeling dat het rapport zijn weg vindt naar de sector, mediaprofessionals en een breder in media geïnteresseerd publiek.

Het inhoudelijke luik van het rapport werd op 1 oktober 2020 afgesloten. Wijzigingen die nadien werden aangekondigd, zijn niet meer opgenomen in het rapport.

Over de Vlaamse Regulator voor de Media:

De Vlaamse Regulator voor de Media is de **onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media**. In het belang van Vlaamse kijkers en luisteraars kijkt hij er op toe dat mediaregelgeving beschreven in het mediadecreet, in Vlaanderen nageleefd wordt. Hij komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving. Voorts waakt de VRM ook specifiek over de bescherming van minderjarigen en over onpartijdigheid op de Vlaamse radio en tv. Tot slot beheert de VRM de toekenning van mediavergunningen aan Vlaamse audiovisuele media. De VRM werd in 2006 opgericht door de Vlaamse overheid.