

PERSMEDEDELING

Donderdag 16 november 2023

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

RAPPORT MEDIACONCENTRATIE 2023:

VLAAMSE MEDIABEDRIJVEN ZOEKEN NAAR GROEI IN HET BUITENLAND OM DE KRIMPENDE MARGES IN EIGEN LAND TE COUNTEREN.

De Vlaamse Regulator voor de Media, de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media, publiceert vandaag het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen 2023'.

De algemene conclusie van het rapport 2023 is dat:

- Als we de Vlaamse mediagroepen overkoepelend bekijken zien we, ondanks de **stijging in omzet, de marges dalen. De rendabiliteit loopt terug door de oplopende kosteninflatie**. Nadat de grootste mediabedrijven de impact van de coronapandemie hebben verwerkt, vooral dankzij hun diversificatiestrategie, worden ze nu geconfronteerd met de inflatiecrisis.
- De Vlaamse mediabedrijven richten zich in hun **zoektocht naar groei** voornamelijk op het (nabije) buitenland. Zo zijn de Vlaamse kranten en magazine-uitgevers reeds enige tijd actief in het buitenland of op de Franstalige markt in België. DPG Media en Mediahuis zijn zelfs de twee grootste uitgevers in Nederland. Ze bereiken samen bijna 95% van de Nederlandse markt voor gedrukte kranten. Roularta Media Group is dan weer de op één na grootste uitgever van magazinemerken in Nederland. Het afgelopen jaar hebben Mediahuis en DPG Media door overnames en de Nederlandse FM-frequentieveilingen een sterkere positie ingenomen in de Nederlandse radiomarkt.
- De **Vlaamse jongeren** effenen het pad voor **nieuwe vormen van mediaconsumptie**. Volgens de Digimeter-studie blijft de gemiddelde

Vlaming het medium radio steeds meer beluisteren, behalve de 18- tot 24-jarigen. De jongeren laten zich meer verleiden door streamingsdiensten. Ook op het vlak van televisie zien we een soortgelijke tendens. De Digimeter-studie concludeert dat traditioneel tv-kijken niet langer de norm is bij -35-jarigen.

Zowel de Vlaamse als internationale mediaspelers spelen in op het wijzigende mediagedrag. Zo was er het afgelopen jaar een sterke toename van het aantal beschikbare podcasts, kwam Mediahuis met een digitaal jongerenabonnement en bieden videostreamingplatforms nu ook goedkopere (hybride) abonnementen aan, waarbij men weliswaar reclame moet accepteren.

- We merkten reeds in het verleden de trend op waarbij de (commerciële) **mediagroepen hun aanbod centreerden rond het sterkste (omroep)merk**. Zo kennen we vandaag de dag VTM, VTM2, VTM3, VTM4 maar ook Play4, Play5, Play6 en Play7. Intussen heeft ook de openbare omroeporganisatie zijn zenders hernoemd tot VRT1 en VRT CANVAS. Daarnaast zien we voor het eerst dat een **radiozender** hernoemd wordt volgens de reeds beschreven strategie: radiozender Nostalgie werd herdoopt tot Play Nostalgie.
- **Telenet** werd 100% eigendom van **Liberty Global**. Op 13 oktober 2023 werden de Telenet-aandelen geschrapt van notering bij sluiting van de beurs.
- Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80% tot 100% van de markt in handen **van slechts vijf mediagroepen** (VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta en Telenet (met dochteronderneming De Vijver Media)). De laatste jaren merkt de VRM op dit veld een **stabilisatie** op.

Belangrijkste conclusies per mediasoort:

Radio:

- **VAR** (100% dochtervennootschap van VRT) werkt tot op heden als reclameregie exclusief voor de VRT-merken. Daar komt begin 2024 verandering in wanneer VAR ook de **nationale advertentieverkoop van Nostalgie Vlaanderen, Nostalgie+ en NRJ** zal verzorgen.
- **Podcasts** vinden steeds vaker hun ingang bij Vlamingen, zeker bij jongeren. Maar, het blijft zoeken naar een gedegen verdienmodel. Het podcastonderzoek van de Arteveldehogeschool wijst namelijk uit dat zeven op de tien Vlamingen niet wil betalen voor podcasts.
- Op het vlak van radio was **Telenet** oorspronkelijk actief als distributeur van kabelradio. In februari 2023 kocht Telenet een belang van 20% in Vlaanderen Eén, de vennootschap die **Play Nostalgie** uitbaat.
- Het **marktaandeel van de VRT-radiozenders** blijft, net zoals de voorgaande jaren, **verder dalen**. Het marktaandeel van de zenders van de openbare omroeporganisaties bedraagt momenteel nog **52%**,

dit is het **laagste peil** in de radiogeschiedenis. Bij de private radiozenders doen Joe en zijn afgeleiden, en de louter digitale radiozender Willy het goed.

- Het blijft de intentie van het beleid om tussen **1 januari 2028** (einddatum huidige vergunningen) en **1 januari 2031** (einddatum eenmalige verlenging huidige vergunningen) **FM-radio-uitzendingen definitief stop te zetten**.
- Wat **DAB+** betreft, geeft het beleid aan dat het noodzakelijk is om te evolueren van een netwerkopoperatormodel naar een **omroepmodel**. In een netwerkopoperatormodel worden licenties toegekend aan een netwerkopoperator die vervolgens zelf bepaalt welke radio-omroeporganisaties verspreid worden en tegen welke prijs. Dit betekent dat de overheid aan deze radio-omroeporganisaties geen voorwaarden kan opleggen inzake programmatie, aandeelhoudersstructuur, nieuws- of regioberichtgeving, kwaliteits- en diversiteitsstandaarden, ... wat bijvoorbeeld wel het geval is bij het toekennen van FM-erkenningen. Om in de toekomst onder meer kwalitatieve inhoudelijke voorwaarden te kunnen opleggen aan radio-omroeporganisaties die aanwezig zijn op DAB+, wil het beleid dus een omroepmodel uitwerken.

Televisie:

- Uit de Digimeterstudie blijkt dat 51% van de Vlamingen dagelijks nog lineair / live televisie kijkt. Anderzijds blijft het bezit en maandelijks gebruik van streamingplatformen stijgen. Steeds meer Vlamingen betalen en gebruiken tevens meerdere platformen. Het afgelopen jaar wijzigde de focus van de **streamingsdiensten** van een natuurlijke aangroei van abonnees naar een aanpak waarbij het doelpubliek dat voordien geen abonnement kon of wou nemen, hier nu wel de mogelijkheid toe krijgt. Zo ontstonden **goedkopere (hybride) abonnementen** waarbij men weliswaar reclame moet accepteren.

De **cord-cutting**-trend blijkt zich, algemeen gezien, dan weer niet meer door te zetten. Dit is echter wel nog het geval bij de 25-34-jarigen. De Digimeterstudie concludeert zelfs dat traditioneel tv-kijken niet langer de norm is bij -35-jarigen.

- Ads & Data lanceerde in het voorjaar van 2023 het "**total tv-ecosysteem**" waarbij 2 soorten data (data van settopboxen en data vanuit online) worden gekoppeld. Ads & Data is hiermee de eerste speler op de markt, die dankzij haar aandeelhouders Proximus en Telenet, telco-data integreert en koppelt met online data en data van de adverteerder.
- **Telenet** versterkte zijn positie in de sector van de **productiehuizen**. Zo werd de participatie in productiehuis Caviar Group opgetrokken (van 49% naar 70%). Caviar heeft op zijn beurt 50% van de aandelen van Sputnik Media overgenomen.

- Ook **nichezenders** ontwikkelen een **crossmediale strategie**. Dobbit TV, MENT, Eclips en PlattelandsTV slaan samen met productiehuis Arendsoog de handen in elkaar om een eigen digitaal platform, 'Themax' uit te bouwen. Dit past binnen de trend van het veranderend digitaal kijkgedrag en de crossmediale strategie die mediabedrijven als antwoord hierop meer en meer hanteren.
- **VRT en Streamz** sloten een **structureel samenwerkingsakkoord** voor drie jaar. Beide partijen gaan samen minstens twee fictiereeksen per jaar maken, waarbij Streamz de series in preview zal aanbieden.

Geschreven pers:

- De **Vlaamse Vereniging voor Journalisten (VVJ)** is voor het eerste sinds 2017 licht **positief** over de **evolutie van het aantal beroepsjournalisten**. De negatieve evolutie die zich sinds 2017 aftekende, lijkt (even) gekeerd.
- De **lokale pers** blijft het moeilijk hebben. De omzet van de markt van **gratis pers** is nog maar een kwart van wat ze was in 2013.
- De **magazines** blijven op zoek naar de gouden formule. De digitale verkoop van magazines blijft namelijk stroef lopen (zeker in vergelijking met de krantenmarkt waar de digitalisering succesvoller blijkt). Zowel Roularta als DPG Media ontwikkelden reeds specifieke digitale formules voor magazines, maar deze blijken vooralsnog geen groot succes. Zowel de **inflatie** als de **stijgende papierprijs** bemoeilijken de situatie in deze markt verder. Intussen verdween Sport Voetbal Magazine, dat reeds enige tijd niet meer wekelijks maar maandelijks verscheen, definitief.
- De huidige **concessie voor de verdeling van kranten en magazines**, tussen Bpost en de federale overheid, loopt af op 31 december 2023. Intussen ontstond de nodige commotie omtrent gesjoemel bij de aanbesteding en uitvoering van deze concessie. De federale overheidsdienst Economie organiseerde reeds een aanbesteding voor een nieuwe concessie, voor de periode 2024-2028.
- De **Raad voor de Journalistiek** keurde nieuwe **richtlijnen** goed over het **gebruik van kunstmatige intelligentie in de journalistiek**. De nadruk wordt hierbij gelegd op de verantwoordelijkheid van de redactie en transparantie naar het publiek.
- Zoals steeds hield de VRM ook de **prijsevolutie** van de verschillende **mediaproducten** tegen het licht. Daarbij valt op dat de prijsindex voor zowel kranten als tijdschriften sinds 2014 hoger is dan de consumptieprijsindex, terwijl deze voordien steeds lager was. De laatste vijf jaren neemt de prijsindex van kranten een serieuze voorsprong, terwijl de voorsprong van de magazines en

tijdschriften op de prijsindex beperkt blijft. Zelfs de afgelopen jaren, die gekenmerkt werden door een hoge inflatie, steeg de prijsindex van de kranten sterker dan de consumptieprijsindex.

Online:

- Online is een wereldwijde markt, met een **grote bevoegdheid op het Europese niveau**. Dat uit zich in verschillende instrumenten en initiatieven met een impact op de mediaspelers. Intussen is de **Digitaledienstenverordening (DSA)** in werking getreden voor de 19 grootste platformen en zoekmachines in Europa (zoals Amazon, Google, Facebook en Tiktok).
- Bij de telecomspelers blijkt **'samenwerking'** het codewoord. Voor de uitrol van de dure FTTH (fiber-to-the-home)-infrastructuur werkt Proximus buiten de steden samen met het Zweedse EQT Infrastructure. Telenet van haar kant rolt samen met netbeheerder Fluvius haar glasvezelnetwerk uit. De vierde speler op de mobiele markt is dan weer een joint venture tussen Citymesh en Digi Communications.
- Door de overname van RTL Belgium (door DPG Media en Rossel) is de **reclameregie IP Belgium** in Vlaanderen geïntegreerd in DPG Media Advertising.



Het rapport kan gedownload worden op:

<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/mediaconcentratie>

Een gratis gedrukt exemplaar kan besteld worden via:

<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/bestelling-rapport-mediaconcentratie-2023-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 2023 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.