



Vlaanderen  
is media

# Mediaconcentratie in Vlaanderen

rapport 2024

VLAAMSE  
REGULATOR  
VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media



# INHOUD

<b>INHOUD</b>	<b>1</b>
<b>WOORD VOORAF</b>	<b>5</b>
<b>INLEIDING</b>	<b>7</b>
<b>1. DE VLAAMSE MEDIASECTOR</b>	<b>11</b>
1.1 RADIO	13
1.1.1 Contentleveranciers	14
1.1.2 Aggregatie: radio-omroeporganisaties	17
1.1.3 Distributie: radiosignaaltransmissie	25
1.2 TELEVISIE	29
1.2.1 Contentleveranciers	31
1.2.2 Aggregatie: televisieomroeporganisaties	39
1.2.3 Distributie: omroepsignaaltransmissie	50
1.3 GESCHREVEN PERS	60
1.3.1 Contentleveranciers	62
1.3.2 Aggregatie: uitgevers	67
1.3.3 Distributie: geschreven pers	75
1.4 INTERNET	79
1.4.1 Contentleveranciers	81
1.4.2 Reclameregies en mediacentrales	83
1.4.3 Aggregatie: website-eigenaars	87
1.4.4 Distributie vast internet	95
1.4.5 Distributie: mobiel internet: distributieplatformen applicaties	99
1.4.6 Distributie: mobiel internet: mobiele telefonie aanbieders	101
1.5 BESLUIT HOOFDSTUK 1	104
<b>2. MEDIAGROEPEN</b>	<b>115</b>
2.1 DPG MEDIA GROUP NV	117
2.1.1 Structuur en aandeelhouders	117
2.1.2 Aanbod DPG Media Group nv	119
2.2 MEDIAHUIS NV	125
2.2.1 Structuur en aandeelhouders	125
2.2.2 Aanbod Mediahuis nv	128
2.3 PROXIMUS NV	133
2.3.1 Structuur en aandeelhouders	133
2.3.2 Aanbod Proximus nv	136
2.4 ROULARTA MEDIA GROUP NV	140
2.4.1 Structuur en aandeelhouders	140
2.4.2 Aanbod Roularta Media Group nv	143
2.5 STUDIO 100 NV	150
2.5.1 Structuur en aandeelhouders	150
2.5.2 Aanbod Studio 100 nv	151
2.6 TELENET GROUP HOLDING NV	154

<b>2.6.1</b>	<b>Structuur en aandeelhouders</b>	<b>154</b>
<b>2.6.2</b>	<b>Aanbod Telenet bv</b>	<b>155</b>
<b>2.7</b>	<b>VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEPORGANISATIE (VRT NV)</b>	<b>162</b>
<b>2.7.1</b>	<b>Structuur en aandeelhouders</b>	<b>162</b>
<b>2.7.2</b>	<b>Aanbod VRT nv</b>	<b>163</b>
<b>2.8</b>	<b>CROSSMEDIALITEIT EN VERSTRENGELING VAN HET AANBOD VAN DE VLAAMSE MEDIAGROEPEN</b>	<b>168</b>
<b>2.8.1</b>	<b>Crossmedialiteit van het aanbod</b>	<b>168</b>
<b>2.8.2</b>	<b>Verstrengeling van de mediagroepen</b>	<b>168</b>
<b>2.9</b>	<b>WETTELIJKE FUNCTIEHOUDERS</b>	<b>172</b>
<b>2.10</b>	<b>BESLUIT HOOFDSTUK 2</b>	<b>173</b>
<b>3.</b>	<b>INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE</b>	<b>177</b>
<b>3.1</b>	<b>INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE PER MEDIAVORM</b>	<b>177</b>
<b>3.1.1</b>	<b>Radio</b>	<b>179</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Televisie</b>	<b>190</b>
<b>3.1.3</b>	<b>Geschreven pers</b>	<b>219</b>
<b>3.1.4</b>	<b>Internet</b>	<b>246</b>
<b>3.2</b>	<b>MEDIAGROEPEN</b>	<b>255</b>
<b>3.2.1</b>	<b>Analyse op basis van financiële gegevens</b>	<b>255</b>
<b>3.2.2</b>	<b>Analyse op basis van kijk- en luistercijfers en oplagen</b>	<b>256</b>
<b>3.3</b>	<b>PRIJSEVOLUTIE VAN MEDIAPRODUCTEN</b>	<b>257</b>
<b>3.3.1</b>	<b>Radio en televisie</b>	<b>257</b>
<b>3.3.2</b>	<b>Geschreven pers</b>	<b>259</b>
<b>3.3.3</b>	<b>Internet</b>	<b>260</b>
<b>3.3.4</b>	<b>Prijsevolutie van de advertentieruimte</b>	<b>262</b>
<b>3.4</b>	<b>DE VLAAMSE MEDIASECTOR IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT</b>	<b>265</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Vlaanderen in de wereld</b>	<b>265</b>
<b>3.4.2</b>	<b>De wereld in Vlaanderen</b>	<b>270</b>
<b>3.5</b>	<b>ONDERZOEK LOKALE JOURNALISTIEK</b>	<b>274</b>
<b>3.6</b>	<b>BESLUIT HOOFDSTUK 3</b>	<b>277</b>
<b>4.</b>	<b>STIMULERING VAN DIVERSITEIT-MOGELIJKE REMEDIËRING EN BELEIDSAANBEVELINGEN</b>	<b>287</b>
<b>4.1</b>	<b>RESTRICTIES</b>	<b>288</b>
<b>4.1.1</b>	<b>Eigendomsrestricties</b>	<b>288</b>
<b>4.1.2</b>	<b>Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid</b>	<b>288</b>
<b>4.1.3</b>	<b>Regulering</b>	<b>289</b>
<b>4.1.4</b>	<b>Signaalintegriteit</b>	<b>290</b>
<b>4.1.5</b>	<b>Netneutraliteit</b>	<b>290</b>
<b>4.1.6</b>	<b>Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen</b>	<b>291</b>
<b>4.2</b>	<b>TEGENGEWICHT</b>	<b>293</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Bevordering van Europese en onafhankelijke producties</b>	<b>294</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling</b>	<b>294</b>
<b>4.2.3</b>	<b>De openbare omroeporganisatie VRT nv</b>	<b>296</b>
<b>4.2.4</b>	<b>Fonds Pascal Decroos</b>	<b>297</b>



4.2.5	Toegankelijkheid	298
4.2.6	Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen	299
4.3	ECONOMISCHE TUSSENKOMST	302
4.3.1	Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties	303
4.3.2	Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector	304
4.3.3	Screen Flanders	305
4.3.4	Federale economische maatregelen	305
4.3.5	Digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector	306
4.3.6	Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen	306
4.4	TRANSPARANTIE	306
4.4.1	Mediaconcentratierapport	307
4.4.2	Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT	307
4.4.3	Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen	308
4.4.4	Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs	310
4.4.5	Rapportering over netneutraliteit	310
4.4.6	Europese initiatieven omtrent media	311
4.4.7	Actie tegen desinformatie	313
4.4.8	Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen	313
4.5	ORGANISATORISCHE MAATREGELLEN	315
4.5.1	Oprichting VRM	315
4.5.2	Belgische en Europese Mededingingsautoriteit	316
4.5.3	Journalistenloket	316
4.5.4	Ondersteuning bij deelname beurzen	316
4.5.5	Uitbreidingsmogelijkheden	317
4.6	BESLUIT HOOFDSTUK 4	317
4.6.1	Bestaande maatregelen	317
4.6.2	Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen	321
<b>5.</b>	<b>ALGEMEEN BESLUIT</b>	<b>327</b>
5.1	De Vlaamse mediasector	327
5.2	Mediagroepen in Vlaanderen	330
5.3	Informatie over mediaconcentratie	330
5.4	Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsaanbevelingen	336
	<b>TABELLENLIJST</b>	<b>340</b>
	<b>INFOFRAGMENTEN</b>	<b>342</b>
	<b>BIBLIOGRAFIE</b>	<b>343</b>



////////////////////////////////////

# WOORD VOORAF

Beste lezer,

De uitgave van het Mediaconcentratierapport is uitgegroeid tot een vertrouwd element op onze jaarlijkse kalender.

Graag herinner ik eraan dat het niet gaat om een vrijblijvende oefening maar om de uitvoering van een decretale opdracht voor de VRM: het in kaart brengen van concentraties in de Vlaamse mediasector.

Het belang van deze opdracht mag niet worden onderschat. In tijden waarin het strijdgewoel zowel aan de Europese oostgrenzen als in het Midden-Oosten is toegenomen, waarin het noodweer op verschillende plaatsen in Europa ons confronteert met de mogelijke gevolgen van een klimaatverandering, waarin berichten over pogingen tot manipulatie van verkiezingen in bepaalde landen aan de orde van de dag zijn en waarin artificiële intelligentie in snel tempo gemeengoed is geworden, is de nood aan een betrouwbaar nieuwsaanbod navenant. Het is immers op basis van het media-aanbod dat de burger over deze en vele andere elementen zijn politieke én zijn economische keuzes maakt. Een divers media-aanbod blijft de beste waarborg voor de burger om deze keuzes op een doordachte manier te kunnen maken.

Met het voorliggende rapport wil de VRM een duidelijk en objectief beeld geven van wie in Vlaanderen verantwoordelijk is voor de informatie die ons handelen op zoveel vlakken bepaalt. Dit inzicht kan ertoe bijdragen dat informatie uit diverse bronnen en via verschillende kanalen de burger blijft bereiken.

Wanneer de beleidsmakers van oordeel zijn dat hiervoor remedies nodig zijn, biedt de VRM hen, op basis van de analyse in dit rapport, een aantal mogelijke beleidsopties aan. Het is vervolgens aan de beleidsmakers om verdere beleidskeuzes te maken.

In die optiek wil ik er ook op wijzen dat door allerhande wijzigingen in het medialandschap en de Europese regelgeving, er raakvlakken ontstaan met bevoegdheden van andere regulatoren zoals de BMA, het BIPT, de andere mediaregulatoren en de Gegevensbeschermingsautoriteit. De verschillende regulatoren zullen in de toekomst ertoe worden gebracht beter samen te werken en het creëren van een wettelijk kader zou daarvoor zeer nuttig zijn.

Uiteraard hopen wij dat behalve beleidsmakers ook andere geïnteresseerde lezers inzichten kunnen vinden in dit rapport.

Namens iedereen die aan dit rapport heeft meegewerkt, wens ik u een boeiende en verrijkende lectuur toe.

De redactie van het Mediaconcentratierapport is afgesloten op 1 oktober 2024. Het is dus mogelijk dat u informatie over de meest recente feiten er niet in terugvindt.

Carlo Adams  
Voorzitter van de algemene kamer van de VRM



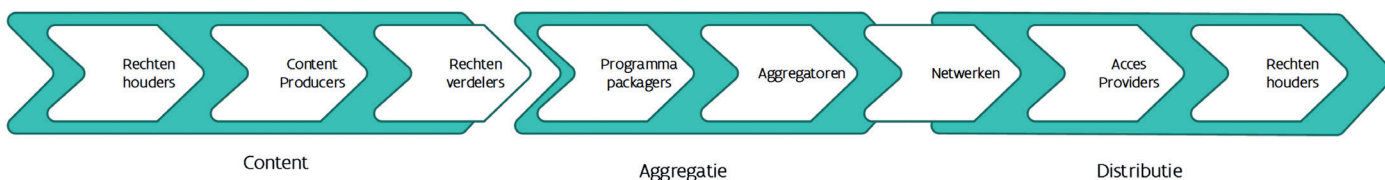
# INLEIDING

Concentratie is een begrip dat vele ladingen dekt en dat vanuit verschillende invalshoeken benaderd kan worden. Van bij de publicatie van het eerste rapport in 2008 heeft de VRM ervoor geopteerd om deze thematiek vooral vanuit economische invalshoek te bestuderen. Er wordt dus vooral nagegaan hoe de verhoudingen liggen tussen de verschillende spelers op de markt. Eerder dan bijvoorbeeld over te gaan tot inhoudsanalyses wordt er gefocust op de gevolgen van de concentratie voor de consument.

Teneinde een en ander systematisch te kunnen duiden wordt in dit rapport in sterke mate gebruik gemaakt van toegevoegde waardeketens, een concept dat door Michael Porter (1985) werd voorgesteld.<sup>1</sup>

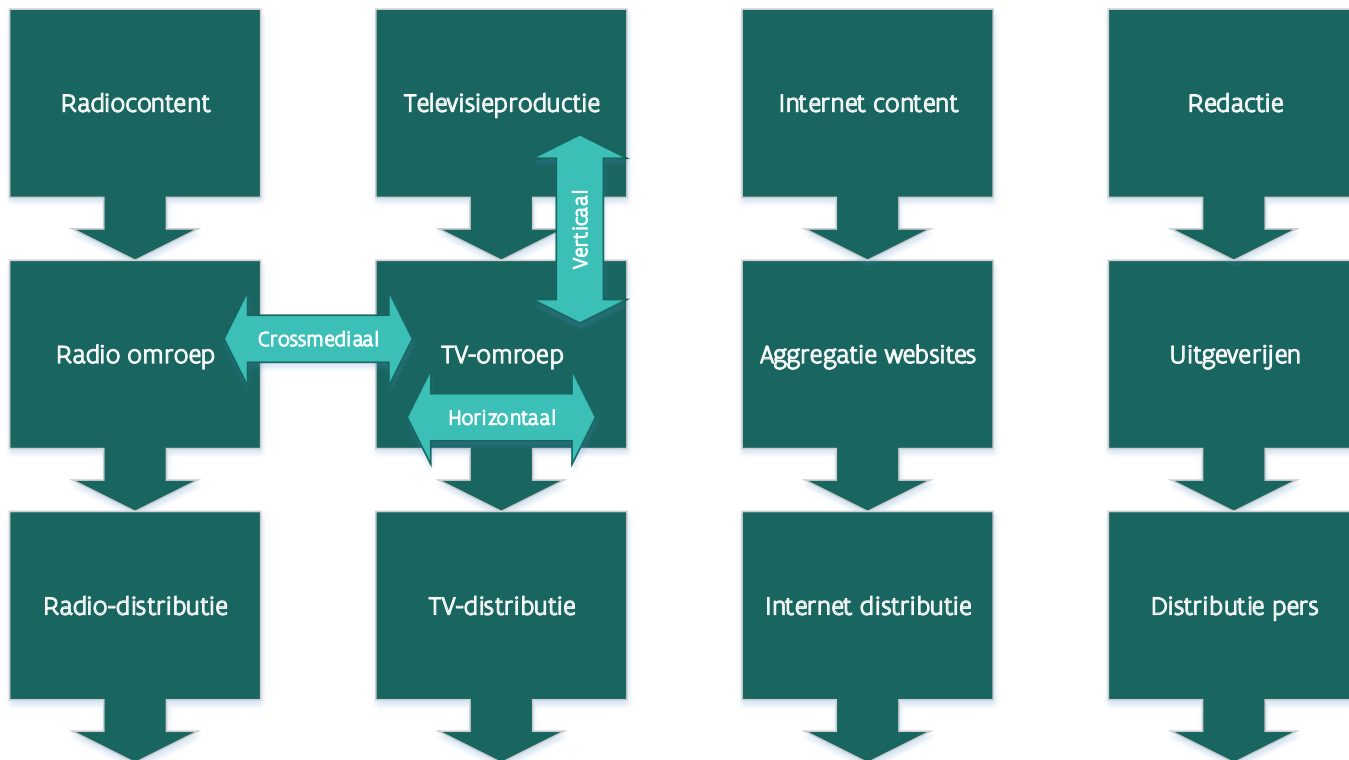
Volgens dit concept worden ketens uitgetekend die bestaan uit opeenvolgende schakels waarin toegevoegde waarde gecreëerd wordt. De keten volgt het traject van contentproducent over aggregator en via distributeur naar de consument.

Deze keten kan meer of minder opgesplitst zijn. Binnen elke schakel van de keten kan tussen de aanwezige ondernemingen een andere marktform heersen (afhankelijk van aantal aanbieders en hun verhouding tot de vraag). Andersen (2002) leverde op die manier een toegevoegde waardeketen voor de audiovisuele industrie.



Figuur 1: Toegevoegde waardeketen van de audiovisuele industrie  
Bron: Eigen bewerking door VRM van Andersen, i.o. Europese Commissie (2002).

Binnen mediaconcentratie kunnen horizontale, verticale en crossmediale concentratie worden onderscheiden.



Figuur 2: Illustratie verschillende vormen mediaconcentratie  
Bron: VRM op basis van M. Porter

1 Porter M. (1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.

**Horizontale concentratie** duidt erop dat het aantal spelers binnen 1 schakel beperkt is.

**Verticale concentratie** geeft aan dat een aantal verschillende, opeenvolgende schakels in handen zijn van eenzelfde speler.

Van **crossmediale concentratie** wordt gesproken wanneer er bindingen zijn tussen de aanbieders van de verschillende ketens.

In een eerste hoofdstuk van dit rapport wordt de Vlaamse mediasector afgebakend. De waardeketens van radio, televisie, internet en geschreven pers worden uitgetekend en er wordt nagegaan welke spelers aanwezig zijn in alle schakels van de keten. Dit geeft reeds een eerste indicatie van de horizontale concentratie. Aangezien we de definities van het Mediadecreet volgen, zijn er hier en daar bijstellingen t.o.v. vorige jaren.

Door crossmedialiteit en convergentie kunnen de grenzen tussen de verschillende mediavormen niet altijd duidelijk afgebakend worden. Op het einde van het eerste hoofdstuk wordt aandacht geschonken aan deze fenomenen.

Actuele feiten en toelichtingen bij deelaspecten van bepaalde mediasegmenten worden vermeld onder de vorm van infofragmenten. Zo wordt het mogelijk om aandacht te schenken aan specifieke gebeurtenissen die zich voordeden sinds de publicatie van het vorige rapport, zonder de algemene structuur van het rapport uit balans te trekken.

Dat de verschillende spelers binnen de Vlaamse mediasector sterk met elkaar verbonden zijn, wordt geïllustreerd in hoofdstuk 2. In dit hoofdstuk wordt nagegaan hoe de in hoofdstuk 1 beschreven spelers zich tot elkaar verhouden en kunnen gerekend worden tot een bepaalde mediagroep. De verschillende groepen gaan onderling strategische allianties aan, en daaraan wordt de nodige aandacht besteed. Tenslotte wordt er nagegaan hoe het met de concentratie van mandaten bij personen binnen de mediasector gesteld is.

In een derde hoofdstuk worden per mediavorm de verschillende soorten mediaconcentratie beschreven. Er wordt cijfermateriaal gegeven en een aantal indicatoren gekwantificeerd. Sommige hiervan zijn het resultaat van eigen onderzoek, voor een aantal indicatoren worden bestaande cijfers van diverse organen (bv. sectororganisaties, overheden, studiebureaus) gebruikt. De populariteit van websites en sociale media die aan een klassieke mediavorm verbonden zijn wordt behandeld bij de bijhorende mediavorm, en er wordt een apart overzicht gegeven van de populairste websites en sociale media, onafhankelijk van de media waaraan zij verbonden zijn.

Naast de informatie over de Vlaamse media in een internationale context, wordt er ook naar de lokale media gekeken.

In het vierde hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van bestaande en mogelijke nieuwe wettelijke initiatieven rond de bevordering van diversiteit en pluriformiteit in de media.

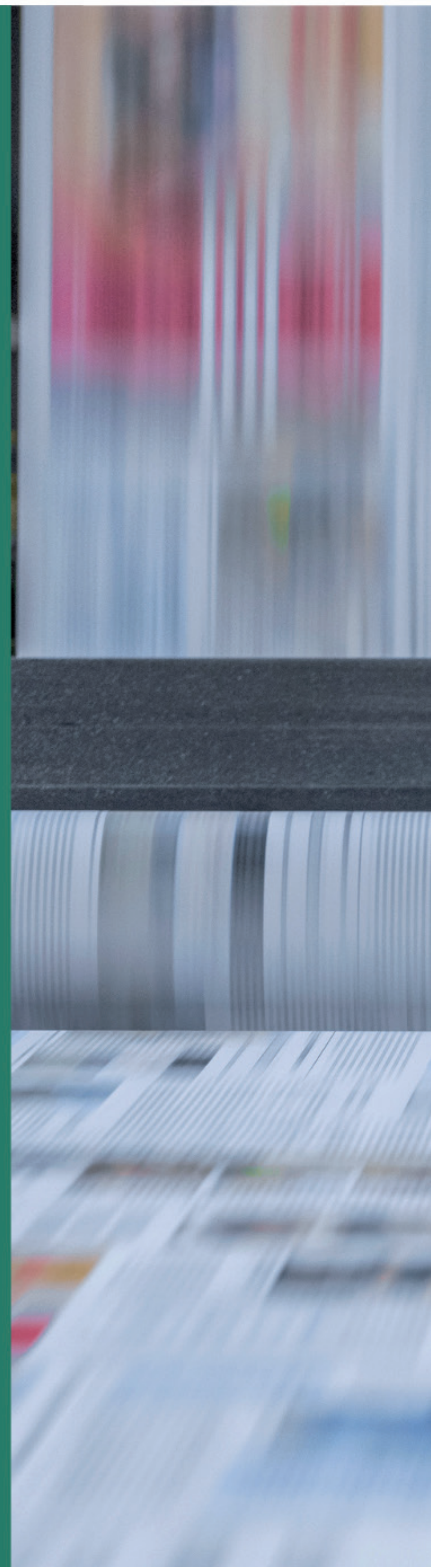
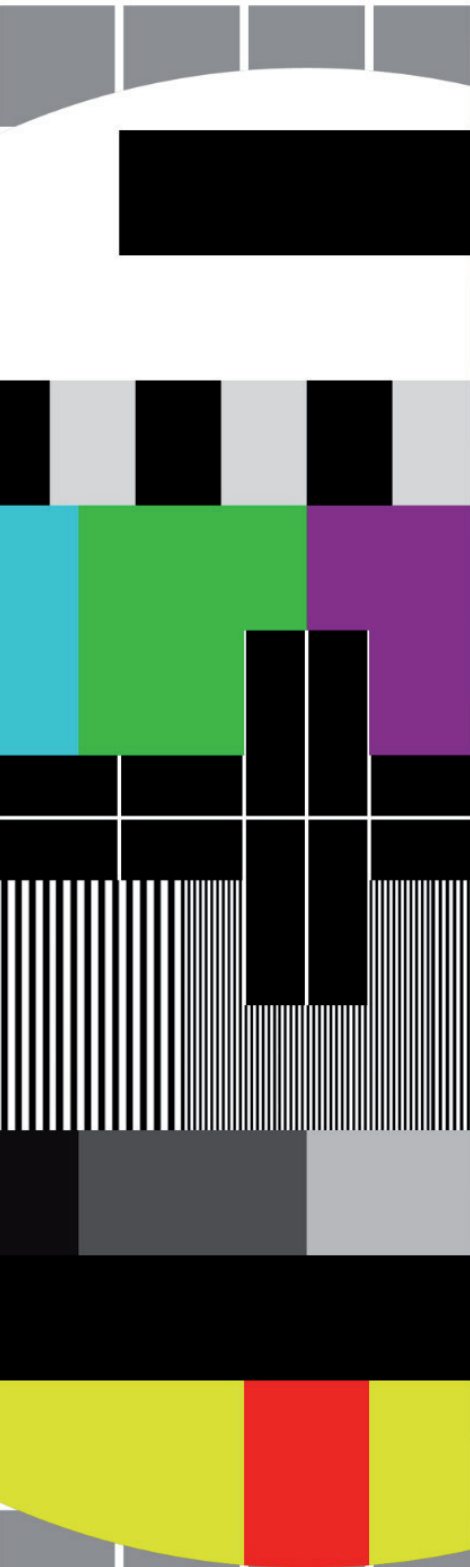
Tot slot wordt het rapport beëindigd met een algemeen besluit in hoofdstuk 5.





# Hoofdstuk 1

## De Vlaamse mediasector







# 1. DE VLAAMSE MEDIASECTOR

Om concentraties binnen de Vlaamse mediasector te kunnen bespreken, moet die sector eerst afgebakend worden. In dit eerste hoofdstuk wordt opgelijst wie er in dit rapport tot de Vlaamse mediasector gerekend wordt.

In theorie kan een economische sector eenvoudig afgebakend worden door een aantal relevante NACE-codes te selecteren, vervolgens na te gaan welke ondernemingen deze codes als hun activiteit opgeven en daarna jaarrapporteringen op te vragen bij de Nationale Bank van België (NBB).<sup>2</sup>

De realiteit is echter niet zo simpel. Wanneer de gebruiker in de Kruispuntbank van ondernemingen (KBO)<sup>3</sup> van de federale overheid de NACE-codes opzoekt van de ondernemingen waarvan het evident is dat ze tot de Vlaamse mediasector behoren, kunnen een zestigtal verschillende codes onderscheiden worden waarvan sommige absoluut geen verband houden met media.

Bovendien wordt door de NBB geen onderscheid gemaakt tussen Waalse en Vlaamse ondernemingen waardoor het niet mogelijk is op basis van hun gegevens de Vlaamse mediasector geografisch af te bakenen.

Daarom worden er in dit hoofdstuk waardeketens voor radio, tv, geschreven pers en internet uitgetekend. De verschillende aanbieders die in de schakels van die ketens in Vlaanderen actief zijn worden daarna met hun aanbod geregistreerd. Hoewel ze strikt genomen niet tot de Vlaamse mediasector gerekend worden, zullen, gezien hun belangrijke positie op de Vlaamse markt, ook een aantal buitenlandse spelers zijdelings vermeld worden. Over hun belang wordt dieper ingegaan in het derde hoofdstuk, onder de titel 'De wereld in Vlaanderen'.

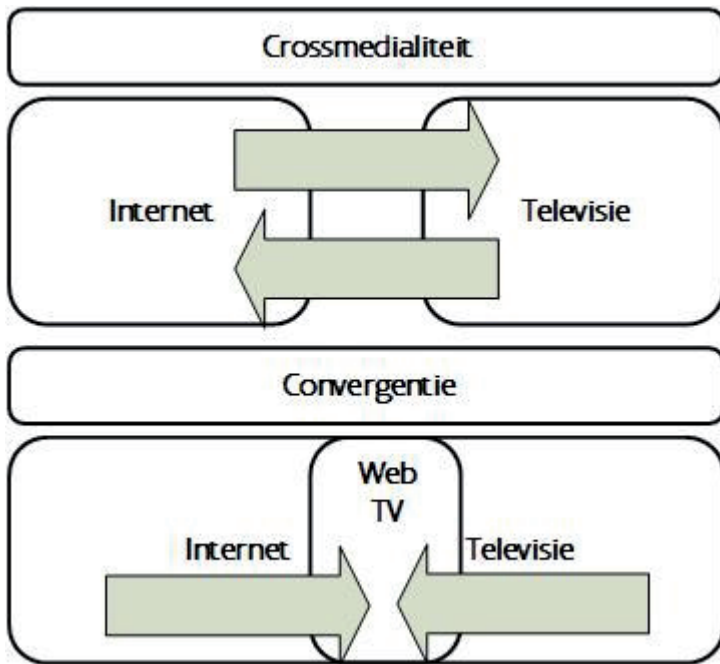
In de waardeketens wordt er door middel van een kleurencode aangeduid wanneer er minder dan 10, tussen 10 en 50 of meer dan 50 aanbieders in de markt zijn. Op die manier krijgt de lezer reeds een eerste visuele indicatie van de concentratie binnen elke mediavorm.

De opsplitsing naar mediavorm werd reeds van bij de eerste publicatie van het mediaconcentratierapport in 2008 gehanteerd omdat het de mogelijkheid biedt om structuur aan te brengen in het eerste hoofdstuk. Convergentie van verschillende mediaplatformen en crossmedialiteit van merken werd vroeger apart als tendens besproken. De laatste jaren is dit echter een realiteit en komt de strikte afbakening tussen mediavormen onder druk te staan. Ook het veranderend regelgevend kader speelt een rol. Crossmedialiteit en convergentie worden nu besproken doorheen de verschillende mediavormen. Het overzicht van de multimediale merken komt in het besluit.

Hieronder wordt getracht een onderscheid te maken tussen convergentie en crossmedialiteit. Hierbij geldt als uitgangspunt dat bij **crossmedialiteit** dezelfde mediacontent of hetzelfde merk beschikbaar gesteld wordt via verschillende mediavormen. Bij **convergentie** groeien de platformen naar elkaar toe zodat een mengvorm ontstaat waarbij geen duidelijk onderscheid meer gemaakt kan worden tussen de originele platformen. Dit wordt geïllustreerd in volgende figuur.

2 Nationale Bank van België, Balanscentrale, <http://bcc.nbb.be/BCCIA0101/WEB/actions/Frames?LangIndex=N>.

3 FOD Economie, KBO Public Search, <http://kbopub.economie.fgov.be/kbopub/zoeknummerform.html>.



Figuur 3: Verschil crossmedialiteit en convergentie - schematisch voorbeeld  
 Bron: Figuur opgemaakt door de VRM

## 1.1 RADIO

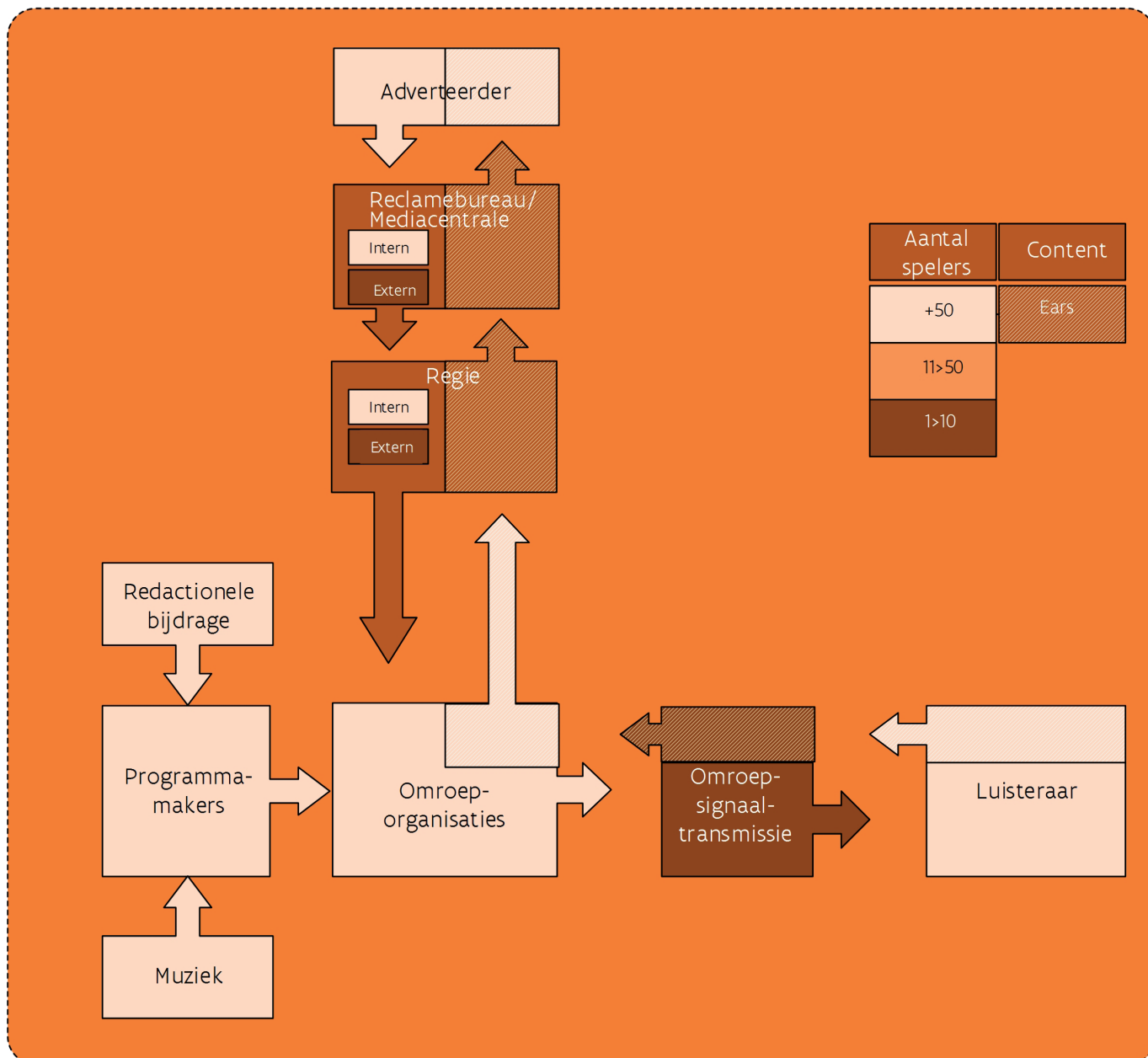
Onderstaande Figuur 4: Waardeketen Radio geeft schematisch weer welke actoren ervoor zorgen dat het publiek in Vlaanderen naar radio kan luisteren.

Omroeporganisaties zenden radioprogramma's uit waarin redactionele content, muziek en reclameboodschappen elkaar afwisselen. Voor de aanmaak van redactionele content doen de omroeporganisaties beroep op programmamakers (o.a. journalisten en presentatoren, al dan niet in loondienst van de omroeporganisatie), die ondersteund worden door technici. De muziek die wordt uitgezonden, wordt slechts sporadisch live in de studio of vanop locatie uitgevoerd. Het maken van een radioprogramma gebeurt dus nagenoeg uitsluitend door de omroepen zelf.

Productiemaatschappijen spelen wel een rol in de creatie en productie van radioreclame. Met inkomsten die de omroeporganisaties uit reclame verwerven, financieren ze geheel of gedeeltelijk de werking van de organisatie. Via reclame wordt de aandacht van de luisteraar door omroeporganisaties te gelde gemaakt bij adverteerders. Dit verloopt via de tussenkomst van (interne of externe) reclameregies.

Daarnaast ontwikkelen de omroepen ook tal van acties en evenementen, hetzij in eigen beheer hetzij in partnerships, om hun merknaam te gelde te maken. De culturele en creatieve sectoren krijgen tenslotte ook via ruilovereenkomsten de kans om promotionele zendtijd te verwerven.

Opdat het radiosignaal door de luisteraars ontvangen kan worden, doet de omroeporganisatie beroep op een omroepsignaaltransmissiedienst die het signaal uitzendt. Hiervoor kan gebruik gemaakt worden van verschillende soorten technologie. Het Mediadecreet houdt bij de indeling in categorieën van de verschillende soorten omroeporganisaties ook rekening met de wijze waarop de signalen gedistribueerd worden.



Figuur 4: Waardeketen Radio  
Bron: VRM op basis van M. Porter

### 1.1.1 Contentleveranciers

Radioprogramma's bestaan uit een combinatie van originele redactionele bijdragen en muziek. Op regelmatige tijdstippen wordt er ook reclame uitgezonden.

#### 1.1.1.1 Redactionele bijdragen

Radio is vaak sterk verticaal geïntegreerd in het eerste deel van de productketen. Meestal worden de uitzendingen live vanuit de studio's van de radio-omroeporganisaties verzorgd door medewerkers die in dienst zijn van de radio-omroepen of worden vooraf opgenomen bijdragen in het programma geïntegreerd.

Een belangrijke component van de redactionele bijdragen betreft de nieuwsuitzendingen waarvoor radiojournalisten instaan.

Journalisten zijn vaak actief via verschillende media. Het is niet mogelijk om het aantal journalisten die louter

met radio bezig zijn af te bakenen. In augustus 2024 waren er volgens de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) 2.449 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten actief waarvan 573 omroepjournalisten.<sup>4</sup>

In zijn jaarverslag 2023<sup>5</sup> wijst de VVJ erop dat de negatieve evolutie die zich sinds 2017 aftekende aangaande het aantal Vlaamse beroepsjournalisten, even gekeerd lijkt. Op vijf jaar tijd stelt het VVJ een stijging van het aantal Vlaamse beroepsjournalisten vast met 61 beroepsjournalisten. Op tien jaar tijd is er een stijging met een kleine 10 beroepsjournalisten.

### 1.1.1.2 Muziek

Muziek kan gezien worden als een belangrijke “grondstof” voor de aanmaak van radioprogramma’s.

Er dient door de radio-omroepen betaald te worden voor de uitzending van muziek, onder de vorm van auteursrechten en naburige rechten (via onder andere SABAM - de Belgische Vereniging van Auteurs, Componisten en Uitgevers, en SIMIM - beheersvennootschap van muziekproducenten en Playright – beheersvennootschap voor uitvoerende kunstenaars).

Met een aantal leveranciers van radiosignaaltransmissiediensten (bv. de kabel) heeft SABAM rechtstreekse afspraken over vergoedingen die worden betaald om aan de auteursrechtelijke verplichtingen te voldoen.

Ten slotte moeten ook bepaalde categorieën uitbaters die voor publiek toegankelijk zijn (zoals horecazaken, winkels, beoefenaars van vrije beroepen, organisatoren van evenementen,...) een vergoeding betalen aan auteurs en ook aan uitvoerders en producenten (de zgn. billijke vergoeding).

De wettelijke basis hiervoor is terug te vinden in boek XI van het Wetboek Economisch Recht (WER)<sup>6</sup>.

Hoewel muziek in veel programma’s het merendeel van de zendtijd vult, valt het bestuderen van de economische logica die schuilt achter de aanmaak van muziekopnames buiten het opzet van dit rapport. Bovendien is de auteursrechtenwetgeving een federale bevoegdheidsaangelegenheid.

### 1.1.1.3 Reclame

Een derde soort inhoud van radio-omroep betreft reclameboodschappen.

De verkoop van reclameruimte zorgt voor het merendeel van de inkomsten van de particuliere radio-omroepen en ook de openbare omroep wordt gedeeltelijk gefinancierd met reclame-inkomsten.

Het Mediadecreet somt een aantal regels op betreffende radioreclame: radioprogramma’s mogen worden onderbroken voor reclame maar die moet duidelijk herkenbaar zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud.

Voor de Vlaamse openbare omroep VRT gelden bijkomende regels. In de beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid wordt een regeling vastgelegd ten aanzien van de opbrengsten uit commerciële communicatie<sup>7</sup> en boodschappen van algemeen nut (BAN).<sup>8 9</sup>

De aanmaak van reclamespots gebeurt door reclamebureaus, in productiestudio’s of rechtstreeks in de (lokale)

4 Vijf jaar geleden (in 2019) waren er 2.402 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten.

5 VVJ (2024), Jaarverslag VVJ 2023, p. 7.

6 Art. XI. 212- 214 WER.

7 Radioreclame, radiosponsoring, inkomsten uit andere audioformaten bij en in niet-lineaire audiocontent, televisiesponsoring, sponsoring van niet-uitgezonden evenementen, audioformaten/videofmaten bij niet-lineaire videocontent, display (zoals bannering online) en financiële productplaatsing.

8 Vanaf 2021 worden de inkomsten uit commerciële communicatie en BAN begrensd op 77,8 miljoen euro. Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een tweede bovengrens vastgelegd op 18,7 miljoen euro voor televisiesponsoring en televisievisibiliteit gegeven in het kader van sponsoring van evenementen die niet in het aanbod van de VRT zijn opgenomen. Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een bovengrens vastgelegd op 2,5 miljoen euro voor online display/bannering. Inkomsten die verkregen worden via samenwerking met particuliere media op dit vlak, worden niet verrekend in dit subplafond, maar wel onder het globale plafond. Vanaf 1 januari 2022 wordt het globaal plafond op commerciële communicatie en BAN geïndexeerd op basis van een marktindex, die zal ontwikkeld worden door de Vlaamse overheid, in samenwerking met de VRT en de particuliere media. Indien de marktindex stabiel blijft of daalt, wordt het globale plafond van de VRT op hetzelfde niveau gehouden.

9 De huidige beheersovereenkomst loopt van 2021 tot en met 2025.

radiostudio. De commercialisering gebeurt ofwel via een interne reclameregie, ofwel via onafhankelijke ondernemingen die de externe regie verzorgen. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de reclameregies van landelijke omroepen, netwerkradio's en enkele lokale radio's.

De afgelopen jaren waren er verschillende overnames en samenwerkingen op het vlak van reclame(regies). Voorbeelden hiervan zijn Ads & Data, de overname van RTL Belgium door DPG Media en Groupe Rossel, en de oprichting van een online reclameplatform van DPG Media i.s.m. The Reference.<sup>10</sup>

Eind april 2023 werd bovengenoemde overname van RTL België gefinaliseerd na een arrest door het Brussels hof van beroep (Marktenhof) waarbij het de bezwaren van krantenuitgever IPM en reclameregie Ads & Data tegen de eerdere beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) ontvankelijk maar ongegrond verklaarde.<sup>11</sup>

Diezelfde periode kondigde de vzw Digital Media Association (DMA) aan te stoppen. De DMA werd opgericht in 2007 op initiatief van Belgische lokale digitale reclameregies om de ontwikkeling van digitale reclame in België te ondersteunen en de mediasector te versterken via een collectief expertisecentrum. Digitaal is ondertussen een fundamenteel onderdeel van het medialandschap waardoor de missie van de vzw bereikt is en deze dus werd opgedoekt.<sup>12</sup>

Vanaf 1 januari 2024 neemt de VAR, de reclameregie van de Vlaamse publieke omroep VRT, de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze uitbreiding markeert een significante verschuiving in de strategie van de VAR, die traditioneel enkel de reclame voor VRT-netwerken verzorgde.

De betrokken radiozenders zijn eigendom van Mediahuis, een prominente speler in de Belgische mediawereld. Mediahuis heeft de meerderheid van de aandelen in zowel Nostalgie Vlaanderen als Nostalgie+ Vlaanderen en bezit daarnaast 50% van NRJ Vlaanderen. De overige aandelen van de Nostalgie-zenders zijn in handen van de NRJ Group, die 25% bezit, terwijl Play Media, onderdeel van Telenet, de andere helft van NRJ Vlaanderen beheert.

Deze samenwerking tussen de VAR en de commerciële zenders is een opmerkelijke ontwikkeling in de Vlaamse radiomarkt. Het weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen, en het benadrukt de noodzaak voor mediabedrijven om innovatieve manieren te vinden om inkomsten te genereren in een steeds veranderend landschap. Deze stap kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Transfer, een thematische reclameregie, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer een radioaanbod uit dat een netwerk van een 37-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat.<sup>13</sup>

10 Meer informatie hieromtrent is terug te vinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 16.

11 De Tijd, Sephiha, M., & Broens, B. "Ook in beroep groen licht voor overname RTL België", 26 april 2023.

12 Mediaspecs, "Digital Media Association (DMA) houdt op te bestaan", <https://www.mediaspecs.be/digital-media-association-dma-houdt-op-te-bestaan/>, 19 april 2023.

13 Transfer (2024, 28 maart). Welkom radio. [Persbericht]. <https://mytransfer.be/wp-content/uploads/2024/03/240328-PERSBERICHT-TRANSFER-Welcome-Radio.pdf>

# RECLAMEREGIE RADIO

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AARD	NAAM AANBOD
• Ads & Data nv	809309701	Extern	VRT online (Radio 1, Radio 2)
• DPG Media Advertising (bedrijfsunit van DPG Media)	432306234	Intern	Joe Qmusic Willy Andere eigen DAB+-zenders
		Extern	Club FM Family Radio Radio Minerva Antwerpen Radio Roxx TOPradio (nationaal) Topradio national en andere TOPradio streams
• TOPradio nv	465147365	Intern	TOPradio (regionaal: West- en Oost-Vlaanderen, Limburg, Vlaams-Brabant en Antwerpen)
• Transfer nv	841954753	Extern	37-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen
• VAR nv	441331984	Intern	VRT
		Extern	Tomorrowland One World Radio Play Nostalgie (nationaal) Nostalgie Plus (nationaal) NRJ (Vlaanderen)
• Vlaanderen Eén nv	890243036	Extern	TOPradio (regionaal: Limburg, Vlaams-Brabant en Antwerpen)

Tabel 1 : Reclameregie radio's<sup>14 15</sup>

## 1.1.2 Aggregatie: radio-omroeporganisaties

Het beschikbare spectrum is gelimiteerd en de regels voor het gebruik ervan worden in grote lijnen bepaald door de International Telecommunication Union (ITU). Daarom heeft de Vlaamse overheid in het Mediadecreet regels vastgelegd aangaande het gebruik van het deel van het spectrum dat toegewezen werd aan radio-omroep via FM.

Volgens het decreet kan een onderscheid gemaakt worden tussen openbare of publieke radio-omroeporganisaties enerzijds en private radio-omroeporganisaties anderzijds. Publieke radio-omroeporganisaties kunnen verder worden onderverdeeld in landelijke publieke radio-omroeporganisaties en regionale publieke radio-omroeporganisaties.

Het Mediadecreet maakt voor de particuliere radio-omroeporganisaties een onderscheid tussen lineaire en niet-lineaire radio-omroeporganisaties. De lineaire worden dan ook nog eens onderverdeeld in:

- Landelijke private radio-omroeporganisaties,
- Netwerkradio-omroeporganisaties,<sup>16</sup>
- Lokale radio-omroeporganisaties,<sup>17</sup>
- Andere radio-omroeporganisaties.<sup>18</sup>

Omdat de vraag naar radiospectrum de beschikbaarheid overtreft, is overheidsingrijpen bij de toekenning ervan vereist. Het Departement Cultuur, Jeugd en Media organiseerde in 2023 een raadpleging over drie ontwerpen van besluiten m.b.t. radio-omroepen.<sup>19</sup> Meer bepaald over:

- de voorwaarden en procedure voor het verkrijgen van een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk,
- de vastlegging van de pakketten van digitale frequenties (etheromroepnetwerk) en

<sup>14</sup> TOPradio heeft nog verschillende streams, meer informatie op hun website.

<sup>15</sup> De gegevens in de tabel werden verzameld in juni 2024 door middel van desktop-research op de websites van de reclameregies en/of, indien nodig, door middel van navraag via e-mail.

<sup>16</sup> Meer informatie over de categorie Netwerkradio-omroeporganisaties kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 17.

<sup>17</sup> Een overzicht van de erkende lokale radio-omroeporganisaties vindt u op de VRM-website: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-lokale-radio-omroeporganisaties>.

<sup>18</sup> Meer informatie over de categorie Andere radio-omroeporganisaties kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 17.

<sup>19</sup> Meer informatie over deze raadplegingen kan u terugvinden via <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/media/raadplegingen/lopende-raadplegingen>



- diverse uitvoeringsbepalingen over de landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties, en de opstelling van het frequentieplan en de vaststelling van de frequentiepakketten.

### 1.1.2.1 Landelijke publieke radio-omroeporganisaties

Landelijke publieke radio-omroeporganisaties worden publiek gefinancierd en zenden uit voor de hele Vlaamse Gemeenschap.

De Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) biedt de Vlaamse luisteraar vier landelijke FM-radio's aan:

- Radio 1 (algemene nieuws- en informatiezender),
- Klara (cultuurzender met voornamelijk aandacht voor klassieke muziek),
- MNM (hitradio)
- Studio Brussel (focus op nieuws en brede culturele informatie)

De zenders kunnen beluisterd worden via verschillende platformen, zoals weergegeven in Tabel 2.

Een nieuwe studie, uitgevoerd in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media, beveelt 1 januari 2031 aan als realistische afschakeldatum voor de radio-uitzendingen via de FM-band. Deze studie, uitgevoerd door een consortium van consultancybedrijf BrightWolves en de interdisciplinaire onderzoeksgroep imec-mict-UGent, geeft inzicht in de transitie van analoge FM naar DAB+ en andere vormen van digitale radio. De onderzoekers voorspellen dat tegen 2030 75% van het luistervolume digitaal zal zijn. De voorkeur gaat uit naar een gezamenlijke afschakeling door de VRT, landelijke, lokale en netwerkradio-omroeporganisaties, waarbij bepaalde criteria moeten worden bereikt.<sup>20 21</sup>

Voortbouwend op de conclusies en aanbevelingen van de onderzoekers werd door vorige minister voor media Dalle de conceptnota 'Bouwstenen voor een toekomstig digitaal radiolandschap in Vlaanderen' voorgesteld.<sup>22</sup>

20 VRT NWS, Rombaut, S., "1 januari 2031 wordt richtdatum om radio-uitzendingen via de FM-band stop te zetten", 20 mei 2024.

21 Mediaspecs, "Nieuwe studie beveelt aan om vanaf 2031 radio-uitzendingen via FM-band stop te zetten", <https://www.mediaspecs.be/nieuwe-radiostudie-beveelt-aan-om-vanaf-2031-radio-uitzendingen-via-fm-band-stop-te-zetten/>, 21 mei 2024.

22 De radiostudie en conceptnota kunnen hier gelezen worden: <https://www.benjamindalle.be/post/nieuwe-radiostudie-brengt-scenario-s-voor-transitie-van-fm-naar-digitale-radio-in-kaart>.



# RADIO-OMROEPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD	FM	DAB+	KABEL/IPTV	INTERNET	EIGEN APP
• VRT nv	244142664	Radio 1	X	X	X	X	X
		Radio 1 - Classics	-	-	-	X	-
		VRT Radio Bene	-	X	-	X	-
		Radio 2 – Unwind	-	-	-	X	-
		VRT NWS	-	X	X	X	X
		Klara	X	X	X	X	X
		Klara Continuo	-	X	X	X	-
		MNM	X	X	X	X	X
		MNM Hits	-	X	X	X	-
		MNM – R&Beats	-	-	-	X	-
		MNM Throwback	-	-	-	X	-
		Studio Brussel	X	X	X	X	X
		Studio Brussel – De Tijdloze	-	X	X	X	-
		Studio Brussel – De Jaren Nul	-	-	-	X	-
		Studio Brussel – Zware Gitaren	-	-	-	X	-
		Studio Brussel – Untz	-	-	-	X	-
		Studio Brussel - Vuurland	-	-	-	X	-
		Ketnet Hits	-	-	-	X	-

Tabel 2: Landelijke publieke radio-omroeporganisaties<sup>23</sup>

Conform de huidige beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT worden de VRT-merken multimediaal ingezet<sup>24</sup>. De VRT radio-omroepen beperken zich zodoende niet louter tot het produceren van radioprogramma's, maar maken ook steeds meer audiovisuele fragmenten en/of webreeksen. Denk dan aan 'Royaltea' (Radio2), 'Lotte gaat diep' (MNM) en 'De Twintigers' (Klara). Zo verrijken radiomerken hun aanbod, bovenop de korte filmpjes op sociale media.

Hoewel dit geen aparte televisiediensten zijn, kan de VRM wel toezicht houden op deze initiatieven omdat ze opereren onder de niet-lineaire televisiedienst VRT MAX.

## 1.1.2.2 Regionale publieke radio-omroeporganisaties

Regionale publieke radio-omroeporganisaties worden publiek gefinancierd en zenden uit voor een welbepaalde regio die maximaal één provincie bestrijkt.

De VRT biedt met Radio 2 ook regionale radio aan. Radio 2 heeft een breed en overwegend Nederlandstalig muziekprofiel. Typerend voor Radio 2 is zijn verankering in de regio's en de ont koppeling van zijn aanbod waarbij regionale actualiteit centraal staat.

In het kader van het herstructureringsplan kondigde VRT in 2022 aan de ochtendshows niet langer te zullen ont koppelen. Ondanks groot protest zette het de plannen door. Zo is er nu op Radio 2 één nationale

<sup>23</sup> In de apps van Radio 1, Klara, MNM en Studio Brussel zijn ook steeds de digitale extensies te beluisteren. Dit zijn non-stop muziekprogramma's die enkel digitaal beschikbaar zijn.

<sup>24</sup> VRT, "Beheersovereenkomst", <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/>, p. 22.

ochtendshow tussen 6u en 9u 's morgens, genaamd "Goeiemorgen, Morgen". Het middagprogramma blijft wel ontkoppeld. Tevens is er een extra regionaal aanbod in het weekend. Luisteraars met een grotere interesse in regionaal nieuws kunnen terecht op VRT NWS.<sup>25</sup>

Midden september 2023 maakte de VRT bekend dat de organisatie van de Radio2-regiowerking vanaf 1 januari 2024 onder VRT NWS valt. Dit is een aanpassing in de interne organisatie, waarbij de medewerkers in de regiohuizen blijven werken en de inhoud onveranderd blijft. Hoewel de berichtgeving en nieuwsgaring van de regioredacties inhoudelijk en deontologisch al onder de verantwoordelijkheid van VRT NWS viel, was dit niet het geval op organisatorisch vlak. Met deze verschuiving wordt de regionale nieuwsgaring dus inhoudelijk, deontologisch én organisatorisch gebundeld bij VRT NWS. Het zorgt er tevens voor dat de regiojournalistiek onder dezelfde redactionele bescherming en verantwoordelijkheid valt.<sup>26</sup>

Radio 2 wordt aangeboden via zowel FM, DAB+ (met landelijke ontvangst), kabel/IPTV, internet en heeft een eigen app.

## RADIO-OMROEPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
● VRT nv	244142664	Radio 2 Antwerpen
		Radio 2 Limburg
		Radio 2 Oost-Vlaanderen
		Radio 2 Vlaams-Brabant
		Radio 2 West-Vlaanderen

Tabel 3: Regionale publieke radio-omroeporganisaties

### 1.1.2.3 Landelijke private radio-omroeporganisaties

Landelijke private radio-omroeporganisaties zenden uit voor de hele Vlaamse Gemeenschap.

De huidige FM-vergunningen lopen af op 31 december 2027 en kunnen verlengd worden met drie jaar. Uitzenden via landelijke FM-frequenties na 1 januari 2031 vereist een nieuwe erkenningsronde.<sup>27</sup>

Een nieuwe studie, uitgevoerd in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media, beveelt 1 januari 2031 aan als realistische afschakeldatum voor de radio-uitzendingen via de FM-band. Deze studie, uitgevoerd door een consortium van consultancybedrijf BrightWolves en de interdisciplinaire onderzoeksgroep imec-mict-UGent, geeft inzicht in de transitie van analoge FM naar DAB+ en andere vormen van digitale radio. De onderzoekers voorspellen dat tegen 2030 75% van het luistervolume digitaal zal zijn. De voorkeur gaat uit naar een gezamenlijke afschakeling door de VRT, landelijke, lokale en netwerkradio-omroeporganisaties, waarbij bepaalde criteria moeten worden bereikt.<sup>28 29</sup>

Telenet kocht in 2023 via Play Media nv een belang van 20 procent in Vlaanderen Eén nv, de vennootschap boven radiozender Nostalgie, over van Mediahuis nv, dat met 55 procent van de aandelen nog altijd meerderheidsaandeelhouder blijft. Nostalgie SAS (onderdeel van de Franse NRJ-groep) behoudt onrechtstreeks de overige 25 procent van de aandelen van Vlaanderen Eén nv. Financiële details werden niet vrijgegeven.<sup>30</sup> Midden juli 2023 kreeg Telenet groen licht van de Europese Commissie voor zijn instap in radiozender Nostalgie.<sup>31</sup> Eind augustus 2023 kondigde Play Media aan dat Nostalgie van naam veranderde naar "Play Nostalgie". Bovenstaande instap vertaalde zich zo concreet in het gebruikmaken van de infrastructuur (bv. Play Zuid, de evenementenlocatie en opnamestudio van Play in Antwerpen) en kruisbestuiving in de

25 Meer informatie hierover kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 20.

26 VRT.be, "VRT NWS omarmt regioberichtgeving Radio2", geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/09/14/vrt-nws-omarmt-regioberichtgeving-radio2/>, op 15/09/2023.

27 De Morgen, Dumon, P., "Dalle wil geen radio meer op FM-band vanaf 2028", 8 juli 2022.

28 VRT NWS, Rombaut, S., "1 januari 2031 wordt richtdatum om radio-uitzendingen via de FM-band stop te zetten", 20 mei 2024.

29 Mediaspecs, "Nieuwe studie beveelt aan om vanaf 2031 radio-uitzendingen via FM-band stop te zetten", <https://www.mediaspecs.be/nieuwe-radiostudie-beveelt-aan-om-vanaf-2031-radio-uitzendingen-via-fm-band-stop-te-zetten/>, 21 mei 2024.

30 De Tijd, Sephiha, M., "Telenet aan boord bij radiozender Nostalgie", 23 februari 2023.

31 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

programmering (bv. uitwisseling van schermgezichten naar de radiozender en omgekeerd).<sup>32</sup>

Qmusic rationaliseerde zijn Qmusic aanbod. Het had afgeleide Qmusic kanalen, maar beperkt zich nu tot Qmusic, Qmusic – Allstars en Q – Foute Radio.

## RADIO-OMROEPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD	FM	DAB+	KABEL/IPTV	INTERNET	EIGEN APP
● DPG Media nv	432306234	Qmusic	X	X	X	X	X
		Qmusic – Allstars	-	X	X	X	-
		Q – Foute Radio	-	X	X	X	-
		Willy	-	X	X	X	X
		Willy Class X	-	X	X	X	-
		Joe	X	X	X	X	X
		Joe Gold	-	X	X	X	-
		Joe 80's & 90's	-	X	X	X	-
		Joe Lage Landen	-	-	-	X	-
		TOP 2000	-	-	-	X	-
● Vlaanderen Eén nv	890243036	Play Nostalgie	X	X	X	X	X
		Nostalgie+ Vlaanderen	-	X	X	X	-
		Play Nostalgie 80's	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie 90's & 00's	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie Relax	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie Rock	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie TOP 3000	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie Benepop	-	-	-	X	-
		Play Nostalgie Summertime	-	-	-	X	-
		NRJ	-	X	X	X	-

Tabel 4: Landelijke private radio-omroeporganisaties<sup>33 34 35 36 37</sup>

### 1.1.2.4 Private netwerkradio-omroeporganisaties

Private netwerkradio-omroeporganisaties zenden uit in diverse stedelijke regio's.

In het besluit van de Vlaamse Regering houdende bepaling van het aantal particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties dat kan worden erkend en houdende de opstelling van het frequentieplan en de vaststelling van de frequentiepakketten die ter beschikking worden gesteld van de particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties van 21 april 2017, werden 4 frequentiepakketten voor private netwerkradio-omroeporganisaties voorzien.

In het voorjaar van 2021 trok de VRM de erkenning voor het frequentiepakket netwerkradio-omroeporganisatie 2 – Nederlandstalig en Vlaams profiel, toegekend aan Vrije Brugse Radio Omroep bv (ondertussen gewijzigd in BNL Radio bv) in.

Op 9 juni 2023 hechte de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan het besluit met de voorwaarden en modaliteiten voor de herverdeling van deze vrijgekomen FM-frequenties onder de bestaande erkenningen

<sup>32</sup> De Standaard, De Moor, M., "Radiozender Nostalgie wordt een beetje meer Play", 23 augustus 2023.

<sup>33</sup> De andere Joe-producten zijn wel beschikbaar via de Joe-app, maar er bestaat geen afzonderlijk app per Joe-product.

<sup>34</sup> De andere Q-producten zijn beschikbaar via de Q-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app per Qmusic-product.

<sup>35</sup> Willy Class X is beschikbaar via de Willy-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app voor Willy Class X.

<sup>36</sup> De andere Nostalgie-producten zijn beschikbaar via de Nostalgie-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app per Nostalgie-product.

<sup>37</sup> JOEfm nv werd stopgezet op 31 december 2022 na een fusie door overneming. DPG Media nv heeft deze entiteit opgeslorpt.

om de ontvangst van die erkenningen te optimaliseren.<sup>38</sup>

Met het toekennen van de extra FM-frequenties aan de drie netwerkradio-omroeporganisaties (Stadsradio Vlaanderen, Nostalgie+ (voorheen NRJ) en Topradio) wordt de (theoretische) dekkingsgraad verhoogd, wat de leefbaarheid van de netwerkradio's ten goede moet komen.<sup>39</sup>

Het aanbod van de frequentiepakketten staat in Tabel 5.

## RADIO-OMROEPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD	FM	DAB+	KABEL/IPTV	INTERNET	EIGEN APP
● B.G.-Consulting nv	439278356	Stadsradio Vlaanderen	x	x	x	x	-
● SBS Media Belgium nv	470302619	Nostalgie+	x	x	x	x	-
● Topradio nv	465147365	Topradio	x	x	x	x	x

Tabel 5: Private netwerkradio-omroeporganisaties<sup>40</sup>

SBS Media Belgium nv is een 50/50%-samenwerking tussen Play Media nv en Mediahuis nv. Het aanbod werd tot en met 28 september 2023 ingevuld door de zender NRJ Vlaanderen, een tak van het gelijknamige internationale radionetwerk NRJ. NRJ Vlaanderen en Play Nostalgie, waarmee NRJ een link heeft via Mediahuis, zenden uit vanuit Antwerpen, waardoor beide radio's infrastructuur delen.

De toekomst van NRJ werd onzeker nadat telecomoperator Telenet zich via Play Media nv inkocht in Vlaanderen Eén nv, de vennootschap boven radiozender Play Nostalgie.

Midden april 2023 liet Vlaanderen Eén namelijk weten dat de weekprogrammatie van NRJ werd aangepast. Enkel het middagblok wordt nog live uitgezonden. Het ochtend- en avondblok is vervangen door een non-stop muziekstream, maar wel met de nodige onderbrekingen voor nieuwsberichten.<sup>41 42</sup>

Begin juli 2023 besliste de VRM om NRJ tot uiterlijk 30 september 2023 de tijd te geven om zich te conformeren aan de regelgeving. Wegens de vele wijzigingen worden de oorspronkelijke erkenningsvoorwaarden niet langer gerespecteerd.<sup>43 44</sup>

Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.<sup>45</sup> NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal<sup>46</sup> te beluisteren. De switch ligt volgens SBS Media Belgium in lijn met het luistergedrag van het doelpubliek.

Op 11 december 2023 werd door de VRM een boete van 5.000 euro opgelegd aan SBS Media Belgium. Daarbij diende SBS Media Belgium zich tegen uiterlijk 15 februari 2024 te conformeren aan het Mediadecreet.<sup>47</sup>

De VRM was echter van oordeel dat de uitzendingen tegen die datum nog steeds niet konden worden beschouwd als het brengen van een programma-aanbod of een geheel van programma's opgebouwd rond een generalistisch profiel. Daarop besloot de VRM een boete van 7.500 euro op te leggen. Aan SBS Media Belgium werd andermaal de kans geboden om aan alle voorschriften te voldoen tegen uiterlijk 15 augustus 2024. Na het verstrijken van die termijn stelt zij zich bloot aan de mogelijke opheffing van haar erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie.

38 Vlaamse Regering (2023, 9 juni). BESLISSINGEN VLAAMSE REGERING. Ministerraad van 09 juni 2023. Geraadpleegd op 9 juni 2023, van <https://beslissingenvlaamseregering.vlaanderen.be/>

39 De Tijd, Serrure, B., "Dalle gunt Topradio en NRJ extra FM-frequenties", 13 juni 2023.

40 Topradio heeft nog verschillende streams, te raadplegen op hun website.

41 De Standaard, De Moor, M., "NRJ Vlaanderen zendt alleen nog 's middags live uit", 14 april 2023.

42 De Morgen, Dumon, P., "Play Media gooit het over een andere boeg met radiozenders - Make-over Nostalgie moet uitgeblust NRJ-verhaal doen vergeten", 11 mei 2023.

43 Vlaamse Regulator voor de Media. (2023, 3 juli). SBS/NRJ wordt tot uiterlijk 30 september 2023 de tijd geboden om zich te conformeren aan de regelgeving. Beslissingen. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/2023/sbsnrj-wordt-tot-uiteindelijk-30-september-2023-de-tijd-geboden-om-zich-te>

44 De Tijd, Dereymaeker, F., "Radiozender NRJ dreigt licentie te verliezen", 3 juli 2023.

45 De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.

46 Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport is NRJ nog steeds beschikbaar via DAB+.

47 VRM-beslissing 2023-055.

Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport was er nog geen oordeel door de VRM in welke mate Nostalgie+ voldoet aan de oorspronkelijke erkenningsvoorwaarden als netwerkradio-omroeporganisatie (generalistisch profiel) voor het frequentiepakket 1.

### 1.1.2.5 Lokale radio-omroeporganisaties

Lokale radio-omroeporganisaties zenden uit voor een stad, een deel van een stad, een gemeente, een beperkt aantal aansluitende gemeentes of een welbepaalde doelgroep.

Frequenties voor lokale radio's worden toegekend in erkenningsrondes. In 2017 werd een eerste nieuwe erkenningsronde opgestart binnen het kader van het Besluit van de Vlaamse Regering van 21 april 2017.<sup>48</sup> Met deze hervorming verdween de mogelijkheid tot het aangaan van samenwerkingsverbanden tussen lokale radio-omroepen en kwam er formeel een eind aan de historisch gegroeide samenwerkingsverbanden van lokale radio-omroeporganisaties.<sup>49</sup>

Intussen werden 132 frequentiepakketten voor lokale radio-omroeporganisaties vrijgegeven, al betekent dit niet dat er ook 132 lokale radio's erkend zijn. Een overzicht van de erkende radio-omroeporganisaties vindt u op de website van de VRM.<sup>50</sup>

De lokale radio-omroeporganisaties konden in het voorjaar van 2022 hun kandidatuur bij het Departement Media indienen om een frequentiepakket op de FM-band te verwerven. De Vlaamse Regering had in totaal tien frequenties ter beschikking gesteld. Op 15 juli 2022 werd reeds één frequentiepakket toegekend aan Minerva vzw na een lange juridische strijd en een procedure bij de Raad van State. Eind oktober 2022 gaf de minister van Media aan negen andere lokale radio's<sup>51</sup> een erkenning.<sup>52</sup>

Lokale radio-omroeporganisaties waaraan een erkenning door de Vlaamse minister van Media toegekend wordt, moeten daarna bij de VRM nog een aanvraag indienen voor een zendvergunning per frequentie uit het aan hen toegekende frequentiepakket. In de loop van de jaren werden een aantal radio's op non-actief gezet. Regelmatig zijn er klachten en/of vaststellingen over ongeoorloofde verhoging van het uitzendvermogen van vergunde zendinstallaties, met storingen als gevolg of over radio's die (nog) niet uitzenden.

Sinds de lancering van DAB+ waren er een aantal van de (vroegere) ketenradio's die hun signaal ook op deze wijze verspreiden, met name Roxx, Familyradio en Radio Maria. Op het moment van redactie van dit rapport, zendt enkel Radio Maria nog uit via DAB+. Het blijkt niet zo eenvoudig voor de ketenradio's om hun toekomst te bestendigen via DAB+.

In het rapport Mediaconcentratie 2022 werd vermeld dat de VRM tijdelijke zendvergunningen voor 1 jaar (met ingang vanaf 1 februari 2022) had toegekend aan 59 lokale radio-omroeporganisaties voor lokale DAB+-proefprojecten op provinciaal niveau.<sup>53</sup> Ondertussen gaat het om 62 lokale radio-omroeporganisaties.

Midden januari 2023 besliste de algemene kamer van de VRM om de lokale DAB+-proefprojecten en de tijdelijke zendvergunningen te verlengen met een periode van drie jaar. Tevens worden onder bepaalde voorwaarden ook een beperkt aantal steunzenders toegelaten teneinde een stabiele en ongestoorde ontvangst van het signaal in het hele huidige zendgebied te bewerkstelligen. Een definitief digitaal frequentieplan is afhankelijk van het verloop van de onderhandelingen over de verdeling van de digitale radiofrequenties op Europees vlak.<sup>54</sup>

48 Besluit van de Vlaamse Regering houdende bepaling van het aantal particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties dat kan worden erkend en houdende de opstelling van het frequentieplan en de vaststelling van de frequentiepakketten die ter beschikking worden gesteld van de particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties van 21 april 2017

49 In 2017 behoorde 70% van de lokale radio-omroeporganisaties tot een samenwerkingsverband.

50 <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-lokale-radio-omroeporganisaties>

51 De negen erkende radiozenders zijn: Vrije Eeklose Radio Omroep (Aalter 107.4 FM), Stadsradio Antigoon (Antwerpen 107.3 FM, Brasschaat 105.2 FM), Radio Uilenspiegel (Essen 105.5 FM, Wuustwezel 107.2 FM), Radio UNDR (Essen 107.5 FM, Kalmthout 107.9 FM, Wuustwezel 106.1 FM), Radio Tele Randstad (Hoellaart 105.8 FM), Calipso (Tienen 105.7 FM), Radio Mid West-Limburg (Tongeren 106.6 FM), Radio P.R.O.S. (Brakel 88.8 FM) en Studio Mi Amigo (Mol 100.4 FM).

Radio Tele Randstad (Hoellaart 105.8 FM) is ingetrokken op 30/05/2023.

52 Het Laatste Nieuws, Dubois, G., "Negen lokale radiozenders krijgen erkenning voor FM-band", 24 oktober 2022.

53 Meer informatie omtrent de toekenning van deze tijdelijke zendvergunningen kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 24.

54 Vlaamse Regulator voor de Media. (2023, 16 januari). Lokale DAB+-proefprojecten worden verlengd met 3 jaar [Persbericht]. Geraadpleegd op 6 juni 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2023/lokale-dab-proefprojecten-worden-verlengd-met-3-jaar>



Op de website dabplus.be is een lijst van lokale radio's op DAB+ te vinden, opgedeeld per provincie.<sup>55</sup> Om de digitale transitie kracht bij te zetten maakte Digitale Radio Vlaanderen, het sectorinitiatief van mediagroepen DPG Media, Mediahuis en VRT, de toegang tot het Radioplayer-platform gratis voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations. Deze stations konden sinds 2021 al gebruik maken van een voordeeltarief om aan te sluiten bij het platform, maar dat is nu dus gratis. Digitale Radio Vlaanderen neemt de kosten die verbonden zijn met deze toetreding voor zijn rekening.<sup>56</sup>

De Roeselaarse radiozender Radio Bingo startte in 2024 een samenwerking met Eclips TV, de Vlaamse televisiezender voor jong en oud met een knipoog naar 55+. Concreet betekent dit dat je voortaan elke dag omstreeks 8.15 uur op Radio Bingo het programma-aanbod van de dag van Eclips TV hoort. Daarnaast wordt er ook dieper ingegaan op de programma's en worden de luisteraars warm gemaakt voor de uitzendingen. Wie regelmatig naar Eclips TV kijkt, zal ook een televisiespot van Radio Bingo zien passeren.<sup>57</sup>

### 1.1.2.6 **Andere radio-omroeporganisaties**

Particuliere radio-omroeporganisaties die hun omroepprogramma's uitsluitend via een kabel-, ethernetwerk of via het internet doorgeven, worden andere radio-omroeporganisaties genoemd.

Vermits radioprogramma's door de introductie van nieuwe distributietechnieken ook op andere wijze dan via de ether uitgezonden kunnen worden, heeft de decreetgever een nieuwe categorie omroeporganisaties ingevoerd. Binnen deze categorie zijn er een aantal subcategorieën. Het gaat voornamelijk om radio's die hun programma's via de kabel of via het internet verdelen.

Aangezien de toegang tot de kabel of het internet niet schaars is - in tegenstelling tot wat geldt bij de ether - is er geen opportuniteitsoordeel of selectie van overheidswege vereist en volstaat voor deze categorie van radio-omroeporganisaties een aanmelding bij de VRM<sup>58</sup>.

Zo diende MediaNation nv in 2022 een kennisgeving in voor de radiozender Business AM. De zender was gekoppeld aan de bestaande Belgische nieuwssite businessam.be, die op zijn beurt ontstaan is uit het internationale Newsweek, en zette in op talk radio met een focus op businessnieuws. Business AM was te beluisteren via DAB+ en online.<sup>59</sup> <sup>60</sup> Amper een jaar na zijn lancering schortte Business AM Radio zijn live uitzendingen op. Aanleiding zijn de oplopende verliezen en financiële moeilijkheden van moederbedrijf MediaNation.<sup>61</sup>

Radio-omroeporganisaties die naast de kabel ook via de ether beluisterbaar zijn, behoren in principe niet tot deze categorie. Sommige van deze radio's corresponderen in de praktijk wel met de vroegere ketenradio's. Een aantal radio-omroeporganisaties zijn bij de VRM aangemeld om uitsluitend via de kabel te worden doorgegeven. Verder hebben een aantal radio-omroeporganisaties die via internet uitzenden een kennisgeving ingediend.

We geven geen globaal overzicht van deze categorie omdat dit gegeven volatiel is en snel achterhaald zou zijn.

### 1.1.2.7 **Niet-lineaire radio-omroeporganisaties**

Niet-lineaire radio-omroeporganisaties zijn aanbieders van niet-lineaire radiodiensten. Deze radiodiensten worden in het Mediadecreet omschreven als:

“Een omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om auditieve programma's te beluisteren op zijn

55 <https://www.dabplus.be/nl/lokale-radiozenders-op-dab/>

56 Het Laatste Nieuws, "Erkende lokale FM-radiostations krijgen gratis toegang tot Radioplayer", 1 maart 2023.

57 Het Laatste Nieuws, Degezelle, C., "Radio Bingo en Eclips TV samen in zee", 22 maart 2024.

58 Meer informatie op de website van de VRM, <https://www.vlaamsereregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-andere-radio-omroeporganisaties>

59 Online via BusinessAM.be, via de app van Business AM of via Radioplayer.be.

60 Mediaspecs, "Business AM start met eigen radiozender", <https://www.mediaspecs.be/business-am-start-met-eigen-radiozender/>, 9 januari 2023.

61 Media Marketing, "Business AM Radio draait de knop om", <https://www.mm.be/news-nl-73878-media-business-am-radio-draait-de-knop-om>, 3 januari 2024.

individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus.”

Een voorbeeld hiervan is VRT MAX die de luisteraar de mogelijkheid biedt uitgezonden radioprogramma's op te vragen en te beluisteren. De landelijke private radio-omroeporganisaties bieden aan de hand van podcasts en audioverslagen ook niet-lineaire radiodiensten aan. Momenteel zijn er geen uitsluitend niet-lineaire radio-omroeporganisaties aangemeld bij de VRM.

In de vorige mediaconcentratierapporten werd het groeiend belang van podcasts al gekaderd.

Het afgelopen jaar zette deze groei zich door. Zelfs Ketnet Junior bracht met Sarah: Sokpops voor de eerste keer een podcast voor kleuters uit.<sup>62</sup>

Volgens de Digimeter<sup>63</sup> blijft het podcastformat gestaag zieltjes winnen. 92% (-1) kent het ondertussen, 57% (+5) is een gebruiker, en 26% (+3) is een actieve gebruiker. Het hoogste percentage actieve podcastluisteraars vinden we bij de 25-34-jarigen (42%, +6) en bij de 18-24-jarigen (34%, -5), al zien wij bij deze laatste groep dit jaar een daling in procentpunten.

Ook het beleid zet steeds meer in op podcasts. Eind 2021 raakte namelijk bekend dat het ingediende dossier van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media rond een crossmediaal podcastplatform (werknaam: Podgrond) één van de projecten was die geselecteerd werd binnen de oproep voor mediaprojecten rond digitale transformatie. Eind 2022 ontving het project dan ook 1.432.062,5 euro subsidie voor de uitbouw van een Vlaams podcastplatform. Momenteel zit het nog in de onderzoeksfase, maar de ambitie is wel om in 2024 nog te lanceren.<sup>64</sup>

Dat is belangrijk, want voor podcastluisteraars blijft Spotify veruit de belangrijkste gatekeeper. Volgens Digimeter vindt 52% (+10) de weg naar de podcast via Spotify. Daarnaast komen de lokale mediamerken wel opzetten met 31% (+7) die de weg vindt naar podcasts via de app of website van een Vlaams mediameerk. De Establishment Survey van het CIM meet ook het gebruik van podcasts. Die worden ongeveer door 1 op de 10 Belgen beluisterd. Het zijn duidelijk de twintigers en dertigers die de grootste consumenten zijn van dit medium. De populairste podcasts zijn die met een originele inhoud, niet gelinkt aan een ander medium: 6% van de Belgen luistert naar dit type podcast. Daarna volgen podcasts van radioprogramma's (4%) en perstitels (3%).<sup>65</sup>

### 1.1.3 Distributie: radiosignaaltransmissie

De verspreiding van radio-omroepsignalen vanuit de studio naar de luisteraar kan op verschillende manieren gebeuren: via de ether, satelliet, kabel of het internet. Er kan ook een onderscheid gemaakt worden tussen analoge en digitale radio.

#### 1.1.3.1 Radiosignaaltransmissie via de ether

##### 1.1.3.1.1 Analooog

Traditioneel worden radiosignalen verspreid via analoge FM- of AM-uitzendingen. Hoewel de lokale omroepen vaak zelf eigenaar zijn van hun zendinstallatie, wordt er voor de uitbating ook regelmatig beroep gedaan op de diensten van gespecialiseerde firma's. Landelijke radio's maken voor hun uitzendingen gebruik van de diensten van zenderoperatoren.

Cordiant Digital Infrastructure heeft Norkring België overgenomen, een bedrijf dat 25 communicatie- en omroepmasten in Vlaanderen beheert. Tot 2008 waren de masten volledig in handen van de VRT, maar de publieke omroep privatiseerde het zenderpark. In 2008 verkocht de VRT 49% van de aandelen aan Telenor voor

62 De Morgen, Le Van, E., "Ketnet Junior wil ook met audio een gids zijn voor kleuters (en hun ouders)", 30 oktober 2023.

63 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023, p. 27. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

64 De Standaard, De Moor, M., "Hoe zou het nog zijn met Podgrond, de Streamz voor audio?", 10 november 2023.

65 Centrum voor Informatie over de Media (CIM). (2024). Mediaconsumptie in België. Establishment Survey editie 2024.

9,8 miljoen euro. Een jaar later werden de resterende aandelen verkocht aan Telenor en PMV (25%). Cordiant waardeerde het zendpark op 5,25 miljoen euro, inclusief schulden. De transactie werd gefinancierd uit liquide middelen en werd goedgekeurd door de interfederale commissie die buitenlandse investeringen reguleert en de controle over kritieke infrastructuur in België waarborgt.<sup>66</sup>

## ZENDOPERATOREN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	VERZORGT O.A. UITZENDINGEN VOOR
● Broadcast Partners	Nederland	Joe, Qmusic, VRT, Play Nostalgie, Topradio
● Norkring België nv	808922491	-
● TVV Sound project bv	473704646	Bruzz, Rand, LRM en Demerstad

Tabel 6: Zendoperatoren

### 1.1.3.1.2 Digitaal

Digitale radio of DAB wordt verspreid via digitale signalen. Samen met de radiosignalen kan aanvullende informatie zoals verkeers- of programma-informatie worden meegestuurd. De geschiedenis van de digitale radiosignaaltransmissie via de ether in Vlaanderen kan u terugvinden in het rapport Mediaconcentratie van 2022.<sup>67</sup>

De verbeterde versie van DAB, DAB+, maakt gebruik van de nieuwste audiocodering. DAB+ wordt gezamenlijk in de Vlaamse markt gezet door de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) nv, de landelijke commerciële radiovergunninghouders DPG Media nv en Vlaanderen Eén nv, en de multiplex vergunninghouder en operator Norkring nv. Dit gebeurt onder de koepelnaam "Digitale Radio Vlaanderen". Voor een actueel overzicht van de DAB+-kanalen verwijzen we naar de website van Digitale Radio Vlaanderen.<sup>68</sup>

On Tower Netherlands 3 BV. (hierna: Broadcast Partners) heeft in 2024 de exploitatie van de DAB+-multiplex 11A overgenomen. De licentie was voorheen in handen van Norkring België. Na een inschrijvingsprocedure die eind 2023 begon, heeft de VRM Broadcast Partners aangewezen als de beste kandidaat. De licentieoverdracht vond plaats op 21 juni. Onderstaande Tabel 7 geeft een overzicht van de zenderoperatoren en licentiehouders.

## ZENDOPERATOREN

ZENDOPERATOR	ONDERNEMINGSNUMMER	LICENTIEHOUDER	ONDERNEMINGSNUMMER	EIND LICENTIE	MULTIPLEX
● Norkring België nv	808922491	Norkring België nv	808922491	22 oktober 2033	5A en 5D
● Broadcast Partners	Nederland	Broadcast Partners	Nederland	31 december 2027	11A
● Broadcast Partners	Nederland	VRT	244142664	Maart 2026	12A

Tabel 7: DAB+ zendoperatoren en licentiehouders

Volgens de meest recente Digimeter luistert 48 procent van de Vlamingen via DAB+ naar de radio.<sup>69</sup> Toch blijft het stimuleren van digitaal luisteren noodzakelijk. Daarom werden, zoals reeds vermeld onder titel 1.1.2.5 van dit rapport, de tijdelijke zendvergunningen voor lokale DAB+-proefprojecten verlengd voor een periode van drie jaar door de algemene kamer van de VRM. Verder maakte Digitale Radio Vlaanderen de toegang tot het platform Radioplayer gratis voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations.

### 1.1.3.2 Radiosignaaltransmissie via de kabel (coax/xDSL)

Naast de klassieke omroepsignaaltransmissie via de ether, bestaat er ook transmissie via de kabel (coax of xDSL). De kabelmaatschappijen en xDSL-operator die deze dienst in combinatie met televisie leveren worden onder punt 1.2.3 Distributie: Omroepsignaaltransmissie vermeld.

<sup>66</sup> De Tijd, Sephiha, M., "Beheerder van voormalig VRT- zenderpark wisselt van eigenaar", 3 november 2023.

<sup>67</sup> Mediaconcentratierapport 2022, pagina 26-27.

<sup>68</sup> De website van Digitale Radio Vlaanderen is te raadplegen via volgende link: <https://www.dabplus.be/nl/radiozenders/>.

<sup>69</sup> De Marez, L., e.a., Imec Digimeter 2023, p. 27, "Digitale trends in Vlaanderen". Het Digimeter rapport brengt elk jaar het bezit & gebruik van media(technologie) bij Vlamingen in kaart.



Indien een omroeporganisatie uitsluitend via kabel gedistribueerd wordt, valt zij volgens het Mediadecreet onder de categorie 'Andere radio-omroeporganisaties'.

### 1.1.3.3 Radiosignaaltransmissie via de satelliet

Via het satellietaanbod TV Vlaanderen (zie verder, onder punt 1.2.3.5) kunnen de Vlaamse publieke radiozenders en landelijke private zenders Qmusic, Joe, Play Nostalgie en Nostalgie+ ontvangen worden.

### 1.1.3.4 Internetradio

Radio kan op verschillende manieren via het internet verspreid worden. Er bestaan platformen voor de verdeling van radio over het internet (bv. Shoutcast, Mixlr), platformen voor streaming (bv. Spotify, YouTube Music) en collaboratieve platformen (bv. Soundcloud). Maar ook via sociale netwerken, webradio, geconnecteerde apparaten of gameconsoles kan er radio gestreamd worden.

Bij streaming is het mogelijk om rechtstreeks uitgezonden of opgenomen audio te beluisteren. Dit houdt in dat de data van het bestand in gecompriëerde vorm als een continue stroom worden verstuurd en afgespeeld. Daarnaast zijn er technieken om audiobestanden te downloaden: rechtstreeks downloaden vanop een website of zich abonneren op een podcast.

In de gevallen hierboven gaat het echter niet uitsluitend om radio. Streamingplatformen zijn meer een audioleverancier dan een radio (bv. podcasting). Maar de meest beluisterde tracks op Spotify zijn veelal ook te horen op radiozenders. Er is dus sprake van een hoge mate van crossmedialiteit. Vlaamse mediaondernemingen werken ook samen met deze platformen, denk maar aan de samenwerking tussen Ads & Data en Warner Music Experience.

Het luisteren naar radio via het internet gebeurt ook vaak via mobiele apps. Zo bieden verschillende landelijke publieke en private radio-omroeporganisaties soms een eigen app aan. Er zijn ook apps waarop de streams geaggregeerd worden aangeboden, bv. Radio België FM online (Radioworld FM), Radio België FM – radio online (AppMind – Radio FM, Radio Online), Radio Belgium (Simon Schellaert) en Radioplayer Vlaanderen (Digitale Radio Vlaanderen cv).

Onder titel 1.1.2.5 'Lokale radio-omroeporganisaties' werd reeds vermeld dat de toegang tot het platform Radioplayer Vlaanderen gratis is gemaakt voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations. Sinds 2021 konden deze stations ook al gebruik maken van een voordeeltarief bij de aansluiting.

Het digitale radioplatform Radio.Vlaanderen werd eind 2021 gelanceerd door Studio 100 nv. De streams van de digitale radiozenders van VRT, DPG Media en Mediahuis zijn er niet meer op terug te vinden, maar o.a. enkele lokale radiozenders en (afgeleiden van) Topradio wel nog.<sup>70</sup>

De websites van Vlaamse radiostations die via het internet beluisterd kunnen worden, zullen aan bod komen onder het gedeelte internet. Vlaamse radiodiensten, die via het internet worden uitgezonden, dienen aangemeld te worden bij de VRM (zie ook 1.1.2.6 Andere radio-omroeporganisaties).

Promusic<sup>71</sup> vermeldt 18 onlinemuziekdiensten in België<sup>72</sup>, waaronder 10 downloadservices, 10 betalende abonnementsdiensten en 4 advertentiegebaseerde diensten. Sommige muziekdiensten bieden verschillende varianten van hun dienst aan. Zo zijn de basisdiensten veelal gratis (o.b.v. advertenties). Voor bijkomende features zoals een downloadservice of het offline beluisteren van muziek is een betaling nodig, meestal in een abonnementsvorm.

<sup>70</sup> Meer informatie omtrent het platform Radio.Vlaanderen kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 29.

<sup>71</sup> Promusic is een coalitie van mensen en organisaties die werken in de muzieksector. Het is een internationale alliantie van musici, artiesten, managers, kunstenaars, grote en onafhankelijke platenmaatschappijen en retailers die samenwerken om de manieren waarop mensen op een veilige en legitieme manier online van muziek kunnen genieten, te promoten. FIM, ICMP, IFPI, IMMF, Impala en IMPF maken hiervan deel uit. Zie: <http://www.pro-music.org/legal-music-services-europe.php>

<sup>72</sup> De dienst Downloadmusic van TargetMusic bv staat nog vermeld op de website van Promusic, maar is stopgezet na het faillissement van TargetMusic bv in 2021. Verder staat ook Facebook vermeld, al biedt dit geen onlinemuziekdiensten aan. Beide diensten tellen we dus niet mee.

## ONLINEMUZIEKDIENTEN

NAAM	SOORT SERVICE	MAATSCHAPPIJ/HOOFDZETEL
● Amazon Music	Betalende abonnementsdienst	Verenigde Staten
● Apple Music	Betalende abonnementsdienst	Verenigde Staten
● Beatport	Downloadservice	Verenigde Staten
● Bleep	Downloadservice	Verenigd Koninkrijk
● Dailymotion	Advertentiegebaseerde dienst	Frankrijk
● Deezer	Advertentiegebaseerde dienst Betalende abonnementsdienst	Frankrijk
● Emusic	Downloadservice Betalende abonnementsdienst	Verenigde Staten
● Highres Audio	Downloadservice	Duitsland
● Huawei Music	Betalende abonnementsdienst	China
● iTunes	Downloadservice	Verenigde Staten
● Junodownload	Downloadservice	Verenigde Staten
● Qobuz	Downloadservice Betalende abonnementsdienst	Frankrijk
● Spotify (Premium)	Advertentiegebaseerde dienst Betalende abonnementsdienst	Spotify Belgium nv (841023949)
● SoundCloud (Go+)	Downloadservice Betalende abonnementsdienst	Duitsland
● Tidal	Betalende abonnementsdienst	Verenigde Staten
● Traxsource	Downloadservice	Verenigde Staten
● YouTube Music (Premium)	Advertentiegebaseerde dienst Betalende abonnementsdienst	Verenigde Staten

Tabel 8: onlinemuziekdiensten

De Europese Commissie legde Apple in 2024 een boete op van 1,84 miljard euro wegens oneerlijke concurrentie met muziekstreamingdiensten zoals Spotify. Apple misbruikte zijn dominante marktpositie voor de distributie van muziekstreamingapps gedurende een decennium. De boete is gebaseerd op een jarenlange procedure die begon na een klacht van Spotify in 2019, ondanks recente veranderingen door Apple om te voldoen aan de DMA.

Spotify en andere ontwikkelaars zijn ontevreden over de kosten tot 30% die Apple aanrekent voor verkopen via de App Store, wat leidt tot hogere abonnementsprijzen en een prijsvoordeel voor Apple Music.<sup>73</sup>

73 De Standaard, Deckmyn, D., "Europa legt Apple boete op van 1,84 miljard euro voor oneerlijke concurrentie in muziekstreaming", 4 maart 2024.

## 1.2 TELEVISIE

In Figuur 5: Waardeketen Televisie wordt de televisiewaardeketen getekend om de verschillende spelers te duiden en de tweezijdigheid van de markt te kunnen verklaren.

In het begin van de keten wordt geduid wie er betrokken is bij contentproductie. Facilitaire bedrijven (technische crew) en creatieve crew werken samen met productiehuzen en/of omroeporganisaties om omroepprogramma's te maken. Beheersvennootschappen innen de vergoeding in naam van de rechtheouders van programma's of programmaformats.

De geproduceerde content wordt door de omroeporganisaties (aggregatoren) gebundeld tot het programmaschema van één of meerdere omroepprogramma's (zenders). Dit signaal wordt door dienstenverdelers (operatoren) die gebruikmaken van netwerken (omroepsignaaltransmissie-platformen) gedistribueerd tot bij de kijker.

Waar traditioneel omroepen voor contentaggregatie en – curatie instaan, stellen we in het huidige medialandschap, waarin consumenten zowel op lineaire als niet-lineaire wijze audiovisuele content consumeren, vast dat de aggregatie- en curatiefunctie van omroepen sterk onder druk staat. Distributieplatformen van dienstenverdelers (zoals bv. Telenet of Proximus) en internationale spelers (zoals bv. Netflix) nemen steeds meer de rol op als scheidsrechter door te bepalen welke content en/of programma's aangeboden worden aan mediaconsumenten.

In respons hierop ontwikkelen omroepen een eigen platform om de eigen content zichtbaar en bekend te houden (bv. VRT MAX, VTM GO(+) en GoPlay). Verschillende spelers werken ook samen om een vuist te maken tegen de internationale spelers, bv. Telenet en DPG Media met Streamz, waarmee VRT een structureel samenwerkingsakkoord sloot.

Zulke (inter)nationale platformen zijn veelal beschikbaar op nieuwe(re) smart tv's en tv-boxen van de dienstenverdelers. Het vergemakkelijkt de kijkervaring van de klant en verzekert de relevantie van de dienstenverdelers in het licht van bovenstaande veranderingen in het medialandschap.

Er zijn verschillende businessmodellen binnen de televisiemarkt. Traditioneel betaalt de kijker aan de dienstenverdelers abonnementsgeld of pay-per-view om tv-signalen te kunnen bekijken en vloeit een geldstroom in de richting van de contentleveranciers. Tegelijkertijd wordt de aandacht van de kijker gevaloriseerd. Adverteerders betalen om hun product of boodschap in de belangstelling van consumenten te brengen. Dit gebeurt door middel van reclameboodschappen, sponsoring, productplaatsing, .... De traditionele televisiemarkt kan dan ook beschouwd worden als een tweezijdige markt.

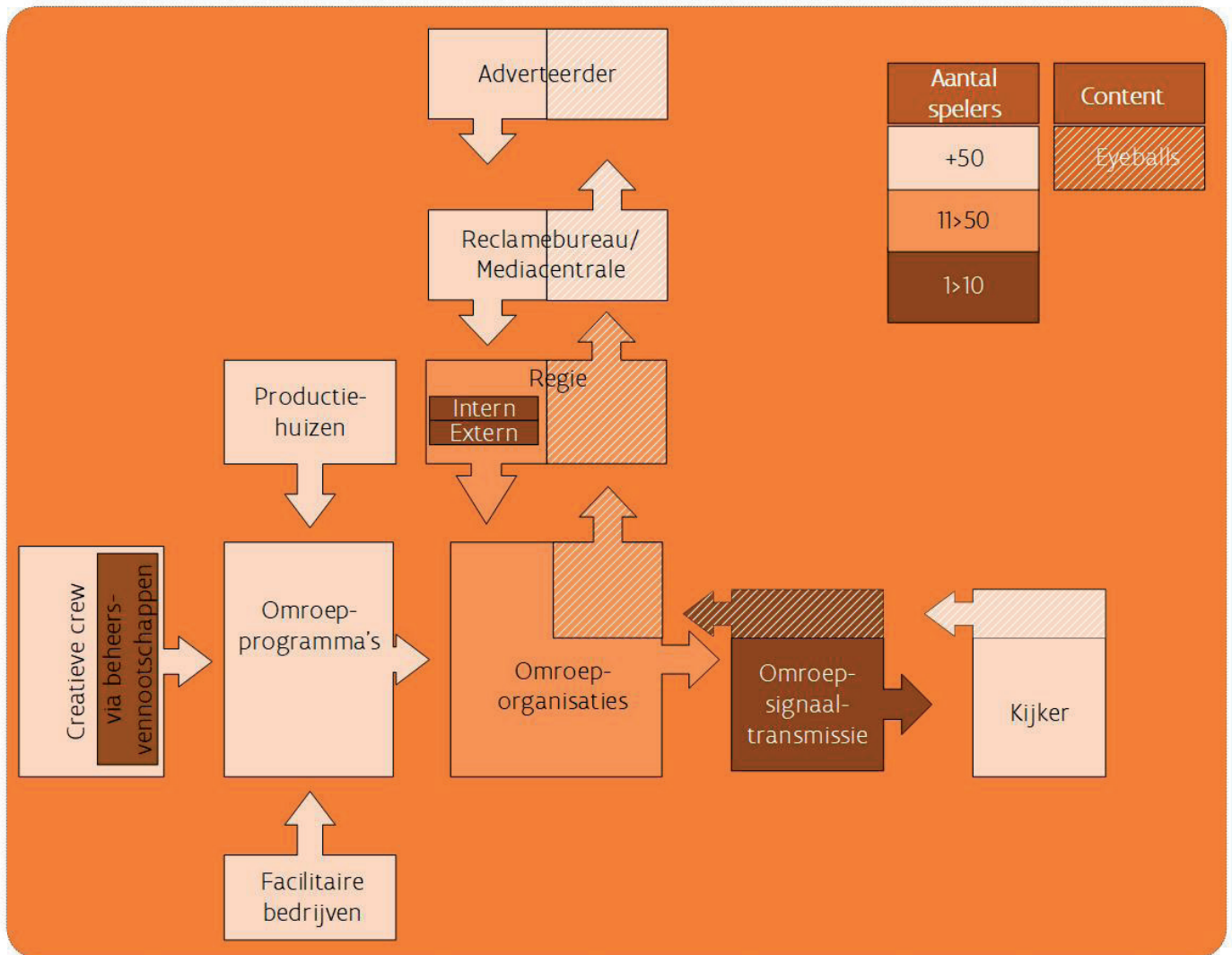
De actoren op de televisiemarkt zijn echter ook togetreden tot het internet waardoor veel content online toegankelijk werd. Hier onderscheiden we drie veel voorkomende marktmodellen:

- Het gratis model, waarin bedrijven de content volledig gratis leveren en gefinancierd worden door een andere bron van inkomsten zoals bv. reclame;<sup>74</sup>
- Het betalende model, waar consumenten betalen voor toegang tot de content;
- Het freemium model, een combinatie van de vorige twee.<sup>75</sup> Bij een freemium bedrijfsmodel wordt er content gratis aangeboden, maar vraagt de aanbieder geld voor meer geavanceerde gebruiksmogelijkheden en functionaliteiten.

Een belangrijke partner binnen de televisiemarkt zijn de reclameregies. Via deze regies ontvangen de omroeporganisaties geld van de adverteerders, dat besteed wordt aan de aanmaak van programma's of aan een vergoeding voor omroepsignaaltransmissie.

74 Tegenwoordig spreekt men vaak over FAST: Free Ad Supported Television.

75 CSA (2016), L'accès aux médias audiovisuels.



Figuur 5 : Waardeketen Televisie  
Bron: VRM op basis van M. Porter

De afgelopen jaren zijn er enkele omzettingen gebeurd van Europese regelgeving die invloed hebben op (de regulering van) het Vlaamse medialandschap.<sup>76</sup>

Ten gevolge van de verstrenge Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten is een nieuw classificatiesysteem uitgewerkt via dewelke Vlaamse omroepen vanaf de zomer 2024 hun kijkers uitgebreider moet informeren over welke inhoud ze kunnen verwachten bij een bepaald programma. Een pictogram zal bij aanvang van het tv-programma waarschuwen voor 'geweld', 'angst', 'grof taalgebruik', 'discriminatie', 'seks' of 'verslavende middelen'.<sup>77</sup> De European Media Freedom Act (EMFA) trad in werking op 7 mei 2024, maar zal echter voor het grootste deel pas van toepassing worden vanaf 8 augustus 2025. In grote lijnen beschermt de nieuwe regelgeving in de EMFA 'mediadiensten'<sup>78</sup> (tv-, pers-, radio-, video- of audiostreamingdiensten: dus ruimer dan audiovisuele mediadiensten en ook audio en pers omvattend) tegen inmenging van hun eigenaren, overheden, en tegen ongerechtvaardigde moderatie door zeer grote onlineplatforms (VLOP's<sup>79</sup>, zoals gedefinieerd in de Digitaal dienstenverordening - DSA). De EMFA introduceert ook nieuwe rechten voor gebruikers om pluralistische en onafhankelijke media te ontvangen.

Bovendien richt de EMFA ook een Europese Raad voor Mediadiensten ('European Board for Media Services') op,

<sup>76</sup> Meer informatie hieromtrent kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 32-33.

<sup>77</sup> Gazet van Antwerpen, "Icoontjes waarschuwen voor 'schadelijke tv-inhoud'", 11 juli 2023.

<sup>78</sup> Een dienst zoals gedefinieerd in de artikelen 56 en 57 VWEU, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat in het op enigerlei wijze ter informatie, vermaak of educatie leveren van programma's of perspublicaties aan het grote publiek onder de redactionele verantwoordelijkheid van een aanbieder van mediadiensten.

<sup>79</sup> Enkele voorbeelden: Amazon Store, App Store, Pornhub, YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, X, Wikipedia, Zalando, ... <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>.

die een belangrijke rol zal spelen bij de toepassing van de EMFA (en de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten - AVMD) en in de plaats zal komen van de bestaande samenwerking tussen de Europese mediaregulatoren in ERGA (dat bijgevolg zal worden opgeheven).

## INFOFRAGMENT 1: VLAAMS MEDIABELEID

De drie Vlaamse omroepen (VRT, DPG Media en Play Media) dienden eind juni 2024 een gezamenlijk memorandum in bij de politieke partijen die een nieuwe Vlaamse regering wilden vormen. Ondanks hun verschillen, hadden ze vier gezamenlijke suggesties:

1. Leefbaarheid van de sector: Een sterke openbare omroep en een leefbaar model voor private omroepen.
2. Zichtbaarheid van Vlaamse content: Waarborgen dat lokale content niet verloren gaat in het overaanbod van internationale spelers en dat internationale distributieplatformen een faire prijs betalen voor Vlaamse content.
3. Digitale transitie van radio: Betrokkenheid bij het plan van aanpak en garanties op economische en rechtszekerheid.
4. Innovatie en Media onder één minister: Investeren in innovatie en digitale transformatie, met een focus op AI, om de mediasector draaiende te houden.

Het lijkt er op dat de nieuwe Vlaamse regering onder leiding van minister-president Matthias Diependaele en minister van media Cielte Van Achter in het regeerakkoord verschillende maatregelen heeft opgenomen die aansluiten bij de suggesties van de Vlaamse omroepen.

Samenvattend erkent het akkoord het belang van een sterke publieke omroep en een duurzaam model voor de commerciële omroepen. Er wordt extra financiering voorzien voor de VRT om haar publieke opdracht te versterken, terwijl er ook maatregelen worden genomen om de concurrentiepositie van commerciële omroepen te verbeteren. Het regeerakkoord bevat specifieke maatregelen om de zichtbaarheid van Vlaamse content te waarborgen. Daarnaast blijft de nieuwe regering inzetten op de verdere digitalisering van de radiosector.<sup>80</sup>

## INFOFRAGMENT 2: TWEE ACTIEPLANNEN TER AANPAK VAN GRENDOVERSCHRIJDEND GEDRAG

In de afgelopen twee jaar ontving de Vlaamse overheid 57 meldingen van grensoverschrijdend gedrag in de Vlaamse cultuur-, media- en filmsector. Om dat aan te pakken heeft de Vlaamse Regering twee nieuwe actieplannen gelanceerd gericht tegen grensoverschrijdend gedrag. Er is 215.000 euro vrijgemaakt voor deze initiatieven. De actieplannen zetten onder meer in op vertrouwenspersonen, waarbij slachtoffers een melding kunnen doen. Daarnaast focussen de actieplannen ook meer op minderjarigen. Zo wordt er een vlaggensysteem opgesteld specifiek voor minderjarigen en zijn er intimiteitscoaches gericht op de begeleiding en ondersteuning van die doelgroep.<sup>81</sup>

### 1.2.1 Contentleveranciers

De Vlaamse tv-markt wordt gekenmerkt door een uitgebreid aanbod aan lokale content. Deze content kan door de omroepen in huis aangemaakt zijn of aangeleverd worden door productiehuisen. Niet alle programma's die op de Vlaamse tv te zien zijn worden ontwikkeld door Vlaamse omroepen en productiemaatschappijen. Er worden ook buitenlandse audiovisuele producties aangekocht. Dit laatste valt echter buiten het bestek van dit rapport.

80 Meer info: <https://www.vlaanderen.be/publicaties/vlaams-regeerakkoord-2024-2029-samen-werken-aan-een-warm-en-welvarend-vlaanderen>.

81 CJM, "Nieuwe actieplannen tegen grensoverschrijdend gedrag in de cultuur-, media- en filmsector", <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-actieplannen-tegen-grensoverschrijdend-gedrag-de-cultuur-media-en-filmsector>, 29 april 2024.



### 1.2.1.1 Contentproductie door televisieomroeporganisaties

Televisieomroeporganisaties staan - afhankelijk van het profiel van de zender - in min of meerdere mate zelf in voor de aanmaak van de programma's die zij uitzenden. Onder andere journalisten, schermgezichten, producers en technische medewerkers werken hieraan in dienstverband mee. Daarnaast schakelen de omroepen voor de realisatie van programma's soms zelfstandige medewerkers of facilitaire bedrijven in. Dit model wordt voornamelijk gehanteerd voor nieuws en sport, en bij de publieke omroep ook voor cultuur en educatie.<sup>82</sup>

De organisaties die in Vlaanderen actief zijn als televisieomroeporganisatie worden verderop onder punt 1.2.2 Aggregatie: televisieomroeporganisaties vermeld.

### 1.2.1.2 Productiehuizen

Vlaamse productiehuizen bedenken en realiseren originele formats of zetten bestaande internationale formats om naar een Vlaamse versie. De Flanders DC Studie<sup>83</sup> onderscheidt verschillende processen van creatie:

- Ontwikkeling door de omroep: een omroep heeft een idee of concept uitgewerkt voor de ontwikkeling van een programma en geeft de opdracht aan een productiemaatschappij om deze productie uit te werken. Hierbij is de omroep de opdrachtgever en treedt een productiemaatschappij op als uitvoerend producent.
- Uitwerking door de productiemaatschappij: een omroep wenst een bepaald concept uit te werken, i.e. identificeert een bepaalde behoefte of opportuniteit in de markt, en vraagt aan een productiemaatschappij het concept uit te werken en een productie of programma vorm te geven op basis van een aantal criteria. Hierbij is de productiemaatschappij de creator van het programma.
- Creatie door de productiemaatschappij: een productiemaatschappij of een individuele producer kan een idee hebben voor een productie en dit gezamenlijk met een omroep verder uitwerken. Hierbij neemt de productiemaatschappij het initiatief .

In Tabel 9: Vlaamse productiehuizen werd op basis van de ledenlijst van VOFTP (de beroepsvereniging van Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten), eigen informatieverzameling en informatie vergaard in vorige mediaconcentratierapporten een niet-exhaustief overzicht gemaakt van Vlaamse productiehuizen die content maken voor Vlaamse zenders.

In het kader van de vernieuwde stimuleringsregeling heeft de VRM onder meer de taak gekregen een jaarlijks overzicht op te maken van producenten die al dan niet onafhankelijk zijn op basis van artikel 2, 49°, a) en b) van het Mediadecreet. Dit overzicht bevat minimaal de producenten die de drie voorafgaande jaren productiesteun hebben aangevraagd bij het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). Deze taak wordt vermeld in artikel 218, § 2, 25° van het Mediadecreet. De VRM zal deze lijst ten laatste op 1 november 2024 voor een eerste maal publiceren. Vanaf volgend jaar zullen we dit ook opnemen in ons rapport.

82 Schrauwen, J., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2014). Onderzoeksrapport: creatieve industrieën in Vlaanderen – update. Flanders DC.

83 Schrauwen, J., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2014). Onderzoeksrapport: creatieve industrieën in Vlaanderen – update. Flanders DC.

# VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN

PRODUCTIEHUIS	ONDERNEMINGSNUMMER	PRODUCTIEHUIS	ONDERNEMINGSNUMMER
• 100.000 volts.tv bv	888848810	• Lecter Media nv	650760132
• A Private View bv	452699295	• Liefhebbers bv	552695805
• Banijay Belgium nv	462185303	• Lionheart Productions bv	827050209
• Bargoens nv	838492546	• Live Entertainment nv	466727178
• Beast Animation bv	729960236	• Loom bv	458891756
• Beast Studio bv	865749447	• Lunanime bv	439100984
• BlazHoffski België bv	809118867	• Marmalade bv	542704508
• Bonka Circus bv	829515789	• Menuet bv	450290430
• Borgerhoff & Lamberigts TV nv	843959188	• Menuetto bv	677435033
• Bravado Fiction - Great stories, well told, for all screens nv	732793032	• New Impact nv	435511984
• Brutteo bv	700562407	• Njam! nv (intern productiehuis)	830498855
• Bulletproof Cupid bv	887960170	• Off World bv	456635319
• Cartouche bv	836986571	• Panenka nv	556984688
• Caviar Antwerp bv	476386596	• Pinceel Producties (natuurlijk persoon)	768077474
• Caviar Group nv	506687022	• Play Media nv (intern productiehuis)	473307540
• Chemisch Circus bv	636830536	• Polar Bear bv	687730295
• Ciné Cri de Coeur bv	872110568	• Potemkino bv	894573590
• Creative Conspiracy nv	473522524	• Pretpraters nv	843892278
• C-view bv	810329684	• Prime Time Audio Visual Entertainment and Communication bv	430779077
• Czar Film & TV bv	846783670	• Red Dust bv	578951725
• De Chinezen nv	840958326	• Riche, Riche & Riche bv	475037407
• De Hofleveranciers bv	806712673	• RIGHO bv	687996056
• De Mensen nv	474766993	• Roses Are Blue bv	669696314
• De Wereldvrede bv	525815422	• RV Productions nv	421326527
• DED's IT bv	474271503	• Savage Film bv	862424624
• Dedsfilm bv	535832156	• Seamonster bv	837134150
• Deklat Binnen bv	632969738	• Skyline Entertainment nv	462318133
• Diamond City Films bv	440793536	• Sputnik TV bv	862245074
• Diplodokus bv	547773549	• Story BLVD bv	832358285
• Endemolshine Belgium nv	456086872	• Storyrunner bv	847805833
• Eyeworks Film & TV Drama bv	863293961	• Studio 100 nv	457622640
• Fabric Magic bv	652858005	• Studio Epwerk (natuurlijk persoon)	536549956
• Fabrique Fantastique bv	543526929	• Sylvester TV bv	538972481
• FBO bv	880497902	• The Reunion bv	765568144
• Flanders Doc vzw	820345430	• Timescapes bv	460500372
• Fobic Films bv	430436906	• Tivoli.tv nv	734492908
• Free Kings bv	687640819	• TvBastards nv (intern productiehuis DPG Media)	445055103
• FremantleMedia Belgium nv	441647730	• Vincent TV België bv	700906459
• Geronimo bv	838652102	• Vivi Film nv	829953378
• GRID Film bv	870804929	• Voices bv	450097816
• Heartmade Media bv	746906235	• VRT nv (intern productiehuis)	244142664
• Het Thuishuis bv	794588267	• W2 bv	456083112
• HH 107 bv (De Filistijnen)	544755760	• Walking The Dog bv	467188721
• Hotel Hungaria bv	810368286	• Warner Bros. International Television Production België Specials bv	845231175
• Jack & Charlie bv	896899117	• Woestijnvis nv	460337749
• Jonnydepony bv	642761986	• XINIX CommV	441745720
• Kasona bv	456293344	• Zie Ze Doen bv	466952654
• Koeken Troef bv	808691968		

Tabel 9: Vlaamse productiehuizen<sup>84 85 86 87 88 89 90 91 92</sup>

Bron: samengesteld a.d.h.v. ledenlijst VOFTP en eigen onderzoek

84	Hotel Hungaria fuseerde in 2024 met Bonka Circus tot Hotel Bonka.
85	Beast Studio bv: opening van faillissement sinds 31 oktober 2022.
86	Dedsfilm bv werd sinds 29 december 2023 stopgezet vanwege een fusie door overneming.
87	Eyeworks werd overgenomen door het Amerikaanse Warner (WBIT België). Eyeworks België zal echter onder eigen naam een aantal programma's blijven produceren.
88	GRID FILM bv: opening van faillissement sinds 24 maart 2020.
89	Liefhebbers bv: gerechtelijke ontbinding of nietigheid sinds 23 februari 2022.
90	Marmalade bv: opening faillissement sinds 20 juli 2023.
91	Story BLVD bv: opening faillissement sinds 11 april 2024.
92	Caviar Brussels bv veranderde op 31 maart 2022 van naam naar Loom bv. De commerciële naam is Caviar Commercial bv.

Het overzicht van Vlaamse productiehuisen is een evolutief gegeven, aangezien er elk jaar productiehuisen verdwijnen en bijkomen.

Zo kocht Banijay Benelux, de vroegere Endemol Shine Group, begin 2023 een meerderheid van de aandelen van het Vlaamse productiehuis Jonnydepony. Het wordt daarmee, naast Banijay Belgium (producent van de VTM-soap "Familie"), het tweede Belgische productiehuis dat zelfstandig opereert onder de vlag van Banijay Benelux.<sup>93</sup>

Daarnaast kocht productiehuis Caviar, lid van de Telenet Group, in juli 2023 50 procent van de aandelen van de producent Sputnik TV.<sup>94</sup> Eind september 2024 bleek echter dat Telenet een gedeeltelijke of gehele verkoop van zijn belang in Caviar overweegt. Het is nog onduidelijk wie het belang van Telenet – helemaal of gedeeltelijk – zou willen overnemen.<sup>95</sup>

Borgerhoff & Lamberigts is naast een productiehuis ook als uitgeverij actief, dat was zelfs zijn oorspronkelijke activiteit. Begin 2024 kocht het alle onderdelen uit de Politeia-groep: de gelijknamige uitgeverij, de uitgever van academische en wetenschappelijke werken ASP en de overheidsdatabank Pinakes.<sup>96</sup>

Hotel Hungaria en Bonka Circus fuseerden tot Hotel Bonka. Hotel Bonka zet zich in de markt als een onafhankelijk huis dat inspeelt op de toenemende versmelting van media en marketing.<sup>97</sup>

Golazo, een sport- en gezondheidsbedrijf, neemt een participatie in het productiehuis Bargoens. De twee zien brood in de stijgende vraag naar sportverhalen.<sup>98</sup>

Het Vlaamse Geronimo Productions en het Nederlandse Villain Studios slaan de handen in elkaar. Onder de noemer X Line Productions gaan ze programma's maken voor internationale zenders. Eerste wapenfeit? De Duitse 'Bestemming X'.<sup>99</sup>

In hoofdstuk 3 wordt verder ingegaan op de klantrelaties tussen deze productiehuisen en de verschillende omroepen.

Naast de productiehuisen die vermeld worden in Tabel 9: Vlaamse productiehuisen, zijn er nog Vlaamse ondernemingen die omwille van hun NACE-code gekend zijn als productiehuis. De VRM heeft geen weet van de programma's die zij maken. Mogelijkerwijze beperken zij zich tot de aanmaak van reclame- of bioscoopfilms.

De overgrote meerderheid van Vlaamse onafhankelijke productiehuisen die recurrent produceren (momenteel 36), zijn lid van de beroepsvereniging Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten (VOFTP).<sup>100</sup>

### 1.2.1.3 Creatieve crew via beheersvennootschappen

Auteurs, uitvoerende kunstenaars en producenten kunnen auteursrechten en naburige rechten op hun programma's doen gelden. Dit wordt in België geregeld door boek XI van het Wetboek van economisch recht (hierna: WER).

Wanneer hun programma's lineair of niet-lineair geëxploiteerd worden (bv. op televisie, via streaming of online platformen) hebben auteurs en houders van naburige rechten enerzijds recht op een passende en evenredige vergoeding die geregeld wordt met de producent en tussen de rechthebbende/rechthebbende/beheersvennootschap en de omroep. Anderzijds zijn er de kabelrechten en de rechten van mededeling aan het publiek via directe injectie,

93 De Tijd, "Productiehuis jonnydepony krijgt Franse eigenaar media", 20 januari 2023.

94 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.

95 De Tijd, "Telenet zet met Caviar grootste productiehuis van België in de etalage", 26 september 2024.

96 De Tijd, "Borgerhoff & Lamberigts koopt uitgever Politeia", 9 maart 2024.

97 De Tijd, De Preter, W., "Fusiebedrijf Hotel Bonka brengt Vincent Kompany en Jeroen Meus bij elkaar", 20 juni 2024.

98 De Tijd, Serrure, B. & Bervoet, D., "Golazo stapte in Bargoens, het productiehuis achter Het Huis en Het Conclaaf", 26 juni 2024.

99 Het Nieuwsblad, "Productiehuis Geronimo in zee met Amsterdams label: "Samen gaan we internationale producties maken"", 19 juni 2024.

100 De Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten vzw (V.O.T.P.) en de Vlaamse Film Producenten Bond (V.F.P.B.) zijn eind 2015 gefusioneerd tot de V.O.F.T.P. (Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten). Deze koepel is een beroepsvereniging die als doel heeft de economische en commerciële belangen van de Vlaamse onafhankelijke film & televisie producenten te bevorderen.



voor de verdeling van de programma's over kabel of satelliet.

Auteurs moeten, zoals bepaald in artikel XI.224 en 227 WER beroep doen op een beheersvennootschap om deze kabelrechten/vergoedingen te innen (verplicht collectief beheer). Er zijn beheersvennootschappen voor verschillende categorieën van rechthebbenden. De vennootschappen die actief zijn in Vlaanderen rond audiovisuele producties staan opgesomd in Tabel 10: Beheersvennootschappen.

## BEHEERSVENNOOTSCHAPPEN

NAAM	ONDERNEMINGSNUMMER	OMSCHRIJVING
● AGICOA Europe Brussels	426385274	Vertegenwoordigt Belgische en internationale producenten van audiovisuele werken
● BAVP	456222078	Vertegenwoordigt de producenten van audiovisuele werken
● deAuteurs	837299149	Beheert de auteursrechten van audiovisuele, literaire en podiumkunstenauteurs
● IMAGIA	456381634	Vertegenwoordigt de producenten van muziek en videoclips
● JAM	455162008	Beheert de auteursrechten van de journalisten
● PlayRight	440736227	Beheert de naburige rechten van uitvoerende kunstenaars
● Procibel	455690558	Vertegenwoordigt audiovisuele producenten voor het kopiëren voor eigen gebruik in België
● SABAM	408860839	Sabam is de Belgische vereniging van auteurs, componisten en uitgevers. Ze beheert de auteursrechten van audiovisuele werken, literatuur, muziek, podium- en visuele kunsten.
● SOFAM	419415330	Beheert de auteursrechten in de visuele kunsten

Tabel 10: Beheersvennootschappen<sup>101 102</sup>

De inkomsten uit auteursrechten zijn wereldwijd met een kwart gestegen ten opzichte van 2021, met een herstel van alle disciplines na de coronapandemie. Streaming en video on demand hebben de fakkel overgenomen van radio en televisie. Ze zijn goed voor 4,2 miljard euro aan inkomsten, dit is 35% van de totale inkomsten. Ondanks een groei van 23% tegenover 2021, maakte digitale exploitatie in België slechts 10% uit van de inkomsten. Sabam benadrukt dat de meeste Belgische auteurs rechten mislopen. Het riep daarom op tot een regelgevend kader voor AI dat menselijke creativiteit versterkt in plaats van deze te beperken of te vervangen.<sup>103</sup>

### 1.2.1.4 Facilitaire bedrijven

Productiehuizen of omroepen staan niet altijd zelf in voor alle stappen in het productieproces van een televisieprogramma. Zij doen vaak een beroep op facilitaire bedrijven die hen bijstaan in het ontwerpen, produceren en realiseren van televisieomroepprogramma's.

Het gamma aan diensten die facilitaire bedrijven kunnen leveren aan productiehuizen is erg breed: pre-productie, opnames, montage en ondertiteling zijn enkele voorbeelden van de activiteiten van facilitaire bedrijven. Door de brede waaier aan mogelijke diensten en het feit dat voor het leveren ervan soms één persoon voldoende is, is er een enorm groot aantal facilitaire bedrijven.

De beroepsvereniging Vlaamse Onafhankelijke Televisie Facilitaire Bedrijven (VOTF) stelt op zijn site een ledenlijst beschikbaar. Daarnaast zijn ook heel wat zelfstandigen actief voor het aanleveren van soortgelijke dienstverlening. Zij hebben zich binnen VOTF gegroepeerd onder de benaming ZIDAS, een groepering van freelancers zonder vast statuut.

Tabel 11: Televisie facilitaire bedrijven geeft een overzicht van de voornaamste facilitaire bedrijven bekend bij de VRM. Deze informatie is gebaseerd op de lijst met leden van de beroepsvereniging Vlaamse Onafhankelijke Televisie Facilitaire Bedrijven (VOTF), eigen informatieverzameling en informatie vergaard in vorige mediaconcentratierapporten.

<sup>101</sup> AGICOA Europe Brussels heeft zowel Belgische als internationale producenten van audiovisuele werken als leden. Deze mogelijkheid wordt voorzien in de statuten van de vennootschap en bevestigd door het arrest van het hof van beroep van Brussel dd. 22 februari 2024 (arrest bevestigd door het Hof van Cassatie op 2 december 2022).

<sup>102</sup> DeAuteurs is gespecialiseerd in het beheer van auteursrechten in het Nederlandse taalgebied, maar vertegenwoordigt haar auteurs ook internationaal via de mandaten die zij hiertoe gaf aan de internationale Franse vennootschappen SACD en Scam.

<sup>103</sup> Metro, "Streaming doet auteursinkomsten wereldwijd stijgen, toch grote uitdagingen voor België", 30 oktober 2023.

# FACILITAIRE BEDRIJVEN

FACILITAIR BEDRIJF	ONDERNEMINGSNUMMER	FACILITAIR BEDRIJF	ONDERNEMINGSNUMMER
● Televation bv	861560631	● K5 bv	473165802
● 2frame bv	461207977	● Kadenza Media bv	475550616
● Ampli bv	427728626	● Knip bv	445604736
● Apstrakt bv	424104784	● Limecraft nv	825929759
● Arendsoog nv	863665927	● Lites nv	438811073
● Artizan Productions bv	441119772	● Live Is Life bv	864869024
● Audio Rent Productions bv	844268796	● Live Media bv	423044516
● Audium bv	756718972	● Lucky Cameras bv	431466985
● Beast Studio bv	865749447	● Lumi Technologies bv	458730222
● Beehived Media bv	473900923	● Medialife bv	886029276
● Beeldspraak bv	473504906	● MediAVentures bv	449890552
● Boxrentals bv	644723366	● Midlife Cowboy nv	867206328
● Broadcast Assistance Tv & Video Productions bv	459993301	● Milagro nv	438037251
● Broadcast Recording bv	434603649	● Moj Juice bv	876093409
● Camalot Belgium bv	675582333	● Motomediатеam gcv	836195329
● Cartellino bv	464449262	● Moxy bv	886517840
● Cine Qua Non bv	438531852	● NaBeeld (natuurlijk persoon)	883780163
● Claerbout Studio bv	863651673	● NEP Belgium nv	436482083
● Co-Mana bv	461188478	● Norvell Jefferson Productions bv	475066903
● Crystal Clear Mediaproducties vzw	465010278	● Novid nv	459113866
● Cyborn bv	464623763	● Option Facilities nv	449462168
● DB Video Productions bv	463556169	● PRG Projects nv	462106218
● Digital Media Content bv	897131026	● Raygun bv	879485340
● Digital Media Facilities nv	452458973	● Ronsmans bv	400652362
● Docwerkers vzw	843833880	● Sen Studio bv	472617355
● DOK1 Media nv	695652128	● Skript bv	434237524
● Earth In Motion bv	818668518	● Sonhouse Brussels nv	889201869
● EMG Belgium nv	437799404	● Sonybel nv	454085407
● ES Broadcast Media bv	439140675	● Sorry Productions bv	472889648
● Eurogrip bv	459727738	● Storyme bv	534886605
● Everstory bv	627916731	● Studio MM bv	465427477
● EXIT 399 nv	455687192	● Studio Regie bv	808219440
● Eye-Catcher cv	440315563	● Teleportel Europe nv	444980075
● Eye-Lite Belgium-Bru bv	521981348	● The Pack Brussels bv	883233104
● FAAR bv	741524913	● The Sequel bv	478243454
● Final Draft bv	454024534	● The Subtitling Company bv	473022676
● Fly Away bv	897639879	● The Video Factory bv	886867832
● Frame bv	478622447	● Tinkerlist.tv bv	564886527
● Grid bv	455623549	● Tv Connections bv	463029993
● Grikaros nv	460830370	● Video Line bv	881728218

## FACILITAIRE BEDRIJVEN

FACILITAIR BEDRIJF	ONDERNEMINGSNUMMER	FACILITAIR BEDRIJF	ONDERNEMINGSNUMMER
● Havenkop bv (Jan Verbeke Producties)	831523392	● Videocrew bv	832568222
● Headline N.F.P. bv	441840641	● Vidi-Square AV Solutions nv	460452268
● Hemel bv	670938508	● Viewblaster bv	891922918
● Hillview bv	695829203	● Visual Creations bv	472250240
● Hoax bv	476133903	● Warner Bros. International Television Production België bv	479332626
● Homerun Records bv	897460430	● Watts bv	478825652
● Immersive bv	810678884	● What's new cv	679834693
● Iyuno Belgium nv	466037191	● wTVision bv	472103651
● Jules Logistics bv	461899944	●	

Tabel 11: Televisie facilitaire bedrijven<sup>104 105</sup>

### 1.2.1.5 Reclameregie

Naast redactionele content kunnen de televisieomroepprogramma's commerciële communicatie, zoals reclame, telwinkelen of productplaatsing, bevatten. De manier waarop deze in de programmatie mag geïntegreerd worden, is aan regels onderhevig, zoals vastgelegd in artikels 47-101 van het Mediadecreet. Voor de openbare omroep VRT gelden striktere regels dan voor de private omroeporganisaties. De omzetting van de AVMD-richtlijn had ook gevolgen voor de regels rond commerciële communicatie.

Televisiezenders verzorgen hun reclameregie doorgaans intern. Toch zijn er steeds meer externe reclameregies op de markt aanwezig.

## RECLAMEREGIE TV

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AARD	NAAM AANBOD
● Ads & Data nv	809309701	Extern	GoPlay (Play Media), Play4 (Play Media), Play5 (Play Media), Play6 (Play Media), Play7 (Play Media), Play 247 (Play Media), Play Crime (Play Media), Njam! (Njam! nv), Dobbie TV (PM Editions nv), Plattelands TV (Plattelands TV nv), Streamz Basic (op Telenet), VRT Online (VRT 1, VRT Canvas, Sporza en Dagelijkse Kost), Ment55 (Ment Media bv), Mentpop (Ment Media bv)
● AVS vzw	424806847	Intern	AVS (regionale zender)
● DPG Media nv	432306234	Intern	VTM, vtm.be, VTM 2, VTM 3, VTM 4, VTM Gold, VTM Non-stop, VTM GO, Streamz Basic
● Het Halfroend vzw	679840435	Intern	vlaamsparlement.tv
● Regionale Media Maatschappij nv (Picstory)	475952274	Extern	Focus & WTV
● Roularta Media Group nv (RTR)	434278896	Extern	RINGtv, Kanaal Z (Belgian Business Television nv)
● RTV bv	461812545	Intern	RTV (regionaal)
● Transfer nv	841954753	Extern	Eclips TV (Via Plaza nv), Pickx+, Pickx+ Sports (Proximus nv), Studio 100 TV (Studio 100 TV nv), Sport 10 (CSI Sports Media bv), Kanaal Z (Belgian Business Television nv), TV Oost (regionale zender) ATV (regionale zender), ROB TV (regionale zender)
● TV Limburg bv	1006311058	Intern	TV Limburg
● VAR nv	441331984	Extern	VRT 1, VRT Canvas, VRT MAX
● Vlaams-Brusselse Media vzw	547949238	Intern	Bruzz

Tabel 12: Reclameregie televisie van de voornaamste Vlaamse televisieomroepen<sup>106 107</sup>

Enkel de televisieomroepen die onder Vlaamse bevoegdheid vallen worden hierboven vermeld, maar het

104 Beast Studio bv: opening faillissement sinds 31 oktober 2022.

105 Grid bv: opening faillissement sinds 7 april 2020.

106 Adverteerders kunnen de reclameruimte voor Streamz Basic op Streamz.be inkopen via DPG Media. De reclameruimte inkopen voor Streamz Basic op Telenet verloopt via Ads & Data.

107 RTV bv is eigendom van TV-Kempen en Mechelen vzw (99%), VOKA Kempen (0,50%) en VOKA Mechelen (0,50%).

aanbod van televisieomroepen waar de Vlaamse kijker toegang tot heeft, is ruimer en sommige van deze regies werken ook voor buitenlandse zenders die zich richten op Vlaanderen (zie ook onder sectie 3.4.2 De wereld in Vlaanderen).

De afgelopen jaren is er een duidelijke shift van lineair naar meer uitgestelde vormen van tv-kijken. Hierdoor komen de bestaande advertentiemodellen onder druk en vloeit reclamegeld weg naar grote buitenlandse spelers. Deze inkomsten zijn echter nodig om opnieuw te investeren in Vlaamse content. Als antwoord op deze shift en het weglekken van reclamegeld worden er nieuwe advertentiemodellen en -samenwerkingen geïntroduceerd. Een voorbeeld van een nieuw advertentiemodel is de implementatie van 1 minuut niet-doorspoelbare reclame bij het bekijken van een opgenomen programma. De rest van het programma, inclusief reclameblokken, blijven wel doorspoelbaar. Alle commerciële televisie-omroeporganisaties hebben met ten minste één telecomoperator zo'n overeenkomst afgesloten. Deze wijziging wordt meestal eerst geïmplementeerd op de nieuwste generatie TV-boxen en vervolgens uitgebreid naar oudere modellen. Deze overeenkomst laat ook addressable advertising (gepersonaliseerde reclamecampagnes) toe. Mits toestemming van de klant wordt er reclame aangeboden op basis van klantendata (leeftijd, gezinssamenstelling, etc.), wat tevens de "irritatiegraad" van reclame kan verlagen.

In maart 2023 lanceerde Ads & Data het "total tv – ecosystem", wat het resultaat is van twee gekoppelde ecosystemen (dat van settopboxen en dat van de online wereld). Ads & Data is 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. Dit kan over verschillende omgevingen heen worden ingezet om zo doelgericht te adverteren.<sup>108</sup>

Mede door het doorspoelen van de reclameblokken stellen televisieomroeporganisaties kleinere productiebudgetten ter beschikking, waardoor programmamakers vaker overschakelen op "productplacement" (reclame verwerkt in het tv-programma). Denk hierbij aan een merk dat prominent in beeld komt.<sup>109</sup> In het Mediadecreet zijn hieromtrent regels opgenomen.<sup>110</sup>

Enkele voorbeelden van advertentiesamenwerking zijn enerzijds de nationale reclamereguleerder Ads & Data, de joint venture tussen Mediahuis, Telenet en Proximus. Anderzijds werd de overname van RTL Belgium door DPG Media en Groupe Rossel in april 2023 gefinaliseerd na een eerder arrest door het Brussels hof van beroep (Marktenhof) waarbij het de beroepen tegen de beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit hieromtrent ontvankelijk maar ongegrond verklaarde.<sup>111</sup>

In mei 2023 vernieuwden DPG Media en Groupe Rossel het Premium Newsbrands United (PNU)-aanbod om op een gemakkelijkere manier digitale campagnes in België te kunnen aanbieden.<sup>112</sup>

Zoals eerder vermeld in het rapport kent de samenwerking tussen VAR en Mediahuis/Telenet (Play Media) op vlak van radioreclame ook een luik op vlak van televisiereclame. Zo zal Ads & Data ook reclame verkopen voor VRT MAX.

Proximus heeft begin 2024 een samenwerkingsakkoord afgesloten met LiveRamp om de commerciële mogelijkheden voor adverteerders in addressable TV beter te benutten. Dankzij het gebruik van het LiveRamp-platform kan Proximus data van externe datapartners integreren in gerichte tv-campagnes. De samenwerking stelt ook adverteerders in staat hun eigen first-party data te gebruiken voor gerichte tv-reclame.<sup>113</sup>

De Vlaamse Regering en de Vlaamse mediabedrijven investeren in een nieuw crossmediaal meetsysteem via het Cross Mediaal Consortium (XMC)<sup>114</sup>. De Vlaamse Regering doet een bijdrage van 4 miljoen euro vanuit de

108 Mediaspecs, "Ads & Data lanceert total tv – ecosystem", <https://www.mediaspecs.be/ads-data-lanceert-total-tv-ecosysteem/>, 13 maart 2023.

109 De Standaard, Droeven, V., "Adverteerders proberen u almaar geniepiger te beïnvloeden", 09 januari 2023.

110 Zie Onderafdeling IV, art. 98-101.

111 Meer informatie over de verkoop van RTL België én RTL Nederland kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 41 (inffragment 9).

112 Mediaspecs, "DPG Media en Rossel vernieuwen het PNU-aanbod", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-en-rossel-vernieuwen-het-pnu-aanbod/>, 12 mei 2023.

113 Mediaspecs, "Proximus werkt samen met LiveRamp: adverteerders kunnen data inzetten voor gerichte tv-campagnes", <https://www.mediaspecs.be/proximus-werkt-samen-met-liveramp-adverteerders-kunnen-data-inzetten-voor-gerichte-tv-campagnes/>, 12 januari 2024.

114 Ads & Data, DPG Media, Mediafin, Mediahuis, de niet-openbare regionale televisievereniging Vlaanderen (NORTV), Play Media, Roularta Media Group, Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR), Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) en WE MEDIA

'Vlaamse Veerkracht' relancemiddelen. De mediagroepen zelf investeren 1,7 miljoen euro. Dit systeem, uitgevoerd door Ipsos België, zal vanaf 2024 het mediagebruik van 1.500 Vlamingen op verschillende toestellen meten. Het doel is om lokale media beter te laten inspelen op gebruikerswensen en de dominantie van internationale spelers tegen te gaan. Vanaf 2025 zal dit systeem een totaalbeeld geven van het mediabereik over alle platformen heen. Ipsos heeft ervaring met soortgelijke projecten in het Verenigd Koninkrijk en Nederland.<sup>115</sup>

Volgend op de omzetting van de herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, zijn de Vlaamse omroepen vanaf 30 september 2024 verplicht om hun kijkers te waarschuwen voor mogelijke schadelijke inhoud. Dit gebeurt aan de hand van de symbolen van het nieuwe classificatiesysteem GoedGezien. De Vlaamse Regulator voor de Media treedt hier op als toezichthouder.

## 1.2.2 Aggregatie: televisieomroeporganisaties

Televisieomroeporganisaties kunnen in eerste instantie worden onderverdeeld in openbare en particuliere omroeporganisaties. Binnen de particuliere omroeporganisaties maakt het Mediadecreet een onderscheid tussen private televisieomroeporganisaties en regionale televisieomroeporganisaties.

Televisieomroeporganisaties bieden televisiediensten aan. Deze diensten kunnen worden onderverdeeld in lineaire en niet-lineaire omroepdiensten. De eerste categorie omvat de door omroeporganisaties aangeboden omroepdiensten voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma's op basis van een programmaschema (m.a.w. 'klassiek' tv-kijken). De tweede categorie zijn de door de omroeporganisaties aangeboden omroepdiensten die de gebruiker de mogelijkheid bieden om audiovisuele programma's te bekijken op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus (ook wel audiovisuele omroepdiensten-op-aanvraag genoemd).

In de volgende punten wordt eerst ingegaan op het lineaire aanbod van de televisieomroeporganisaties. In een laatste punt komen de niet-lineaire televisiediensten aan bod.

### 1.2.2.1 De openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod

Sinds 1 mei 2012, de ontkoppeling van Ketnet en Canvas (nu VRT Canvas), beschikt de openbare omroep over drie televisiekanaalen: VRT 1, VRT Canvas en Ketnet/OP12. Het derde VRT-kanaal richtte zich na 20 uur met een specifiek aanbod op jongeren en buitenlanders in Vlaanderen, maar bleek minder succesvol dan verwacht. In het regeerakkoord 2014-2019 besliste de Vlaamse Regering dat OP12 moest verdwijnen. Het derde kanaal blijft wel in gebruik voor de ontkoppeling van Ketnet en als uitwijk- en servicekanaal (bv. voor het journaal met gebarentaal).

Begin mei 2023 veranderde de naam van het kanaal "Eén" naar "VRT 1". Ook de huisstijl werd opgefrist. Het doel hiervan is om, zeker in een digitale context, het moedermerk VRT centraler te zetten en een meer overkoepelende identiteit te bekomen.<sup>116</sup> Op 22 augustus 2023 maakte de VRT haar najaarsprogrammatische publiek. Hierbij viel op dat ook Canvas (een beetje) van naam verandert en verder gaat als "VRT Canvas". Daarbij hoort eveneens een nieuw logo en huisstijl. De publieke omroep is van mening dat de benaming VRT Canvas beter aansluit bij VRT 1, maar ook bij VRT MAX of VRT NWS.<sup>117</sup> Ketnet behoudt wel (nog) zijn naam.

De VRT presenteert verder onder de merknaam Sporza zijn televisiesportaanbod en onder de merknaam Ketnet Junior content voor kinderen jonger dan zes jaar.

<sup>115</sup> XMP, "Lancering van het Cross Media Panel (XMP) in Vlaanderen", 13 mei 2024.

<sup>116</sup> De Tijd, Serrure, B., "Zeg niet meer 'Een' tegen 'VRT 1'", 01 mei 2023.

<sup>117</sup> De Standaard, Lammens, K., "VRT wil u laten lachen, Canvas krijgt een make-over", 22 augustus 2023.



AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
● VRT nv	244142664	VRT 1
		VRT Canvas
		Ketnet

Tabel 13: Openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod

De VRT zal de komende drie jaar samenwerken met zeven andere Europese publieke omroepen onder de naam “New8”. Deze samenwerking zal Vlaamse fictiereeksen een groter internationaal publiek geven en de VRT in staat stellen meer internationale hitseries uit te zenden. Vanaf 2024 zullen de acht omroepen jaarlijks acht nieuwe series gezamenlijk financieren. De “New8”-samenwerking omvat omroepen uit België, Nederland, Duitsland, Noorwegen, Zweden, Finland, Denemarken en IJsland. Dit is een primeur voor een dergelijke intensieve samenwerking in fictie tussen Europese publieke omroepen. De Scandinavische omroepen zijn al onderdeel van de Nordic 12 fictie-alliantie, bekend van series als “Exit” en “The thin blue line”.<sup>118</sup>

Conform artikel 16 van het Mediadecreet wordt tussen de Vlaamse Regering en de VRT een beheersovereenkomst afgesloten. Op 10 december 2020 keurde de Vlaamse Regering de huidige beheersovereenkomst met de VRT goed.

De overeenkomst heeft betrekking op de periode 2021-2025 en bevat de strategische doelstellingen van de VRT, meer concrete operationele doelstellingen en KPI's. De VRM voert een jaarlijks toezicht uit op de naleving van de beheersovereenkomst door de VRT. De tekst van de huidige beheersovereenkomst kan op de VRT-website geraadpleegd worden.<sup>119</sup> Alle performantiemaatstaven die in 2023 behaald moesten worden, werden, op één na, ook behaald. Het VRM-toezichtsrapport geeft meer duiding omtrent de maatstaven en kan op de VRM-website worden geraadpleegd.

In de beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT is opgenomen dat de VRT de nodige medewerking zal verlenen aan de monitoring van haar onpartijdigheid. In uitvoering van deze bepaling werd door de Universiteit Antwerpen in opdracht van de VRM een onderzoek gevoerd naar de onpartijdigheid van de VRT in haar nieuwsberichtgeving in 2023. Het Journaal op Eén (19u), met als vergelijkingspunt Het Nieuws van VTM (19u), en de duidingsprogramma's van VRT werden onderzocht. Daarnaast werd de VRT-berichtgeving in drie cases vergeleken met de berichtgeving in andere media.

De hoofdconclusie is gelijkaardig aan die van de voorbije jaren: beide journaals vertonen gelijklopende resultaten. De klemtoon ligt daar op actoren met macht (ministers en regeringspartijen; de machtslogica).

### 1.2.2.2 Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod

Volgens het Mediadecreet kan iedereen, mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan, private lineaire televisiediensten aanbieden. De private omroeporganisaties die een dergelijke lineaire televisiedienst willen aanbieden, moeten zich aanmelden bij de Vlaamse Regulator voor de Media. Voor zelfpromotiekkanalen moet dit niet gebeuren. Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod geeft een overzicht van de televisiediensten van private televisieomroeporganisaties die eind september 2024 waren aangemeld bij de VRM.

Naast de grote private televisieomroeporganisaties zijn er ook kleinere spelers die zich met hun zenders focussen op niches van de markt. Voorbeelden van deze kleinere themazenders zijn Dobbitt tv, Plattelands TV en Njam!.

In september 2024 werd het digitale platform Themax gelanceerd. Op dit moment trekken nichezenders MENT, Dobbitt TV, PlattelandsTV en het nieuwe Sportmaxx de kar. Later worden nog andere themakanalen

<sup>118</sup> VRT NWS, Sokol, K., “Meer Europese fictie op VRT en meer VRT-reeksen in het buitenland door nieuwe samenwerking tussen 8 Europese publieke omroepen”, 10 oktober 2023.

<sup>119</sup> <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/>

toegevoegd. Themax heeft Project On als reclameregie.

In titel 1.2.1.5. van dit rapport werd reeds aangehaald dat de huidige advertentiemodellen onder druk staan waardoor reclamegeld wegvloeit naar het buitenland. Als reactie hierop werden/worden nieuwe advertentiemodellen geïntroduceerd, bv. de 1 minuut niet-doorspoelbare reclame bij het bekijken van een opgenomen programma.

Er zijn ook een aantal buitenlandse zenders die zich richten op Vlaanderen. Doordat zij aangemeld zijn bij buitenlandse regulatoren worden zij hier niet vermeld. Meer info onder 3.4.2 De wereld in Vlaanderen.

Een overzicht van de bij de VRM aangemelde private omroepen met een lineair aanbod wordt weergegeven in Tabel 14.





# LINEAIRE TV

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
● Belgian Business Television nv	461874705	Kanaal Z
● CSI Sports Media bv	673712708	Sport 10
● Dobbit Nv	454023544	Dobbit TV
● DPG Media nv	432306234	VTM
		VTM2
		VTM3
		VTM4
		VTM Gold
		VTM NON-STOP
		Qmusic
● Het Halfroond vzw	679840435	Vlaams Parlement TV
● Lumana.Media bv	737845841	TV Plus
● Ment Media bv	820484495	MENT55
		MENTpop
● Njam! nv	830498855	Njam!
		njam!
● Plattelands TV nv	668376124	PlattelandsTV
● Proximus Media House nv	875092626	Proximus Pickx Live
		Pickx+ Sports
		Pickx+
● Play Media nv	473307540	Play4
		Play5
		Play6
		Play7
		Play Crime
		Play 247
● Studio 100 TV nv	540814788	Studio 100 TV
● Telenet bv	473416418	Play More Cinema
		Play More Kicks
		Play More Black
		Play Sports 1
		Play Sports 2
		Play Sports 3
		Play Sports 4
		Play Sports Premier League
		Play Sports Golf
		● Via Plaza nv

Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod

In februari 2022 raakte bekend dat de redacties van het weekblad Trends en de tv zender Kanaal Z werden samengebracht in één redactie, met een nieuwe centrale newsdesk die vanaf dan werkt voor het weekblad, de website en de zender.<sup>120</sup> Sinds 2 mei 2023 nam de eengemaakte nieuwsredactie haar intrek in een nieuwe TV-studio.<sup>121</sup>

Begin 2023 verdween de lineaire kindrzender VTM Kids omdat de doelgroep haast uitsluitend via streamingdiensten naar de programma's kijkt. DPG Media en Studio 100 kwamen overeen dat er Studio 100-programma's in het ochtendblok van VTM worden geprogrammeerd met daarnaast een aparte Studio

<sup>120</sup> TrendsTop-Knack, "Redacties Trends en kanaal Z worden samengevoegd", <https://trendstop.knack.be/nl/ontop/ondernemen/redacties-trends-en-kanaal-z-worden-samengevoegd-1067-1480380.aspx>, 23 februari 2022.

<sup>121</sup> Mediaspecs, "Roularta opent nieuwe economische TV-nieuwsstudio voor Kanaal Z en Trends", <https://www.mediaspecs.be/roularta-opent-nieuwe-economische-tv-nieuwsstudio-voor-kanaal-z-en-trends/>, 24 april 2023.

100-zone binnen VTM GO.<sup>122</sup> Kort nadien lanceerde DPG Media de lineaire zender “VTM NON-STOP Dokters” op de vrijgekomen plaats.<sup>123</sup> Die zender wordt regelmatig gerebrand, waarbij het voorste deel ‘VTM NON-STOP’ ongewijzigd blijft.

Verder nam Telenet de zender Studio 100 TV vanaf 1 februari 2023 weer op in zijn basisaanbod. Sinds begin 2018 was de zender uit het Telenet-aanbod verdwenen nadat Studio 100 TV nv had beslist om hem exclusief bij Proximus aan te bieden. Die exclusiviteit is nu voorbij waardoor de zender opnieuw terug te vinden is in het Telenet-basisaanbod.<sup>124</sup> Ook Orange neemt sinds juli 2023 de kinderzender in haar aanbod op. De muziekbetaalzender Studio 100 Hits werd stopgezet.

Midden januari 2023 voerde SBS Belgium nv een naamswijziging door naar Play Media nv. Het bedrijf is eigendom van Telenet bv. Eerder kregen de televisiezenders reeds een ‘Play’-verwijzing. De commerciële activiteiten werden ondergebracht bij Ads & Data.<sup>125</sup>

In 2024 werd muziekzender MENT vervangen door twee nieuwe 24/7-themakanalen MENTpop en MENT55. Play Media lanceerde de nieuwe zender Play Crime.

Telenet stopte op 13 augustus 2024 met zijn gratis sportzender Play Sports Open, die enkel Telenet-klanten konden bekijken. De mediagroep brengt zijn gratis sportaanbod tegenwoordig onder bij de bestaande zender Play 6.

### **1.2.2.3 Regionale televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod**

Regionale televisieomroeporganisaties hebben een specifieke decretaal vastgelegde opdracht. Volgens het Mediadecreet moeten regionale omroepen regionale informatie brengen met de bedoeling binnen het verzorgingsgebied de communicatie onder de bevolking en tussen de overheden en de bevolking te bevorderen en bij te dragen tot de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio. Daarnaast moeten de regionale omroepen een zo groot mogelijk aantal kijkers bereiken binnen hun verzorgingsgebied met programma’s met regionale informatie over dat verzorgingsgebied. Ze moeten een hoge mate van betrokkenheid van kijkers verzekeren bij hun programma’s door het aanbod van interactieve toepassingen en ze moeten een actief diversiteitsbeleid voeren in hun organisatie en programma-aanbod.

De regionale televisieomroeporganisaties mogen pas programma’s verzorgen nadat ze daartoe door de Vlaamse Regering zijn erkend. Vlaanderen kent tien regionale televisieomroepen. Deze hebben zich verenigd in de koepelorganisatie Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen (NORTV).

Sinds 2015 wordt ook een jaarlijkse vergoeding door de dienstenverdelers voorzien, te verdelen op basis van het bereik. Er zijn ook samenwerkingsovereenkomsten (2024-2028) tussen de Vlaamse Regering en de Vlaamse regionale televisieomroepen. Deze overeenkomsten zijn gericht op het behouden en versterken van de kwaliteit, diversiteit en verscheidenheid van het aanbod van regionale informatie.

Alle omroepen ontvangen een basissubsidie van 155.000 euro per jaar, die kan worden aangevuld met 12.500 euro voor de ondertiteling van elk lineair journaal. Er zijn extra incentives om in te zetten op crossmediale werking en samenwerking, en op digitale ontsluiting, waardoor de omroepen jaarlijks aanspraak kunnen maken op 78.000 euro extra middelen, en vanaf 2027 zelfs 88.000 euro.

De samenwerkingsovereenkomst mikt ook op schaalvergroting. Zo wordt de weg vrijgemaakt voor de fusie van de regionale omroepen in West-Vlaanderen (WTV en Focus TV) en Oost-Vlaanderen (AVS en TV OOST)<sup>126</sup>, zodat er in 2026 in beide provincies nog één regionale mediaorganisatie actief zou kunnen zijn. Voor de kosten die verbonden zijn aan die schaalvergroting voorziet de regering tot en met 2026 een jaarlijkse tegemoetkoming van 80.000 euro, en vanaf 2027 bedraagt deze jaarlijkse tegemoetkoming 30.000 euro.

122 Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., “Studio 100 krijgt eigen omgeving in streaming-app: Plop, K3 en Maya de bij verhuizen naar VTM GO”, 22 december 2022.

123 Gazet van Antwerpen, “VTM komt met non-stop kanaal voor ziekenhuisseries, VTM Kids verdwijnt”, 29 december 2022.

124 Belga, “Zender Studio 100 TV keert terug bij Telenet”, 25 januari 2023.

125 De Standaard, “SBS Belgium, mediabedrijf achter de Play-zenders, wordt Play Media”, 20 januari 2023.

126 De fusie tussen AVS en TV Oost gaat (voorlopig) niet door. Meer info zie infofragment hieronder.

Deze stappen zijn genomen om de regionale omroepen te helpen evolueren met het snel veranderende mediagebruik en om hun toekomst te verzekeren.

Erkenningen voor regionale televisie worden uitsluitend verleend aan vzw's, die verantwoordelijk zijn voor de inhoud van de zenders. De exploitatie van de zenders gebeurt meestal door exploitatiemaatschappijen.<sup>127</sup> Deze maatschappijen maken het mogelijk om private investeerders aan te trekken en vormen aldus het zakelijk management van de regionale zenders. In tegenstelling tot de vzw's is het voor de exploitatiemaatschappijen wel mogelijk om banden te hebben met andere commerciële (media)bedrijven.

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBTv terecht bij de maker van Eclips TV. De Buren zal de commerciële exploitatie van de drie regionale zenders verderzetten. Met ATV en TV Oost is daarover een overeenkomst gesloten tot eind 2030. Met ROBTv loopt de huidige overeenkomst nog tot september 2027, maar die zou ook tot eind 2030 worden verlengd.<sup>128</sup> De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde op 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 wordt de commerciële exploitatie waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv, waarvan drie Limburgse familiebedrijven, namelijk Cegeka, Trixxo en Elite Group de aandeelhouders zijn. De exploitatieovereenkomst is gesloten voor de periode tot 2034.

Begin maart 2023 introduceerde ATV "Antwerpen Live". Het presenteert hiermee heel de dag het belangrijkste nieuws uit de Antwerpse regio. Met Antwerpen Live versterkt de regionale televisiezender ATV zijn samenwerking met de Gazet van Antwerpen.<sup>129</sup>

In onderstaande Tabel 15 vindt de lezer een overzicht van de regionale televisieomroepen, de erkende vzw's en de exploitatiemaatschappijen.

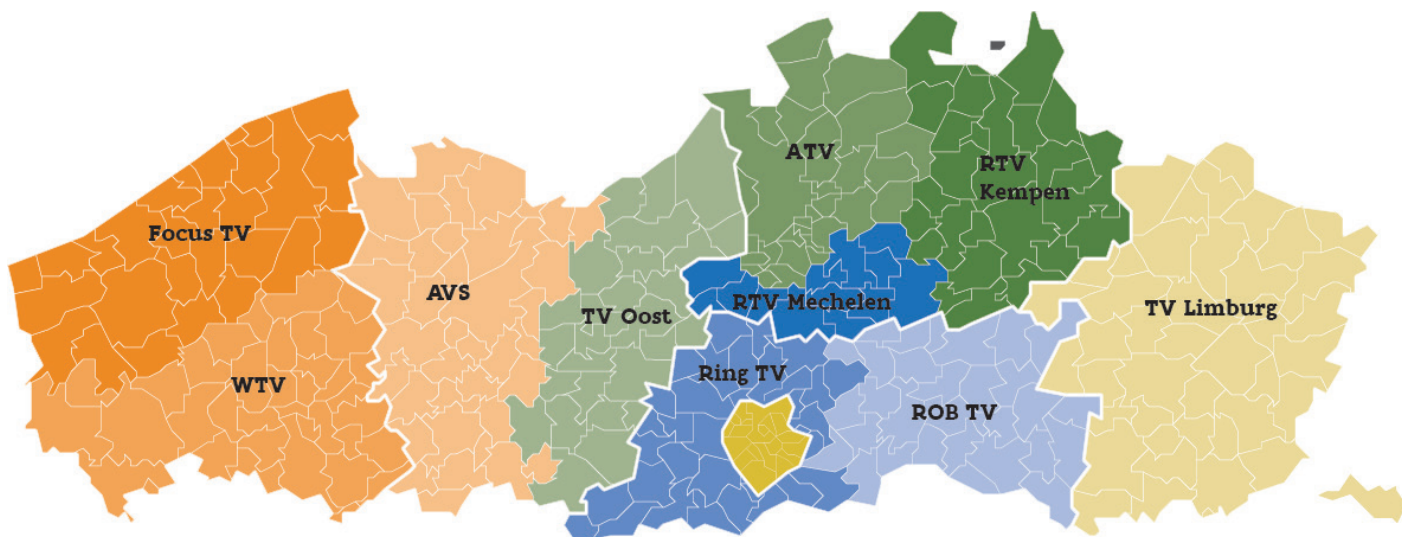
## REGIONALE OMROEPEN

VZW	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD	EXPLOITATIEMAATSCHAPPIJ	ONDERNEMINGSNUMMER
• Antwerpse Televisie vzw	432073038	ATV	De Buren nv	455948795
• Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie vzw	424806847	AVS	AVS vzw	424806847
• Focus TV – Regionale TV voor het noorden van West-Vlaanderen vzw	448696363	Focus	Regionale Media Maatschappij nv	475952274
• Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde vzw	451344166	Ring TV	-	-
• Regionale Omroep Brabant vzw	433509331	ROB TV	De Buren nv	455948795
• TV-Kempen en Mechelen vzw	454986517	RTV	-	-
• Vlaams-Brusselse Media vzw	547949238	Bruzz	-	-
• Tele-Visie-Limburg vzw	448289854	TVL	TV Limburg bv	1006311058
• Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie vzw	448803063	TV Oost	De Buren nv	455948795
• West-Vlaamse Televisie Regio Zuid vzw	431247746	WTV	Regionale Media Maatschappij nv	475952274

Tabel 15: Regionale televisieomroeporganisaties<sup>130 131</sup>

In Figuur 6: Regionale televisieomroeporganisaties in Vlaanderen worden de dekkingszones van de verschillende Vlaamse regionale omroepen uitgetekend.

127 De mogelijkheid om zonder exploitatiemaatschappij te functioneren werd door de decreetswijziging van 21/02/2014 ingeperkt. Regionale omroepen waarvan het bereik te sterk daalt zullen in de toekomst verplicht worden een overeenkomst aan te gaan met een exploitatiemaatschappij.  
 128 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.  
 129 Gazet van Antwerpen, "ATV vernieuwt met 'Antwerpen Live': de hele dag live updates en duiding over alles wat er gebeurt in de regio", 05 maart 2023.  
 130 Regionale Media Maatschappij nv is eigendom van Focus Televisie – Regionale televisie voor het noorden van West-Vlaanderen vzw (25%) en West-Vlaamse Televisie Regio Zuid vzw (75%). Er is een transactie hangende die WTV Zuid voor 100% eigenaar zou maken, maar die is nog niet officieel bevestigd.  
 131 Ring TV heeft zijn reclamewerving uitbesteed aan RTR, dat onderdeel is van Roularta Media Group nv, via een regiecontract.



Figuur 6: Regionale televisieomroeporganisaties in Vlaanderen

### INFOFRAGMENT 3: FUSIE REGIONALE TELEVISIEZENDERS IN OOST-VLAANDEREN SPRINGT (VOORLOPIG) AF

De Vlaamse Regering keurde eind 2023 een nieuwe samenwerkingsovereenkomst goed met de regionale omroepen voor de periode 2024-2028. Deze overeenkomst beoogt de kwaliteit, diversiteit en verscheidenheid van het regionale informatieaanbod te behouden en te versterken. Een opvallend aspect van deze overeenkomst is de beoogde fusie van de regionale televisiezenders in Oost-Vlaanderen en die in West-Vlaanderen.

In Oost-Vlaanderen was het oorspronkelijke plan om de regionale omroepen AVS en TV Oost te laten fuseren. De Vlaamse Regering voorzag een jaarlijkse tegemoetkoming van 80.000 euro om deze fusie te ondersteunen. De verwachting was dat deze samensmelting binnen twee jaar zou plaatsvinden.<sup>132</sup>

De onderhandelingen tussen AVS en TV Oost liepen echter spaak. AVS verklaarde dat de gesprekken zijn afgesprongen, terwijl TV Oost beweerde dat een nieuwe financiering de snelle samenwerking onmogelijk maakt. TV Oost zal tot minstens eind 2030 haar activiteiten voortzetten zoals momenteel het geval is. De zender sloot een nieuwe deal over de financiering, die voorheen onzeker was. Hierdoor zijn de fusieplannen voorlopig van de baan.<sup>133</sup>

Hoewel de fusie niet op korte termijn zal plaatsvinden, blijven beide omroepen openstaan voor verdere gesprekken.

De regionale omroepen laten jaarlijks een onafhankelijk waarderingsonderzoek uitvoeren van hun nieuwsprogrammatie. Daaruit blijkt dat in 2023 de kijkers van de regionale omroepen duidelijk tevreden zijn met het geleverde werk. Alle omroepen krijgen een algemene waarderingsscore van minstens 7 op 10 van de Vlaming. De omroepen halen daarmee opnieuw de kwaliteitsnorm die de Vlaamse overheid naar voren schuift.<sup>134</sup>

#### 1.2.2.4 Niet-lineaire televisiediensten

Naast de “klassieke” lineaire kanalen kan een televisieomroeporganisatie ook niet-lineaire televisiediensten aanbieden. Dit zijn diensten die de gebruiker de mogelijkheid bieden om audiovisuele programma's te bekijken

<sup>132</sup> VRT NWS, De Leener, R., “Oost-Vlaanderen en West-Vlaanderen gaan naar één regionale omroep per provincie”, 15 december 2023.

<sup>133</sup> VRT NWS, Schouppe, W., “Fusie regionale televisiezenders AVS en TV Oost springt af”, 17 april 2024.

<sup>134</sup> NORTV, “Kijkers ook in 2023 zeer tevreden over hun regionale omroep”, 1 februari 2024.

op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus.<sup>135</sup> Het gaat hier dus in de eerste plaats over de zogenaamde Video-On-Demand (VOD) diensten die de omroepen aanbieden (catch-up tv zoals net gemist en ooit gemist).<sup>136</sup>

Voorbeelden van niet-lineaire omroepdiensten, volgens het Mediadecreet, zijn o.a. Streamz, (premium (+) / basic), Netflix, Disney+ en Prime Video (Amazon). Ze zijn immers zelf verantwoordelijk voor de inhoud van de omroepdiensten en organiseren die ook zelf (d.w.z. ze stellen zelf het programma-aanbod samen). Netflix, Disney en Amazon zijn Amerikaanse bedrijven maar regelen hun Europese activiteiten vanuit een vestiging in Nederland (Netflix en Disney) of Duitsland (Amazon). Ze ressorteren momenteel niet rechtstreeks onder de controlerende bevoegdheid van de VRM, hoewel ze op basis van de investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties een bijdrage leveren aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken. Meer informatie over over-the-top (OTT) niet-lineaire omroepdiensten (streamingsplatformen) onder titel 1.2.3.6 Omroepsignalisatie via OTT.

HBO Max, de streamingdienst van Warner Bros. Discovery, werd op 1 juli officieel gelanceerd in België. Op dit platform zullen series en films van productiehuis HBO, programma's van Discovery en alle sportuitzendingen van Eurosport te zien zijn. De eerste 14 dagen van het abonnement zijn kosteloos, daarna wordt het automatisch verlengd. De prijzen variëren tussen €5,99 en €13,99 per maand. Met de komst van HBO Max verliest Streamz een deel van het HBO-aanbod, maar recente HBO-reeksen zullen nog voor een periode van 6 tot 12 maanden beschikbaar blijven op Streamz. Zo blijft bijvoorbeeld de serie 'The Regime' tot 3 maart 2025 in het aanbod.<sup>137</sup> Ter versterking van haar aanbod sloot Streamz eind 2023 een licentieovereenkomst met Paramount Global Content Distribution. Disney heeft eind 2023 het resterende belang van 33% (ze hadden al 67% in handen) in de Amerikaanse streamingdienst Hulu overnemen van Comcast. Hulu heeft 48,3 miljoen abonnees en heeft een catalogus van 70.000 tv-reeksen en films. Voor Disney is Hulu een strategische prioriteit om een breder publiek te bereiken naast gezinnen met kinderen.<sup>138</sup>

De focus van de streamingdiensten wijzigde de laatste tijd van een natuurlijke aangroei van abonnees naar een aanpak waarbij het doelpubliek dat voordien geen abonnement kon (bv. te hoge prijs) en/of wou (bv. een gedeeld abonnement) nemen, hier nu wel de mogelijkheid toe krijgen. Hiervoor werden enkele maatregelen genomen.

Netflix lanceerde in november 2022 een goedkopere abonnementsformule mét reclame.<sup>139</sup> Een maand later volgde Disney+, dat ook de prijs voor de reclamevrije versie optrok<sup>140</sup>. Eind september 2023 kondigde Amazon aan dat het vanaf volgend jaar ook advertenties zal voorzien in haar streamingsdienst Prime Video. Het reclamevrije abonnement van Amazon verandert niet van prijs, maar is wel duurder dan de variant met reclame.<sup>141</sup> In Vlaanderen zijn deze maatregelen op het moment van redactie van dit rapport nog niet geïntroduceerd. Daarnaast maakten Netflix en Disney+ het accountdelen onmogelijk.

In 2024 kwam er dan weer meer aandacht voor opbrengsten in plaats van klantengroei. Nagenoeg alle streamingdiensten verhoogden in 2024 hun prijzen.<sup>142 143 144 145 146</sup>

Disney en Warner bundelen hun krachten om een nieuw streamingabonnement te lanceren. In de Verenigde Staten zal dit abonnement toegang bieden tot Disney+, Hulu en (HBO) Max. Er zullen twee versies beschikbaar zijn: een reclamevrije versie en een goedkopere versie met advertenties. Deze samenwerking heeft voordelen op financieel gebied en voor consumenten die hun favoriete films en series gemakkelijker willen vinden. De bundel omvat ook content van ABC, CNN, Discovery, Food Network, FX, HGTV, Marvel, Pixar, Searchlight en Warner

135 Deze definitie werd overgenomen uit het Mediadecreet.  
136 Telenet en Proximus bieden nog andere programma's aan via VOD, maar deze maken geen deel uit van het Vlaamse aanbod. Daarom werden de VOD-diensten van bijvoorbeeld Discovery Channel, Karaoke Channel, La Une, La Deux, History Channel niet in dit overzicht opgenomen.  
137 VRT NWS, Grunewald, M., "Streamingdienst HBO Max komt in juli naar België, Streamz verliest deel van aanbod", 7 mei 2024.  
138 De Tijd, Dereymaeker, F., "Disney kan streamingdienst Hulu volledig overnemen, maar tegen welke prijs?", 2 november 2023.  
139 De Tijd, Nerinckx, E., "Netflix lanceert lowcost- abonnement", 14 oktober 2022.  
140 Het Nieuwsblad, "Na Netflix lanceert ook Disney+ goedkoper abonnement met reclame", 8 december 2022.  
141 Het Laatste Nieuws, "Ook Amazon voert reclame in bij abonnement op streamingdienst, maar niet in België", 22 september 2023.  
142 Het Laatste Nieuws, "Apple verhoogt prijs voor streamingdienst Apple TV+", 25 oktober 2023.  
143 Het Nieuwsblad, "Streamingdienst Streamz verhoogt prijzen, maar niet voor alle abonnementsformules", 11 maart 2024.  
144 VRT NWS, Sokol, K., "Netflix verhoogt opnieuw de prijzen in België", 8 mei 2024.  
145 Het Nieuwsblad, "Netflix neemt maatregelen tegen delen account, ook in België", 23 mei 2023.  
146 Het Laatste Nieuws, "Disney+ volgt voorbeeld van Netflix en legt een verbod op het delen van accounts", 8 februari 2024.



Bros. Dit initiatief volgt een trend waarbij grote streamingdiensten samenwerken om hun aanbod te versterken en klantverloop tegen te gaan.<sup>147</sup>

Apple zou met zijn partners overleggen om zijn vergoedingsmodel voor makers van tv-content aan te passen. Vandaag werkt de streamingindustrie met betalingen vooraf. Zowel streamers als makers willen weer meer naar een model waarbij wordt vergoed volgens prestatie. Ook bedrijven als Netflix en Amazon werken achter de schermen aan een nieuw model.<sup>148</sup>

Lokale spelers hebben echter niet stilgezeten en enkele internationale voorbeelden overgenomen. Zo lanceerde DPG Media begin mei 2023 de betalende versie van haar gratis streamingsplatform VTM GO. 'VTM GO+' biedt de betalende abonnee een reclamevrije omgeving waarbij o.a. sommige series een week vroeger én in één keer (bingewatching) kunnen worden bekeken.<sup>149</sup> Enkele weken later kondigde Streamz, de joint-venture van DPG Media en Telenet, als eerste streamingsdienst in Vlaanderen een abonnement met reclame aan.<sup>150</sup> Met 'Streamz Basic' probeert het een nieuwe doelgroep aan te spreken en ervoor te zorgen dat meer mensen toegang vinden tot Streamz.<sup>151</sup>

Sinds begin 2024 wordt de Vlaamse streamingdienst Streamz ook via de app van VTM GO aangeboden. Wie al een abonnement op Streamz heeft, kan dat koppelen in de VTM GO-app. En wie nog geen Streamz kijkt, maar dat wel ambiert, kan zich via diezelfde app met enkele klikken abonneren.<sup>152</sup>

Toch is er ook enige bezorgdheid bij verschillende actoren omtrent Streamz naar aanleiding van het overnamebod van de Amerikaanse telecom- en mediaspeler Liberty Global op Telenet. Liberty Global had reeds de meerderheid van de Telenet-aandelen, maar na een geslaagd overnamebod is Telenet nu 100% eigendom van Liberty Global. Het gevolg is dat ook Streamz dus voor de helft in Amerikaanse handen komt.

Een interessant proefproject in de marge van de zoektocht naar een duurzaam bedrijfsmodel is dat van VRT, DPG Media en Play Media. Zij slaan namelijk de handen in elkaar voor een proefproject rond Artificiële Intelligentie (AI) en automatische ondertiteling. De gigantische hoeveelheid content moet ook voorzien worden van ondertitels, wat ook een financiële kost is. De Vlaamse Regering trekt 500.000 euro steun uit voor dit project. Tegen eind 2024 moet het automatische ondertitelingssysteem worden opgeleverd.<sup>153</sup>

Tabel 16: Niet-lineaire televisiediensten geeft een overzicht van de niet-lineaire diensten die op het moment van redactie bij de VRM zijn aangemeld.

147 Het Nieuwsblad, "Streamingdiensten Disney en Warner bundelen krachten: nieuw abonnement gelanceerd", 9 mei 2024.

148 De Tijd, Serrure, B., "Streamers herbekijken vergoedingsmodellen", 13 mei 2024.

149 De Tijd, Serrure, B., "VTM GO begint met betalende versie om reclame te skippen", 3 mei 2023.

150 De Tijd, Serrure, B., "Streamz mikt op groeispurt met goedkoper abonnement met reclame", 17 mei 2023.

151 Mediaspecs, "Vanaf 22 mei kunnen merken voor het eerst adverteren op Streamz", <https://www.mediaspecs.be/vanaf-22-mei-kunnen-merken-voor-het-eerst-adverteren-op-streamz/>, 17 mei 2023.

152 De Tijd, Serrure, B., "VTM integreert Streamz in streamingplatform VTM GO", 16 januari 2024.

153 De Morgen, Dumon, P., "VRT, DPG Media en Play Media slaan de handen in elkaar voor proefproject met kunstmatige intelligentie - Hoe AI ons aan meer en snellere ondertitels moet helpen", 23 maart 2023.

# NIET-LINEAIRE TELEVISIEDIENSTEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
● Belgian Business Television nv	461874705	Look@z
		Kanaal Z
● DPG Media nv	432306234	VTM
		VTM2
		VTM3
		VTM4
		VTM Gold
		VTM NON-STOP
		VTM GO
		VTM GO+
		Vtm.be
		Dobbit nv
Het Halfroond vzw	679840435	Vlaams Parlement TV
Lumana.media bv	737845841	TV Plus
Ment Media bv	820484495	MENT4you
● Njam! nv	830498855	Njam!
		njam!
Plattelands TV nv	668376124	NTV
● Proximus Media House nv	875092626	Proximus Pickx Live
		Pickx+ Sports
		Pickx+
● Play Media nv	473307540	Play4
		Play5
		Play6
		Play7
		Play Crime
		Goplay.be
● Streamz bv	749898387	Streamz Basic
		Streamz Premium
		Streamz Premium+
Studio 100 TV nv	540814788	Studio 100 tv
● Telenet bv	473416418	Play More
		Streamz Basic
		Streamz Premium
		Streamz Premium+
● VRT nv	244142664	Net gemist / ooit gemist
		VRT 1
		VRT Canvas
		Ketnet
		VRT MAX

Tabel 16: Niet-lineaire televisiediensten<sup>154 155</sup>

## 1.2.2.5 Videoplatformdiensten

In het voorjaar van 2021 werd de herziene AVMD-Richtlijn omgezet in het Mediadecreet. Een van de wijzigingen was de introductie van videoplatformdiensten.<sup>156</sup> YouTube, TikTok of Instagram zijn voorbeelden

<sup>154</sup> Een persoon kan zich op twee manieren abonneren op de SVOD-dienst Streamz Premium(+). Een eerste manier is via Telenet bv. Momenteel is dit enkel mogelijk als die persoon reeds een tv-abonnement heeft bij Telenet. Een tweede manier is via een abonnement bij Streamz bv, dat een 50-50 joint venture is tussen DPG Media nv en Telenet bv. Qua inhoud is er geen verschil. De inkomsten gaan, afhankelijk van de manier, respectievelijk naar Telenet bv of Streamz bv.

<sup>155</sup> In de loop van 2021 en 2022 waren er enkele wijzigingen bij Het Halfroond vzw. Zo werd o.a. de eigen website (www.vlaamsparlement.tv, inclusief de niet-lineaire dienst) stopgezet en ingekanteld in de website van het Vlaamse Parlement zelf (www.vlaamsparlement.be). Het Halfroond vzw bracht de VRM hier niet formeel van op de hoogte, enkel van de naamswijziging naar Vlaams Parlement TV, waardoor het nog in deze tabel is vermeld.

<sup>156</sup> Een videoplatformdienst is een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarbij het hoofdoel van de dienst, een daarvan losstaand gedeelte of een essentiële functie daarvan bestaat in het aanbieden van programma's door gebruikers gegenereerde inhoud, of beide, aan



van een videoplatformdienst.

#### INFOFRAGMENT 4: HERVORMING INVESTERINGSVERPLICHTING IN AUDIOVISUELE PRODUCTIES

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw besluit goed om de audiovisuele sector te stimuleren door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken. Deze hervorming heeft tot doel de Vlaamse audiovisuele productiesector te versterken en investeringen in audiovisuele producties aan te moedigen.<sup>157</sup>

Een gelijkaardige regeling was al van toepassing op dienstenverdelers en particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden. Voortaan moeten ook aanbieders van videoplatformdiensten bijdragen aan de financiering van lokale producties, omdat zij inkomsten genereren in Vlaanderen door de exploitatie en distributie van Vlaamse audiovisuele content.

De nieuwe investeringsverplichting treedt grotendeels in werking op 1 januari 2025. In 2027 zal de Vlaamse Regering de regeling evalueren en eventueel voorstellen tot herziening formuleren.

De Amerikaanse aanbieders van videoplatformdiensten zijn alleszins ontevreden en vinden dat Vlaanderen verder gaat dan de Europese Richtlijn toelaat.<sup>158</sup>

Maar ook het Vlaams Audiovisueel Fonds<sup>159</sup>, de Scenaristengilde, De Unie van Regisseurs en de beroepsvereniging van onafhankelijke film- en televisieproducenten (VOFTP) uiten hun bezorgdheden. Doordat afhankelijke productiehuisen onder bepaalde voorwaarden ook als onafhankelijk kunnen kwalificeren, krijgen ze nu immers toegang tot bepaalde subsidiemechanismen, wat voorheen alleen voor onafhankelijke productiehuisen was. Dit creëert zorgen over onzekerheid voor onafhankelijke productiehuisen.<sup>160</sup>

Met de komst van socialmediaplatformen is er ook een ontelbaar aantal grote en kleine content creators ontstaan. De afgelopen jaren evolueert de Vlaamse markt richting meer maturiteit. Een indicatie hiervan is de introductie van overheidsregulering, bv. het Content Creator Protocol van de VRM. Bijgevolg zijn er ook influencer marketing bureaus op de markt gekomen die een brug vormen tussen content creators en bedrijven, en helpen bij de socialmediacampagne voor de promotie van een merk of product.

De Social Media Watchers van de VRM lijsten verschillende bureaus op (niet-exhaustief), zoals Mastr, NextChapter Agency, NegenZestien, Starsky, Influenzo, BeInfluence, en NoStrezz.

2024 kende wel een prominent faillissement in deze sector. Influo, een toonaangevend influencerbureau, werd op 14 mei 2024 failliet verklaard. Met meer dan 100 aangesloten influencers en een jaarlijks mediabudget van 1 miljoen euro, leek Influo een stevige pijler in de industrie. Echter, een opeenstapeling van schulden en een onvermogen om deze te voldoen, leidde tot de ondergang van het bureau.

De impact van dit faillissement strekt zich uit tot de influencers zelf, velen van hen met openstaande facturen en onbetaalde campagnes. Het verhaal van Influo is symptomatisch voor de bredere problemen binnen de sector, waarbij bureaus worstelen om winstgevend te blijven te midden van snel veranderende marktomstandigheden.

De technologie van Influo (matchmaking tussen creator en partner) werd wel opgekocht door

het algemene publiek, waarvoor de aanbieder van het videoplatform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt, ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken en waarvan de organisatie wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform, onder meer met automatische middelen of algoritmen, namelijk door weergeven, taggen en rangschikken.

157 CJM, "Nieuwe stimuleringsregeling voor audiovisuele sector", <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-stimuleringsregeling-voor-audiovisuele-sector>, 17 mei 2024.

158 De Standaard, Deckmyn, D., "Meta en Youtube bezorgd over plannen van minister Dalle om hen te laten meebetalen aan tv-producties", 23 januari 2024.

159 De Tijd, Van Bockstal, K., "Vestzak-broekzakoperatie dreigt in Vlaamse film- en tv-wereld", 29 maart 2023.

160 Scenaristengilde, "Hervorming investeringsverplichting", <https://scenaristengilde.be/Nl/nieuws/Hervorming-investeringsverplichting/1450>, 23 augustus 2023.

influencermarketingplatform Stellar Tech.

Ook Connus, een jong softwarebedrijf dat influencers en bedrijven met elkaar matcht, is in 2024 over de kop gegaan.<sup>161</sup>

Brancheorganisaties zoals ACC en FeWeb hebben gereageerd op deze crisis door te benadrukken dat ze zich inzetten voor een structureel gezonde influencer-markt. Verder nam de Waalse mediagroep Rossel volledige controle over het influencermarketingbureau Efluenz. Efluenz, opgericht in 2018, heeft een netwerk van 4.500 influencers en werkt voor merken zoals Huawei en Proximus. De overname door Rossel, die al een aanzienlijk aandeel had sinds 2019, markeert een nieuwe fase in de Belgische influencermarketingsector, vooral na recente ontwikkelingen zoals het faillissement van andere platforms.<sup>162</sup>

### 1.2.3 Distributie: omroepsignaaltransmissie

Er bestaan verschillende methoden om televisieomroepsignalen te distribueren. Oorspronkelijk werden tv-signalen enkel op analoge wijze via de ether (=terrestrisch) verspreid (ontvangst via antenne). Sinds de introductie van kabeltelevisie in de jaren 1960-70 is deze vorm van omroepsignaaltransmissie almaar populairder geworden, waardoor het vandaag in Vlaanderen de meest gebruikte technologie is om televisie te ontvangen. Satellietelevisie bestaat in Vlaanderen, maar het aantal abonnees blijft beperkt. Door de introductie van digitale terrestriële televisie en de daarop volgende analoge switch-off werd analoge terrestriële televisie volledig vervangen.<sup>163</sup>

Bij technieken zoals kabel of DSL bestaat een gedeelte van het netwerk wel uit glasvezelverbindingen (fiber), maar het laatste deel van de wijkcentrale/wijkverdeler tot aan de woning is coax of twisted-pair. Deze vormen verreweg het grootste aandeel van de aansluitingen. Bij Fiber To The Home (FTTH) is ook dat laatste stuk naar de woning glasvezelkabel. In het deel over internet (1.4) wordt dit meer diepgaand besproken.

Naast de gekende kabelomroepnetwerken (Telenet bv, Proximus nv en Orange Belgium nv) hebben ook Canal+ Luxembourg sàrl (TV Vlaanderen), Wyre bv, Left Brain Value nv en Amazon Digital UK Ltd zich bij de VRM aangemeld als kabelomroepnetwerk.

Een overzicht van de categorieën van omroepsignaaltransmissie kan de lezer terugvinden in onderstaande Tabel 17: Platformen voor omroepsignaaltransmissie.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE

KABEL			DRAADLOOS				
Coax	xDSL	FTTH	Terrestriel		Satelliet		OTT
			Vast en draagbaar	Mobiel			Geconnecteerde tv Web-tv
Digitaal	Digitaal (DVBC)	Digitaal	Digitaal	Digitaal (DVBT(2))	Analoog	Digitaal (DVBS)	Digitaal

Tabel 17: Platformen voor omroepsignaaltransmissie

Het Mediadecreet maakt een onderscheid tussen netwerkoperatoren en dienstenverdelers. Onder netwerkoperator wordt de aanbieder van een elektronisch communicatienetwerk verstaan (het bouwen, exploiteren, leiden en beschikbaar stellen van het netwerk).

Onder dienstenverdelers wordt elke rechtspersoon begrepen die door middel van elektronische communicatienetwerken één of meer omroepdiensten levert aan het publiek. De omroeporganisatie die alleen de eigen omroepdiensten ter beschikking van het publiek stelt, is geen dienstenverdelers of communicatienetwerk.

<sup>161</sup> De Tijd, Neiryck, P., "Tweede influencerplatform uit Gent legt boeken neer", 18 juni 2024.

<sup>162</sup> De Tijd, Neiryck, P., "Mediagroep boven Le Soir koopt Brussels bureau voor influencermarketing", 25 juni 2024.

<sup>163</sup> Meer informatie over de geschiedenis van de omroepsignaaltransmissie kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 53.

Figuur 7: WAARDEKETEN omroepsignaaltransmissiemarkt geeft de verschillende stadia weer die doorlopen worden om omroepdiensten tot bij de eindgebruiker te brengen en welke bedrijven betrokken zijn in de distributie van televisieomroepsignalen.

De omroepsignaaltransmissiemarkt wordt in sterke mate gekenmerkt door verticale integratie. Operatoren op de omroepmarkt zijn vaak actief in verschillende onderdelen van de waardeketen. De eigenaar van het netwerk is vaak ook verantwoordelijk voor de exploitatie ervan. Bovendien vervullen deze partijen dikwijls ook de rol van dienstenverdelers die pakketten van programma's levert aan de eindgebruiker op de retailmarkt.<sup>164</sup>

Ten gevolge van de Marktanalysebesluiten van 1 juli 2011 van de Conferentie van Regulators voor de elektronische Communicatiesector (CRC), is hier verandering in gekomen. De kabeloperatoren moesten immers aan elke speler die erom vraagt het volgende leveren:

- toegang tot een doorverkoop aanbod voor hun analoge televisieaanbod;
- toegang tot hun digitale televisieplatform;
- toegang tot een doorverkoop aanbod voor breedbandinternet.

Op 29 juni 2018 werd de marktanalyse herzien en werden vergelijkbare toegangsverplichtingen als diegene uit de vorige marktanalyse opgelegd met name de toegang tot het platform voor digitale televisie en een doorverkoop aanbod voor analoge televisie. Het doorverkoop aanbod voor analoge televisie wordt echter niet meer afzonderlijk opgelegd, maar enkel in combinatie met de toegang tot het platform voor digitale televisie.

Deze toegangsverplichting wordt aangevuld met verplichtingen inzake transparantie, non-discriminatie en controle van de groothandelsprijzen. De berekening van de groothandelsprijs veranderde van de eerdere "retail-minus"-methode in eerste instantie naar een billijke prijs waarbij de verhuurder een marge op zijn kosten aanrekenet. In 2020 nam de CRC hierover een kostengebaseerd prijsbesluit.

In 2021 nam de CRC in dit kader nog beslissingen over de goedkeuring van de referentieaanbiedingen van Telenet en VOO, en over de nieuwe eenmalige tarieven voor toegang tot de kabelnetwerken van Telenet en VOO. Nog in 2021 werden de voorbereidingen voor een nieuw marktanalyse traject opgestart.

Buiten dit verplichte aanbod bestaat ook de mogelijkheid van een onderhandeld wholesalecontract<sup>165</sup>.

In de loop van 2023 hadden verschillende operatoren verklaard dat het belangrijk en zelfs noodzakelijk is om samenwerkingen aan te gaan in plaats van over te gaan tot het dupliceren van glasvezelinfrastructuur, om zo de kosten voor uitrol te verlagen, en de glasvezeldekking te versnellen en/of uit te breiden. Eventuele overeenkomsten hieromtrent zouden mogelijk een impact kunnen hebben op de lopende marktanalyse dossiers die het BIPT, samen met de mediaregulators (CSA, VRM en Medienrat), momenteel uitvoert. Het BIPT had zich in een mededeling van 10 oktober 2023 bereid verklaard om, onverminderd de toepassing van het mededingingsrecht, in samenwerking met de mediaregulators (CSA, VRM en Medienrat), alle overeenkomsten of ontwerpovereenkomsten te willen bestuderen die de operatoren zouden willen sluiten.<sup>166</sup>

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulators zal gevoerd worden. De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.<sup>167</sup>

Sinds 2017 bestaat de Easy Switch-procedure, wat het o.a. voor consumenten van bundels met digitale televisie

<sup>164</sup> Een uitzondering hierop zijn onder meer satelliet- en DVB-T-omroepdiensten. De technische exploitatie van het omroepnetwerk wordt hier doorgaans verzorgd door een andere partij dan de dienstenverdelers, bv. SES/ASTRA (satelliet) en Norkring (DVB-T).

<sup>165</sup> bijvoorbeeld het in 2015 stopgezette triple playaanbod Snow van dienstenverdelers Base Company (op het Belgacomnetwerk).

<sup>166</sup> Deze mededeling is terug te vinden op <https://www.bipt.be/operators/publicatie/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-van-10-oktober-2023-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken>.

<sup>167</sup> Het BIPT heeft hierover een persbericht verspreid dat u kan nalezen op <https://www.bipt.be/operators/publicatie/proximus-fiberklaar-en-telenet-wyre-beogen-samen-te-werken-voor-de-uitrol-van-glasvezel-in-vlaanderen>

eenvoudiger maakt om van operator te veranderen. De operatoren moeten de overschakeling zelf regelen, net zoals energieleveranciers. In verhouding tot het totaal aantal huishoudens die in 2022 nieuwe klant werden van een andere operator steeg het aandeel van Easy Switch ten opzichte van 2021, namelijk 21,5% in 2021 en 23,9% in 2022.<sup>168</sup>

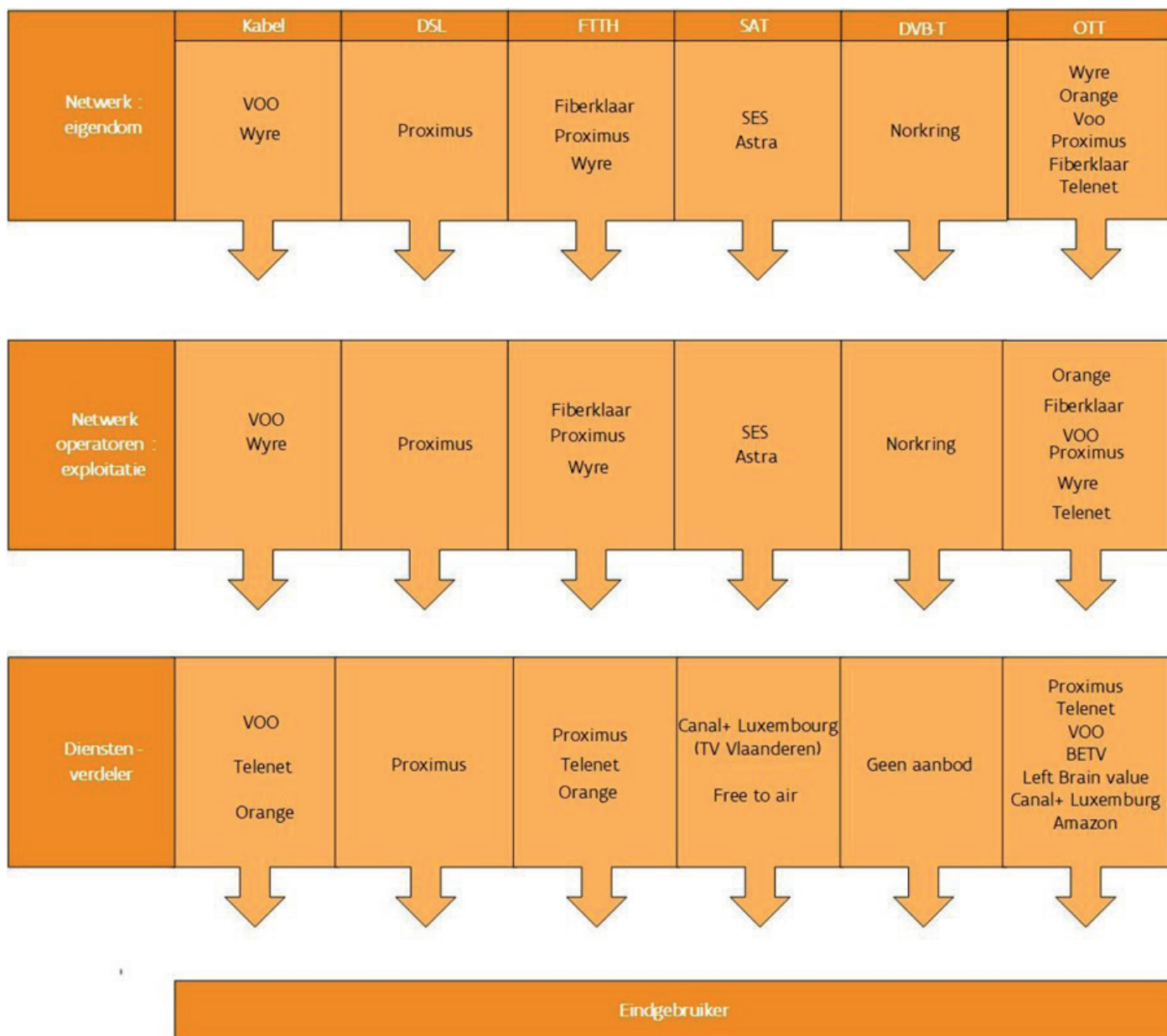
In 2022 werden hervormingen doorgevoerd om de Easy Switch procedure beter te laten werken, teneinde het klantenverloop verder te verhogen en de concurrentie te stimuleren. Dit omvat o.a. een hogere compensatie wanneer de installateur niet komt opdagen en een hervorming van de "Easy Switch ID". Het desbetreffende koninklijk besluit trad op 1 november 2023 in werking.<sup>169</sup> Eind 2023 kreeg Telenet door het BIPT een boete van 1.000.000 euro opgelegd omdat het deze procedure niet of onvoldoende aanbiedt.<sup>170</sup>

Het Mediadecreet stelt dat de netwerken, die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen en die door dienstenverdelers gebruikt worden om televisieomroepprogramma's te verdelen, ten minste om de vijf jaar worden vastgelegd door de Vlaamse Regering. In dit kader duidde de Vlaamse Regering op 3 mei 2024 de netwerken van Wyre, Proximus/Fiberklaar en VOO (Voeren) aan als netwerken die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen (must-carry netwerken).

168 BIPT, "Status van de elektronische communicatie- en televisiemarkt in 2022", [https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling\\_status\\_elektronische\\_communicatie\\_en\\_tv\\_markt\\_2022.pdf](https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2022.pdf), p.4, 14 juni 2023.

169 BIPT, "Status van de elektronische communicatie- en televisiemarkt in 2022", [https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling\\_status\\_elektronische\\_communicatie\\_en\\_tv\\_markt\\_2022.pdf](https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2022.pdf), p.57, 14 juni 2023.

170 BIPT, "BIPT legt Telenet een boete op van 1 miljoen euro", <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/bipt-legt-telenet-een-boete-op-van-1-miljoen-euro>, 21 december 2023.



Figuur 7: Waardeketen omroepsignaaltransmissiemarkt<sup>171 172</sup>

### 1.2.3.1 Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel

Tot in 2008 kende Vlaanderen acht erkende kabelverdelers, elk actief binnen een aparte geografische zone. Door zijn overnamepolitiek heeft Telenet gradueel de controle verworven over de kabeldistributie op het overgrote deel van het Vlaamse grondgebied.

Momenteel zijn er in Vlaanderen nog slechts twee kabelbedrijven actief. VOO bedient Voeren<sup>173</sup>, alle andere Vlaamse gemeenten worden van kabel voorzien door Wyre. Na de stopzetting van Coditel Brabant bvba en het commercieel aanbod SFR in 2019 treedt Telenet in Drogenbos en Wemmel op als dienstverdelers. Sinds 2022 wordt op de coaxkabel trouwens uitsluitend interactieve digitale televisie aangeboden nadat analoge televisie werd stopgezet.

<sup>171</sup> Bewerking door VRM van CRC, "Beslissing van de CRC van 1 juli 2011 betreffende de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied", [http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/20110718.-.televisieomroepmarkt.-.non.conf.-.ondertekende\\_versie.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/20110718.-.televisieomroepmarkt.-.non.conf.-.ondertekende_versie.pdf), 1 juli 2011, p. 18.

<sup>172</sup> De vierde mobiele speler, Digi, is aangekondigd, maar nog niet operationeel. Daarom is deze nog niet opgenomen in bovenstaande tabel.

<sup>173</sup> Voorheen werd Voeren bediend door intercommunale Interrosane. Op 17 december 2009 fuseerden de CVBA NewCo en Tecteo (door opslorping van NewCo door Tecteo).



## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA COAXKABEL

NETWERKBEHEERDER	ONDERNEMINGSNUMMER	DIENSTENVERDELER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
• VOO nv	696668549	VOO nv	696668549	VOO
• VOO nv	696668549	Orange Belgium nv	456810810	Orange
• Wyre bv	787805690	Telenet bv	473416418	Telenet
• Wyre bv	787805690	Orange Belgium nv	456810810	Orange

Tabel 18: Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel

VOO is zowel netwerkoperator als dienstenverdelers. Telenet is sinds 1 juli 2023, na de closing van de transactie tussen Telenet en Fluvius waarbij Wyre juridisch eigenaar werd van de bestaande netwerken van beide partijen, geen netwerkbeheerder meer, maar biedt wel nog diensten aan op het netwerk.

Kabeloperatoren ontwikkelen meer en meer aanbiedingen zonder decoder. Zo kwamen Telenet en Orange in 2021 met nieuwe aanbiedingen zoals Telenet Flow TV en Orange TV Lite.

Na de verkoop van telecomoperator VOO aan Orange Belgium (hierna Orange) in 2021 heeft die laatste begin juni 2023 de overname helemaal afgerond nadat er eind maart 2023 groen licht kwam van de Europese Commissie omtrent deze overname, mits voorwaarden.<sup>174</sup> Zo moet Telenet minstens tien jaar toegang krijgen tot het vaste netwerk van VOO en ook tot het toekomstig glasvezelnetwerk dat Orange zal uitrollen. Eind januari 2023 hadden Telenet en Orange echter al zo een overeenkomst gesloten voor vijftien jaar. Hierdoor kan Telenet zijn activiteiten uitbreiden naar Wallonië en het resterende derde van Brussel. In ruil garandeert Orange zich van toegang tot het huidige kabelnetwerk van Telenet, maar wordt het tevens klant van het glasvezelnetwerk van Wyre, de joint venture tussen Telenet en Fluvius.

Telenet breidde in 2024 het aanbod van zijn mobiele submerk BASE uit met internet en televisie, waarbij het de prijzen verlaagt. Dit initiatief heeft een dubbel doel: ten eerste wil Telenet voet aan de grond krijgen in Wallonië. Ten tweede lanceert Telenet het budgetaanbod ook in Vlaanderen, waar het zal concurreren met het eigen Telenet-merk. Deze zet lijkt te anticiperen op de komst van de prijsbreker Digi.

Orange is nu dus voor 75 procent min één aandeel eigenaar van VOO. De overige 25 procent plus één aandeel blijft in handen van verkoper Nethys, dat zo een blokkeringsminderheid behoudt voor strategische beslissingen.

Nethys heeft eind 2023 bevestigd dat het zijn belang in VOO wil omzetten in aandelen van Orange Belgium. Dit initiatief komt voort uit de overname van VOO door Orange Belgium. Na afronding van de procedure verwierf Nethys een belang van 11% in Orange Belgium en behield het de governance-rechten die verbonden zijn aan zijn belang in VOO.<sup>175</sup>

### 1.2.3.2 Omroepsignaaltransmissie via DSL

Sinds augustus 2005 kan in Vlaanderen via een DSL-kabel digitale televisie ontvangen worden. Met Pickx brengt Proximus nv een uitgebreid aanbod van interactieve digitale televisiediensten tot bij de kijker.

Via het Proximusnetwerk was ook Proximusdochter Scarlet actief. Sinds 1 oktober 2022 is Scarlet Belgium echter stopgezet na fusie door overname. Proximus heeft Scarlet volledig opgeslorpt.

Proximus startte in 2024 een grote vernieuwingsoperatie voor zijn tv-klanten. Ze krijgen op termijn allemaal een nieuwe tv box die compacter, performanter en energiezuiniger zou zijn dan zijn voorganger.<sup>176</sup>

<sup>174</sup> De Tijd, Serrure, B. "Orange rondt overname VOO af", 02 juni 2023.

<sup>175</sup> Orange corporate, "Nethys bevestigt aan Orange Belgium zijn voornemen om zijn belang in VOO om te zetten in aandelen van Orange Belgium", 21 november 2023. Orange corporate, "Orange Belgium voltooit zijn kapitaalverhoging door inbreng in natura – Nethys ruilt zijn belang in VOO Holding in voor nieuw uitgegeven aandelen van Orange Belgium", 2 mei 2024.

<sup>176</sup> De Tijd, Serrure, B. "Proximus vernieuwt 1,7 miljoen tv-decoders", 13 maart 2024.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA DSL

NETWERKBEHEERDER	ONDERNEMINGSNUMMER	DIENSTENVERDELER	ONDERNEMINGSNUMMER
● Proximus nv	202239951	Proximus nv	202239951

Tabel 19: Omroepsignaaltransmissie via DSL

### 1.2.3.3 Omroepsignaaltransmissie via FTTH

Proximus begon in 2017 met het aanleggen van FTTH-infrastructuur. Proximus wil tegen 2032 95 procent van de Belgische gezinnen uitrusten met glasvezel, goed voor een investering van in totaal € 9 miljard. In de grote Belgische steden rolt Proximus haar glasvezelnetwerk in eigen beheer uit. Daarbuiten werkt het samen met het Zweedse EQT Infrastructure onder de naam "Fiberklaar".

In juli 2024 bereikte Proximus een akkoord om het meerderheidsbelang van EQT Infrastructure in Fiberklaar over te nemen voor 246 miljoen euro. Hierdoor wordt Proximus de enige eigenaar van Fiberklaar, wat hen meer strategische autonomie en flexibiliteit biedt bij de fiber-uitrol in Vlaanderen. Fiberklaar blijft als zelfstandige entiteit binnen de Proximus Groep opereren, geleid door het huidige managementteam. De transactie wordt binnenkort afgerond.<sup>177</sup>

Telenet van haar kant rolt samen met netbeheerder Fluvius haar glasvezelnetwerk uit. Eind april 2023 zette de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) het onderzoek hierover stop nadat zowel Telenet als Fluvius een pakket bindende maatregelen afspraken om belangenconflicten te vermijden.<sup>178</sup> Eind mei 2023 gaf vervolgens de Europese Commissie groen licht voor de oprichting van de joint venture nadat uit onderzoek bleek dat de geplande transactie geen concurrentieprobleem zou opleveren. En zo, drie jaar na de eerste gesprekken, was de joint venture tussen Telenet (66,8% aandeelhouder) en Fluvius (33,2% aandeelhouder) eindelijk een feit.<sup>179</sup> In juni 2023 werd de naam van het nieuwe infrastructuurbedrijf bekendgemaakt: "Wyre". Het netwerk zal ook verhuurd worden aan concurrenten. Zo heeft Telenet met Orange Belgium al een deal gesloten voor vijftien jaar. In ruil mag Telenet het VOO-netwerk gebruiken dat Orange Belgium in Wallonië overnam.<sup>180</sup>

Orange Belgium biedt als dienstenverdelers tv-diensten aan op het netwerk van Wyre.

De vierde telecomspeler, Digi-Citymesh, heeft reeds aangekondigd naast mobiel internet (via een 5G-licentie) ook vaste internetdiensten en tv-diensten te zullen aanbieden. Voor de mobiele markt heeft Digi Belgium een nationaal roamingakkoord gesloten met Proximus, in afwachting van de bouw van een eigen net. Voor het vaste net (telefonie, internet en tv) zijn er voor zover bekend nog geen zulke akkoorden. Digi test wel de bouw van glasvezel in Brussel, maar dat is tot nader order maar op beperkte schaal.<sup>181</sup>

Het wil in het najaar van 2024 starten met een tv-aanbod dat zich richt op de cordcutters met een eigen streamingapplicatie. Waar Digi al vastelijndiensten kan aanbieden, kunnen consumenten daarbij voor een decoder kiezen.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA FTTH

NETWERKBEHEERDER	ONDERNEMINGSNUMMER	DIENSTENVERDELER	ONDERNEMINGSNUMMER	AAM AANBOD
● Wyre bv	787805690	Orange Belgium nv	456810810	Orange
		Telenet bv	473416418	Telenet
● Proximus nv	202239951	Proximus nv	202239951	Proximus
● Fiberklaar bv	760540475	Proximus nv	202239951	Proximus

Tabel 20: Omroepsignaaltransmissie via FTTH

177 Proximus (2024, 25 juli). Proximus wordt volledig eigenaar van Fiberklaar. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2024/20240725-proximus-acquires-full-fiberklaar-ownership.html#:~:text=Proximus%20bezit%20vandaag%2049%2C67,uitrol%20van%20fiber%20in%20Vlaanderen>.

178 De Tijd, Evers, F., "Concurrentiewaakhond zet onderzoek naar fiberdeal Telenet en Fluvius stop", 19 april 2023.

179 De Tijd, Dereymaeker, F., "Europa geeft fiat voor glasvezelnetwerk van Fluvius en Telenet", 31 mei 2023.

180 VRT NWS, Schillewaert, N., "Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw "Wyre"-glasvezelnetwerk voor snel internet uit", 09 juni 2023.

181 De Tijd, Serrure, B., "Nieuwe telecomspeler Digi: 'We komen met ongeziene prijzen Belgische markt op'", 16 mei 2024.



#### 1.2.3.4 Omroepsignaaltransmissie via de ether (terreestrieel)

De zenders van de openbare omroep waren steeds de enige Vlaamse zenders die via een analoge antenne te bekijken waren. Sinds de afschakeling van het analoge terreestriele signaal eind 2008, konden ze enkel nog digitaal ontvangen worden.

Het zenderpark van de VRT werd in 2008 verzelfstandigd. De VRT heeft zijn aandelen in stappen verkocht aan Norkring België (een dochter van het Noorse Telenor) en Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV).

In juni 2009 kende de Vlaamse Regulator voor de Media de licenties voor het aanbieden van een televisie- en radio-omroepnetwerk en het gebruik van de bijhorende digitale frequentiepakketten toe aan Norkring België. Eind 2022 trok de VRM echter de licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk in voor wat betreft de frequentiekanalen 49, 53 en 59.<sup>182</sup>

Sinds eind 2017 verzorgt TV Vlaanderen (Canal+ Luxembourg S.a.r.l.) een tv-abonnement via antenne in Vlaanderen en Brussel. Het aanbod bestaat uit een tiental zenders, waaronder de zenders van de drie grote Vlaamse televisieomroeporganisaties (VRT, DPG Media en Play Media). De VRT-zenders zijn echter maar in 2018 opgenomen in het DVB-T aanbod.<sup>183</sup>

Op 1 september 2024 stopte TV Vlaanderen met zijn aanbod om televisie te kijken via de ether, Antenne TV genaamd. Het bedrijf verwijst naar de dalende belangstelling en de snelle ontwikkeling van alternatieve manieren van kijken. Het verwijst de klanten door naar zijn andere diensten: televisie via satelliet of een tv-app waar internet voor nodig is.

### OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA DE ETHER - VAST

NETWERKBEHEERDER	ONDERNEMINGSNUMMER	DIENSTENVERDELER	ONDERNEMINGSNUMMER	AAN AANBOD
● Norkring België nv	808922491	Norkring België nv	808922491	Geen commercieel aanbod

Tabel 21: Omroepsignaaltransmissie via de ether (terreestrieel) – vast

Een andere vorm van terreestriele televisie is terug te vinden in mobiele televisie waarbij televisiesignalen ontvangen kunnen worden via een gsm of smartphone. Momenteel wordt hier echter geen gebruik meer van gemaakt.<sup>184</sup>

#### 1.2.3.5 Omroepsignaaltransmissie via satelliet

Televisiesignalen kunnen ook via de satelliet verspreid worden. Deze vorm van omroepsignaaltransmissie is niet gebonden aan een vaste vorm van netwerk (coax/koper) en is dus mobieler in zijn toepassing. Een satellietverbinding wordt soms aangewend om tv te kunnen kijken op een tweede verblijf of op campings.

Sinds 2006 kunnen ook digitale signalen ontvangen worden via de satelliet. Vanaf toen bood Airfield nv onder de naam TV Vlaanderen via Astra toegang tot een uitgebreid gamma van digitale omroepen. Dit digitale aanbod is voorlopig niet interactief.

In oktober 2009 werd de exploitatie van TV Vlaanderen overgedragen aan de Luxemburgse M7 Group. Eind 2009 heeft Airfield zijn naam gewijzigd in Eviso, dat enkel nog instaat voor de marketingactiviteiten. In 2015 startte TV Vlaanderen met live tv via het internet. Klanten van de digitale tv-pakketten kunnen deze optie gratis activeren. Er is ook mogelijkheid tot VOD. Midden 2020 vond er een fusie door absorptie plaats tussen M7 Group en Canal+ Luxembourg.

<sup>182</sup> Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 14 oktober). Licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk (nv Norkring België – frequentiekanalen 49, 53 en 59) ingetrokken. Geraadpleegd op 13 juli 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/2022/licentie-voor-het-aanbieden-van-een-televisieomroepnetwerk-nv-norkring-belgie>.

<sup>183</sup> M7 Group. "VRT blijft in de ether dankzij Antenne TV", <https://www.norkring.be/wp-content/uploads/2018/09/PRESS-RELEASE-VRT-VIA-ANTENNE-TV.pdf>, 30 augustus 2018.

<sup>184</sup> Voor meer informatie, zie het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 59.

De geringe opname van satelliet-tv door eindgebruikers maakt duidelijk dat dit televisieplatform eerder een nichepositie bekleedt in het Vlaamse televisielandschap.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA SATELLIET

NETWERKBEHEERDER	ONDERNEMINGSNUMMER	DIENSTENVERDELER	ONDERNEMINGSNUMMER	NAAM AANBOD
• SES Astra	Luxemburg	Canal+ Luxembourg, marketing via Eviso nv	426496231	TV Vlaanderen

Tabel 22: Omroepsignaaltransmissie via satelliet

### 1.2.3.6 Omroepsignaaltransmissie via OTT

Door het goed ontwikkelde breedbandnetwerk kunnen Over-The-Top (OTT)-spelers in Vlaanderen succesvol zijn. Alle schakels in de keten (zie Figuur 5) kunnen nu inhoud rechtstreeks aanbieden aan de eindgebruikers. Een voorbeeld hiervan is Digi, die ervoor opteert om nationaal OTT-TV aan te bieden. Naast laptops en smartphones, kan het televisietoestel zelf ook OTT worden via smart tv's of specifieke apparatuur (geconnecteerde apparaten).

Omroepsignaaltransmissie via het internet gebeurt doorgaans op twee manieren: via web-tv of geconnecteerde tv.

Web-tv kan omschreven worden als televisieomroepdiensten die via het internet rechtstreeks worden aangeboden aan de eindgebruiker. Bekende voorbeelden zijn de verschillende websites van televisiezenders waarop programma's te (her)bekijken zijn, op aanvraag initiatieven vallen hier dus ook onder. Maar tevens via platformen (bv. YouTube), sociale netwerken (bv. Facebook) en apps kan er tegenwoordig tv gekeken worden. Een belangrijke eigenschap van deze toepassingen is dat zij de traditionele dienstenverdelers (zoals de kabel- en IPTV-operatoren) omzeilen door rechtstreeks content aan te bieden aan de eindgebruiker.

Elke Vlaamse omroeporganisatie heeft een platform (website en app) waarop de kijker OTT programma's live kan bekijken, herbekijken of extra content kan raadplegen. Zo heeft VRT het VRT MAX-platform, DPG Media het VTM GO-platform en recent ook de betalende, reclamevrije variant (VTM GO+), en Play Media het GoPlay-platform.

In 2020 zette DPG Media en Telenet samen, in een joint venture, de Vlaamse Video-On-Demand-dienst Streamz op poten. Vorig jaar was Streamz de eerste streamingsdienst in Vlaanderen om (naar internationaal voorbeeld) een abonnement met reclame aan te bieden onder de naam "Streamz Basic".

De filmgroep Lumière stopte half 2024 met het te koop aanbieden van nieuwe films en series via haar streamingplatform MyLum.

Hieronder geven we een niet-limitatieve opsomming van beschikbare web-tv-toepassingen in Vlaanderen.



## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE WEB-TV

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	MERKNAAM	GEBIED	LINEAIR/NIET-LINEAIR
● Amazon Digital UK Limited	Buitenland	Prime Video	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
● Apple Distribution International Limited	Buitenland	Apple TV+	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
		Apple TV Transactional	Internationaal	Niet-lineair (TVOD)
● Discovery Communications Benelux B.V.	Buitenland	MAX	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
● DPG Media	432306234	VTM GO	Internationaal	Lineair en niet-lineair (AVOD)
		VTM GO+	Internationaal	Lineair en niet-lineair (SVOD)
● Google Ireland Limited	Buitenland	YouTube Originals	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
		YouTube Movies	Internationaal	Niet-lineair (TVOD)
		Google Play Films	Internationaal	Niet-lineair (TVOD)
● Microsoft Inc	Buitenland	Microsoft Movies & TV	Internationaal	Niet-lineair (TVOD)
● Netflix International bv	Buitenland	Netflix	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
● Play Media nv	473307540	GoPlay	Internationaal	Niet-lineair (AVOD)
● Rakuten TV Europe SL	Buitenland	Rakuten TV	Internationaal	Niet-lineair (TVOD)
		Rakuten TV Free	Internationaal	Niet-lineair (AVOD)
● Streamz bv	749898387	Streamz premium	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
		Streamz premium+	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
		Streamz Basic	Internationaal	Niet-lineair (hybride (SVOD en AVOD))
● The Walt Disney Company (Benelux) bv	Buitenland	Disney+	Internationaal	Niet-lineair (SVOD)
● Universciné Belgium nv	821741636	Sooner.be	België	Niet-lineair (SVOD en TVOD)
● VRT	244142664	VRT MAX	Internationaal	Lineair en niet-lineair

Tabel 23: Web tv-toepassingen in Vlaanderen

Geconnecteerde televisie is een kruisbestuiving tussen internet en televisieomroepdiensten. Het zijn toepassingen die een combinatie vormen tussen de traditionele, lineaire omroepdiensten (geleverd door bv. kabel- of IPTV-operatoren) en andere media- en randapparatuur (bv. Google Chromecast, smart tv of gameconsole), via het breedbandinternet. Het gaat dus om een uitbreiding van de traditioneel lineaire omroepdiensten met interactieve toepassingen. Om van deze toepassingen gebruik te kunnen maken, dient de eindgebruiker geabonneerd te zijn op de traditionele, lineaire omroepdiensten van dezelfde operator. De operator behoudt dus controle over de inhoud die via de interactieve toepassingen geleverd worden.

Voorbeelden van zulke geconnecteerde-tv-toepassingen zijn de Telenet TV flow-app (Telenet), Proximus Light TV (Proximus), Orange TV Lite (Orange) en App TV (TV Vlaanderen), zie Tabel 24. Via de Telenet TV flow-app van Telenet kunnen Telenetklanten live tv-kijken op smartphone, tablet of computer. Eenzelfde principe geldt voor de gelijkaardige diensten van Proximus, Orange of TV Vlaanderen.

In 2019 lanceerde Telenet het televisieaanbod 'Tadaam', dat via IP-techniek aangeboden wordt in combinatie met een mobiel breedband abonnement, en via een tv-app beschikbaar is. Via deze tv-app kan de klant momenteel toegang krijgen tot een 30-tal televisie omroepprogramma's.

Nog een recent voorbeeld van omroepsignaaltransmissie via internet is het televisie- en videoplatform Choice. Dit kan het best omschreven worden als een verzamelplaats voor social recommendation van televisie en videocontent, een soort Spotify van de televisie. Choice heeft er echter al een stroef parcours opzitten, met o.m. financieringsproblemen en gerechtelijke opsporings-/strafonderzoeken.

Telenet breidde in 2024 het aanbod van zijn mobiele submerk BASE uit met internet en televisie en zette daarbij het mes in de prijzen. De telecomgroep wil zo het zuiden van het land veroveren, en kan met het budgetmerk tegelijk een dam opwerpen tegen nieuwkomer Digi. Base heeft ook een geconnecteerde-tv-toepassing.

# OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE OTT

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	MERKNAAM
• BETV nv	435115967	Be TV Go
• Canal+ Luxembourg S.a r.l.	Buitenland	App TV
• Choice nv	748659757	Choice
• Orange Belgium nv	456810810	Orange TV Light
• Proximus nv	202239951	Proximus TV Light
• Telenet bv	473416418	Telenet TV Flow
		Base tv-app
• VOO nv	696668549	VOO TV+

Tabel 24: omroepsignaaltransmissie OTT

## 1.3 GESCHREVEN PERS

Onder geschreven pers verstaan we zowel dagbladen (kranten) als periodieke bladen (tijdschriften). Dit gaat traditioneel om gedrukte pers, maar is tegenwoordig ook uitgebreid tot verschillende digitale verschijningsvormen.

Figuur 8: Waardeketen geschreven pers geeft aan de hand van de waardenketen het volledige proces weer dat een publicatie doorloopt alvorens het als afgewerkt product zijn lezers bereikt. In de figuur zien we dat bij de online verdeling van geschreven pers de distributie financieel meeprofiteert van de aandacht van de lezer en zo een meer centrale plek opeist in de waardeketen.

De eerste stap in het ontstaan van een dag- of periodiek blad is de contentproductie. De redactionele inhoud wordt geleverd door redacties, samengesteld uit journalisten in loondienst en aangevuld met informatie geleverd door freelancejournalisten en pers- en fotoagentschappen.

In de digitale markt kunnen al deze spelers rechtstreeks naar de lezer gaan, maar de uitgeverijen nemen in Vlaanderen nog steeds een sterke positie in als aggregator.

In de meeste kranten en tijdschriften staan reclameboodschappen naast en tussen de verschillende artikels. De aandacht van de lezer wordt door de uitgeverijen verkocht aan adverteerders. De markt van de geschreven pers is dan ook een duidelijk voorbeeld van een tweezijdige markt. De uitgeverij van een dag- of periodiek blad biedt een platform aan waar lezers en adverteerders als het ware worden samengebracht. Op die manier kan de uitgeverij uit beide groepen inkomsten genereren. Dit wordt duidelijk gemaakt in de waardeketen waar enerzijds inhoud (content) aan de lezer wordt aangeboden en anderzijds de aandacht van de lezer (eyeballs) aan de adverteerder wordt verkocht.

In de digitale markt heeft de distributie de centrale plaats van de uitgever grotendeels overgenomen. De uitgeverijen controleren nog een aanzienlijk deel van deze markt via hun verschillende websites en apps (directe toegang), maar ervaren concurrentie. Enerzijds vinden lezers nieuws namelijk steeds meer via sociale media (indirecte toegang / side door), al blijkt uit het Digital News Report dat de directe toegang voor de Vlaming nog steeds de belangrijkste toegangsweg tot nieuws is. Anderzijds doen digitale nieuwsaggregatoren hun intrede op de markt. Google biedt met Google Nieuws bijvoorbeeld per onderwerp een overzicht aan van meerdere nieuwsbronnen.

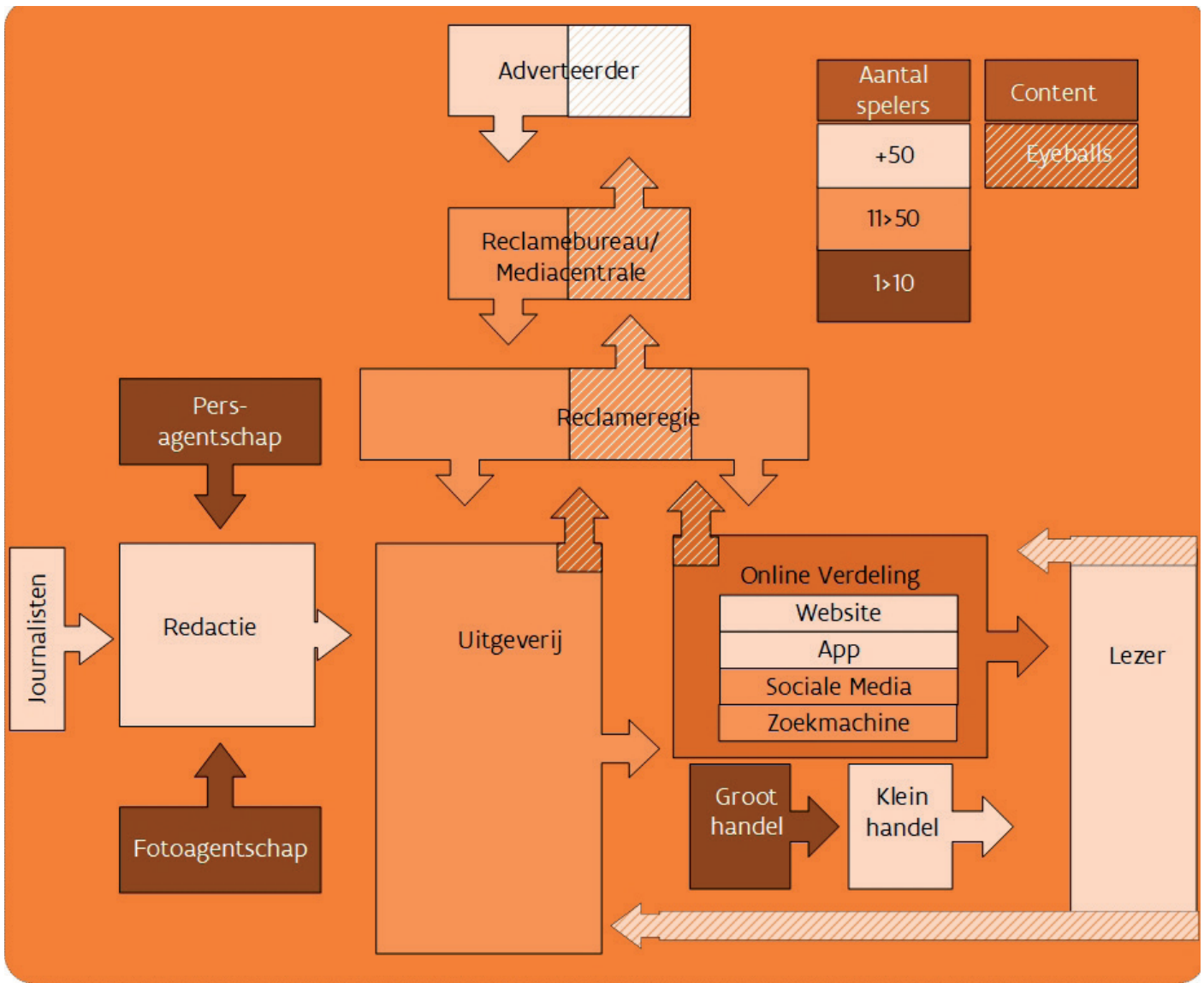
Reclameregies staan in voor de verkoop van de reclameruimte in kranten, tijdschriften en digitale gedrukte media. Ze vormen de tussenschakel tussen adverteerders (eventueel via een mediacentrale) enerzijds, en de uitgeverijen of online verdelers anderzijds.

Een mediacentrale verdeelt het budget van de adverteerder tussen de reclameruimten binnen de verschillende mediavormen (internet, pers, radio, televisie ...) opdat de adverteerder het juiste doelpubliek bereikt. Op basis van deze verdeling worden door de mediacentrales afspraken gemaakt met de reclameregies. Het zijn de reclamebureaus die de reclamecampagnes (banners op websites, advertenties, etc.) bedenken en opstellen.

Traditioneel wordt al deze inhoud bij de uitgeverij verwerkt tot het uiteindelijke dag- of periodiek blad of tot de nieuwssite. We zien echter ook dat de uitgeverij-schakel soms gepasseerd wordt en journalisten of reclameregies rechtstreeks via bv. sociale media de lezer proberen te bereiken. De distributieschakel kan dus verschillende vormen aannemen.

Het fysieke dag- of periodiek blad wordt gedrukt bij de drukkerij die al dan niet eigendom is van de uitgeverij. Vervolgens staan verschillende bedrijven in voor het verdelen van de bladen.

De digitale krant en digitale nieuwsberichten worden ofwel via een app, een nieuwswebsite, sociale media of via zoekmachines tot bij de lezer gebracht.



Figuur 8: Waardeketen geschreven pers  
Bron: VRM op basis van M. Porter

We focussen ons in dit hoofdstuk op de traditionele geschreven pers. De digitale tegenhangers komen aan bod in het deel 'Internet'.

Naar analogie met de vorige edities van dit rapport, wordt ervoor gekozen om de geschreven pers op te delen volgens periodiciteit. Dit betekent dat een onderscheid wordt gemaakt op basis van de regelmaat in de verschijningsdata. Dit rapport deelt de geschreven pers onder in dagbladen (verschijnen minimaal vijf maal per week) en periodieke bladen.

De tweezijdigheid van de markt zorgt ervoor dat nog een ander onderscheid kan worden gemaakt. Uitgeverijen kunnen ervoor kiezen om de bladen gratis aan de consument aan te bieden en hun inkomsten volledig te genereren uit advertenties. Daarom onderscheidt het mediaconcentratierapport de gratis pers als een derde categorie.

Achtereenvolgens worden contentleveranciers, aggregatoren en distributeurs van de verschillende subcategorieën binnen de geschreven pers behandeld.



### 1.3.1 Contentleveranciers

Een publicatie wordt samengesteld uit verschillende redactionele bijdragen. Deze vormen het voornaamste onderdeel van een dagblad of magazine. Enerzijds zorgen eigen redacties en (freelance) journalisten zelf voor de aanlevering van het nieuws. Anderzijds doen kranten en tijdschriften beroep op (inter)nationale persbureaus en fotoagentschappen.

Naast de artikels zelf, wordt een blad gevuld met advertenties. De verschillende reclamebijdragen worden verkocht door interne of externe reclameregies.

#### 1.3.1.1 Redacties

De inhoud van een publicatie komt voornamelijk tot stand op de redactie. Die bepaalt welke onderwerpen in een blad komen en op welke manier deze worden behandeld.

Een redactie heeft vaak meerdere deelredacties. Traditioneel bestaan er deelredacties voor onder meer politiek, binnenland, buitenland, cultuur, economie en sport. Aangezien artikels ook voor websites gebruikt worden, werd vroeger vaak een opsplitsing gemaakt tussen redacties die zich enkel bezighouden met geschreven media en deze gericht op online media. Vandaag de dag zien we echter een inkanteling van deze redacties. Het meest vergaande voorbeeld is News City. Dit is de geïntegreerde redactiestructuur van DPG Media, boven de redacties van Het Laatste Nieuws, HLN.be, VTM en de radiozenders en magazines van de groep. Op HLN.be werd HLN LIVE gelanceerd, het eerste 24/7 live videonieuwskanaal in Vlaanderen. Eind 2023 kreeg News City een nieuwe structuur, met onder andere een eigen hoofdredacteur voor het online nieuwsplatform HLN.<sup>185</sup> Een ander voorbeeld is de samenvoeging van de redacties van Trends en Kanaal Z in 2022 tot één redactie voor het weekblad, de website en de zender.<sup>186</sup>

Aan het hoofd van een (deel)redactie staat een hoofdredacteur, bijgestaan door redacteurs, eindredacteurs en gewone journalisten. Een deel van de journalisten werkt in loondienst van de uitgeverijen. Daarnaast doen uitgeverijen ook regelmatig beroep op de input van freelancejournalisten, die als zelfstandige werken.

Bij krantengroepen gebeurt het dat de verschillende krantenredacties samenwerken en nieuws uitwisselen naargelang het domein waarin ze de leiding nemen. Deze samenwerking kan echter leiden tot meer mediaconcentratie.

Elke vijf jaar wordt het profiel van de Belgische journalisten in kaart gebracht. Uit de meest recente resultaten (2023) blijkt dat de gemiddelde journalist een blanke man van middelbare leeftijd met een hoog opleidingsniveau blijft.<sup>187</sup>

## INFOFRAGMENT 5: SOORTEN JOURNALISTEN

Uit het Vademecum Pers en Gerecht van de Koning Boudewijnstichting en de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten blijkt dat het beroep van journalist als een vrije activiteit wordt beschouwd. Dit betekent dat om het even wie het beroep kan uitoefenen en zich daarbij "journalist" kan laten noemen. De wetgeving voorziet echter wel in een titel en statuut voor wie journalistiek als beroep uitoefent. Sinds 1965 bestaan er twee officiële statuten die je als journalist kan hebben.

Beroepsjournalisten zijn journalisten die werk verrichten voor een algemeen informatiemedium: dagbladen, algemene tijdschriften, radio- of televisieomroepen, internetnieuwsdienst of persagentschap. Een journalist kan de titel van beroepsjournalist verkrijgen na toekenning door een erkenningscommissie. Een kandidaat moet twee jaar in het vak zitten om deze titel te kunnen verwerven. Door deze erkenning krijgt de beroepsjournalist

<sup>185</sup> Het Laatste Nieuws, "News City en HLN verstevigen structuur voor kwalitatieve journalistieke toekomst", 22 november 2023.

<sup>186</sup> Het Laatste Nieuws, "Redacties Trends en Kanaal Z worden samengevoegd", 23 februari 2022.

<sup>187</sup> VVJ, "NIEUWE PROFIELSCHETS VAN DE BELGISCHE JOURNALIST", 21 juni 2023, <https://journalist.be/2023/06/nieuwe-profielschets-van-de-belgische-journalist>.



een nationale perskaart en eventueel een autopersplaat.

In 2024 waren er 2.449 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten. Deze kunnen verder onderverdeeld worden als volgt:

- Dagbladjournalisten: 617
- Magazinejournalisten: 257
- Omroepjournalisten: 573
- Freelance: 644
- Andere (persagenschappen, productiehuizen, autonome nieuwssites...): 358

De VVJ is voor het tweede jaar op rij positief over het aantal beroepsjournalisten. In hun jaarverslag<sup>188</sup> stellen ze dat de negatieve evolutie die zich sinds 2017 aftekende, even lijkt gekeerd. Het aantal Vlaamse beroepsjournalisten ligt in 2023 hoger dan in 2018 en ook op tien jaar tijd is er een (minieme) stijging. De positieve evolutie van nieuwe instromers zet zich eveneens door. Na de opmerkelijke toename in 2022 valt er ook in 2023 een toename te noteren.

Een tweede officieel statuut is dat van de journalist van beroep. In tegenstelling tot de beroepsjournalist is de journalist van beroep werkzaam voor een gespecialiseerd medium. De wetgeving verwijst naar journalisten van de “periodieke pers van gespecialiseerde informatie. Hun titel en perskaart worden toegekend door een specifieke erkenningscommissie. Er zijn een kleine 200 erkende journalisten van beroep in Vlaanderen.

Het samenvoegen van de twee statuten staat reeds enige tijd op de (politieke) agenda.<sup>189</sup> Tot op heden laat het eengemaakte beroepsstatuut echter op zich wachten.

In februari 2016 fuseerden de beroepsverenigingen Vereniging van Journalisten van de Periodieke Pers (VJPP) en Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ). Ook aan Franstalige kant kwam het tot een fusie tussen de AJPP enerzijds en de AJP anderzijds. De Nederlandstalige en Franstalige verenigingen vormen samen de federatie Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten (AVBB).

## INFOFRAGMENT 6: PERSVRIJHEID ONDER DRUK, MEDE DOOR ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE

Dit jaar stijgt België opnieuw naar de 16de plaats in de World Press Freedom Index<sup>190</sup> van Reporters Sans Frontières (RSF). Meer algemeen waarschuwt RSF voor de beknotting van persvrijheid door (buitenlandse) politieke autoriteiten. De rol van journalisten wordt in twijfel getrokken en media worden gebruikt voor intimidatie- of desinformatiecampagnes. Hierbij is het volgens RSF ook opletten voor artificiële intelligentie dat gebruikt wordt voor het verspreiden van desinformatie voor politieke doeleinden.<sup>191</sup>

Specifiek voor België wordt het publicatieverbod in de zaak rond een politicus die een publicatieverbod verkreeg gezien als een zorgwekkende ontwikkeling. Toen Het Laatste Nieuws en VTM Nieuws informatie wilden tonen uit het proces-verbaal, opgesteld naar aanleiding van zijn (vermeende) racistische uitspraken, legde de rechter van eerste aanleg in Dendermonde in kort geding, na een eenzijdig verzoekschrift van de betrokken politicus, een breed publicatieverbod op.

DPG Media tekende derdenverzet aan en de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) sloot zich aan. De partijen argumenteerden o.a. dat het publicatieverbod botste met het grondwettelijk verbod op preventieve censuur.<sup>192</sup>

Eind oktober 2023 wees de rechtbank van eerste aanleg in Dendermonde het derdenverzet van DPG Media

188 VVJ/AVBB (2024), Jaarverslag 2023, “Jaar van ondenkbaar nieuws”.

189 Journalistenloket, “Journalist van Beroep”, <https://www.journalistenloket.be/wie-is-journalist/>

190 Reporters Sans Frontières, 2024, <https://rsf.org/en/country/belgium>.

191 Het Laatste Nieuws, “Werk van journalisten steeds meer bedreigd door politieke autoriteiten: “Kremlin ondermijnt de persvrijheid in de EU””, 3 mei 2024.

192 Belga Online, “Rechter legt VTM en HLN publicatieverbod op op vraag van Conner Rousseau”, 29 september 2023.

af, waarna het opnieuw in beroep ging. Eind maart 2024 vernietigde het Gentse hof van beroep finaal de beslissing van de kortgedingrechter, verklaarde het derdenverzet van DPG Media gegrond en veroordeelde de politicus tot de kosten van de zaak.<sup>193</sup>

Om de problematiek van journalisten die te maken hebben met verbale en fysieke agressie, maar ook met SLAPP (Strategic Lawsuit against Public Participation) aan de kaak te stellen, lanceerde het VVJ in 2022 het project persveilig.be. SLAPP omvat intimiderende, nutteloze rechtszaken ingeleid door machtige spelers tegen minder vermogende critici. Een recent voorbeeld hiervan is de rechtszaak van een voetbalclub tegen een journalist.<sup>194</sup>

Een andere vereniging is de VJV, de Vlaamse Journalisten Vereniging, die echter geen officiële perskaarten, maar wel journalistenlidkaarten kan uitreiken. Er zijn ook verschillende journalistenverenigingen die gericht zijn op specialismen. Zo is er bijvoorbeeld Sportspress.be (de vroegere Belgische Beroepsbond van Sportjournalisten).

De Raad voor de Journalistiek is opgericht door de VVJ, de Vlaamse uitgevers en mediahuizen als onafhankelijke instelling voor zelfregulering van de journalistiek. De Raad behandelt vragen en klachten over de journalistieke beroepspraktijk.

Vorig jaar keurde de Raad voor de Journalistiek nieuwe richtlijnen goed over het gebruik van artificiële intelligentie (AI) in de journalistiek. Er werd ook een nieuw artikel over transparantie omtrent het gebruik van AI toegevoegd aan hun Code.<sup>195</sup>

Het trainen van artificiële intelligentie (AI) zorgt voor beroering. AI-systemen worden namelijk gevoed met grote hoeveelheden data, vaak afkomstig van nieuwssites. Wegens (vermeende) inbreuken op het auteursrecht ontzeggen steeds meer mediabedrijven deze systemen toegang tot hun materiaal.<sup>196</sup> Bijkomend zien mediabedrijven AI als een rechtstreekse concurrent. Chatbots kunnen actualiteitsvragen beantwoorden, wat mediabedrijven krantenabonnementen en reclame-inkomsten kan kosten. The New York Times spande daarom al een rechtszaak aan tegen OpenAI en eist een schadevergoeding.<sup>197</sup> Andere mediabedrijven sluiten dan weer een akkoord met de techbedrijven waardoor zij data kunnen gebruiken mits financiële vergoeding.

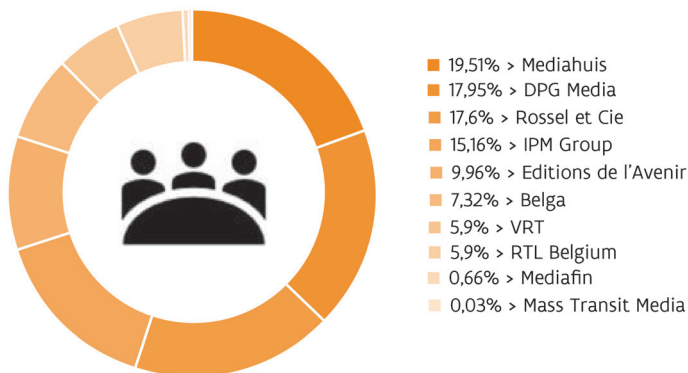
### 1.3.1.2 **Pers- en fotoagentschappen**

Journalisten baseren hun artikels vaak op berichten verspreid door (inter)nationale persagentschappen. Persagentschappen zijn bedrijven die tegen vergoeding nieuws opsporen, verzamelen, bewerken en verdelen onder de klanten. Het belangrijkste persagentschap in België is ongetwijfeld Agentschap Belga. Belga is een samenwerking tussen de Belgische uitgevers en audiovisuele media en zij zijn er dan ook de aandeelhouders van.

Om artikels te voorzien van beeldmateriaal wordt vaak beroep gedaan op fotoagentschappen. Dat zijn bedrijven die tegen vergoeding foto's verkopen aan mediabedrijven.

193 Het Laatste Nieuws, "Vlaamse Vereniging voor Journalisten reageert op verbod om te citeren uit pv na incident met Rousseau: "Wij dringen aan op een correctie", 1 oktober 2023.  
194 De Morgen, "Anderlecht krijgt van rechtbank over de hele lijn ongelijk in geschil met Humo-journalist", 17 april 2024.  
195 Raad voor de Journalistiek, "Nieuwe richtlijn over het gebruik van artificiële intelligentie in de journalistiek", <https://www.rvdj.be/nieuws/nieuwe-richtlijn-over-het-gebruik-van-artificiele-intelligentie-de-journalistiek>.  
196 VRT NWS, Rappé, M., "AI-systemen "trainen" met materiaal van nieuwssites? Steeds meer mediabedrijven sputteren tegen", 2 maart 2024.  
197 De Standaard, Deckmyn, D., "The New York Times klaagt OpenAI aan voor miljarden dollars", 28 december 2023.

## AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 9: Aandeelhoudersstructuur Persagentschap Belga nv  
Bron: Belga

Een overzicht van de belangrijkste<sup>198</sup> persagentschappen is te vinden in Tabel 25.

## PERSAGENTSCHAPPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER
● Belga News Agency nv	403481693
● Inter Press Service Vlaanderen vzw	431486484
● Persinfo bv	467101916
● Stampmedia vzw	861276064

Tabel 25: Persagentschappen in Vlaanderen

In Tabel 26 worden de belangrijkste<sup>199</sup> fotoagentschappen verzameld.

## FOTOAGENTSCHAPPEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER
● Belga Image (onderdeel Agentschap Belga nv)	403481693
● Imageoffice bv (ID/Photo Agency)	508946627
● Fabulous bv (Isosport)	525888270
● Photo News nv	419795313
● Reporters nv	430389691
● Wouters & Fasseur bv	434895738

Tabel 26: Fotoagentschappen in Vlaanderen

### 1.3.1.3 Reclamerogies en mediacentrales

Reclamerogies bieden reclameruimte aan in kranten en tijdschriften die door adverteerders (hetzij rechtstreeks hetzij via mediacentrales) worden ingevuld. Hierdoor vormen reclamerogies de link tussen adverteerders en uitgeverijen.

Een onderscheid kan gemaakt worden tussen interne en externe regies. Van interne regie wordt gesproken als een aparte bedrijfseenheid of dochteronderneming van de uitgever die regie voor haar rekening neemt. In het geval van externe regie doet een op zichzelf staand bedrijf, dat niet exclusief aan één uitgeverij kan worden gelinkt, de regie.

Van 2014 tot begin 2021 werkten alle Vlaamse dagbladen met een interne regie. Recent hebben er echter

<sup>198</sup> Deze tabel is gebaseerd op de informatie op de websites van de Raad van de Journalistiek (<http://www.rvdj.be/pagina/persagentschappen>) en de VVJ (<https://journalist.be/mediahuizen>)

<sup>199</sup> Gebaseerd op informatie op de websites van de Raad van de Journalistiek (<http://www.rvdj.be/pagina/persagentschappen>) en de VVJ (<https://journalist.be/mediahuizen>)

enkele belangrijke veranderingen plaatsgevonden. Ongeveer gelijktijdig kondigden enerzijds Roularta, Rossel en DPG Media en anderzijds Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media nieuwe samenwerkingen op vlak van advertentieverwerving aan.

Telenet (44,4%), Mediahuis (44,4%), Proximus (11,2%) en Pebble Media (geen aandeelhouder) richtten in 2022 de nieuwe nationale reclameregie Ads & Data op. Binnen de joint venture brengen de partijen hun portfolio's samen, wat resulteert in een aanzienlijk crossmediaal aanbod in televisie, video, audio, print, offline en online. De samenwerking is voornamelijk bedoeld als antwoord op DPG Media en de internationale platformen zoals Google en Facebook op de markt van digitale advertenties. Roularta, Rossel en DPG Media bundelden dan weer de krachten binnen een verenigd nationaal advertentieaanbod voor magazines onder de koepelnaam 'Magixx'.

In Tabel 27 staan de huidige reclameregies opgesomd.

## RECLAMEREGIE DAGBLADEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AARD	NAAM AANBOD
● Ads & Data	809309701	Extern	De Standaard
			Gazet van Antwerpen
			Het Belang van Limburg
			Het Nieuwsblad
● DPG Media	432306234	Intern	De Morgen
			Het Laatste Nieuws
● Trustmedia	404800301 (business unit Mediafin nv)	Intern	De Tijd

Tabel 27: Reclameregies voor de Vlaamse betalende dagbladen

De uitgeverijen van periodieke bladen doen vaak zelf hun reclameregie. Daarnaast bestaan er enkele externe regies zoals Trevi Plus (die de regie doet voor o.a. Kerk en Leven en Tertio). In Tabel 31: Uitgeverijen periodieke bladen staat voor elke uitgeverij aangeduid of er gewerkt wordt met een interne of externe reclameregie. Enkele regies zijn actief voor niche, merkgerelateerde en zakelijke magazines, zoals Trevi of Vivio.

De meeste gratis bladen zorgen intern voor de reclameregie.

Voor de volledigheid lijst Tabel 28 de mediacentrales in België op.<sup>200</sup> Een mediacentrale verdeelt het budget van de adverteerder tussen de reclameruimten binnen de verschillende mediavormen (internet, pers, radio, televisie, cinema, out of home...). Sommigen zijn, als business unit of als dochteronderneming, deel van een groep. Tussen haakjes staan de groepen waartoe ze behoren.

In 2022 fuseerde GroupM zijn twee sterkst groeiende agency-netwerken tot EssenceMediacom. In België gaf Maxus vorm aan dit nieuwe agentschap. Concreet omvatte GroupM België drie agentschappen: EssenceMediacom, Mindshare en Wavemaker. MediaCom België bleef onder zijn huidige vorm bestaan.<sup>201</sup> In januari 2024 werden MediaCom en EssenceMediacom geïntegreerd in één team.<sup>202</sup>

Verder splitste Havas Media Network Belgium zich eind 2023 op in Havas Media en Arena Media.<sup>203</sup>

In april 2024 veranderde Oversight officieel van naam naar Billups.<sup>204</sup>

200 Gebaseerd op informatie op de website van United Media Agencies (<https://uma.be/about-us/>)

201 Mediaspecs, "Maxus Belgium wordt EssenceMediacom", <https://www.mediaspecs.be/maxus-belgium-wordt-essencemediacom/>, 14 december 2022.

202 Mediaspecs, "MediaCom en EssenceMediacom voortaan één geïntegreerd team", <https://www.mediaspecs.be/mediacom-en-essencemediacom-voortaan-een-geintegreerd-team/>, 18 januari 2024.

203 Mediaspecs, "Havas Media Network Belgium splitst zich op in Havas Media en Arena Media, onder leiding van respectievelijk Julien Depaire en Tim Vanacker", <https://www.mediaspecs.be/havas-media-network-belgium-ontdubbelt-zich-in-havas-media-en-arena-media-onder-leiding-van-respectievelijk-julien-depaire-en-tim-vanacker/>, 20 oktober 2023.

204 Mediaspecs, "Oversight verandert officieel van naam naar Billups", <https://www.mediaspecs.be/oversight-verandert-officieel-van-naam-naar-billups/>, 18 april 2024.

AANBIEDER

● Billups nv (-)	464972765
● Dentsu Belgium bv	766997311
● EssenceMediacom Belgium nv (Group M)	867332329
● GroupM Belgium nv	808488961
● Havas Media Belgium nv (-)	476461723
● Initiative (Mediabrand Belgium nv)	430415229
● IO Group nv	712677311
● MediaCom Belgium nv (Group M)	416765943
● MindShare nv (Group M)	427832356
● MMS Communications Belgium bv	427878975
● OMD nv (Omnicom Media Group)	439836503
● Omnicom Media Group bv	439833038
● PHD Media nv (Omnicom Media Group)	461882326
● Semetis bv (Omnicom Media Group)	810426189
● Space nv (-)	431666727
● Universal Media (Mediabrand Belgium nv)	430415229
● Wavemaker nv (Group M)	449462069
● Zigt Media Backoffice (buitenlandse onderneming)	842497656

Tabel 28: Mediacentrales in België<sup>205</sup>

## 1.3.2 Aggregatie: uitgevers

De uitgeverij fungeert als aggregator voor de verschillende kranten- en tijdschriftentitels. Uitgeverijen kunnen, naast de verkoop van hun product, op verschillende manieren inkomsten genereren: via de verkoop van reclame, branded content, abonnementen, evenementen, lidmaatschappen en merchandising.

### 1.3.2.1 Uitgeverijen van dagbladen

In Vlaanderen verschijnen dagelijks zeven betalende dagbladen. Eén dagblad heeft naast de hoofdversie ook een 'kopblad', dat enkel qua titel verschilt van het hoofdblad. Het gaat om De Gentenaar (kopblad van Het Nieuwsblad). In 2022 stopte Het Laatste Nieuws met zijn Antwerps kopblad 'De Nieuwe Gazet'.

Elk dagblad heeft ook een digitale editie, een nieuwswebsite en is aanwezig op sociale media. Tegenwoordig kan je je abonneren op de papieren krant, de digitale krant en/of een mobiel abonnement dat toegang geeft tot alle betalende content op de website en de app. Deze abonnementsmogelijkheden kunnen ook gecombineerd worden.

Door de grote verspreiding en hun toegankelijke presentatie worden Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad aangewezen als "populaire bladen". De Standaard en De Morgen worden vaak geclassificeerd als "kwaliteitskranten".

De Tijd, hoewel gespecialiseerd in economische berichtgeving, levert ook inspanningen in de richting van algemenere berichtgeving en zou dan ook tot de categorie van "kwaliteitskranten" gerekend kunnen worden. In haar beslissing van mei 2017 met betrekking tot de uitbreiding van de activiteiten van Mediahuis nv, rekent de Belgische Mededingingsautoriteit De Tijd tot een aparte categorie 'zakenkranten'.<sup>206</sup>

Ten slotte zijn er nog twee regionale dagbladen, namelijk Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. Beide kranten brengen veel regionaal nieuws.

205 MMS Communications Belgium SRL/ Publicis Groupe Belgium ("Publicis Groupe Belgium")

206 BMA, "17-CC-14 Mediahuis 3.0", <https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/17-cc-14-mediahuis-30>.

Kranten die tot dezelfde mediagroep behoren delen vaak bepaalde inhoud. Zo wordt er veel content van Het Nieuwsblad gebruikt in de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. Mediahuis bundelt sinds 2022 online ook haar Antwerpse regionale media Gazet van Antwerpen en ATV. De twee delen voortaan site en app.<sup>207</sup>

De krantenuitgevers selecteren de informatie die zal verschijnen, zorgen voor een lay-out en voor het drukken.

De krantensector heeft de afgelopen jaren enkele grote wijzigingen ondergaan. Na de aandelenoverdracht in Mediaaan van Roularta aan De Persgroep, werd Mediaaan integraal deel van De Persgroep, dat nu DPG Media noemt. In ruil droeg De Persgroep (DPG Media) haar aandelen in Mediafin, uitgever van De Tijd, over aan Roularta.<sup>208</sup> Momenteel zijn er dus drie bedrijven actief, met name Mediahuis, DPG Media en Roularta.

In navolging van deze wijzigingen bracht DPG Media in 2018 al haar nieuwsredacties, waaronder Het Laatste Nieuws, HLN.be, Dag Allemaal en VTM Nieuws onder in News City.<sup>209</sup>

Tabel 29 geeft een overzicht weer van de drie uitgeverijen in de (betalende) Vlaamse krantensector.

## UITGEVERIJEN BETALENDE DAGBLADEN

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

Tabel 29: Uitgeverijen betalende dagbladen

Verschillende nationale dagbladen hebben ook regionale edities. In de onderstaande tabel, Tabel 30, geven we een overzicht van het aantal edities. Die edities zijn voor het grootste deel hetzelfde, enkel de regionale katern verschilt. Digitale abonnees kunnen meerdere edities raadplegen.

Het Nieuwsblad verminderde in 2022 het aantal regionale edities van 15 naar 14.

Mediahuis lanceerde in 2023 het jongerenabonnement “-26 plus” waarbij het jongeren van 18 t.e.m. 25 jaar poogt warm te maken voor een nieuwsabonnement. In de formule krijgen jongeren voor 1 euro per week online toegang tot alle Vlaamse kranten van de Mediahuisgroep. Deze toegang omvat zowel de website als de digitale versie van de kranten.<sup>210</sup>

Uit de meest recente Digimeter<sup>211</sup> blijkt dat van deze doelgroep 65 procent (+ 6 procentpunten t.o.v. vorig jaar) dagelijks nieuws volgt. Algemeen is dit 89 procent van de Vlamingen. Verder geeft 69 procent van de jongeren (+ 6 procentpunten t.o.v. vorig jaar) aan gemotiveerd te zijn om het nieuws te volgen.

Uit een andere studie, het tweejaarlijkse Apenstaartjarenrapport<sup>212</sup>, blijkt dat voor tieners en jongeren de smartphone het belangrijkste nieuwsmedium is en dat sociale media het belangrijkste kanaal zijn om op de hoogte te blijven van nieuws. Van de sociale media zijn TikTok en Instagram daarbij de populairste platformen. Kranten en tijdschriften op papier blijken voor hen het minst belangrijke medium voor nieuws te zijn.

207 De Tijd, Serrure, B. "Mediahuis schuift Antwerpse media online in elkaar", 22 maart 2022.  
 208 Meer informatie hieromtrent is terug te vinden in het Mediaconcentratierapport 2019, pagina 64  
 209 De Tijd, Smolders, T., "Redacties De Persgroep en Mediaaan smelten samen", 22 maart 2018.  
 210 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis lanceert jongerenabonnement: 'Kranten zijn belangrijk tegen desinformatie'", 21 september 2023.  
 211 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023, p. 30. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.  
 212 Vanwynsberghe, H., Van Damme, K., Peeters H., D'haeseleer, S., Schokkenbroek, J.M., Martens, M., Sevenhant, R., Vanden Abeele, M., Ponnnet, K., Callens, J., Schreuer, C. (2024). Onderzoeksrapport Apenstaartjaren: de digitale leefwereld van kinderen en jongeren. Pp 37-38. Mediaraven.



## AANTAL REGIONALE EDITIES NATIONALE KRANTEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AANBOD	AANTAL REGIONALE EDITIES
● DPG Media nv	432306234	De Morgen	1 nationale editie
		Het Laatste Nieuws	15
● Mediahuis nv	439849666	De Standaard	5
		Gazet van Antwerpen	3
		Het Belang van Limburg	6
		Het Nieuwsblad/De Gentenaar	14
● Mediafin nv	404800301	De Tijd	1 nationale editie

Tabel 30: aantal regionale edities nationale kranten

Bron: belga.press

DPG Media, Mediahuis en Mediafin, die samen de zeven bovenstaande betalende kranten uitgeven, hebben zich verenigd in de Vlaamse Nieuwsmedia. Dit is de associatie van de Vlaamse nieuwsuitgevers, met als doel de promotie van de Vlaamse nieuwsindustrie als innovatieve en duurzame groeisector met een bijzondere culturele en economische waarde. Daarnaast bevordert ze de economische, commerciële en financiële belangen van de bedrijven die ze vertegenwoordigt. De Vlaamse Nieuwsmedia is als vereniging op haar beurt aangesloten bij de Vereniging van de Raad voor de Journalistiek.<sup>213</sup>

Eind oktober 2023 stopte het enige gratis dagblad Metro, uitgegeven door Mass Transit Media (MTM) en eigendom van Groep Rossel. Online bleef Metro tot 15 januari 2024 actief.<sup>214</sup>

Metro was niet langer financieel levensvatbaar. Hiervoor zijn twee oorzaken.<sup>215</sup> Ten eerste is er de snel veranderende advertentiemarkt. Adverteerders verkiezen al enige tijd sociale en online media (Facebook en Google) over printmedia. Ten tweede telewerken mensen meer sinds de coronacrisis waardoor zij dus minder vaak pendelen met de trein. Bovendien nemen pendelaars vaker de smartphone ter hand dan de krant. Deze factoren zorgden voor een daling van het aantal (potentiële) lezers waardoor ook de prijs voor advertenties daalde en het bedrijfsmodel dus niet langer financieel haalbaar was.

Op het moment van de redactie van dit mediaconcentratierapport was uitgever Mass Transit Media nv nog actief en in een normale rechtstoestand, maar dus zonder aanbod.

### 1.3.2.2 Uitgeverijen van tijdschriften

Er bestaat in Vlaanderen een gevarieerd aanbod van honderden periodieke bladen, uitgebracht door verschillende uitgeverijen. Tijdschriften kunnen in verschillende categorieën worden ondergebracht. Magazinefederatie We Media organiseert zich in vijf departementen.<sup>216</sup>

- Business-to-consumer press: publieksbladen en gespecialiseerde pers
- Business-to-business press: vakbladen
- Free press: huis-aan-huisbladen, gratis magazines en gratis kranten
- Digital: web, apps en mobile van kranten- en magazine-nieuwssites
- Community & cultural press: ledenbladen en socio-culturele magazines

In wat volgt, wordt ingegaan op de business-to-consumer press, meer bepaald de publieksbladen. Gratis huis-aan-huisbladen worden apart behandeld onder het onderdeel 'gratis pers'. Een hele reeks tijdschriften wordt ook gedrukt en digitaal uitgegeven door allerlei organisaties en vzw's. Een aantal hiervan ondergaan ook de wetmatigheden van de markt, onder meer i.v.m. advertentiewerving, druk- en portkosten enz. Dit soort uitgaven zijn belangrijk voor het informeren van de betrokken doelgroepen.

Omdat het onmogelijk is de volledige markt voor publieke tijdschriften overzichtelijk op te nemen in dit

213 Vlaamse Nieuwsmedia, <https://www.vlaamsenieuwsmedia.be/>, 6 juni 2024.

214 VRT NWS, El Bakkali, L., "Gratis krant Metro stopt ermee vanaf vrijdag", 23 oktober 2023.

215 VRT NWS, Gebruers, S., "'Het verdienmodel staat al lang sterk onder druk': hoe de val van Metro bij experts niet als een verrassing kwam", 23 oktober 2023.

216 We Media, "Organisatie", <https://wemedia.be/organisatie/>, 1 juli 2021.

rapport, bevat Tabel 31 een selectie van de belangrijkste uitgeverijen van publicatiesbladen in Vlaanderen en de titels die ze uitgeven. De selectie is gebaseerd op de aangesloten leden van We Media en werd verder aangevuld met enkele andere populaire periodieke bladen.<sup>217</sup> Sommige periodieke bladen zijn bijlagen van kranten. Ze zijn hier ook opgenomen omdat ze wel degelijk concurreren met andere periodieke bladen (vooral wat advertentie-inkomsten betreft) en soms los van de krant gedistribueerd worden. Roularta verdeelt ook enkele vakbladen, deze zijn voor de volledigheid ook in de tabel opgenomen.

De markt voor periodieke publicatiesbladen is een krimpende markt en kent een groot verloop. Er verschijnen nieuwe titels, er verdwijnen bestaande titels of titels veranderen van eigenaar.

In het verleden waren er enkele goedbedoelde, maar onsuccesvolle crossmediale initiatieven op de magazinemarkt waarbij getracht werd om het magazinegevoel door te trekken op andere platformen zoals website en sociale media. Voorbeelden hiervan zijn Story FM en Libelle TV van het vroegere Sanoma (door herstructureringen zijn deze activiteiten afgestoten) of Vitaya magazine van Mediaaan (nu DPG Media; Vitaya magazine ging op in het magazine Goed Gevoel). Doe-het-zelf-merk Dobbit heeft wel nog magazines en een tv-zender.

De coronacrisis heeft de convergentie tussen het papieren en digitale medium een broodnodige duw in de rug gegeven, al verloopt dit nog altijd minder vlot dan bij de kranten. Digitale edities van tijdschriften kennen nog altijd beduidend lagere verkoopcijfers, ondanks verschillende recente initiatieven van uitgevers. Zo lanceerde Roularta in 2021 de website mijnmagazines.be waarbij één abonnement digitale toegang geeft tot ruim 30 magazinetitels. Wat later volgde ook de bijhorende app.<sup>218</sup>

DPG Media startte in 2022 met een soortgelijke formule voor zijn magazines en lanceerde de website tijdschrift.be met bijhorende app. In Nederland bieden ze de app al langer aan. Ook hier geeft een abonnement digitale toegang tot ruim 50 titels, al wil DPG Media ook bladen van andere uitgevers een plaats geven in de app.<sup>219</sup>

Hieronder geven we enkele voorbeelden van magazines die de voorbije jaren verdwenen of opgingen in elkaar. Een bewijs van de druk die er op de magazinemarkt rust.

Eind 2021 stopte DPG Media met het maandblad Ik Ga Bouwen en verving het door haar digitale services.<sup>220</sup>

In 2022 werden de recent opgerichte tijdschriften Wilfried (driemaandelijks tijdschrift) en Eddy (halfjaarlijks sporttijdschrift) al snel terug van de markt gehaald omdat ze verlieslatend waren.<sup>221</sup> Tevens doekte Roularta dat jaar het gezondheidsblad Bodytalk op en fuseerden Autogids en Autowereld tot één magazine.<sup>222</sup>

In 2023 stopte Roularta met het maandblad Sport/Voetbalmagazine wegens moeilijke marktomstandigheden.<sup>223</sup> Ook magazine La Maison Victor deed dat jaar de boeken toe. Verder besliste Mediageuzen om Culinaire Ambiance enkel nog digitaal uit te brengen, met digitale hulp die gebaseerd is op de ChatGPT-technologie om personalisatie aan te bieden.<sup>224</sup>

In 2024 raakte bekend dat Wealth magazine (twee keer per jaar bij De Tijd) niet langer tijdens de week zal verschijnen, maar als redactionele bijlage in de weekendeditie van de krant.<sup>225</sup> Daarnaast smolten de twee bestaande bijlages van Het Belang van Limburg (HBvL Plus en Goesting) eind februari 2024 samen tot één

217 We Media, "Leden", <https://wemedia.be/b2c/leden/>, 1 juli 2024.

218 Voor meer informatie, zie: <https://www.mijnmagazines.be/>

219 Het Laatste Nieuws, "DPG Media start met Netflix-formule voor magazines", 12 januari 2022.

220 DPG Media. (2021, 27 augustus). Laatste nummer Ik ga Bouwen/Je vais Construire rolt in december van de pers |Persbericht|. Geraadpleegd op 28 augustus 2021, van <https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/laatste-nummer-ik-ga-bouwen-je-vais-construire-rolt-in-december-van-de-pers>

221 De Standaard, "Wilfried en Eddy trekken de stekker eruit", 14 januari 2022.

222 Mediaspecs, "Samensmelting van magazines Autogids en Autowereld", <https://www.mediaspecs.be/samensmelting-van-magazines-autogids-en-autowereld/>, 9 februari 2022.

223 Mediaspecs, "Sport Voetbal Magazine gaat op in Knack. Sport Foot Magazine in Le Vif", <https://www.mediaspecs.be/sport-voetbalmagazine-gaat-op-in-knack-sport-foot-magazine-in-le-vif/>, 10 februari 2023.

De Tijd, Lambrecht, P., "Roularta trekt stekker uit Sport/Voetbalmagazine", 10 februari 2023.

224 Mediaspecs, "Culinaire Ambiance maakt van zijn magazine een volledig digitale publicatie", <https://www.mediaspecs.be/culinaire-ambiance-maakt-van-zijn-magazine-een-volledig-digitale-publicatie/>, 5 mei 2023.

225 Mediaspecs, "Wealth magazine voortaan in de weekendeditie van De Tijd en L'Echo", <https://www.mediaspecs.be/wealth-magazine-voortaan-in-de-weekendeditie-van-de-tijd-lecho/>, 28 februari 2024.

papieren weekendbijlage: WKND Limburg.<sup>226</sup> Verder verving Tertio de frequentie van zijn papieren magazine: van wekelijks naar maandelijks, met een omslag naar digitalisering. De wekelijkse publicatie was economisch niet langer haalbaar waardoor ook de helft van het personeel zal afvloeien.<sup>227</sup> Vervolgens nam Professional Media Group de vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication over van Roularta. Het ziet namelijk te weinig groeimogelijkheden voor deze titels.<sup>228</sup> Tot slot herzag DPG Media zijn woon- en decomagazines. Enerzijds smolten de magazines Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en het Nederlandse magazine Eigen Huis & Interieur samen onder de titel Stijlvol Wonen, dat tevens beschikbaar is op het digitale platform vtwonen.be. Anderzijds gaat het magazine Wonen Landelijke Stijl verder onder de naam vtwonen Landelijk.<sup>229</sup>

Een nieuwe titel is het tijdschrift Forbes, dat in 2024 door Ventures Media naar België en Luxemburg is gehaald in de vorm van een digitaal platform. Begin april kwam het eerste nummer van de Belgische editie uit.<sup>230</sup>

---

226 Mediaspecs, "WKND Limburg: de nieuwe weekendbijlage van Het Belang van Limburg", <https://www.mediaspecs.be/wknd-limburg-de-nieuwe-weekendbijlage-van-het-belang-van-limburg/>, 1 maart 2024.

227 Mediaspecs, "Katholiek weekblad Tertio gaat verder als maandelijks magazine", <https://www.mediaspecs.be/katholiek-weekblad-tertio-gaat-verder-als-maandelijks-magazine/>, 12 juli 2024.

228 De Tijd, Broens, B., "Mediagroep Roularta verkoopt drie vakbladen aan PMG uit Zedelgem", 5 juli 2024.

229 Mediaspecs, "DPG Media herzielt zijn woon- en decomagazines", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-herziet-zijn-home-deco-magazines/>, 17 juli 2024.

230 Mediaspecs, "Nieuw Magazine: Lost Frequencies op de eerste cover van Forbes België", <https://www.mediaspecs.be/nieuw-magazine-lost-frequencies-op-de-eerste-cover-van-forbes-belgie/>, 27 maart 2024.



# UITGEVERIJEN PERIODIEKE BLADEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	RECLAMEREGIE	PUBLICATIE	FREQUENTIE
● Bloom bv	430009908	Intern	Bloom	8 nummers per jaar
● Blue Pixl Media bv	735567727	Intern	Clickx	10 nummers per jaar
			Shoot	8 nummers per jaar
● De Deeluitgeverij bv	725510411	Intern	#ByYou Magazine	maandblad
			Bahamontes	4 nummers per jaar
			Motoren & Toerisme	7 nummers per jaar
● De Werktitel cv	841795989	n.v.t.	Apache Magazine	4 nummers per jaar
● Dobbit nv	454023544	Intern	Dobbit Magazine	6 nummers per jaar
● DPG Media nv	432306234	Intern	Dag Allemaal	weekblad
			Goed Gevoel / Vitaya Magazine	maandblad
			Humo	weekblad
			Magazine	weekblad
			Nina	weekblad
			Primo magazine en TV gids	weekblad
			Stijlvol Wonen	8 nummers per jaar
			Story	weekblad
			TeVe-Blad	weekblad
			TV Familie/Blik	weekblad
			Vtwonen	13 nummers per jaar
			Vtwonen Landelijk	maandblad
			● Edition Ventures Woman nv	480152077
L'officiel	5 nummers per jaar			
Marie-Claire	9 nummers per jaar			
● Editions Maglife bv	821495770	Intern	Fifty & Me Magazine	4 nummers per jaar
● Eos Wetenschap vzw	725701837	Extern (De Deeluitgeverij bv 725510411)	Eos Psyche & Brein	tweemaandelijks
			Eos Wetenschap / Specials	maandblad
● Gemex Publishing bv	432747187	Intern	Bloemschikken	5 nummers per jaar
			Landelijk Wonen	6 nummers per jaar
			Tijdloos Wonen	4 nummers per jaar
			To the Point Magazine	4 nummers per jaar
● High Level Communication & l'éventail nv	862612981	Intern	Gentleman & Ladies	4 nummers per jaar
			Play Golf	4 nummers per jaar
			Play Tennis & Padel	2 nummers per jaar
● Katholieke Mediagroep nv	405998646	Extern (Trevi Plus bv 807842427)	Kerk en Leven	weekblad
● Mediafin nv	404800301	Intern	De Belegger	weekblad
			Fonds	maandblad
			Netto	4 nummers per jaar
			Sabato	weekblad
			Wealth	2 nummers per jaar
● Mediahuis nv	439849666	Extern (Ads & Data nv 809309701)	Billie	weekblad
			Check	weekblad
			Citta	weekblad
			De Markt	weekblad
			De Standaard Magazine	weekblad
			De Standaard Weekblad	weekblad
			Go For Happy Magazine	6 nummers per jaar
			WKND Limburg	weekblad
● MediaNation nv	464231310	Intern	Gezond	4 nummers per jaar
			Goodbye	4 nummers per jaar

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	RECLAMEREGIE	PUBLICATIE	FREQUENTIE
● Motorrijder bv	888211083	Intern	Motorrijder	Maandelijks
● Perruptio bv i.s.m. Stem int kapittel vzw	715631158 i.s.m. 521886427	Intern	Doorbraak Magazine	4 nummers per jaar
● Produpress nv	650876928	Intern	Autogids / Miles	maandblad
● Professional Media Editions nv	440681985	Extern (Professional Media Regie nv 456390839)	Grafisch Nieuws	10 nummers per jaar
			Media & Communication	4 nummers per jaar
			Verpakking & Label	4 nummers per jaar
● Psycho Media Belgium nv	426759715	Intern (Ventures Media)	Psychologies	4 nummers per jaar
● rekto:verso vzw	862153915	Intern	rekto:verso	4 nummers per jaar
● Roularta Media Group nv	434278896	Intern	AK Hospitals	3 nummers per jaar
			Artsenkrant	20 nummers per jaar
			Datanews	maandelijks
			De Apotheker	4 nummers per jaar
			Feeling	maandelijks
			Fiscoloog	weekblad
			Flair	weekblad
			Knack	weekblad
			Knack Extra	9 nummers per jaar
			Knack Focus	weekblad
			Knack Weekend (met submerk Weekend Black)	weekblad
			Krant van West-Vlaanderen	weekblad
			Libelle (met submerken Libelle Mama, Libelle Nest en Libelle Lekker)	weekblad
			Plus Magazine	maandelijks
			Sterck Magazine	5 nummers per jaar
			Trends	weekblad
Trends Style	10 nummers per jaar			
● Tertio Millennio cvba	467287404	Extern (Trevi Plus bv 807842427)	Tertio	maandelijks
● Ventures Media nv	437339742	Intern	Actief Wonen	4 nummers per jaar
			Farmassistent(e)	9 nummers per jaar
			Forbes België	4 nummers per jaar
			Forbes Luxemburg	4 nummers per jaar
			Ideat	4 nummers per jaar
			KH Magazine	3 nummers per jaar
			Play Hockey	1 nummer per jaar
			Top Santé	maandblad
● Villas Decoration bv	713865857	Intern	VILLAS	4 nummers per jaar
● Wereldmediahuis vzw	479817230	Extern (Ademar bv 477885940)	Mo*Magazine	4 nummers per jaar

Tabel 31: Uitgeverijen periodieke bladen<sup>231 232 233 234 235 236 237</sup>

Midden 2024 kondigden de tijdschriftenuitgevers Roularta, IPM, Rossel en DPG Media hun vertrek aan bij magazinefederatie We Media tegen 2025 als gevolg van een aantal gewijzigde noden en behoeften. Zij zullen zich met hun magazines aansluiten bij de krantenfederaties VNM en Lapresse.be. In navolging hiervan kondigde We Media een nieuwe structuur en een nieuwe Raad van Bestuur aan.<sup>238</sup>

231 Als onafhankelijk nieuwsmedium aanvaardt Apache geen advertenties. Zij halen hun inkomsten uit abonnementen en coöperanten.

232 Dobbit NV maakt deel uit van de PMG-groep, de belangrijkste Vlaamse uitgever van B-to-B bladen. De VRM-administratie heeft er echter bewust voor gekozen om geen categorie business-to-business press op te nemen. Daarom vallen de meeste van hun publicaties buiten het opzet van het rapport.

233 De drie grootste magazinespelers, DPG Media, Roularta en Rossel, bieden adverteerders de mogelijkheid om vanuit één nationaal aanbod genaamd Magixx de lezers van hun magazinetitels te bereiken.

234 De Eos Specials zijn inbegrepen in het abonnement op het magazine Eos Wetenschappen en verschijnen doorgaans om de twee maanden.

235 Drukkerij en Uitgeverij Halewijn nv werd op 24 april 2024 hernoemd naar Katholieke Mediagroep nv. Dit kadert in een fusie tussen Kerknet, Kerk & Leven en Halewijn uitgeverij. Zij gaan verder onder de nieuwe naam Otheo.

236 Het magazine Miles wordt verspreid in samenwerking met het magazine Auto Gids waarbij Miles als bijlage in Auto Gids is opgenomen.

237 Psycho Media Belgium nv is voor 100% in het bezit van Ventures Media nv (437339742).

238 Mediaspecs, "Herstructurering bij WE MEDIA", <https://www.mediaspecs.be/herstructurering-bij-we-media/>, 5 juli 2024.

### 1.3.2.3 Uitgeverijen van gratis bladen

De Vlaamse lezer heeft toegang tot een uitgebreid aanbod van gratis bladen. Sommige van die titels hebben een nationaal bereik, al dan niet met regionale edities. Het bekendste voorbeeld is De Zondag. Andere titels zijn dan weer beperkt tot een kleiner geografisch gebied. Die lokale initiatieven kennen echter vaak een aanzienlijke verspreiding, mede dankzij hun gratis karakter. Vele lokale bladen zijn eigendom van een kleine lokale uitgeverij. Deze gratis lokale bladen leden erg onder de coronacrisis, o.a. De Streekkrant, Steps en Jet hielden het voor bekeken en het verspreidingsgebied van Rondon/Passe-Partout decimeerde. In hoofdstuk 3 gaan we dieper in op lokale nieuwsberichtgeving.

In Tabel 32: Uitgeverijen gratis pers werd een selectie gemaakt van een aantal gratis verspreide bladen. De lijst is niet-exhaustief. Er zijn nog heel wat andere kleine, lokale bladen die niet werden opgenomen.

In 2022 werd BD Media de nieuwe eigenaar van De Grensverspreider. De overname betrof enkel de distributieactiviteiten. De krant van De Grensverspreider, de Grenskrant, bleef in eigendom van De Grensverspreider. De onderneming werd op 29 maart 2024 echter stopgezet. Momenteel wordt de Grenskrant verder gezet door Patrick van den Berg (natuurlijk persoon).

In juli 2023 werd het publimagazine 'Blits' na 15 jaar opgedoekt. Ondanks winstcijfers besloot uitgever Mediatopper ermee te stoppen omwille van drie redenen. Zo heeft de lokale handelaar die de publiciteit afneemt het moeilijk. De coronacrisis heeft het proces nog versneld. De finale doodsteek was echter de belasting op verspreiding van drukwerk. In Vlaanderen worden die tarieven op gemeentelijk niveau vastgelegd. In anticipatie van de tariefverhogingen besloot Mediatopper er vroegtijdig een einde aan te maken.<sup>239</sup>

## UITGEVERIJEN GRATIS PERS

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	AANBOD
● Bode van Schoten bv	426062503	Bode Van Schoten
		Regionaal Magazine
● Crescendo nv	423685211	Elite Reklaam
● Goeiedag nv	877000061	Goeiedag
● Impuls Media bv	883918636	't Gazetje
		Aankondigingsblad
		Etalage
		Impuls
		Kreatief
		Standing
		De Grenskrant
● Patrick van den Berg (natuurlijk persoon)	788959693	De Grenskrant
● Roularta Media Group nv	434278896	De Zondag
		DZ Magazine
		De Nieuwe Omroeper
● Thema Media nv	891510766	Passe-Partout
		Rondon
		Tips
● Tips nv	406823245	Tips
● Uitgeverij Intermedia nv	449163250	Content
		inUWgemeente
		Kempenklok
		MAXzine
● Vlaamse-Brusselse Media vzw	547949238	BRUZZ

Tabel 32: Uitgeverijen gratis pers<sup>240 241</sup>

239 Krant van West-Vlaanderen, Vanden Berghe, B. "Ondanks groene cijfers stopt publimagazine 'Blits' met 11 jobs op de schop: "Toch houden we er een positief gevoel aan over"", <https://kw.be/nieuws/samenleving/ondanks-groene-cijfers-stopt-publimagazine-blits-met-11-jobs-op-de-schop-toch-houden-we-er-positief-gevoel-aan-over/>, 06 juli 2023.

240 Op het moment van redactie was uitgever Mass Transit Media nv nog actief en in een normale rechtstoestand. Daarom wordt het bedrijf in de tabel nog vermeld, maar zonder aanbod (Metro).

241 Het stadsmagazine Bruzz is gratis voor inwoners van het Brussels gewest. Wie buiten het gewest woont, of buiten België kan een abonnement nemen voor respec-



### 1.3.3 Distributie: geschreven pers

De distributie van geschreven pers kan op twee manieren gebeuren: fysieke overdracht van gedrukte exemplaren en digitaal. In dit deel focussen we op de traditionele verspreiding van geschreven pers.

De distributie van de gedrukte geschreven pers houdt nog altijd een fysieke overdracht van elk gedrukt exemplaar in. Er is logistieke actie vereist om het gedrukte blad tot bij de lezer te brengen. De lezer kan zich via een abonnement engageren tot regelmatige aankoop of kan beslissen om een exemplaar van een krant of een tijdschrift aan te schaffen via losse verkoop.

In het geval van een abonnement brengt een postverdelers of een dagbladhandelaar het dagblad of tijdschrift rechtstreeks tot bij de consument aan huis. Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een vijfjarig krantencontract tussen de Belgische Staat en Bpost in werking. Dit gebeurde na een aanbestedingsprocedure. Bpost ontving een vergoeding om kranten en magazines in het hele land vóór 7u30 te bezorgen. In 2019 besliste de federale overheid de concessie onder dezelfde voorwaarden met 2 jaar te verlengen door de aanslepende regeringsonderhandelingen. Vervolgens werd de concessie verlengd tot 31 december 2023. Door allerhande malversaties, zie het infofragment hieronder, ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. De huidige concessie werd nog een laatste keer verlengd tot 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 trad een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

#### INFOFRAGMENT 7: GESJOEMEL BIJ KRANTENCONCESSIE

In 2022 besliste de federale regering om de nieuwe krantenconcessie, met looptijd 2024-2027, terug te brengen naar jaarlijks 125 miljoen euro. Later stelde de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) vast dat er bij de oorspronkelijke aanbesteding van de krantenconcessie mogelijk sprake was van belangenvermenging. Een audit toonde aan dat Bpost, DPG Media, Mediahuis en PPP mogelijk illegale marktafspraken maakten zodat Bpost de openbare aanbesteding won.<sup>242</sup>

De BMA rondde deze zomer haar onderzoek af en legde haar bevindingen eind september voor aan de betrokken partijen. Opvallend: de BMA wil niet enkel bedrijven vervolgen, maar ook (voor het eerst) individuen. Een beslissing over de mogelijke sancties van de BMA wordt eind 2024 of begin 2025 verwacht.<sup>243</sup> Het Brusselse parket wacht de uitspraak in het onderzoek af alvorens het verdere stappen onderneemt in haar eigen onderzoek.<sup>244</sup>

In navolging van het BMA-onderzoek werd de lopende aanbesteding voor het nieuwe krantencontract stopgezet en lanceerde de FOD Economie een nieuwe openbare aanbesteding. Op basis daarvan gaf de FOD eind november 2023 de aanbeveling om de kranten- en tijdschriftenbedeling toe te kennen aan respectievelijk PPP en Proximy.<sup>245</sup> Dat veroorzaakte veel onrust bij Vlaamse en Waalse uitgevers.<sup>246</sup>

Midden december 2023 besloot de federale regering de concessie niet te gunnen. Wel werd nog een eenmalige verlenging van de lopende concessie voor Bpost t.e.m. 30 juni 2024 goedgekeurd. Gelijktijdig werd een nieuw, tijdelijk systeem uitgewerkt om de kranten- en tijdschriftenbedeling in de periode juli 2024 - 2026 te blijven ondersteunen.<sup>247</sup>

Eind maart 2024 werd een akkoord gesloten waarbij de ondersteuning gebaseerd is op de bevolkingsdichtheid per gewest.<sup>248</sup> In gewesten met minder dan 250 inwoners per vierkante kilometer (Wallonië) geldt een

tievelijk €29 en €35 per jaar.

242 De Morgen, De Boeck, A., "Uitstel van executie voor Bpost: regering schuift contract voor krantenbedeling voor zich uit", 27 november 2023.

243 VRT NWS, Santens, T., "Concurrentiewaakhond wil voor het eerst individuen vervolgen in zaak rond manipulatie bpost-subsidies", 21 september 2024.

244 De Tijd, Balboni, J., & Keszei, N., "Brussels parket onderzoekt wanpraktijken bij Bpost", 7 oktober 2023.

245 De Tijd, Dujardin, D., & Colleyn, M., "Bpost ziet krantencontract door vingers glippen", 25 november 2023.

246 De Tijd, Serrure, B., "Uitgevers vrezen 'ramp' voor krantenbedeling", 27 november 2023.

247 De Morgen, Van Droogenbroeck, K., & Van Horenbeek, J., "De deal over de krantenbedeling: krijgt u uw krant straks nog op tijd? En kan Bpost opgelucht ademhalen?", 12 december 2023.

248 De Tijd, Dujardin, D., "Regering bereikt akkoord over steun voor krantenbedeling", 20 maart 2024.

ondersteuning van 49 cent per krant in 2024 en 2025, en 43 cent in 2026. In gewesten met tussen de 250 en 5000 inwoners per vierkante kilometer (Vlaanderen en Brussel) geldt een ondersteuning van 17 cent per krant in 2024 en 2025, en 15 cent in 2026. Voor de bedeling van tijdschriften is het tarief drie jaar lang over heel het land hetzelfde, namelijk 10 cent.<sup>249</sup>

Eind april 2024 sloot Bpost een akkoord met de Vlaamse uitgevers DPG Media, Mediahuis en Mediafin over de krantenverdeling.<sup>250</sup> Bpost zal tot en met 2026 75% van het totale volume van de distributie van kranten in Vlaanderen voor zijn rekening nemen. Concurrent PPP krijgt de overige 25 procent. Vanaf 2025 zal Bpost de verdeling geleidelijk doorschuiven naar dochterbedrijf AMP, dat onderaannemers inschakelt. Deze kostendrukking was een belangrijke eis van de Vlaamse uitgevers. De postbodes gaan niet mee over naar AMP, maar volgens Bpost komen er geen naakte ontslagen in Vlaanderen. Daarnaast hebben de Vlaamse uitgevers ook een akkoord bereikt met PPP over de modaliteiten van de uitbreiding van hun samenwerking aldus de CEO van PPP.

Eind juni 2024 kondigden de grootste Vlaamse mediagroepen al prijsstijgingen aan voor hun papieren kranten. Roularta daarentegen trekt zijn prijzen momenteel niet op.<sup>251</sup>

Indien de consument geen abonnement heeft, kan die zijn krant of tijdschrift kopen in krantenwinkels, warenhuizen, tankstations, etc. De distributie van de bladen van de uitgeverij naar deze verkooppunten is voor 90% van de Belgische markt in handen van AMP, dat in 2016 door Bpost werd overgenomen. Ook de krantenwinkels Press Shop en Relay zijn op hetzelfde moment overgenomen door Bpost en ondergebracht bij een dochteronderneming met de naam 'Ubiway'.

In 2021 zette Bpost Ubiway Retail opnieuw te koop omdat het niet langer in de strategie van Bpost paste. Ubiway loste de groeiambities niet in en had een overgedragen verlies van 10 miljoen euro. De coronacrisis zorgde bovendien voor een bijkomend negatief effect door verplichte sluiting van de winkels.<sup>252</sup> Begin 2022 verkocht Bpost 170 winkels van Press Shop en Relay aan gokbedrijf Golden Palace. Uit politieke hoek kwam veel kritiek. Uiteindelijk werd de verkoopovereenkomst aangepast op vlak van gokactiviteiten waardoor het in de krantenwinkels een nevenactiviteit moeten blijven.<sup>253</sup>

Op 1 augustus 2024 werd de overname van Staci Group, een Franse logistieke speler, door Bpost afgerond.<sup>254</sup>

In Tabel 33: Verdelers van dagbladen en periodieke bladen wordt een overzicht gegeven van de verdelers van dagbladen en periodieke bladen in Vlaanderen.

## VERDELERS

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER
● AMP nv	403482188
● Bpost nv	214596464
● Imapress nv	435810607
● PPP bv	451600326

Tabel 33: Verdelers van dagbladen en periodieke bladen<sup>255</sup>

VFP, de Vlaamse Federatie van Persverkopers, is de voornaamste beroepsorganisatie van de krantenwinkels. Perstablo is de Vereniging voor Pers-, Tabak- en Kansspelverkopers.

Gratis bladen kunnen verspreid worden op verschillende wijzen. Sommige bladen worden verdeeld in displays

249 De Standaard, Dendooven, P., "Akkoord krantenbedeling is aderlating voor uitgevers", 21 maart 2024.  
 250 De Tijd, Broens, B., "Nieuw verdeelcontract maakt krant mogelijk duurder", 26 april 2024.  
 251 VRT NWS, Santens, T., "Tot 5 euro extra per maand: papieren krant thuis laten leveren, wordt duurder", 27 juni 2024.  
 252 De Tijd, Sephiha, M., "Bpost zet Press Shops en Relays in de etalage", 29 april 2021.  
 253 VRT NWS, "Minister De Sutter laat deal tussen Bpost en Golden Palace aanpassen: "Voorkomen dat krantenwinkels goktenten worden"", 16 februari 2022.  
 254 Bpost Group. (2024, 2 augustus). Staci maakt vanaf nu deel uit van bpostgroup en versterkt zo de Europese logistiekstrategie. [Persbericht]. Geraadpleegd op 8 augustus 2024, van <http://prez.ly/r7Qc>  
 255 AMP is voor 100% in handen van Bpost. In 2022 kocht AMP de Nederlandse persdistributeur Aldipress over.

die opgesteld staan in het straatbeeld, in winkels of in treinstations. Andere gratis bladen worden via huis-aan-huis-bedeling verdeeld.

In Tabel 34 vindt de lezer de belangrijkste verdelers van gratis pers in Vlaanderen terug.

## VERDELERS

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER
● AMP nv	403482188
● Eurokrant CommV	810115195
● Flyerco I nv	403522770
● PPP bv	451600326
● Vlaamse Post nv	846768527

Tabel 34: Verdelers gratis pers<sup>256 257</sup>

Geschreven pers wordt ook online verspreid. Alle kranten en de meeste tijdschriften hebben enerzijds een digitale variant van het gedrukte blad en anderzijds een website die continu wordt geüpdatet. Deze kunnen beiden ofwel rechtstreeks via de website, ofwel via een app (voor tablet en smartphone) worden geraadpleegd. Op de nieuwswebsite kan meestal een deel van de artikels gratis gelezen worden en zijn andere artikels voorbehouden voor betalende abonnees. Na de kwaliteitstitels, kiezen ook de populaire titels er meer en meer voor om artikels achter een betaalmuur te plaatsen. De website van de krant is meestal de eerste plaats waarop artikels gepubliceerd worden, van daaruit wordt er geselecteerd voor de papieren versie.

Ook online kan een lezer kiezen voor ofwel een abonnement ofwel losse verkoop. Al ligt hier het zwaartepunt heel sterk bij abonnementenverkoop. Sommige mediahuizen hebben de verkoop van de abonnementen of losse verkoop gecentreerd op één of meerdere platformen. Roularta heeft de website mijnmagazines.be. DPG Media werkt via de website tijdschrift.be. Telkens is er ook een bijhorende app.

De meeste kranten- en tijdschrifttitels hebben afzonderlijke apps voor hun digitale editie. Kranten hebben ook vaak nog een app waar gratis nieuwsberichten gelezen kunnen worden, vergelijkbaar met de website van de krant. Verschillende kranten en tijdschriften sturen bovendien ook nieuwsupdates via mail en pushberichten via de browser of smartphone.

Om de app bij de lezer te brengen, moet de uitgever via een derde partij werken, namelijk een appstore (of applicatiewinkel). De belangrijkste appstores zijn deze van de grote Amerikaanse bedrijven Google (Google Play), Apple (iOs App Store) en Microsoft (Windows Store).

In augustus 2022 trad een nieuwe auteurswet in werking, die onder meer een persuitgeversrecht creëert. Dit recht stelt persuitgevers in staat hun nieuwsaanbod beter te valoriseren tegenover platforms zoals Google en Facebook. Deze platforms genereren aanzienlijke verkeer- en reclame-inkomsten dankzij nieuwsberichten van professionele media. Het persuitgeversrecht verplicht toestemming en een gepaste vergoeding voor het gebruik van journalistieke content, hoewel 'zeer korte fragmenten' hiervan zijn vrijgesteld. Uitgevers moeten vergoedingen delen met auteurs zoals journalisten en fotografen, en een commissie zal bemiddelen bij geschillen. Google en Meta hebben de wet aangevochten bij het Grondwettelijk Hof. Desondanks lanceerde Google reeds de News Showcase-dienst waarbij momenteel alleen de Franstalige uitgevers en Mediafin meedoen.<sup>258</sup>

Art. 15 van de DSM-richtlijn voerde een nieuw naburig recht in voor persuitgevers om controle uit te oefenen op het onlinegebruik van hun perspublicaties door dienstverleners van de informatiemaatschappij.

De Belgische wetgever voerde niet alleen dit nieuw naburig recht in, maar bepaalde ook dat persuitgevers en ISSP's te goeder trouw moeten onderhandelen over de verschuldigde vergoeding. Als er binnen vier maanden

256 AMP is eigendom van Bpost.

257 Flyerco I is het voormalige Belgische Distributiedienst nv (BD nv).

258 Voor meer informatie, zie Infofragment 7 in het rapport mediaconcentratie 2023.

geen overeenstemming wordt bereikt, kan een van de partijen zich wenden tot het Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie (BIPT), dat zal beslissen over de hoogte van de vergoeding. De beslissingen van het BIPT kunnen worden aangevochten voor de lokale rechtbanken. Bovendien zijn ISSP's verplicht om persuitgevers actuele, relevante en volledige informatie te verstrekken over de exploitatie van perspublicaties binnen 1 maand na ontvangst van een desbetreffend verzoek.

Het zijn deze bepalingen die door Meta en Google bij het Grondwettelijk Hof werden aangevochten omdat:

- de onderhandelingsprocedure krachtens art. XI.216/1 en XI.216/2 hen verplicht onderhandelingen aan te gaan, zelfs wanneer zij niet van plan zijn de inhoud van een specifieke uitgever te gebruiken (aangezien een dergelijke uitgever uiteindelijk bij het BIPT zal aankloppen);
- het BIPT een administratieve instantie is die niet over de nodige deskundigheid beschikt om de vergoeding vast te stellen;
- de vereiste dat informatie moet gedeeld worden onevenredig is en ISSP's verplicht om vertrouwelijke informatie te delen.

Tevens wordt opgeworpen dat persartikelen vaak achter betaalmuren worden gepubliceerd en dat ISSP's worden gedwongen om te betalen voor persartikelen die niet eens toegankelijk zijn voor hun gebruikers.

Het Grondwettelijk Hof besloot hier in haar arrest van 26 september 2024 dan ook 3 prejudiciële vragen over te stellen aan het Europees Hof van Justitie.

Daarnaast zijn de verschillende titels voor abonnees ook raadpleegbaar in de online persdatabank Belga Press (vroegere Gopress). Deze databank is voor professioneel gebruik en werd in 2016 overgenomen door het persagentschap Belga.

Tot slot worden steeds meer krantenwebsites voorzien van videosecties. Deze trend kadert binnen een convergentie tussen krantenwebsites en audiovisuele media. Met de omzetting van de AVMD-richtlijn in het decreet van 19 maart 2021 (Belgisch Staatsblad, 29 april 2021) vallen dergelijke afgescheiden videosecties onder het toepassingsgebied van het Mediadecreet (art 2, 45°/1). Een losstaand gedeelte van een dienst, waarvan het hoofddoel het leveren van programma's is, zoals een op zichzelf staand deel van een online krant dat audiovisuele programma's bevat, kan namelijk als een niet-lineaire omroepdienst geclassificeerd worden. Bovendien werd de definitie van 'een programma' in het Mediadecreet aangepast waardoor short-form videoclips hieronder vallen (art 2, 31°).

## 1.4 INTERNET

Haast alle traditionele Vlaamse mediaspelers zijn aanwezig op het internet, minimaal in de vorm van een informatieve website. Er zijn ook nieuwssites en magazines die enkel een internetbestaan hebben zoals bijvoorbeeld DeWereldMorgen of Newsmonkey.

Het is echter niet zo dat alle internettoepassingen tot de mediasector gerekend kunnen worden.

Sinds het rapport van 2015 worden ook de sociale media uitgebreider behandeld. De meeste Vlaamse televisie- en radiozenders, kranten en tijdschriften zijn aanwezig op één of meerdere sociale netwerken en kiezen voor een uitgekende socialemediastategie, waarbij ze mikken op interactie met kijkers, lezers en luisteraars en volop de mogelijkheden van sociale netwerksites benutten.

In Figuur 10: Waardeketen internet wordt de toegevoegde waardeketen voor de internetsector besproken vanuit het perspectief van het internet als mediavorm.

De contentleverancier geldt als startpunt. Journalisten en persbureaus gaan content aanmaken die op sites en sociale media terecht komen. Ook gebruikers kunnen contentleveranciers zijn op het internet door middel van blogs, tweets, Facebookposts, YouTube filmpjes etc.

Een andere vorm van inhoud komt van de adverteerders. Via mediacentrales, reclamebureaus en reclameregies komen allerhande vormen van internetreclame op websites en sociale media terecht.

De websitebeheerder wordt als aggregator gezien. Hij visualiseert de input en presenteert die op de website. In deze waardeketen wordt verondersteld dat de beheerder van de site tevens website-eigenaar is.

Bij sociale media is dit een bijzondere situatie. De VRM beschouwt hier het platform “Facebook” of “X” als de schakel “aggregator”. Dit zijn echter Amerikaanse bedrijven. De traditionele Vlaamse media die aanwezig zijn op deze sites, hebben dus geen invloed op de aggregatieschakel. Net zoals de andere gebruikers, moeten ze zich schikken in het format van de sociale netwerksite.

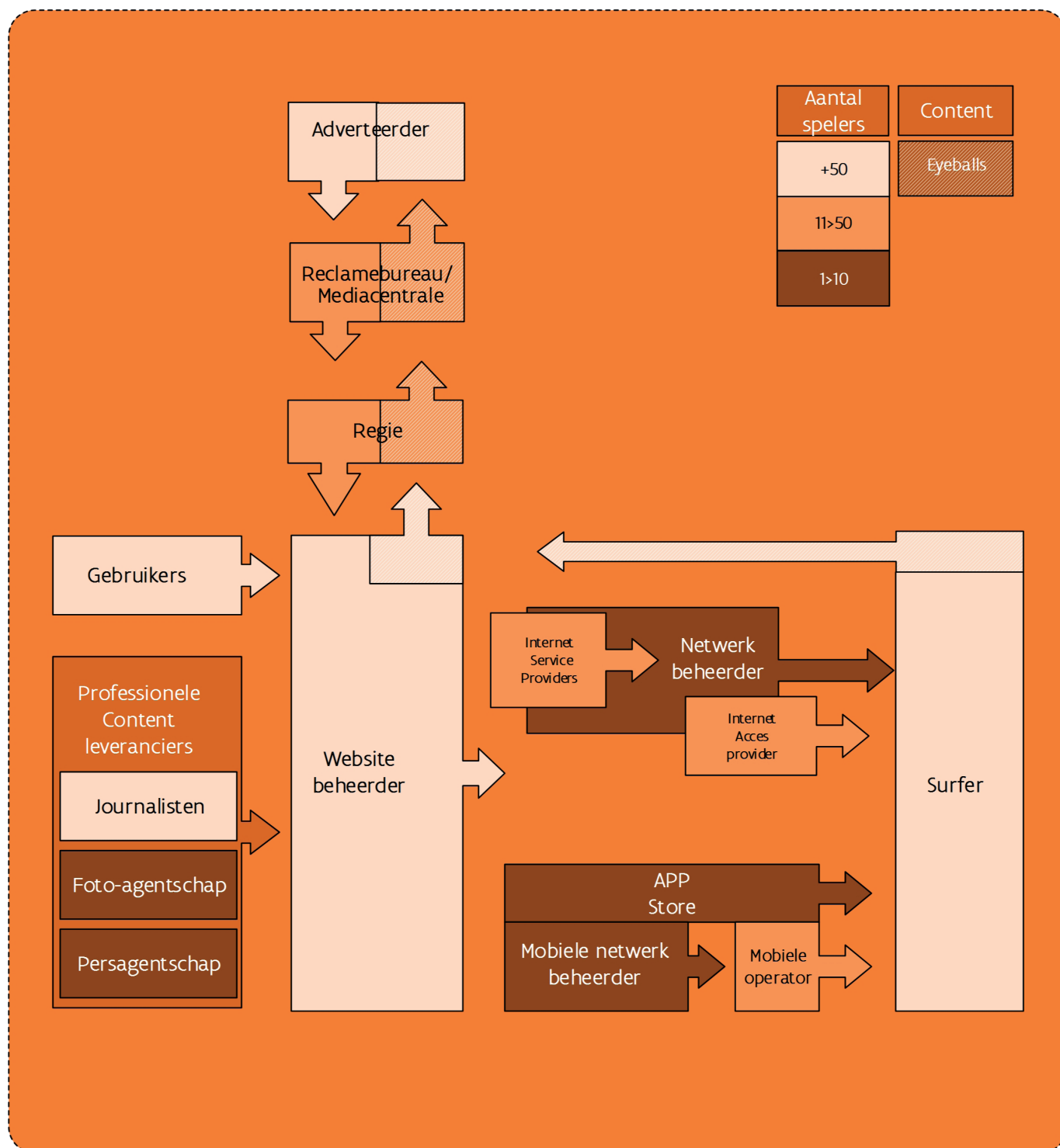
Een internet service provider (ISP) stelt een website beschikbaar op het internet. Hierdoor kan de website geraadpleegd worden. De internet service provider kan websites slechts ontsluiten door gebruik te maken van een netwerk. Het internet bestaat uit een aaneenschakeling van deelnetwerken die onder het beheer staan van de netwerkbeheerder. De internetgebruiker kan slechts toegang tot het internet verkrijgen via de diensten van een internet access provider. De aangeboden diensten van de internet service provider, netwerkbeheerder en internet access provider kunnen geïntegreerd zijn in één onderneming.

De regulatoren zien erop toe dat bovenstaande ondernemingen zich houden aan de verplichting tot netneutraliteit en rapporteren hierover jaarlijks aan de Europese Commissie en BEREC. Netneutraliteit betreft de gelijke en niet-discriminatoire behandeling van internettrafiek. Hoofdstuk 3 en 4 gaan hier verder op in.

Naast de verspreiding over een vast netwerk kan de inhoud ook verspreid worden via mobiel internet. Smartphones en tablets vormen immers een belangrijke toegang tot het internet. De gebruiker doet via een abonnement of prepaid-formule beroep op een mobiele operator. Deze operator maakt ofwel gebruik van een eigen mobiel netwerk ofwel gaat hij een contract aan met een netwerkbeheerder. De consument heeft dankzij zijn contract met de mobiele operator toegang tot mobiel internet. De gebruiker kan ook via een draadloos netwerk (WIFI) – al dan niet gekoppeld aan zijn vast internetabonnement – toegang verkrijgen tot het internet. Op veel openbare plaatsen is er gratis WIFI beschikbaar.

Op zijn mobiel toestel kan de gebruiker ofwel mobiele websites raadplegen ofwel applicaties (apps) gebruiken. Apps zijn een soort van miniprogramma's. De aanbieders van apps kunnen hier ook als aggregator beschouwd worden. In de distributie van apps fungeren ‘appwinkels’ zoals bijvoorbeeld de App Store van Apple en Google Play van Google als tussenschakel om een app te kunnen installeren. Appwinkels zijn hoofdzakelijk





Figuur 10: Waardeketen internet  
Bron: VRM op basis van M. Porter

Gezien de aard van dit rapport zal er voornamelijk aandacht geschonken worden aan de mediagerelateerde schakels van de internetwaardeketen.

Door de aanpassing van artikel 218 § 2. 8° van het Mediadecreet, door het decreet ter (gedeeltelijke) omzetting van het Europees Wetboek voor Elektronische Communicatie (EWEC) van 2 juli 2021 (Belgisch Staatsblad 4 augustus 2021) werd de verplichting van de VRM om concentraties in de Vlaamse mediasector in kaart te brengen uitgebreid met de rapportering over de toestand van de markt voor elektronische communicatie.



De VRM rapporteerde hierover reeds in het Mediaconcentratierapport, zij het louter voor de elementen die onder zijn bevoegdheid (Media) vallen. De federale regulator BIPT, die door de bevoegdheidsverdeling in België bevoegd is voor telecommunicatie, rapporteert hierover meer uitgebreid. Mogelijk kan de VRM hierrond in de toekomst nog bijkomende initiatieven ontwikkelen (eventueel in samenwerking met het BIPT).

### 1.4.1 Contentleveranciers

Bij nieuwssites zijn het vooral journalisten die voor de inhoud van een website zorgen. Deze journalisten kunnen gelinkt zijn aan traditionele media of op zelfstandige basis artikels schrijven. Het is moeilijk om exact te bepalen hoeveel internetjournalisten er zijn. Enerzijds zijn journalisten die verbonden zijn aan een uitgeverij of andere mediaspeler niet noodzakelijk uitsluitend internetjournalist. Zij leveren dan zowel input voor een dagblad, radio- of tv-nieuws als voor een website. Anderzijds schrijven sommigen enkel internetartikels.

Nieuwswebsites doen eveneens beroep op pers- en fotoagentschappen als inspiratiebron voor de online content. Een overzicht van de belangrijkste agentschappen staat onder de titel 'Geschreven Pers' in Tabel 25. Tabel 26 bevat de belangrijkste fotoagentschappen.

Het is vervolgens de online redactie die beslist in welke vorm, op welk tijdstip en op welk platform de content online komt te staan. Dit kan een geschreven artikel zijn, een nieuwsvideo of een podcast.

De content van websites van radio-omroeporganisaties bestaat onder meer uit nieuws en de mogelijkheid om live te luisteren. Bij de websites van televisieomroeporganisaties ligt de nadruk op on-demand en live tv-kijken. Ook op de apps van radio- en tv-omroeporganisaties kan er uitgesteld of live naar radio geluisterd of naar tv gekeken worden.

Ook niet-professionele gebruikers bepalen mee de inhoud van het Vlaamse medialandschap op het internet. We spreken dan over user-generated content en content creators. Sociale media maken het nog eenvoudiger om video's, foto's of tekst te verspreiden en snel een groot publiek te bereiken. Sommige bloggers, 'Instagrammers', 'YouTubers' of 'TikTokkers' bereiken een groot publiek en genereren een inkomen via advertenties. Verschillende marketingbedrijven werken hiervoor samen met deze content creators. In 2022 richtte Feweb, de federatie voor webbedrijven, het Content Creators Platform op. Het wil dienst doen als de koepelorganisatie van de sector van de content creators.

Binnen de VRM hebben de Social Media Watchers de meest populaire Vlaamse content creators opgelijst voor YouTube, Instagram, TikTok en Twitch. Om praktische redenen wordt in Tabel 35 hieronder telkens de top vijf per platform vermeld, en is er enige toelichting voorzien per platform. Voor elk platform geldt alvast dat de focus ligt op content creators, en niet op bedrijven, merken, sportpersonen en/of muzieklabellen.

## VLAAMSE CONTENT CREATORS

PLATFORM	NAAM	AANTAL VOLGERS	VOERTAAL
● YouTube	Celine Dept	33.500.000	Engels
	Celine & Michiel (CEMI)	11.800.000	Nederlands
	Maureen Naudts MakeUpArtist	3.780.000	Engels
	OussiFooty (Oussama Nacer)	2.890.000	Engels
	Timothy Tancre	2.480.000	NVT
● Instagram	Céline Dept	1.600.000	Engels
	Oussifooty (Oussama Nacer)	1.000.000	Engels
	Average Rob (Robert van Impe)	762.000	Engels
	Karen Damen	568.000	Nederlands
	Celine Schraepen	486.000	Nederlands
● TikTok	Celine Dept	14.800.000	Engels
	Chris Lobanzo	6.700.000	Engels
	The Window Master (Timothy Tancre)	6.000.000	NVT
	Stien Edlund	5.700.000	Nederlands
	Oussifooty (Oussama Nacer)	5.100.000	Engels
● Twitch	Dakillzor (Jordy Versmesse)	242.100	Engels
	YaDsAcid (Nathan Vandergunst)	124.300	Nederlands
	Joaquim Blaze	45.100	Nederlands
	Brekk1e	34.200	Engels
	TaniaUncensored (Tania Derveaux)	32.500	Engels

Tabel 35: Vlaamse content creators<sup>259</sup>

Bron: VRM

Céline Dept en Michiel Callebaut, samen beter bekend als CEMI, voeren ook dit jaar de lijsten aan van de meest gevolgde profielen. Voor YouTube vinden we hen terug op de eerste twee plaatsen: het account van Céline Dept brengt voetbalcontent naar meer dan 33 miljoen volgers. Dit profiel brengt geen long form content, maar zet volledig in op het short format. Het account werd gelanceerd in mei 2023 en had in ons vorig rapport 7,5 miljoen volgers. Op één jaar tijd is het aantal volgers dus meer dan verviervoudigd. Het gemeenschappelijke account, CEMI, zit dicht bij 12 miljoen volgers, wat eveneens een zeer mooie stijging is t.o.v. vorig jaar (6,6 miljoen volgers). Maureen Naudts (make-up artieste), OussiFooty (voetbalcontent) en Timothy Tancre sluiten de meest gevolgde profielen af, elk boven de 2 miljoen volgers.

Voor Instagram en TikTok vinden we Céline Dept tweemaal terug op de eerst plaats, respectievelijk met 1.600.000 en 14.800.000 volgers. Oussifooty staat voor Instagram op de tweede plaats en voor TikTok op de vijfde plaats, met respectievelijk 1.000.000 en 5.100.000 volgers. De top 5 voor Instagram wordt verder vervolledigd door Average Rob, Karen Damen en Celine Schraepen. Hun volgersaantallen liggen tussen de 450.000 en 775.000.

In de TikToklijst vinden we Chris Lobanzo, The Window Master en Stien Edlund terug, allemaal met meer dan 5.000.000 volgers.

Veel kleiner in cijfers dan de andere platformen in Vlaanderen, is Twitch. Met net geen 250.000 volgers staat het kanaal van Dakillzor bovenaan de lijst. YaDsAcid (het Twitchkanaal van Nathan Vandergunst, online alias Acid) volgt hem op. De meerderheid van deze streamers doet dat in het Engels, in een poging een groter

<sup>259</sup> Dit is een momentopname, genomen in het najaar van 2024. Het aantal volgers werd afgerond. Wijzigingen zijn dus niet uitgesloten.

publiek dan de Vlaamse Twitch-kijker aan de spreken.

Ondernemingen weten aan welke regels zij zich moeten houden dankzij de publicatie van het Communicatie Centrum omtrent influencer marketing en de Code over de herkenbaarheid van native advertising. De Jury voor Ethische Praktijken (JEP) ziet toe op de controle en de naleving van deze regels.<sup>260</sup> Een campagne zette de JEP dit jaar nog eens in de spotlights.<sup>261</sup>

De Vlaamse Regulator voor de Media publiceerde eind 2021 het Content Creator Protocol (CCP). Het stelt dit CCP ter beschikking van content creators, vloggers en influencers. In het voorjaar van 2021 werd de herziening van de Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten immers omgezet in het Vlaamse Mediadecreet. Hierdoor zijn er nieuwe regels van kracht voor creators die gebruik maken van videoplatformdiensten. Via het protocol kunnen zij op een eenvoudige wijze terugvinden hoe zij online video's conform de regelgeving kunnen plaatsen op sociale mediaplatformen zoals YouTube, Instagram, TikTok, Twitch en andere. Het CCP kwam onder meer tot stand na meerdere info- en overlegmomenten met sectororganisaties, socialmedia-agencies en individuele content creators, vloggers en influencers. Voor alle informatie, zie: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/content-creator-protocol>.

In 2022 publiceerde het Communicatie Centrum nieuwe aanbevelingen die de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP) in staat zal stellen de identificatie van de commerciële relatie tussen adverteerder en influencer beter te controleren.<sup>262</sup>

Nog in 2022 kwam de FOD Economie met een best practices voor content creators. Die moeten de consument helpen om reclameboodschappen meteen te herkennen en tonen content creators hoe ze hun volgers helder kunnen informeren, alsook welke informatie ze verplicht moeten meedelen.<sup>263</sup> Onder de verplichte informatie valt ook een vestigingsadres, wat veelal het privéadres is van de influencer. Dat leidde tot protest. Bedrijvenfederatie Feweb biedt hiervoor een oplossing door de leden van koepelorganisatie Content Creators Platform het adres van Feweb te laten gebruiken. Dat vestigingsadres kunnen influencers dan vermelden op hun socialemediakanalen.

Begin 2023 werd er door het Departement Cultuur, Jeugd, Media van de Vlaamse overheid ook een influencerFAQ gelanceerd. Een plek waar influencers terecht kunnen voor antwoorden op ondernemende, maatschappelijke of ethische vragen.<sup>264</sup>

Uit onderzoek van de Europese Commissie en de FOD Economie bij 576 influencers, waaronder 31 Belgen, dat begin 2024 is gepubliceerd blijkt dat in België slechts 10 procent van de influencers zich aan de regels houdt omtrent het transparant communiceren omtrent commerciële communicatie. Overtreders riskeren een berisping of een geldboete.<sup>265</sup>

#### 1.4.2 Reclameregies en mediacentrales

Als websites "gratis" toegankelijk zijn, verricht de eindgebruiker geen betaling die rechtstreeks naar de website-eigenaar vloeit. Een websitebeheerder haalt zijn inkomsten dan grotendeels uit reclame. Gedeelten van de ruimte op websites worden dan ook vrijgehouden voor allerlei vormen van online reclame.

Het Europees Audiovisueel Observatorium<sup>266</sup> onderscheidt 6 verschillende online advertentieformaten:

- Banners zijn advertenties op websites of apps
- Search ads zijn advertenties die getoond worden bij zoekresultaten zoals bij de zoekmachines van

<sup>260</sup> Raad voor de reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert een code over native advertising", 8 januari 2019.

Raad voor de Reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert aanbevelingen", 8 oktober 2018.

<sup>261</sup> JEP, "het Communicatie Centrum zet zelfregulering in de spotlights met lancering JEP-campagne", <https://www.jep.be/het-communicatie-centrum-zet-zelfregulering-in-de-spotlights-met-lancering-jep-campagne/>, 23 januari 2024.

<sup>262</sup> Mediaspecs, "Het Communicatie Centrum publiceert nieuwe aanbevelingen inzake influencer marketing", <https://www.mediaspecs.be/het-communicatie-centrum-publiceert-nieuwe-aanbevelingen-inzake-influencer-marketing/>, 25 april 2022.

<sup>263</sup> FOD Economie, "Contentcreators moeten reclame duidelijk kenbaar maken", <https://news.economie.fgov.be/213090-contentcreators-moeten-reclame-duidelijk-kenbaar-maken>, 25 april 2022.

<sup>264</sup> InfluencerFAQ, 2023, <https://www.deinfluencerfaq.be/wat-is-de-influencerfaq>.

<sup>265</sup> Het Laatste Nieuws, Dee, K., "Nieuw onderzoek: influencers lappen massaal regels aan laars", 14 februari 2024.

<sup>266</sup> Cappello M. (ed.), New actors and risks in online advertising, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2022.

Google of Bing

- Native ads volgen de natuurlijke vorm en functie van de gebruikservaring waarin de advertentie geplaatst wordt
- Social media ads zijn advertenties die getoond worden op sociale mediaplatformen zoals Facebook of Instagram
- Rich-media ads zijn advertenties met geavanceerde kenmerken zoals video of audio
- Email ads zijn advertenties die verschijnen in digitale nieuwsbrieven, email marketing campagnes en andere commerciële mail communicatie

Online advertenties worden dikwijls getargeted. Dit wil zeggen dat deze worden afgestemd op basis van de voorkeuren van een gebruiker. Informatie omtrent deze voorkeuren kan op verschillende manieren verzameld worden. Dat gaat van browsegeschiedenisgegevens, zoekgeschiedenis, mediaconsumptiegegevens (bv. bekeken video's), app-gebruiksgegevens, aankopen, doorklikreacties op advertenties en posts en interacties op sociale media. Om gegevens te verzamelen over het surfgedrag van consumenten, maakten bedrijven tot vorig jaar vaak gebruik van tracking cookies. Meer toelichting omtrent deze cookies wordt gegeven in het volgende infragment.

Er bestaat ook zoets als contextuele advertenties. Bij dit type targeting worden advertenties weergegeven die niet zijn gebaseerd op gedrag of een kenmerk van de consument, maar op de inhoud die ze bekijken. Dit bouwt voort op de veronderstelling dat de inhoudsvoorkeuren van consumenten hun interesses en productvoorkeuren aangeven. Deze vorm van adverteren is al decennia gebruikelijk, maar het wint aan populariteit omdat het niet gaat om het verwerken van de persoonlijke gegevens van consumenten.

Daarnaast heb je ook look-a-like adverteren. Deze modellen maken identificatie van nieuwe doelgroepen mogelijk op basis van een gebruikersset waarvan geweten is dat die geïnteresseerd zijn in de advertentie. Dergelijke targeting is gebaseerd op de veronderstelling dat gebruikersovereenkomsten correleren met de waarschijnlijkheid om positief te reageren op een advertentie. Gebruikers die gelijken op andere gebruikers op bepaalde parameters krijgen dan advertenties te zien die werkten bij die andere gebruikers. Look-a-like advertenties worden vaak toegepast op sociale media waar een organisatie een aangepaste doelgroep kan maken op basis van informatie die ze hebben over hun klanten.

Online advertentieruimtes zijn dan ook zeer populair. Ook Vlaamse bedrijven maken hier intensief gebruik van door online te adverteren. Deze ruimtes, die terug te vinden zijn op socialemediaplatformen, videodiensten, zoekmachines en websites, zijn veelal in handen van vijf grote internationale spelers: Google, Amazon, Facebook, Apple en Microsoft (acroniem: GAFAM). Voornamelijk Google en Facebook zijn sterk aanwezig op de (inter)nationale advertentiemarkt.

## **INFOFRAGMENT 8: THIRD-PARTY COOKIES STAAN ONDER DRUK EN DAT BIEDT OPPORTUNITEITEN**

Onder druk van privacywetgeving, bv. de GDPR, en een groeiend bewustzijn rond online privacy, waar bedrijven zoals bv. Apple op inspelen, raakte het ecosysteem van third-party cookies in verval.

Verschillende browsers zoals Microsoft Edge, Safari en Firefox verboden daarom al third-party cookies. Google nam die beslissing in 2022 voor Chrome en was van plan om de uitfasering in 2024 op te starten. Onder druk van o.a. adverteerders zag Google af van zijn plannen en geeft het in de plaats prioriteit aan gebruikerscontrole over hun browsergegevens via een nieuw systeem binnen Chrome.<sup>267</sup>

Desondanks lijken third-party cookies eindig te zijn. De verdwijning ervan zal een grote impact hebben op de marketing- en advertentiewereld, maar dat biedt tegelijk ook opportuniteiten. Zo kunnen adverteerders hun eigen first-partystrategie uitbouwen om data te verzamelen. Daarnaast zijn er data clean rooms en context

<sup>267</sup> Mediaspecs, "Google beslist om de geplande uitfasering van de third-party cookies stop te zetten", <https://www.mediaspecs.be/google-beslist-om-de-geplande-uitfasering-van-de-third-party-cookies-stop-te-zetten-met-een-eerste-reactie-van-bart-de-waele/>, 23 juli 2024.

gebonden advertenties om privacy-vriendelijk te adverteren.<sup>268</sup>

DPG Media lanceerde daarom eind 2023 zijn nieuw reclameplatform Ad Manager. Adverteerders kunnen via het platform rechtstreeks reclame bij zijn merken aankopen. DPG Media hoopt zo een stuk van de markt terug te winnen op Facebook en Google, en het verdient ook meer aan deze rechtstreekse advertenties.<sup>269</sup>

In september 2024 tikte de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) Mediahuis op de vingers wegens het fout gebruik van cookiebanners op zijn vier nieuwssites (De Standaard, Het Nieuwsblad, Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen). Zo ontbreekt een knop waarmee gebruikers alle cookies kunnen weigeren. Mediahuis kreeg 45 dagen de tijd om de nodige aanpassingen uit te voeren. Daarna wordt een dwangsom van 25.000 euro per dag opgelegd.<sup>270</sup>

Er wordt ook op andere manieren teruggevochten tegen de machtspositie van de GAFAM's.

In het verleden sloten Vlaamse mediabedrijven die zelf (online) advertentieruimten aanbieden twee samenwerkingsakkoorden af op het vlak van advertentiewerving: Magixx en Ads & Data.

Eind februari 2024 raakte bekend dat meer dan 30 Europese mediabedrijven, waaronder DPG Media, Mediahuis en Roularta, een gezamenlijke schadevergoeding t.w.v. € 2,1 miljard eisen van Google wegens het misbruik van zijn dominante positie op de online advertentiemarkt. De discussie gaat over Ad Tech, de technologie achter advertenties op websites, en Google zijn veilingplatform AdX waarop het hoge tarieven aanrekent.<sup>271</sup>

Vorig jaar uitte de Europese Commissie reeds bezwaren tegen AdX. Google zou volgens de Commissie misbruik maken van zijn machtspositie om zijn eigen advertentieplatform te bevoordelen. Google en Facebook vormden trouwens de afgelopen jaren al vaker het voorwerp van verschillende onderzoeken door de Commissie en andere instanties, veelal met boetes tot gevolg.<sup>272</sup>

In Tabel 36 wordt een overzicht gegeven van de ondernemingen die actief zijn op vlak van reclameregie voor websites. In dit overzicht staan enkel Vlaamse reclameregies. Er ontstaan ook meer en meer influencer marketing bureaus, zoals bv. MASTR, Starsky, Next Chapter, .... Zij brengen bedrijven in contact met content creators voor campagnes. Deze bureaus worden niet opgenomen in onderstaande tabel.

Zoals bekend hebben Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media hun reclameregies samengebracht in de joint venture Ads & Data nv. Deze samenwerking resulteert in een nationale reclameregie met een crossmediaal aanbod waaronder ook websites.

Door de overname van RTL Belgium door DPG Media en Rossel is de reclameregie van IP Belgium in Vlaanderen geïntegreerd in DPG Media Advertising.

Eind augustus 2024 sloten Produpress en Proxistore een akkoord om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken.<sup>273</sup>

268 Mostinckx, E. (2024, January 26). Het einde van third-party cookies: wat nu? WE MEDIA Magazine Media. <https://wemedia.be/magazinemedi/nieuws/het-einde-van-third-party-cookies-wat-nu>

269 De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.

270 De Tijd, De Preter, W., "Uitgever Mediahuis krijgt dwangsommen opgelegd wegens cookiebeleid", 6 september 2024.

271 De Tijd, Vanacker, L., "Vlaamse mediabedrijven sluiten zich aan bij claim van 2,1 miljard tegen Google", 28 februari 2024.

272 Meer informatie hieromtrent kan u terugvinden in het rapport Mediaconcentratie 2023, pp.85 - 86.

273 Mediaspecs, "Produpress Advertising komt tot een akkoord met Proxistore om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken", <https://www.mediaspecs.be/produpress-advertising-komt-tot-een-akkoord-met-proxistore-om-het-aanbod-van-doelgerichte-reclame-te-versterken/>, 24 augustus 2024.



# RECLAMEREGIES INTERNET

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	WEBSITE
● Ademar bv	477885940	mo.be
● Ads & Data nv	809309701	Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg, inmemoriam.be, Made-in.be, Het Nieuwsblad, De Standaard, GoPlay, Snapchat, Dagelijkse Kost, Sporza, Studio Brussel, Radio 1, Radio 2, MNM, Bruzz, njam.tv., playsports.be, Newsmonkey, Business AM, gezond.be, zimmo.be, VRT MAX, Proximus.be, HBO MAX
● B.G.-Consulting nv	439278356	Stadsradiovlaanderen.be
● Blue Pixl Media bv	735567727	clickx.be, shoot.be, techpulse.be (met subsite business.techpulse.be), techradar.com
● Connected Media bv	772911044	Beursduivel.be, businessam.be, gezond.be, goodbye.be, newsmonkey.be
● DPG Media Advertising Belgium	432306234 (business unit DPG Media nv)	De Morgen, goedgevoel.be, HLN, humo.be, Joe, livios.be, mijnenergie.be, mijnvergelijker.be, vtwonen.be, Qmusic, Willy, spaargids.be, tweakers.net, jobat.be, VTM GO, independer.be, mijntelco.be, scholieren.com, Streamz.be, immoweb.be
● Produpress nv	650876928	autogids.be, autoscout24.be, gp-inside.com
● Proxistore nv	534497219	Proxistore is gespecialiseerd in regionale en lokale online reclame via geolokalisatie. Verschillende mediadiensten maken gebruik van hun diensten. Roularta bezit 14,04% van de aandelen in deze onderneming.
● Psycho Media Belgium nv	426759715	Psychologies.be
● Roularta Media Group nv	434278896	artsenkrant.com (met subsites Ak update specialist, Belgian oncology and hematology news, de Apotheker en Ak Hospitals), dezonag.be, feeling.be, flair.be, immovlan.be, kw.be, knack.be (met subsites datanews, Focus, Kanaal Z, Plusmagazine, Trends, Trends Style, Trends Beleggen, Trends Top, Trends Business information, Knack weekend), grafischnieuws.be, libelle.be, libellelekker.be, libellemama.be, Libelle Nest, regiotalent.be, shedeals.be, gezondheid.be, gocar.be
● Trustmedia België	404800301 (business unit Mediafin nv)	tijd.be (met subsite netto)
● VAR nv	441331984	Playnostalgie.be (met subsite Nostalgie Plus), nrj.be

Tabel 36: Reclameregies voor websites<sup>274</sup>

Voor het voeren van gerichte reclame, is het gebruik van data onmisbaar geworden. De nationale reclameregie Ads & Data vormt hier dan ook het voorbeeld bij uitstek van. Toch zijn er soms vragen over het gebruik van persoonlijke data.

De Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) deelde in 2022 een boete van 250.000 euro uit aan IAB Europe, de Europese vakorganisatie van digitale advertentiebedrijven, wegens inbreuken op de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De GBA oordeelde dat het Transparency and Consent Framework (TCF), dat door IAB Europe is ontwikkeld, niet voldoet aan een aantal bepalingen van de AVG. Het TCF is een mechanisme dat het beheer van gebruikersvoorkeuren voor online gepersonaliseerde advertenties vergemakkelijkt en dat een sleutelrol speelt bij het zogenaamde Real Time Bidding. IAB kreeg twee maanden de tijd om een actieplan voor te leggen om zijn activiteiten in overeenstemming te brengen.<sup>275</sup>

IAB Europe tekende beroep aan tegen deze beslissing bij het Marktenhof (dat deel uitmaakt van het hof van beroep). Voordat het een uitspraak in deze zaak doet, heeft het Marktenhof in september 2022 besloten een aantal prejudiciële vragen te stellen aan het Hof van Justitie van de Europese Unie (HvJ-EU). De vragen betreffen de status van IAB Europe als (gezamenlijke) verwerkingsverantwoordelijke en de vraag of de "TC String" (een reeks numerieke tekens die de voorkeuren van de gebruiker weergeven) als persoonsgegeven kan worden beschouwd.<sup>276</sup>

Op 7 maart 2024 deed het HvJ-EU een uitspraak in de zaak. Het oordeelt dat IAB Europe als (gezamenlijke) verwerkingsverantwoordelijke kan worden gekwalificeerd en dat de "TC String" een persoonsgegeven is. De

<sup>274</sup> Psycho Media Belgium nv is voor 100% in bezit van Ventures Media (437339742)

<sup>275</sup> GBA, "De GBA herstelt de orde in de online advertentie-industrie: IAB Europe wordt verantwoordelijk gehouden voor een mechanisme dat in strijd is met de AVG", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/iab-europe-wordt-verantwoordelijk-gehouden-voor-een-mechanisme-dat-in-strijd-is-met-de-avg>, 2 februari 2022.

<sup>276</sup> GBA, "IAB Europe-zaak: het Marktenhof stelt prejudiciële vragen aan het Hof van Justitie van de EU", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/iab-europe-zaak-het-marktenhof-stelt-prejudiciële-vragen-aan-het-hof-van-justitie-van-de-eu>, 7 september 2022.



procedure bij het Marktenhof kan dus worden hervat.<sup>277</sup>

Naast samenwerkingsverbanden op vlak van reclame, werken verschillende bedrijven ook samen om hun inkomsten te diversifiëren en dus risico's te spreiden. Belfius werkt bijvoorbeeld samen met Proximus, waarbij de klanten van beide bedrijven een voordeligere toegang krijgen tot elkaars diensten via het bankenpakket (met telecomaanbod) Beats van Belfius en de bank Banx.<sup>278</sup> Beats lijkt het goed te doen, Banx niet. Mogelijks zal Banx daarom worden stopgezet.<sup>279</sup>

### 1.4.3 Aggregatie: website-eigenaars

De websitebeheerder zorgt ervoor dat de website vorm krijgt en visualiseert de inhoud die de contentleverancier aanlevert.

Om het internetsegment dat tot de Vlaamse mediasector gerekend kan worden af te bakenen zullen er een aantal keuzes gemaakt moeten worden. Er zijn in augustus 2024 maar liefst 1.729.369 geregistreerde '.be' websites en 5.885 "vlaanderen" websites.<sup>280</sup>

In het mediaconcentratierapport worden volgende criteria gehanteerd:

- De domeinnaam moet eigendom zijn van een Vlaamse onderneming.
- De op het Vlaamse publiek gerichte informatie die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op een andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector, ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een "klassiek" mediaproduct.

In Tabel 37 worden de belangrijkste websites en ondernemingen die beantwoorden aan de eerste delen van bovenstaande definitie samengebracht. Het gaat om websites die het equivalent zijn van klassieke mediaproducten en/of aangeboden worden door ondernemingen die reeds op een andere wijze actief zijn in de Vlaamse mediasector. De Franstalige websites worden hier niet in opgenomen. Ook websites van lokale radio's, regionale tv en gratis pers zijn hier niet opgenomen, terwijl ze er quasi allemaal wel een hebben. De websites die geen eigendom zijn van een klassiek mediabedrijf, maar wel als een Vlaamse mediawebsite beschouwd kunnen worden, zijn in Tabel 38 opgelijst.

Vlaamse burgers kijken steeds meer naar (Vlaamse) programma's op lokale of internationale platformen waar en wanneer ze willen ("on demand"). Om aan deze veranderende noden te voldoen, bouwen de Vlaamse mediabedrijven DPG Media, Play Media en VRT, maar ook internationale spelers, hun platform verder uit: nieuwe formats, experimenten met (goedkopere) abonnementen en samenwerking op vlak van platformificatie zijn enkele opties. Zo ontstaat een nieuw front in de strijd om de kijker, die zich meer afspeelt op het scherm van de smartphone dan op de klassieke televisie.

Nieuwe formats omvatten bijvoorbeeld online (only) reeksen en telenovelles. Het is kortere, 'snackbare' online content (in het tv-jargon "midforms") die veelal uitsluitend op het eigen platform staat. Sinds 2022 bundelt DPG Media al haar midforms onder "VTM GO SHORTIES".<sup>281</sup> Ook VRT en Play Media zetten stevig in op pure digitale formats voor een jonger publiek.

Voorbeelden van experimenten met (goedkopere) abonnementen zijn VTM GO+ of Streamz Basic. Bij VTM GO+ krijgt de kijker tegen betaling vroegtijdige toegang tot bepaalde content, nog voor dit programma lineair op televisie wordt uitgezonden. Recent kondigde DPG Media aan deze previewfunctie fors uit te breiden.<sup>282</sup> Streamz Basic laat de abonnee dan weer toe om content te bekijken tegen een lagere prijs, zij het wel met reclame tussendoor.

277 GBA, "De zaak IAB Europe: het HvJ-EU beantwoordt prejudiciële vragen", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/de-zaak-iab-europe-het-hvj-eu-beantwoordt-prejudiciële-vragen>, 7 maart 2024.

278 Het Nieuwsblad, "Belfius gaat nu ook telefoonabonnementen verkopen", 30 december 2020.

279 De Tijd, Quoistiaux, G., & Martin, A., "Neobank Banx van Proximus en Belfius staat op de helling", 7 oktober 2023.

280 DNS Belgium, "Geregistreerde domeinnamen", [www.dnsbelgium.be](http://www.dnsbelgium.be), 31 augustus 2024.

281 De Tijd, Serrure, B., "VTM schakelt hoger in 'snackbare' onlinecontent", 12 januari 2022.

282 De Morgen, Dumon, P., "Vernieuwing is dit voorjaar codewoord aan de Mediaaan - 'In de tv-wereld weten ze dat hier bij VTM dingen gebeuren'", 16 januari 2024.

Sinds de opkomst van “on demand” kijken, zijn er veel gratis en/of betalende streamingsdiensten gelanceerd waarbij content is afgeschermd van concurrenten. De laatste jaren zien we dat verschillende spelers samenwerken op vlak van platformificatie. Dit biedt verschillende voordelen o.a. het lanceren en onderhouden van een platform kost minder, er is schaalgrootte om tegenstand te bieden aan internationale spelers en te investeren in content, en kijkers hebben één vast toegangspunt.

De lancering van het betalende streamingsplatform Streamz in 2020 is nog steeds een goed voorbeeld van samenwerking, in dit geval tussen DPG Media en Telenet, met medewerking van VRT. In 2023 werd een akkoord voor drie jaar gesloten tussen Streamz en VRT omtrent een structurele samenwerking.<sup>283</sup> Tevens besloten Streamz en Studio 100 dat jaar beter samen te werken en het aanbod voor kinderen en (jong)volwassenen uit te breiden. De aparte kidszone op Streamz is hiervan een resultaat.<sup>284</sup> In 2024 integreerde DPG Media een directe toegangsweg naar Streamz in zijn platform VTM GO. Kijkers kunnen hun Streamz-abonnement daar koppelen of via het platform een Streamz-abonnement afsluiten. Streamz en VTM GO+ blijven wel beschikbaar als afzonderlijke app en dienst.<sup>285</sup> Een gevolg hiervan is dat content van Play Media en VRT, mits Streamz-abonnement, nu via VTM GO beschikbaar is.

De samenwerking op vlak van platformificatie werpt voor de Vlaamse spelers zijn vruchten af. Uit de meest recente Digimeter blijkt dat internationale spelers steeds meer concurrentie ondervinden van de lokale zenders. VRT MAX, VTM GO en GoPlay hebben een vergelijkbaar bereik als de betalende streamingplatformen. Tevens slagen zij erin om, mede dankzij deze platformen, meer jongeren te bereiken in vergelijking met vorig jaar.<sup>286</sup>

Uit de Apestaartjaren, een tweejaarlijks onderzoek van Imec-MICT van de Universiteit Gent dat de digitale leefwereld van kinderen en jongeren (6 tot 18 jaar) in kaart brengt, blijkt dat kinderen en jongeren goed in staat zijn om met digitale stress om te gaan en dat tieners en jongeren met een kritische blik en nuchterheid naar technologie kijken.<sup>287</sup>

Deze kritische blik is ook belangrijk wapen in de strijd tegen desinformatie. Om die vaardigheid nog te versterken, investeert de Vlaamse Regering 3 miljoen euro in vijf projecten. Één van deze projecten is NieuwsWijsNeuzen!. Het project wil jongeren weerbaar maken op drie manieren: via de Kindwijzer (een leidraad voor kinder- en jeugdjournalistiek in tijden van nepnieuws), via bijkomend educatief materiaal voor leerlingen en leerkrachten, en via een Checkpunt Desinformatie.<sup>288</sup>

Ondanks bovenstaande positieve berichten, blijft de zicht- en vindbaarheid van lokale media een belangrijk aandachtspunt. Internationale spelers zijn nog steeds prominent zichtbaar, o.a. door een aparte knop op de afstandsbediening, in tegenstelling tot lokale media. Due prominence kan een oplossing zijn (zie Hoofdstuk 4).<sup>289</sup>

Sinds de publicatie van het vorige Mediaconcentratierapport waren er ook enkele wijzigingen.

Zo zijn de websites van Stubru<sup>290</sup>, MNM en Klara<sup>291</sup> opgegaan in VRT MAX. De publieke omroep geeft het platform steeds meer vorm als belevingsbestemming, met aandacht voor radio en muziek. Daarom wordt al het muziekaanbod samengebracht op een centrale muziekpagina op VRT MAX.

Daarnaast werd Drukkerij en Uitgeverij Halewijn nv in april 2024 hernoemd naar Katholieke Mediagroep nv. Dit kadert in een fusie tussen Kerknet, Kerk & Leven en Halewijn uitgeverij. Zij gaan verder onder de nieuwe merknaam Otheo.

### Verder kondigde filmgroep Lumière aan dat het vanaf half juni 2024 geen nieuwe films en series meer te koop

283 De Standaard, “VRT-reeksen kunnen voortaan achter de betaalmuur van Streamz verdwijnen”, 22 mei 2023.  
284 Het Laatste Nieuws, “Streamz en Studio 100 slaan de handen in elkaar: aanbod voor kinderen wordt serieus uitgebreid”, 10 juli 2023.  
285 De Tijd, Serrure, B. “VTM integreert Streamz in streamingplatform VTM GO”, 16 januari 2024.  
286 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. P. 20. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.  
VRT NWS, Michiels, C., “Jongeren zitten bijna anderhalf uur per dag op TikTok en 3 andere opvallende resultaten uit de Digimeter”, 5 maart 2024.  
287 VRT NWS, Verheyden, T., “De chatbot als vriendje: ook jongeren experimenteren volop met AI en ze kunnen goed om met digitale stress”, 16 mei 2024.  
288 Gazet van Antwerpen, Nzena, N., “Mediawijsheid is een eerste skill die je moet hebben”: Vlaamse overheid wil met nieuw project jongeren wapenen tegen desinformatie”, 1 februari 2024.  
289 VRT. “Lokale media als VRT zijn minder zichtbaar en vindbaar. “Beleidsmakers moeten dringend actie ondernemen””, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/24/lokale-media-als-vrt-zijn-minder-zichtbaar-en-vindbaar-beleidsm/>, 24 mei 2024.  
290 Gazet van Antwerpen. “Studio Brussel lanceert opvallend nieuw logo in Sportpaleis en doekt eigen website op”, 12 november 2023.  
291 VRT, “Dag Klara.be, welkom Klara op VRT MAX”, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/03/06/dag-klara-be-welkom-klara-op-vrt-max/>, 7 maart 2024

aanbod via haar streamingsplatform MyLum.<sup>292</sup> Daarom staat het ook niet langer vermeld in onderstaande tabel. Het platform blijft wel beschikbaar voor alle klanten die voor 15 juni 2024 een film of serie kochten.

Vervolgens nam Professional Media Group de vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication over van Roularta Media Group.

Tot slot herzag DPG Media zijn woon- en decomagazines. De titels Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en het Nederlandse magazine Eigen Huis & Interieur smolten samen onder de titel Stijlvol Wonen, dat tevens beschikbaar is op het platform vtwonen.be. DPG Media lanceerde ook het nieuwe online vergelijkingsplatform Mijnvergelijker.be (en Comparateur.be). Dat is een one-stop-platform om telecomproducten, verzekeringen en ziekenfondsen met elkaar te vergelijken.

---

292 De Tijd, Bervoet, D., "Cinemabedrijf Lumière stopt met verkoop films en series op webplatform MyLum", 2 mei 2024.

# WEBSITES VLAAMSE MEDIASECTOR

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	WEBSITE
B.G.-Consulting nv	439278356	stadsradiovlaanderen.be
Bloom bv	430009908	Bloom.be
Blue Pixl Media bv	735567727	clickx.be, shoot.be, techpulse.be (met subsite business.techpulse.be), techradar.com
Bulletin Media bv	778978591	Thebulletin.be
CSI Sports Media bv	673712708	Sport10.be
Dalton Distribution (werking van Fonk vzw)	458500786	dalton.be
De Deeluitgeverij bv	725510411	Bahamontes.be, motoren-toerisme.be, by-you-magazine.be
Dobbit nv	454023544	dobbit.be
DPG Media nv	432306234	dagallemaal.be, demorgen.be, goedgevoel.be, hln.be (met subsites vtm Nieuws en nina.be), humo.be, joe.be, mijnenergie.be, mijnvergelijker.be, livios.be, primo.be, qmusic.be, spaargids.be, jobat.be, story.be, vtm.be (met subsites vtm Koken en VTM GO), tvfamilie.be, teveblad.be, tweakers.net, independer.be, willy.radio, vtwwonen.be (met subsites vtwwonen Landelijk, Stijlvol Wonen en Feeling Wonen), mijntelco.be, tijdschrift.be
Edition Ventures Woman nv	480152077	elle.be, marieclaire.be, lofficiel.be
Editions Maglife bv	821495770	fiftyandmemagazine.be
Eos Wetenschap vzw	725701837	Eostrace.be, eoswetenschap.eu, iedereenwetenschapper.be
Evil Penguin Media vzw	744913577	Evilpenguintv.com
Het Halfmond vzw	679840435	vlaamsparlement.tv
High Level Communication & l'éventail nv	862612981	Highlevelcom.be (met subsites l'éventail, Gentlemen & Ladies, The Address Book, Zoute Paper, Lobby, Play Tennis & Padel, Play Golf)
Katholieke Mediagroep nv	405998646	Otheo.be
Lumana.Media bv	737845841	Tvplus.be
Mediafin nv	404800301	tijd.be (met subsite De Belegger, Mijn Geld, Sabato)
Mediageuzen nv	446586614	Pnws.be, culinaireambiance.com
Mediahuis nv	439849666	gva.be, hbvl.be, inmemoriam.be, jellow.be, jobat.be, made-in.be, nieuwsblad.be, standaard.be, zimmo.be, immoproxio.be, zabun.be, billie.be
Ment Media bv	820484495	ment55.be, mentpop.be
Motorrijder bv	888211083	Motorrijder.be
Njam! nv	830498855	njam.tv
Plattelands TV nv	668376124	plattelandstv.be
Play Media nv	473307540	Goplay.be
Produpress nv	650876928	autogids.be, autoscout24.be, GP-inside.com
Professional Media Editions nv	440681985	grafischnieuws.be
Proximus nvpr	202239951	Proximus.be (met als subsite Pickx)
Psycho Media Belgium nv	426759715	Psychologies.be
rekto:verso vzw	862153915	rektoverso.be
Roularta Media Group nv	434278896	artsenkrant.com (met subsites Ak update specialist, Belgian oncology and hematology news, de Apotheke en Ak Hospitals), dezondag.be, feeling.be, flair.be, immovlan.be, gocar.be, kw.be, knack.be (met subsites datanews, Focus, Kanaal Z, Plusmagazine, Trends, Trends Style, Trends Beleggen, Trends Top, Trends Business information, Knack weekend), sterck-magazine.be, libelle.be (met subsite Nest en Libelle shop), libelle-lekker.be, libellemama.be, regiotalent.be, shedeals.be, itjobonly.be, fiscooloog.be, gezondheid.be, mijnmagazines.be, vakantieweb.be
SBS Media Belgium nv	470302619	nrj.be
Streamz bv	749898387	Streamz.be
Studio 100 TV nv	540814788	Studio100.com
Telenet bv	473416418	playsports.be, telenet.tv, netwetters.be
Tertio Millennio cv	467287404	tertio.be
Topradio nv	465147365	topradio.be
Universciné Belgium nv	821741636	sooner.be
Ventures Media nv	437339742	actiefwonen.be, forbes.be, ideat.be
Via Plaza nv	818465610	eclipstv.be

# WEBSITES VLAAMSE MEDIASECTOR

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	WEBSITE
● Vlaanderen Eén nv	890243036	playnostalgie.be
● VRT nvpr	244142664	ketnet.be, radio1.be, radio2.be, sporza.be, vrt.be (met subsite, VRT NWS, VRT MAX)
● Wereldmediahuis vzw	479817230	mo.be

Tabel 37: Websites in de Vlaamse mediasector<sup>293 294 295 296</sup>

Kamelego.be zet dagelijks de zeven Vlaamse kranten om naar een audiobestand zodat iedereen met een leesbeperking ook kan genieten van journalistiek. Daarnaast zijn de audiokranten ook elke ochtend digitaal beschikbaar op [www.anderslezen.be](http://www.anderslezen.be) of via de app 'anderslezen' voor zowel iOS als Android.

Naast de in Tabel 37 aangehaalde (nieuws)websites, zijn er tevens meerdere Vlaamse nieuwssites die uitsluitend op het internet bestaan en geen link hebben met een ander mediaproduct. In Tabel 38 geven we een overzicht van de organisaties achter enkele websites die we tot de Vlaamse media kunnen rekenen, maar niet behoren tot een grotere mediagroep. Deze lijst is niet-exhaustief, aangezien het onmogelijk is om alle Vlaamse nieuwssites op te lijsten. Er zijn ook veel Vlaamse nieuwssites met een lokaal karakter. Dit komt aan bod onder 3.5 Onderzoek lokale journalistiek waarin de Vlaamse lokale nieuwsinitiatieven worden onderzocht.

Enkele van de Vlaamse nieuwswebsites hebben zich verenigd onder de koepel Media.21 en ijveren voor een mediabeleid dat zich richt op digitale innovatie.<sup>297</sup>

Doorbraak startte in 2021 met een gedrukt magazine naast hun website.

MediaNation, een relatief nieuwe mediagroep, kwam de laatste tijd onder de aandacht omwille van financiële moeilijkheden. Eind 2023 raakte bekend dat het loon van een groot aantal werknemers al meerdere maanden niet werd betaald. Verschillende projecten werden tevens stopgezet.<sup>298</sup> Enkele maanden later verliet Wouter Verschelden, oprichter van Newsmonkey wat een onderdeel is van MediaNation, het mediabedrijf.<sup>299</sup>

293 Psycho Media Belgium nv is voor 100% in bezit van Ventures Media (437339742)

294 Eclips TV heeft het kanaal van Evenaar overgenomen.

295 VRT NWS is ook beschikbaar in het Frans, (Flandreinfo), Engels (flandersnews) en Duits (flanderninfo)

296 In de loop van 2021 en 2022 waren er enkele wijzigingen bij Het Halffrond vzw. Zo werd o.a. de eigen website [www.vlaamsparlement.tv](http://www.vlaamsparlement.tv), inclusief de niet-lineaire dienst, stopgezet en ingekanteld in de website van het Vlaams Parlement zelf ([www.vlaamsparlement.be](http://www.vlaamsparlement.be)). Het Halffrond vzw bracht de VRM hier niet formeel van op de hoogte, enkel van de naamswijziging, waardoor het nog in deze tabel is vermeld.

297 Media21 bestaat uit Apache, DeWereldMorgen.be, Doorbraak.be, Eos, MediaNation, MO\*/MObe, rekto:verso en StampMedia.

298 VRT NWS, Van den Eynde, W., & Fauconnier, M., "Mediabedrijf MediaNation van Paul Gheysens en Wouter Verschelden in financiële problemen: "Loon wordt al vijf maanden niet betaald"", 26 december 2023.

299 De Tijd, Neiryck, P., & Serrure, B., "Wouter Verschelden verlaat mediabedrijf Paul Gheysens", 16 mei 2024.

# VLAAMSE NIEUWSWEBSITES

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	WEBSITE
De Werktitel cv	841795989	Apache.be
Freddy De Pauw	Natuurlijk persoon	Uitpers.be
GetBasic vzw	457355493	DeWereldMorgen.be
Golazo Media nv	478190796	running.be
IEX Media bv	Buitenland	beursduivel.be
Joetz vzw	480604316	Zapmagazine.be
Kerk en Media vzw	410730068	kerknet.be
MediaNation nv	464231310	Businessam.be, Goodbye.be, Newsmonkey.be, gezond.be
Pala vzw	480407940	Pala.be
Perruptio bv i.s.m. Stem in't kapittel vzw	715631158 i.s.m. 521886427	Doorbraak.be
ProMedia BE bv	781746556	flows.be
Rabona bv	685729325	voetbal24.be, nieuws365.be, showbiztime.be
Showcomm bv	675681313	showbizsite.be, entertainment-today.be, showbiznieuws247.be
Tagmag bv	673520785	Tagmag.news
Telinco bv	865996697	voetbalnieuws.be, wielernieuws.be, gpinfo.com
Uitgeverij 't Pallieterke nv	404788324	Palnws.be
Voetbalprimeur bv	Buitenland	voetbalprimeur.be

Tabel 38: Vlaamse (nieuws)sites niet gelieerd aan een andere mediavorm

In 2024 werden twee belangrijke Europese verordeningen die betrekking hebben op digitale diensten en met name ook grote internationale internetbedrijven volledig van toepassing: de Digitaledienstenverordening en de Digitaalmarktenverordening. Beiden zijn beter bekend onder hun Engelse benamingen, respectievelijk de Digital Services Act (hierna: DSA) en de Digital Markets Act (hierna: DMA).

De DSA heeft als hoofddoel om een veiligere online omgeving te creëren door het aanpakken van illegale inhoud. De DSA verplicht met name onlineplatforms (ruimer 'tussenhandeldiensten') tot grotere transparantie over inhoudsbeheer en geeft eindgebruikers meer inspraak en verhaalmogelijkheden.<sup>300</sup>

Onlineplatforms en -zoekmachines met meer dan 45 miljoen gebruikers per maand in de EU worden onder de DSA geclassificeerd als zeer grote onlineplatforms (VLOP's) of zeer grote onlinezoekmachines (VLOSE's).<sup>301</sup> De Europese Commissie wijst hen formeel als dusdanig aan, momenteel 25 diensten van 20 bedrijven<sup>302</sup>, en houdt exclusief toezicht op de naleving door deze VLOP's en VLOSE's van hun specifieke DSA-verplichtingen met betrekking tot 'systemrisico's' die een maatschappelijke impact kunnen hebben.

Vanaf 17 februari 2024 is de DSA rechtstreeks van toepassing in de EU, inclusief België en Vlaanderen, waardoor tussenhandeldiensten (zoals onlineplatforms en -zoekmachines) die worden aangeboden in de EU onder het toezicht vallen van de EU-lidstaat waar hun Europese hoofdkantoor of wettelijke vertegenwoordiger is gevestigd (met zoals aangegeven de VLOP's en VLOSE's hoofdzakelijk onder het toezicht van de Europese Commissie). Elke lidstaat duidt daartoe bevoegde autoriteiten en een digitaledienstencoördinator (DDC) aan. En daarenboven wordt voor de handhaving ook in grote mate gerekend op gebruikers, onderzoekers en 'betrouwbare flaggers' om de inhoud op en de werking van onlineplatforms in de gaten te houden en desgevallend ook inbreuken op de Digitaledienstenverordening aan te kaarten.

In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als 'bevoegde autoriteiten'. Het BIPT fungeert daarenboven als de Belgische DDC. Naast handhaving en toezicht op de naleving van de zorgvuldigheidsverplichtingen, oefenen de bevoegde autoriteiten ook administratieve taken uit in het kader van de Digitaledienstenverordening, zoals certificeren van buitengerechtelijke geschillenbeslechtsorganen, aanwijzen van 'betrouwbare flaggers' en erkennen van onderzoekers voor toegang tot platformgegevens.

300 Europese Commissie, "The Digital Services Act package", <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>, geraadpleegd op 12 juli 2024.  
 301 Europese Commissie, "DSA: Very large online platforms and search engines", <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops>, geraadpleegd op 12 juli 2024.  
 302 Europese Commissie, "Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA", <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>, geraadpleegd op 12 juli 2024.



Eindgebruikers en gebruikersverenigingen kunnen klachten indienen bij de DDC over schendingen van de DSA.

De berichten-app Telegram, die zelf aangeeft minder dan 45 miljoen gebruikers in de EU te bereiken, koos voor EDSR in Brussel als wettelijke vertegenwoordiger onder de DSA.<sup>303</sup> Hierdoor wordt België de bevoegde lidstaat voor het toezicht op en de handhaving van diens DSA-verplichtingen.<sup>304</sup>

Eind juli 2024 startte de Europese Commissie een inbreukprocedure op tegen zes lidstaten, waaronder België, wegens het niet voldoen aan de DSA, met name door het niet aanwijzen (en/of niet machtigen) van hun DDC.

Verder is er ook de DMA. De DMA-verplichtingen zijn sinds 6 maart 2024 van toepassing op techbedrijven die omwille van hun omvang een sleutelpositie innemen op de markt (zogenaamde poortwachters die kernplatformdiensten verrichten) waardoor kleinere bedrijven van hen afhankelijk zijn en consumenten moeilijk om hun diensten heen kunnen. De DMA heeft dan ook tot doel meer bescherming te bieden aan deze bedrijven en consumenten die de platformen van de poortwachters gebruiken. Momenteel zijn 7 bedrijven aangeduid als poortwachter voor in totaal 24 kernplatformdiensten.<sup>305</sup>

Eind maart 2024 werd bekend dat de Europese Commissie al de eerste onderzoeken onder de DMA opent tegen Meta, Google en Apple voor niet-naleving van hun verplichtingen. Zo zouden de door hen getroffen maatregelen om te voldoen aan de DMA onvoldoende zijn in de ogen van de Commissie. Bij een overtreding kan de Commissie een boete opleggen tot 10 procent van de wereldwijde jaaromzet. Bij herhaaldelijke overtredingen kan dit oplopen tot 20 procent.<sup>306</sup>

## INFOFRAGMENT 9: META VEROORDEELD VOOR SCHADUWBAN

Begin juni 2024 oordeelde het hof van beroep in Gent dat Meta, het moederbedrijf van Facebook, een schadevergoeding van 27.279,03 euro moet betalen aan een Vlaams, Europees parlamentslid. Dit bedrag moet de advertentiekosten compenseren die de politicus extra moest uitgeven omdat Meta in de periode van februari 2021 tot en met december 2021 een schaduwban op zijn Facebook-pagina had gelegd. Een schaduwban houdt in dat het organisch bereik van de pagina wordt verminderd waardoor minder mensen ze te zien krijgen. In dit geval werden ook tijdelijke beperkingen opgelegd en werd het advertentie-account geblokkeerd. Naast bovenstaande schadevergoeding moet META ook een schadevergoeding van 500 euro betalen wegens de door de politicus geleden reputatieschade.<sup>307</sup>

303 Zie <https://telegram.org/tos/eu-dsa#contact-points-for-competent-authorities-in-eu-countries>.

304 VRT NWS, Maerevoet, E., "Berichten-app Telegram komt in Europa onder Belgisch toezicht", 6 mei 2024.

305 Europese Commissie, "Gatekeepers", [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en), geraadpleegd op 12 juli 2024.

306 Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., "Europese Commissie opent onderzoeken naar Meta, Google en Apple: "Ze kunnen zware boetes krijgen"", 25 maart 2024.

307 Hof van beroep Gent. (2024, 3 juni). META moet schadevergoeding betalen aan politicus wegens een schaduwban op zijn Facebookpagina [Persbericht]. Geraadpleegd op 12 juli 2024, van <https://www.tribunaux-rechtbanken.be/sites/default/files/media/hbca/gent/files/20240603-persbericht-meta-moet-schadevergoeding-betalen-aan-politicus.pdf>

# SOCIALE NETWERKEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	COMMERCIEEL AANBOD	VLOP OF VLOSE
● AliExpress International (Netherlands) bv	Buitenland	AliExpress	VLOP
● Amazon Services Europe s.à.r.l.	Buitenland	Amazon Store	VLOP
● Apple Distribution International limited	Buitenland	App Store	VLOP
● Aylo Freesites limited	Buitenland	Pornhub	VLOP
● Booking.com bv	Buitenland	Booking.com	VLOP
● Google Ireland limited	Buitenland	Google Maps	VLOP
		Google Play	VLOP
		Google Search	VLOSE
		Google Shopping	VLOP
		YouTube	VLOP
● Infinite Styles Services Co, limited	Buitenland	Shein	VLOP
● LinkedIn Ireland Unlimited Company	Buitenland	LinkedIn	VLOP
● Meta Platforms Ireland limited (MPIL)	Buitenland	Facebook	VLOP
		Instagram	VLOP
● Microsoft Ireland Operations limited	Buitenland	Bing	VLOSE
● NKL Associates s.r.o	Buitenland	XNXX	VLOP
● Pinterest Europe limited	Buitenland	Pinterest	VLOP
● Snap bv	Buitenland	Snapchat	VLOP
● Technius limited	Buitenland	Stripchat	VLOP
● TikTok Technology limited	Buitenland	TikTok	VLOP
● Twitter International Unlimited Company (TIUC)	Buitenland	X	VLOP
● WebGroup Czech Republic	Buitenland	XVideos	VLOP
● Whaleco Technology limited	Buitenland	Temu	VLOP
● Wikimedia Foundation Inc 3****	Buitenland	Wikipedia	VLOP
● Zalando SE	Buitenland	Zalando	VLOP

Tabel 39: Grootste online platformen en zoekmachines in Europa  
Bron: Europese Commissie<sup>308</sup>

Eind 2023 lanceerde Meta, het bedrijf achter Facebook en Instagram, een ‘pay or consent’ model als reactie op eerdere boetes voor het overtreden van Europese regelgeving. Meer bepaald is Meta onvoldoende transparant over het verwerken van persoonsgegevens en surfgedrag voor het aanbieden van gepersonaliseerde advertenties, en biedt het de consument geen andere keuze.<sup>309</sup> Op dit model kwam veel kritiek. De Europese Commissie bracht Meta begin juli 2024 op de hoogte van zijn voorlopige bevindingen dat het model een inbreuk is op de DMA.<sup>310</sup>

Enkele dagen later bracht de Commissie X (het voormalige Twitter) in kennis van haar voorlopig standpunt dat X inbreuken pleegt op de DSA op gebieden die verband houden met zogenaamde ‘dark patterns’, transparantie van reclame en (geen) toegang tot gegevens voor onderzoekers.<sup>311</sup>

Dark patterns zijn technieken die gebruikt worden op websites of applicaties om consumenten te misleiden, beïnvloeden, dwingen of te manipuleren. Op die manier maken consumenten keuzes die ze in principe niet zouden maken en die niet in hun voordeel zijn.<sup>312</sup>

Beide onderzoeken zijn bij afsluiten van de redactie van dit rapport nog lopende.

Eind 2023 lanceerde Meta het nieuwe platform “Threads” in Europa. Het wil daarmee de concurrentie aangaan

308 Via <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>, geraadpleegd op 12 juli 2024.

309 De Morgen, Struys, B., “Sociale media - Geen reclame op Facebook? Daar moet je voortaan voor betalen”, 10 november 2023.

310 Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to Meta over its “Pay or Consent” model for breach of the Digital Markets Act”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_24\\_3582](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3582), 1 juli 2024.

311 Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to X for breach of the Digital Services Act”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_24\\_3761](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3761), 12 juli 2024.

312 FOD Economie, “Dark patterns: een onzichtbare online valkuil”, <https://news.economie.fgov.be/239268-dark-patterns-een-onzichtbare-online-valkuil>, 9 juli 2024.

met X.<sup>313</sup>

In 2024 was het herwerkingsproces van de vernieuwde stimuleringsregeling voltooid. Daardoor moeten naast dienstenverdelers en niet-lineaire televisieomroeporganisaties, nu ook video sharing platforms zoals Facebook, Instagram en TikTok investeren in kwaliteitsvolle Vlaamse content. 2024 vormt een overgangsjaar tussen de oude regelgeving (stimuleringsregeling en investeringsverplichting) en de nieuwe regelgeving (nieuwe eengemaakte regeling voor de stimulering van de productie van audiovisuele werken).

Jaarlijks brengt AdLens, een collectief dat politieke advertenties onderzoekt op sociale media, de uitgaven van Belgische partijen in kaart. In 2023 gaven Belgische partijen zo'n € 6 miljoen uit aan politieke advertenties op Facebook en Instagram. De top 3 bestaat uit Vlaams Belang, N-VA en PVDA, al zijn Vlaams Belang en N-VA samen goed voor de helft van alle uitgaven. Europees staan beide partijen ook op de eerste en tweede plaats.<sup>314</sup> Opmerkelijk is ook dat die drie partijen elk een eigen nieuwsapp hebben. Via de app willen ze informatie over hun partij sneller tot bij de leden en mogelijke kiezers brengen, maar ook snel standpunten aftoetsen bij de achterban.<sup>315</sup>

Het jaar 2024 stond in het teken van verkiezingen. Zo waren er op 9 juni de Europese, federale en regionale verkiezingen, en op 13 oktober de lokale en provinciale verkiezingen. Daarbij hoorde ook telkens een sperperiode, wat maakt dat politieke partijen hun communicatie-uitgaven moesten beperken tot € 1 miljoen voor een periode van vier maanden voor de verkiezingen.

Eind maart 2024 waarschuwde de Nationale Veiligheidsraad voor mogelijke buitenlandse beïnvloeding naar aanleiding van deze verkiezingen. De federale regering en Staatsveiligheid riepen op om kritisch te zijn, en de Belgische inlichtingendiensten voerden extra monitoring uit op sociale media.<sup>316</sup> Enkele dagen later kondigden de Belgische inlichtingendiensten aan vaker samen te zitten in de strijd tegen desinformatie. Het zette daarbij vooral in op sensibilisatie van de burger.<sup>317</sup> Eind mei 2024 waarschuwde het Crisiscentrum voor een toename van valse berichten op sociale media over zogenaamde gestolen verkiezingen, voornamelijk in het kader van de Europese verkiezingen.<sup>318</sup>

Nog in de strijd tegen desinformatie organiseerde VRT NWS in samenwerking met andere nieuwsredacties uit Vlaanderen, Franstalig België en Nederland een factcheckmarathon waarbij politieke uitspraken onder de loep werden genomen. Dit kadert ook binnen de Vlaams-Nederlandse samenwerking 'BENEDMO' rond factchecking.<sup>319</sup> Midden mei 2024 ontving VRT NWS een Europees kwaliteitslabel voor factchecks. Dat is een officiële erkenning van het European Fact-Checking Standards Network (EFCSN).<sup>320</sup>

#### 1.4.4 Distributie vast internet

Zowel websitebeheerders als -bezoekers hebben diensten van internet service providers nodig. Om verwarring te vermijden, maken we hier het onderscheid tussen enerzijds internetdienstenleveranciers (internet service providers) die de websites toegankelijk maken en anderzijds internettoegangsleveranciers (internet access providers) die het mogelijk maken voor gebruikers om toegang te krijgen tot het internet. In de praktijk worden deze termen echter vaak door elkaar gebruikt en is de term "internetdienstenleverancier" een soort van koepelterm.

De websitebeheerder of website-eigenaar maakt gebruik van de diensten van een internetdienstenleverancier om zijn website toegankelijk te maken. De internetdienstenleverancier zorgt ervoor dat de website op het web

313 Het Laatste Nieuws, "Meta lanceert 'Twitter-alternatief' Threads nu ook in Europa", 14 december 2023.

314 VRT NWS, Baeyens, N., "Vlaams Belang en N-VA geven 3,4 miljoen euro uit aan advertenties op Facebook en Instagram en zijn zo Europese koplopers", 16 januari 2024.

315 VRT NWS, Vanmeldert, D., "Na Vlaams Belang en PVDA, heeft ook N-VA eigen 'nieuwsapp': waarom zetten politieke partijen daarop in?", 10 februari 2024.

316 VRT NWS, Schoofs, S., "Gewezen baas van militaire inlichtingendienst over buitenlandse inmenging: "Ook aanwijzingen van inmenging rond rechtszaken als die tegen Acid"", 28 maart 2024.

317 VRT NWS, Baeyens, N., "Nationaal Crisiscentrum voert online strijd tegen desinformatie op in de aanloop naar de verkiezingen", 30 maart 2024.

318 VRT NWS, Van Brakel, L., Debackere, E., Verheyden, T., & Richir, L., "Crisiscentrum waarschuwt voor toename aan valse berichten op sociale media over "gestolen verkiezingen"", 29 mei 2024.

319 VRT.be, "VRT NWS pakt uit met factcheckmarathon in aanloop van verkiezingen", geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/04/02/vrt-nws-pakt-uit-met-factcheckmarathon-in-aanloop-van-verkiezing/>, op 12 juli 2024.

320 VRT.be, "VRT NWS krijgt Europees kwaliteitslabel voor factchecks", geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/16/vrt-nws-krijgt-europees-kwaliteitslabel-voor-factchecks/>, op 12 juli 2024.

beschikbaar is en wordt soms ook een internet hosting provider genoemd.

Een gebruiker van vast internet heeft een breedbandverbinding nodig om van het internet gebruik te kunnen maken. Het is de internettoegangsleverancier die ervoor zorgt dat de surfer toegang tot het internet heeft.

Tussen de internetdienstenleverancier en de internettoegangsleverancier staat de netwerkbeheerder. De netwerkbeheerder zorgt voor het transport van data tussen beide spelers. De fysieke aaneenschakeling van deelnetwerken staat onder beheer van de netwerkbeheerder. De diensten van de internetdienstenleverancier, netwerkbeheerder en internettoegangsleverancier kunnen in grote mate geïntegreerd zijn.

In Tabel 40 wordt een overzicht gegeven van de internetdienstenleveranciers, internettoegangsleveranciers en netwerkbeheerders die aangesloten zijn bij beroepsvereniging ISPA. Dit gaat om zo'n 90% van de Belgische netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers. Er bestaan honderden internetdienstenleveranciers die webhosting en domeinnamen aanbieden. Dit gaat soms om heel kleine bedrijfjes. Het is dan ook onmogelijk om een volledig overzicht te geven.

Eind 2022 vroeg Edpnet bescherming tegen zijn schuldeisers. Het bedrijf kampte met een grote schuldenberg en nadat pogingen om de financiële problemen op te lossen op niets waren uitgedraaid, besliste de ondernemingsrechtbank in Oudenaarde tot een verplichte verkoop. In maart 2023 nam Proximus Edpnet over voor 20,75 miljoen euro. Een dag later startte de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) een onderzoek naar mogelijk machtsmisbruik van Proximus bij de overname en legde het voorlopige maatregelen op om Edpnet te vrijwaren. Eind 2023 bereikten Citymesh en Proximus een akkoord en nam Citymesh Edpnet over van Proximus. Hierdoor kwam een einde aan de gerechtelijke beroepsprocedure tegen de overname, ingeleid door Citymesh, en het BMA-onderzoek.<sup>321</sup> Eind februari 2024 liet Citymesh verstaan Edpnet buiten Digi Belgium, de vierde telecomspeler in ons land (zie onderstaand infofragment), te zullen houden. Citymesh was voornamelijk geïnteresseerd in het personeel en de IT-systemen van Edpnet voor o.a. de opvolging van bestellingen en de helpdesk.<sup>322</sup>

Na een lang verkoopproces rondde Orange Belgium eind juni 2023 finaal de aankoop van 75 procent van VOO (min één aandeel), ter waarde van 1,8 miljard euro, af. De overige 25 procent plus één aandeel blijven in handen van verkoper Nethys. Tijdens dit proces sloten Orange Belgium en Telenet ook een deal waarbij ze elkaar toegang geven tot elkaars glasvezelnetwerken voor een periode van 15 jaar. Begin mei 2024 ruilde Nethys haar aandelen in VOO in voor een belang, 11,08 procent, in Orange Belgium zonder dat Nethys de bestuurlijke rechten verbonden aan het belang moet opgeven.<sup>323</sup>

In 2023 werd Liberty Global volledig eigenaar van Telenet nadat het na twee biedronden 96,26 procent van de aandelen verwierf. Hierna volgde een "squeeze out" van de resterende aandeelhouders. De Telenet-aandelen werden geschrapt van notering bij sluiting van de beurs op 13 oktober 2023.<sup>324</sup>

Het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT), de federale regulator voor de elektronische communicatie, stelt in zijn jaarlijks cijferrapport van de elektronische communicatiemarkt<sup>325</sup> vast dat de groei van vaste breedbandlijnen aanhoudt, met een stijging van 47.000 lijnen tot 5,1 miljoen. Er wordt minder breedband via DSL verkocht (-94.000) ten voordele van glasvezel (+143.000). Het aandeel glasvezel in het totaal aantal vaste breedbandaansluitingen groeit met 2,8 procentpunten naar 7,9%.

Aan de groei van het aantal bundels op de residentiële markt is in 2023 een einde gekomen. In 2023 gaat het aantal bundels met 38.383 achteruit tot 3.434.721. De convergente bundels die vast en mobiele diensten combineren blijven er wel op vooruit gaan. De opname van dergelijke bundels bij de huishoudens stijgt in 2023 van 43% naar 45%.

321 De Tijd, Broens, B., "Operator Edpnet toch naar Citymesh na Proximus-deal", 7 november 2023.

322 De Tijd, Broens, B., "Nieuwe telecomoperator Digi gaat in België voor totaalpakket diensten", 28 februari 2024.

323 De Tijd, Serrure, B., "Nethys krijgt 11 procent van Orange Belgium in handen", 29 maart 2024.

324 De Tijd, Vermorgen, E. & De Schampelaere, J., "Telenet verdwijnt op 13 oktober van de beurs", 20 september 2023.

325 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 19 juni 2024 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2023), via <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2023>

Eind 2023 publiceerde het BIPT een besluit waarin het netwerkaansluitpunt (NTP) voor vaste netwerken werd vastlegt. Het NTP bepaalt vanaf welk punt de gebruiker zeggenschap heeft over zijn internetverbinding. Het BIPT aanziet modems en routers als een onderdeel van de eindapparatuur van de eindgebruiker waardoor deze vrij te kiezen zijn voor breedband en internettelefonie.<sup>326</sup>

Dankzij de marktanalyse van de CRC (de Conferentie van telecomunicatie- en mediaregulatoren, namelijk het BIPT, de CSA, de Medienrat en de VRM) van 29 juni 2018 zijn de kabeloperatoren verplicht om toegang te verlenen tot een alleenstaande breedbanddienst los van hun televisiedienst. Zo kunnen op retailniveau nieuwe aanbiedingen ontstaan die gericht zijn op breedbandinternet via de kabel (vb. Love Duo van Orange Belgium). Voordien moesten de kabeloperatoren enkel toegang verlenen tot een doorverkoop aanbod van breedband én televisie. Het glasvezelnetwerk van Proximus dat geleidelijk aan het kopernetwerk vervangt moet ook worden opengesteld.<sup>327</sup>

Het doel van de CRC-beslissingen, de tarieven en de transparantie verplichtingen is steeds om enerzijds concurrentie op de retailmarkt in het voordeel van de consument te ontwikkelen en anderzijds om een correcte vergoeding te voorzien voor de toegang tot het kabelnetwerk van de netwerkoperatoren.

Eind 2021 werd er gestart met de voorbereidingen voor een nieuwe marktanalyse.

De verglazing van de netwerken in Vlaanderen is één van de belangrijkste investeringsprojecten sinds jaren m.b.t. de distributie van vast internet. In het vorige rapport werd hieromtrent duiding gegeven.<sup>328</sup> Zo startte Proximus met twee joint ventures: Fiberklaar (tussen Proximus en EQT Infrastructure in Vlaanderen) en Unifiber (tussen Proximus en Eurofiber in Wallonië). Telenet werkt dan weer samen met Fluvius in de joint venture Wyre. Orange Belgium nam VOO over waarna het een overeenkomst sloot met Telenet om elkaars glasvezelnetwerken te gebruiken.

Eind oktober 2023 publiceerde het BIPT een mededeling omtrent samenwerking bij de uitrol van Fiber-to-the-Home (FTTH) netwerken.<sup>329</sup> Indien operatoren erin slaagden overeenkomsten te sluiten die een aantal principes<sup>330</sup> respecteren, zou het BIPT hiermee rekening houden in de volgende marktanalyse (i.s.m. de mediaregulatoren).

Eind juli 2024 sloten Proximus en Fiberklaar enerzijds, en Telenet en Wyre anderzijds een memorandum of understanding (MoU) inzake de verdeling van de aanleg van FTTH-netwerken in gebieden met een lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid in Vlaanderen én het verlenen van wederzijdse toegang tot hun respectievelijke netwerken in die gebieden.<sup>331</sup>

Concreet willen Wyre en Fiberklaar in gemiddeld bevolkte gebieden complementaire FTTH-netwerken aanleggen, waarvan Wyre 60% en Fiberklaar 40% uitrolt. Proximus en Telenet krijgen op dat gezamenlijk netwerk toegang tot de infrastructuur via wholesalecontracten. In de dunst bevolkte gebieden gaat Proximus diensten aanbieden via het huidige hybrid fiber coax (HFC) netwerk van Wyre. Later zullen nieuwe gesprekken gevoerd worden om ook in deze gebieden glasvezel uit te rollen.<sup>332</sup>

De Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) startte vervolgens een onderzoek, in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulatoren, om na te gaan of het beoogde samenwerkingsproject de mededinging tussen aanbieders van telecomunicatiediensten ongunstig kan beïnvloeden.<sup>333</sup> Het resultaat vormt een belangrijk

326 BIPT. [2023, 11 oktober]. Het BIPT opent de markt voor modems. [Persbericht]. Geraadpleegd op 15 juli 2024, van <https://www.bipt.be/consumenten/publication/het-bipt-opent-de-markt-voor-modems>

327 CRC, "Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisie-omroep in het Nederlandse taalgebied", 29 juni 2018.

328 Voor meer informatie, zie Infofragment 8: Glasvezel in Vlaanderen, in het mediaconcentratierapport 2023.

329 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 oktober 2023 over samenwerking bij de uitrol van FTTH-netwerken, via: <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-van-10-oktober-2023-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken>

330 Deze principes zijn: de openstelling van het netwerk voor derde operatoren, een hoge mate van transparantie en niet-discriminatie, groothandelstarieven die het verwachte hoge verbruik op één enkele infrastructuur weerspiegelen, ambitie in termen van dekking en het tempo van de uitrol die minstens gelijkwaardig moeten zijn aan wat er gepland was zonder samenwerking.

331 BIPT. [2024, 26 juli]. Proximus/Fiberklaar en Telenet/Wyre beogen samen te werken voor de uitrol van glasvezel in Vlaanderen. [Persbericht]. Geraadpleegd op 26 juli 2024, van <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/proximus-fiberklaar-en-telenet-wyre-beogen-samen-te-werken-voor-de-uitrol-van-glasvezel-in-vlaanderen>

332 De Tijd, Serrure, B., "Proximus en Telenet plannen samen 2,7 miljoen gezinnen van supersnel internet te voorzien", 25 juli 2024.

333 BMA. [2024, 26 juli]. Persbericht nr. 32 - 2024. [Persbericht]. Geraadpleegd op 26 juli 2024, van [https://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/20240726\\_Persbericht\\_32\\_BMA.pdf](https://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/20240726_Persbericht_32_BMA.pdf)



gegevens voor de komende marktanalyse.

Bij een definitieve overeenkomst die voldoet aan de voorwaarden gesteld door het BIPT, de mediaregulatoren en de BMA, zal het aldus het BIPT waarschijnlijk niet langer nodig zijn om de groothandelsmarkten voor breedband in de geografische gebieden waarop de samenwerking betrekking hebben, te reguleren. Het BIPT zal in zijn voorbereidend werk voor de volgende marktanalyse rekening houden met het vooruitzicht van die overeenkomst.

In de marge van bovenstaande MoU liet Proximus weten EQT Infrastructure volledig uit te kopen uit de joint venture Fiberklaar voor 246 miljoen euro. Fiberklaar zal in de Proximus-groep als onafhankelijke entiteit blijven werken.

## INFOFRAGMENT 10: NIEUWE TELECOMSPELER DIGI BELGIUM WAKKERT CONCURRENTIE AAN

Onverwacht haalde het Roemeense Digi bij de 5G-spectrumveiling in 2022 in samenwerking met Citymesh, de telecomdochter van de ICT-groep Cegeka, voldoende spectrum binnen om een nationaal mobiel netwerk uit te bouwen. Het werd daarmee de vierde Belgische mobiele operator. De joint venture kreeg de naam Digi Belgium.

Digi Belgium wil echter verder gaan. Zo wil het tegen de tweede helft van 2024 naast een nationaal mobiel aanbod, dat momenteel de prioriteit krijgt, ook een nationaal tv-aanbod aanbieden via streaming. Waar Digi Belgium vastelijnendiensten kan aanbieden, behoort een decoder ook tot de mogelijkheden. Vast internet via glasvezel zal echter nog niet in het aanbod zitten in het overgrote deel van het land. Digi Belgium zegt dit tegen “ongeziene prijzen” te zullen aanbieden en wil zich zo als vierde telecomspeler vestigen in België. Voor de uitbouw van het vast netwerk hoopt Digi gebruik te kunnen maken van passieve infrastructuur.<sup>334</sup>

Dit heeft nu al een positief effect op de concurrentiestrijd met de drie gevestigde telecomspelers (Orange Belgium, Telenet en Proximus). Uit de internationale prijzenstudie van het BIPT eind 2023 bleek dat de Belgen almaar minder waar voor hun geld krijgen in vergelijking met klanten in het buitenland. Vooral bij bundels met drie of vier producten is er een uitgesproken prijskloof.<sup>335</sup> Uit een studie eind mei 2024 omtrent de prijsevolutie van mobiele telecomabbonementen sinds 2019, bleek dat over het algemeen de markt gunstig geëvolueerd is voor gebruikers die meer dan 5 GB data nodig hebben. De minimale prijs is aanzienlijk gedaald. Bovendien is het grootste datapakket uitgebreid: van 20 GB per maand naar 300 GB.<sup>336</sup>

Ondertussen bereidt de markt zich voor op de komst van Digi Belgium. Zo biedt Telenet sinds 3 juni 2024 ook vastelijnendiensten internet en televisie aan tegen scherpere prijzen via zijn mobiele dochter BASE. BASE komt zo naast Telenet te staan op de markt, vergelijkbaar met Scarlet naast Proximus en Hey! naast Orange Belgium. Via het uitgebreide BASE-aanbod en de netwerkdeal met Orange Belgium omtrent het gebruik van het VOO-netwerk, wil Telenet ook doorbreken in Wallonië en het resterende deel van Brussel op vlak van internet en televisie. Het mikt op een marktaandeel van 10 procent binnen een achttal jaren.<sup>337</sup> Verder scherpt ook Hey!, het lagekostenmerk van Orange Belgium, zijn prijzen voor mobiele telefonie aan als reactie op de komst van Digi Belgium.<sup>338</sup>

334 De Tijd, Serrure, B. “Nieuwe telecomspeler Digi: ‘We komen met ongeziene prijzen Belgische markt op’”, 16 mei 2024.

335 De Tijd, Broens, B. “België voor telecom almaar duurder dan buurlanden”, 20 december 2023.

336 De Tijd, Broens, B. “Telecomspeler Digi is er nog niet, maar weegt nu al op prijzen”, 27 mei 2024.

337 De Tijd, Serrure, B. “Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi”, 28 mei 2024.

338 Het Laatste Nieuws, Van Lier, R., “Al twee merken verlagen tarieven - Prijzenslag voor telecom is begonnen”, 1 juni 2024.



# INTERNETDISTRIBUTIE

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER
● AVM	Buitenland
● Belnet	875396690
● Cegeka Groep nv	448621832
● Cybernet nv	460526504
● Destiny nv	442894476
● EDPNET Belgium bv	799091641
● Eurofiber nv	435204851
● Google Belgium nv	878065378
● Interxion Belgium bv	471625579
● Meta	Buitenland
● Microsoft nv	437910359
● Mobile Vikings nv	886946917
● NV Verizon Belgium Luxembourg nv	452182326
● Orange Belgium nv	456810810
● Perceval Technologies nv	439308248
● Portima cv	428775335
● Proximus nvpr	202239951
● Telenet bv	473416418
● Verixi nv	818953776
● VOO SA	696668549

Tabel 40: Internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers<sup>339</sup>

Bron: Gebaseerd op leden ISPA, "List of Members", <https://www.ispa.be/nl/who-we-are/list-of-members/>, geraadpleegd op 16 juli 2024.

Volgens het jaarrapport van de Ombudsdienst voor telecommunicatie<sup>340</sup> zijn er in 2023 65 procent meer klachten binnengekomen t.o.v. 2022. De voornaamste oorzaak hiervoor zijn de problemen bij Telenet na de invoering van een nieuw centraal IT-systeem.

Om de financiële compensaties bij internetpannes te regelen werd eind 2023 een wetsontwerp goedgekeurd door de federale regering.<sup>341</sup> Indien de panne langer dan acht uren duurt, heeft de klant drie opties ter compensatie: een financiële compensatie van minstens 1 euro per dag dat er nadeel is, een vergoeding van 1/30ste van de maandelijkse abonnementskost of een compensatie in natura (bv. tijdelijke toegang tot een andere betalende dienst).

## 1.4.5 Distributie: mobiel internet: distributieplatformen applicaties

Hoewel veel traditionele media een mobiele website hebben, kiezen ze er ook voor om een app te ontwikkelen.

Deze apps worden aangeboden via app stores, een soort online softwarewinkels. De bekendste zijn de besturingssysteemgebonden appwinkels van de fabrikanten. Maar er zijn ook verschillende onafhankelijke app stores. Er bestaan echter geen 'Vlaamse' distributieplatformen voor applicaties. De bekendste app stores waar Vlaamse gebruikers hun applicaties kunnen afnemen, staan vermeld in Tabel 41.

339 Volgens de website wordt de dienst Edpnet aangeboden door EDPNET Belgium bv (0799.091.641) en niet langer door EDPNET nv (0466.070.845). Laatstgenoemde bevindt zich sinds 7 februari 2024 in de opening van een faillissement.

340 Ombudsdienst voor telecommunicatie. (2023). Jaarverslag 2023. Geraadpleegd van <https://www.ombudsmantelecom.be/wp-content/uploads/Ombudsdienst-voor-telecommunicatie-Jaarverslag-2023.pdf>

341 Het Laatste Nieuws, Ponsaerts, S., "Geen internet? Dan moeten operatoren u straks vergoeden: "Hoe langer de storing duurt, hoe sterker dat bedrag omhoog gaat"", 27 november 2023.

## APP STORES

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	APP STORE
● Amazon	Buitenland	Amazon Appstore
● Apple	Buitenland	Apple App Store
● Getjar	Buitenland	GetJar
● Google	Buitenland	Google Play
● Microsoft	Buitenland	Microsoft Store
● Huawei	Buitenland	AppGallery
● Samsung	Buitenland	Samsung Galaxy Store

Tabel 41: Een selectie van app stores in Vlaanderen

In deel 1.4.3. Aggregatie: website-eigenaars werd reeds aangehaald dat de Digital Markets Act (DMA) begin maart 2024 in werking trad. Hierdoor moeten grote technologiebedrijven hun platformen openstellen voor andere bedrijven en de eigen diensten niet bevoordelen.

Apple en Google moeten andere app stores dus toelaten op hun platformen, respectievelijk de App Store en Google Play Store. Bij Google was dit reeds mogelijk, bij Apple niet. Ook betalingen vanuit apps die niet via het platform gaan, moeten mogelijk zijn. Voorheen was dit niet mogelijk. Bovendien eisen Google en Apple tot 30 procent van het geldverkeer dat via apps gebeurt.<sup>342</sup>

Onder andere Apple en Google namen maatregelen om tegemoet te komen aan de nieuwe verplichtingen, zij het onvoldoende volgens de Europese Commissie, dat eind maart 2024 al de eerste onderzoeken opende. Specifiek kijkt de Commissie naar de appwinkels, waarin ontwikkelaars onvoldoende naar klanten kunnen communiceren over promoties en goedkopere abonnementen buiten de appwinkels, alsook de taksen die de ontwikkelaars moeten betalen.<sup>343</sup>

In Tabel 42 geven we een overzicht van de apps die de verschillende Vlaamse mediabedrijven in eigendom hebben.

342 De Standaard, Deckmyn, D., "Uw smartphone zal er voortaan anders uitzien door Europa (ook al ziet u dat misschien niet meteen)", 8 maart 2024.

343 Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., "Europese Commissie opent onderzoeken naar Meta, Google en Apple: "Ze kunnen zware boetes krijgen"", 25 maart 2024.

# APPS VLAAMSE MEDIABEDRIJVEN

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	APP STORE
● Belga News Agency nv	403481693	BelgaBox, BelgaGov, BelgaNews, Belgapress
● De Deeluitgeverij bv	725510411	Motoren & Toerisme, Eos Wetenschap
● DPG Media nv	432306234	Dag Allemaal, De Morgen: nieuws & duiding, De Morgen print editie, HLN.be, Het Laatste Nieuws, Humo, Humo Magazine, Goed Gevoel, Qmusic – Live Radio, Story, TV Familie, VTM GO, Streamz, Joe, Willy, Tijdschrift.be
● FamilyRadio Vlaanderen vzw	533971538	FamilyRadio
● Hellohelloradio.com bv	837015473	Tomorrowland (en afgeleiden)
● Mediafin nv	404800301	De Belegger, De Tijd
● Mediageuzen nv	446586614	PNWS, Culinaire Ambiance
● Mediahuis nv	439849666	Gazet van Antwerpen - Krant, Gazet van Antwerpen - Nieuws, Het Belang van Limburg - Krant, Het Belang van Limburg - Nieuws, Nieuwsblad Krant, Het Nieuwsblad nieuws, DS Krant, De Standaard: nieuws & inzicht, De Standaard: Podcasts, Zimmo,
● Orange Belgium nv	456810810	My Orange BE, Orange TV BE, Orange Data Transfer, Cloud Telephony Belgium, Orange Device Manager, Orange Smart Home, Orange TV Plus Belgium, My hey!, My Livebox Fiber
● Play Media nv	473307540	GoPlay
● Proximus nvpr	202239951	Fixed Mobile Unification, Forum 500-0 FMC, Proximus Pickx, Proximus Cloud, Proximus Mail, Voice Continuity, Proximus SOS Kabel, Doktr – Medische Consultaties, Proximus+, Proximus Webphone, Proximus Business Booster, Lens On Ghent, SSM, SSM-Acceptance
● Radio Maria vzw	833066979	Radio Maria België
● Roularta Media Group nv	434278896	Fiscoloog, Libelle Lekker, Mijn Magazines, Artsenkrant
● SBS Media Belgium nv	470302619	NRJ België
● Studio 100 nv	457622640	Studio 100 GO – fun voor kids
● Telenet bv	473416418	MyTelenet, Telenet TV, Safespot, Safespot Guard
● Telinco bv	865996697	VoetbalNieuws.be, WielerNieuws.be
● Topradio nv	465147365	Topradio BE
● Universciné Belgium nv	821741636	Sooner :Stream Different
● Vlaanderen Eén nv	890243036	Play Nostalgie
● Voetbalprimeur bv	Buitenland	Voetbalprimeur
● VRT nvpr	244142664	Buck The Game, VRT NWS, Ketnet, Ketnet Junior, Klara, MNM, Sporza, Studio Brussel, VRT Radio 1, VRT Radio 2, VRT MAX, Dagelijkse kost, VRT PodWalks

Tabel 42: Apps Vlaamse mediabedrijven: gegevens verzameld 23 juli 2024<sup>344</sup>

## 1.4.6 Distributie: mobiel internet: mobiele telefonie aanbieders

Opdat de klant mobiel kan surfen dient hij over een geschikt mobiel toestel en een mobiele aansluiting te beschikken. Er kan ofwel via draadloos internet (WIFI) gesurft worden, ofwel door gebruik te maken van een mobiel netwerk. Proximus, Telenet, Orange Belgium en (binnenkort) Digi Belgium beschikken over een eigen mobiel netwerk.

Verscheidene ondernemingen kunnen van de infrastructuur van één van de drie (binnenkort vier) bovenstaande mobiele netwerk operatoren (MNO's) in België gebruikmaken als zogenaamde MVNO's (Mobile Virtual Network Operator) en zelf diensten aanbieden. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen 'light MVNO' en 'full MVNO', afhankelijk van hoeveel diensten de MVNO in eigen beheer uitvoert.<sup>345</sup>

Elk jaar geeft het BIPT een status van de elektronische communicatie- en TV markt.<sup>346</sup>

Volgens de meest recente status telde de Belgische mobiele markt eind 2023 drie operatoren met een eigen

<sup>344</sup> Studio 100 GO wordt vermarkt door Wanagogo nv.

<sup>345</sup> Een full MVNO is een alternatieve operator die netwerkcapaciteit huurt bij één van de drie mobiele netwerkoperatoren. Hij hangt alleen af van de mobiele netwerkoperator voor het netwerk van antennes en creëert met eigen infrastructuur een kernnetwerk. Een light MVNO delegeert het operationele beheer van zijn netwerk aan de hostoperator.

<sup>346</sup> BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 19 juni 2024 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2023), via <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2023>

mobiel netwerk en twee full MVNO's, beide actief op het netwerk van Telenet: Lycamobile en Vectone. Op 2 juni 2023 was de overname van full MVNO VOO door Orange Belgium namelijk afgerond waardoor de mobiele klanten van VOO getransfereerd zijn van het Telenet- naar Orange-netwerk.

Sinds begin februari 2024 verkoopt energieleverancier Mega ook mobiele telefoonabonnementen. Het doet dit als MVNO op het Orange-netwerk en brengt deze activiteiten onder in het bedrijf Mega Telecom, met een eigen directie en helpdeskteam.<sup>347</sup>

In 2022 haalde Citymesh Mobile, de joint venture tussen de Roemeense operator Digi en de Belgische B2B operator Citymesh de nodige spectrumrechten binnen om een eigen netwerk voor particulieren uit te bouwen. Digi Communications Belgium nv (hierna: Digi Belgium) zal in de tweede helft van 2024 als vierde speler de mobiele markt te betreden. In eerste instantie doet het dit als virtuele mobiele operator. Aangezien een eigen netwerk bouwen meerdere jaren duurt, sloot Digi Belgium midden 2023 daarom een roamingovereenkomst met Proximus om enerzijds het Proximus-netwerk in de tussentijd te kunnen gebruiken en anderzijds 400 antennesites, inclusief bijhorende passieve infrastructuur, aan te kopen. Proximus verkoopt deze omwille van Mwingz, de netwerkalliantie met Orange Belgium om toegangsinfrastructuur te bundelen. De verkoop gebeurt aan InSky, het bedrijf dat instaat voor de uitrol van de infrastructuur van Digi Belgium.<sup>348</sup> Daarnaast zal Digi Belgium ook vaste diensten aanbieden.

In april 2024 kocht Proximus de 5G-licentie van NRB, de IT-dochter van verzekeraar Ethias. NRB behoudt de ambitie om 5G-diensten aan te bieden, maar dan als virtuele operator op het Proximus-netwerk. Met de overname vergroot Proximus zijn mobiele capaciteit, na voorafgaand akkoord van het BIPT, naar 120 MHz.<sup>349</sup>

Omtrent de algemene uitrol van 5G duidt het BIPT in zijn status dat 27 procent van de actieve datasimkaarten van individuen in 2023 5G datatrafiek genereerde tegenover 12,8 procent in 2022. Verder blijkt 65 procent van het Belgische grondgebied in januari 2024 een goede indoor 5G-dekking te hebben. In termen van huishoudens bereikt de 5G-dekking een penetratie van 87,4 procent.

De oude 3G-netwerken worden dit jaar geleidelijk aan opgedoekt om plaats te maken voor de 4G- en 5G-netwerken, die bovendien energiezuiniger zijn. De 2G-netwerken blijven wel nog bestaan aangezien ze gebruikt worden voor machine-to-machine-toepassingen (M2M).<sup>350</sup> Volgens het BIPT maken 63,6 procent van alle IoT-verbindingen gebruik van 2G.

Om de uitrol van 5G te versnellen, lanceerde gewezen minister van Telecommunicatie De Sutter midden mei 2024 een nieuwe oproep voor innovatieve 5G-projecten.<sup>351</sup>

Tabel 43 geeft een lijst van de mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren.

347 Het Laatste Nieuws, "Energieleverancier Mega biedt ook telecom aan", 1 februari 2024.  
348 De Tijd, "Vierde mobiele operator Digi sluit dubbele deal met Proximus", 29 augustus 2023.  
349 De Tijd, Dereymaeker, F., "Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over", 18 april 2024.  
350 Het Belang van Limburg, Damiaans, R., "Ooit surfden we allemaal via 3G, maar dit jaar wordt het netwerk opgedoekt", 30 maart 2024.  
351 De Tijd, Serrure, B., "De Sutter lanceert nieuwe oproep voor 5G-projecten", 14 mei 2024.

# MOBIELE OPERATOREN EN HUN NETWERK

AANBIEDER	ONDERNEMINGSNUMMER	MERKNAAAM	VIA NETWERK
● Cinq – cinq bv	460724561	5/5 Telecom	Orange Belgium nv
● EDPNET Belgium bv	779091641	EDPnet Mobile	Orange Belgium nv
● Mega Telco nv	788562092	Mega	Orange Belgium nv
● Neibo cv	696686860	Neibo	Orange Belgium nv
● Orange Belgium nv	456810810	Hey!	Orange Belgium nv
● Orange Belgium nv	456810810	Orange	Orange Belgium nv
● Undo bv	788352652	Undo	Orange Belgium nv
● Voo SA	696668549	Voo Mobile	Orange Belgium nv
● Mobile Vikings nv	886946917	JIM Mobile	Proximus nvpr
● Mobile Vikings nv	886946917	Mobile Vikings	Proximus nvpr
● Proximus nvpr	202239951	Proximus	Proximus nvpr
● Proximus nvpr	202239951	Scarlet	Proximus nvpr
● Youfone nv	754793919	Youfone	Proximus nvpr
● Carrefour Belgium nv	448826918	Carrefour Mobile	Telenet Group nv
● Centrea bv (Belgian Telecom)	478734986	Belgian Telecom	Telenet Group nv
● Lycamobile bv	887848918	Lycamobile	Telenet Group nv
● Telenet Group nv	462925669	Base	Telenet Group nv
● Telenet Group nv	462925669	Base Turk	Telenet Group nv
● Telenet Group nv	462925669	Telenet	Telenet Group nv
● United Telecom nv	446133484	Ello Mobile	Telenet Group nv
● United Telecom nv	446133484	United Telecom	Telenet Group nv
● Vectone Mobile Belgium bv	846489504	Vectone Mobile	Telenet Group nv

Tabel 43: Overzicht mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren (zakelijke markt uitgezonderd)<sup>352</sup>

352 Deze lijst werd samengesteld op basis van de website van Test-Aankoop (<https://www.test-aankoop.be/hightech/gsms-en-smartphones/module/kaart-van-mobiel-netwerkbereik>) en werd voor het laatst geraadpleegd op 17 juli 2024.

## 1.5 BESLUIT HOOFDSTUK 1

In dit eerste hoofdstuk werd de Vlaamse mediasector afgebakend door na te gaan welke spelers in welke mediasegmenten actief zijn.

Wat radio betreft, nam de VAR, de reclameregie van de Vlaamse publieke omroep, de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze uitbreiding markeert een significante verschuiving in de strategie van de VAR, die traditioneel de reclame voor alleen de eigen VRT-netwerken verzorgde. Deze stap kan gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Transfer, een thematische reclameregie, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer een radioaanbod uit dat een netwerk van een 37-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat.

Betreffende radio-omroeporganisaties kocht Telenet via Play Media nv een belang van 20 procent in Vlaanderen Een nv, de vennootschap boven radiozender Nostalgie, over van Mediahuis nv. Eind augustus 2023 veranderde de naam van de radiozender naar Play Nostalgie. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie Plus.

Eind 2023 werd door de VRM een boete van 5.000 euro opgelegd aan SBS Media Belgium omdat de uitzendingen van Nostalgie Plus niet konden worden beschouwd als het brengen van een programma-aanbod of een geheel van programma's opgebouwd rond een generalistisch profiel. Daarna kregen ze nogmaals een boete van 7.500 euro. SBS Media Belgium kreeg uiterlijk tot 15 augustus 2024 om zich te conformeren aan het Mediadecreet.

Een nieuwe studie beval 1 januari 2031 aan als realistische afschakeldatum voor de radio-uitzendingen via de FM-band. De onderzoekers voorspellen dat tegen 2030 75% van het luistervolume digitaal zal zijn. De voorkeur gaat uit naar een gezamenlijke afschakeling door de VRT, landelijke, lokale en netwerkradio-omroeporganisaties, waarbij bepaalde criteria moeten worden bereikt.

Inzake radiodistributie werd Norkring België overgenomen door Cordiant Digital Infrastructure. Cordiant waardeerde het zendpark van Norkring op 5,25 miljoen euro, inclusief schulden. De transactie werd gefinancierd uit liquide middelen en werd goedgekeurd door de interfederale commissie die buitenlandse investeringen reguleert en de controle over kritieke infrastructuur in België waarborgt.

Broadcast Partners heeft dit jaar de exploitatie van de DAB+-multiplex 11A overgenomen van Norkring België.

Wat televisie betreft, trad de European Media Freedom Act (EMFA) in werking op 7 mei 2024. Het grootste deel zal echter pas van toepassing worden vanaf 8 augustus 2025. In grote lijnen beschermt de nieuwe regelgeving mediadiensten tegen inmenging van hun eigenaren, overheden, en tegen ongerechtvaardigde moderatie door zeer grote onlineplatforms. De EMFA introduceert ook nieuwe rechten voor gebruikers om pluralistische en onafhankelijke media te ontvangen. Bovendien richt de EMFA ook een Europese Raad voor Mediadiensten op, die een belangrijke rol zal spelen bij de toepassing van de EMFA en in de plaats zal komen van de bestaande samenwerking tussen de Europese mediaregulatoren in ERGA.

Volgend op de omzetting van de herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, zijn de Vlaamse omroepen vanaf 30 september 2024 verplicht om hun kijkers te waarschuwen voor mogelijke schadelijke inhoud. Dit gebeurt aan de hand van de symbolen van het nieuwe classificatiesysteem GoedGezien. De Vlaamse Regulator voor de Media treedt hier op als toezichthouder.

Er was het afgelopen jaar wel wat beweging in de productiesector. Borgerhoff & Lamberigts kocht begin 2024 alle onderdelen uit de Politeia-groep: de gelijknamige uitgeverij, de uitgever van academische en wetenschappelijke werken ASP en de overheidsdatabank Pinakes. Hotel Hungaria en Bonka Circus fuseerden



tot Hotel Bonka. Hotel Bonka zet zich in de markt als een onafhankelijk huis dat inspeelt op de toenemende versmelting van media en marketing. Golazo, een sport- en gezondheidsbedrijf, nam een participatie in het productiehuis Bargoens. De twee zien brood in de stijgende vraag naar sportverhalen. Het Vlaamse Geronimo Productions en het Nederlandse Villain Studios slaan de handen in elkaar. Onder de noemer X Line Productions gaan ze programma's maken voor internationale zenders.

Wat reclame betreft sloot Proximus een samenwerkingsakkoord met LiveRamp om de commerciële mogelijkheden voor adverteerders in addressable TV beter te benutten. Dankzij het gebruik van het LiveRamp-platform kan Proximus data van externe datapartners integreren in gerichte tv-campagnes. De samenwerking stelt ook adverteerders in staat hun eigen first-party data te gebruiken voor gerichte tv-reclame.

De Vlaamse Regering en de Vlaamse mediabedrijven investeren in een nieuw crossmediaal meetsysteem via het Cross Mediaal Consortium (XMC)<sup>353</sup>. De Vlaamse Regering doet een bijdrage van 4 miljoen euro vanuit de 'Vlaamse Veerkracht' relancemiddelen. De mediagroepen zelf investeren 1,7 miljoen euro. Dit systeem, uitgevoerd door Ipsos België, zal vanaf 2024 het mediagebruik van 1.500 Vlamingen op verschillende toestellen meten. Het doel is om lokale media beter te laten inspelen op gebruikerswensen en de dominantie van internationale spelers tegen te gaan. Vanaf 2025 zal dit systeem een totaalbeeld geven van het mediabereik over alle platformen heen. Ipsos heeft ervaring met soortgelijke projecten in het Verenigd Koninkrijk en Nederland.<sup>354</sup>

De publieke omroep VRT zal de komende drie jaar samenwerken met zeven andere Europese publieke omroepen onder de naam "New8". Deze samenwerking zal Vlaamse fictiereeksen een groter internationaal publiek geven en de VRT in staat stellen meer internationale hitseries uit te zenden. Vanaf 2024 zullen de acht omroepen jaarlijks acht nieuwe series gezamenlijk financieren. De "New8"-samenwerking omvat omroepen uit België, Nederland, Duitsland, Noorwegen, Zweden, Finland, Denemarken en IJsland.

Er werd een nieuwe samenwerkingsovereenkomst (2024-2028) gesloten tussen de Vlaamse Regering en de regionale omroepen. Alle omroepen ontvangen een basissubsidie van 155.000 euro per jaar, die kan worden aangevuld met 12.500 euro voor de ondertiteling van elk lineair journaal. Er zijn extra incentives om in te zetten op crossmediale werking en samenwerking, en op digitale ontsluiting, waardoor de omroepen jaarlijks aanspraak kunnen maken op 78.000 euro extra middelen, en vanaf 2027 zelfs 88.000 euro.

De samenwerkingsovereenkomst mikt ook op schaalvergroting. Zo wordt de weg vrijgemaakt voor de fusie van de regionale omroepen in West-Vlaanderen (WTV en Focus TV) en Oost-Vlaanderen (AVS en TV OOST), zodat er in 2026 in beide provincies nog één regionale mediaorganisatie actief zou kunnen zijn. Voor de kosten die verbonden zijn aan die schaalvergroting voorziet de regering tot en met 2026 een jaarlijkse tegemoetkoming van 80.000 euro, en vanaf 2027 bedraagt deze jaarlijkse tegemoetkoming 30.000 euro.

De onderhandelingen tussen AVS en TV Oost liepen echter spaak. AVS verklaarde dat de gesprekken zijn afgesprongen, terwijl TV Oost beweerde dat een nieuwe financiering de snelle samenwerking onmogelijk maakt. TV Oost zal tot minstens eind 2030 haar activiteiten voortzetten zoals momenteel het geval is. De zender sloot een nieuwe deal over de financiering, die voorheen onzeker was. Hierdoor zijn de fusieplannen voorlopig van de baan.

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBTv terecht bij de maker van Eclips TV. De Buren zal de commerciële exploitatie van de drie regionale zenders verderzetten. De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde op 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 wordt de commerciële exploitatie waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv, waarvan drie Limburgse familiebedrijven, namelijk Cegeka, Trixxo en Elite Group de aandeelhouders zijn.

HBO Max, de streamingdienst van Warner Bros. Discovery, werd op 1 juli officieel gelanceerd in België. Op dit platform zullen series en films van productiehuis HBO, programma's van Discovery en alle sportuitzendingen

353 Ads & Data, DPG Media, Mediafin, Mediahuis, de niet-openbare regionale televisievereniging Vlaanderen (NORTV), Play Media, Roularta Media Group, Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR), Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) en WE MEDIA

354 XMP, "Lancering van het Cross Media Panel (XMP) in Vlaanderen", 13 mei 2024.

van Eurosport te zien zijn. Met de komst van HBO Max verliest Streamz een deel van het HBO-aanbod. Ter versterking van haar aanbod sloot Streamz eind 2023 een licentieovereenkomst met Paramount Global Content Distribution.

Sinds begin 2024 wordt de Vlaamse streamingdienst Streamz ook via de app van VTM GO aangeboden. Wie al een abonnement op Streamz heeft, kan dat koppelen in de VTM GO-app. En wie nog geen Streamz kijkt, maar dat wel ambieert, kan zich via diezelfde app met enkele klikken abonneren.

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw besluit goed om de audiovisuele sector te stimuleren door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken. Deze hervorming heeft tot doel de Vlaamse audiovisuele productiesector te versterken en investeringen in audiovisuele producties aan te moedigen. Een gelijkaardige regeling was al van toepassing op dienstenverdelers en particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden. Voortaan moeten ook aanbieders van videoplatformdiensten bijdragen aan de financiering van lokale producties, omdat zij inkomsten genereren in Vlaanderen door de exploitatie en distributie van Vlaamse audiovisuele content.

In het kader van de vernieuwde stimuleringsregeling heeft de VRM onder meer de taak gekregen een jaarlijks overzicht op te maken van producenten die al dan niet onafhankelijk zijn op basis van artikel 2, 49°, a) en b) van het Mediadecreet. Dit overzicht bevat minimaal de producenten die de drie voorafgaande jaren productiesteun hebben aangevraagd bij het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). Deze taak wordt vermeld in artikel 218, § 2, 25° van het Mediadecreet. De VRM zal deze lijst ten laatste op 1 november 2024 voor een eerste maal publiceren.<sup>355</sup>

Het is duidelijk dat de traditionele aggregatie- en curatiefunctie van omroepen door het veranderende kijkgedrag steeds meer onder druk staan. De rol van scheidsrechter, door te bepalen welke content en/of programma's aangeboden worden aan mediaconsumenten, komt steeds meer in handen van dienstenverdelers zoals Telenet of Proximus, via hun distributieplatformen, of (inter)nationale spelers zoals Netflix of Streamz te liggen. Omroepen blijven hun eigen platformen (VRT MAX, VTM GO(+) en GoPlay) daarom verder ontwikkelen, waarop ze dan hun eigen content uitgewerkt in verschillende formats (midforms, web only reeksen, etc) zichtbaar plaatsen. De dienstenverdelers voegen bovendien de video-apps van deze (inter)nationale spelers toe aan hun tv-boxen om als aggregatoren van tv-platformen hun klanten deze apps zo eenvoudig mogelijk aan te bieden en hun positie in de waardeketen veilig te stellen, want dat is nodig.

Telenet is sinds 1 juli 2023, na de closing van de transactie tussen Telenet en Fluvius waarbij Wyre juridisch eigenaar werd van de bestaande netwerken van beide partijen, geen netwerkbeheerder meer, maar biedt wel nog diensten aan op het netwerk. Telenet breidde in 2024 het aanbod van zijn mobiele dochter BASE uit met internet en televisie, waarbij het de prijzen verlaagt. Dit initiatief heeft een dubbel doel: ten eerste wil Telenet voet aan de grond krijgen in Wallonië. Ten tweede lanceert Telenet het budgetaanbod ook in Vlaanderen, waar het zal concurreren met het eigen Telenet-merk. Deze zet lijkt te anticiperen op de komst van de prijsbreker Digi.

De vierde telecomspeler, Digi-Citymesh, heeft reeds aangekondigd naast mobiel internet (via een 5G-licentie) ook vaste internetdiensten en tv-diensten te zullen aanbieden. Het wil in het najaar van 2024 starten met een tv-aanbod dat zich richt op de cordcutters met een eigen streamingapplicatie. Waar Digi al vastelijndiensten kan aanbieden, kunnen consumenten daarbij voor een decoder kiezen.

Nethys heeft eind 2023 bevestigd dat het zijn belang in VOO wil omzetten in aandelen van Orange Belgium. Dit initiatief komt voort uit de overname van VOO door Orange Belgium. Na afronding van de procedure verwierf Nethys een belang van 11% in Orange Belgium en behield het de governancerechten die verbonden zijn aan zijn belang in VOO.

Op 1 september 2024 stopte TV Vlaanderen met zijn aanbod om televisie te kijken via de ether, Antenne TV genaamd. Het bedrijf verwijst naar de dalende belangstelling en de snelle ontwikkeling van alternatieve manieren van kijken. Het verwijst de klanten door naar zijn andere diensten: televisie via satelliet of een tv-

<sup>355</sup> Volgens de definitie van artikel 2, 49°, a) en b) van het Mediadecreet kunnen producenten die afhankelijk zijn, toch als onafhankelijk beschouwd worden.

app waar internet voor nodig is.

Wat geschreven pers betreft, zijn de titels op de Vlaamse betalende krantenmarkt niet gewijzigd. Evenmin zijn er geen verdere, significante stappen gezet in de convergentietendens tussen redacties en mediavormen van de afgelopen jaren. Eind 2023 verdween daarentegen wel het enige gratis dagblad Metro. Het bedrijfsmodel was niet langer financieel levensvatbaar.

Voor het tweede jaar op rij is de VVJ positief over het aantal beroepsjournalisten. Na de toename in 2022 is er ook in 2023 een toename van nieuwe instromers.

België stijgt in de World Press Freedom Index 2024 van Reporters Sans Frontières (RSF) naar de 16de plaats (31ste vorig jaar). In het algemeen waarschuwt RSF voor enerzijds de beknotting van persvrijheid door (buitenlandse) politieke autoriteiten waarbij de rol van de journalist wordt in twijfel getrokken en anderzijds voor het gebruik van de media in intimidatie- en desinformatiecampagnes waarbij artificiële intelligentie (AI) in toenemende mate een rol speelt. Vorig jaar keurde de Raad voor de Journalistiek nog richtlijnen goed over het gebruik van AI in de journalistiek.

Rond het trainen van AI-systemen was er ophef. Wegens (vermeende) inbreuken op het auteursrecht ontzeggen steeds meer (inter)nationale mediabedrijven deze systemen toegang tot hun materiaal. Andere mediabedrijven sloten een akkoord voor het gebruik van deze data mits financiële vergoeding.

De reclamesector kenmerkt zich door samenwerkingen omtrent advertentiewerving, bv. Magixx (Roularta, Rossel en DPG Media) en Ads & Data (Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media).

De magazinemarkt blijft het moeilijk hebben. Vaak liggen tegenvallende resultaten en stijgende kosten aan de basis. Zo smolten de twee bijlages van Het Belang van Limburg (HBvL Plus en Goesting) samen tot één papieren weekendbijlage, WKND Limburg. Daarnaast verlaagde Tertio de frequentie van zijn papieren magazine, met tevens een duidelijke digitale omslag. Professional Media Group nam voorts de vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label, en Media & Communication over van Roularta, dat te weinig groeimogelijkheden zag voor deze titels. Tot slot herzag DPG Media zijn woon- en decomagazines. De magazines Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en Eigen Huis & Interieur smolten samen onder de titel Stijlvol Wonen. Daarnaast gaat het magazine Wonen Landelijke Stijl verder onder de naam vtwonen Landelijk. Stijlvol Wonen is ook beschikbaar via vtwonen.be.

Volgend jaar zullen Roularta, IPM, Rossel en DPG Media vertrekken bij magazinefederatie We Media. Zij sluiten zich aan bij de krantenfederaties VNM en Lapresse.be.

Ondanks initiatieven van Roularta (Mijn Magazines) en DPG Media (Tijdschrift) blijft de convergentie tussen de papieren en digitale magazinemarkt ook duidelijk minder vlot verlopen dan bij de kranten.

Door het gesjoemel bij de toewijzing van de krantenconcessie stond dit jaar de afhandeling van de verdere ondersteuning centraal. De concessie werd nog verlengd tot 30 juni 2024. Vervolgens trad op 1 juli 2024 een nieuw systeem in werking dat nog tot eind 2026 loopt. De ondersteuning is nu gebaseerd op de bevolkingsdichtheid per gewest. Vanaf 2027 vervalt alle overheidssteun.

In 2022 trad tot slot een nieuwe auteurswet in werking, die een persuitgeversrecht creëert. Persuitgevers kunnen hun nieuwsaanbod zo beter valoriseren tegenover platformen. Google en Meta vochten de wet aan bij het Grondwettelijk Hof, die hierover drie prejudiciële vragen stelde aan het HvJ-EU. Desondanks lanceerde Google de dienst News Showcase in België nadat het alleen met de Franstalige uitgevers en Mediafin een akkoord kon sluiten. Met DPG Media, Mediahuis en Roularta kon (nog) geen akkoord gesloten worden.

Wat internet betreft, blijkt uit de jaarlijkse Digimeter dat samenwerking op vlak van platformificatie zijn vruchten afwerpt voor de Vlaamse spelers. VRT MAX, VTM GO en GoPlay hebben een vergelijkbaar bereik als de betalende streamingplatformen. Tevens slagen de Vlaamse zenders erin, mede dankzij hun platformen, meer



jongeren te bereiken. Toch blijft de zicht- en vindbaarheid van lokale media een belangrijk aandachtspunt.

Er wordt ook op andere manieren teruggevochten tegen de machtspositie van de grote internetbedrijven. In 2024 eisten meer dan 30 Europese mediabedrijven, waaronder ook Vlaamse mediaspelers, een gezamenlijke schadevergoeding van meer dan 2 miljard euro van Google wegens misbruik van zijn dominante positie op de online advertentiemarkt. Google zag uiteindelijk af van de uitfasering van third party cookies op Chrome. Toch lijken deze cookies ooit te zullen stoppen, wat mogelijkheden biedt. Zo lanceerde DPG Media eind 2023 zijn nieuw reclameplatform Ad Manager om een stuk van de advertentiemarkt terug te winnen.

In 2023 en 2024 traden twee belangrijke verordeningen in werking waar grote internetbedrijven zich aan moeten houden: de verordening digitale diensten (DSA) en de verordening digitale markten (DMA). Onder de DSA heeft de Europese Commissie momenteel 20 bedrijven geclassificeerd als zeer grote online platformen (VLOP's) of zoekmachines (VLOSE's). Het houdt hierop exclusief toezicht. Bedrijven met minder dan 45 miljoen gebruikers per maand in de Europese Unie vallen sinds begin 2024 onder de verantwoordelijkheid van de mediaregulator van het land waar de hoofdzetel gevestigd is. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT is de Belgische digitaledienstencoördinator. Verder heeft de Europese Commissie onder de DMA momenteel ook 7 bedrijven aangeduid als poortwachter. Daarnaast heeft de Commissie al verschillende onderzoeken opgestart naar mogelijke inbreuken tegen de DSA en de DMA.

Op Vlaams niveau is het herwerkingsproces van de vernieuwde stimuleringsregeling afgerond. Daardoor moeten dienstenverdelers, niet-lineaire televisieomroeporganisaties en vanaf 2025 ook aanbieders van videoplatformdiensten investeren in kwaliteitsvolle Vlaamse content.

Dit jaar waren er ook verkiezingen. In de strijd tegen desinformatie organiseerde VRT NWS in samenwerking met andere nieuwsredacties uit Vlaanderen, Wallonië en Nederland daarom een factcheckmarathon. De inspanningen van VRT NWS m.b.t. factchecking meer algemeen werden dit jaar ook beloond met een Europees kwaliteitslabel voor factchecks.

In de telecomwereld stond de komst van de vierde telecomspeler Digi Belgium centraal. Digi Belgium is een joint venture tussen het Roemeense Digi en het Belgische Citymesh. In 2022 haalde het de nodige spectrumrechten binnen om een eigen netwerk te bouwen en de mobiele markt te betreden. Voor de tussentijd sloot het in 2023 een roamingovereenkomst met Proximus. De ambitie reikt echter verder want naast een mobiel aanbod kondigde Digi Belgium ook vastelijndiensten aan te bieden zoals televisie en, waar mogelijk, internet via glasvezel. Het deed in 2024 alvast enkele testen met het uitrollen van glasvezel. Digi Belgium belooft vooral op prijszetting stevig de concurrentie aan te gaan. Ondertussen bereiden de drie andere telecomspelers (Telenet, Orange Belgium en Proximus) zich voor op de komst van Digi Belgium. Zo breidde Telenet het aanbod van zijn mobiele dochter BASE dit jaar uit naar vastelijndiensten internet en televisie, wat na de netwerkdeal met Orange Belgium omtrent het VOO-netwerk tevens de kans biedt om door te breken in Wallonië en Brussel.

Eind 2023 nam Citymesh trouwens Edpnet over van Proximus waardoor er een einde kwam aan de gerechtelijke beroepsprocedure tegen de overname, ingeleid door Citymesh, alsook het onderzoek van de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA). Citymesh verklaart Edpnet buiten Digi Belgium te houden.

Ook op andere onderwerpen in de telecomwereld was nieuws te melden. Zo is de uitrol van glasvezel in volle ontwikkeling, dat blijkt ook uit het jaarlijks cijfer rapport van het BIPT omtrent de elektronische communicatiemarkt. Het aandeel glasvezel in het totaal aantal vaste breedbandaansluitingen is meer dan verdubbeld naar bijna 8%. Toch verloopt de uitrol niet altijd even vlot. Verschillende spelers liepen vorig jaar vertragingen op. Het BIPT meldde eind 2023 voorstellen tot samenwerking bij de glasvezeluitrol te willen bekijken. Eind juli 2024 sloten Telenet-Wyre en Proximus-Fiberklaar zo'n ontwerpovereenkomst voor gebieden met een lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid in Vlaanderen. De BMA opende een onderzoek, i.s.m. het BIPT. Bij een positief resultaat en een latere definitieve overeenkomst die alle gestelde voorwaarden respecteert, lijkt regulering van de groothandelsmarkten voor breedband in deze gebieden niet langer noodzakelijk. In de marge hiervan meldde Proximus dat het EQT Infrastructure volledig uitkocht uit de joint venture Fiberklaar. Tot slot



publiceerde het BIPT eind 2023 een besluit inzake het netwerkaansluitpunt waardoor modems en routers vrij te kiezen zijn voor breedband en internettelefonie.

Wat de uitrol van 5G betreft, meldt het BIPT nog in zijn jaarlijks cijferrapport dat de oude mobiele technologieën (2G/3G/4G) plaats maken voor 5G. De oude 3G-netwerken worden dit jaar geleidelijk aan opgedoekt om plaats te maken voor de 4G- en 5G-netwerken. De 2G-netwerken blijven daarentegen wel nog even bestaan daar ze gebruikt worden voor machine-to-machine-toepassingen.

Tot slot ruilde Nethys in navolging van de overname van VOO door Orange Belgium zijn aandelen in VOO in voor een belang van ongeveer 11 procent in Orange Belgium zonder dat Nethys de bestuurlijke rechten verbonden aan het belang moet opgeven. Het aantal full MVNO's daalde ten gevolge van deze overname van drie naar twee.

Convergentie en crossmedialiteit zijn een courante zaak geworden in het Vlaamse medialandschap. Merken zijn de belangrijkste ankerpunten geworden en worden probleemloos van de ene mediavorm naar de andere geëxporteerd. Om dit te illustreren wordt in Tabel 44 een overzicht gegeven van een aantal Vlaamse multimediale merken en de vormen waarin zij geconsumeerd kunnen worden, gegroepeerd volgens eerste verschijningsvorm (radio/tv/geschreven pers/website/app en sociale media). TikTok geraakt stevig ingeburgerd bij verschillende mediamerken, maar roept ondertussen ook bezorgdheden om privacy op. Bij de radio's van VRT zien we een shift van een eigen website voor elk merk, naar een eigen plaats op VRT MAX. Ook ketnet, be zal in het najaar opgeslorpt worden door VRT MAX. We zien ook dat verschillende magazines van Roularta veelal geen eigen app meer hebben, maar vervat zitten in de Mijn Magazines-app.

## MULTIMEDIALE MERKEN

Radio	TV	Geschreven pers	Website	Eigen app	Sociale media				
					Facebook	X	Instagram	YouTube	TikTok
Joe	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Klara	x	-	-	x	x	x	x	x	-
MNM	x	-	-	x	x	x	x	x	x
Play Nostalgie	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Qmusic	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Radio 1	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Radio 2	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Sporza	x	-	x	x	x	x	x	x	x
Studio Brussel	x	-	-	x	x	x	x	x	x
-	VRT Canvas	-	-	-	x	x	x	x	-
-	VRT 1	-	-	-	x	x	x	x	x
x	Ketnet	-	x	x	x	x	x	x	x
-	Ketnet Jr.	-	-	x	x	-	x	x	x
-	VRT MAX	-	x	x	x	x	x	x	x
-	Play4	-	-	-	x	x	x	-	-
-	Play5	-	-	-	x	x	x	-	-
-	Play6	-	-	-	x	-	-	-	-
-	Play7	-	-	-	x	-	x	-	-
-	GoPlay	-	x	x	x	x	x	x	x
-	VTM	-	x	-	x	x	x	x	-
-	Streamz (basic / premium (+))	-	x	x	x	x	x	x	x
-	VTM GO	-	x	x	x	-	x	x	x
-	-	De Gazet van Antwerpen	x	x	x	x	x	x	x
-	-	De Morgen	x	x	x	x	x	x	x
-	-	De Standaard	x	x	x	x	x	x	x

-	-	De Tijd	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Het Nieuwsblad	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Het Belang van Limburg	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Het Laatste Nieuws	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Feeling	x	-	x	-	x	x	x
-	-	Flair	x	-	x	x	x	x	x
-	-	Humo	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Knack	x	-	x	x	x	x	x
-	-	Libelle	x	-	x	-	x	x	x
-	-	Libelle Lekker	x	x	x	x	x	x	x
-	-	Story	x	x	x	-	x	x	-
-	-	Trends	x	-	x	x	x	-	-

Tabel 44: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen

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, DPG Media en Play Media, blijven hun platformen verder ontwikkelen (bv. VTM GO+ of de GoPlay-app voor Android TV) om zo rechtstreeks naar de kijker te gaan. Radio-omroepen hebben veelal nog een eigen website en app, televisieomroepen niet. Al gaat dit bij radio-omroepen ook stilaan achteruit. De zenders worden geëtaleerd op VRT MAX, VTM GO(+) of GoPlay.

Op vlak van reclame werken regies dan weer samen om zoveel mogelijk data en aggregatoren te kunnen bundelen. Ads & Data lanceerde het “total tv – ecosystem”, een koppeling tussen het ecosysteem van settopboxen en dat van de online wereld, waardoor het de eerste speler op de Vlaamse markt is die telco data integreert en koppelt met online data en data van de adverteerder. Dit is ook nodig, want internationaal introduceerden o.a. Netflix en Disney+ goedkopere abonnementsformules mét reclame (combinatie van AVOD en SVOD). Streamz volgde als eerste Vlaamse speler dat voorbeeld.

Tot slot worden telecomoperatoren gedwongen om samenwerkingen aan te gaan omdat investeren in een nieuw glasvezelnetwerk erg veel geld kost. Zo richtten zowel Proximus als Telenet joint ventures op met respectievelijk EQT Infrastructure en Fluvius als partner. Proximus nam ondertussen het belang van EQT Infrastructure in de joint venture Fiberklaar alweer over. In de zomer van 2024 sloten Proximus en Telenet een ontwerpovereenkomst met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken in een deel van Vlaanderen. De Belgische Mededingingsautoriteit startte hierover een onderzoek.

In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties op basis van het aantal aanwezige spelers die doorheen het hoofdstuk werden bestudeerd.





# HORizontALE CONCENTRATIE

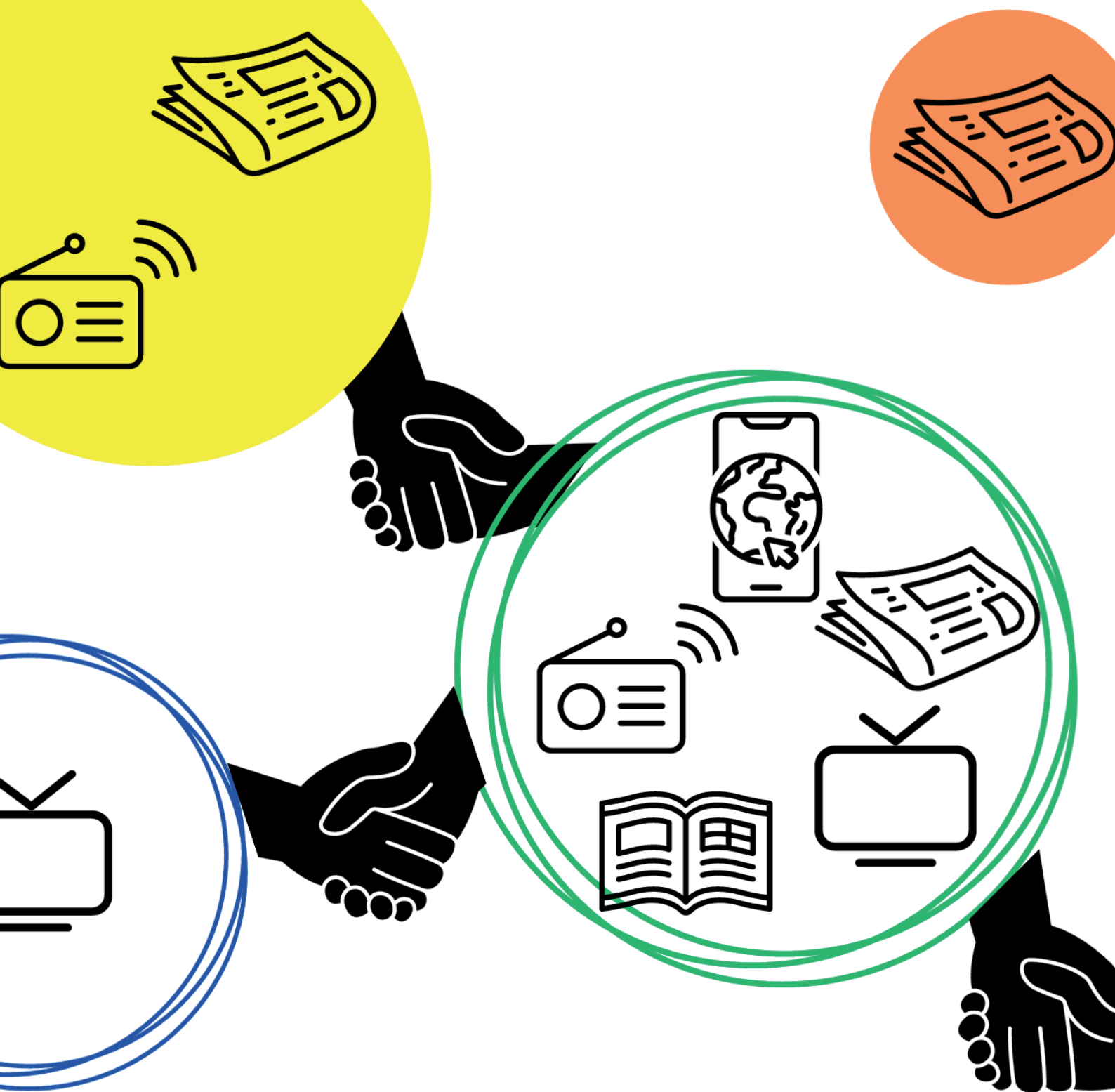
MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
● Radio		Landelijke radio-omroeporganisaties	Radiosignaaltransmissie
		Netwerkradio-omroeporganisaties	
		Lokale radio-omroeporganisaties	
● Televisie	Facilitaire bedrijven	Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair)	Dienstenverdelers & netwerkbeheerders
	Productiehuizen	Exploitatiemaatschappijen regionale televisie	
● Geschreven pers	Pers- en fotoag- entschappen	Uitgevers dagbladen	Distributeurs pers
	Reclameregies	Uitgevers gratis pers	
	Mediacentrales	Uitgevers periodieke bladen	
● Internet	Content creators	Bedrijven achter websites in de Vlaamse mediasector en nieuwswebsites	ISP/netwerkaanbieders
		Socialemedia-accounts	Mobiele operatoren
	Reclameregie	Apps Vlaamse mediabedrijven	Socialemedianetwerken
			App stores

Tabel 45: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen

## Legende:

Aantal spelers
>50
11-50
1-10





## Hoofdstuk 2

# Mediagroepen in Vlaanderen



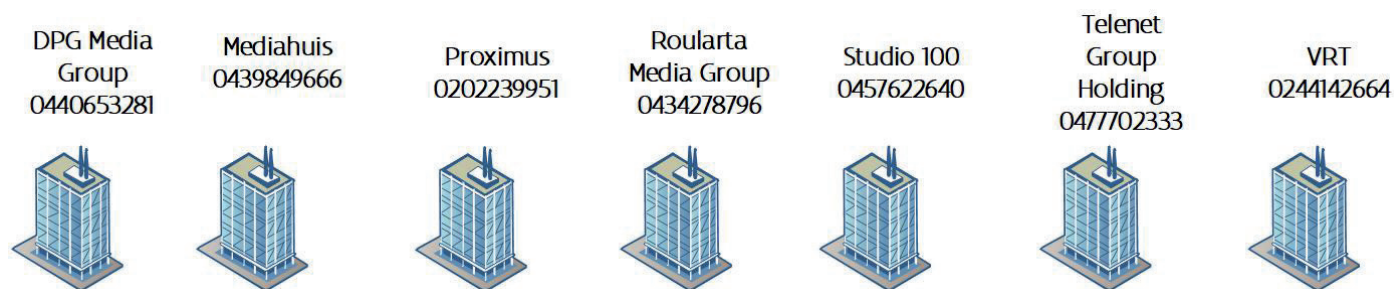
////////////////////////////////////

## 2. MEDIAGROEPEN

De evolutie naar meer crossmedialiteit zoals die doorheen hoofdstuk 1 aan bod kwam maakt deel uit van een lange historische ontwikkeling. Zo vormden zich in Vlaanderen historisch een aantal mediagroepen die via verschillende dochterondernemingen mediacontent onder diverse vormen aanbieden.

In dit tweede hoofdstuk geven we een overzicht van de voornaamste mediagroepen die in Vlaanderen in meerdere mediatakken actief zijn.

Door consolidaties is het aantal Vlaamse mediagroepen de laatste jaren sterk verminderd, en daar waar vroeger een aantal groepen deel uitmaakten van verschillende andere overkoepelende groepen, is dit nu (bijna) niet meer het geval. Wanneer zij hun werkveld willen uitbreiden, gaan groepen nu eerder voor overnames, dan voor strategische allianties.



Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen  
Bron: VRM

In dit hoofdstuk wordt voor elke mediagroep apart een toelichting gegeven bij het aandeelhouderschap, de groepsstructuur en het productaanbod.

In zoverre nagegaan kan worden welke eigenaars een bepaalde groep controleren, wordt hier melding van gemaakt. Het is niet steeds mogelijk om het aandeelhouderschap tot 100% samen te stellen, b.v. wanneer het beursgenoteerde ondernemingen betreft.

Elke groepsstructuur wordt weergegeven onder de vorm van een organigram dat in eerste instantie werd samengesteld op basis van de informatie die in 2024 werd neergelegd bij de Nationale Bank van België (NBB) en die gegevens bevat over het boekjaar 2023. Deze informatie werd vervolgens afgetoetst bij de betrokken groepen.





Voor de verschillende groepen wordt een overzichtsschema gemaakt met de merken waarmee de groep binnen de schakels contentproductie / aggregatie / distributie van de waardeketens voor radio, televisie, geschreven pers en internet in Vlaanderen aanwezig is.

Ook bijkomende activiteiten die voor interactie met het media-aanbod kunnen zorgen, en het buitenlands aanbod worden opgenomen in het overzicht.

Hieronder vindt u de legende voor de merkenoverzichtsschema's:



## LEGENDE PRODUCTOVERZICHT

● Naam	Product of activiteit die volledig gecontroleerd wordt door de groep
● (Naam)	Product of activiteit die na het afsluiten van de jaarrekening naar een andere groep overgedragen werd
● Naam	Product of activiteit waarin de groep participeert
● 	Product dat beschikbaar is in / zich richt tot een beperkt deel van de Vlaamse Gemeenschap (bv. regionale televisie)
● 	Product dat gericht is op / beschikbaar is in de hele Vlaamse Gemeenschap
● 	Product dat een Franstalig equivalent kent en/of ook gericht is op de Belgische markt
● 	Product dat gericht is op een buitenlandse markt

Tabel 46: Legende productoverzicht per groep

Hoewel websites wereldwijd raadpleegbaar zijn, worden ze hier in het merendeel van de gevallen als Vlaams gekwalificeerd aangezien ze duidelijk op de Vlaamse mediaconsument gericht zijn. Hoewel reguliere sites ook via mobiel internet raadpleegbaar zijn rekenen we onder aggregatie van mobiel internet enkel apps.

Nadat de diverse mediagroepen apart zijn toegelicht, wordt een globaal overzicht gegeven van de mate waarin crossmedialiteit speelt binnen de Vlaamse mediagroepen. Daarna wordt weergegeven hoe sommige mediagroepen onderling allianties aangaan om gezamenlijk mediaproducten op de markt te brengen, wat tot verstrengeling leidt.

Ten slotte wordt nagegaan hoe het met de concentratie van mandaten bij personen gesteld is. Dit werd bestudeerd op basis van de gegevens van de bestuurders, zaakvoerders en commissarissen die worden vermeld in de jaarrekeningen die neergelegd zijn bij de Nationale Bank.



## 2.1 DPG MEDIA GROUP NV

### 2.1.1 Structuur en aandeelhouders

DPG Media Group (tot in 2019 De Persgroep) ontstond vanuit de activiteiten rond Het Laatste Nieuws. Deze krant werd in 1888 voor het eerst uitgegeven door de familie Hoste.

In de jaren '70 van de twintigste eeuw trad de familie Van Thillo toe tot de aandeelhouders en in 1987 nam zij in eerste instantie 66%, en daarna het volledige kapitaal over via Epifin NV.

Vanaf 1998 werd De Persgroep nv samen met Roularta Media Group eigenaar van de in 1987 opgerichte Vlaamse Televisie Maatschappij nv. Via een aantal tussenstappen kwam deze -intussen tot Medialaan, en ten slotte DPG Media nv -hernoemde omroep integraal in handen van DPG Media Group. Medialaan nv lanceerde met Qmusic de eerste private landelijke radio in Vlaanderen.

Door een aantal fusies kwam De Persgroep Publishing nv tot stand.

Vervolgens werden de nieuwsredacties van Medialaan en De Persgroep Publishing samengebracht onder de naam News City (met uitzondering van de redacties van De Morgen en Humo). Daarbij behield elke redactie wel zijn eigen hoofdredacteur en eigenheid.<sup>356</sup>

In het najaar 2019 vestigde het bedrijf en de verschillende redacties zich onder 1 dak in Antwerpen. Er volgde een volledige integratie van de publishingactiviteiten van De Persgroep Publishing (nu DPG Media Services) in Medialaan. De media-activiteiten werden volledig overgedragen aan Medialaan nv (nu: DPG Media nv). Tegelijkertijd werd de samenwerking tussen de Belgische en Nederlandse zusterbedrijven opgevoerd.

DPG Media biedt tevens online services aan, zoals bv. mijnenergie.be, een vergelijkingsite voor energiecontracten, en Independer.be, een online vergelijker en makelaar inzake verzekeringen.

DPG Media is tevens actief in Nederland en Denemarken, wat zorgt voor een aantal buitenlandse dochtervennootschappen binnen de groepsstructuur. Zo is er het Amsterdamse Mediavaert gebouw, met de redacties van onder meer 'Het Parool', 'de Volkskrant' en 'Trouw' en ook werkruimtes voor ondersteunende diensten, testlabs, radio-opnamestudio's voor Qmusic, vergaderzalen, restaurants, een espressobar en een eventlocatie.<sup>357</sup> Daarnaast zijn er de Deense activiteiten van Berlingske Media.

Op 20 november 2018 bundelden VRT, Medialaan en Mediahuis de krachten om via één website en één app al hun radiozenders aan te bieden. Hiervoor werd Digitale Radio Vlaanderen cvba opgericht, waarin DPG Media voor 33.33% participeert.

Op 12 augustus 2020 gaf de Europese Commissie groen licht voor een nieuwe videostreamingdienst, Streamz, een samenwerking tussen DPG Media en Telenet (joint venture). Op 14 september 2020 ging Streamz bv van start.

Op 28 juni 2021 werd een overeenkomst bereikt met Groupe Rossel en RTL Group betreffende de overname van Audiopresse nv, op haar beurt aandeelhouder van RTL Belgium. Groupe Rossel en DPG Media, die sinds vele jaren samenwerken op de advertentiemarkt en tot 2017 partners waren in Mediafin, werden elk voor 50% aandeelhouder.

Op 15 december 2023 kondigde DPG Media aan dat zij met RTL Group een akkoord bereikt heeft over de overname van RTL Nederland voor een bedrag van 1,1 miljard euro. De overname is onder voorbehoud van goedkeuring door de Ondernemingsraad en de ACM, de Nederlandse mededingingsautoriteit.<sup>358</sup>

356 Medialaan, "De Persgroep Publishing en Medialaan richten News City op", <https://medialaan.be/nl/de-persgroep-publishing-en-medialaan-richten-news-city-op?referer=https://www.google.be/url?sa=t>.

357 Het Laatste Nieuws, "DPG Media en Besix bouwen hout-hybride kantoor in Nederland", 8 oktober 2021.

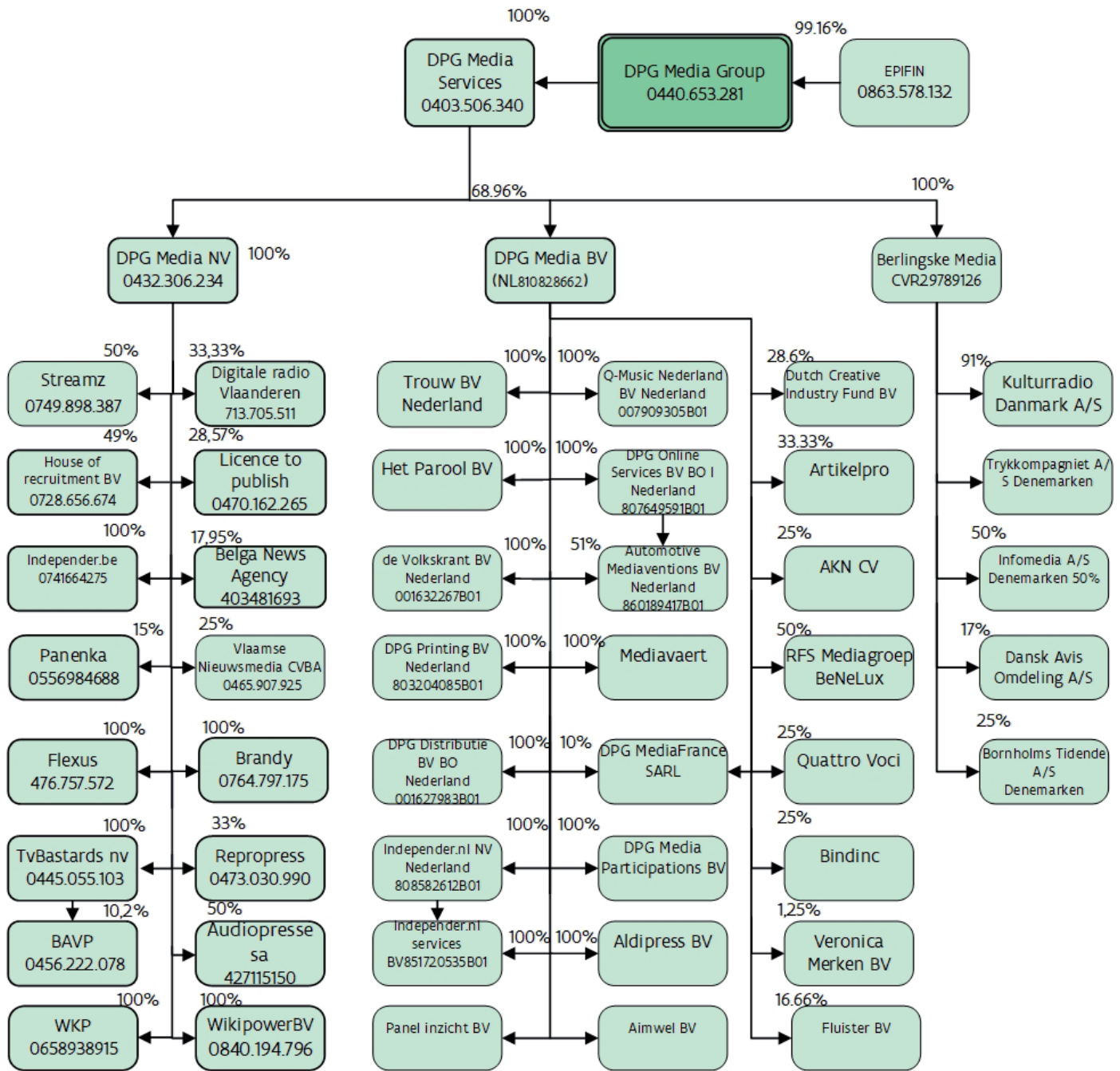
358 Epifin nv (2024). Jaarrekening 2023.

# AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



- 99,64% > Epifin
- 0,36% > Andere

Figuur 12: Aandeelhouders DPG Media Group nv  
Bron: VRM op basis van NBB, jaarrekening Epifin 2023



Figuur 13: Organigram DPG Media Group nv  
Bron: VRM o.b.v. jaarrekening en NBB

## 2.1.2 Aanbod DPG Media Group nv

### 2.1.2.1 Radio

DPG Media beheert de landelijke private FM-radiozenders Qmusic en Joe. JOEfm werd op 1 januari 2023 gefuseerd met DPG Media. Sinds 1 september 2018 zijn deze radio's ook via DAB+ te beluisteren.

Daarnaast werden er nog een aantal extra DAB+-zenders gelanceerd. Momenteel zijn dat Qmusic, Q -Foute Radio en Q-Allstars. JOE heeft JOE, JOE easy, JOE gold en JOE 80's en 90's.

Waar de redacties binnen News City naar Antwerpen verhuisden, bleven de radiostudio's van DPG Media gevestigd in Vilvoorde.<sup>359</sup>

Samen met de openbare omroep en Mediahuis werd de cvba Digitale Radio Vlaanderen opgericht die aansluit bij Radioplayer Worldwide, een non-profitorganisatie.<sup>360</sup>

### 2.1.2.2 Televisie

Met het productiehuis TvBastards nv was DPG Media actief in TV-productie. Sinds 2017 wordt non-fictie niet langer door TvBastards maar door het nieuwe interne productiehuis PIT geproduceerd.

Volgens de jaarrekening is DPG Media ook voor 15% aandeelhouder van Panenka.

Als volgende stap in de televisiewaardeketen (aggregatie) zijn er de volgende televisiediensten (al dan niet lineair en niet-lineair, of beide): VTM, VTM 2, VTM 3, VTM 4, VTM Gold, VTM GO, etc. Themazender VTM Non-Stop Dokters werd VTM Non-Stop 90's vanaf maandag 1 april 2024.

VTM zorgt samen met Studio 100 sinds december 2023 voor een veelzijdig aanbod voor kinderen op VTM GO.<sup>361</sup>

In samenwerking met Telenet werd vanaf het najaar 2020 streamingdienst "Streamz" gelanceerd.

Streamz was oorspronkelijk te koop/te kijken via Telenet of standalone (OTT) via Streamz zelf. Streamz is recent ook geïntegreerd in VTM GO waardoor VTM GO gebruikers nu alle Streamz content kunnen ontdekken, zich abonneren én kijken naar Streamz content.<sup>363</sup>

### 2.1.2.3 Geschreven pers

Als historische krantenuitgever heeft DPG Media een uitgebreid aanbod van dagbladen en magazines in portefeuille.

Zo is het bedrijf de uitgever van de kranten Het Laatste Nieuws en De Morgen waarbij een aantal weekendmagazines aangeboden worden: Nina (de weekendbijlage bij Het Laatste Nieuws) en Magazine (De Morgen).

Verder zijn er vandaag de magazines Dag Allemaal/Expres, Goed Gevoel, Humo, Story, TeVe-Blad, TV Familie/Blik en Primo.

In 2017 nam De Persgroep Publishing (nu DPG Media Services) het naslagwerk Verstandig Bouwen en Renoveren en het print-on-demand magazine Mijn Verstandige Verbouwing over.

359 De Persgroep, "Mediaaan investeert in gloednieuwe radiostudio's voor Qmusic en Joe in Vilvoorde", <https://www.persgroep.be/nl/news/mediaaan-investeert-gloednieuwe-radiostudio%E2%80%99s-voor-qmusic-en-joe-vilvoorde>, 14 juni 2018.

360 VRT NWS, "VRT, Mediahuis en Mediaaan werken samen aan digitale radiospeler", 19 januari 2018.

361 Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., "Studio 100 krijgt eigen omgeving in streaming-app: Plop, K3 en Maya de bij verhuizen naar VTM GO", 22 december 2022.

362 De Morgen, "Lineaire zender VTM Kids verdwijnt, jonge kijkers worden naar streamingplatform VTM GO geleid", 23 december 2022.

363 Belga, "Integratie in VTM Go moet Streamz extra klanten opleveren", 16 januari 2024.

Een aantal tijdschriften werden in juni 2018 door de overname van Uitgeverij Cascade opgenomen in het DPG-aanbod. Nadat Cascade werd ontmanteld bleef enkel Tv Gids/Primo in de portefeuille van DPG Media. De andere titels werden overgedragen aan derden.

Door de overname van Sanoma Media Netherlands in april 2020 kwamen ook diens Belgische titels bij DPG Media terecht, zoals Feeling Wonen, Wonen Landelijke Stijl, Stijlvol Wonen, Ik Ga Bouwen, en vtwonon.<sup>364</sup>

Daarnaast lanceerde Jobat, de joint venture tussen Mediahuis en DPG Media, het nieuwe magazine Go for Happy, dat het eerdere MARK Magazine vervangt.<sup>365</sup> Go for Happy Magazine richt zich op werkgevers en kandidaat-werknemers en werd digitaal geïntegreerd op Jobat.be en de zes nieuwssites van DPG Media en Mediahuis.

Eind december 2021 lanceerde DPG Media de website tijdschrift.be en de bijhorende app. Voor 9,99 euro per maand krijgt de lezer onbeperkte toegang tot verschillende Nederlandse en Belgische magazines waaronder 'Humo', 'Dag Allemaal', 'Story', 'AutoWeek' en 'National Geographic'.<sup>366</sup>

Roularta Media Group nam eind 2023 Flow Magazine over van DPG Media via haar dochteronderneming in Nederland.<sup>367</sup>

De woon- en decomagazines van DPG Media, bestaande uit Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en Eigen Huis & Interieur, smolten in juli 2024 samen onder de titel Stijlvol Wonen.<sup>368</sup>

#### **2.1.2.4 Internet**

Met de websites die aansluiten bij de dag- en periodieke bladen (waarvan de belangrijkste hln.be is) aggregereert DPG Media meerdere populaire websites. Aan elk merk is vaak ook een app en aanwezigheid op sociale media verbonden. De website van VTM Nieuws is echter opgegaan in hln.be, in het kader van hun samenwerking binnen "News City".

Daarnaast heeft DPG Media ook de sites independer.be, livios.be, jobat.be, spaargids.be (en guide-epargne.be), mijnenergie.be (en monenergie.be), wikipower.be en tweakers.net in het aanbod.

De jobs die vroeger gepubliceerd werden op regiojobs.be, worden voortaan getoond op de pagina's van HLN Regio.

Nadat DPG Media en Mediahuis aangekondigd hadden hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt (gevoerd onder de merken Vacature en Jobat) onder te brengen in een gezamenlijke joint venture, werd in oktober 2019 Jobat vernieuwd.

DPG Media lanceerde in 2021 Independer.be als onafhankelijke online vergelijker voor Corona Direct, Ethias en Yuzzu in België. Particulieren kunnen op de site o.m. een auto- of brandverzekering afsluiten nadat ze prijzen en andere relevante kenmerken hebben vergeleken. Later werd het gamma aan verzekeringsproducten verruimd met de producten van Flora en Optimco.

Adverteerders kunnen sinds het najaar 2023 bij de merken van DPG Media adverteren via een nieuw online platform "DPG Media Ad Manager". Daarmee hoopt de uitgever een antwoord te bieden op grote verschuivingen in de reclamewereld en terrein terug te winnen op Google en Facebook.<sup>369</sup>

364 Mediaspecs, "Overname van Nederlandse activiteiten Sanoma door DPG Media Nederland krijgt groen licht", <https://www.mediaspecs.be/overname-van-nederlandse-activiteiten-sanoma-door-dpg-media-nederland-krijgt-groen-licht/>, 14 april 2020.

365 Mediaspecs, "Jobat lanceert Go for Happy Magazine", <https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/>, 23 februari 2021.

366 Het Laatste Nieuws, "DPG Media start met Netflix-formule voor magazines", 12 Januari 2022.

367 Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0>

368 Mediaspecs, "DPG Media herzielt zijn woon- en decomagazines", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-herzielt-zijn-home-deco-magazines/>, 17 juli 2024.

369 De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.

### **2.1.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

De afdeling “DPG Media Advertising”, verzorgt de regie voor kranten, magazines, websites, radio en televisie. Het bedrijf lanceerde ook een eigen trading desk voor programmatic advertising met de naam Second Bid.

DPG Media Advertising en Mediahuis Advertising bundelen hun krachten via Dailymetrie, de dagelijkse meting van het multimediaal bereik van nieuwsmarken in België, om adverteerders en mediaprofessionals inzichten te bieden over het bereik van de nieuwsmarken via al hun platformen. Ten gevolge de overname van RTL Belgium werden de commerciële teams van IP Belgium, de reclameregie van RTL Belgium, vanaf mei 2022 verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising.<sup>370</sup>

Samen met Roularta en Rossel biedt DPG Media adverteerders de mogelijkheid om vanuit één nationaal aanbod, genaamd Magixx, de lezers van hun magazinetitels te bereiken.

Premium Newsbrands United, kortweg PNU, vernieuwt. Samen met Rossel Advertising wil DPG Media Advertising op een gemakkelijke manier digitale campagnes in het hele land aanbieden.<sup>371</sup>

### **2.1.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

DPG Media Group is sinds 2003 actief in Nederland door de overname van de Amsterdamse krant Het Parool. Vandaag is zij met haar Nederlandse dochter DPG Media bv de grootste krantenuitgever op de Nederlandse markt. DPG Media bv werd in 2009 eigenaar van de dagbladen De Volkskrant, Trouw en AD. Vervolgens werd het in 2015 ook eigenaar van zeven regionale kranten en ongeveer 200 huis-aan-huisbladen in Nederland. Deze behoorden vroeger tot de groep Wegener, maar werden door overname van Mecom (het moederbedrijf van Wegener) eigendom van De Persgroep en geïntegreerd in De Persgroep Nederland. De Persgroep Nederland kocht eind 2016 het online videoplatform Makers Channel.

In 2017 kocht De Persgroep onlineplatform reclamefolder.nl van onder meer RTL Ventures en H2 Equity Partners.

In 2019 besloten DPG Media en Mediahuis hun krachten te bundelen binnen het automotive domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden AutoTrack en Gaspedaal.nl ondergebracht in het nieuwe Automotive Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.<sup>372</sup>

Voorts is DPG Media bv ook de eigenaar van radiozender Qmusic Nederland. Bij de recente frequentieveiling haalde DPG een extra frequentie binnen. In september 2023 lanceerde het Joe als tweede commerciële FM-radiozender.

Door de overname van RTL Belgium (in joint venture met Rossel & Cie.) in 2021 wordt DPG Media actief in Franstalig België: RTL Belgium heeft er 3 tv-zenders: RTL-TVI, Club RTL en Plug RTL. De zenders zijn samen goed voor ruim een derde van de markt in Franstalig België. Behalve met televisie is RTL België ook actief met radio (Bel RTL, Radio Contact en het digitale station Mint), RTL Play (streaming) en de nieuwswebsite RTLInfo.be.<sup>373</sup>

Met Mecom verwierf DPG de Deense mediagroep Berlingske Media, die o.a. dagbladen, weekbladen, nationale en lokale radiozenders en digitale platformen bezit. De Deense activiteiten werden niet ondergebracht onder de handelsnaam DPG Media.

Zowel independer.be, spaargids.be, mijnenergie.be, livios.be als verstandigbouwen.be hebben een Franstalige evenknie onder de namen independer.be, guide-epargne.be, monenergie.be, livios.be en renoveretconstruire.be. Ook Het Hofjournaal, de driemaandelijks uitgave van De Persgroep, kreeg in 2017 een versie in Franstalig

370 Mediaspecs, “Salesteam van IP Belgium wordt verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising”, <https://www.mediaspecs.be/salesteam-van-ip-belgium-wordt-verdeeld-tussen-dpg-media-advertising-en-rossel-advertising/>, 22 april 2022.

371 Mediaspecs, “DPG Media en Rossel vernieuwen het PNU-aanbod”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-en-rossel-vernieuwen-het-pnu-aanbod/>, 12 mei 2023.

372 Mediahuis, “Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl”, <https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/>, 7 oktober 2019.

373 VRT NWS, Grommen, S., “Franstalige mediamarct opgeschud: DPG Media en Rossel nemen samen RTL België over”, 28 juni 2021.

België onder de naam Le Journal Royal. 7sur7.be, de Franstalige nieuwswebsite voor het brede publiek, is ook van DPG Media.

DPG Media heeft in december 2022 de Waalse organisator van groepsaankopen voor energie Wikipower overgenomen. Daarmee breidt de mediagroep haar dienstenaanbod rond energie verder uit.<sup>374</sup>

DPG Media Group nam op 20 april 2020 Sanoma Media Netherlands over, de grootste uitgever van magazines in Nederland met bekende titels zoals onder andere Libelle, vtwonon en Veronica Magazine. Het is daarnaast ook eigenaar van de grootste nieuwssite in Nederland, het nieuwsplatform NU.nl.

---

374 De Tijd, Adriaen, D. & Souris, S., "Groepsaankoper Wikipower in handen van DPG Media", 3 maart 2023.













# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN		PERIODIEKE BLADEN		INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie				
• Q-music/ qmusic.be (en afgeleiden)															
• Joe (en afgeleiden)															
• Willy (en afgeleiden)															
• Radioplayer Worldwide															
• TVBastards															
• VTM (vtm.be/ VTM2/VTM3/ VTM4/VTM Gold/ VTM non-stop/VTM KOKEN/VTM GO)															
• Streamz (Basic/ Premium(+))															
• hln.be/VTM NIEUWS															
• Het Laatste Nieuws															
• Nina															
• De Morgen															
• DMmagazine															
• Dag Allemaal/ Expres/dagallemaal.be															
• Goed gevoel/Vitaya Magazine/ Goedgevoel.be															
• Humo/Humo.be															
• Story															
• Teve-Blad															
• TV-Familie/Blik															
• Primo Magazine en TV Gids															
• Stijlvol Wonen															
• VTWonen															
• tweakers.net															
• spaargids.be															
• livios.be															



# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE		DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie	
• mijnenergie.be												
• mijntelco.be												
• jobat.be												
• Independer.be												
• Go for Happy												
• Second Bid												
• Dailymetrie												
• Magixx												

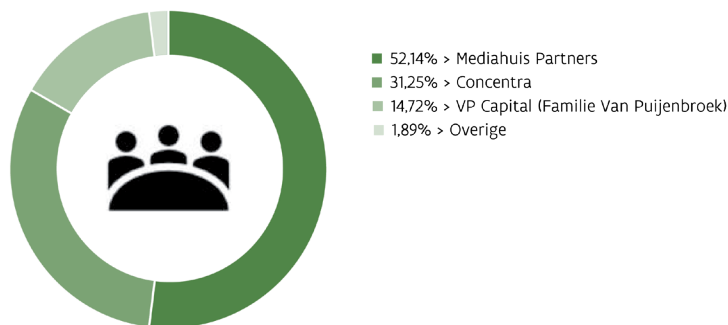
Tabel 47: Overzicht merken DPG Media Group nv

## 2.2 MEDIAHUIS NV

### 2.2.1 Structuur en aandeelhouders

De oprichting van Mediahuis dateert van 2013 en de groep bouwde voort op een eerder samenwerkingsverband tussen de printactiviteiten van de twee vroegere mediagroepen, Corelio (vandaag Mediahuis Partners) en Concentra. Op 19 oktober 2016 werd het merendeel van de resterende media-activiteiten van Mediahuis Partners en Concentra bij Mediahuis ondergebracht.

#### AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 14: Aandeelhouders Mediahuis nv  
Bron: VRM op basis van NBB

Deze inbreng door Mediahuis Partners en Concentra en de inbreng door de familie van Puijenbroek van haar belang in Telegraaf Media Groep (vandaag Mediahuis Nederland), zorgden voor enkele verschuivingen in het aandeelhouderschap van Mediahuis, waarbij VP Capital (familie van Puijenbroek) haar intrede deed als nieuwe aandeelhouder van Mediahuis.

In 2017 verwierf Mediahuis de controle over Telegraaf Media Groep (TMG). TMG is de uitgever van o.a De Telegraaf en Noordhollands Dagblad. In 2019 werd de naam van de Telegraaf Media Groep gewijzigd naar Mediahuis Nederland.

Op 13 mei 2019 verkocht Mediahuis zijn belang in televisiegroep De Vijver Media aan Telenet.

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%).

In 2020 is het resterende derdenbelang in Bedrock BV overgenomen. Op 7 februari 2019 heeft de groep 91,48% van de aandelen van Immo Proxio overgenomen. De minderheidsbelangen behouden 8,52% van de aandelen.

In juli 2019 hebben DPG Media en Mediahuis hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt ondergebracht in House of Recruitment Solutions. De Groep houdt met 51% van de aandelen controle over de nieuw opgerichte vennootschap.

Sinds enkele jaren zoekt Mediahuis internationale horizonten op.

Het nam in 2018 Wayne Parker Kent (WPK) over, een Nederlands digitaal mediabedrijf waarvan de werking vandaag geïntegreerd is binnen Mediahuis Nederland.

In 2019 was er de overname van de grootste krantenuitgever van Ierland, Independent News & Media, die sinds mei 2021 verder gaat onder de naam Mediahuis Ireland. Sinds de overname door Mediahuis in 2019 onderging het mediabedrijf een aanzienlijke digitale transformatie en diverse internationale overnames.

In 2020 was er de overname van de Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg Lafayette SA.<sup>375</sup> Zowat een jaar na de overname wijzigde de naam Saint-Paul Luxembourg in Mediahuis Luxembourg.

In juni 2020 investeerde Mediahuis 5 miljoen euro in Lepaya, een Nederlandse scale-up gespecialiseerd in het aanbieden van blended soft skill trainingen.

Mediahuis Ventures, de venture capital poot van Mediahuis, investeerde in maart 2021 samen met investeringspartners M13 en Atlantic Labs 1 miljoen euro in de New Yorks-Berlijnse startup BUNCH.

Mediahuis Nederland heeft in 2019 de aandelen van Wayne Parker Kent Holding BV overgenomen.

In 2022 nam Mediahuis het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) over. Daardoor werd het meerderheidsaandeelhouder (70%) van Medienhaus Aachen, uitgever van de krant Aachener Zeitung. In januari 2024 heeft Mediahuis ook de overige 30 procent in handen gekregen.<sup>376</sup>

Samen met het Media Development & Investment Fund (MDIF), de Koning Boudewijnstichting en Tinius Trust investeert Mediahuis in Pluralis, een investeringsfonds dat onafhankelijke journalistiek en een pluriforme berichtgeving wil helpen vrijwaren in Europese landen waar dit vandaag niet altijd vanzelfsprekend is. Ook enkele andere Europese mediabedrijven, filantropische stichtingen, impactinvesteerders en familiale investeringsvehikels hebben geld gestoken in het fonds.<sup>377 378</sup>

Perlego, 's werelds grootste online abonnementsdienst voor studieboeken, kondigde in maart 2022 de closing aan van een Series B-financieringsronde van \$50 miljoen, geleid door Mediahuis Ventures, met participatie van Raine Ventures, de durfkapitaaltak van Raine Group, en Evli Growth Partners.

Met haar durfkapitaaltak Mediahuis Ventures stapte de Belgische mediagroep Mediahuis ook in een Finse start-up Skenariolabs, die actief is in vastgoedtechnologie.<sup>379</sup> Daarnaast leidde Mediahuis Ventures een financieringsronde van 3,4 miljoen euro in het Duitse Tomorrow's Education, een remote-first universiteit.

In oktober 2022 investeert Mediahuis Ventures in het Berlijnse hiring intelligence platform HiPeople. In 2023 breiden de activiteiten van Mediahuis Ventures zich verder uit met achtereenvolgens investeringen in:

- Smooved, een PropTech scale-up die innovatieve softwareoplossingen biedt aan vastgoedmakelaars;
- Settly, een HR-platform dat internationale werknemers begeleidt met hun verhuizing;
- CareerFairy, een snelgroeiende Zwitserse recruitmenttechnologie scale-up die studenten en afgestudeerden van Europese universiteiten koppelt aan bedrijven die dit jonge potentieel willen bereiken;
- En Swap Language, een in Denemarken gevestigde aanbieder van B2B taalopleidingen.

Ook in 2024 breidde Mediahuis haar ventureportfolio uit met investeringen in:

- HR scale-up Alleo, een platform gericht op het optimaliseren van werknemer compensatie;
  - Taskbase, een Zwitsers technologiebedrijf dat gespecialiseerd is in AI voor het onderwijs;
- WorkerHero, een in München gevestigde HR-tech startup die een oplossing biedt voor het tekort aan geschoolde arbeidskrachten;
- En het Zwitserse Impactpool, wereldwijd leider in het matchen van professionals met organisaties die zich inzetten voor betekenisvolle verandering en bijdragen aan duurzame ontwikkeling

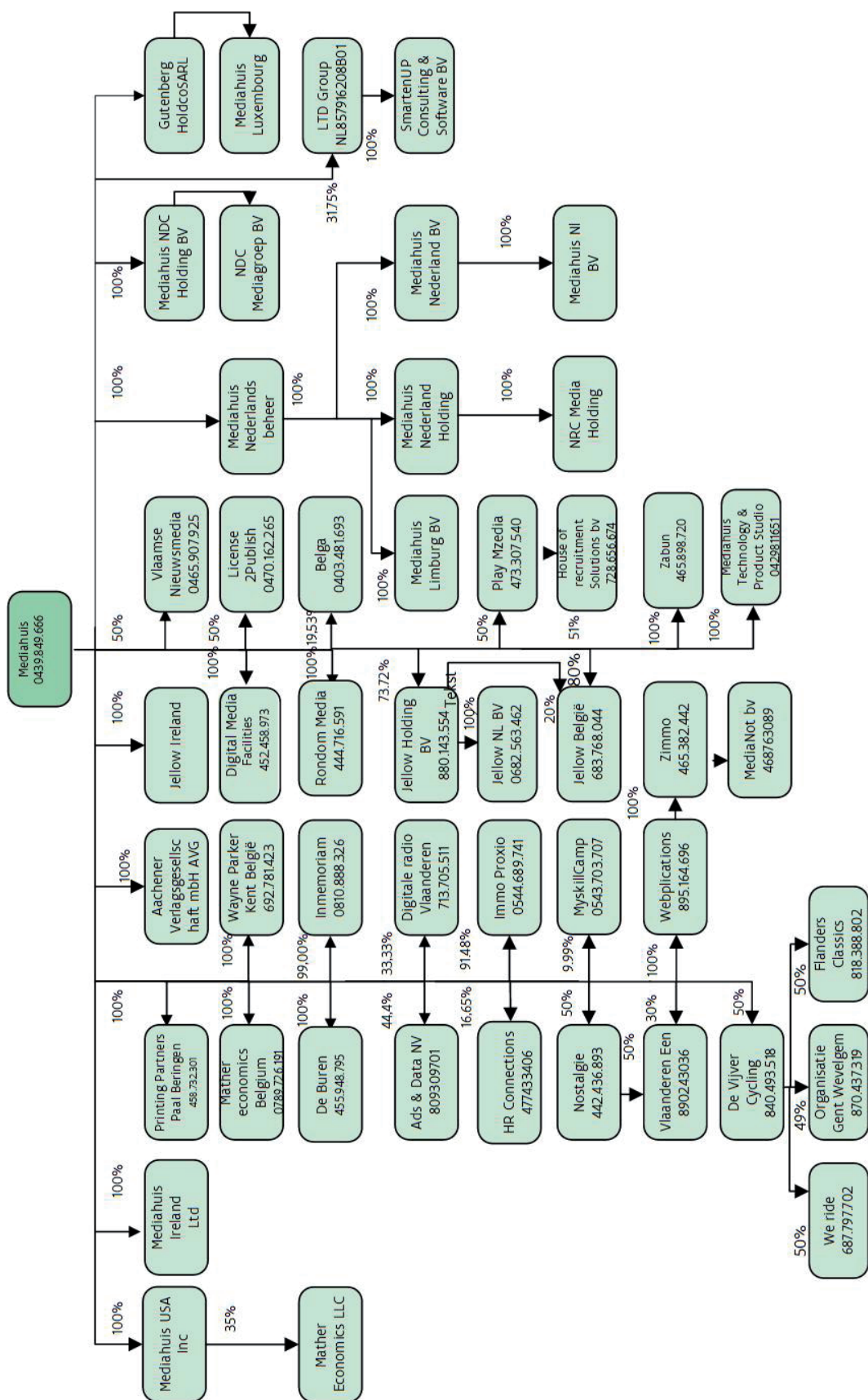
375 Mediahuis, "Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg", <https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/>, 21 april 2020.

376 Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.

377 De Standaard, "Mediahuis investeert in Europese persvrijheid", 30 november 2021.

378 Mediaspecs, "The Bulletin viert 60-jarig jubileum en wordt onafhankelijke uitgever", <https://www.mediaspecs.be/the-bulletin-viert-60-jarig-jubileum-en-wordt-onafhankelijke-uitgever/>, 15 maart 2022.

379 De Tijd, Serrure, B., "Mediahuis waagt zich aan vastgoedtech", 8 april 2022.



Figuur 15: Organigram Mediahuis nv  
Bron: VRM op basis van NBB en Mediahuis

## 2.2.2 Aanbod Mediahuis nv

### 2.2.2.1 Radio

Mediahuis participeert zowel in de Vlaamse als de Franstalige versie van radio Nostalgie en dit samen met de Franse NRJ-groep. In februari 2023 verkocht Mediahuis 20% van haar aandelen in Vlaanderen Eén, aan Telenet Group. Mediahuis dat oorspronkelijk - rechtstreeks en onrechtstreeks - 75% van de aandelen in radiozender Nostalgie Vlaanderen in handen had, blijft na de verkoop meerderheidsaandeelhouder met (rechtstreeks en onrechtstreeks) 55% van de aandelen. Midden juli 2023 gaf de Europese Commissie groen licht voor de transactie. Enkele weken later werd de landelijke radio-omroep Nostalgie (Vlaanderen) hernoemd tot Play Nostalgie. In februari 2022 verkreeg Nostalgie van de Vlaamse Regering de licentie om ook de komende jaren landelijke radio te mogen maken op de FM-band.

Sinds 2023 loopt een procedure van de VRM tegen SBS Media Belgium, de rechtspersoon achter de netwerkradio NRJ, om zich te conformeren aan de regelgeving. Wegens de vele wijzigingen worden de oorspronkelijke erkenningsvoorwaarden niet langer gerespecteerd. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.<sup>380</sup> NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal te beluisteren.

Samen met de openbare omroep en Medialaan werd een cvba opgericht die aansloot bij Radioplayer Worldwide.<sup>381</sup> Sinds 24 juli 2019 kunnen een aantal Mediahuiszenders, die als "Andere radio-omroeporganisaties" aangemeld zijn bij de VRM beluisterd worden via radioplayer.be: Nostalgie Extra 80's, Nostalgie Extra 90's, Nostalgie Extra Relax, Nostalgie Extra (Christmas/CT2021), Nostalgie Extra New Wave, Nostalgie Extra Disco, Nostalgie Extra Rock, Nostalgie Extra. De zenders van het Franstalige Nostalgie, waarin Mediahuis voor 50% participeert, zijn ook beluisterbaar via Radioplayer.

Eind 2020 richtte Mediahuis in België het podcast-productiehuis Uitgesproken op.

Mediahuis werkt sinds december 2022 samen met DPG Media, SBS Belgium (ondertussen Play Media) en de openbare omroep VRT om een Vlaams podcastplatform uit de grond te stampen onder de werknaam 'Podgrond'. Het project krijgt steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht.

### 2.2.2.2 Televisie

De televisieactiviteiten van Concentra en Corelio die bij Mediahuis ondergebracht werden, plooiden na de verkoop van de participatie in Woestijnvis terug op de exploitatie van de regionale tv-zenders ATV, TV Limburg, TV Oost (alle drie via De Buren nv) en ROB TV (vroeger Vlaams Brabantse Mediamaatschappij nv, sinds 19 september 2018 De Buren nv).

Maar op 17 april 2024 verkocht Mediahuis zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBTv terecht bij de maker van Eclips TV. Dit volgde op de beslissing van TV Limburg om vanaf eind 2024 met een andere exploitant in zee te gaan, waardoor de synergie met de andere regionale zenders (ATV, TV Oost en ROBTv) volgens Mediahuis verloren ging. Met ATV en TV Oost is daarover een overeenkomst gesloten tot eind 2030. Met ROBTv loopt de huidige overeenkomst nog tot september 2027, maar die zou ook tot eind 2030 worden verlengd. De zenders zelf behoren toe aan vzw's, maar de commerciële exploitatie hadden ze enkele jaren geleden samengebracht in De Buren.<sup>382</sup>

### 2.2.2.3 Geschreven pers

Mediahuis bundelt de vroegere printactiviteiten van Mediahuis Partners en Concentra nv. Het betreft de kranten het Nieuwsblad/De Gentenaar, De Standaard, Het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen en de

380 De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.

381 VRT NWS, "VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan digitale radiospeler", 19 januari 2018.

382 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.



bijhorende wekelijkse publicaties De Standaard Magazine, De Standaard Weekblad, Check, Citta en De Markt. De Luxemburgse titel Luxemburger Wort en het Duitse Aachener Zeitung worden ook in België (Paal-Beringen) gedrukt.<sup>383</sup>

Wie een abonnement heeft op een van de Mediahuistitels, kan zich vanaf 22 oktober 2022 gratis registreren als +PLUS-abonnee. Hij of zij krijgt dan, bovenop het bestaande abonnement op de digitale of papieren krant, gratis toegang tot alle plusartikels op de websites en in de apps van de andere Mediahuiskranten.

Op 20 maart 2021 lanceerde Mediahuis het eerste nummer van Billie, de nieuwe lifestylepropositie van Mediahuis. Billie verschijnt iedere zaterdag bij Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg.

Het enige huis-aan-huis-magazine dat Mediahuis nog in portefeuille had, Jet, werd in maart 2022 stopgezet.

Jobat, de joint venture tussen Mediahuis en DPG Media, lanceerde het nieuwe magazine Go for Happy, dat het eerdere MARK Magazine vervangt.<sup>384</sup> Go for Happy Magazine richt zich op werkgevers en kandidaat-werknemers en verschijnt zes maal per jaar als bijlage in Het Nieuwsblad en De Standaard. De content zal digitaal geïntegreerd worden op Jobat.be en de zes nieuwssites van DPG Media en Mediahuis.

In januari 2024 werd aangekondigd dat 19,5 voltijds equivalenten (VTE's) zouden verdwijnen. Het zou gaan om maximaal 23 mensen. De krantenuitgever moet nog meer digitaal groeien en daarom moet de afwerking van de gedrukte kranten geoptimaliseerd worden. Mediahuis stelt vast dat de printinkomsten jaar na jaar dalen, onder meer door het snel digitaliserend consumentengedrag.<sup>385</sup>

#### **2.2.2.4 Internet**

Mediahuis deelt zijn productaanbod onder in nieuwsmerken, marketplaces en magazines, platformen radio, sport en televisie.

Onder de eerste categorie vallen de online versies van de dagbladen standaard.be, nieuwsblad.be, gva.be en hbvl.be.

Onder marketplaces worden jellow.be, jobat.be, zimmo.be en immemori.am.be gerekend. In oktober 2019 werd Jobat vernieuwd. Dit nadat DPG Media en Mediahuis hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt ondergebracht hadden in een gezamenlijke joint venture, House of Recruitment Solutions.

Made in, het digitaal platform dat gerichte bedrijfsinformatie brengt over en voor de verschillende economische regio's in Vlaanderen, wordt tot de Mediahuis magazines en platformen gerekend.

Ook de websites van radiozenders Play Nostalgie en NRJ behoren via participaties tot Mediahuis.

#### **2.2.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

De advertentieregies van Mediahuis en DPG Media bundelen hun krachten via Dailymetrie®, de dagelijkse meting van het multimediaal bereik van nieuwsmerken in België. Op deze manier wordt aan adverteerders en mediaprofessionals inzichten geboden over het bereik van de nieuwsmerken via alle Mediahuis- en DPG Media-platformen.

The Pool, ontstaan als crossmediale reclameregie van SBS Belgium en Mediahuis, werd inmiddels ondergebracht bij Ads & Data.

Verder is Mediahuis via Flanders Classics (cycling) voor 50% eigenaar van enkele Vlaamse wielerklassiekers zoals

383 Grafisch Nieuws, Riccardi, A., "Mediahuis Luxembourg verhuist drukkerijactiviteiten naar België", <https://grafisch-nieuws.knack.be/grafisch-nieuws/mediahuis-luxembourg-verhuist-drukkerijactiviteiten-naar-belgie/article-normal-1867513.html>, 16 mei 2022.

384 Mediaspecs, "Jobat lanceert Go for Happy Magazine", <https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/>, 23 februari 2021.

385 Gazet van Antwerpen, "Bij Mediahuis verdwijnen bijna 20 voltijdse banen", 30 januari 2024.

In 2019 vergrootte Mediahuis zijn voetafdruk op de dienstverlening voor de vastgoedmarkt door 4 All Solutions, een softwarebedrijf voor de vastgoedsector, over te nemen en een meerderheidsbelang te nemen in Immo Proxio, een vastgoedzoekertjessite.<sup>386</sup> Onder de naam Zabun, een samengaan van Max-Immo en Fortissimmo, biedt Mediahuis ook software aan voor vastgoedprofessionals en bouwt het websites voor hen.

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%).

Podcasts worden steeds belangrijker in de nieuwsconsumptie en Mediahuis is ook op dat vlak actief.<sup>387</sup>

Mediahuis nam in november 2023 RouteYou over, een navigatieplatform voor recreatieve fiets-, loop- en wandelroutes. Vandaag beschikt het platform over meer dan 7 miljoen routes gemaakt door een actieve gemeenschap van 15 miljoen unieke bezoekers per jaar.<sup>388</sup> Abonnees van de Mediahuiskranten krijgen onbeperkt en gratis toegang tot de betalende versie van RouteYou.

### 2.2.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Nederland is de voornaamste buitenlandse markt voor Mediahuis. Dankzij een aantal overnames werd Mediahuis de tweede grootste uitgever in Nederland.

Mediahuis investeert ook 5 miljoen euro in Lepaya, een jong Nederlands bedrijf dat sterk groeit in het ontwikkelen van persoonlijke vaardigheden.<sup>389</sup>

In 2019 besloten Mediahuis en DPG Media hun krachten te bundelen binnen het automotieve domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden AutoTrack en Gaspedaal.nl ondergebracht in het nieuwe Automotive Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.<sup>390</sup>

Mediahuis kocht in het voorjaar 2023 ook vier Nederlandse radiozenders: Radio Veronica van Talpa Network en drie zenders van het mediabedrijf RadioCorp.<sup>391</sup> In juli 2023 liep de veiling van de Nederlandse FM-radiolicenties. Daarbij haalde Mediahuis twee licenties binnen. Die zullen worden gebruikt voor Radio Veronica en 100%NL. De andere twee radiozenders, SLAM! en Sublime, verhuizen naar de DAB-frequentieband.<sup>392</sup>

De participatie van 50% in het Nostalgie Belgique-radionetwerk dat de Franstalige Nostalgie uitbaat, heeft Mediahuis in 2017 overgenomen van Mediahuis Partners. Via Radioplayer kunnen zo'n 30-tal Franstalige zenders beluisterd worden.

Eind 2017 nam Mediahuis een minderheidsparticipatie in Jellow, een Nederlandse jobwebsite waar freelancers en opdrachtgevers elkaar vinden.<sup>393</sup>

In 2019 nam Mediahuis het Ierse Independent News & Media over. Dit is de groep boven Irish Independent – de best verkochte krant in Ierland – Sunday Independent, The Herald, de tabloid Sunday World, Belfast Telegraph en de Sunday Life.<sup>394</sup> Reach Group, een dochteronderneming van Mediahuis Ierland, en een specialist op het gebied van logistiek en toeleveringsketens kondigde in mei 2021 de overname aan van Delpac Ltd, een toonaangevende leverancier van op maat gemaakte verpakkingsproducten.

386 De Tijd, Broens, B., "Mediahuis slaat dubbelslag in vastgoedsector", 12 februari 2019.

387 De Standaard, Dendooven, P., "Mediahuis nestelt zich in club van miljardenbedrijven", 25 februari 2022.

388 Belga Online, "Mediahuis neemt wandel- en fietsapp RouteYou over", 20 november 2023.

389 Mediahuis, "Mediahuis investeert 5 mio. euro in Nederlandse scale-up Lepaya.", <https://www.mediahuis.be/mediahuis-investeert-5-mio-euro-in-nederlandse-scale-up-lepaya/>, 15 juni 2020.

390 Mediahuis, "Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl", <https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/>, 7 oktober 2019.

391 De Tijd, Neiryndck, P., "Mediahuis neemt Radio Veronica en drie andere zenders over", 3 april 2023.

392 De Tijd, Dereymaeker, F., "Mediahuis verliest twee FM-radiolicenties in Nederland", 8 juli 2023.

393 Mediaspecs, "Mediahuis investeert 1,5 miljoen euro in Nederlands matchingplatform voor freelancers", <https://www.mediaspecs.be/mediahuis-investeert-15-miljoen-euro-nederlands-matchingplatform-freelancers/>, 5 oktober 2017.

394 De Tijd, De Groot, P., "De Standaard-uitgever koopt grootste krant van Ierland en wordt miljardenbedrijf", 30 april 2019.

In april 2020 nam Mediahuis Saint-Paul Luxembourg over, uitgever van verschillende titels, waaronder Luxemburger Wort, de oudste krant van Luxemburg en als kwaliteitskrant afgetekend marktleider.<sup>395</sup> Zowat een jaar na de overname wijzigde de naam Saint-Paul Luxembourg in Mediahuis Luxembourg.

Met een investering in BUNCH zal de internationale groei van een nieuwe AI leadership coach, een app via dewelke jonge 'millennial' managers dagelijks een 2 minuten durende gepersonaliseerde coaching ontvangen, ondersteund worden.

In januari 2022 nam Mediahuis het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) over. Deze acquisitie maakte Mediahuis tot meerderheidsaandeelhouder (70%) van Medienhaus Aachen, uitgever van de krant Aachener Zeitung. In januari 2024 heeft Mediahuis ook de overige 30 procent in handen gekregen.<sup>396</sup>

Mediahuis nam in oktober 2022 het Ierse autoplatform Carzone over voor 30 miljoen euro, en creëert zo in combinatie met CarsIreland, Cartell en Carzone de grootste automarktplaats van Ierland.<sup>397</sup> In november 2022 volgde de overname van vergelijkingswebsite voor energie, telecom, leningen en hypotheeken Switcher.ie.<sup>398</sup>

Zimmo.be, de immowebste van Mediahuis, kocht in mei 2023 het vastgoedzoekertjesplatform logic-immo.be van de Franstalige mediagroep IPM over.<sup>399</sup>

Mediahuis heeft in 2023 ook het Europese online nieuwsmerk Euractiv overgenomen. Dat is een merk dat in franchise wordt gegeven aan aangesloten partners. Journalistieke partners in heel Europa vertalen het Europese nieuws naar een lokale context of berichten terug vanuit hun land. Inkomsten komen vooral uit sponsoring, reclame, subsidies, een jobsite en events. Er is ook een premiumaanbod voor abonnees.

Via het Media Development Investment Fund (MDIF), een non-profit investeringsfonds gevestigd in New York en partner in Pluralis, verleent Mediahuis financiële steun ten behoeve van vijf onafhankelijke Oekraïense nieuwsmedia die in de moeilijke omstandigheden zijn blijven opereren en verslaggeving zijn blijven verzorgen. Deze nieuwsmedia zijn Liga, Melitopolske Vedomosti, Grivna, Molodoy Bukovintz en de grootste Oekraïense krant Express.

---

395 Mediahuis, "Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg", <https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/>, 21 april 2020.

396 Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.

397 De Tijd, Sephiha, M., "Mediahuis koopt Ierse autowebsite Carzone", 24 oktober 2022.

398 De Tijd, Evers, F., "Mediahuis neemt Iers vergelijkingsplatform over", 2 november 2022.

399 Het Nieuwsblad, "Mediahuis koopt immowebste van IPM over", 10 mei 2023.



# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN		PERIODIEKE BLADEN		INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie				
● Play Nostalgie en afgeleiden/ nl.nostalgie.be															
● Nostalgie Plus															
● Radioplayer Worldwide															
● Uitgesproken															
● De Standaard + De Standaard Magazine + De Standaard Weekblad															
● Het Nieuwsblad/ De Gentenaar + Check + BILLIE															
● Het Belang van Limburg + BILLIE + De Markt + Goesting															
● Gazet van Antwerpen + CITTA + De Markt + BILLIE															
● Zimmo															
● Flanders Classics															
● inmemoriam.be															
● jobat.be															
● Go for Happy															
● madein[...]be															
● Jellow															
● Routeyou															
● Ads & Data															
● Mobilepremium															
● Zabun															
● 4 All Solutions															
● Immo Proxio															
● Magixx															
● Dailymetrie															

Tabel 48: Overzicht merken Mediahuis nv

////////////////////////////////////

## 2.3 PROXIMUS NV

### 2.3.1 Structuur en aandeelhouders

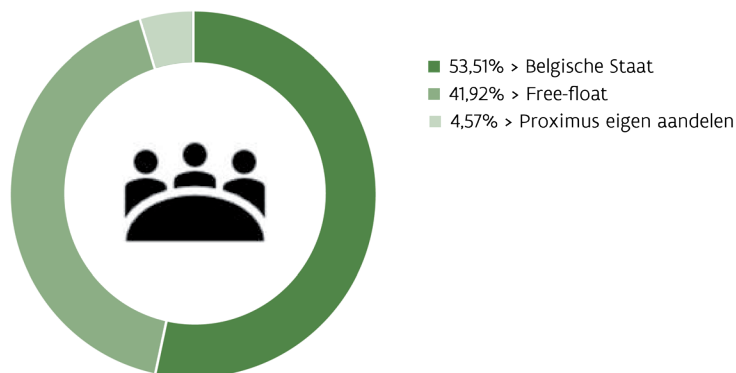
Proximus ontstond in 1992 onder de naam 'Belgacom nv', voortkomend uit de overheidsdienst 'Regie van Telegrafie en Telefonie' (RTT). Aanvankelijk was het louter een telecomoperator. Pas later bracht de onderneming ook mediaproducten op de markt.

In 1994 werd Belgacom getransformeerd van autonoom overheidsbedrijf tot 'naamloze vennootschap van publiek recht'. In 1996 verkocht de Belgische regering 50% min 1 van de aandelen van Belgacom aan het consortium ADSB Telecommunications. In 2004 deed Belgacom zijn intrede op de beurs.

De laatste jaren bleven de wijzigingen in de aandeelhoudersstructuur zeer beperkt. Hieronder wordt een overzicht van de aandeelhoudersstructuur gegeven.

Belgacom hanteerde vanaf 29 september 2014 nog slechts één commercieel merk, nl. Proximus, voor vaste en mobiele communicatie, tv en IT-oplossingen. Op 22 juni 2015 veranderde ook de naam van de onderneming zelf naar Proximus nv van publiek recht.

### AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 16: Aandeelhoudersstructuur Proximus nv  
Bron: <https://www.proximus.com/nl/investors/shareholder-structure.html> op 31/07/2024

De structuur van de Proximus-groep volgt de specifieke activiteiten van de dochterondernemingen.

Deze werden onder meer opgericht voor de buitenlandse activiteiten van de groep. Zo werd de groepsstructuur eind 2017 uitgebreid dankzij de overname van het Amerikaanse "Communication Platform as a Service (CPaaS)" bedrijf Telesign door Belgacom International Carrier Services.

In 2017 nam Proximus het Antwerpse Davinsi Labs over, een bedrijf dat zich toelegt op de detectie van kwetsbaarheden in IT-infrastructuur. ION-IP werd in januari 2019 gefusioneerd met Telindus Isit NV.

In juni 2018 nam Proximus het Nederlandse bedrijf Umbrio over dat gespecialiseerd is in het in kaart brengen van complexe dataflows in bedrijven<sup>400</sup>, en in juli 2018 nam het het Belgische IT-bedrijf Codit over dat professionele klanten ondersteunt in hun digitale transformatie.<sup>401</sup>

In juli 2023 heeft Proximus alle aandelen van Belgacom International carrier services (BICS) overgenomen.

In 2021 werd een light MVNO-overeenkomst gesloten met One Bill Global (OBG), een bedrijf dat verschillende soorten nutsdiensten aanbiedt via een geautomatiseerd en interactief platform.

In juni 2021 nam Proximus Mobile Vikings over (inclusief het merk JIM Mobile).

400 De Tijd, De Preter, W., "Proximus koopt Nederlandse datacruncher Umbrio", 1 juni 2018.

401 De Standaard, Dendooven, P., "Proximus neemt Gents bedrijf met 160 werknemers over", 13 juli 2018.

Via dochtermaatschappij Doktr werkt Proximus sinds juni 2021 aan een e-Health innovatie, met een patiëntgerichte teleconsultatie-app.

Op 20 september 2021 kondigde Proximus een partnerschap aan met BESIX en i.Leco voor de oprichting van Aug-e, een leider in slimme gebouwen en energietransitie. Aug-e is een applicatieplatform voor slimme gebouwen dat hun respectieve expertise op het gebied van gebouwen, ICT en energie combineert. Aug-e volgt op de overname door BESIX en Proximus, toonaangevende spelers in de bouw en ICT, van belangen in i.Leco, een tech-start-up gespecialiseerd in energiebeheer van gebouwen.

Dertien jaar na de overname in 2008 werd low cost telecomoperator Scarlet volledig geïntegreerd binnen Proximus. Scarlet bleef al die tijd als aparte juridisch entiteit bestaan.<sup>402</sup>

Proximus kreeg in maart 2023 groen licht van de ondernemingsrechtbank in Oudenaarde om de Wase telecomoperator Edpnet over te nemen. De Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) startte een onderzoek naar mogelijk machtsmisbruik bij de overname. Eind 2023 heeft Citymesh dan Edpnet overgenomen van Proximus.

In de marge van de samenwerkingsovereenkomst liet Proximus weten dat het de netwerkspeler Fiberklaar volledig overneemt. Dat bedrijf werd in 2021 opgericht als een joint venture tussen Proximus en de investeerder EQT Infrastructure. Proximus koopt die laatste, die iets meer dan de helft van de aandelen had, nu uit voor 246 miljoen euro.<sup>403</sup>

De Proximus Groep heeft in juli 2023 een definitieve overeenkomst ondertekend voor het verwerven, door Proximus Opal, van een belang van ~58% in Route Mobile. Route Mobile is een wereldwijde speler die gespecialiseerd is in CPaaS-diensten ("Platform as a service"). Route Mobile noteert op de beurs van Mumbai in India (NSE en BSE) met een beurswaardering van EUR 1,1 miljard. Als onderdeel van de overeenkomst zullen enkele van de stichtende aandeelhouders van Route Mobile herinvesteren in een minderheidsbelang in Proximus Opal, een filiaal van de Proximus Groep en eigenaar van Telesign, Proximus' Amerikaanse filiaal. Voortbouwend op de gecombineerde sterktes van Route Mobile en Telesign, effent de Groep het pad om een van de wereldleiders te worden in de domeinen van digitale communicatie (CPaaS) en digitale identiteit (DI).

402 DataNews Knack, "Proximus slorpt Scarlet volledig op", <https://datanews.knack.be/ict/nieuws/proximus-slorpt-scarlet-volledig-op/article-news-1813743.html>, 17 december 2021.

403 De Tijd, Serrure, B., "Proximus en Telenet plannen samen 2,7 miljoen gezinnen van supersnel internet te voorzien", 25 juli 2024.





## 2.3.2 Aanbod Proximus nv

### 2.3.2.1 Radio

Proximus is wat radio betreft enkel actief als distributeur. Het signaal van de radiostations wordt doorgegeven via het Proximus Pickx Tv-aanbod.

### 2.3.2.2 Televisie

Proximus startte zijn activiteiten in de televisiewaardeketen binnen het distributiesegment. Het bedrijf was in 2005 de eerste onderneming die in Vlaanderen digitale interactieve televisie op de markt bracht.

Op het vlak van contentproductie is Proximus actief binnen de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector. Die voorziet dat dienstenverdelers ofwel een bijdrage storten in het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) ofwel opteren voor een co-productieproject. Proximus koos sinds 2014 telkens voor deze laatste optie.

Naast het standaardaanbod heeft Proximus een aantal bundels in de aanbieding: o.a. Pickx Mix, Pickx+, Pickx Sports, Adult, Pickx All stars, Pickx All Stars & Sports, en commercialiseert het ook "Aanbiedingen van partners", zoals de Studio 100 Go Pass of Streamz.<sup>404</sup>

De dochtermaatschappij Proximus Media House<sup>405</sup> is ook actief als televisieomroeporganisatie (lineair en niet-lineair) met als aanbod Pickx Live, Pickx+ Sports, Pickx+ en Video Op Aanvraag.

Proximus biedt aan onder andere Be tv, Eleven en Netflix een platform aan om hun respectievelijke diensten aan te bieden.

In 2020 bereikte Proximus een akkoord over de distributie van de nieuwe Pro League-kanalen van Eleven Sports (nu DAZN). Die omvat de live-uitzending van alle Belgische voetbalwedstrijden in de Jupiler Pro League en 1B (nu challenger Pro League) op alle mogelijke schermen via Pickx, en dit voor de komende vijf seizoenen.

De wedstrijden in het vernieuwde format van de Champions League zijn in België de komende drie seizoenen te zien bij VTM, RTL, Proximus en Telenet. Dat betekent dat de huidige rechtehouder Proximus zijn exclusiviteit opgeeft.<sup>406</sup>

Het Proximus-netwerk wordt ook via het televisieaanbod van Proximus-submerk Scarlet vermarkt.

### 2.3.2.3 Geschreven pers

Proximus is niet actief op de markt voor dagbladen en periodieke publicaties.

Sinds 1 december 2019 biedt Proximus aan zijn klanten een digitaal abonnement op Het Laatste Nieuws aan. Dit gebeurt onder de naam 'My e-press', als onderdeel van sommige types internetabonnement. Het telecombedrijf ging hiervoor een samenwerking aan met DPG Media.

### 2.3.2.4 Internet

Proximus treedt op als internet service provider, netwerkbeheerder en internet access provider.

De vroegere dochtermaatschappij Scarlet, een telecomprovider die zowel vaste als mobiele telefoniediensten, internet en digitale televisie aanbiedt, werd volledig geïntegreerd in de moederonderneming. Het aanbod blijft wel bestaan.

404 Pickx is de algemene naam van het Proximus tv-aanbod.

405 In mei 2019 werd een naamsverandering van Skynet iMotion Activities naar Proximus Media House ter kennisgeving ingediend bij de VRM.

406 De Tijd, "Belgische tv-rechten Champions League gereshuffeld", 28 november 2023.

Ook Mobile Vikings heeft abonnementen voor mobiel bellen en surfen en vast internet thuis in de aanbieding. Proximus is een van de operatoren die in 2022 een 5G-frequentie binnenhaalde tijdens de 5G-veiling.

Proximus zal tegen eind 2024 het 3G-netwerk afschakelen. De vrijgekomen bandbreedte en infrastructuur zal de telecomoperator aanwenden om de snellere 4G- en 5G-netwerken verder te versterken.<sup>407</sup>

De Belgische telecomoperator Citymesh heeft internetprovider Edpnet overgenomen van Proximus. Proximus had in maart 2023 Edpnet overgenomen nadat het bedrijf eind vorig jaar in financiële problemen was gekomen.<sup>408</sup>

Proximus heeft de 5G-licentie van het Belgische IT-bedrijf NRB overgenomen. Daardoor vergroot de telecomoperator zijn mobiele capaciteit, maar het opent ook de weg naar onder meer een hogere surfsnelheid.<sup>409</sup>

Telecombedrijven Telenet, Proximus, Wyre en Fiberklaar, die elk bezig zijn met de aanleg van een glasvezelnetwerk in Vlaanderen, hebben in juli 2024 een “memorandum of understanding” ondertekend waarin ze de belangrijkste voorwaarden vastlegden voor een mogelijke toekomstige samenwerking.<sup>410</sup>

### **2.3.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

Proximus is eerder een telecomgroep dan een mediagroep. Het is een belangrijke aanbieder van vaste telefonie, mobiele telefonie en breedbandverbindingen (als apart product of gecombineerd in pack).

De crossmedialiteit van Proximus is terug te vinden op verschillende niveaus. Enerzijds worden de productbundels waarbij de consument televisie, telefonie en internet kan combineren in een pack alsmar populairder. Anderzijds wordt er ook toenadering gezocht tot gespecialiseerde technologie of dienstenleveranciers.

Sinds 1 april 2021 werd de Skynet regie activiteit geïntegreerd binnen Ads & Data, de nationale regie van Telenet/Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus/Skynet. De joint venture heeft Proximus (11,2%), Mediahuis (44,4%) en Telenet (44,4%) als aandeelhouders.

Proximus Advertising focust zich sindsdien op het verder ontwikkelen en uitbaten van dataoplossingen en het platform voor gerichte tv-reclame op Proximus Pickx. Dit op basis van de data waarover Proximus beschikt van zijn klanten. De gerichte tv-reclame is beschikbaar op de kanalen van Play Media, DPG, IP Belgium en RMB, en dit zowel tijdens live televisie als uitgesteld kijken en zowel op tv als via de applicatie of het web.

Begin 2018 werd het Studio 100 Go-project gelanceerd. Dit is de vervanger van het eerdere multimediale platform Wanagogo en is een app waarin kinderen spelletjes kunnen spelen, e-boeken lezen en programma's bekijken. Er bestaat zowel een gratis versie als een betaalversie (Studio 100 GO Pass).

Proximus lanceerde in 2018 drie gamingkampioenschappen in België. Proximus organiseerde niet enkel de wedstrijden, maar zond ze ook uit op het kanaal EsportsTV.<sup>411</sup> Momenteel is Proximus nog steeds naamgevend sponsor van de Proximus ePro League tot het einde van de huidige cyclus, en de belangrijkste partner van het edevils team.

Proximus en Orange sloten in juli 2019 een principeakkoord om samen te werken en hun radiotoegangsnetwerken met elkaar te delen. Het gezamenlijke netwerk zal worden ondergebracht in een 50/50 joint venture, met vestiging in Brussel. De producten en diensten van beide bedrijven blijven strikt gescheiden.<sup>412</sup>

407 De Morgen, "Ook Proximus schakelt af, het tijdperk van 3G lijkt definitief voorbij", 1 december 2022.

408 Belga Online, "Citymesh neemt Edpnet over van Proximus", 06 november 2023.

409 De Tijd, Dereymaeker, F., "Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over", 18 april 2024.

410 VRT NWS, "Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen", 25 juli 2024.

411 De Standaard, "Proximus lanceert gamecompetities", 19 mei 2018.

412 De Tijd, Rousseau, S., "Proximus en Orange Belgium gaan 5G-factuur delen", 12 juli 2019.

Proximus werkt ook nauw samen met banken; sinds november 2019 stelt KBC financieringsoplossingen voor in de Proximus-winkels en nam de bank het telecoaanbod van Proximus op in het KBC Deals-programma.<sup>413</sup> In oktober 2022 was er de start van Banx, de nieuwe, digitale bankdienst van Proximus en Belfius. Deze biedt een in essentie volledig digitale bankervaring met een lokaal supportteam van Banx.<sup>414</sup> Eind 2023 waren er echter geruchten over een mogelijke stopzetting van dit initiatief.<sup>415</sup>

Proximus is bezig de uitrol van zijn open fibernetwerk uit te breiden en sterk te versnellen. Tegen 2032 wil Proximus 95 procent van de Belgische gezinnen uitrusten met glasvezel.<sup>416</sup>

Proximus (in het “6th NeTWork consortium”) timmert samen met de start-up Dronematrix en luchtverkeersleider Skeyes (via SkeyDrone) ook aan een platform voor zakelijke dronediensten. Die werd begin 2022 door de haven van Antwerpen uitgekozen voor de uitrol van een groot opgezet en innovatief droneproject.

Doktr is een app van Proximus voor videoconsultaties bij huisartsen.

Naast dit overzicht van diensten aan particuliere klanten biedt Proximus nog andere diensten, aan professionele klanten.

### **2.3.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

Proximus is via verschillende dochterondernemingen in de sector van telecommunicatie actief in het buitenland.

413 Proximus (2019, 20 december). Proximus en KBC werken samen om de eerste innovatieve initiatieven te starten in het voordeel van hun klanten. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2019/20191220-Proximus-and-KBC-collaborate-to-kick-off-some-first-innovative-initiatives-.html>.

414 Proximus (2021, 22 juni). Eerste details van Banx vrijgegeven: een volledig digitale en Belgische bankervaring van de volgende generatie, imagined by Proximus, powered by Belfius, die klanten in staat stelt bewustere keuzes te maken. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2021/20210622-first-details-of-Banx-unveiled.html>.

415 De Tijd, Quoistiaux, G., & Martin, A., “Neobank Banx van Proximus en Belfius staat op de helling”, 7 oktober 2023.

416 Proximus (2022, 29 juni). Proximus kondigt ambitie aan om dekkinggraad voor fiber uit te breiden tot 95% van de Belgische woningen en bedrijven, met de ambitie om 100% gigabit coverage te bereiken tegen 2032. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2022/20220629-fiber-rollout.html>.

# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
● Flex (mobiles in packx flex)													
● Mobiles (stand-alone)													
● Flex Pack													
● Pack Internet Start + Telephony + TV/ Pack Internet + Telephony													
● Start/Maxi													
● Proximus opties													
● Pay & Go													
● Phone Line													
● Co-producties													
● Pickx Sports													
● Pickx Live													
● Pickx+													
● skynet.be													
● Proximus Pickx													
● Scarlet													
● Ads & Data													
● Proximuscenters													
● Buitenlandse telecomactiviteiten													
● Internet of things (LoRa netwerk)													
● Beats													
● Banx													
● Doktr													

Tabel 49: Overzicht merken Proximus nv<sup>417</sup>

Naast dit overzicht van diensten aan particuliere klanten biedt Proximus nog andere diensten, aan professionele klanten.

417 Wat betreft skynet.be, ondanks de stopzetting van de website behouden klanten hun skynet.be emailadres.





## 2.4 ROULARTA MEDIA GROUP NV

### 2.4.1 Structuur en aandeelhouders

Roularta Media Group werd in 1954 opgericht door Willy De Nolf. De familie De Nolf is nog steeds de voornaamste aandeelhouder (via Koinon Comm. VA), maar sinds 1998 is de onderneming ook beursgenoteerd. De tweede belangrijkste aandeelhouder was lang SA West Investment Holding, in handen van de familie Claeys.

Het bedrijf begon als uitgever van lokale weekbladen. Daarna breidde het zijn activiteiten systematisch uit waardoor er steeds meer titels werden opgenomen in de portfolio. Vanaf begin jaren negentig zette Roularta zijn internationale expansie in, met titels in Nederland, Duitsland, Slovenië, Servië, maar voornamelijk in Frankrijk (die in juni 2015 echter alle verkocht werden). Deze evoluties hadden hun gevolgen voor de groepsstructuur: daarin correspondeerden de dochterondernemingen vaak met de titels of bedrijfsactiviteiten die één voor één werden overgenomen.

Op 1 juli 2015 fuseerde Roularta Media Group met een aantal ondernemingen die reeds tot de Roularta groep behoorden.

In 1987 was Roularta Media Group één van de Vlaamse uitgevers die aan de wieg stond van de Vlaamse Televisie Maatschappij (VTM), de eerste commerciële televisiezender in Vlaanderen. In 2018 werd het aandeel van Roularta in deze onderneming, ondertussen hernoemd tot Mediaaan, volledig overgedragen aan De Persgroep en tegelijkertijd nam Roularta de aandelen in Mediafin, de uitgever van zakenkrant de Tijd, over van De Persgroep.

In 2018 werden ook een aantal Sanoma-merken overgenomen door Roularta Media Group.

Sedert de start van Plus Magazine in 1986, had RMG als mede-oprichter een participatie van 50% in Senior Publications SA. In maart 2020 nam Roularta de overige 50% van de aandelen in Senior Publications SA over van de Franse mediagroep Bayard Presse. Per 1 juli 2020 werd de NV Senior Publications gefusioneerd met de NV Roularta Media Group.

Eind maart 2021 werd Roularta 100% eigenaar van o.a. de magazines Télépro, Plus Magazine Nederland en G-Geschiedenis via de overname van Belgomedia SA en Senior Publications Nederland. Naar aanleiding van deze transactie verwerfde RMG ook 100% van de aandelen van Press Partners (Gezondheidsnet). Via de dochterondernemingen zijn o.a. ook de Duitse merken Plus Magazine Duitsland, Frau im Leben en G-Geschichte volledig in handen van Roularta gekomen.

Op 22 december 2021 werd bekendgemaakt dat Roularta New skool media overnam, en zo de op één na grootste uitgever van magazinemerken in Nederland werd.<sup>418</sup> In het kader van een vereenvoudiging van de Nederlandse groepsstructuur werden alle 100% Nederlandse dochtervennootschappen op 20 januari 2023 gefusioneerd met Roularta Media Nederland BV.

Met de overname van Gezondheid NV in maart 2022 werd de groep eigenaar van de grootste gezondheidswebsites in België, namelijk gezondheid.be, passionsanté.be en minimi.be.<sup>419</sup>

In oktober 2020 nam Belfius 30% van de aandelen over van een nieuwe vennootschap waarin de activiteiten van Immovlan en Vacancesweb werden ondergebracht.

Trends Business Information, de afdeling handelsinformatie van Roularta Media Group (RMG), nam in juli 2021 de B2B-activiteiten van Black Tiger Belgium (vroeger Bisnode Belgium) over.<sup>420</sup>

418 Roularta Media Group (2021, 22 december). Roularta neemt new skool media over en wordt de op één na grootste uitgever van magazinemerken in Nederland. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-roularta-neemt-new-skool-media-over-wordt-de>.

419 Roularta Media Group (2022, 29 maart). ROULARTA NEEMT GEZONDHEID.BE EN PASSIONSANTÉ.BE OVER. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-neemt-gezondheidbe-passionsant%C3%A9be-over>.

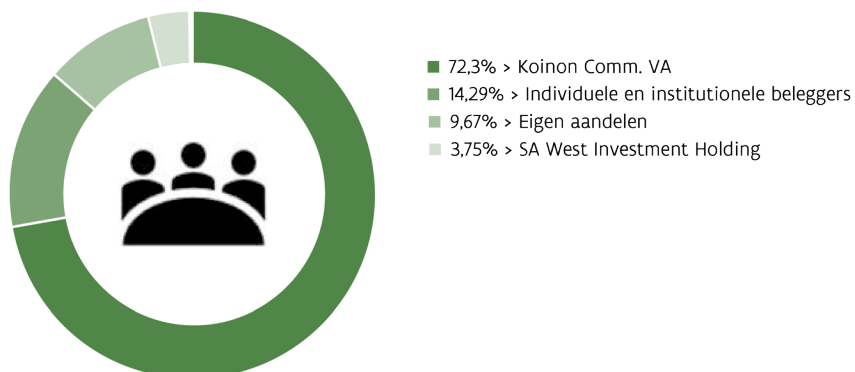
420 Roularta Media Group (2021, 19 juli). VOORWETENSCHAP: ROULARTA NEEMT DE AFDELING HANDELSINFORMATIE VAN BLACK TIGER BELGIUM OVER. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/persbericht-voorwetenschap-roularta-neemt-de-afdeling-handelsinformatie>.



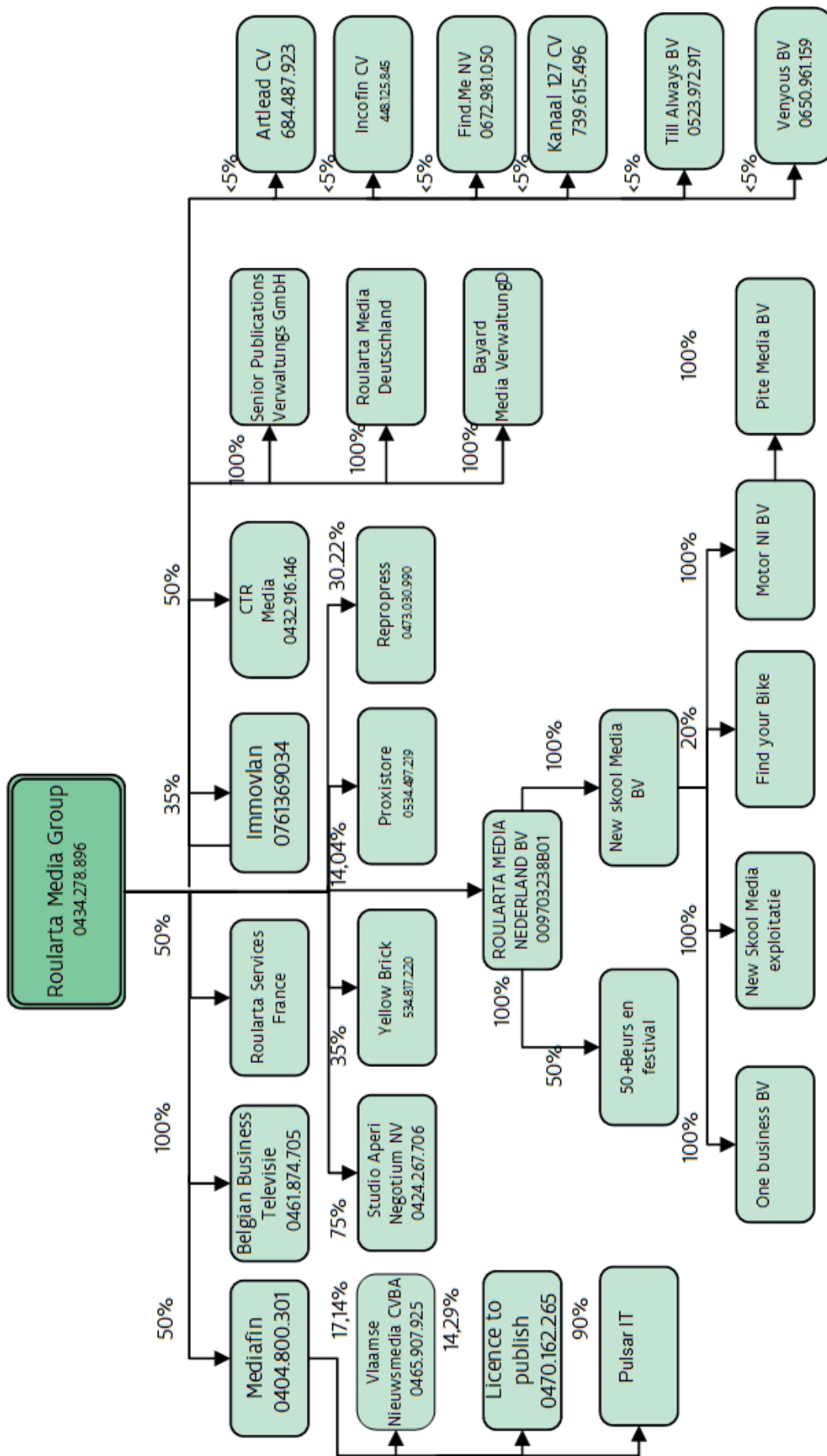
Roularta Media Group en Duval Union selecteerden in 2020 9 start-ups voor het Roularta Mediatech Accelerator programma. Daarbij nam de groep ook een kleine (<5%) participatie in de desbetreffende bedrijven.

Het aandeelhouderschap is als volgt verdeeld:

## AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 18: Aandeelhouders Roularta Media Group nv  
Bron: Aandeelhoudersstructuur | Roularta toestand per 30/06/2024



Figuur 19: Organigram Roularta Media Group nv

Bron: VRM op basis van NBB

## 2.4.2 Aanbod Roularta Media Group nv

### 2.4.2.1 Radio

Door de verkoop van het aandeel in dochtermaatschappij Mediaaan in 2018 kwam een einde aan de radio-activiteiten van Roularta Media Group.

### 2.4.2.2 Televisie

Tot voor de verkoop van het aandeel in dochtermaatschappij Mediaaan in 2018 was Roularta Media Group betrokken bij VTM. Nadien verminderde het belang van de TV-poot van de groep.

De zakelijke zender Kanaal Z is voor 100% in handen van Roularta Media Group (via Belgian Business Television nv).

De redacties van tv-zender Kanaal Z en van het weekblad Trends werden begin 2022 samengebracht in de kantoren van mediabedrijf Roularta in Evere. Bedoeling is één redactie te vormen voor het weekblad, de website en de zender.<sup>421</sup>

### 2.4.2.3 Geschreven pers

Roularta Media Group staat vooral bekend als de uitgever van periodieke bladen.

De Krant van West-Vlaanderen (KW) ligt aan de oorsprong van Roularta Media Group.

Vandaag is dat een hybride krant die dagelijks non stop (24/7) zorgt voor actuele berichtgeving en op vrijdag een pakket publiceert dat bestaat uit drie delen:

- KW De Krant van West-Vlaanderen, een krant voor de hele provincie
- KW Magazine, een lifestyle- en entertainmentmagazine
- Per regio een lokaal traditioneel weekblad: KW Brugsch Handelsblad (Brugge - Torhout), KW De Weekbode (Roeselare – Izegem - Tielt), KW Kortrijk – Menen - Waregem, KW Het Wekelijks Nieuws (Westhoek en Westkust) en KW de Zeewacht/Kust.

Roularta nam in 2018 de deelname in Mediafin (50%) over van de Persgroep, waardoor sindsdien ook de krant De Tijd/l'Echo (samen met Sabato Magazine) en het magazine De Belegger /l'Investisseur tot het portfolio van Roularta worden gerekend.

Roularta Media Group is uitgever van een aantal Belgische magazines.<sup>422</sup>

Onder News valt met name Knack (Franstalige tegenhanger: Le Vif/L'Express).

Onder de noemer Business vallen Trends, Data News en de B2B-bladen zoals Fiscooloog, Sterck en Trends Top. De redacties van het weekblad Trends werden begin 2022 samengebracht met die van tv-zender Kanaal Z in de kantoren van mediabedrijf Roularta in Evere. Bedoeling is één redactie te vormen voor het weekblad, de website en de zender.

Lifestyle bevat Knack/Le Vif Weekend (NL/FR), Sabato en Trends Style.

Feeling, Flair (NL/FR), Libelle, Femmes d'Aujourd'hui, Libelle mama, Libelle Nest, Libelle Lekker en Plusmagazine vallen onder de noemer Women.

Entertainment bevat Knack Focus, Focus Vif en Télépro.

<sup>421</sup> TrendsTop-Knack, "Redacties Trends en kanaal Z worden samengevoegd", <https://trendstop.knack.be/nl/ontop/ondernemen/redacties-trends-en-kanaal-z-woorden-samengevoegd-1067-1480380.aspx>, 23 februari 2022.

<sup>422</sup> Meer informatie over de Belgische magazines kan u terugvinden via volgende weblink: <https://www.roularta.be/nl/onze-merken/magazines/magazines-belgi%C3%AB>

Onder Roularta HealthCare ressorteren de Artsenkrant, de Apotheker, Belgian Oncology News en Healthcare Magazine (het vroegere Ziekenhuis- en Zorgkrant<sup>423</sup>).

Knack, Focus Knack en Knack Weekend verschijnen in één pakket.

Roularta Media Group is ook uitgever van gratis mediatitels De Zondag (met lifestylemagazine DZ magazine als maandelijks bijlage) en Tam-Tam (verdeeld in Knokke Heist). De Zondag en DZ magazine verschijnen in 16 regionale edities. Zo krijgt elke regio content op maat en kunnen adverteerders heel gericht gaan targetten.<sup>424</sup>

Via de website mijnmagazines.be en de Mijn Magazines-app biedt Roularta een soort Spotify voor magazines aan.

Roularta Media Group nam in het najaar 2023 Flow Magazine over van DPG Media via haar dochteronderneming in Nederland, Roularta Media Nederland. Roularta Media Group zorgt voor een verdere versteviging van het mindfulness-aanbod, na de overname van WPG Media in september 2023, en daarmee de mindfulness-titels Happinez, Yoga by Happinez en Psychologie Magazine.<sup>425</sup>

Roularta kocht eind 2023 ook sportblad Helden Magazine. De bijbehorende podcast telt ruim 20.000 luisteraars per maand.<sup>426</sup>

Bij Roularta Printing worden zowel de eigen titels als opdrachtwerk voor derden gedrukt. Internationaal gerenommeerde namen vinden al langer hun weg naar Roeselare. Zo drukt Roularta al titels als The Economist en Bloomberg BusinessWeek.<sup>427</sup> Ook de internationaal toonaangevende zakenkrant Financial Times (FT) klopte eind 2023 in Roeselare aan om zijn magazines gedrukt te krijgen voor het Europese continent en het Midden-Oosten.

De vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication Roularta werden dan weer verkocht aan de eveneens West-Vlaamse bladenuitgever Professional Media Group.<sup>428</sup>

#### 2.4.2.4 Internet

Roularta Media Group heeft een groot aantal websites in haar portfolio. Deze worden onderverdeeld in verschillende categorieën.<sup>429 430</sup>

Mijn Stad TV is een netwerk van digitale schermen in drukbezochte handelszaken in en rond de stad. Het concept brengt content in lussvorm op schermen tot bij de wachtende klanten.<sup>431</sup>

Immovlan.be, autovlan, gocar.be (alle drie in joint venture met Rossel), datanewsjobs en regiotalent.be worden aangeduid als classified websites.

Businesswebsites zijn moneytalk.be, trends.be, datanews.be, kanaalz.be, insidebeleggen.be en trendstop.be.

News websites groepeer Knack, Le Vif, Sport, KW en De Zondag. Knack.be – levif.be is de nieuwssite waar de meeste andere (magazine)merken als rubrieken via het tabblad “magazines” ondergebracht zijn. Andere merken van geschreven pers hebben dan weer een eigen website.

423 Mediaspecs, “Ziekenhuis- en Zorgkrant wijzigt naar HealthCare Magazine en er komt een Franstalige versie”, <https://www.mediaspecs.be/ziekenhuis-en-zorgkrant-wijzigt-naar-healthcare-magazine-en-er-komt-een-franstalige-versie/>, 6 februari 2015.

424 Mediaspecs, “ROULARTA KOMT MET NIEUW LIFESTYLEMAGAZINE ‘DZ MAGAZINE’”, <https://www.mediaspecs.be/roularta-komt-met-nieuw-lifestylemagazine-dz-magazine/>, 14 december 2021.

425 Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0>

426 De Tijd, Broens, B., “Roularta koopt Nederlands sportmagazine Helden”, 16 oktober 2023.

427 De Tijd, “Financial Times laat magazines drukken bij Roularta”, 23 oktober 2023.

428 De Tijd, Broens, B., “Mediagroep Roularta verkoopt drie vakbladen aan PMG uit Zedelgem”, 5 juli 2024.

429 Roularta Media Group, “Websites”, <https://www.roulartamedia.be/nl/merken/digitaal/websites>.

430 Roularta Media Group, “Digitaal”, <https://www.roularta.be/nl/onze-merken/digitaal>.

431 Roularta Media Group, “Mijn Stad TV”, <https://www.roulartalocalmedia.be/nl/merken/mijn-stad/mijn-stad-tv>.

Weekend (Knack en Le Vif), Trends Style, Plusmagazine en Steps ressorteren onder de Lifestyle websites; Focus onder Entertainment en Trends onder data.

Het segment Women omvat de websites shedeals.be, feeling.be, gael.be, flair.be, fashionista.be, libelle.be, femmesdajourdhui.be, lamaisonvictor.com, lovingyou.be, libellemama.be, mamans.femmesdajourdhui.be, libelle-lekker.be en delicesdefemmesdajourdhui.be.

Onder de noemer Gezondheid vallen de sites gezondheid.be, passionsanté.be en minimi.be.

Tenslotte zijn er nog de B2B-titels met een aparte site zoals balans-bilan.be, fiscoloog.be, deapotheke.be, artsenkrant.com, tbi.be, trv.be en het recent toegevoegde Sterck.

De belangrijkste titels uit de portefeuille hebben elk ook hun app en een aanwezigheid op de sociale media.

Ook Roularta Media speelt in op de trend om socialmediaposts door te plaatsen op haar websites met een formule 'Content To Commerce'. De advertenties op de websites zullen op desktop en mobile beschikbaar zijn.<sup>432</sup>

433

#### **2.4.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

Roularta Media Group nv heeft zijn eigen nationale reclameregie en een regionaal salesteam Roularta Local Media en Roularta Digital.

Roularta Media Group past een 360°-strategie toe waaronder line extensions, seminaries en events begrepen worden. Line extensions zijn bijvoorbeeld bijzondere uitgaves van een blad, reizen, boeken, cd's, dvd's, wijn of andere 'plusproducten'. Roularta Media Group organiseert elk jaar een honderdtal events, bijvoorbeeld Trends Manager van het Jaar, Trends Gazellen en Trends Summer University.

Roularta Media Group is aandeelhouder van de jaarlijkse Open Bedrijvendag, samen met Voka, het Vlaams netwerk van ondernemingen.

Trends Business Information (vroeger Roularta Business Information) biedt bedrijfsinformatie aan.

Roularta Media Group heeft een participatie in Yellowbrick, dat een parkeer-app commercialiseert.

Via de business unit Roularta Digital helpt Roularta Local Media handelszaken reclame te maken via het web. Storesquare een e-commerceplatform voor lokale handelaars, waarin RMG samen met KBC, Unizo en ING participeerde, werd in 2020 stopgezet.<sup>434</sup>

In 2016 startte Roularta Media samen met De Persgroep Advertising, Mediahuis Advertising, IPM Advertising, Pebble Media, Proximus Skynet Advertising, Rossel Advertising en Trustmedia een geautomatiseerd aankoopplatform voor digitale media: buymedia.be, dat intussen werd stopgezet.

In september 2016 werd in samenwerking met Duval Union een acceleratorprogramma voor start-ups die bezig zijn met 'media tech' opgericht: Roularta Mediatech Accelerator.

In 2018 bundelde Roularta al haar opgebouwde expertise inzake native advertising, crossmediale creativiteit en content marketing in één competentiecenter dat op die manier totaaloplossingen kan uitwerken voor de adverteerder: Roularta Brand Studio. Roularta Brand Studio ontstaat uit het samengaan van de Ideeënfabriek (de creatieve crossmediale cel van Roularta, die voor adverteerders projecten op maat uitrolt) en Roularta

432 Mediaspecs, "DPG Media pakt uit met sociaal adverteren: Xtra Social", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-pakt-uit-met-sociaal-adverteren-xtra-social/>, 7 april 2020.

433 Mediaspecs, "Roularta Media start met Content To Commerce: doorplaatsing van social media posts op de Roularta sites", <https://www.mediaspecs.be/roularta-media-start-met-content-to-commerce-doorplaatsing-van-social-media-posts-op-de-roularta-sites/>, 29 mei 2020.

434 Roularta Media Group (2020, 14 januari). E-commerceplatform storesquare wordt stopgezet vanaf 28 februari 2020. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/e-commerceplatform-storesquare-wordt-stopgezet-vanaf-28-februari-2020>.

Custom Media (de content marketing afdeling van Roularta).<sup>435</sup>

In juni 2021 ging de Artsenkrant van start met digitaal audiovisueel e-learningplatform Eduthon, waarop artsen via een abonnementsformule kunnen intekenen.<sup>436</sup>

Doordat Belfius de krachten bundelt met de mediagroepen Rossel en Roularta om de zoekertjessite Immovlan een boost te geven, hopen ze er het digitaal referentievastgoedplatform op de Belgische markt van te maken en klanten op een geïntegreerde manier te begeleiden in alle fasen van hun vastgoedprojecten.

De redactie van Knack zet sinds 2012 in op factchecking. Knacks rubriek 'Factcheck' werd zowel in print als digitaal uitgebouwd. Ook maakt Knack deel uit van het International Fact-Checking Network (IFCN), de internationale autoriteit in factchecking. Het project 'Eerste Hulp Bij Twijfel' (EHBT), een project dat strijdt tegen desinformatie, krijgt voortaan financiële steun van de Vlaamse Regering. 'Eerste Hulp Bij Twijfel' is een samenwerking tussen de journalisten en factcheckers van Knack en VRTNWS, het factcheckplatform deCheckers, technologiespeler TextGain en de universiteiten UA, VUB en KUL. De Vlaamse Regering geeft ruim 3 miljoen aan 5 projecten die de verspreiding van desinformatie proberen te verhinderen.<sup>437</sup>

#### **2.4.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

Roularta Media Group is in sterke mate vertegenwoordigd in markten buiten Vlaanderen.

RMG geeft vooraanstaande magazinemerken uit in Wallonië: Le Vif L'Express (met Le Vif Weekend en Le Vif Focus), Femme d'Aujourd'hui, Trends-Tendances, Flair, Sport Foot Magazine, Télépro, Plus, Gaël, La Maison Victor, Le Journal du Médecin, Fiscologue, Datanews, ...

RMG bezit de Waalse zakenzender Canal Z en ook een participatie van 50% in Mediafin, de uitgever van o.a. L'Echo, Sabato en De Tijd.

In Nederland is Roularta uitgever van maandbladen Plus en Landleven, en sinds de overname van New School Media, ook van titels van NSM. Dat zijn EW, voordien Elsevier, een opiniemagazine voor hoogopgeleide lezers, ondernemers en beslissingsnemers, en Beleggersbelangen, het mobile-first-platform voor actieve investeerders en als dusdanig marktleider. Daarnaast geeft NSM een hele waaier aan special-interest-magazines uit, telkens met een sterke multimediale lezerscommunity: Delicious draait om koken en eten (met line extensions zoals een webshop, kookboeken, kookacademies,...); Knipmode, een naaimagazine, met Knip kids (kindermode) en naaipatronen.nl (webshop van naaipatronen); Fiets, Fietsactief en Proccycling voor de fietsfans, Moto 73, Motor NL en Promotor (50% NSM), voor de motoliefhebbers; Formule 1, Truckstar, Seasons, voor de lezers die authentiek landelijk leven, Roots, het magazinemerken voor de natuurliefhebbers, Vorsten, voor de royalty fans, Kijk, voor wie in wetenschap en technologie geïnteresseerd is, Columbus Travel, voor de globetrotters en Zin, een magazinemerken voor vijftigplussers.

Het Nederlandse Bigtwin Magazine en de Bigtwin Bikeshow & Expo, die zich richten tot liefhebbers van custom bikes, choppers en zelfbouw, werden in 2023 samen met de andere activiteiten van Motive Media en Interbike Events overgenomen door Motor.NL Media Company.<sup>438</sup>

Met Senior Publications Nederland (SPN), is de groep actief als de organisator van 50+Beurs & Festival, beurzen met de focus op actieve 50-plussers en gezondheid.

De huisdrukkerij van Roularta Printing werkt 50% voor (buitenlandse) klanten.

435 Roularta Media Group (2018, 27 augustus). Roularta creëert Roularta Brand Studio en trekt Veerle Neyens aan. [Persbericht]. <https://www.roulartamedia.be/nl/nieuws/roularta-cre%C3%ABert-roularta-brand-studio-trekt-veerle-neyens-aan>.

436 Roularta Media Group (2021, 7 juni). ARTSENKRANT LANCEERT E-LEARNINGPLATFORM EDUTHON. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/artsenkrant-lanceert-e-learningplatform-eduthon>.

437 Mediaspecs, "Roularta strijdt tegen desinformatie met project 'Eerste Hulp Bij Twijfel'", <https://www.mediaspecs.be/roularta-strijdt-tegen-desinformatie-met-project-eerste-hulp-bij-twijfel/>, 21 oktober 2022.

438 Mediaspecs, "Roularta Media Nederland neemt Bigtwin over", <https://www.mediaspecs.be/roularta-media-nederland-neemt-bigtwin-over/>, 22 mei 2023.






























# OVERZICHT MERKEN








MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN		PERIODIEKE BLADEN		INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie				
● Kanaal Z/ Look@z (Frans- talige tegen- hanger Canal Z)															
● Knack/Knack Weekend/Knack Focus Knack.be (Frans- talige tegen- hanger Le Vif)															
● Flair															
● Libelle (Frans- talige tegen- hanger Femmes d'Aujourd'hui)															
● Libelle Lekker (Frans- talige tegen- hanger Délices Femmes d'Aujourd'hui)															
● Libelle Mama															
● Feeling (Frans- talige tegen- hanger Gael)															
● SheDeals															
● Loving You															
● Libelle Nest															
● Plusmagazine															
● Trends/ Trends Style (Frans- talige tegen- hanger Tendances)															
● Sabato															
● Datanews															
● Fiscooloog (Frans- talige tegen- hanger le fiscologue)															
● Sterck															
● De Zondag															
● DZ Magazine															
● De Krant van West-Vlaanderen															



# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• De Artsenkrant (Franstalige tegenhanger Le Journal de Médecin)													
• Belgian Oncol- ogy & Hematol- ogy News													
• De Apotheke (Franstalige tegenhanger Le Pharmacien)													
• AK Hospitals													
• Roularta Digital													
• Roularta Local Media													
• ImmoVlan													
• TRV & RPS													
• Balans (Frans- talige tegen- hanger Bilan)													
• Gocar													
• G-Geschiedenis													
• Regiotalent													
• Abonnementen. be													
• Mijn Magazines													
• Mijn Stad – Dichtbij op stap													
• Moneytalk.be													
• Insidebeleggen. be													
• Fashionista.be													
• gezondheid. be (Franstalige tegenhanger passionsante.be)													
• minimi.be													

# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• De Tijd (Frans- talige tegen- hanger l'Echo)													
• De Belegger													
• Mobilepremium													
• Magjxx													

Tabel 50: Overzicht merken Roularta Media Group nv

////////////////////////////////////

## 2.5 STUDIO 100 NV

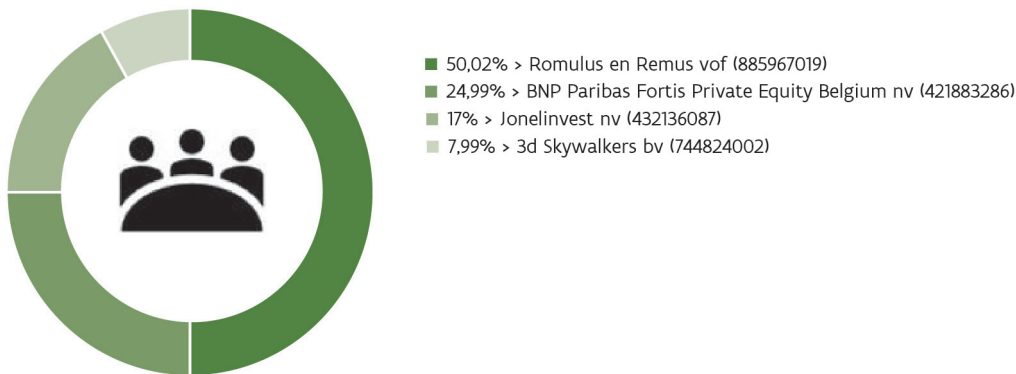
### 2.5.1 Structuur en aandeelhouders

Studio 100 nv werd in 1996 opgericht als producent van tv-programma's door Gert Verhulst, Hans Bourlon en Danny Verbiest, die in 2006 vervangen werd door Fortis Private Equity.

De drie bestaande aandeelhouders van Studio 100 verkochten in maart 2020 25 procent van de aandelen. Vic Swerts, de oprichter van lijmen- en siliconenproducent Soudal, en 3D Investors kochten respectievelijk 17 en 8 procent van het bedrijf.<sup>439</sup>

Studio 100 en haar dochterondernemingen zijn een wereldwijde speler met vestigingen in België, Nederland, Duitsland, Frankrijk, Polen, de Verenigde Staten en Australië.

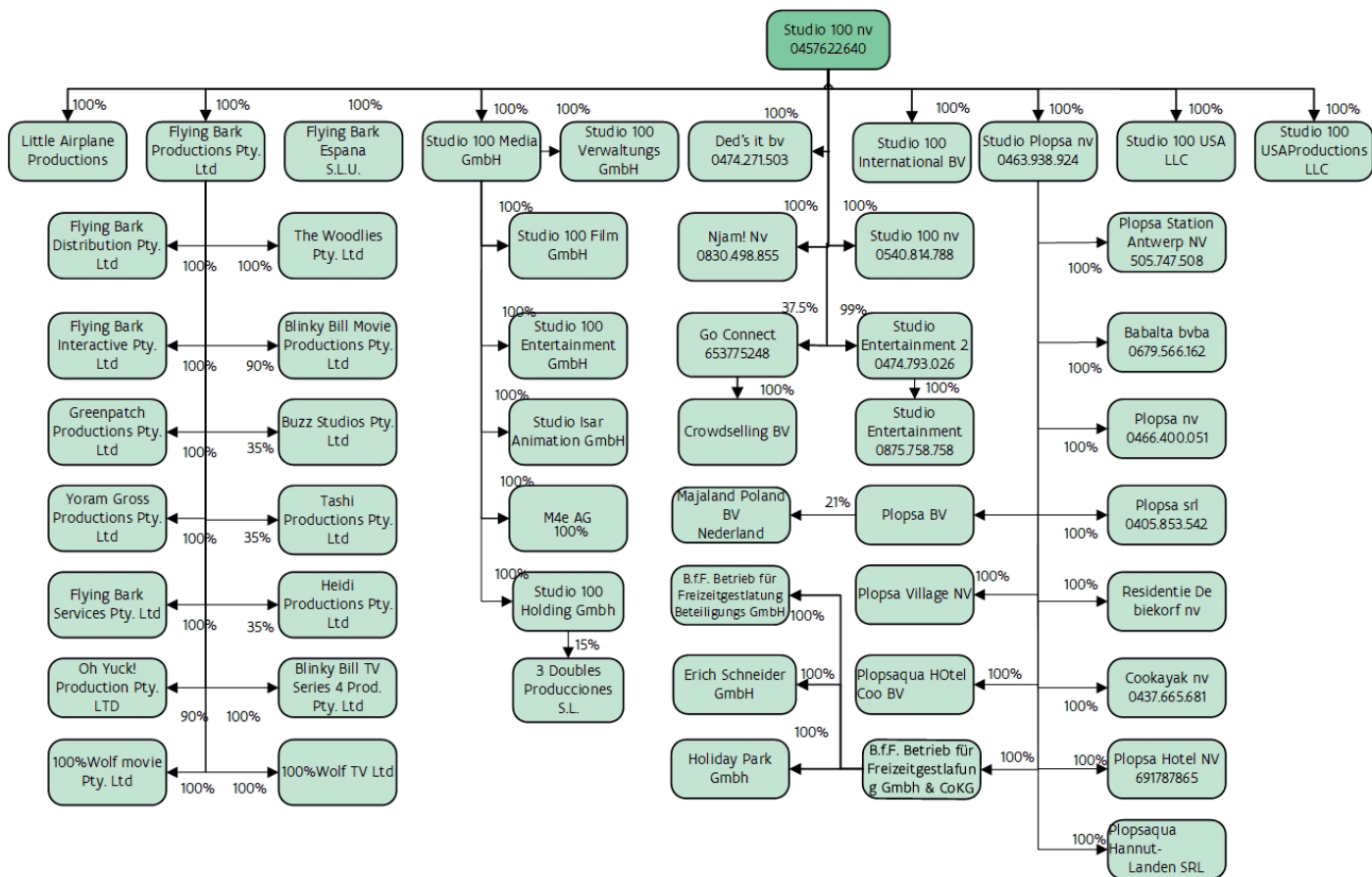
### AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 20: Aandeelhouders Studio 100 nv  
Bron: jaarrekening Studio 100 nv 2023

Studio 100 nv houdt rechtstreeks of onrechtstreeks een deel in het kapitaal aan van volgende vennootschappen:

439 VRT NWS, Truyts, J., "Nieuwe aandeelhouders Studio 100 bekend: ondernemer Vic Swerts (Soudal) en investeringsgroep 3d investors", 7 februari 2020.



Figuur 21: Organigram Studio 100 nv  
Bron: VRM op basis van informatie verstrekt door Studio 100 en NBB

## 2.5.2 Aanbod Studio 100 nv

### 2.5.2.1 Radio

Studio 100 produceert muziek en dus content, die wordt geïntegreerd in radioprogramma's en wordt verspreid via traditionele (CD, digital streaming en downloads) en andere wegen (clips op Youtube en eigen zenders, live entertainment,...). De muziek, voornamelijk gericht op kinderen, krijgt relatief weinig airplay op de bestaande radiozenders. De vergoeding als producent int Studio 100 via de beheersmaatschappij SIMIM.

### 2.5.2.2 Televisie

Studio 100 is ontstaan als producent van tv-programma's, en is nog steeds erg actief in dit segment van de waardeketen. De onderneming maakt voornamelijk kinderprogramma's voor binnen- en buitenlandse omroepen. Via haar joint venture Ded's It (met James Cooke en Bob Jennes als co-aandeelhouder) worden ook non-fictie programma's voor volwassenen geproduceerd (bv. De Verhulstjes).

Daarnaast is de groep ook eigenaar van twee lineaire private tv-omroepen gericht op het Vlaamse publiek: de op kinderen gerichte muziekgender Studio 100 TV en Njam!, dat voornamelijk kookprogramma's brengt. Deze laatste is ook in Nederland beschikbaar. Sinds 1 januari 2018 werden Studio 100 TV en Studio 100 Hits exclusief via het Proximus-netwerk gedistribueerd, maar Telenet nam de kindergender Studio 100 TV vanaf 1 februari 2023 weer op in zijn basisaanbod en sinds juni 2024 is deze zender ook beschikbaar op Base TV van Telenet. Ook Orange neemt sinds juli 2023 de kindergender in haar aanbod op.

De muziekbetaalzender Studio 100 Hits werd stopgezet.

In het najaar van 2024 zullen de zenders Studio 100 TV en njam! ook door DIGI Communications Belgium

gedistribueerd worden.

Verder is er een samenwerking met DPG waarbij er Studio 100-programma's in het ochtendblok van VTM worden geprogrammeerd met daarnaast een aparte Studio 100-zone binnen VTM GO. Ook bij Proximus en Streamz is er een ruim aanbod van Studio 100-kindercontent in hun VOD aanbod.

### **2.5.2.3 Geschreven pers**

Studio 100 geeft een eigen gratis magazine uit: Studio 100 magazine dat te verkrijgen is onder andere in Plopsaland en bij Brussels Airlines, en in vestigingen van winkelketens zoals JBC, Pizza Hut en Intertoys.

Studio 100 is ook uitgever van haar eigen boeken. Standaard Boekhandel heeft een licentie voor de strips van de Studio 100-figuren.

### **2.5.2.4 Internet**

De op het publiek gerichte site Studio100.com bevat een contentaanbod rond en informatie over de Studio 100-figuren, terwijl Studio100group.com de site met bedrijfsinformatie over de groep is.

Studio 100 GO is het digitaal platform van Studio 100, deels gratis, deels betalend. Kinderen kunnen er spelletjes spelen, e-books lezen, films, tv-programma's, clips en musicals bekijken. Studio 100 GO kan via een mobiele app, laptop en via digitale tv van Proximus bezocht worden. Er bestaat zowel een gratis versie als een betaalversie (Studio 100 GO Pass). De betaalversie is beschikbaar via Proximus.

VTM en Studio 100 zorgen sinds december 2022 voor een veelzijdig aanbod voor kinderen. De jongste fans vinden hun programma's terug via de app van VTM GO.<sup>440</sup>

Njam.tv is het online kookkanaal van dochteronderneming Njam!. Er zijn receptenvideo's te bekijken (via een link naar YouTube) en keukenweetjes te vinden.

Daarnaast bestaan er veel apps die geënt zijn op de Studio 100-figuren, zoals Bumba, K3, Samson, en diverse informatieve bedrijfswebsites.

### **2.5.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

Studio 100 ontplooit een breed gamma aan activiteiten rond de Studio 100-figuren, zoals pretparken, shows, musicals, een artiestenbureau en merchandising.

Zo wordt voor het najaar 2024 in samenwerking met VTM een musical gepland rond het populaire VTM-programma 'Tien om te zien'.<sup>441</sup>

Studio 100 investeerde eind 2017 in de start-up Trooper, een digitale tool die verenigingen helpt om geld te verdienen aan online shoppen.<sup>442</sup>

### **2.5.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

Njam! wordt sinds 2019 ook verdeeld in Nederland. Het crossmediaal aanbod wordt ook wereldwijd aangeboden via de internationale organisaties in Breda en München. Daarnaast behoren vier animatieproductiestudio's in München, Parijs, New York, Los Angeles en Sydney tot de groep. Studio 100 nam in 2017 een meerderheidsbelang in het Duitse M4e, dat onder andere de producent en distributeur is van Wissper en Mia and Me. Alle aandelen van M4E werden ondertussen overgenomen.

440 Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., "Studio 100 krijgt eigen omgeving in streaming-app: Plop, K3 en Maya de bij verhuizen naar VTM GO", 22 december 2022.

441 Gazet van Antwerpen, "Studio 100 en VTM slaan handen in elkaar voor 'Tien om te zien'-musical", 09 februari 2024.

442 De Morgen, "Studio 100 helpt start-up voor goede doelen", 10 november 2017.




















Flying Bark, de animatiestudio van Studio 100, krijgt een extra vestiging. Naast de bestaande studio's in Sydney en Los Angeles opent het bedrijf ook nog een nieuwe studio in Madrid.<sup>443</sup>

Studio 100 zal in 2024 de grootschalige spektakel-musical 40-45 ook in Nederland op voeren.

Plopa heeft ook pretparken in Tsjechië en Polen.<sup>444</sup>

In samenwerking met Samsung werden in Nederland in de loop van 2023 3 FAST channels opgestart: Proef njam!, Studio 100 TV en Studio 100 Hits.

## OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• Studio 100 producties													
• Studio 100 TV													
• Studio 100 Hits													
• Njam/ Njam.tv													
• Studio 100 Go													

Tabel 51: Overzicht merken Studio 100 nv

443 Het Laatste Nieuws, "Internationale animatiestudio van Studio 100 krijgt extra studio in Madrid: "We zijn heel trots op deze nieuwe stap"", 25 juni 2024.

444 De Tijd, "Plopa strijkt neer in Tsjechië", 30 december 2021.



## 2.6 TELENET GROUP HOLDING NV

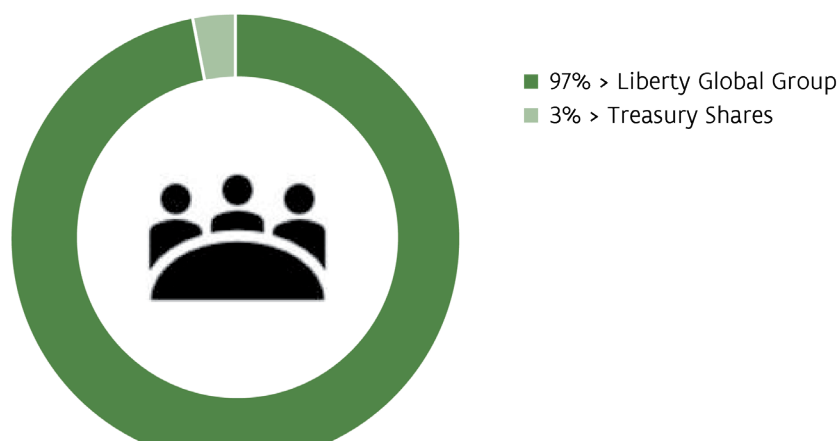
### 2.6.1 Structuur en aandeelhouders

Telecomoperator en kabelmaatschappij Telenet werd opgericht als initiatief van de Vlaamse overheid.

Oorspronkelijk investeerden de Gewestelijke Investeringsmaatschappij Vlaanderen (Gimv), Amerikaanse media- en telecomgroep US West, een consortium van uitgevers, enkele financiële groepen en de intercommunale kabelbedrijven in Telenet NV. Bij de beursgang van Telenet Group Holding NV verkochten onder meer de Gimv en de intercommunale kabelbedrijven het merendeel van hun aandelen. Gradueel verwierf Liberty Global plc de meerderheid van de aandelen.

Liberty Global plc (via haar dochtervennootschap Liberty Global Belgium Holding BV) kondigde in maart 2023 aan een vrijwillig openbaar overnamebod in contanten te lanceren om alle aandelen in het Vlaamse telecombedrijf die Liberty Global of Telenet Group Holding NV nog niet in haar bezit hadden aan te kopen. Op 20 september 2023 deelde Telenet mee dat het 100% eigendom van Liberty Global wordt. Telenet aandelen werden geschrapt van notering bij sluiting van de beurs op 13 oktober 2023.

## AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 22: Aandeelhouders Telenet Group Holding nv  
Bron: Telenet

De groepsstructuur van de Telenet groep werd de laatste jaren een aantal maal herschikt.

In 2015 nam Telenet een participatie van 50% in het kapitaal van de audiovisuele mediagroep De Vijver Media, om daarna, in maart 2018, de volledige controle te verwerven.

SBS Belgium NV, de vennootschap die de Vlaamse Play-zenders uitbaat, veranderde begin 2023 van naam en werd Play Media NV.<sup>445</sup>

In 2020 gingen Telenet Group NV en DPG Media NV een joint venture aan, met de bedoeling om subscription video on demand (SVOD) aan te bieden. Hiertoe werd Streamz NV opgericht.

Telenet kondigde op 31 maart 2021 aan een participatie van 49% te nemen in productiehuis Caviar Group<sup>446</sup>, inmiddels verder uitgebreid tot 70%. Caviar heeft op zijn beurt 50 procent van de aandelen van de producent Sputnik Media overgenomen.<sup>447</sup>

Eind september 2024 bleek echter dat Telenet een gedeeltelijke of gehele verkoop van zijn belang in Caviar

445 De Standaard, "SBS Belgium, mediabedrijf achter de Play-zenders, wordt Play Media", 20 januari 2023.

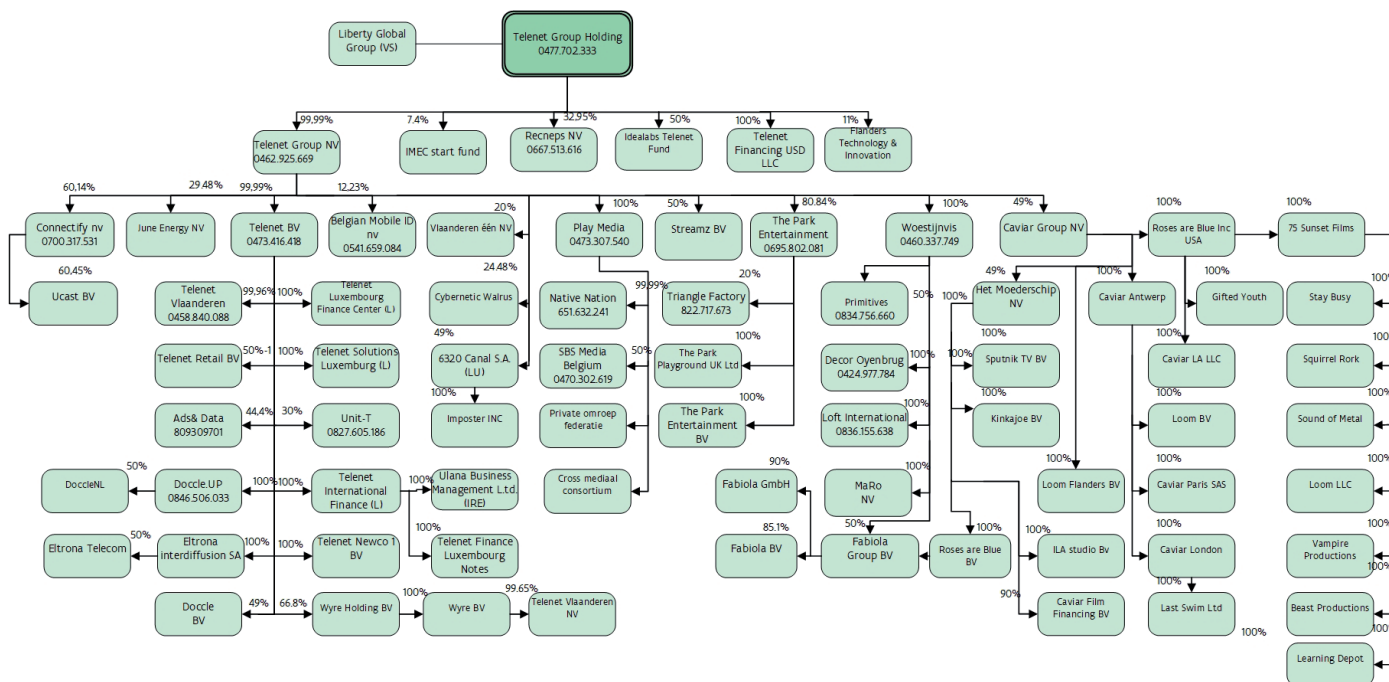
446 Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. IPersbericht. <https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#>

447 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaanloop", 19 juli 2023.

overweegt. Het is nog onduidelijk wie het belang van Telenet – helemaal of gedeeltelijk – zou willen overnemen.<sup>448</sup>

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%).

Infrastructuurbedrijf Wyre, een samenwerking tussen Telenet en netbeheerder Fluvius omtrent de aanleg van fiber, ging van start in het voorjaar 2023. Telenet houdt een participatie van 66,8 procent in Wyre Holding, terwijl Fluvius de resterende 33,2 procent houdt.<sup>449</sup>



Figuur 23: Organigram Telenet Group Holding nv  
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Telenet

## 2.6.2 Aanbod Telenet bv

### 2.6.2.1 Radio

Op het vlak van radio was Telenet oorspronkelijk enkel actief als distributeur van kabelradio. Het signaal van verschillende radiostations wordt doorgegeven via het Telenet televisieaanbod.

Telenet kocht in februari een belang van 20 procent in Vlaanderen Eén, de vennootschap die de radiozender Nostalgie (Vlaanderen) uitbaat. Mediahuis blijft meerderheidsaandeelhouder.<sup>450</sup> De naam van de zender is ondertussen veranderd in Play Nostalgie.<sup>451</sup> In februari 2022 verkreeg Nostalgie van de Vlaamse Regering de licentie om ook de komende jaren landelijke radio te mogen maken op de FM-band.

Bij VRM-beslissing 2023/031 (26 juni 2023) besloot de VRM dat de uitzendingen door SBS Media Belgium van NRJ / Nostalgie+ niet in overeenstemming waren met de basisvoorwaarden uit artikel 143/1, 1<sup>o</sup>, van het Mediadecreet en het generalistisch profiel waarvoor zij is erkend. SBS Media Belgium diende zich uiterlijk 30 september 2023 te conformeren aan de regelgeving.

Bij VRM-beslissing 2023/055 (11 december 2023) besloot de VRM dat SBS Belgium NV met de uitzendingen van

448 De Tijd, "Telenet zet met Caviar grootste productiehuis van België in de etalage", 26 september 2024.

449 VRT NWS, Schillewaert, N., "Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw "Wyre"-glasvezelnetwerk voor snel internet uit", 9 juni 2023.

450 De Tijd, Sephiha, M., "Telenet aan boord bij radiozender Nostalgie", 23 februari 2023.

451 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

Nostalgie+ nog steeds niet aan haar specifieke opdracht als erkende netwerkradio-omroeporganisatie voldeed, en aldus nog altijd een inbreuk op artikel 143/3, § 1, van het Mediadecreet begaat, waardoor SBS Media Belgium een geldboete van 5.000 EUR werd opgelegd en de verplichting om zich alsnog te conformeren. Bij VRM-beslissing 2024/033 (13 mei 2024) werd vastgesteld dat verbeteringen waren aangebracht aan de uitzendingen, maar dat deze nog steeds niet in overeenstemming zijn met de basisvoorwaarde uit artikel 143/1, 1°, van het Mediadecreet en het generalistisch profiel waarvoor de netwerkradio-omroeporganisatie is erkend, waardoor SBS Media Belgium opnieuw een geldboete van 7.500 EUR werd opgelegd en de verplichting om zich alsnog te conformeren tegen uiterlijk 15 augustus 2024.

Na het verstrijken van deze termijn riskeert SBS Media Belgium de mogelijke opheffing van haar erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie.

Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.<sup>452</sup> NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal te beluisteren.

Play Media onderzoekt sinds december 2022 samen met DPG Media, Mediahuis en de openbare omroep VRT de mogelijke gezamenlijke ontwikkeling van een Vlaams podcastplatform onder de werknaam 'Podgrond'. Het onderzoeksproject krijgt steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht. De onderzoeksresultaten en mogelijke verdere ontwikkelingstappen zullen naar jaareinde toe worden bekendgemaakt.

### **2.6.2.2 Televisie**

Oorspronkelijk beperkten de televisieactiviteiten van Telenet zich tot kabeldistributie. Aan de hand van enkele nieuwe initiatieven breidde de kabeloperator zijn werkgebied uit naar andere schakels van de televisiewaardeketen en werd een bredere televisiespeler.

In 2012 had Telenet reeds het STAP-fonds opgericht voor de ontwikkeling en investering in contentproductie. Daarmee werd o.a. reeds geïnvesteerd in films en in eigen reeksen. De stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector voorziet dat dienstenverdelers ofwel een bijdrage storten in het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) ofwel opteren voor een co-productieproject. Sinds 2016 kiest Telenet voor investeringen in co-productieprojecten die uitgezonden worden via verschillende Vlaamse tv-zenders.

Door de participatie in De Vijver Media werd Telenet nog meer actief in het segment productie en aggregatie. De Vijver Media controleert productiehuis Woestijnvis. In 2011 nam De Vijver Media de activiteiten van SBS Belgium (ondertussen Play Media) over en werd daardoor de derde grote speler op de televisieomroepmarkt in Vlaanderen (naast de openbare omroep en de Vlaamse Media Maatschappij-Mediahuis- ondertussen DPG Media). Na de benodigde mededingingsrechtelijke goedkeuring, heeft Telenet door de overname van de resterende aandelen in De Vijver Media ondertussen de volledige controle over deze zenders en het productiehuis verworven. In 2020 werden de zenders van SBS geheroriënteerd naar Play4, Play5, Play6 en in 2021 werd ook de zender Play7 opgestart. Via GoPlay.be is de content van de Play-kanalen ook digitaal en on-demand te bekijken online. Play Media verrijkt tot slot haar aanbod verder met live entertainmentactiviteiten onder de naam 'Play Zuid'.

Telenet nam in 2021 een participatie in productiehuis Caviar, dat begon als Vlaams productiehuis en uitgroeide tot een internationale content studio die actief is in het produceren van zowel tv-content (bv een reeks als Clan, succesvol internationaal herwerkt tot Bad Sisters, en tv-formats als De Code van Coppens, Durf Te Vragen en Down The Road), fictie (films) als reclamecampagnes. Internationaal werkt Caviar Group voor grote adverteerders als Apple, Coca-Cola en Hermes.<sup>453</sup> Ondertussen staat het Telenet-belang in Caviar wel in de etalage.

Met dochtermaatschappij Fabiola (joint venture van Woestijnvis NV en Roses are Blue BV) worden tv-formats

<sup>452</sup> De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.

<sup>453</sup> Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#>.

internationaal vermarkt<sup>454</sup> in Nederland en Duitsland.

Telenet brengt naast het basisaanbod (Telenet TV iconic) en streamingpakket Telenet TV Flow een aantal betaalpakketten (Play More, Play Sports) uit met onder andere de eigen zenders Play More Cinema HD, Play More Kicks HD, Play More Black HD, terugkijk tv, extra kanalen met ongeziene camerastandpunten, en de mogelijkheid om meerdere kanalen tegelijk te bekijken met multiview.

In 2019 voegde Telenet de Netflix- en YouTube-app toe aan hun tv-boxen. Op die manier werden zoveel mogelijk video-apps op een eenvoudige manier aan de klant aangeboden. In de jaren erna werden ook andere apps, waaronder de Prime Video-app, Disney+ en Apple TV+ toegevoegd.

In samenwerking met DPG Media heeft Telenet vanaf het najaar 2020 streamingdienst “Streamz” opgezet.

Als tv-aanbod heeft Telenet TV iconic met TV-box, en TV Flow zonder TV-box. Deze kunnen stand alone afgenomen worden, of in pakket met andere diensten.

Sinds 3 juni 2024 biedt ook BASE TV de mogelijkheid om programma's te bekijken via de BASE TV-box of via de BASE TV-app. Base biedt daarbij wat de programma's betreft, de populairste zenders aan: 28 Franstalige en 28 Nederlandstalige zenders. De klanten kiezen de gewenste taalversie, maar er is ook een optie om de twee te combineren.<sup>455</sup>

Telenet brengt sinds 13 augustus 2024 het aanbod van de gratis sportzender Play Sports Open, die enkel Telenet-klanten konden bekijken, onder bij de bestaande Play-zender Play 6.<sup>456</sup> Door de content van het Play Sports Open-kanaal te integreren in Play6 wordt deze toegankelijk in het basis-televisieaanbod van zowel Telenet- als niet-Telenet-klanten.

De aparte zender “Play Sports Open” uitgebaat door Telenet BV verdwijnt hierdoor, maar Telenet en Play Media beloven een minstens evenwaardige sportbeleving aan te bieden via Play 6, verder aangevuld met actie & fictie en dit allemaal samengebundeld op één kanaal.

### **2.6.2.3 Geschreven pers**

Telenet heeft sinds het stopzetten van 9lives magazine, in september 2014, geen geschreven perstitels meer in portefeuille.

### **2.6.2.4 Internet**

Telenet beheert natuurlijk de eigen klantensite telenet.be, maar ook de websites verbonden aan de televisiezenders en live-entertainment activiteiten van haar dochteronderneming Play Media.

Verder is Telenet in het internetdistributiesegment aanwezig als internet service provider, netwerkbeheerder en internet access provider.

Wyre, in partnerschap met Fluvius<sup>457</sup>, heeft tot doel om tegen 2038 glasvezel uit te rollen voor 78 procent van de woningen in Vlaanderen en delen van Brussel.<sup>458</sup>

In 2016 kocht Telenet de vennootschap Base Company NV over en heeft op deze manier een eigen mobiel netwerk verworven. Telenet kreeg naar aanleiding van de in 2022 door BIPT georganiseerde multibandveiling gebruiksrechten toegewezen in de 700MHz-band, de 3600MHz-band, de 900 MHz, 1800 MHz et 2100 MHz-banden,

454 De Tijd, Serrure, B. “Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-ondersje”, 09 januari 2023.

455 Telenet (2024, 3 juni). BASE lanceert zich op de markt voor vast internet en televisie in heel België. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/base-lanceert-zich-op-de-markt-voor-vast-internet-en-televisie-in-heel-belgie>

456 Het Nieuwsblad, “Telenet doekt sportzender Play Sports Open op”, 11 juli 2024.

457 Meer info hierover kan gevonden worden in het persbericht, te consulteren via volgende link: <https://press.telenet.be/telenet-partners-with-fluvius-to-realize-the-data-network-of-the-future-creating-a-separate-fully-funded-infrastructure-company>.

458 VRT NWS, Schillewaert, N., “Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw “Wyre”-glasvezelnetwerk voor snel internet uit”, 9 juni 2023.

en de 1400MHz-band<sup>459</sup>.

Telenet heeft verschillende apps verbonden met haar tv- en mobiele telefoniediensten zoals bijvoorbeeld Telenet en Safespot.

In maart 2022 verkocht Telenet zijn zendmastenpark aan DigitalBridge.<sup>460</sup>

Sinds 2019 biedt Tadaam internet en tv aan via het mobiele netwerk. Sinds november 2022 wordt daarvoor de vernieuwde Tadaam-modem, die 5G omzet in wifi, gebruikt.<sup>461</sup>

Telenet breidde in juni 2024 het aanbod van zijn mobiele dochter BASE uit met internet en televisie en zet daarbij het mes in de prijzen. De telecomgroep wil zo het zuiden van het land veroveren, en kan met het 'budgetmerk' tegelijk een dam opwerpen tegen nieuwkomer Digi.<sup>462</sup>

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulatoren zal gevoerd worden. De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.<sup>463</sup>

### **2.6.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%).

De overkoepelende reclameregie Ads & Data verzorgt de regie voor het platform Goplay en de zenders Play4, Play5, Play6, Play7, Play Crime en Play Sports. Ads & Data is ook de regie voor de externe zenders BBC First, History, TLC, njam!, de Warner Bros Discovery zenders, en regionale zenders ATV, ROB TV, TV Limburg en TV Oost. Ads & Data is ook de reclameregie voor de websites van de openbare omroep.

SBS (nu Play Media) nam in 2020 influencer marketing agency Native Nation over.

Telenet is een belangrijke telecomspeler met een aanbod van televisie, breedband internet en (mobiele en vaste) telefonie.

De Telenet-klant krijgt de mogelijkheid om in te tekenen op aparte diensten, maar kan ook bundels aanschaffen bestaande uit internet, digitale tv en (vaste en mobiele) telefonie.

De meest recente bundel, waarin "ongelimiteerde" WIFI en 4G gecombineerd worden, heet one(up).

Ten gevolge van de Marktanalysebesluiten van de Conferentie van Regulatoren voor de elektronische Communicatiesector (CRC), moest Telenet kabeltelevisie en kabelbreedbanddiensten in combinatie met kabeltelevisie doorverkopen aan alternatieve dienstenverdelers. Op 1 maart 2016 lanceerde Orange zijn aanbod via de Telenetkabel.

Op 31 oktober 2017 heeft Telenet de Belgische ICT-integrator NEXTEL overgenomen met de bedoeling om bijkomende expertise in huis te halen om totaaloplossingen voor bedrijven te ontwerpen, te bouwen en te beheren.

459 Meer info hierover kan gevonden worden op de website van het BIPT via volgende link: <https://www.bipt.be/operators/resultaten-van-de-multibandveiling-van-2022>

460 De Tijd, Serrure, B & Evers, F., "Telenet spijst oorlogskas met verkoop zendmasten", 26 maart 2022.

461 De Tijd, "Telenet-dochter Tadaam lanceert internet thuis via 5G", 15 november 2022.

462 De Tijd, Serrure, B., "Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi", 28 mei 2024.

463 Meer info hierover kan gevonden worden op de website van de VRM via volgende link: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2023/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken>



In het voorjaar van 2018 richtte Telenet een joint venture op met het Franse Solutions 30 die zich richt op technische ondersteuning van digitale technologie, met op termijn internet of things.<sup>464</sup> Momenteel is de hoofdactiviteit nog altijd installatie en onderhoud van het kabelnetwerk/kabelklanten. Bovendien lanceerde Telenet enkele maanden later een merk Tinx voor de bedrijvenmarkt dat een totaaloplossing moet bieden om het netwerk rond slimme apparaten te beheren.<sup>465</sup>

Sinds juni 2018 baat Telenet 'The Park' uit, aanvankelijk in Antwerpen, Gent en Hasselt vervolgens ook in Brussel, Leuven en Kortrijk, waar games in virtual reality gespeeld kunnen worden. Deze activiteiten oefent Telenet uit via de vennootschap The Park Entertainment NV, in samenwerking met het investeringsfonds 9.5 Magnitude Ventures NV. Het wil ook investeren in eigen gamingcontent.<sup>466</sup> The Park nam ook een participatie in gameontwikkelaar Triangle Factory om sneller in te kunnen spelen op nieuwe trends en eigen content te blijven creëren.<sup>467</sup>

Telenet lanceert ook Blossom, een platform met laadpalen en software om thuis te laden, wat past in de 360 gradenbenadering van het digitale huis.<sup>468</sup>

### **2.6.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

Het aanbod van Telenet was in oorsprong vooral gericht op de Vlaamse markt. Na de overname van BASE breidde dit uit tot België via het mobiel netwerk. Voor residentiële diensten was Telenet buiten Vlaanderen actief in een aantal Brusselse gemeenten en in de gemeente Komen in het Waals Gewest. Door de overname van Coditel Brabant BV en haar dochtervennootschap Coditel S.à.r.l. is hier verandering in gekomen. Voor B2B-diensten is Telenet ook actief in heel België en in Luxemburg.

Sinds einde 2022 is Telenet eveneens de enige aandeelhouder van het telecombedrijf Eltrona in het Groothertogdom Luxemburg.

Telenet heeft een principeakkoord met concurrent Orange om toegang te krijgen tot het Waalse kabelnetwerk.<sup>469</sup> Sinds juni 2024 commercialiseert Telenet daar een aanbod onder de merknaam Base.

Telenet is via moedermaatschappij Liberty Global onrechtstreeks verbonden met verschillende Europese kabeloperators (bijvoorbeeld Vodafone/Ziggo in Nederland of Virgin Media/O2 in het Verenigd Koninkrijk).

Play Media en Woestijnvis richten zich vooral op Vlaanderen. Een aantal van de succesvolle formats die door productiehuis Woestijnvis bedacht werden, worden ook in andere landen op televisie gebracht, via the Primitives. Voorbeelden zijn 'Man bijt hond' en 'Wie is de mol?'. Met de investering in Caviar is het de bedoeling dat de internationale activiteiten van dat productiehuis verder uitgebreid kunnen worden. Het Telenet-belang in Caviar staat ondertussen wel in de etalage.

464 De Tijd, "Telenet lonkt naar internet der dingen", 27 april 2018.

465 De Tijd, Haeck, P., "Telenet lanceert platform voor slimme apparaten", 5 juni 2018.

466 De Tijd, Broens, B., "Telenet stapt in gamingindustrie", 15 mei 2018.

467 Telenet (z.d.). TELENET BRENGT VIA THE PARK VR-ACTIVITEITEN NAAR DE HUISKAMER. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/telenet-brengt-via-the-park-vr-activiteiten-naar-de-huiskamer>.

468 De Standaard, "Telenet zoekt heil in markt elektrische laadpalen", 18 maart 2024.




469 De Tijd, "Telenet mag stuk van Waalse kabel huren", 3 november 2022.

# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• One (up)													
• Wigo													
• Yugo													
• Basic internet + Telenet tv/ All-Internet + Telenet tv													
• Telenet Safespot (Guard)													
• PHUB'D													
• De slimme entrée													
• King/Kong													
• Freephone Business													
• Tadaam													
• Tinx													
• Base													
• Woestijnvis													
• Sputnik Media													
• Caviar													
• Co-producties													
• Play4, Play5, Play6, Play7, Play Crime													
• Play Zuid													
• Goplay.be													
• Play Nostalgie													
• Nostalgie Plus													
• Telenet TV													
• Streamz (Basic/Premium(+))													
• Play More													
• Play Sports													

////////////////////////////////////

# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
● netweters.be													
● The Park													
● Ads & Data													
● DRIE													Boeken

Tabel 52: Overzicht merken Telenet Group Holding nv

## 2.7 VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEPORGANISATIE (VRT NV)

### 2.7.1 Structuur en aandeelhouders

De openbare omroep Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) is een naamloze vennootschap van publiek recht. De Vlaamse overheid is de enige aandeelhouder.

Conform artikel 16 van het Mediadecreet worden de nadere afspraken omtrent de uitvoering van haar publieke omroepopdracht vastgelegd in een beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Regering. Op 10 december 2020 keurde de Vlaamse Regering de huidige beheersovereenkomst met de VRT goed. Deze beheersovereenkomst heeft betrekking op de periode 2021-2025 en bevat de strategische doelstellingen van de VRT, meer concrete operationele doelstellingen en KPI's. De VRM voert een jaarlijks toezicht uit op de naleving van de beheersovereenkomst door de VRT.

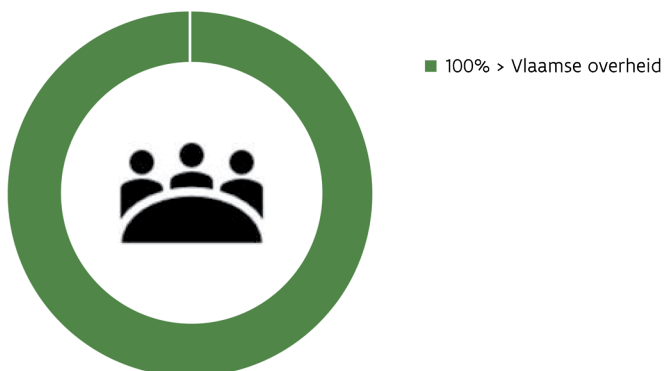
De VRT heeft een 100% dochtermaatschappij, de reclameregie Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR).

De VRT en de Participatiemaatschappij Vlaanderen richtten in april 2018 een joint venture op, Media Invest Vlaanderen nv, die beloftevolle ondernemingen in de mediasector zal ondersteunen en financieren. Media Invest zal in bedrijven investeren die actief zijn in mediatech en mediacontent.

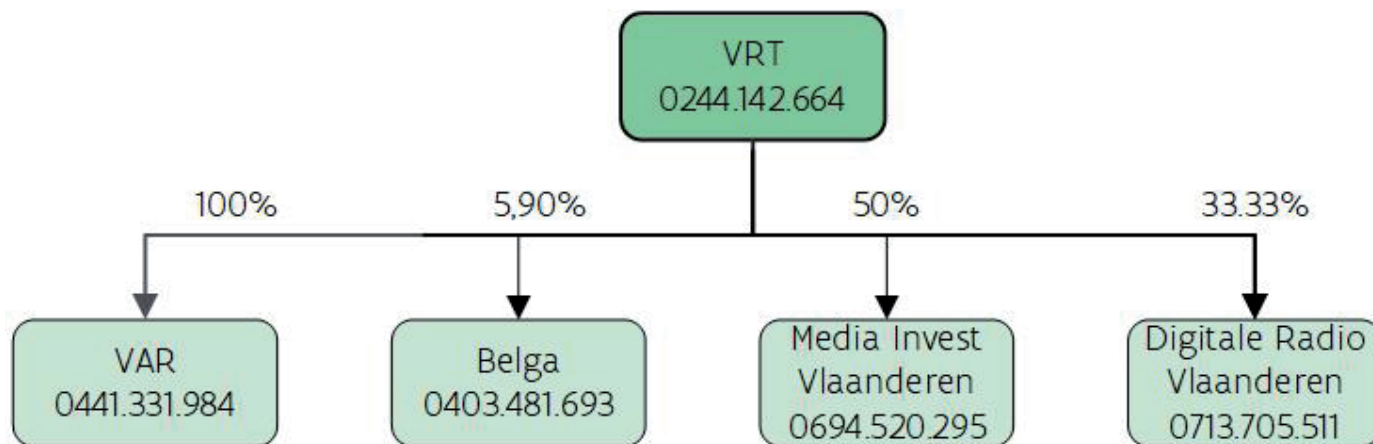
Op 20 november 2018 bundelden VRT, Medialaan (thans DPG media) en Mediahuis de krachten om via één website en één app al hun radiozenders aan te bieden. Hiervoor werd Digitale Radio Vlaanderen cvba opgericht, waarin de VRT voor 33,33% participeert.

VRT participeert ook in de vennootschap Picky. Dit IT-bedrijf levert o.a. diensten voor de app van dagelijkse kost.

### AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR



Figuur 24: Aandeelhouders VRT nv



Figuur 25: Organigram VRT nv  
Bron: VRM op basis van NBB

## 2.7.2 Aanbod VRT nv

### 2.7.2.1 Radio

De VRT beschikt over vier radionetten met landelijke invulling: Radio 1, MNM, Studio Brussel en Klara. Radio 2 heeft een landelijk bereik maar sommige tijdsvensters zijn regionaal ontkoppeld. In januari 2023 werd de laatste regionale ochtendshow uitgezonden.<sup>470</sup>

Radio 2 heeft nog altijd een regionaal ontkoppeld middagprogramma en 7 ontkoppelde regionale nieuwsbulletins per dag. Bovendien vult Radio 2 haar regionale missie in tal van andere programma's op een alternatieve manier in met audio en video via VRT MAX, zoals in GoeiemorgenMorgen met Margaux van de regio.

De VRT maakt gebruik van het multimediale merk Sporza om o.a. op Radio 1 aan live sportverslaggeving te doen.

VRT produceert het gros van haar audioproducties intern, maar investeert conform haar beheersovereenkomst ook in externe audioproducties.

De radionetten Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM worden verspreid via de klassieke FM-etherdistributie.

Ook via DAB-technologie zijn VRT radio-uitzendingen beluisterbaar.

Dankzij DAB+ kan er een breder aanbod verstrekt worden dan via FM, namelijk Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel De Tijdloze, Radio 1, sinds 1 juli 2024 VRT Radio Bene , (voordien Radio 2 Bene Bene<sup>471</sup>) , Radio 2 Antwerpen, Radio 2 Limburg, Radio 2 Oost-Vlaanderen, Radio 2 Vlaams-Brabant, Radio 2 West-Vlaanderen, Studio Brussel en VRT NWS.

Naast ontvangst via FM en DAB+ zijn deze radionetten, inclusief de "extra radiostromen" ook te beluisteren op internet, via digitale TV, op mobiele toestellen via de apps, enz,....

Naast de "aanbodmerken" (bv. Canvas, Studio Brussel, Klara, enz.) zijn er ook de submerken die connecteren rond schermgezichten, programma's of thema's. In die zin zijn bv. Hooray en Bruut submerken van het aanbodmerk Studio Brussel die zich concentreren rond bepaalde thema's, i.c. een bepaald muziekgenre.

<sup>470</sup> Gazet van Antwerpen, ""Bedankt om elke dag bij ons te zijn, om elke dag te luisteren": doek valt over regionale ochtendshow van Radio2", 20 januari 2023.

<sup>471</sup> Mediaspecs, "Radio2 Benebene maakt nieuwe start als VRT Radio Bene", <https://www.mediaspecs.be/radio2-benebene-maakt-nieuwe-start-als-vrt-radio-bene/>, 1 juli 2024.

De openbare omroep is samen met DPG en Mediahuis ook betrokken partij in het initiatief m.b.t. de Radioplayer Vlaanderen. Daartoe werd een cvba opgericht die aansloot bij de Radioplayer Worldwide.

De merkenportfolio is dynamisch en evolueert in functie van het scherper stellen van de publieke waarde van haar aanbod. Op het moment van afsluiten van redactie van dit rapport waren volgende titels gekend: Radio 1, Radio 1 – Classics, Radio 2 (Antwerpen, Limburg, Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen, Vlaams-Brabant), Radio 2 – Unwind, VRT NWS, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel, Studio Brussel De Jaren Nul, De Tijdloze, Studio Brussel UNTZ, Studio Brussel Vuurland, Studio Brussel Zwarte Gitaren en Ketnet Hits.

VRT, DPG Media, Mediahuis en Playmedia onderzoeken de mogelijkheid om een Vlaams podcastplatform uit de grond te stampen onder de werknaam 'Podgrond'. Het is de ambitie om een state-of-the-artplatform te bouwen en de referentie-app te worden voor Vlaamse luisteraars.<sup>472</sup> Het project krijgt steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht.

Op 9 maart 2024 vond in Mechelen de eerste editie plaats van het live podcastevent van VRT MAX. Op het programma stonden o.a. de live opnames van 20 podcasts. Het medium is de voorbije 10 jaar enorm gegroeid: 26 procent van de Vlamingen is een actieve podcastgebruiker en 92 procent kent het.<sup>473</sup>

### **2.7.2.2 Televisie**

De VRT heeft een intern productiehuis (VRT studio's) dat een belangrijk volume aan audio- en videoproducties produceert zowel voor het lineair als niet-lineair aanbod van VRT. In het kader van het Transformatieplan van 2022 werd beslist om fictie niet langer intern te produceren. De VRT heeft op basis van haar beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid een investeringsplicht met betrekking tot externe producties en de facilitaire sector.

Intern bestaat een apart productiehuis dat zorgt voor de productie van de audio- en videocontent voor het aanbod inzake nieuws en sport.

VRT beschikt over een eigen afdeling CREW die intern de toelevering van productie- en facilitaire diensten aan de interne productie verzorgt.

De VRT biedt onder haar aanbodsmerken VRT 1, VRT Canvas en Ketnet lineaire en niet-lineaire televisiediensten aan. Het Ketnet kanaal wordt na 20.00 uur nog gebruikt als uitwijk- en servicekanaal voor VRT 1 en VRT Canvas. Sinds eind 2016 zendt de VRT Het Journaal met Vlaamse gebarentaal uit op dit kanaal.

In september 2022 gebeurde een rebranding van haar (video)platform VRT NU. Dat werd VRT MAX. De propositie van dit platform werd ook aangepast. De dienst laat de gebruiker toe om alle lineaire kanalen (audio en video) live te beluisteren, en biedt ook een volwaardig audio en video on demand aanbod aan (inclusief podcasts).

Onder de vlag van het multimediale merk Sporza brengt de VRT de rechtstreekse verslaggeving van sportevenementen en een overzicht van alle andere sporthoogtepunten op tv, naast sportnieuws en -duiding.

Wat Teletekst betreft, bleef na het afscheid van Teletekst in 2016 enkel de ondertitelingspagina (888) behouden.

### **2.7.2.3 Geschreven pers**

De VRT is niet actief op de markt voor geschreven pers.

### **2.7.2.4 Internet**

De VRT biedt content aan via het internet en dit hoofdzakelijk via VRT Max (voormalig VRT Nu) en VRT NWS.

<sup>472</sup> De Standaard, De Moor, M. "Hoe zou het nog zijn met Podgrond, de Streamz voor audio?", 10 november 2023.

<sup>473</sup> VRT NWS, "Eerste live podcastevent van VRT MAX: aantal luisteraars blijft groeien, maar "mogelijk wel plafond op succes"", 9 maart 2024.



VRT heeft een aantal netwebsites en projectwebsites (zoals langzullenzelezen) afgebouwd. Momenteel zijn wat de aanbodsmerken betreft slechts een beperkt aantal websites zoals radio1.be en radio2.be nog actief. VRT biedt ook content aan via mobiele toepassingen, apps en sociale media.

De corporate website geeft info over VRT, haar merken, producties, etc.

Verder zijn er de internetradiospelers radioplus.be, radioplayer.be.

Vrtnws.be is de nieuwssite van de VRT. Nwsnwsnws is een specifiek aanbod via Instagram gericht op jongeren. VRT is ook actief op TikTok.

De VRT biedt aparte applicaties aan voor mobiel gebruik. Het aanbod dat valt onder de opdracht van de openbare omroep (zoals bijvoorbeeld de apps van de VRT-radiozenders, VRT NWS en Sporza) wordt gratis ter beschikking gesteld. Als de VRT een commerciële afgeleide van een programma als app ontwikkelt, zal een marktconforme prijs worden gevraagd.<sup>474</sup>

VRT MAX kan je ook op smartphone en tablet bekijken. De app is bruikbaar voor geregistreerde Vlamingen in Europa. VRT MAX heeft ook smart tv-apps voor Android, Apple en Samsung. Ook alle podcasts zijn te beluisteren via deze app.

De radiomerkens van de VRT (Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM) hebben elk hun eigen app waarmee je naar de radio kan luisteren en nog meer informatie ontdekken over hun aanbod.

In de apps zijn er ook non-stop muziekprogramma's die enkel digitaal te beluisteren zijn. Zo is er non-stop klassieke muziek op Klara Continuo, en non-stop hitmuziek op MNM Hits en Ketnet Hits. Studio Brussel biedt daarnaast non-stop Bruut, Hooray, UNTZ, Vuurland en De tijdloze aan, terwijl MNM R&Beats en Throwback aanbiedt. Bij Radio 1 is er Classics en de Lage Landenlijst. Ook Sporza en VRT NWS hebben een podcastaanbod.

Via VRT NWS krijg je de meest recente nieuwsbulletins en het overzicht van de kranten. Mobiele gebruikers kunnen ook naar vrtnws.be surfen. De website is aangepast voor optimaal gebruiksgemak op mobiele toestellen. De Sporza-app is gratis beschikbaar op zowat alle mobiele toestellen, zowel voor iOS als Android. Sporza voetbal-app geeft de voetbaluitslagen in binnen- en buitenland. De Ketnet-app is gratis, eenvoudig te gebruiken en veilig en de Ketnet Dub-app stimuleert kinderen om luidop te lezen. In de Ketnet Junior-app ontdekken peuters en kleuters samen met Kaatje en Kamiel, Bumba, Uki, Musti, Bob de Bouwer en nog vele andere Ketnet-vriendjes de wereld op een veilige, leuke en leerrijke manier.

In het gratis aanbod zijn er ook apps die gebonden zijn aan specifieke programma's zoals de Switch-app, de Thuis-stickers, Klaslokaal abnormaal, etc. Naast het gratis aanbod is er ook een betalend aanbod zoals de Dagelijkse kost app.

### **2.7.2.5 Divers en crossmediaal aanbod**

VRT heeft een 100% dochtervennootschap VAR nv die fungeert als reclameregie voor haar aanbod. Tot nu toe werkte de VAR exclusief voor de VRT-merken, maar eind juni 2023 raakte bekend dat de VAR, vanaf 1 januari 2024 ook de nationale advertentieverkoop van Nostalgie Vlaanderen, Nostalgie+ en NRJ zal verzorgen.<sup>475</sup>

VAR heeft in juni 2023 bekendgemaakt dat haar bestaande samenwerking met Ads & Data<sup>476</sup> wordt uitgebreid en dat Ads & Data voortaan de prerolls bij het videoaanbod op VRT MAX zal commercialiseren.<sup>477</sup>

Daarnaast brengt de VRT ook commerciële afgeleiden op de markt. Dit zijn commerciële producten (zoals cd's en boeken) en evenementen die zijn afgeleid van de VRT-programma's.

<sup>474</sup> Meer informatie omtrent welke VRT-apps er zijn, kan u via volgende link terugvinden: <https://www.vrt.be/nl/aanbod/kijk-en-luister/extra-aanbod/apps/>

<sup>475</sup> De Tijd, Serrure, B, "Reclamedeal VRT en Nostalgie zet kwaad bloed in radioland", 29 juni 2023.

<sup>476</sup> De opvolger van Pebble Media, die thans in handen is van PlayMedia, Mediahuis, Proximus en Telenet.

<sup>477</sup> Ads & Data, "Reclameregie Ads & Data breidt samenwerking met Var uit" <https://www.adsanddata.be/nieuws/reclameregie-ads-data-breidt-samenwerking-met-var-uit/>

De VRT voert een crossmediaal aanbod met al haar merken, inclusief VRT NWS en Sporza.

Er werd door de publieke omroep VRT, de landelijke commerciële radiovergunninghouders DPG Media NV en Nostalgie NV en de multiplex vergunninghouder en operator Norkring NV<sup>478</sup> een samenwerkingsverband opgezet om DAB+, maar ook digitale radio in brede zin, gezamenlijk in de Vlaamse markt te zetten. Hiervoor werd in november 2018 de zgn. ronde tafel Digitale radio opgericht en hebben de omroepen de coöperatieve vennootschap met beperkte aansprakelijkheid Digitale Radio Vlaanderen opgericht.

Via een samenwerking tussen VRT en KBC krijgen de gebruikers van KBC Mobile elke dag een geselecteerde portie financieel-economisch nieuws voorgeschoteld.<sup>479</sup>

Eén van de manieren waarop VRT innoveert is door actief samen te werken met start-ups en scale-ups. Dat gebeurt via de interne accelerator VRT Sandbox, die de ideale match zoekt tussen deze groeibedrijven en VRT. Door samen technologieën te testen kan VRT efficiënt experimenteren en innoveren. Tegelijkertijd kunnen Vlaamse en Europese start-ups hun producten gerichter afstemmen op de noden van de mediasector en zo ook succesvoller worden.<sup>480</sup>

Om dit op een duurzame manier te doen leidde VRT de afgelopen jaren het Europese project 'STADIEM'. Binnen dat programma kunnen start-ups samen met Europese mediaorganisaties relevante mediaoplossingen uitwerken. Geselecteerde start-ups krijgen daarvoor toegang tot financiering, coaching en een internationaal netwerk – geleid door VRT en RTBF. De impact van zo'n programma is gebleken. Tijdens het project steeg het inkomen van deelnemende start-ups met gemiddeld 25%. Drie start-ups gingen een commerciële samenwerking aan met VRT en twee start-ups werden betrokken in een Vlaams relanceproject, waarvoor ze ook financiering verkregen.

VRT NWS schakelde in de aanloop naar de verkiezingen van 9 juni 2024 een versnelling hoger om politieke uitspraken te factchecken samen met andere nieuwsredacties uit Vlaanderen, Franstalig België én Nederland.<sup>481</sup>

### **2.7.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen**

De VRT neemt als lid van de European Broadcasting Union (EBU), de vereniging van Europese openbare radio- en televisieomroepen, actief deel aan de Eurovisie- en Euroradio-uitwisselingen.

Na de stopzetting in 2021 van de samenwerking tussen de Vlaamse overheid en de Nederlandse overheid rond BVN, het beste van Vlaanderen en Nederland, kreeg VRT van de Vlaamse overheid de opdracht om haar aanbod op VRT Max ook beschikbaar te stellen voor Vlamingen in het buitenland.

De VRT richt zich ook op buitenlanders zodat zij op de hoogte zijn van het nieuws in Vlaanderen. Een selectie van VRT NWS is dan ook beschikbaar in het Frans, Duits en Engels.

<sup>478</sup> Norkring is geen lid van de cvba, wel van de ronde tafel, wat een initiatief is van de minister van Media.

<sup>479</sup> De Tijd, Serrure, B. "KBC-app wordt ook financieel nieuwskanaal", 21 december 2021.

<sup>480</sup> VRT, "Meer dan 80 media start-ups groeien door dankzij Europese accelerator geleid door VRT", <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/12/07/meer-dan-80-media-start-ups-groeien-door-dankzij-europees-projec/>, 7 december 2023.

<sup>481</sup> VRT, "VRT NWS pakt uit met factcheckmarathon in aanloop van verkiezingen", <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/04/02/vrt-nws-pakt-uit-met-factcheckmarathon-in-aanloop-van-verkiezing/>, 2 april 2024.

# OVERZICHT MERKEN

MERKNAAM	RADIO		TELEVISIE			DAGBLADEN	PERIODIEKE BLADEN	INTERNET		MOBIEL INTERNET		REGIE	ANDERE
	Content + aggregatie	Distributie	Content	Aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Content + aggregatie	Distributie	Content + aggregatie	Distributie		
• Radio 1 (en afgeleiden)													
• Radio 2 (en afgeleiden)													
• MNM (en afgeleiden)													
• Studio Brussel (en afgeleiden)													
• Klara (en afgeleiden)													
• Radioplayer Worldwide													
• VRT NWS													
• VRT MAX													
• Sporza													
• VRT 1													
• VRT Canvas													
• Ooit Gemist													
• Ketnet / Ketnet Junior / Ketnet DUB / Ketnet Hits													
• Buck the Game													
• Submerken, zoals De Kampioenen, Kaatje													
• VAR													
• creatieve en content partnerships													

Tabel 53: Overzicht merken VRT nv

## 2.8 CROSSMEDIALITEIT EN VERSTRENGELING VAN HET AANBOD VAN DE VLAAMSE MEDIAGROEPEN

Zoals hiervoor uitvoerig geïllustreerd, hebben de Vlaamse mediagroepen een crossmediaal aanbod.

Ze bieden producten en diensten aan in meerdere segmenten van de markt en in meerdere fasen van de toegevoegde waardecreatie.

Daarnaast gaan ze ook onderling strategische allianties aan om samen producten te commercialiseren.

### 2.8.1 Crossmedialiteit van het aanbod

Tabel 54: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod geeft een overzicht van hoe gediversifieerd het aanbod van de verschillende groepen is.

Voorheen ontplooiden de groepen die uit print ontstaan zijn (Concentra nv en Corelio nv, ondertussen gegroepeerd in Mediahuis, evenals De Persgroep (nu DPG Media Group) en Roularta Media nv) allen dezelfde activiteiten (vooral contentcreatie en aggregatie van verschillende mediasoorten, maar geen distributie). Via VTM GO(+) en het, samen met Telenet, opgerichte SVOD-platform Streamz gaat DPG Media met zijn content rechtstreeks naar de kijker.

Tegelijkertijd werden Telenet (en in mindere mate Proximus) steeds meer actief in contentproductie.

Roularta daarentegen plooiden zich meer terug op print en is niet langer actief in radio en distributie van tv en internet door de uitstap uit Mediahuis (nu DPG Media).

De laatste jaren merken we ook dat er binnen de mediagroepen extra synergieën gezocht worden tussen producten uit verschillende productgroepen. Zo zijn er bv. de gezamenlijk websites HLN.BE voor Het Laatste Nieuws en VTM bij DPG.

## AANBOD MEDIAGROEPEN

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

Tabel 54: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

### 2.8.2 Verstremgeling van de mediagroepen

Zoals eerder vermeld beperken mediagroepen zich niet tot één specifieke mediavorm, maar zijn uitgegroeid tot aanbieders van een breed gamma aan mediaproducten.

Om een aanvulling van hun aanbod te kunnen realiseren gaan ze soms strategische allianties aan met andere mediagroepen.

////////////////////////////////////

In het verleden ontstonden uit de samenwerking soms nieuwe groepen. De laatste jaren werden deze samenwerkingsverbanden terug ontbonden en ontstonden er andere samenwerkingen om nieuwe media-initiatieven te ontplooiën, of om te reageren op nieuwe media-ontwikkelingen.

Soms hebben deze samenwerkingsverbanden betrekking op innovatieve projecten die mogelijk worden gestimuleerd vanuit de overheid.

Ook voor reclamewerving worden er vaak gemeenschappelijke initiatieven gestart, onder de vorm van reclamesynergieën.

Het meest significante recente voorbeeld daarvan is Ads & Data, een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) waarin vanaf 1 april 2021 de reclameregies van Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams bundelen in één nieuwe nationale regie.

Mediahuis en DPG Media hebben besloten hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt, met name Jobat en Vacature.com, onder te brengen in een nieuwe joint venture.<sup>482</sup>

In 2019 besloten DPG Media en Mediahuis hun krachten te bundelen binnen het automotieve domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden AutoTrack en Gaspedaal.nl ondergebracht in Automotive Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.

Er werd door de VRT, Mediahuis (ondertussen DPG), Mediahuis en de multiplex vergunninghouder en operator Norkring NV een samenwerkingsverband opgezet om DAB+ gezamenlijk in de Vlaamse markt te zetten.

De openbare omroep is samen met DPG en Mediahuis ook betrokken partij in het initiatief m.b.t. de Radioplayer Vlaanderen. Daartoe werd een cvba opgericht die aansloot bij de Radioplayer Worldwide, een non-profitorganisatie.

Groupe Rossel en DPG Media, die sinds vele jaren samenwerken op de advertentiemarkt en tot 2017 partners waren in Mediafin, bereikten met RTL Group een overeenkomst betreffende de overname van RTL Belgium en werden elk voor 50% aandeelhouder.

Er wordt ook meer en meer samengewerkt met bedrijven buiten de mediasector om bepaalde 'niet direct aan media te linken'-projecten op te starten, bv. met banken of bouwgroep Willemen.

Daarnaast zoeken telecombedrijven ook (financiële) partners om te kunnen blijven investeren in hun netwerk. Een belangrijk nieuw gegeven is dat telecombedrijven Telenet, Proximus, Wyre en Fiberklaar, die elk bezig zijn met de aanleg van een glasvezelnetwerk in Vlaanderen, in juli 2024 een "memorandum of understanding" ondertekend waarin ze de belangrijkste voorwaarden vastlegden voor een mogelijke toekomstige samenwerking.<sup>483</sup>

De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten. De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse van BIPT, CSA, VRM en Medienrat.<sup>484</sup>

In Figuur 26: Verstregeling mediagroepen in Vlaanderen werden de samenwerkingsverbanden tussen de verschillende mediagroepen uitgetekend.

De figuur geeft per mediagroep via iconen aan of de groep actief is in pers, reclameregie, televisiezenders,

482 Mediahuis (2019, 8 oktober). Mediahuis en DPG Media lanceren JOBAT, het talentnetwerk. [Persbericht]. <https://www.mediahuis.be/mediahuis-en-dpg-media-lanceren-jobat-het-talentnetwerk/>.

483 VRT NWS, "Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen", 25 juli 2024.

484 Meer informatie hierover kan u terugvinden op de website van de VRM, via: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2023/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken>

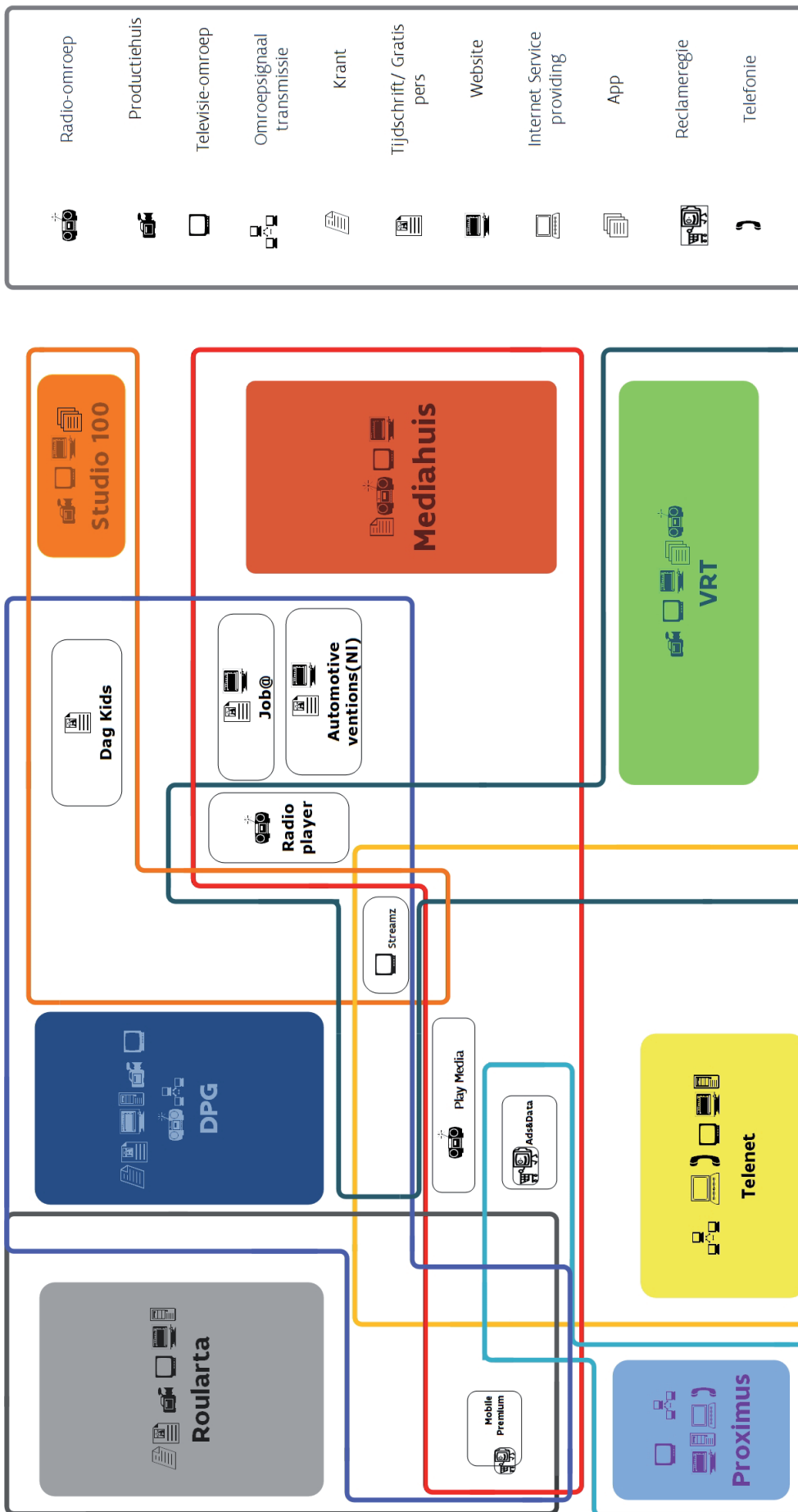
productiehuizen, omroepsignaaltransmissiediensten, radio, websites of apps.

In de productoverzichten op de voorgaande pagina's vindt de lezer terug over welke producten het gaat.

Producten waarvoor er samengewerkt wordt bevinden zich in de intersecties van één of meerdere groepen.







Figuur 26: Verstregeling mediagroepen in Vlaanderen

Bron: VRM

## 2.9 WETTELIJKE FUNCTIEHOUDERS

Sinds 2016 rapporteert de VRM over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouders bij mediaondernemingen optreden.

Vermits bij een rapportering over personen bepaalde privacyregels moeten gerespecteerd worden, diende de gegevensverzameling en –verwerking in overleg met de Vlaamse Toezichtcommissie voor het elektronische bestuurlijke gegevensverkeer te gebeuren.

De VRM verkreeg vanwege e-government een lijst met per KBO-nr. een uniek nummer voor de personen die genoteerd staan als

- Voorzitter
- Zaakvoerder
- Bestuurder
- Gedelegeerd bestuurder
- Vaste vertegenwoordiger
- Wettelijk vertegenwoordiger
- Oprichter van een onderneming natuurlijk persoon
- Algemeen lasthebber
- Vennoot of lid
- Persoon belast met dagelijks bestuur

Deze functies kunnen zowel door natuurlijke als door rechtspersonen bekleed worden. In onderstaande tabel wordt opgesplitst hoeveel natuurlijke en rechtspersonen in 1, 2, 3, 4 of 5 of meer bedrijven een functie bekleden.

### FUNCTIEHOUDERS

• Aantal bedrijven	436
• Aantal unieke mandaathouders	1465
• 1 mandaat	1337
• 2 mandaten	96
• 3 mandaten	15
• 4 mandaten	10
• 5 of meer mandaten	6

Tabel 55: Overzicht functiehouders  
Bron: VRM op basis van VKBO

Bij de natuurlijke – of rechtspersonen met verschillende mandaten zijn er geen uitschieters, in tegenstelling tot enkele jaren geleden. Dit komt voornamelijk doordat er decretaal ingegrepen werd in de mogelijkheid om zeer veel mandaten te betrekken in de lokale radiosector. De ‘mandatenkampioenen’ oefenen functies uit in verschillende ondernemingen die instaan voor een gevarieerd media-aanbod.

In hoofdstuk 3 wordt de cumulatie van mandaten per productketen verder geïllustreerd.

## 2.10 BESLUIT HOOFDSTUK 2

In dit hoofdstuk werden de Vlaamse mediagroepen bestudeerd. In een wijzigend medialandschap proberen deze groepen op verschillende vlakken steeds sterkere posities te verwerven. Daar waar vroeger (wisselende) strategische allianties aangegaan werden, werd er in de periode 2017-2019 vooral gekozen voor integratie.

Een belangrijk gegeven in 2023 is de uitkoop van de free float aandelen van Telenet, waardoor deze groep voor 100% in handen van het Amerikaans Liberty Global komt. Telenet aandelen werden geschrapt van de notering bij sluiting van de beurs op 13 oktober 2023.

Maar een aantal Vlaamse mediagroepen slaagde er ook in om hun posities buiten de taal- en landsgrenzen te vergroten. Het gaat dan vooral over de uitbreiding van het portfolio aan geschreven perstitels.

Om nieuwe media-initiatieven te ontplooiën, meestal als reactie op internationale concurrentie, ontstaan er opnieuw andere samenwerkingen.

Het meest significante recente voorbeeld daarvan is Ads & Data, een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) waarin vanaf 1 april 2021 de reclameregies van Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams bundelen in één nieuwe nationale regie.

Een ander recent voorbeeld is Streamz, een in 2020 opgerichte joint venture tussen DPG Media en Telenet om een subscription video on demand (SVOD) dienst aan te bieden. Maar ook de activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt, met name Jobat en Vacature.com, werden door DPG Media en Mediahuis ondergebracht in een nieuwe joint venture.

Een andere manier waarop groepen verder trachten hun positie te versterken is door verticale integratie, d.i. het innemen van posities in andere schakels van de waardeketen. Zo zien we dat Telenet en Proximus, die oorspronkelijk enkel in de distributiesector actief waren, ook acties ondernemen in de contentproductie en/of aggregatie. Telenet neemt hier het voortouw, met bv. de integratie van De Vijver Media en rebranding van de Playzenders, en de verdere participatie in productiehuizen Caviar en Sputnik media. Het Telenet-belang in Caviar staat momenteel wel in de etalage. Dit kan wijzen erop wijzen dat ze terug meer willen focussen op hun corebusiness en minder op de productie van content, zeker voor de buitenlandse markt. Aggregatoren zoals VRT of DPG Media proberen dan weer rechtstreeks contact te houden met de kijker via eigen platformen als VRT MAX en VTM GO(+).

Telecombedrijven Telenet, Proximus, Wyre en Fiberklaar, die elk bezig zijn met de aanleg van een glasvezelnetwerk in Vlaanderen, hebben in juli 2024 een “memorandum of understanding” ondertekend waarin ze de belangrijkste voorwaarden vastlegden voor een mogelijke toekomstige samenwerking.

De VRM rapporteert in dit hoofdstuk ook over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouders bij mediaondernemingen optreden.

Bij de natuurlijke – of rechtspersonen met verschillende mandaten zijn er geen uitschieters, in tegenstelling tot enkele jaren geleden. Dit komt voornamelijk doordat er decretaal ingegrepen werd in de mogelijkheid om zeer veel mandaten te betrekken in de lokale radiosector. Van de 1549 unieke mandaathouders die vermeld zijn in de in 2023 neergelegde jaarrekeningen over 2022 zijn er slechts 10 die 5 of meer mandaten bekleden. Deze ‘mandatenkampioenen’ oefenen functies uit in verschillende ondernemingen die instaan voor een gevarieerd media-aanbod.



////////////////////////////////////

# Hoofdstuk 3

## Informatie over mediaconcentratie







### 3. INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE

De informatie in dit derde hoofdstuk geeft aan hoe het met de concentratie binnen de Vlaamse mediasector gesteld is. Dit wordt eerst bestudeerd voor de in hoofdstuk 1 afgebakende mediavormen. Daarna komen de in hoofdstuk 2 vermelde mediagroepen aan bod. Vervolgens worden een aantal prijsevoluties onder de loep genomen en daarna wordt de Vlaamse mediasector kort in een internationale context geplaatst. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een onderzoek naar de lokale journalistiek.

#### 3.1 INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE PER MEDIAVORM

Voor elke mediavorm wordt de mate van verticale, horizontale en crossmediale integratie geschetst, worden financiële gegevens verstrekt en worden de marktverhoudingen op basis van populariteit (oplages, kijk- en luistercijfers, aantal hits...) weergegeven.

De financiële gegevens werden verkregen door de in 2024 neergelegde jaarrapporteringen bij de Nationale Bank van België te raadplegen. Deze jaarrekeningen slaan op 2023.

Voor cijfers betreffende voorgaande jaren wordt verwezen naar eerdere rapporten van de VRM. In dit rapport staan de financiële cijfers voor het jaar 2023 (voor zover beschikbaar). Er wordt een overzicht gegeven van:

CODE	OMSCHRIJVING
• 10/15	Eigen vermogen
• 20/58	Activa
• 70	Omzet
• 70/76A	Bedrijfsopbrengsten
• 9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)
• 9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting
• 9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten

De VRM-dataset staat ons toe om een ontwikkeling op langere termijn in kaart te brengen.

Voor een aantal schakels wordt voor de financiële gegevens een procentuele evolutie van de gemiddelde waarden (voor alle ondernemingen waarvoor de VRM activiteiten binnen de desbetreffende schakel heeft genoteerd, dus niet enkel voor de 10 grootste ondernemingen) uiteengezet in een grafiek. Als beginwaarde dient de gemiddelde waarde van 2014.

Deze oefening werd gemaakt voor de codes:

CODE	OMSCHRIJVING
• 70	Omzet
• 9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)
• 9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting
• 9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten

Daarnaast wordt ter vergelijking een naar 2014 herrekenende index voor de consumptieprijzen (hierna CPI) geplaatst.

Voor de marktverhoudingen op basis van populariteit (kijk- en luistercijfers, oplage, aantal hits...) wordt vaak gewerkt met informatie die verzameld werd door het Centrum voor Informatie over de Media (CIM). Sinds 2020 worden het aantal websitebezoeken van juni van het betreffende jaar gebruikt. Voor dit jaar is dit dus juni 2024. De cijfers in verband met sociale media en het aantal downloads van apps werden door de VRM

opgezocht in augustus en september 2024. Wat de app stores betreft, geeft enkel Google Play een aanduiding van het aantal downloads van een app. Van de andere grote app store, de App Store van Apple, is geen informatie beschikbaar. We baseerden onze cijfers daarom uitsluitend op de gegevens van Google Play.

Deze informatie werd door de VRM in grafieken verwerkt. Aan de hand van een aantal indicatoren (zoals C4 en Herfindahl (HHI)) zal de eigenlijke concentratie gemeten worden.

### INFOFRAGMENT 11: C3/C4 EN HERFINDAHL (HHI)

C3/C4 en Herfindahl zijn traditionele indicatoren voor het meten van concentratie in een sector.

Ze werden ook in de Europese studie over indicatoren voor mediapluralisme naar voor geschoven als indicatoren voor het meten van concentratie in de mediasector.<sup>485</sup>

Deze indicatoren kunnen per productcategorie berekend worden, zowel op basis van financiële gegevens zoals omzet, als op basis van CIM-cijfers zoals oplages.

C4: geeft de som van het marktaandeel van de 4 grootste aanbieders uitgedrukt in %. De waarde varieert tussen 0 en 100%. Hoe hoger de waarde, hoe groter de concentratie. Bij een zeer groot aantal aanbieders met elk een klein marktaandeel, benadert deze index 0. Wanneer de vier grootste spelers samen de volledige markt beheeren, is de waarde 1. De C4-indicator heeft als voordeel dat hij eenvoudig te berekenen is. Als nadeel geldt dat de onderlinge verhoudingen tussen de eerste vier marktspelers niet in beeld worden gebracht.

Herfindahl-index (of HHI, Herfindahl-Hirschman-index): deze index bestaat uit de som van de kwadraten van de percentages marktaandeel. Hoe groter het aandeel van de totale omzet bij één enkele aanbieder, hoe hoger dus de index. De maximale score is 1, hetgeen bereikt wordt als er slechts één aanbieder is die 100% van de markt bereikt. Bij een groot aantal aanbieders, met ongeveer gelijke marktaandelen, benadert deze index 0.

De indicatie van concentratie zal op basis van de HHI-index visueel aangegeven worden door de volgende kleurencode te hanteren:

- Groen: niet geconcentreerd (waarde  $<0,15$ )
- Oranje: matig geconcentreerd (waarde  $0,15 \leq x \leq 0,25$ )
- Rood: sterk geconcentreerd (waarde  $>0,25$ )

Op het einde van het hoofdstuk worden deze waarden voor horizontale concentratie voor de verschillende mediavormen samengebracht in een overzichtstabel.

Sinds 2016 wordt in dit hoofdstuk ook de concentratie van mandaten bij personen in kaart gebracht. In hoofdstuk 2 werden de mandaten in de hele mediasector bestudeerd. In dit hoofdstuk zoomen we in op de verschillende mediavormen: radio, tv en geschreven pers. Dit wordt bestudeerd op basis van de gegevens die worden vermeld in de jaarrekeningen die neergelegd zijn bij de Nationale Bank. De figuren bevatten drie soorten elementen:

- Rode bol met ondernemingsnaam: een mediaonderneming
- Rode bol zonder ondernemingsnaam: onderneming die zetelt in een raad van bestuur
- Grijs bol: natuurlijke persoon die zetelt in een raad van bestuur

Sinds 2018 onderzoeken we in dit hoofdstuk ook de stand van de lokale journalistiek in Vlaanderen. We onderzochten de evolutie van het aantal regionale katernen van de nationale kranten en bevroegen de communicatiediensten van de 300 gemeentes in Vlaanderen over het aanbod lokale nieuwsmedia in hun

<sup>485</sup> ICRI K.U.Leuven, Central European University, Jönköping International Business School en Ernst & Young Belgium, "Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach", Study for the European Commission, 2009, [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/study/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm). De Europese Monitor Mediapluralisme werd inmiddels geïmplementeerd in alle Europese lidstaten via diverse pilootprojecten uitgevoerd tussen 2014 en 2017 door het CMPF aan het European University Institute in Firenze. Voor meer informatie, zie: <http://monitor.cmpf.eu/>.

gemeente. Meer hierover vindt u onder punt 3.5.

### 3.1.1 Radio

#### 3.1.1.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

Met uitzondering van een aantal gastprogramma's verzorgen de meeste radio-omroeporganisaties de productie van hun eigen programma's. Radiozenders zijn dan ook verticaal geïntegreerde ondernemingen. Voor de reclameregie en omroepsignaaltransmissie doen sommige radio's wel beroep op andere ondernemingen. Reclameregies gaan ook in zee met elkaar om zo crossmediale reclamecampagnes te kunnen aanbieden over radio, tv en internet.

De VAR, de reclameregie van de VRT neemt sinds dit jaar de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze samenwerking tussen de VAR en de commerciële zenders is een opmerkelijke ontwikkeling in de Vlaamse radiomarkt. Het weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen. Deze stap kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Transfer Media, een thematische reclameregie, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer Media een radioaanbod uit dat een netwerk van een 37-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat. De concentratietendensen die al enige tijd bezig zijn in de markt voor tv-reclame bereiken nu dus ook de markt voor radioreclame.

Wat betreft de horizontale integratie zijn er op landelijk vlak zeer weinig spelers en is er dus hoge concentratie. Door de introductie van de vier netwerkradio's, die in de loop van 2018 opgestart werden, hoopt het beleid om de concentratie te verminderen. Temeer vermits de netwerkradio's sinds 1 september 2019 op DAB+ moeten uitzenden, waardoor zij de facto landelijke spelers geworden zijn. In 2023 werden extra FM-frequenties toegekend aan de drie nog bestaande netwerkradio-omroeporganisaties waardoor de (theoretische) dekkingsgraad wordt verhoogd, wat de leefbaarheid van de netwerkradio's ten goede moet komen. Op lokaal vlak zijn er in totaal veel spelers (132 frequentiepakketten), maar aangezien ze elk actief zijn binnen kleinere zendgebieden, kunnen we toch vaak van een geografisch monopolie spreken. Door de aanpassing van het Mediadecreet is wel niet langer sprake van de gaandeweg gegroeide ketenvorming binnen het lokale radiolandschap.

Er bestaat een grote mate van crossmediale integratie: VRT en DPG Media bieden nog tal van andere producten en diensten aan die losstaan van de radiomarkt. Bovendien werd Vlaanderen Eén opgenomen in de Mediahuisgroep en exploiteerde SBS Media Belgium (Play Media en Mediahuis) van 2018 tot en met eind september 2023 NRJ Vlaanderen op FM als netwerkradio.<sup>486</sup> Eind 2021 heeft Play Media (toen SBS Belgium) een participatie genomen in SBS Media Belgium.<sup>487</sup> Midden 2023 werd deze participatie, van 20 procent, gefinaliseerd.<sup>488</sup> Daarnaast zijn alle radiozenders online aanwezig via websites, sociale mediaprofielen en de mobiele applicatiemarkt.

Lokale radio's zijn in het merendeel van de gevallen minder crossmediaal geïntegreerd en focussen veeleer op radio-omroepactiviteiten, hoewel sommige lokale radio's gelinkt zijn aan lokale reclamebureaus en/of een website hebben.

De Roeselaarse radiozender Radio Bingo startte in 2024 een samenwerking met Eclips TV, de Vlaamse televisiezender voor jong en oud met een knipoog naar 55+. Concreet betekent dit dat je voortaan elke dag omstreeks 8.15 uur op Radio Bingo het programma-aanbod van de dag van Eclips TV hoort. Daarnaast wordt er ook dieper ingegaan op de programma's en worden de luisteraars warm gemaakt voor de uitzendingen. Wie

486 Eind september 2023 werd NRJ namelijk vervangen door Nostalgie+ als netwerkradio.

487 SBS Belgium nv (2022). Jaarverslag 2021, p. 42.

488 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

regelmatig naar Eclips TV kijkt, zal ook een televisiespot van Radio Bingo zien passeren.

Wat de distributieschakel betreft, wordt de exploitatie en het beheer van het VRT-zenderpark sinds maart 2019 gerealiseerd door Broadcast Partners, dat ook de commerciële DAB+-multiplex 11A exploiteert. Norkring exploiteert de commerciële DAB+-multiplexen 5A/5D.

Bij klassieke radio is er dus nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. Dit in tegenstelling tot de televisiemarkt. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Al bieden bijvoorbeeld podcasts wel kansen voor meer onafhankelijke productie. De horizontale concentratie onder de radiozenders wordt aangepakt door meer ruimte te creëren voor verschillende spelers. Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

Zolang er een stevige muur tussen de redactie en de marketingafdeling staat, hoeft dit niet meteen een groot probleem te zijn. Het VVJ-bestuur waarschuwde in 2021 echter voor de toenemende verstrengeling tussen het nieuwsaanbod en commerciële content in sommige mediabedrijven.<sup>489</sup> In 2023 bracht het online nieuwsmidium Apache een artikel uit over de cumul- en nevenactiviteiten van voornamelijk VRT-schermgezichten.<sup>490</sup> De Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) wees toen op de erkenningsvoorwaarden voor beroepsjournalisten, waarin is opgenomen dat commerciële nevenactiviteiten worden uitgesloten. Beroepsjournalisten mogen bijkluilen, maar enkel als de opdrachten losstaan van het journalistieke werk.

### 3.1.1.2 Analyse op basis van financiële gegevens

Door de verregaande vormen van verticale en crossmediale integratie is het niet mogelijk financiële gegevens te presenteren voor de verschillende segmenten van de waardeketen. De financiële gegevens slaan namelijk op alle activiteiten van de onderneming en niet enkel op de radio-omroepactiviteiten. Dit probleem wordt nog vergroot doordat – door de integratie van Mediaaan en De Persgroep Publishing in DPG Media – nu ook de resultaten van geschreven persactiviteiten verrekend zijn met radio en tv.

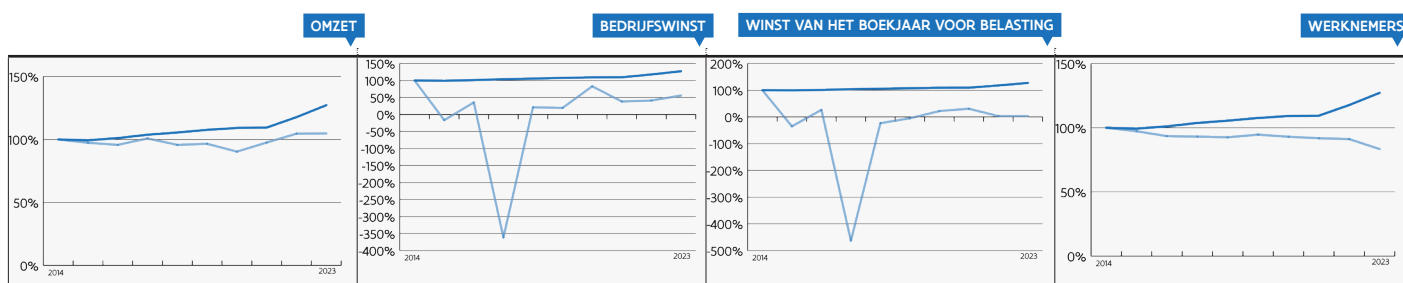
Er wordt in dit rapport een onderscheid gemaakt tussen publieke en private omroeporganisaties. De tabel en grafiek voor publieke omroeporganisaties geven enkel de financiële situatie van de VRT weer aangezien dit de enige speler is in deze categorie.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• VRT nv	280.678.982	558.652.750	465.411.567	480.100.724	-9.474.718	-416.905	1.908,7

Tabel 56: Financiële gegevens 2023 publieke landelijke radio

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 27: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 publieke landelijke radio

Bron: VRM op basis van informatie NBB

489 Zie: <https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciele-content>.

490 Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij. <https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij>

Algemeen gezien is de omzet van de publieke radio-omroeporganisatie vrij stabiel, al blijft deze ver achter op de evolutie van de consumptieprijzen. Dit valt deels te verklaren doordat de dotaties voor de VRT voor langere periodes vastgelegd worden. In 2020 is er een omzetsdip door de coronapandemie. De jaren daarna stijgt de omzet wel, maar in 2023 slechts zeer beperkt. In het jaarverslag 2023<sup>491</sup> licht de VRT toe dat de omzet is gestegen met 0,2%. Deze geringe toename komt voort uit diverse feiten die elkaar nagenoeg neutraliseren: de gewijzigde waarderingsregels waarbij een deel van de basisdotatie werd gereserveerd voor toekomstige kosten (het Europees kampioenschap voetbal en de Olympische Spelen), de beheersovereenkomst voorziet in een aanpassing van de basisfinancieringsenveloppe bij iedere overschrijding van de spilindex. In 2023 werd de spilindex twee keer overschreden, VRT werkte een transformatieplan uit dat bijhorende kosten bevat, de Vlaamse overheid financiert wel een deel van deze kosten en vanaf 1 januari 2022 wordt het globaal plafond op de commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut geïndexeerd op basis van een marktindex.

Het is belangrijk om op te merken dat er in het basisjaar 2014 een groot bedrijfsverlies en verlies voor belastingen plaatsvond. Hierdoor is een dalende curve positief te noemen en een stijgende curve negatief. Ondanks het uitdiepende bedrijfsverlies, liep het verlies voor belastingen het afgelopen jaar zeer sterk terug.

In de grafiek springt het jaar 2017 in het oog wegens erg winstgevend. De opvallende bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen in 2017 komt door de meerwaarde op de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite.<sup>492</sup>

Het aantal werknemers daalde t.o.v. 2014 met 379,9 voltijdsequivalenten (hierna VTE), namelijk van 2.288,6 VTE's naar 1.908,7 VTE's.

De opsplitsing tussen de financiële gegevens van radio en televisie kan niet exact gemaakt worden. De VRT geeft echter in haar jaarverslag aan hoe de kosten tussen de verschillende mediaplatformen worden verdeeld. Voor de radio-aanbodsmerken bedroeg het aandeel in de kosten voor 2023 17,1% (t.o.v. 16,4% in 2022).<sup>493</sup> Deze kosten stijgen al enkele jaren.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• DPG Media nv	189.320.510	484.599.509	550.072.286	583.514.293	74.109.865	80.851.881	1206,4
• Vlaanderen Eén nv	1.986.955	4.817.610	14.617.347	14.902.720	311.542	296.388	32,3

Tabel 57: Financiële gegevens 2023 private landelijke radio

IOp 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we in 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben.

DPG Media heeft vorig jaar iets minder omzet en winst geboekt dan in 2022. Dat blijkt uit het jaarverslag van het mediabedrijf. Voor dit jaar verwacht DPG Media dat de 'forse extra kosten' voor de persdistributie in België een impact op het resultaat zullen hebben. De mediagroep boven onder meer VTM en Het Laatste Nieuws boekte vorig jaar 1,79 miljard euro omzet. Dat was een daling met 2 procent ten opzichte van 2022. De brutobedrijfswinst (ebitda) kwam uit op 360 miljoen euro en het nettoresultaat op 197 miljoen euro, een daling met 1,5 procent.

DPG Media heeft in 2023 iets minder omzet en winst geboekt dan in 2022. Dat komt vooral door minder financiële opbrengsten. Voor 2024 verwacht DPG Media dat de forse extra kosten voor de persdistributie in België een impact op het resultaat zullen hebben. Het legt echter geen provisies aan in het kader van het BMA-onderzoek naar de concessie voor de bedeling van kranten en tijdschriften.

491 VRT nv (2024). Jaarverslag 2023, p. 54-55.

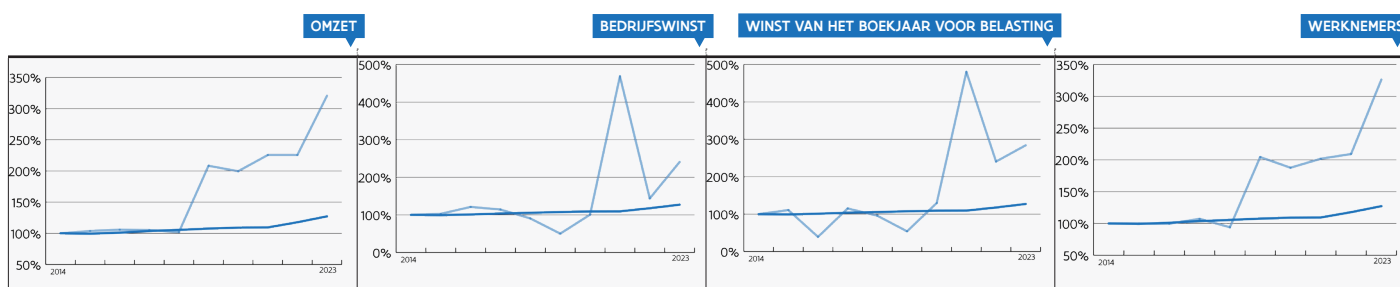
492 VRT nv (2018). Jaarverslag 2017, p. 160.

493 VRT nv (2024). Jaarverslag 2023, p. 82.



Vlaanderen Eén nv kende voor het tweede jaar op rij een licht stijgende bedrijfsopbrengst, maar doordat ook de bedrijfskosten meestegen, bleef de bedrijfswinst en winst voor belastingen gelijkaardig.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 28: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 private landelijke radio  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Op 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we in 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben. Dit is al een grote verklaring voor de stijging in de curves van 2022 naar 2023. Wat alleszins al jaren opvalt, is dat de vier curves ver boven de evolutie van de CPI liggen.

De piek van de bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen in 2021 kwamen voornamelijk door DPG Media en waren het resultaat van een combinatie van factoren: een succesvolle digitaliseringsstrategie, het herstel van de advertentiemarkten en de verkoop van Mobile Vikings aan Proximus begin 2021.

Bij de interpretatie van de grafiek met de evolutie van de waarden voor private landelijke radio-omroeporganisaties dient opgemerkt te worden dat de activiteiten van DPG Media naast radio ook geschreven pers en tv omvatten. Bovendien weegt DPG Media door zijn grootte zeer sterk door in deze figuur. De sterke stijging van het aantal werknemers en de omzet in 2019<sup>494</sup> alsook de pieken van de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen (zie hierboven) zijn dus grotendeels toe te schrijven aan DPG Media.

### 3.1.1.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Uit de Digimeter 2023 blijkt dat 63% van de Vlamingen dagelijks naar de radio luistert, een stabilisatie t.o.v. de studie uit 2022. 60% doet dat via een klassieke FM/ AM ontvanger, maar inzake dragers voor die radiobeleving zien we een duidelijke aanwezigheid van DAB+-ontvangers (48%) en in mindere mate ook de smartphone (28%). Het podcastformat blijft gestaag ziertjes winnen. 92% (-1) kent het ondertussen, 57% (+5) is een gebruiker en 26% (+3) is een actieve gebruiker. Het hoogste percentage actieve podcastluisteraars vinden we bij de 25-34-jarigen (42%, +6) en bij de 18-24-jarigen (34%, -5), al zien wij bij deze laatste groep dit jaar een daling in procentpunten.<sup>495</sup>

De derde editie van de CIM Audio Time studie ziet de totale audioconsumptie dalen met 6% tot 277 minuten. Zoals gebruikelijk is live radio goed voor twee derde van de audioconsumptie, gevolgd door de streamingdiensten (17%) en muziek via video (11%), die beide licht stijgen. Bij live radio blijft FM dalen, die nu goed is voor 53% van de luistertijd in deze categorie, vergeleken met 59% in 2022. Deze daling wordt gecompenseerd door de groei van DAB, dat in dezelfde periode stijgt van 17% naar 23%. Live radio via de televisie verliest licht terrein ten voordele van digitaal luisteren, d.w.z. via het internet, een app van een radiostation of een radioplatform. Deze digitale consumptie is goed voor 15% van de luistertijd, tegenover 13% in 2022. Wat betreft de toestellen die gebruikt worden om naar audio-content te luisteren, verliezen radio's, autoradio's en televisies wat terrein aan smartphones, computers en smart speakers, wat de algemene trend naar meer digitale consumptie van audio weerspiegelt. Met uitzondering van live radio is de smartphone het meest gebruikte toestel voor het luisteren naar audio-content: zo is deze goed voor 61% van de luistertijd van uitgestelde radio en podcasts, en voor 50% van streaming.<sup>496</sup>

494 Door de volledige overname van Medialaan door De Persgroep werden alle media-activiteiten bij DPG Media ondergebracht in 2019.

495 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024).

Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

496 CIM, "CIM Audio Time: trends zetten zich voort", <https://www.cim.be/nl/nieuws/2168-cim-audio-time-trends-zetten-zich-voort>, 25 januari 2024.

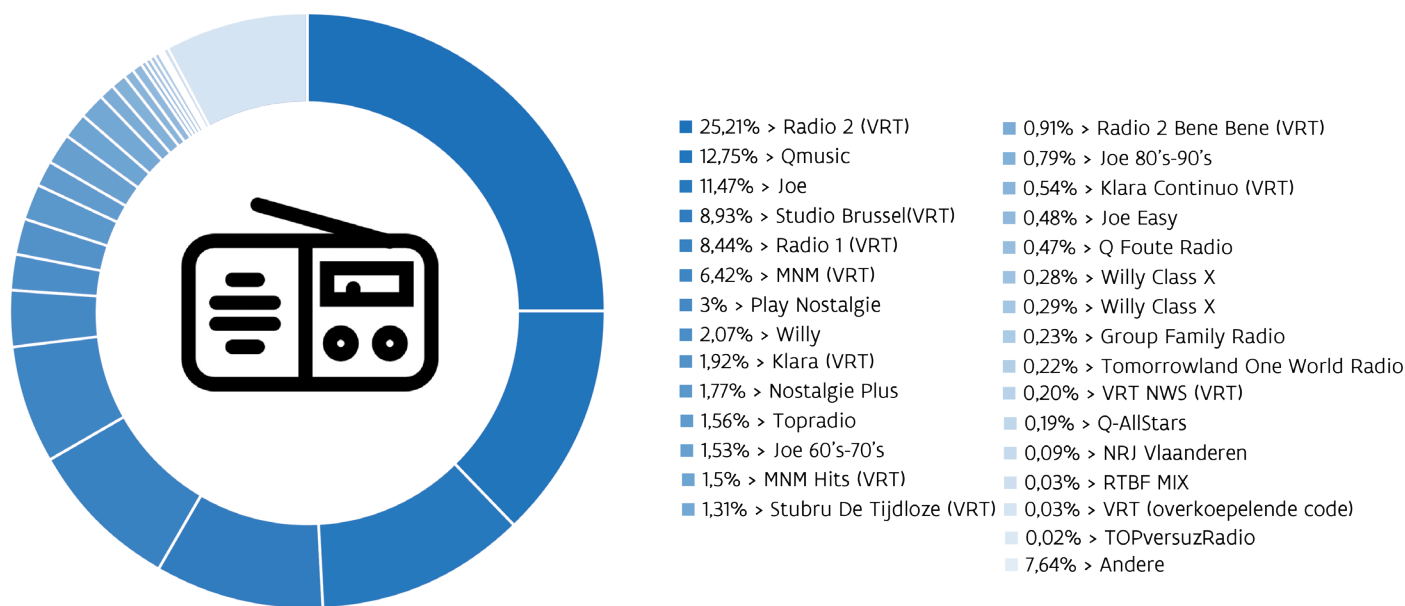


Volgens een tweejaarlijks onderzoek door Ipsos, uitgevoerd in opdracht van de Vlaamse overheid, gebeurt bijna de helft (49%) van het radioluisteren nu digitaal. Dat is een stijging ten opzichte van 41% in 2021. DAB+ ziet een groei van 19% naar 30% in luistertijd, vooral in de auto waar het gebruik steeg van 34% naar 48%.<sup>497</sup> Na een deuk in het vertrouwen sinds 2021 stelt het Digital News Report 2024<sup>498</sup> vast dat wereldwijd het vertrouwen in nieuws stagneert. De vertrouwenskloof tussen Vlaanderen (51%) en Wallonië (35%) blijft. De Vlaming blijft tegenover de rest van de wereld relatief goed scoren wat betreft vertrouwen in nieuws. Opmerkelijk: terwijl we Vlaamse wantrouwers in nieuws de afgelopen jaren vooral rechts op het politieke spectrum zagen opduiken, zien we vandaag een stijging aan de linkerkant. Ook onder jongeren (18-24-jaar) vinden we een significante groep wantrouwers. Specifiek voor radiozenders drukken voor Joe FM 60 procent, Qmusic 61 procent, Radio 2 71 procent en Radio 1 73 procent van de Vlamingen hun vertrouwen uit.<sup>499</sup>

### 3.1.1.3.1 Luistercijfers

De marktverhoudingen tussen de verschillende radio-omroeporganisaties kunnen geschetst worden aan de hand van luistercijfers. Deze worden door het CIM in golven geregistreerd. In 2018 ging CIM van start met een nieuwe studie die belangrijke methodologische wijzigingen inhoudt in vergelijking met de CIM radiostudie 2011-2017.<sup>500</sup>

Voor de vergelijking van de marktaandelen doorheen de jaren keken we meestal naar de resultaten van de golf maart-juni. Door de coronacrisis werd het CIM in 2020 echter geconfronteerd met de onmogelijkheid om face-to-face interviews uit te voeren. Daarom moest een nieuwe aanpak worden uitgerold. Dit proces resulteerde in de publicatie van een analysegolf van vier maanden, namelijk de periode van januari tot midden maart, gecombineerd met de periode mei-juni. In 2021 werd er weer overgeschakeld naar de golf maart-juni. In 2022 opteerde het CIM er voor om de golf januari-april te meten om beter aan de behoefte van de markt en hun intekenaars te voldoen. Het CIM publiceert nu nog 3 golven per jaar (jan-apr, mei-aug en sept-dec). In ons rapport brengen we verslag uit over de golf januari-april.



Figuur 29: Marktaandeel per zender - Golf 2024 Jan-Apr  
Bron: CIM, geconsulteerd op 22/07/2024

497 Ipsos, oktober 2023.

498 Pikone, I., e.a. "Digital News Report", juni 2024.

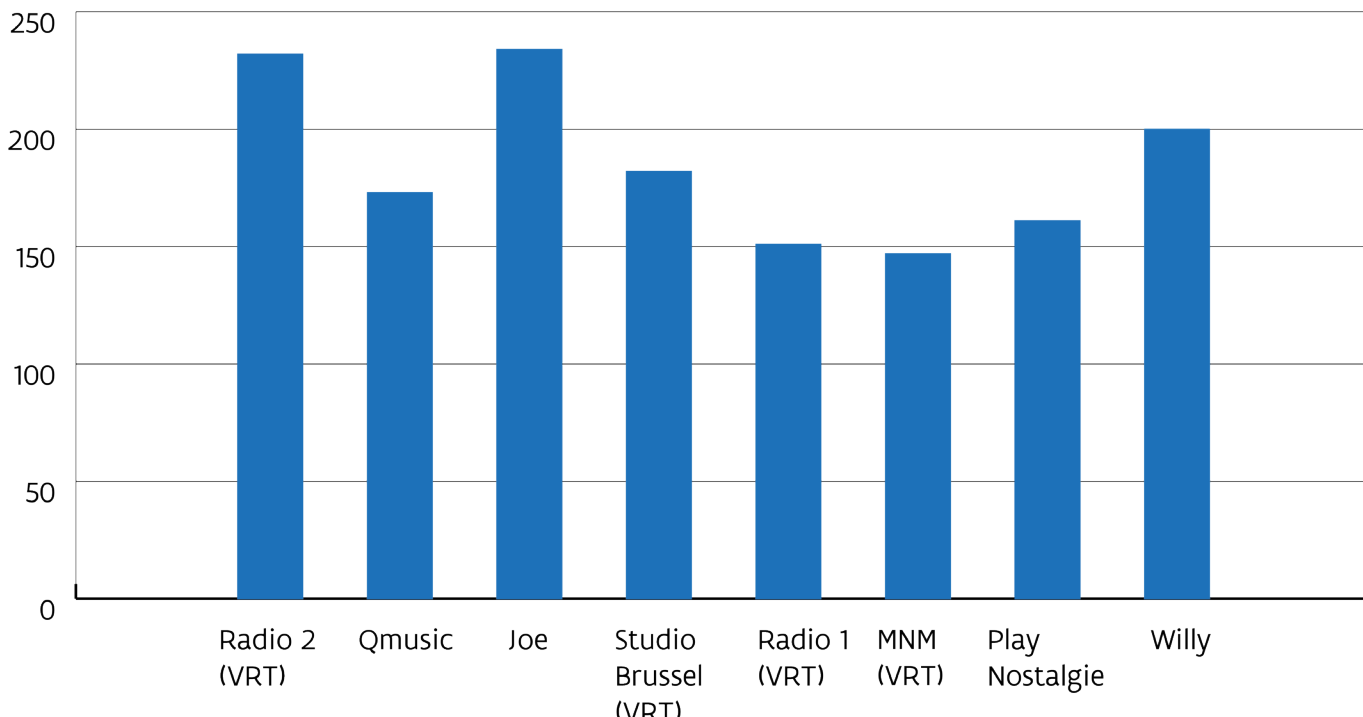
499 Meer informatie over het Digital News Report 2024 via [nieuwsgebruik.be](https://nieuwsgebruik.be).

500 De methodologische wijzigingen zijn:

- Een nieuwe database voor de steekproeftrekking
- Ongeveer 70% van face-to-face rekrutering met een nieuwe contactprocedure
- Ongeveer 30% van online rekrutering
- Een continu veldwerk en een nieuw publicatieritme
- Kortere timings voor het verwerken van de gegevens

Net zoals de afgelopen jaren is de top drie ongewijzigd. Radio 2 blijft de zender die dagelijks het grootste aantal luisteraars weet te bereiken en is dubbel zo groot als zijn eerste achtervolger. Qmusic staat op plaats twee met 12,75 procent marktaandeel, Joe op drie met 11,47 procent. Studio Brussel en Radio 1 maken de top vijf compleet. Vooral de daling bij Play Nostalgie (-3,07 pp) is frappant.

We focussen ook nog even op de gemiddelde tijd die een persoon besteedt aan een radiozender. In onderstaande figuur bekijken we de gemiddelde luistertijd per zender (ook voor Golf 2024 Jan-Apr). Van de zenders in de top acht qua marktaandeel, is Joe opnieuw de zender die in Vlaanderen per dag het langdurigst beluisterd wordt, met een gemiddelde dagelijkse luisterduur van 234 minuten. Radio 2 is opnieuw tweede, met 232 minuten.

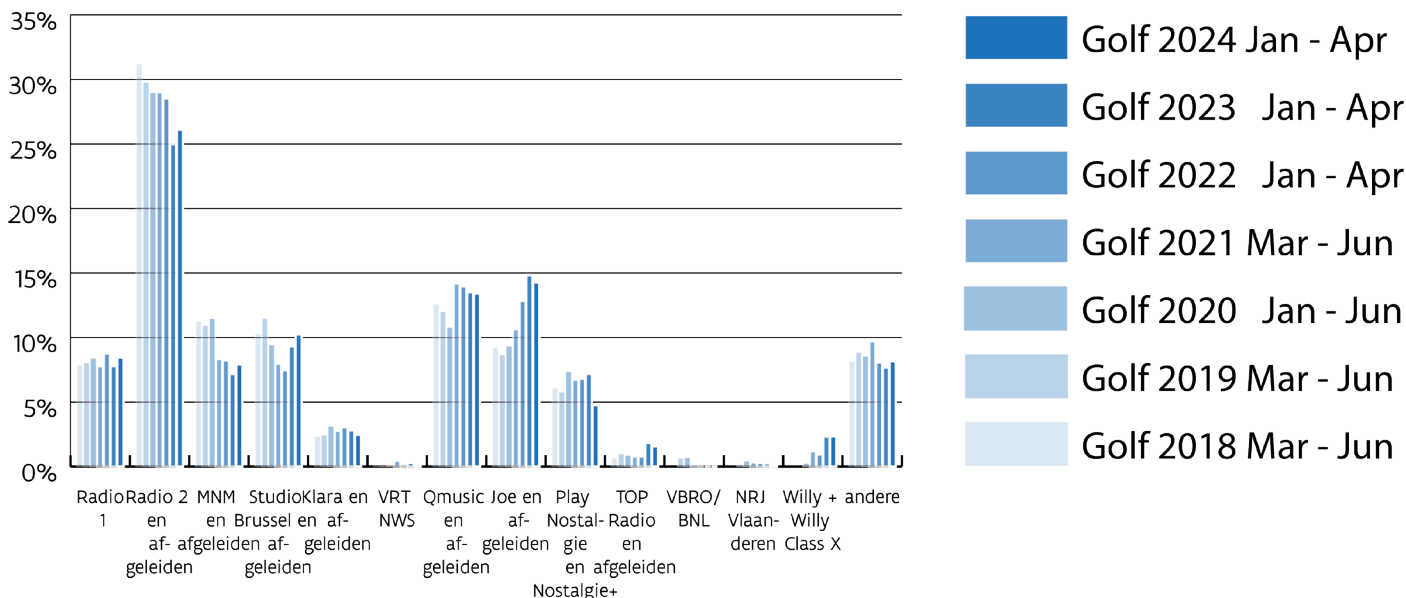


Figuur 30: Gemiddelde luistertijd per zender - Golf 2024 Jan-Apr  
Bron: CIM, geconsulteerd op 22/07/2024

Omdat de nieuwe CIM-studie in 2018 van start ging, wordt de Golf 2018 Mar-Jun gehanteerd als nieuwe nulmeting. In het rapport Mediaconcentratie 2017, p. 157 – Figuur 37 kunt u het historisch overzicht terugvinden van de marktaandelen radio o.b.v. luistercijfers voor de periode 2008-2017, alsook de evolutie van de verhouding tussen publieke en private radio op basis van luistercijfers.

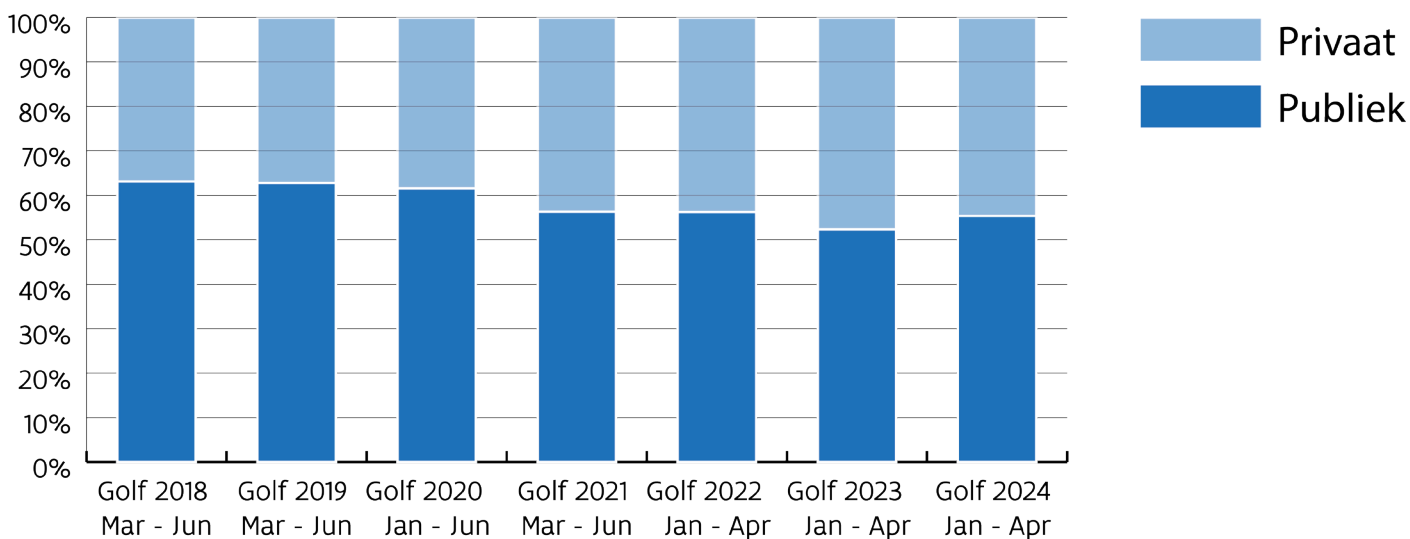
Hieronder wordt in de eerste grafiek de evolutie van de marktaandelen tussen de Golf Mar-Jun 2018 en 2019, Jan-Jun 2020, Mar-Jun 2021, Jan-Apr 2022, Jan-Apr 2023 en Jan-Apr 2024 getoond en in de tweede grafiek de evolutie van de verhouding publieke en private radio.





Figuur 31: Evolutie marktaandeelen Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr  
 Bron: Bewerking CIM Radiostudie: 12+, maandag tot zondag, 5-17u.

Nadat het marktaandeel van de publieke omroep vijf jaar op rij daalde, is er nu terug een stijging van 52,37% naar 55,38%. Zowat al hun radiozenders gaan erop vooruit, Klara uitgezonderd. Bij de private radiozenders komt het verlies quasi volledig op conto van Play Nostalgie. Na het record van vorig jaar, met een marktaandeel van 47,63 procent, daalt het marktaandeel van de private radiozenders dit jaar naar 44,62%.



Figuur 32: Evolutie verhouding publieke en private radio - Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr  
 Bron: Bewerking CIM Radiostudie: 12+, maandag tot zondag, 5-17u.

Omwille van de twee grote spelers op de radio-omroepmarkt, VRT en DPG Media, wordt naast de C4 ook de C2 berekend. Dit is de som van de marktaandelen op basis van de luistercijfers van beide. De concentratiewaarde van C2 lag dicht bij deze van C4, tot de opkomst van Nostalgie (Mediahuis-groep), waardoor er nu een verschil is tussen beide indexen.

Verder toont ook de HHI de gewijzigde verhouding tussen de groepen VRT en DPG Media. In de periode 2018 - 2024 daalt de index van 0,45 naar 0,39.

Als we kijken naar de concentratie-indexen op zenderniveau, zien we dat de HHI in 2020 voor het eerst sinds de tellingen onder de drempel van 0,15 duikt. Dit komt doordat er, vnl. dankzij DAB+, meer landelijke

radiozenders ontstaan. In 2023 daalt de index verder tot onder 0,12.

Nadat de C4 volgens groep in 2018 rond 92 procent zat door het stijgend marktaandeel van de DPG Media-radio's en Nostalgie, zakte de curve in 2019 licht, om tot 2022 rond de 90 procent te blijven. In 2022 steeg de C4 opnieuw tot 92 procent, in de daaropvolgende jaren stabiliseerde de C4 zich daarrond. De afstand tot de C2 verkleint echter doordat Play Nostalgie vooral marktaandeel verliest. De HHI volgens groep blijft stabiel rond de 0,40.

Op zenderniveau stijgt de C4 licht doordat de grote radiozenders het goed doen. De HHI daalt wel doordat het verlies voornamelijk bij Play Nostalgie zit en andere kleinere zenders het wel goed doen. Momenteel is er op zenderniveau sprake van een lage concentratie.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN ZENDERS	GOLF 2018 MAR - JUN	GOLF 2019 MAR - JUN	GOLF 2020 JAN - JUN	GOLF 2021 MAR - JUN	GOLF 2022 JAN - APR	GOLF 2023 JAN - APR	GOLF 2024 JAN - APR
C4	65%	64%	61%	62%	64%	63%	64%
HHI	0,1626	0,1557	0,1352	0,1435	0,1379	0,1198	0,1153

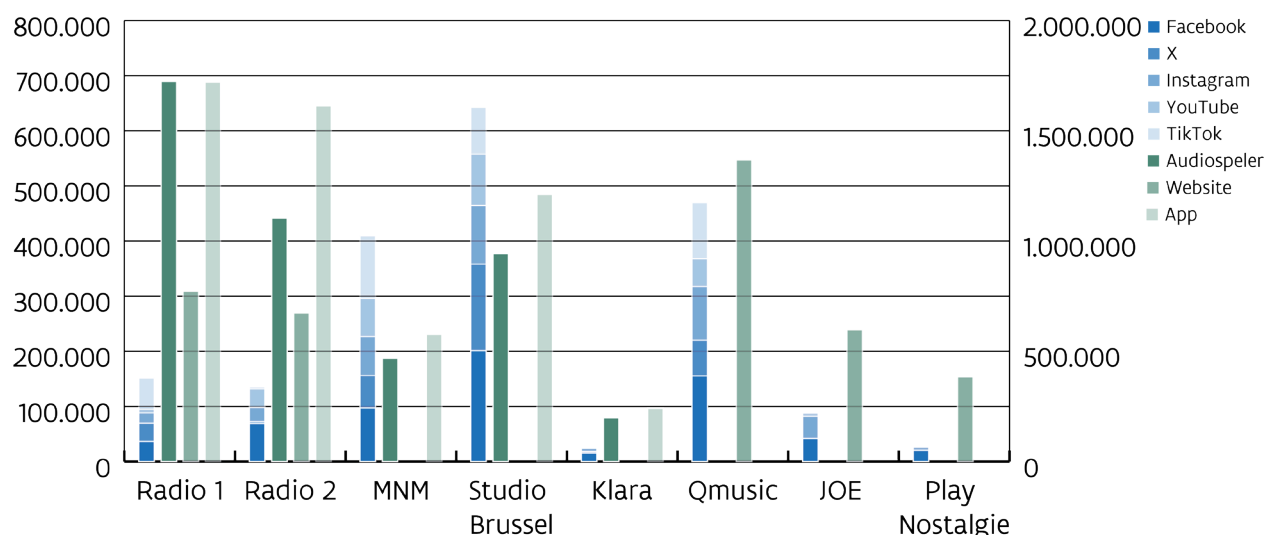
VOLGENS GROEP	GOLF 2018 MAR - JUN	GOLF 2019 MAR - JUN	GOLF 2020 JAN - JUN	GOLF 2021 MAR - JUN	GOLF 2022 JAN - APR	GOLF 2023 JAN - APR	GOLF 2024 JAN - APR
C4	92%	90%	91%	90%	92%	92%	92%
C2	85%	83%	82%	82%	84%	83%	85%
HHI	0,4500	0,4406	0,4271	0,3904	0,3988	0,3932	0,3995

Tabel 58: Concentratie-indexen zenders en groepen op basis van luistercijfers (Golf 2018 Maa - Jun, Golf 2019 Maa - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr)

Bron: VRM op basis van CIM

### 3.1.1.3.2 Online populariteit van radiomerkten

Onderstaande figuur geeft de absolute cijfers van de audiospelers (voor de eerste keer), websitebezoeken, appbezoeken en het aantal volgers op sociale media van de landelijke Nederlandstalige radiozenders waarover het CIM bericht.<sup>501</sup> Het gebruik van de audiospeler, het aantal websitebezoeken en appbezoeken staan op de primaire as (links) en het aantal volgers op sociale media op de secundaire as (rechts).



Figuur 33: Online populariteit radiozenders

Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken, cijfers zomer 2024

### Voor het eerst kunnen we de individuele audiospelers van de publieke omroep in kaart brengen. Wat betreft

501 In vorige mediaconcentratierapporten werd er gerapporteerd over het gemiddelde dagelijks aantal websitebezoeken over een bepaalde periode. Nu wordt er gerapporteerd over het maandelijks aantal websitebezoeken omdat er geen gemiddelde dagelijkse aantallen beschikbaar zijn bij de openbare gegevens van het CIM.

DPG Media geeft het CIM enkel overkoepelende cijfers omtrent hun short form en audiospeler. Omdat dit de cijfers zou vertekenen, nemen we dit hier niet mee op. De audiospeler van Radio 2 wordt het meest gebruikt, op de voet gevolgd door die van Studio Brussel.

Radio 2, twee jaar terug nog de vaakst bezochte radiowebsite, ziet zich voorbijgestoken door Radio 1. Qmusic blijft koploper wat betreft websitebezoeken. Bezoekers kunnen via de website naar de radiozender in kwestie luisteren en audiofragmenten herbeluisteren, maar ook nieuwtjes over muziek en actualiteit lezen, deelnemen aan wedstrijden of informatie over de verschillende programma's opzoeken.

De positiewissel komt doordat Radio 2 het aantal websitebezoeken zag decimeren. Alle radiowebsites moesten dit jaar bezoekers prijsgeven, maar Radio 2 spant hierin de kroon.

Sinds 2021 brengt het CIM de appbezoeken van de VRT-zenders in kaart. De appbezoeken van de commerciële radiozenders in deze oefening worden echter niet in kaart gebracht. Ook het aantal app-bezoekers daalt voor alle apps en wederom is het Radio 2 die het meeste verlies boekt. Hierdoor springt de app van Radio 1 wederom over Radio 2 naar de meest populaire app. De laatste jaren deden beide apps vaak haasje over. Studio Brussel staat steevast derde. Vorig jaar genereerden de apps voor het eerst meer bezoekers dan de websites. Dat is dit jaar weer het geval.

Als we de populariteit op sociale media bekijken, zien we een andere top drie: Studio Brussel afgetekend op één, gevolgd door Qmusic en MNM, net zoals de afgelopen jaren. Radio 2 heeft naast een algemeen profiel ook aparte profielen voor zijn regionale ontkoppeling (Radio 2 West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen, Antwerpen, Limburg en Vlaams-Brabant), deze zijn niet meegenomen in deze berekeningen.

We kunnen concluderen dat radio-omroepen die zich richten op een jong publiek het meeste volgers hebben op sociale media. In 2024 zijn de marktleaders qua audiospelers, websitebezoeken, appbezoeken en sociale media respectievelijk Radio 2, Qmusic, Radio 1 en Studio Brussel.

Wat apps betreft, kunnen we ook het aantal installaties belichten. Er zijn heel wat radio-apps die een overzicht bieden van Vlaamse/Belgische radio's. Het is opvallend dat die (momenteel nog) populairder zijn dan de app Radioplayer, die gelanceerd werd door een consortium van de grootste radiospelers van België.

Zoals in de inleiding van dit hoofdstuk vermeld, stelt enkel Google Play gegevens beschikbaar omtrent het aantal installaties van een app, die dan nog indicatief zijn en niet specifiek, bv. 1K+, 5K+, 10K+, 50K+, 100K+ of 500K+. De App Store van Apple stelt geen gegevens beschikbaar.

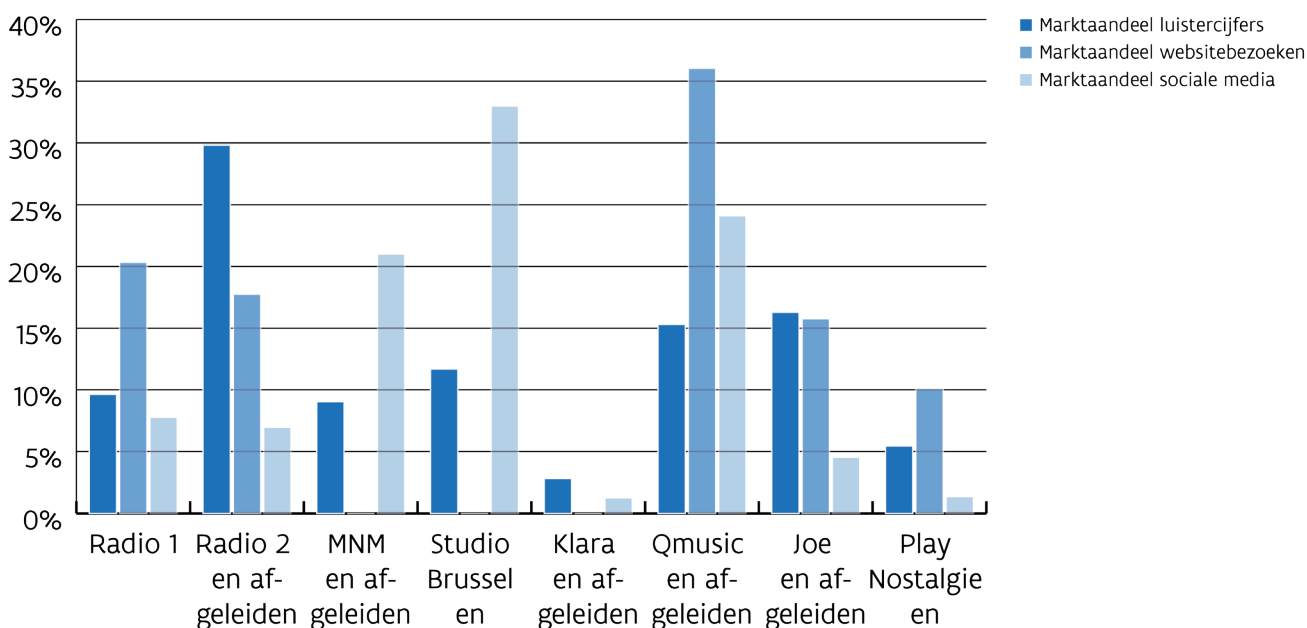


# APPLICATIES

NAAM	AANBIEDER	AANTAL INSTALLATIES JULI 2020
• Qmusic – Live Radio	DPG Media	500.000-1.000.000
• Radio België FM - radio online	AppMind – Radio FM, Radio Online	500.000-1.000.000
• Joe	DPG Media	100.000-500.000
• Klara	VRT	100.000-500.000
• MNM	VRT	100.000-500.000
• Play Nostalgie	Nostalgie	100.000-500.000
• Radio België FM online	Radioworld FM	100.000-500.000
• Radio België FM: Online Radio	RadioFMapp	100.000-500.000
• Radio Belgium	Simon Schellaert	100.000-500.000
• Radioplayer .be	Digitale Radio Vlaanderen	100.000-500.000
• Studio Brussel	VRT	100.000-500.000
• VRT Radio 1	VRT	100.000-500.000
• VRT Radio 2	VRT	100.000-500.000
• België.FM – Radio	Nederland.FM	50.000-100.000
• TopRadio be	Topradio	50.000-100.000
• Willy	DPG Media	50.000-100.000
• NRJ België	NRJ België	10.000-50.000

Tabel 59: Aantal installaties applicaties radio via Google Play  
Bron: VRM op basis van Google Play

Vervolgens zoomen we in op de acht landelijke Nederlandstalige radiozenders en hun nevenzenders. In onderstaande figuur<sup>502</sup> zijn de marktaandelen tussen de verschillende zenders opgenomen op basis van de luistercijfers, websitebezoeken en hun volgers op sociale media.



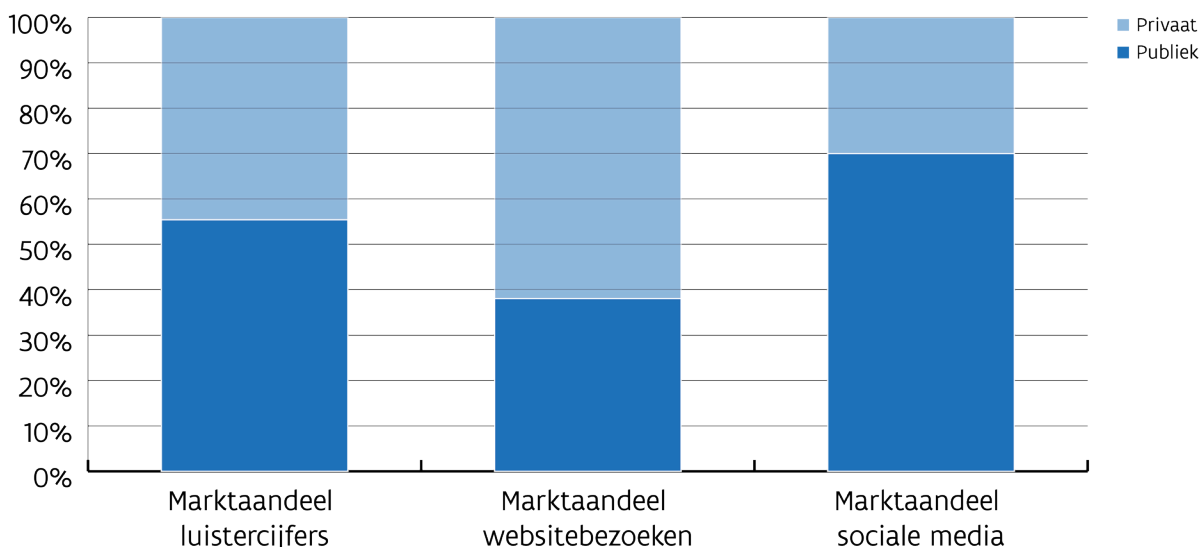
Figuur 34: Marktaandelen landelijke radiozenders  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Wanneer we naar de verhouding tussen publieke en private radio kijken op basis van het aantal volgers op sociale media enerzijds en het marktaandeel van luistercijfers anderzijds zien we dat deze verhoudingen tegenover vorig jaar vrij stabiel blijven. Deze bedragen respectievelijk 70-30 en 55-45, telkens in het voordeel van de publieke omroep.

502 Dit gaat enkel over de marktaandelen van de Nederlandstalige landelijke radiozenders. Netwerk-, lokale, internet-, buitenlandse of andere radiozenders zijn hier niet in opgenomen.



Op basis van de websitebezoeken zagen we vorig jaar al een grote verschuiving van marktaandeel van de publieke omroep naar de commerciële radiowebsites. Dat komt dit jaar uit op 62%-38%. Twee jaar geleden was dat nog omgekeerd. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de websites van Studio Brussel, MNM en Klara zijn opgegaan in VRT MAX en dat deze website niet in deze cijfergegevens wordt opgenomen.

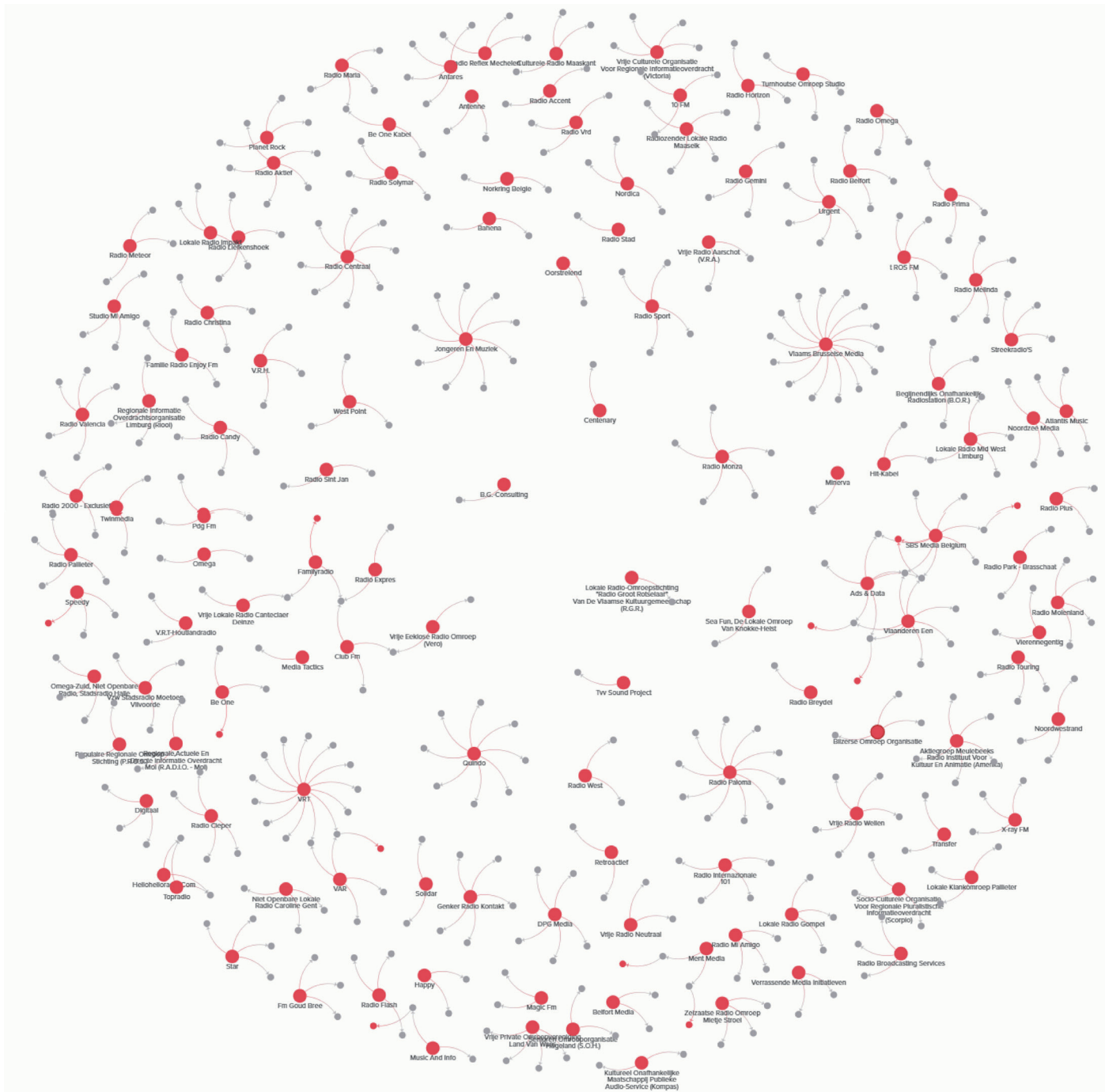


Figuur 35: Verhouding marktaandelen landelijke publieke versus private radio  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

### 3.1.1.4 Mandatenconcentratie in de radiosector

In de figuur hieronder kijken we naar de cumulatie van mandaten in de radiosector. Als we vergelijken met zes jaar geleden zit de macht veel minder geconcentreerd dan vroeger. Dit komt door het nieuwe frequentieplan, dat op basis van deze gegevens zeker zijn ambitie heeft waargemaakt. We maakten gebruik van de informatie uit de jaarrekeningen over 2023 die in 2024 ingediend werden. Niet alle lokale radio's zitten in deze figuur omdat niet elke radio deze gegevens indient bij de Nationale Bank.

Hoe lees je deze figuur? Bijvoorbeeld rechts zie je SBS Media Belgium. Via Ads & Data hebben ze bestuurlijke banden met Vlaanderen Eén. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via [www.vlaamseregulatormedia.be](http://www.vlaamseregulatormedia.be) kan je deze figuur duidelijker bekijken.



Figuur 36: Mandatenconcentratie in de radiosector  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

## 3.1.2 Televisie

### 3.1.2.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

Veel spelers in het Vlaamse televisielandschap beperken zich niet tot activiteiten binnen één schakel van de waardeketen en sommige spelers zijn ook via andere mediavormen actief.

Doordat ze hun eigen intern productiehuis hebben, zijn de meeste omroepen verticaal geïntegreerd over de schakels contentproductie en aggregatie.

Sommige omroepen hebben ook een interne reclameregie, anderen werken met een externe. Reclameregies gaan ook in zee met elkaar om zo crossmediale reclamecampagnes te kunnen aanbieden over radio, tv en

internet. Een voorbeeld hiervan is de nationale reclameregie Ads & Data (van Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media).

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBTv terecht bij de maker van Eclips TV. De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde en de commerciële exploitatie wordt momenteel waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv. De integratie tussen enkele regionale tv-omroepen en Mediahuis wordt dus teruggedraaid. TV Limburg gaat hier het verst in. Bij de regionale omroepen zit er mogelijk wel nog wat extra horizontale concentratie aan te komen. De nieuwe samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse overheid mikt immers op schaalvergroting. Zo wordt de weg vrijgemaakt voor de fusie van de regionale omroepen in West-Vlaanderen (WTV en Focus TV) en Oost-Vlaanderen (AVS en TV OOST), zodat er in 2026 in beide provincies nog één regionale mediaorganisatie actief zou kunnen zijn. De fusie van AVS en TV Oost sprong wel al (voorlopig) af.

Sinds de stopzetting van Stievie in 2020 is DPG Media niet langer actief in de distributieschakel. Stievie was namelijk eigendom van Stievie nv, een dochtermaatschappij van DPG Media, en was bij de VRM aangemeld als dienstenverdelers.

Het is belangrijk om te vermelden dat zowel VRT, DPG Media, als Play Media zich met hun OTT-platformen VRT MAX, VTM GO(+) en GoPlay rechtstreeks focussen op de kijker. Telenet en DPG Media commercialiseren samen ook het betalende streamingplatform Streamz, dat als eerste Vlaamse speler een goedkopere abonnementsformule mét reclame lanceerde. Verder introduceerde DPG Media de betalende versie van haar gratis streamingsplatform VTM GO (VTM GO+).

In 2021 kocht DPG Media, samen met Rossel, RTL Belgium. Dit werd in 2023 gefinaliseerd. Hierdoor heeft DPG Media nu een nationale dekking en kan het een sterkere positie uitbouwen op de advertentiemarkt.

Telenet en Proximus zijn telecombedrijven die televisie, telefonie en breedbandinternet aanbieden. Beide bedrijven zijn op diverse terreinen van de waardeketen van televisie actief. Hoewel zij initieel enkel omroepsignaaltransmissiediensten aanboden, zijn beide ondernemingen stelselmatig actiever geworden als televisieomroeporganisatie in de schakel aggregatie en zetten zij steeds verdere stappen in de voorliggende productieschakel. Telenet gaat hier veel verder in dan Proximus, denk bijvoorbeeld aan de volledige overname van De Vijver Media door Telenet waardoor zowel de televisiezenders als het productiehuis zo volledig in handen van Telenet kwamen. Daarnaast is er ook de Telenet-participatie in het productiehuis Caviar. In 2022 werd dit belang opgetrokken naar 70 procent. In 2024 werd de verticale concentratie wel wat teruggedraaid doordat Telenet zijn kabelinfrastructuur onderbracht in Wyre, een joint venture met Fluvius.

Telenet probeert wel zijn positie als televisiedienstenverdelers te versterken door de introductie van zijn nieuwe lagekostenmerk 'Base'. Dit lijkt een antwoord op de toekomstige marktbetreding door Digi, dat al aankondigde zijn aanbod aan lage prijzen in de markt te zetten. Deze introductie van een nieuwe speler zal de horizontale concentratie waarschijnlijk verder verlagen.

Door het Marktanalysebesluit van 1 juli 2011 biedt Orange ook televisie, telefonie en breedbandinternet aan in Vlaanderen.

Na de verkoop van 75 procent min één aandeel van telecomoperator VOO aan Orange Belgium in 2021 heeft Orange Belgium begin juni 2023 de overname helemaal afgerond nadat het eerder groen licht kreeg van de Europese Commissie omtrent deze overname, mits voorwaarden.

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. Dit zou een toename van de concentratie kunnen inhouden, en daarom heeft de Belgische Mededingingsautoriteit besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met de telecom (federaal)- en omroepregulators (op het niveau van de gemeenschappen) zal gevoerd worden.



De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.

Een bijkomende factor vormen de activiteiten binnen het kader van de stimuleringsregeling, waarbij dienstenverdelers verplicht zijn te participeren in de productie van Vlaamse audiovisuele content (via een bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds of door middel van cofinanciering van producties). Deze regeling startte in 2014 en is momenteel op verschillende dienstenverdelers van toepassing (Telenet, Proximus, Orange Belgium, VOO en Canal+ Luxembourg). Daarnaast geldt er sinds 2019 een investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties in Vlaanderen. Momenteel vallen hier verschillende (inter)nationale spelers onder zoals Netflix, Disney, Amazon, Google, Apple en Streamz. Beide financiële regelingen werden herwerkt tot een eengemaakt stimuleringsregeling die in 2025 in voege gaat. In de nieuwe regeling worden ook aanbieders van videoplatformdiensten, zoals Meta en TikTok, meegenomen.

De Vlaamse ondernemingen die aanwezig zijn op de televisiemarkt hebben vaak ook activiteiten die zich buiten de televisiewereld afspelen. De meeste combineren al langer televisie met internetactiviteiten. Op radiogebied zijn VRT en DPG Media, alsook Telenet (Play Media) en Mediahuis (via Play Nostalgie) reeds lang actief. De erkenning van NRJ Vlaanderen werd toegekend aan SBS Media Belgium. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ op de FM-band door Nostalgie Plus. In 2023 kocht Telenet via Play Media 20 procent van de aandelen in Vlaanderen Eén nv over van Mediahuis, dat wel meerderheidsaandeelhouder blijft. Vlaanderen Eén is de vennootschap boven de radiozender Play Nostalgie en zusterzender Nostalgie Plus (via SBS Media Belgium).

Studio 100, van oorsprong louter productiehuis, haalt belangrijke verdiensten uit merchandising en andere vormen van entertainment, zoals pretparken. Het is ook actief op de buitenlandse markt. Studio 100 en Streamz kwamen bovendien overeen een aparte kidszone te voorzien op het VTM GO (+)-platform.

De verticale integratie is dus erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuisen verzwakken. Al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuisen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en een publieke omroep. Het is tegelijk opvallend dat Telenet en DPG Media toenadering zoeken tot elkaar, wat zich uitte in de oprichting van een Vlaams streamingalternatief, Streamz.

Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

Hiervoor wordt teruggegrepen naar het sterkste omroepmerk, waarrond zenders worden gebouwd. VRT kiest zo voor het merk VRT (VRT 1 en VRT Canvas), terwijl DPG Media opteert voor het merk VTM. Telenet / SBS Belgium (nu Play Media) kiest voor het merk Play om de link te maken naar de moedergroep Telenet. Bovendien werken de dienstenverdelers en de private televisieomroeporganisaties actief samen rond een uniform model voor televisiereclame.

Zolang er een stevige muur tussen de redactie en de marketingafdeling staat, hoeft dit niet meteen een groot probleem te zijn. Het VVJ-bestuur waarschuwde in 2021 echter voor de toenemende verstrengeling tussen het nieuwsaanbod en commerciële content in sommige mediabedrijven.<sup>503</sup> Ook onderzoek van de VUB over de band tussen mediaconcentratie en zelfpromotie illustreert dit risico.<sup>504</sup> In 2023 bracht het online nieuwsmedium Apache nog een artikel uit over de cumul- en nevenactiviteiten van voornamelijk VRT-schermgezichten.<sup>505</sup>

De Media.Monitor van Mediapunt<sup>506</sup> onderzoekt crossmediagebruik vanuit het standpunt van de consument. Het stelt dat de coronapandemie het crossmediagebruik een serieuze boost heeft gegeven. De digitalisering kwam in een stroomversnelling en het merendeel van de Vlamingen maakt frequenter gebruik van allerhande

503 Zie: <https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciële-content>.

504 Gepresenteerd tijdens een hoorzitting in de Commissie media over mediaconcentratie en journalistieke zelfpromotie op 12 november 2020.

505 Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij. <https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij>

506 Mediapunt, "Mediamonitor: de stand van mediaonderzoek in Vlaanderen anno 2023", <https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/mediamonitor2023>, 21 mei 2024.

platformen en kanalen. Deze stijging in crossmediagebruik zorgt voor een stijging in crossmediaproductie (en/of omgekeerd). Gebruikers consumeren media op allerhande platformen, (nieuws)mediaorganisaties kunnen niet anders dan volgen. Nieuws neemt in het mediarepertoire van het merendeel van de Vlamingen wel geen vooraanstaande plaats in. De meesten zijn wel op de hoogte van het belangrijkste nieuws. Dit gebeurt niet altijd via hun mediagebruik, maar eerder via hun netwerk.

### 3.1.2.2 Analyse op basis van financiële gegevens

Hieronder volgen enkele overzichten van de meest recente financiële gegevens voor de belangrijkste facilitaire bedrijven, productiehuisen, publieke en private omroeporganisaties, exploitatiemaatschappijen voor regionale televisie en netwerkbeheerders/operators. De jaarrekeningen omvatten de financiële gegevens van alle activiteiten van een onderneming zonder daarbij een onderscheid te maken tussen de verschillende producten en diensten waarmee ze op de markt vertegenwoordigd zijn. Het is dus niet mogelijk om op basis van louter omzetcijfers of andere financiële gegevens eenduidige conclusies te trekken betreffende concentraties in de televisiemarkt.

#### 3.1.2.1 Facilitaire bedrijven

In de volgende tabel vindt u een selectie uit de financiële rapportering van de tien grootste facilitaire bedrijven.

## FINANCIËLE GEGEVENS

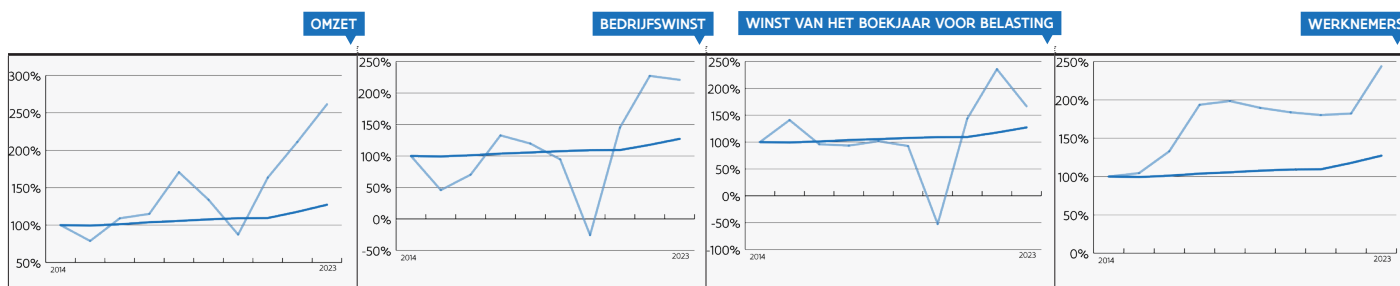
ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• PRG Projects	34.940.724	69.687.112	-	-	819.222	1.187.157	12,5
• EMG Belgium (Videohouse)	32.443.520	74.307.907	81.510.670	84.039.249	3.173.316	2.761.224	295,6
• LITES (FAC'S)	10.120.208	30.032.655	-	-	756.849	97.303	15,3
• DIGITAL MEDIAFACILITIES (DMF)	5.557.824	7.574.109	673.802	10.577.523	549.263	469.539	-
• Warner Bros. International Television	3.075.182	6.822.947	8.645.724	8.839.038	749.488	745.791	19,6
• Homerun Records	2.522.909	3.400.545	-	-	462.674	455.335	-
• DB Video Productions	2.434.870	10.061.559	14.628.140	14.801.963	496.675	515.977	42,9
• Medialife	2.115.761	2.649.607	-	-	109.007	-42.383	25,3
• Ampli	2.084.508	2.570.603	-	-	523.335	531.216	15,5
• Eurogrip	2.046.493	2.361.572	-	-	151.753	161.393	6

Tabel 60: Financiële gegevens 2023 grootste facilitaire bedrijven

Algemeen gesproken kunnen we stellen dat de tien grootste facilitaire bedrijven, waarvoor financiële cijfergegevens uit 2023 beschikbaar zijn, degelijke financiële resultaten kunnen voorleggen.



## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 37 : Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – facilitaire bedrijven<sup>507</sup>

Bron: VRM op basis van informatie NBB

Deze grafiek toont de evolutie van de waarden t.o.v. 2014. In 2020 zien we een duidelijk verlies ten gevolge van corona. In 2021 en 2022 zien we een herstel. In 2023 is er opnieuw een neergang van de winstgevendheid, vermoedelijk door de inflatie, want de omzet stijgt bijvoorbeeld gewoon door.

### 3.1.2.2 Productiehuizen

Hieronder bevindt zich een selectie uit de financiële rapportering van de vijftien grootste productiehuizen.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Studio 100	44.105.554	254.177.619	90.296.875	97.386.609	5.922.225	19.925.130	44.105.554
• Woestijnvis	43.789.357	59.345.954	57.340.536	59.975.386	1.981.134	3.656.641	43.789.357
• Caviar Group	24.581.168	28.541.923	-	233.309	52.328	1.559.917	24.581.168
• Warner Bros. International Television Production België Specials	14.070.752	16.132.487	3.574.499	3.582.119	-126.038	274.346	18,4
• De Mensen	9.466.859	23.749.376	27.337.272	30.883.153	4.226.415	4.450.587	9.466.859
• Eyeworks Film & TV Drama	7.846.909	17.964.280	14.964.953	11.311.128	1.368.865	1.363.114	14,9
• Menuet	7.000.997	7.887.657	-	-	-342.892	-108.688	7.000.997
• Banijay Belgium	6.751.613	21.806.035	24.680.501	25.169.941	-3.937.371	1.007.811	6.751.613
• Lunanime	5.351.663	15.087.081	2.159.682	12.585.748	-2.276.172	-565.325	5.351.663
• Caviar Antwerp	4.535.678	13.006.628	17.705.698	18.974.300	795.399	294.719	4.535.678
• Jonnydepony	3.636.482	12.380.332	-	-	-1.071.433	2.035.458	3.636.482
• Timescapes	3.505.709	3.567.451	-	-	-357.686	40.599	-
• Panenka	3.002.345	19.599.116	-	-	1.071.700	1.247.484	3.002.345
• FBO	2.464.721	8.088.987	-	-	247.662	167.333	2.464.721
• Hotel Hungaria	2.463.532	9.753.437	11.863.235	13.305.971	-1.019.451	-768.690	22,3
• RV Productions	2.422.433	2.498.652	-	-	-233.428	367.790	2.422.433

Tabel 61: Financiële gegevens 2023 productiehuizen

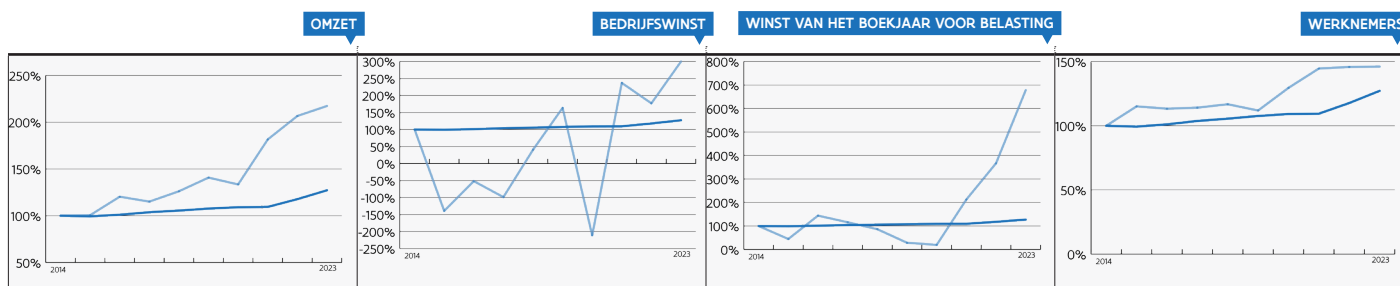
De top vijf van grootste productiehuizen is gelijkaardig aan die van vorig jaar. De top twee wisselt wel van plaats, Studio 100 springt over Woestijnvis. Studio 100 heeft uiteraard ook nog veel andere activiteiten binnen de Benelux (bv. productie en distributie van tv-programma's en films, productie en exploitatie van theatervoorstelling, etc.). Tegelijk fungeert de vennootschap ook als holdingmaatschappij van Studio 100 Groep.<sup>508</sup> Studio 100 kende een sterke stijging van de winstgevendheid, voornamelijk door een stijging van de financiële opbrengsten.

<sup>507</sup> In deze grafiek ontbreken financiële gegevens van verschillende facilitaire bedrijven omwille van de laattijdige indiening van hun jaarrekeningen bij de Nationale Bank.

<sup>508</sup> Studio 100 nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 46.



## EVOLUTIE GEMIDDELTE WAARDEN



Figuur 38: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – productiehuizen<sup>509</sup>  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Sinds 2015 is een sterkere stijging van de omzet merkbaar. Bij de bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen begint dit vanaf 2021. In 2023 tekenen de curves van de omzet, de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen trouwens weer recordhoogtes op. Dit is wel in belangrijke mate toe te schrijven aan de grootste productiehuizen. Het gemiddeld aantal werknemers evolueert licht boven de CPI.

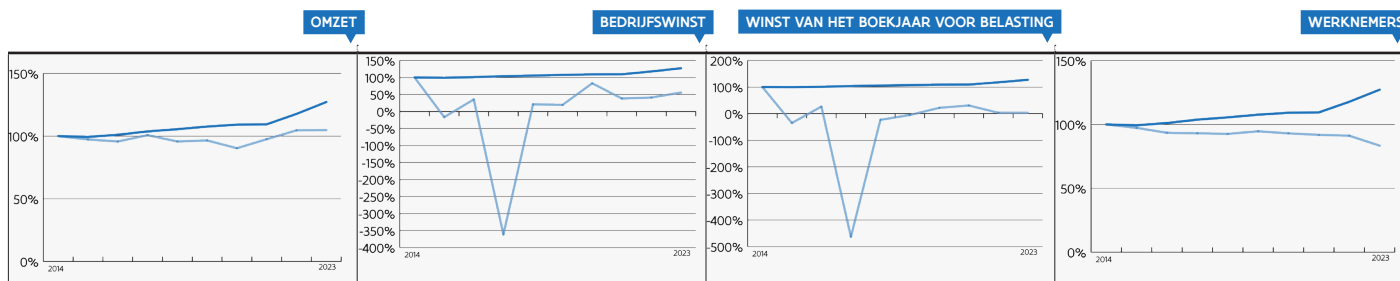
### 3.1.2.2.3 Openbare omroep en landelijke televisie

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• VRT nv	280.678.982	558.652.750	465.411.567	480.100.724	-9.474.718	-416.905	1.908,7

Tabel 62: Financiële gegevens 2023 publieke televisieomroeporganisatie

## EVOLUTIE GEMIDDELTE WAARDEN



Figuur 39: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 publieke televisieomroep  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

De financiële gegevens van de publieke radio- en televisieomroeporganisatie VRT werden reeds besproken onder titel 3.1.1.2 van dit rapport.

De opsplitsing tussen de financiële gegevens van radio en televisie kan niet exact gemaakt worden. De VRT geeft echter in haar jaarverslag aan hoe de kosten tussen de verschillende mediaplatformen worden verdeeld. Voor de tv-aanbodsmerken bedroeg het aandeel in de kosten voor 2023 39,4%, wat een daling is t.o.v. vorig jaar (2022: 40,6%).<sup>510</sup>

<sup>509</sup> In deze grafiek ontbreken financiële gegevens van verschillende productiehuizen omwille van de laattijdige indiening van hun jaarrekeningen bij de Nationale Bank.

<sup>510</sup> VRT nv (2023). Jaarverslag 2022, p. 79.

# FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• DPG Media nv	189.320.510	484.599.509	550.072.286	583.514.293	74.109.865	80.851.881	1206,4
• Streamz bv	33.811.366	55.546.797	52.550.312	52.567.261	-6.955.650	-7.387.620	34,2
• Play Media nv	14.403.113	92.993.023	111.520.587	113.804.886	-8.178.799	-8.969.831	90,6
• Proximus Media House nv	7.288.687	86.975.694	46.685.665	48.037.225	3.389.111	5.057.631	60,3
• Dobbit nv	6.446.941	7.008.535	2.339.211	2.449.327	78.108	128.302	11,4
• Studio 100 TV nv	5.944.648	7.108.492	-	-	112.127	266.171	-
• Via Plaza nv	1.027.586	1.441.073	-	-	1.092.418	1.092.192	0,5
• Plattelands TV nv	-123.501	4.318.446	-	144.144	-219.968	-227.201	9,5
• CSI Sports Media bv	-228.458	112.226	-	-	-62.505	-67.047	-
• Lumana.Media bv	-522.643	42.423	-	-	-8.535	-8.572	-
• Njam! nv	-1.373.609	2.958.936	-	-	309.466	217.839	-
• Belgian Business Televisie nv	-11.080.601	593.568	-	-	169.919	-286.886	10,7
• Ment Media bv	-	431.635	-	--	23.179	22.926	-

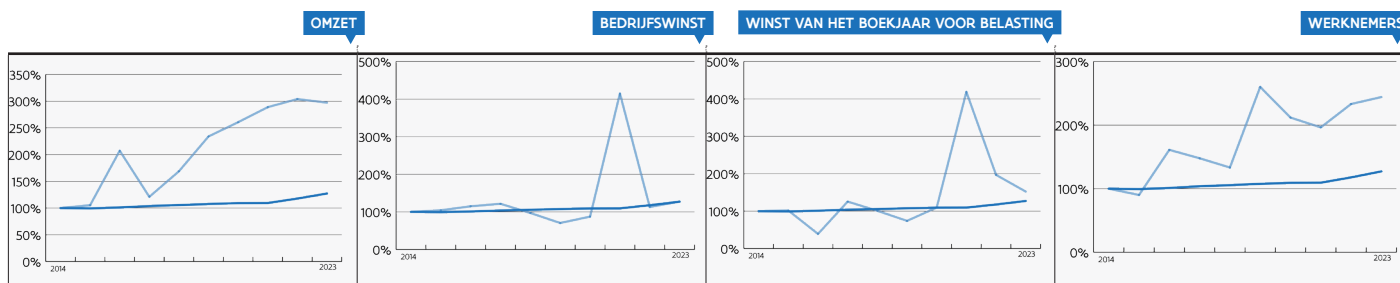
Tabel 63: Financiële gegevens 2023 private omroeporganisaties

DPG Media staat stevast stevig op de eerste plaats. De financiële gegevens van DPG Media werden reeds besproken onder titel 3.1.1.2 van dit rapport.

Streamz, de tweede in rij, onderging in 2023 een kapitaalsverhoging door beide aandeelhouders van 33 miljoen euro, waarvan 21 miljoen euro omzetting van bestaande leningen. Dat zou moeten zorgen voor een sterke financiële buffer die Streamz in staat stelt het verlies van 2023 op te vangen en zijn verdere groeiambities te ondersteunen.<sup>511</sup>

Play Media zag dat de advertentie-inkomsten opnieuw onder druk kwamen te staan in 2023, wat resulteerde in stevige verliescijfers. Als gevolg van het overgedragen verlies hebben de bestuurders van Play Media nv een letter of financial support ontvangen van Telenet Group nv. Door deze brief heeft de ultieme aandeelhouder Telenet Group nv onherroepelijk en onvoorwaardelijk toegezegd voldoende financiële steun te verlenen, hetzij direct, hetzij indirect, om de vennootschap Play Media nv in staat te stellen aan al haar wettelijke en operationele verplichtingen te voldoen ten einde de continuïteit te garanderen tot aan de algemene vergadering die de rekeningen van het boekjaar eindigend op 31 december 2024 goedkeurt.<sup>512</sup>

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 40: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – private omroeporganisaties

Bron: VRM op basis van informatie NBB

Door de volledige overname van Mediaaan door De Persgroep in 2019 veranderde de naam naar DPG Media

511 Streamz (2024), jaarrekening 2023, p. 34.

512 Play Media nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 44.

en werden alle media-activiteiten (dus ook o.a. geschreven pers) hierin ondergebracht. Dat verklaart de sterke stijging van de curves van de omzet en het aantal werknemers in 2019. Daarna groeide de omzet ook nog stevig door. Wat het aantal werknemers betreft, steeg de curve in 2022 voor het eerst sinds 2019 en lag op hetzelfde niveau als voor de coronacrisis. In 2023 steeg deze verder door.

DPG Media (en in tweede orde Streamz, Play Media en Proximus Media House) zijn grote spelers, daling of stijging van hun cijfers wegen dus sterk door in het gemiddeld resultaat. Dit verklaart ook de piek van de bedrijfswinst en de winst voor belastingen in 2021. Beide pieken zijn toe te schrijven aan de geboekte resultaten van DPG Media.

### 3.1.2.4 Regionale omroeporganisaties

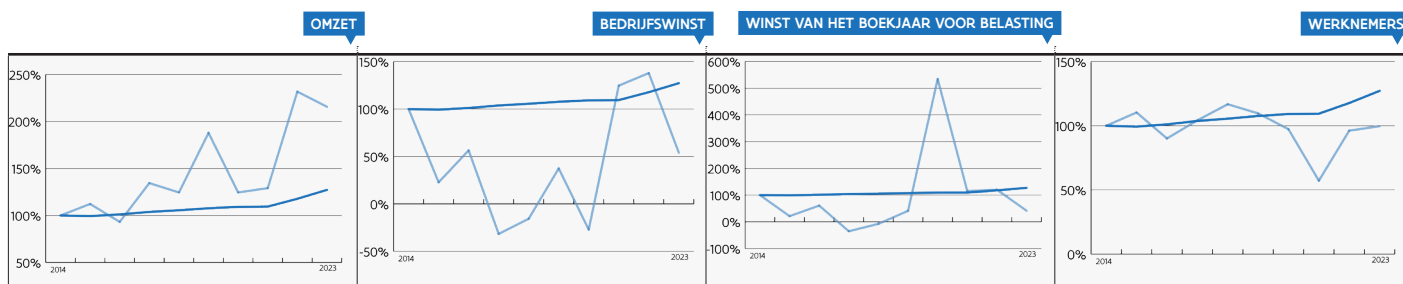
## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• De Buren	3.473.522	5.147.555	9.664.036	10.090.084	-666.608	-617.867	21,5
• Regionale Media Maatschappij	1.560.886	2.697.327			404.110	397.688	20,5
• RTV	300.155	958.909			19.998	-12.118	

Tabel 64: Financiële gegevens 2023 exploitatiemaatschappijen regionale televisie<sup>513</sup>

De Buren heeft het al drie jaar zeer moeilijk, met vrij stevige verliezen tot gevolg, terwijl de Regionale Media Maatschappij al drie jaar op rij winstgevend is.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 41: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – exploitatiemaatschappijen regionale tv<sup>514</sup>  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Het is belangrijk om op te merken dat de gemiddelde bedrijfswinst en de gemiddelde winst van het boekjaar voor belastingen in 2014 negatief was, waardoor een stijging van de curve, negatief is. De piek van de curves in 2020 is toe te schrijven aan AVS, dat toen een stevig verlies leed.

De omzetcurve ligt duidelijk boven de CPI, maar de winstcijfers volgen duidelijk niet. De curve van het aantal werknemers ligt na tien jaar op hetzelfde niveau als basisjaar 2014.

## INFOFRAGMENT 12: VERGOEDING VANWEGE DE DIENSTENVERDELERS VOOR DE REGIONALE OMROEPEN

Naar aanleiding van het heronderhandelen van de overeenkomsten tussen de regionale omroepen en Telenet ontstond er in 2011 een conflictsituatie.

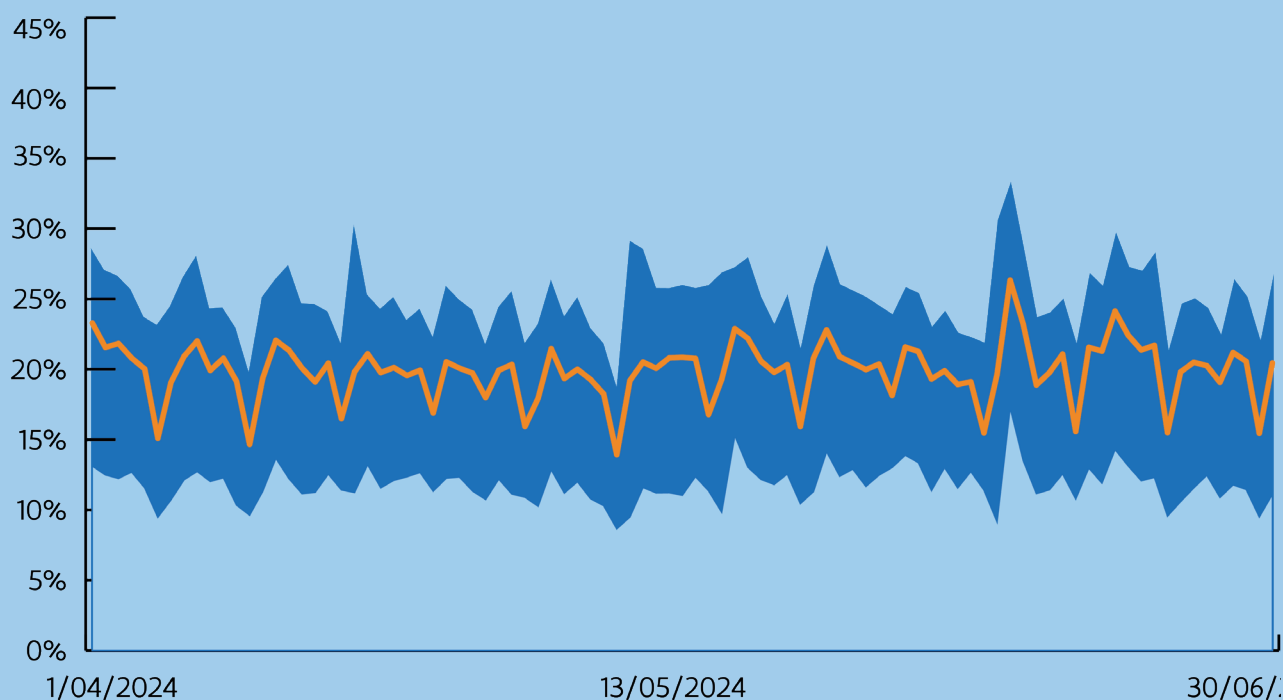
De kabeldistributeur wilde zich voor zijn nieuwe vergoedingen baseren op het marktaandeel van de

513 Bij het afsluiten van de redactie was de jaarrekening van AVS nog niet beschikbaar.  
514 In deze grafiek ontbreken voor 2023 de gegevens van AVS.

omroepen. De regionale omroepen konden zich niet vinden in die nieuwe berekeningswijze. Zij maken immers informatieprogramma's voor een specifiek publiek in een welomschreven – beperkt – zendgebied. Deze opdracht is zo vastgelegd door de Vlaamse overheid. Hierdoor is hun marktaandeel automatisch beperkt.

Dit heeft geleid tot het decreet van 21 februari 2014 houdende wijziging van diverse bepalingen over de regionale televisieomroeporganisaties van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie en een bijhorend besluit van de Vlaamse Regering van 25 april 2014 betreffende de regionale televisieomroeporganisaties ter uitvoering van artikel 166/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

Sinds 2015 heeft elke regionale omroep recht op een bereikvergoeding vanwege de dienstenverdelers die in het Nederlandse taalgebied actief zijn. De VRM berekent deze bereikvergoeding per kwartaal op basis van de bereikgegevens die de dienstenverdelers hem meedelen. Het procentueel dagbereik is een interessante meeteenheid van het bereik van een regionale zender. Dit cijfer geeft weer welk percentage van alle abonnees binnen het verzorgingsgebied van een regionale omroep minstens één minuut naar de regionale omroep heeft gekeken op die dag.



Figuur 42: Gemiddelde, maximum en minimum van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen voor het tweede kwartaal van 2024

Bron: VRM op basis van gegevens dienstenverdelers

In de grafiek in Figuur 42 geven we het gemiddelde van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen die vallen onder de bereikvergoedingsregeling weer, net zoals het maximum en minimum voor die dag. Het maximum en minimum worden niet elke dag door dezelfde omroep gerealiseerd.

De meeste omroepen volgen een gelijkaardige trend wat pieken en dalen van bereikcijfers betreft. Het bereik ligt wel ver uiteen: terwijl de populairste regionale omroep gemiddeld over het kwartaal quasi dagelijks meer dan 24% van haar potentiële kijkers bereikt, ligt dit van de minst populaire omroep gemiddeld op ongeveer 12%. Lokale evenementen, gebeurtenissen of rampen kunnen soms hoge pieken veroorzaken. Zo is de piek in bovenstaande figuur begin juni 2024 te verklaren door de verkiezingen.

Als we de wektrend bekijken, dan zien we dat er niet echt een dag bovengemiddeld steekt. Op quasi alle dagen kijken er rond de 20% van de potentiële kijkers naar een regionale omroep. Enkel zaterdag is duidelijk minder populair.



## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Telenet	2.725.374.452	4.443.059.317	2.183.854.629	2.319.929.433	177.541.321	3.889.905.911	2.587,2
• Proximus	1.303.605.262	9.761.161.754	3.951.047.342	4.481.387.260	97.168.017	190.633.864	8.996,3
• Wyre	689.495.348	3.386.345.605	345.836.500	358.352.638	33.698.610	-30.540.823	61,4
• VOO	679.926.965	1.079.305.400	555.676.735	701.705.690	-51.914.809	-59.416.641	737,2
• Orange Belgium	624.725.938	3.137.158.717	1.332.598.251	1.405.703.001	65.156.130	21.144.214	1.382,5
• Fiberklaar	179.892.399	522.178.367	1.667.203	11.936.761	-11.325.790	-28.223.810	61,4
• Norkring België	4.047.671	9.419.877	8.102.068	8.442.092	286.917	281.200	11,0
• Voo	677.592.102	1.017.206.545	400.684.363	609.883.961	20.017.084	18.580.127	538,3
• BETV	19.880.447	32.488.939	31.551.612	34.897.312	159.940	-65.150	72,7

Tabel 65: Financiële gegevens 2023 netwerken/dienstenverdelers omroepsignaaltransmissie<sup>515</sup>

Proximus zag zijn omzet in 2023 stijgen, de winstgevendheid volgde echter niet. De bedrijfswinst voor 2023 bedroeg € 97 miljoen (2022: € 307 miljoen). De winst voor belastingen in 2023 bedroeg € 191 miljoen (2022: € 468 miljoen). Ook het aantal werknemers daalde ten opzichte van vorig jaar.

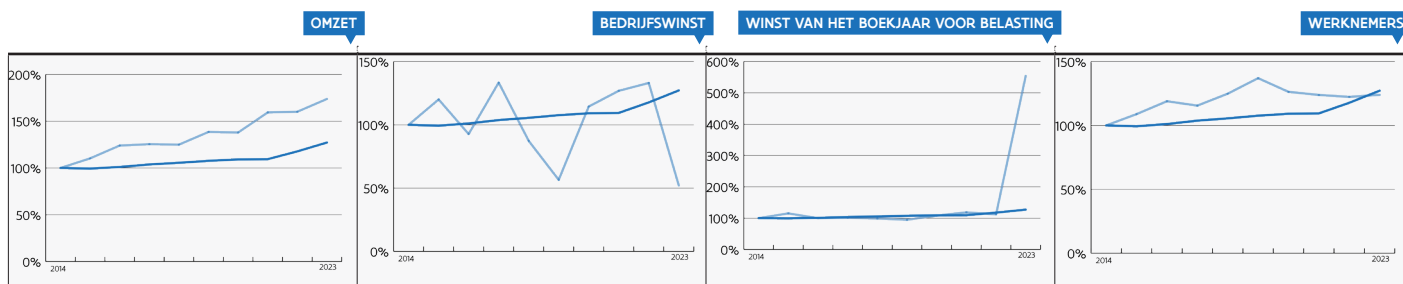
Wat Telenet betreft vond in 2023 de Wyre-transactie plaats, wat een materiële impact heeft gehad op het resultaat van het boekjaar, onder meer op volgende gebieden:

- Een daling van de afschrijvingen
- Een daling van de “andere bedrijfskosten”
- Beweging op zowel interest inkomsten en interest kosten door schuldenregelingen en carve-outs tussen de verschillende ondernemingen in het kader van de financiering
- Een uitzonderlijk financieel resultaat van EUR 3.708,9 miljoen

De totale bedrijfsopbrengsten over het jaar 2023 bedragen € 2.319,9 miljoen tegenover € 2.253,8 miljoen in 2022. Daartegenover belopen de totale bedrijfskosten over het jaar 2023 € 2.142,4 miljoen (tegenover € 1.893,0 miljoen in 2022), wat resulteert in een bedrijfswinst van € 177,5 miljoen voor 2023 (tegenover € 360,8 miljoen in 2022).<sup>516</sup>

Voor Orange Belgium stijgen de totale bedrijfsopbrengsten in 2023 tot € 1.406 miljoen (in 2022: € 1.328 miljoen). De totale bedrijfskosten stijgen van € 1.229 miljoen in 2022 naar € 1.341 miljoen in 2023. De bedrijfswinst in 2023 bedraagt zo € 65 miljoen euro (2022: € 99 miljoen euro).

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 43: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – omroepsignaaltransmissie

Bron: VRM op basis van informatie NBB

De curve van de gemiddelde omzet stijgt stelselmatig en ligt ruim boven de evolutie van de CPI. Die van het gemiddeld aantal werknemers is al enkele jaren stabiel en ligt voor het eerst sinds 2014 onder de curve van de CPI. De bedrijfswinst daalt na een erg winstgevend 2022. De piek bij de winst van het boekjaar voor belastingen ligt aan een uitzonderlijke winst voor Telenet door de Wyre-transactie.

515 De jaarrekening 2023 van Left Brain Value was nog niet beschikbaar bij de Nationale Bank.

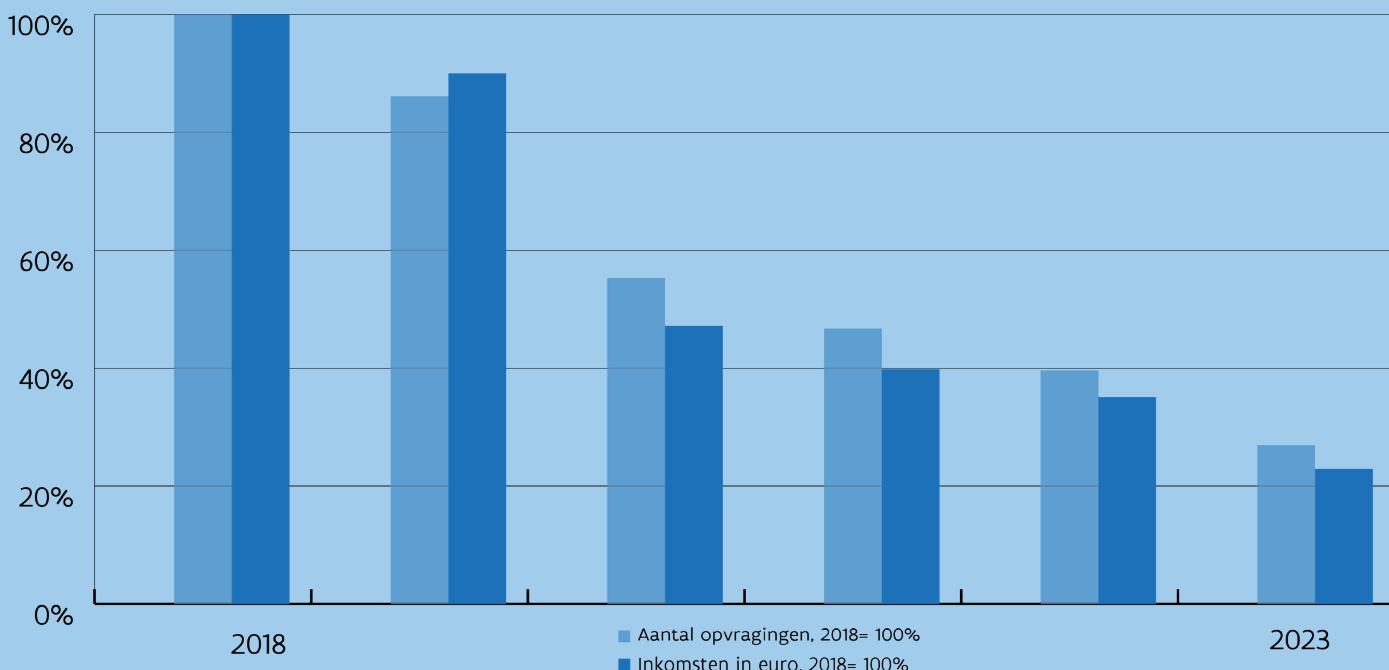
516 Telenet nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 50.

De VRM vraagt jaarlijks bij verschillende marktspelers (dienstenverdelers, omroepen, platformen) informatie op over de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand. Gezien de betrouwbaarheid van de gegevens kan de VRM hierover uitsluitend in geaggregeerde vorm rapporteren.

Transactionele video-on-demand (TVOD)

TVOD betekent het huren van bepaalde content of het kopen van het recht om bepaalde content een beperkte tijd te bekijken, en het kopen van het recht om bepaalde content onbeperkt te bekijken. Soms gebeurt dit via tussenkomst van een omroeporganisatie, voornamelijk via interactieve digitale televisie.

In vorige rapporten werd de markt bekeken sinds 2007. Door een uitgebreidere informatieverzameling, met inbegrip van meer aanbieders, bekijken we de markt nu vanaf 2018. De markt van TVOD met tussenkomst van de televisieomroepdiensten kent een duidelijke daling, zowel van het aantal opvragingen als de inkomsten. Er kan een verklaring gevonden worden in de trend dat televisieomroepdiensten meer en meer televisieprogramma's online beschikbaar stellen, alsook dat deze producten vaker inbegrepen zijn in een abonnement.

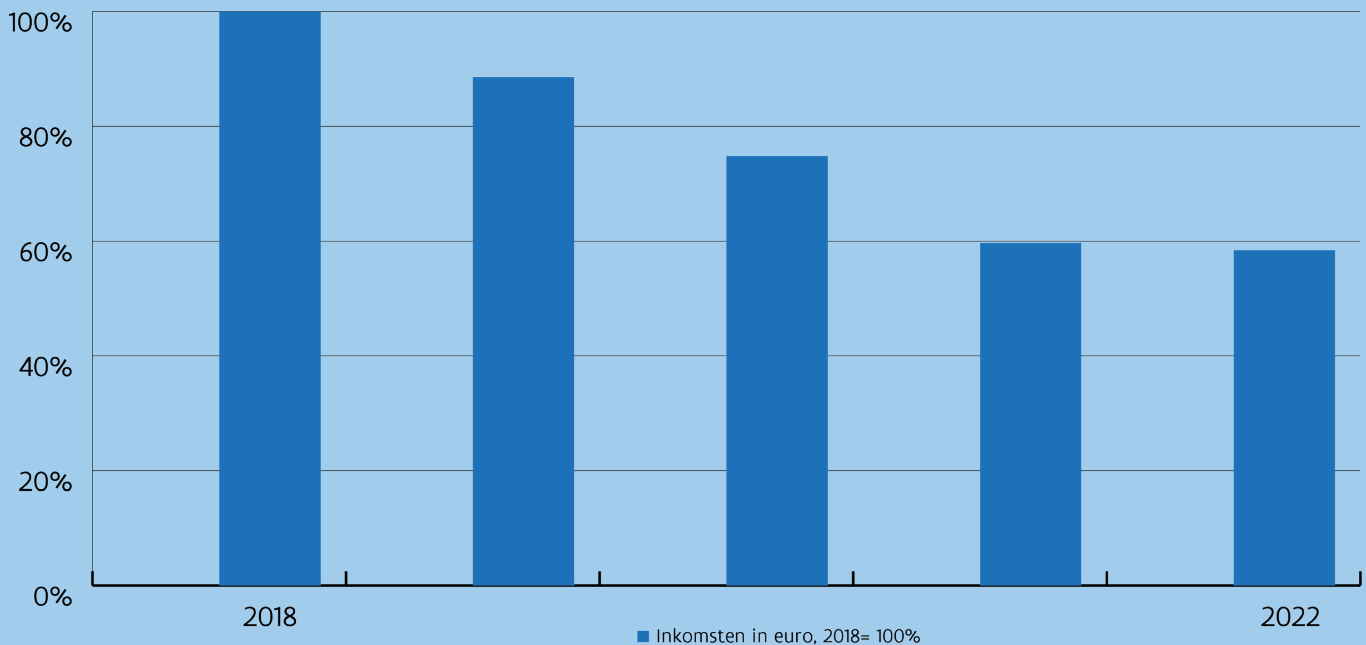


Figuur 44: Procentuele evolutie van het aantal opvragingen en inkomsten in euro met tussenkomst van de televisieomroepdiensten  
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van TVOD-diensten via tussenkomst van omroeporganisaties in het Nederlandse taalgebied

De VRM brengt al vijf jaar quasi de volledige TVOD-markt in kaart, met inbegrip van aanbieders die niet in Vlaanderen gevestigd zijn, maar hier wel diensten aanbieden. Tussen 2018 en 2021 zien we een duidelijke daling. Dit kan verklaard worden door de stijgende populariteit van andere video-on-demand aanbiedingen. De laatste twee gerapporteerde jaren treedt er een stabilisatie op.





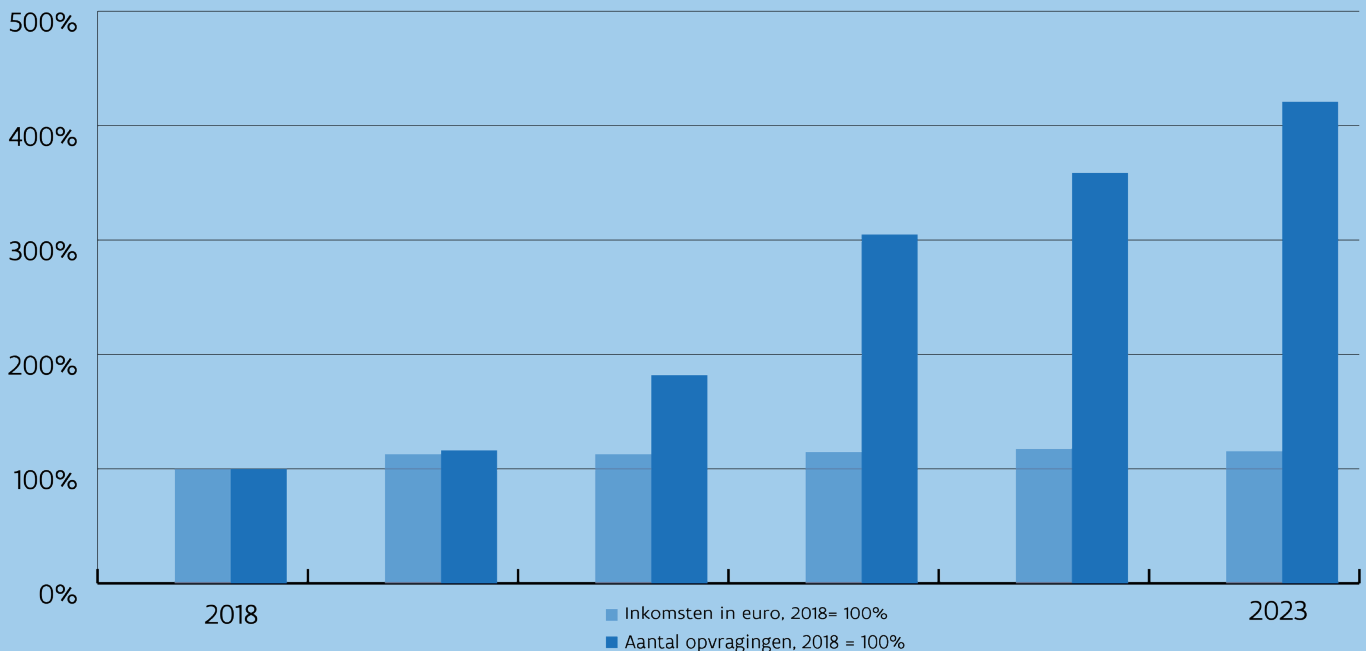


Figuur 45: Procentuele evolutie van het aantal inkomsten in euro zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten  
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van TVOD-diensten in het Nederlandse taalgebied

### Subscription video on demand (SVOD)

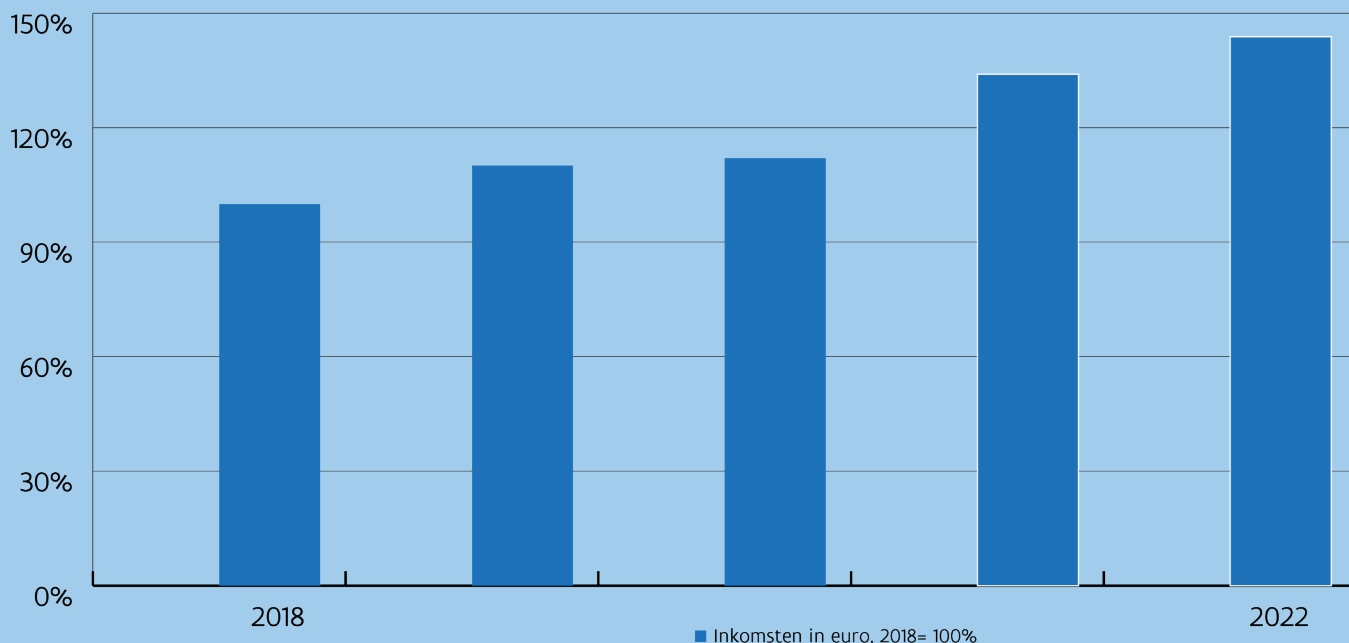
Bij SVOD krijg je voor een vaste som per maand toegang tot een catalogus van content waar je onbeperkt gebruik van kan maken. Ook dit kan gebeuren met de tussenkomst van een televisieomroeporganisatie, voornamelijk via interactieve digitale televisie.

De inkomsten via tussenkomst van omroeporganisaties kenden een zuinige stijging, ondanks dat het aantal abonnees sterk toenam.



Figuur 46: Procentuele evolutie van het aantal abonnees en inkomsten in euro's met tussenkomst van de televisieomroepdiensten  
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van SVOD-diensten via tussenkomst van omroeporganisaties in het Nederlandse taalgebied

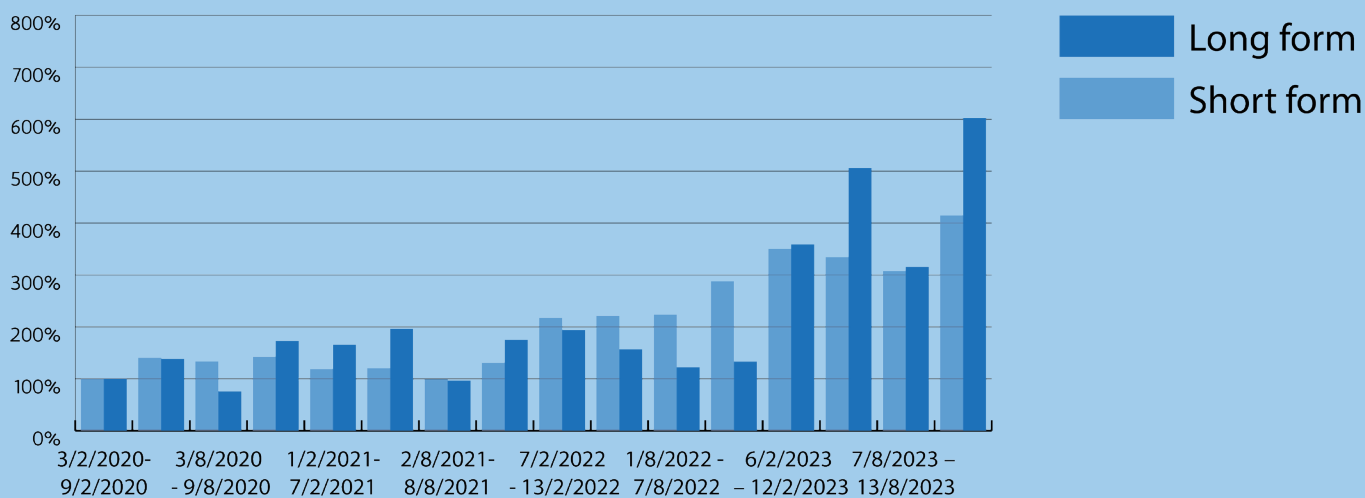
Ook de SVOD-markt zonder tussenkomst groeit sterk.



Figuur 47: Procentuele evolutie van de inkomsten in euro's zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten  
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van SVOD-diensten in het Nederlandse taalgebied

### Free video-on-demand (FVOD)

Bij FVOD kan je gratis naar videocontent kijken. Vaak wordt de content gefinancierd door het bekijken van advertenties of door publieke middelen. Hieronder wordt de evolutie bij de Vlaamse audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media weergegeven. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen short form video (minder dan tien minuten) en long form video (meer dan tien minuten). We zien in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form.

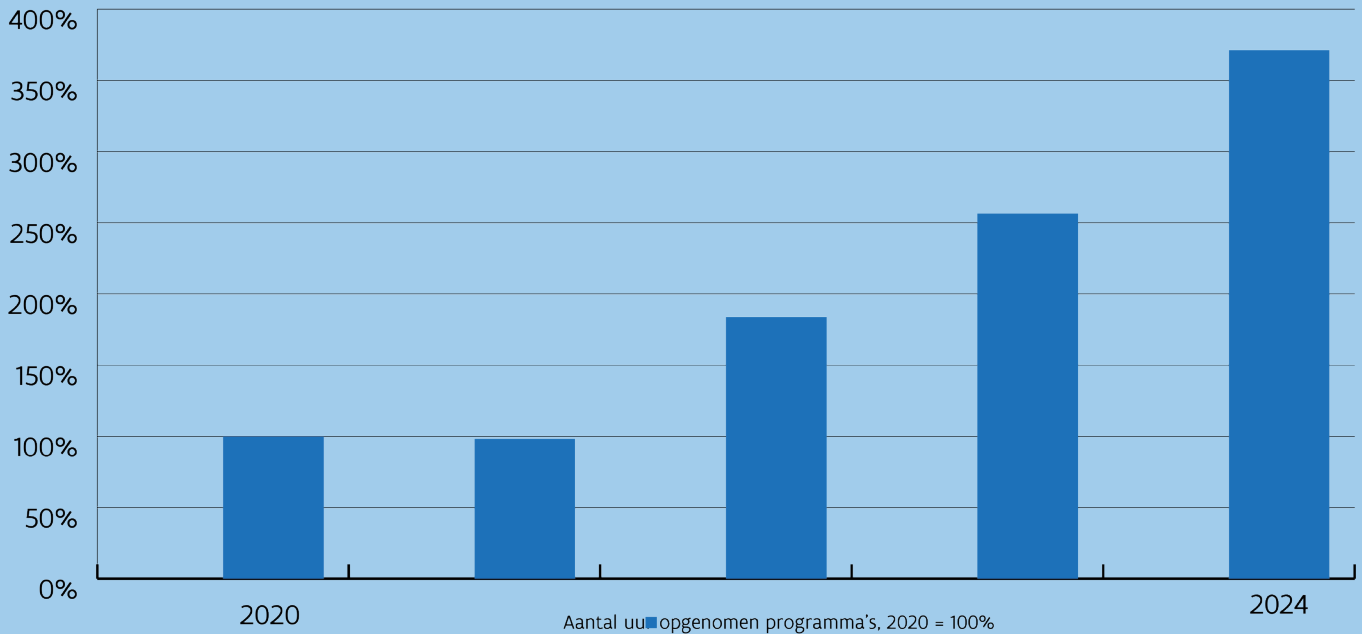


Figuur 48: Procentuele evolutie van het gemiddeld dagelijks aantal kijkers naar audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media

Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij Vlaamse aanbieders van FVOD-diensten

### Opnames

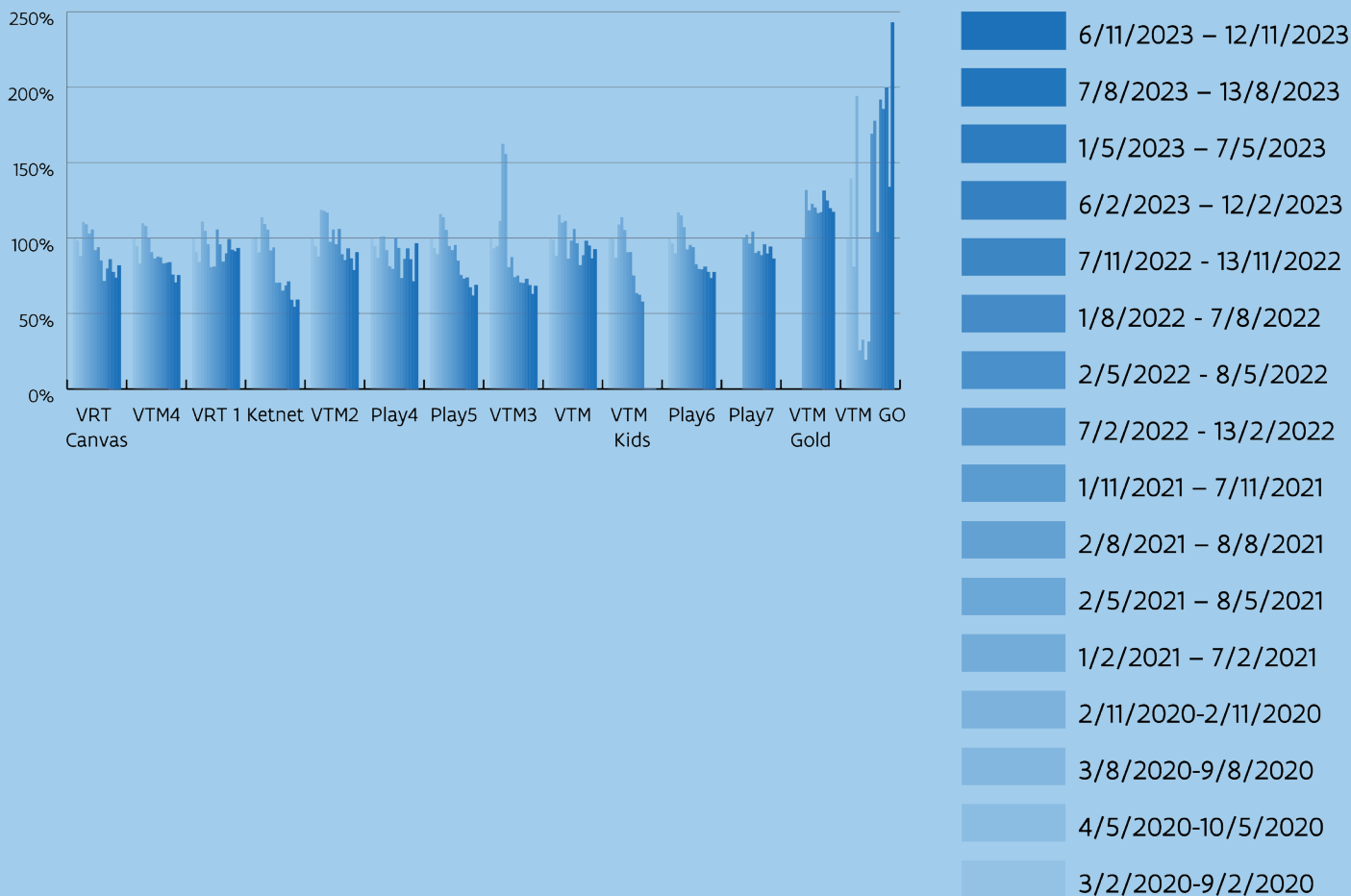
Via interactieve digitale televisie is het ook mogelijk om programma's op te nemen en uitgesteld te bekijken. Die evolutie ziet u in onderstaande figuur. We merken een enorme stijging van het aantal opnames. Dit ligt er waarschijnlijk aan dat dienstenverdelers klanten de mogelijkheid bieden om meer en eenvoudiger programma's op te nemen.



Figuur 49: Procentuele evolutie van het aantal uur opgenomen programma's  
 Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij de dienstverdelers

### Bereikcijfers lineaire tv

Als we dan kijken naar de cijfers omtrent lineaire tv, zien we hier duidelijk een opwaartse trend naar het najaar 2020 – voorjaar 2021. Daarna gaat het bergaf. De evolutie is zeer gelijkaardig bij alle omroepen die meegenomen werden in de oefening. Enkel VTM GO lijkt vooruit te gaan op het vlak van live streaming. Er werd zowel informatie ingewonnen bij de dienstverdelers als bij de digitale platformen.



Figuur 50: Procentuele evolutie van het bereik van lineaire omroeporganisaties  
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij de dienstenverdelers en de lineaire omroeporganisaties

### 3.1.2.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Uit de Digimeter 2023 blijkt dat 95% (=) van de Vlaamse huishoudens toegang heeft tot een flatscreen tv, 65% (-1 procentpunten (hierna pp)) heeft toegang tot een smart tv.<sup>517</sup>

Volgens de studie is 76% (-2 pp) van de Vlamingen ingeschreven op digitale televisie, maar kijkt 45% (-6 pp) van de Vlamingen dagelijks lineair/live televisie. Aanvankelijk zagen we de daling van live kijken nog deels gecompenseerd door een stijging van uitgesteld kijken: tussen 2017 en 2022 steeg het dagelijks uitgesteld kijken van 27% naar 36%, maar ondertussen zien we ook daar een daling. Nog 33% van de Vlamingen zegt dagelijks uitgesteld televisie te kijken. Het percentage dagelijks live tv-kijken daalt eveneens over de verschillende leeftijden heen. Het is dus niet meer enkel het geval bij de 'disruptieve jongeren', waar nog maar 10% (-5 pp) dagelijks kijkt. Zo zien we bij de 25-34-jarigen dat 20% (-5 pp) dagelijks live kijkt en dat dit eveneens sterk daalt bij de 35-44-jarigen (32%, -12 pp).

Het afnemende belang van live en uitgesteld televisiekijken zien we ook in het dalend aantal Vlamingen met een digitaal televisieabonnement en een toename van het aantal 'cordcutters': personen die ooit de kabel hadden, maar dat abonnement bewust hebben stopgezet. Het aantal Vlamingen met een digitaal televisieabonnement bedraagt nu nog 76% (-2 pp) en lijkt daarmee definitief over zijn hoogtepunt heen. In 2020 was dat nog 84%. Het laagste percentage van digitale televisieabonnementen zien we bij de 25-34-jarigen (61%, -2 pp). De grootste daling zien we bij de 35-44-jarigen (70%, -9 pp) en de 45-54-jarigen (78%, -7 pp). Bij de 25-34-jarigen hebben 4 op de 10 dus geen kabelaansluiting meer. Enerzijds gaat dat hier om zogenaamde 'cordnevers': nestverlaters die voor het eerst op eigen benen staan en in de eigen woonst niet voor de kabel

517 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

kiezen. Anderzijds zijn er uiteraard ook de cordcutters. Bij de 35-44-jarigen lijkt het vooral om die laatste groep te gaan, want daar zien we een stijging naar 10% (+4 pp) die het afgelopen jaar hun abonnement op digitale televisie stopzette.<sup>518</sup>

De voorbije jaren zagen we vooral een trend van cumuleren waarbij men streamingabonnementen bovenop het televisieabonnement nam. Terwijl vorig jaar bijna de helft van de Vlamingen toegang had tot zowel een tv-abonnement als een betalende streamingdienst, zien we dat vandaag dalen naar 43% (-5 pp). De trend lijkt nu dus te keren richting substitueren - dus niet het ene bovenop het andere, maar het ene als vervanging van het andere - aangezien we ondertussen ook meer cordcutting zien. Het zwaartepunt verschuift hierbij naar online. Het zou echter fout zijn om de daling van live en het doorknippen van de kabel gelijk te stellen aan het doorknippen van de band met de lokale mediamerken. De lokale zendermerken zijn de voorbije jaren fel gaan investeren in hun online zenderplatformen: VRT MAX, VTM GO en GoPlay. Dat werpt duidelijk zijn vruchten af. De inhaalrace in termen van bereik op de streamingplatformen lijkt stilaan gelopen, want in 2023 hebben de zenderplatformen een quasi gelijkaardig bereik als de betalende streamingplatformen. In termen van engagement blijkt er wel nog een verschil te zitten. 56% (+3) kijkt maandelijks naar betalende streamingplatformen, terwijl 51% (+1) maandelijks naar een zenderplatform kijkt.<sup>519</sup>

Met de betalende streamingplatformen hebben we het over de markt waar Netflix lang de referentie was en ondertussen concurrentie heeft gekregen van Disney+, Amazon Prime Video, Apple+ en het lokale Streamz. 57% (+1 pp) van de Vlamingen heeft toegang tot een betalend streamingabonnement en wie de toegang heeft, gebruikt die ook minstens maandelijks (56%, +3 pp). Het bezit en actief gebruik is hierbij het hoogst bij de 18-24-jarigen (respectievelijk 78% en 76%) en bij de 25-34-jarigen (respectievelijk 80% en 76%). Bij de 45-54-jarigen zien we een stijging in actief gebruik (61%, +4 pp). Netflix blijft met een bereik van 48% (-2 pp) de onbetwiste nummer één in streamingland. Op nummer twee en drie qua bereik volgen Disney+ (21%, +2 pp) en Streamz (15%, +3 pp). Amazon Prime Video blijft steken op 9% (+1 pp). Toch moet Netflix wat van z'n marktaandeel inleveren in een groeiende markt, want het aantal mensen dat in 2023 het Netflix-abonnement stopzette liep op tot 7% (+2 pp). Bij Streamz is dit 6% (+1 pp) en bij Disney+ 5% (+1 pp). Netflix blijft dus comfortabel aan kop, maar moet het met een dalend bereik en een iets hoger verloop stellen. Zeker als we zien dat dat verlies vooral bij de jongeren te noteren valt. Het bereik daalt tot 70% (-4 pp) voor de 18-24-jarigen en tot 71% (-5 pp) voor de 25-34-jarigen. Daarnaast is de stopzettingsgraad van abonnementen er met ongeveer 10% duidelijk hoger. Dit kan deels te verklaren zijn door Netflix' strengere regels rond het delen van accounts. Wat Netflix verliest bij jongeren, lijkt vooral door Streamz te worden ingepikt. Tegenover de 15% (+3 pp) bereik van Streamz op de totale populatie, noteren we bij de 18-24-jarigen en 25-34-jarigen een groei richting respectievelijk 22% (+8 pp) en 25% (+7 pp).<sup>520</sup>

Volgens het Digital News Report blijft televisienieuws de belangrijkste nieuwsbron. Ondanks het tanende gebruik van de publieke omroep en VTM om offline nieuws te raadplegen, blijven het wel de twee meest gebruikte media om offline nieuws te raadplegen. Online staan de krantenmerken dan weer sterker. Ook qua vertrouwen scoren het VRT en VTM Nieuws hoog.<sup>521</sup>

### 3.1.2.3.1 Productiehuizen

Sommige productiehuizen werken in opdracht van meerdere televisieomroeporganisaties, sommige voor één enkele en er zijn ook interne productiehuizen. De VRM doet jaarlijks navraag bij VRT, DPG Media, Play Media (allen sinds 2019) en Streamz (sinds 2021) omtrent de bestaande, terugkerende of nieuwe programma's die in het lopende jaar op het (open) scherm (zullen) worden getoond. Daarbij wordt nagevraagd op welke zender de programma's worden uitgezonden en wie het programma produceert.

Op basis van die gegevens zien we dat in de eerste jaarthelft van 2024 (met de interne productie van de omroepen inbegrepen) er in totaal 11 productiehuizen zijn die 10 of meer producties verzorgen voor de drie

518 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

519 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

520 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

521 Pikone, I., e.a. "Digital News Report", juni 2024.



grote omroepgroepen en Streamz. Zij worden weergegeven in Tabel 66. Ze verzorgden samen 499 producties.

Daarnaast werden er nog 87 productiehuizen vermeld met minder dan 10 producties: 2 productiehuizen verzorgden elk 9 producties, 3 productiehuizen maakten elk 8 producties, 2 productiehuizen stonden in voor elk 7 producties, 3 productiehuizen verzorgden elk 6 producties, 6 productiehuizen stonden in voor elk 4 producties, 7 productiehuizen verzorgden elk 3 producties, 15 productiehuizen maakten elk 2 producties en 49 productiehuizen stonden tot slot in voor elk 1 productie.

Wanneer diezelfde informatie vanuit het perspectief van de omroepen bekeken wordt, blijkt dat de openbare omroep de motor blijft voor het produceren van televisieprogramma's, zowel qua interne als externe productie. VRT doet, in vergelijking met DPG Media, Play Media en Streamz, veel meer een beroep op of koopt rechten van veel verschillende externe productiehuizen. De VRT heeft dan ook op basis van haar beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid een investeringsplicht met betrekking tot externe producties en de facilitaire sector. Als we tot slot kijken naar de verhouding van de interne productie op de totale productie per omroep, zien we dat VRT veruit het hoogste scoort (37,68%), voor DPG Media (23,08%) en Play Media (4,21%). Streamz maakt dit jaar gebruik van 5,45% interne Play- en 9,09% DPG-producties.

## PRODUCTIEHUIZEN

PRODUCTIEHUIS	AANTAL	OPDRACHTGEVERS			
		VRT	DPG Media	Play Media	Streamz
• Interne Productie VRT	117	117	0	0	0
• Woestijnvis	36	15	0	20	1
• DeMensen	24	12	0	11	1
• Studio 100	22	20	1	1	0
• Eyeworks	21	12	2	6	1
• Banijay Belgium	16	1	4	11	0
• Interne productie DPG Media	14	0	9	0	5
• Fremantle Media	14	0	1	13	0
• Hotel Hungaria	13	12	0	0	1
• Ded's it	12	1	0	11	0
• Fabric Magic	11	11	0	0	0
• Andere	198	97	20	37	43
• <b>Totaal</b>	<b>499</b>	<b>309</b>	<b>39</b>	<b>95</b>	<b>55</b>
• <b>Productiehuizen</b>	<b>98</b>	<b>60</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>29</b>

Tabel 66: Productiehuizen (interne inbegrepen) die in de eerste jaarhelft van 2024 10 of meer producties verzorgden<sup>522</sup>  
Bron: VRM o.b.v. informatie VRT, DPG Media, Play Media en Streamz

Om de populariteit van het aanbod van de productiehuizen te bestuderen, werd gebruik gemaakt van de top 100 van populairste televisieprogramma's.<sup>523</sup> Voor elk programma werd nagegaan welk productiehuis (intern of extern) het programma heeft gemaakt.

In 2023 werden de 100 populairste programma's gemaakt door 26 productiehuizen. In totaal verzorgde de VRT het hoogste aantal van de populaire programma's, gevolgd door DPG Media en Roses are Blue en de Mensen (gedeelde derde plaats).

Omdat een top 100 op jaarbasis een vrij beperkte dataset oplevert, werd deze oefening herhaald voor meerdere jaren. De best scorende productiehuizen werden verzameld in Tabel 67. Er moet worden opgemerkt dat top 100-noteringen slechts een deel van de volledige programmatie vertegenwoordigen. Zij geven louter een indicatie en geen absoluut bewijs over de concentratiegraad binnen de sector van productiehuizen. Toch

522 Er zitten verschillende coproducties in deze cijfers:  
 • De Dag door Woestijnvis/FBO  
 • Verslaafd door House of Entertainment/Woestijnvis  
 • De Spor door Sporthouse Group/Woestijnvis  
 • MID MID Meister door Sporthouse Group/Woestijnvis  
 523 CIM TV - Noord, 02-26h, 4+, Live+7 + gasten, 01/01 - 31/12/2023 - GfK Belgium NV  
 CIM Online Video, 01/01 - 31/12/2023 - Gemius



stellen we na 2016 een daling vast van het aantal interne VRT-producties. Dit lijkt een gevolg te zijn van de verplichting uit de beheersovereenkomst om meer extern te produceren. De populariteit van de programma's van productiehuisen hangt uiteraard ook af van de plaats in het programmaschema en dit wordt bepaald door de zenders. Hiermee hangt ook de plaats in de elektronische programmagids samen (mede bepaald door de distributeurs).



# AANTAL VERMELDINGEN TOP HONDERD

PRODUCTIEHUIS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• VRT	60	44	45	27	33	41	37	30
• DPG Media/TvBastards/Shelter/PIT	3	5	1	18	12	11	7	10
• deMensen nv	4	6	3	7	6	8	6	7
• Roses are blue BVBA	-	-	1	3	4	4	4	7
• Woestijnvis nv	2	5	3	10	6	3	5	5
• Banijay Belgium (voorheen Zodiak)	1	2	3	1	4	3	4	5
• FremantleMedia Belgium nv	1		2	2	3	1	2	4
• De Chinezen bvba	2	4	3	2	2	4	6	3
• Eyeworks nv	2	1	1	4	2	-	1	3
• Panenka nv	2	1	3	2	2	2	4	3
• DED's It	1	2	1	1	1	3	3	3
• Vincent TV België	-	-	-	-	1	1	2	3
• Bargoens (vroeger Het Nieuwshuis)	2	2	1	1	1	2	1	2
• Borgerhoff & Lamberigts	-	-	-	-	1	-	1	2
• Geronimo	-	-	-	-	2	1	1	2
• Dok1 Media	-	-	-	-	-	1	2	2
• 100.000Volts.tv	1	1	2	3	4	2	-	1
• WBITVP Belgium bvba	1	2	4	3	1	2	4	1
• Hotel Hungaria bvba	-	2		-	-	1	-	1
• Live Entertainment nv	-	-	-	-	-	-	1	1
• SBS Belgium/Play Media	-	-	-	-	-	-	-	1
• Sputnik TV bvba	-	-	-	-	-	-	-	1
• Jonnydepony	-	-	-	-	1	-	-	1
• All3Media Belgium	-	-	-	-	-	-	2	1
• Tempo Allegro	-	-	-	-	-	-	1	1
• Dingie	-	-	-	-	-	-	-	1
• Tivoli.tv	-	-	-	-	-	-	-	1
• Buitenlandse productie	7	11	3	3	4	6	4	-
• Endemol België nv	2	2	2	1	3	-	-	-
• Menuet bvba	2	1		-	-	-	-	-
• Skyline Entertainment nv	2		3	1	1	-	-	-
• De Filistijnen bvba	1			-	-	-	-	-
• FBO	1			2	-	-	-	-
• Koeken Troef bvba	1	1		1	1	1	-	-
• Sylvester	1	1	1	-	-	-	-	-
• Toespijs	1			-	-	-	-	-
• RV Productions nv	-	-	1	-	-	-	-	-
• XINIX nv	-	1	2	1	-	-	-	-
• Caviar	-	1	-	-	-	-	-	-
• Voices	-	1	-	-	-	-	-	-
• Lecter Media	-	2	1	2	-	-	-	-
• A private view	-	1	-	-	-	-	-	-
• Hopman	-	1	1	-	-	-	-	-
• Liefhebbers Bvba	-	-	2	2	1	1	-	-
• Pretpraters	-	-	1	2	2	1	-	-
• Watertover Television productions	-	-	1	-	-	-	-	-
• CZAR TV	-	-	-	1	-	-	-	-
• Fobic Films	-	-	-	1	-	-	-	-
• Kanenas	-	-	-	1	-	-	-	-
• De Hofleveranciers	-	-	-	-	1	-	-	-

## AANTAL VERMELDINGEN TOP HONDERD

PRODUCTIEHUIS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
• Toreador	-	-	-	-	1	-	-	-
• Kharkader	-	-	-	-	-	1	1	-
• Polar Bear	-	-	-	-	-	1	-	-
• EMG Belgium	-	-	-	-	-	-	1	-
• Het Huis	-	-	-	-	-	-	1	-
• <b>Aantal Vlaamse productiehuizen</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>26</b>

Tabel 67: Aantal vermeldingen in top 100 per productiehuis  
Bron: VRM o.b.v. CIM, Inside TV en eigen onderzoek

Wanneer we de marktaandelen van de productiehuizen berekenen (o.b.v. aantal producties) kunnen de concentratiemaatstaven C4 en HHI berekend worden (Tabel 68). Bij de berekening van deze marktaandelen wordt geen rekening gehouden met kijkcijfers of kosten, enkel het aantal nieuwe en herhaalde producties opgetekend in de eerste zes maanden van 2024 door VRT, DPG Media, Play Media en Streamz worden gebruikt. Uit de HHI blijkt dat de markt van de productiehuizen een lage concentratiegraad kent.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

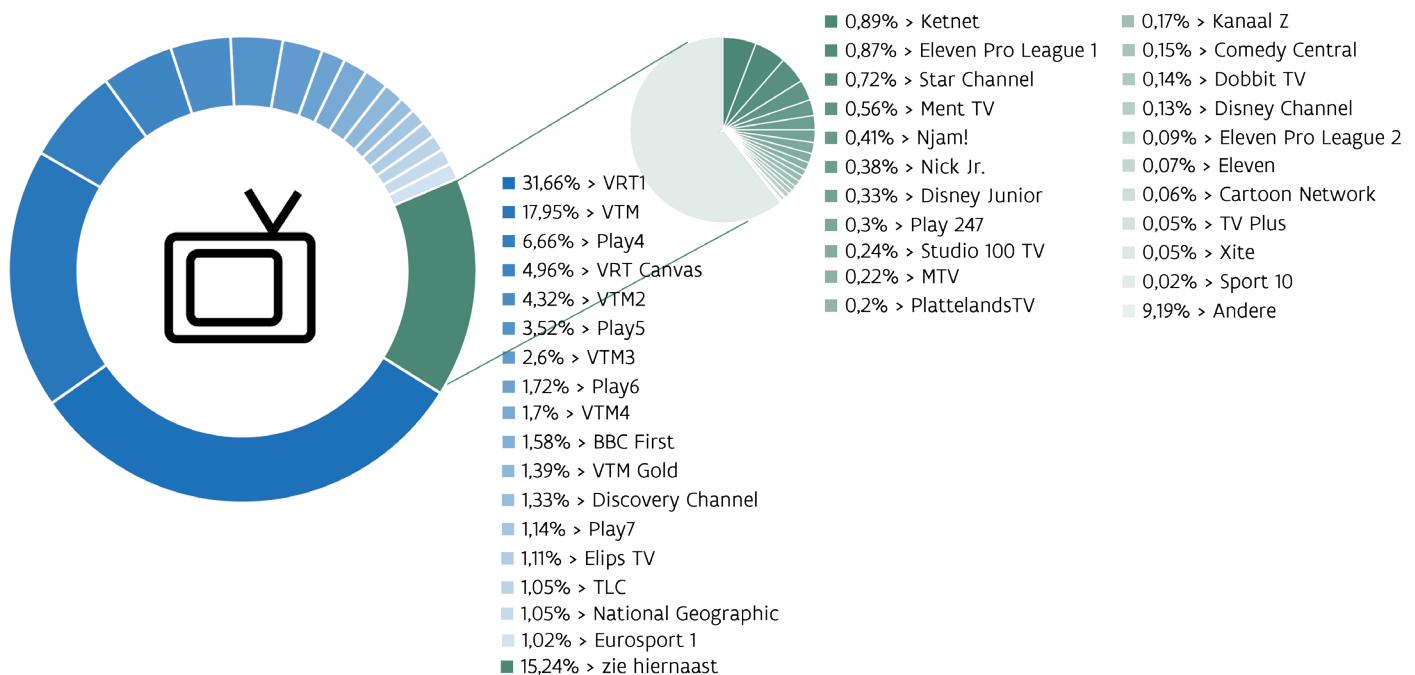
	2020	2021	2022	2023	2024
• C4	44,1%	41,2%	46,42%	47,69%	40,56%
• HHI	0,0931	0,0676	0,1303	0,1402	0,0738

Tabel 68: concentratie-indexen productiehuizen op basis van aantal producties  
Bron: VRM o.b.v. eigen onderzoek

### 3.1.2.3.2 Televisieomroeporganisaties

#### 3.1.2.3.2.1 Kijkcijfers

De CIM-cijfers over de kijktijden voor de belangrijkste Vlaamse omroepen worden publiek gemaakt op de CIM-website. Kijktijden zijn gedefinieerd als het aantal minuten dat een Vlaming per dag naar televisie kijkt. De verdeling wordt weergegeven in de figuur hieronder.



Figuur 51: Aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd in 2023 (totale bevolking)  
Bron: CIM TV – Noord, 1/1 - 31/12/2022, Live+7 + gasten - GfK Belgium NV

In Figuur 52 wordt een evolutie geschetst van het aandeel van de omroepen sinds 2014.

Het aandeel van VRT 1 zakte sinds 2015 niet meer onder de 30% en eindigt dit jaar op 31,66%. VRT Canvas kende in 2015 een serieuze terugval en herstelde daar tot op heden (nog) niet van. Het aandeel bedraagt dit jaar 4,96%. Ook Ketnet ziet zijn marktaandeel langzaam dalen tot 0,89%. Alles samen haalde de openbare omroep VRT dit jaar een marktaandeel van 37,51%, wat een lichte daling is t.o.v. vorig jaar.

De kijkcijfers van VTM kennen sinds 2020 een daling tot 17,71%. Het marktaandeel van de DPG Media-zenders blijft wel 27,96%, exact hetzelfde als vorig jaar, na het dieptepunt van het jaar ervoor (27,71%).

Play4 hing jaren boven de 7%, maar zakte sinds 2020 eronder om dit jaar op 6,66% te komen. Play5 zat steevast rond 3% marktaandeel, maar zakte er sinds 2020 onder. Dit jaar stijgen ze er opnieuw fors boven tot 3,52%. Play6 realiseerde in 2022 een marktaandeel van een kleine 1,72%. Het marktaandeel van de Play Media-zenders bereikt in 2023 een recordpeil, namelijk 13,34%.

Op 1 januari 2010 werd door het CIM uitgesteld kijken of Time Shifted Viewing (TSV) geïntroduceerd in de meting van de kijkcijfers. Het CIM meet sindsdien niet enkel het kijken naar televisieprogramma's op het moment van uitzending maar ook programma's die tot en met 6 dagen later worden (her)bekeken. Vanaf 1 januari 2016 werd dit uitgebreid naar zeven dagen na uitzending. Het CIM volgt op deze manier de huidige Europese standaard van Live+7+Guests. Vanaf september 2019 rapporteert het CIM, naast de klassieke tv-kijkcijfers, ook het aantal views en de kijkduur van tv-programma's die na de uitzending online bekeken worden. Hierdoor kan de klassieke tv-rating aangevuld worden met de rating van uitgesteld bekeken online tv-programma's.

#### INFOFRAGMENT 14: 2025 MOET HET JAAR WORDEN VAN DE NIEUWE KIJKCIJFERMETING

De nieuwe kijkcijfermeting, die het mediagebruik van de Vlaming over verschillende platformen heen meet, zal in januari 2025 worden ingevoerd.<sup>524</sup>

De Vlaamse Regering maakte 4 miljoen euro vrij voor de ontwikkeling van het nieuwe meetsysteem, dat deel uitmaakt van het digitale transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector. Tien mediapartners vormen samen het Cross Mediaal Consortium (XMC), dat het systeem zal ontwikkelen en implementeren.<sup>525</sup>

Het nieuwe meetsysteem zal data combineren van televisie, radio, sociale media, websites en apps, en zo een totaalbeeld geven van hoe de Vlaming verschillende mediaplatformen en mediamerken gebruikt. Het systeem zal ook het gebruik van streamingplatformen meten, die nu niet in de kijkcijfers worden opgenomen. Het systeem zal de media-ervaring van de consument verbeteren en de lokale mediaspelers helpen om beter in te spelen op de wensen van de gebruikers.<sup>526</sup>

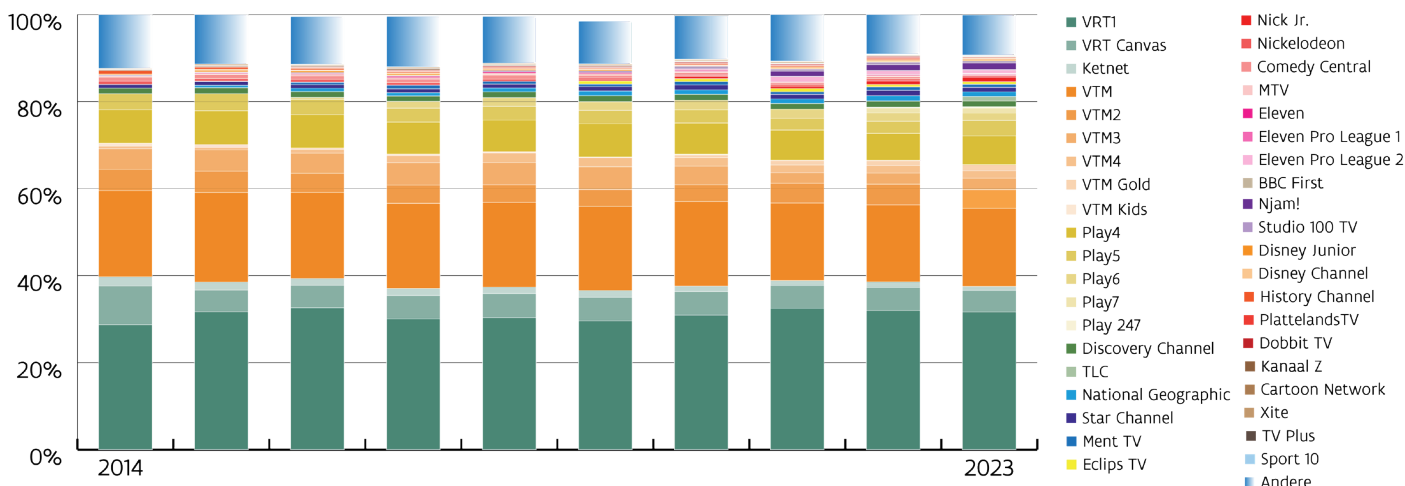
Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) zal zijn organisatie herzien om de uitdagingen van het digitale tijdperk aan te gaan. Het CIM zal samenwerken met het XMC en andere initiatieven om een consumentgerichte aanpak te hanteren, met nadruk op crossmedia, digitaal en data. Het CIM zal ook zorgen voor transparantie, validatie en certificatie van de data, en fungeren als een auditor voor oplossingen die op de markt worden gebracht.<sup>527</sup>

524 De Standaard, De Kock, C., "Nieuwe kijkcijfermeting is voor 2025", 12 oktober 2023.

525 CIM, "Vlaamse mediasector bundelt krachten voor nieuw crossmediaal meetsysteem", 10 november 2023.

526 CIM, "Vlaamse mediasector bundelt krachten voor nieuw crossmediaal meetsysteem", 10 november 2023.

527 Mediaspecs, "Nieuwe CIM-strategie: Ambitieuze tripartite wil evolueren van een media-oriented naar een consumentgerichte aanpak", <https://www.mediaspecs.be/nieuwe-cim-strategie-naar-een-consumentgerichte-aanpak/>, 24 november 2023.



Figuur 52: Evolutie van de aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd 2014-2023  
Bron: CIM TV – Noord, 1/1 – 31/12/2023, Live+7 + gasten – GfK Belgium NV

Wanneer de kijkcijfers voor de zenders per omroeporganisatie gegroepeerd worden (zie Tabel 69), kunnen de concentratiemaatstaven C4 en HHI berekend worden.

Over de periode 2014-2023 blijft de mediagroepenconcentratie nagenoeg constant. Daarbij dient opgemerkt te worden dat het gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste spelers het laagste was in 2019 (80,09%) en het hoogste in 2023 (82,21%). De HHI-index zakte sinds 2017 onder de 0,25-drempel, sinds dit jaar stijgt hij er weer net boven.

Op het niveau van de zenders konden we in 2020 voor het eerst sinds de start van de metingen spreken over een niet-geconcentreerde markt. Nadat de HHI-index op zenderniveau in 2021 opnieuw net boven de 0,15-drempel sprong, tot 0,1502 om precies te zijn, daalde het vorig jaar opnieuw tot 0,1463. Dit jaar bereikt de HHI het laagste peil sinds het begin van de metingen met 0,1452. Wat de C4 tot slot betreft, het marktaandeel van de grootste vier zenders, blijft dit zo goed als status quo ten opzichte van vorig jaar.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN ZENDERS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
C4	65,23%	65,10%	65,27%	62,40%	62,65%	62,07%	63,04%	62,50%	61,19%	61,23%
HHI	0,1580	0,1717	0,1725	0,1572	0,1570	0,1505	0,1477	0,1502	0,1463	0,1452

VOLGENS GROEP	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
C3	81,19%	81,2%	80,4%	80,3%	81,05%	80,09%	80,32%	80,61%	81,32%	82,21%
HHI	0,2617	0,2590	0,2564	0,2444	0,2472	0,2462	0,2497	0,2425	0,2433	0,2516

Tabel 69: Concentratie-indexen omroeporganisaties op basis van kijkcijfers 2014-2023  
Bron: VRM op basis van CIM TV – Noord, 1/1 – 31/12/2023, Live+7 + gasten – GfK Belgium NV

### 3.1.2.3.2.2 Vlaamse content

Artikel 154 van het Mediadecreet bepaalt dat regionale televisieomroeporganisaties en particuliere lineaire televisieomroeporganisaties ernaar streven om het grootste gedeelte van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te reserveren voor Europese producties. Een aanzienlijk deel ervan moet worden besteed aan Nederlandstalige Europese producties.

Artikel 155 stelt dat regionale televisieomroeporganisaties en particuliere lineaire televisieomroeporganisaties ernaar streven om ten minste tien procent van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te besteden aan Europese producties die vervaardigd zijn door van de





# VLAAMSE CONTENT

ONDERNEMINGSNAAM	NAAM ZENDER	% VLAAMS	% ONAFHANKELIJK
• Antwerpse Televisie vzw	ATV	NVT	NVT
• Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie vzw	AVS	100%	100%
• Belgian Business Television nv	Kanaal Z	Geen info	Geen info
• CSI Sport Media bv	Sport10	71,25%	60,00%
• Dobbit nv	Dobbit TV	100,00%	5,61%
• DPG Media nv	VTM	79,08%	71,60%
	VTM2	20,20%	0,21%
	VTM3	0,72%	11,17%
	VTM4	1,59%	2,80%
	VTM Gold	49,74%	0,36%
	VTM Non-stop	20,26%	0%
	VTM GO	32,68%	85%
	TVOD via Telenet/Proximus	87,30%	60%
• Focus Televisie - Regionale televisie voor het noorden van West-Vlaanderen vzw	Focus	NVT	NVT
• Het Halfroond vzw	Vlaams Parlement TV	NVT	NVT
• Lumana.media bv	Plus TV	95,00%	100,00%
• Ment Media bv	MENTtv	58,48%	80,00%
• Njam! Nv	Njam! (BE)	85,14%	5,00%
	Njam! (NL)	85,14%	5,00%
• Plattelands TV nv	PlattelandsTV	66,50%	2,00%
• Play Media nv	Play4	91,63%	85,36%
	Play5	0,08%	100,00%
	Play6	0,00%	0,00%
	Play7	1,41%	64,02%
	GoPlay	17,30%	66,00%
• Proximus Media House nv	Pickx+ (lineair)	13,75%	Onvoldoende gegevens
	SVOD-catalogus	16,50%	Onvoldoende gegevens
	TVOD catalogus	5,80%	Onvoldoende gegevens
	Pickx+ Sports	NVT	NVT
	Proximus Pickx Live	NVT	NVT
• Regionale Omroep Brabant vzw	ROB TV	NVT	NVT
• Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie vzw	TV Oost	NVT	NVT
• Regionale Televisie Vlaams-Brabant, Halle-Vilvoorde vzw	Ring TV	100%	10%
• RTV vzw	RTV	100%	100%
• Streamz bv	Streamz SVOD	30,87%	100,00%
• Studio 100 TV nv	Studio 100 TV VL	90,09%	2,00%
• Telenet bv	Play More cinema	21,63%	100,00%
	Play More Black	22,70%	100,00%
	Play More Kicks	34,66%	100,00%
	Telenet TVOD	5,59%	100,00%
• Tele-Visie-Limburg	TVL	NVT	NVT
• Via Plaza nv	Eclips TV	100,00%	Geen info
• Vlaams-Brusselse Media vzw	Bruzz	100%	100%

ONDERNEMINGSNAAM	NAAM ZENDER	% VLAAMS	% ONAFHANKELIJK
• VRT nv	Eén	81,79%	60,60%
	Canvas	82,63%	8,10%
	Ketnet	67,52%	58,80%
	VRT MAX (FVOD)	41,69%	22,60%
• West-Vlaamse Televisie Regio Zuid vzw	WTV	100%	43%

Tabel 70: Hoeveelheid Vlaamse producties die televisieomroeporganisaties programmeren<sup>528 529 530 531 532 533 534 535 536</sup>

Sommige omroepen waren niet in staat de gevraagde gegevens omtrent onafhankelijke producties te bezorgen. Daarnaast dienden een aantal omroepen geen quotaverslag in. Het merendeel van de regionale omroepen zendt uitsluitend programma's uit onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Wanneer er een laag percentage onafhankelijke Vlaamse producties gerapporteerd wordt, duidt dit erop dat de omroep in kwestie veel programma's zelf produceert.

### 3.1.2.3.2.3 Online populariteit van tv-merken

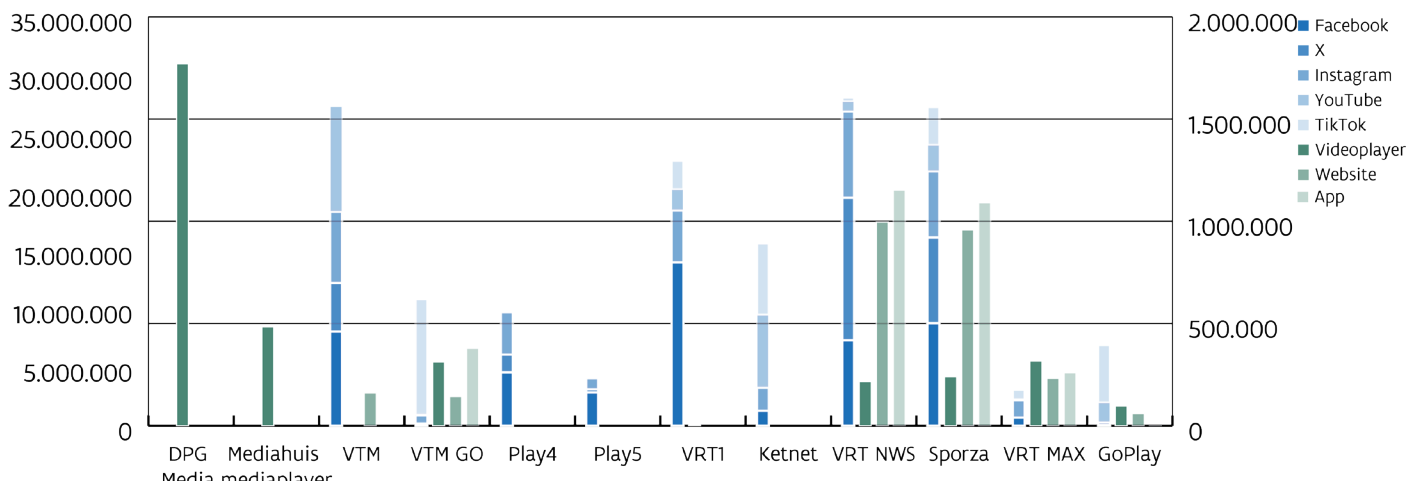
Als kijker kan je steeds meer programma's bekijken op het platform van een omroep. Omroepen zijn ook actief op sociale media. De grafiek hieronder geeft een overzicht van de online populariteit van enkele Vlaamse omroepmerken. Het aantal videoplayer-, website- en appbezoeken staat op de primaire as (links) en het aantal volgers op sociale media op de secundaire as (rechts).

Voor het eerst geeft het CIM een inzicht in de prestaties van de verschillende videoplayers die mediabedrijven aanbieden. De short form video en audio player van DPG Media steekt er met kop en schouders bovenuit. Op ruime afstand gevolgd door de videospeler van Mediahuis. Korte filmpjes werken blijkbaar goed. Op de derde plek gaan de videospelers van VRT MAX en VTM GO nek aan nek, met rond de 5,5 miljoen bezoekers in juni 2024. Goplay heeft duidelijk nog wat inhaalwerk te doen.

Wat websitebezoekers betreft, worden de websites van VTM GO, VTM, VRT NWS en Sporza meer bezocht dan vorig jaar, de websites van VRT MAX en GoPlay minder. Ook wat app-bezoekers betreft, tekenen VRT MAX en GoPlay een daling op. De app van Sporza kende dan weer een enorme toestroom van bezoekers in juni, vermoedelijk door het Europees Kampioenschap voetbal. Ook de apps van VRT NWS en VTM GO kregen meer volk over de vloer. Het is belangrijk om ook hln.be in het achterhoofd te houden, omdat VTM Nieuws geïncorporeerd werd in deze website. Hln.be is ongeveer vier keer zo groot als VRT NWS. De app van hln.be kent wel een daling in bezoekcijfers, waardoor deze slechts minder dan dubbel zo groot is als de app van VRT NWS. Vorig jaar trok die nog drie keer zoveel bezoekers als VRT NWS.

Vier omroepmerken springen eruit qua aantal volgers op sociale media: VTM, VRT NWS, Sporza<sup>537</sup> en VRT 1. VRT 1 is het meest populair op Facebook, VRT NWS spant de kroon op X (voorheen Twitter) en Instagram. VTM zet sterk in op YouTube, wat resulteert in een hoog aantal volgers op dit sociale medium. VTM GO is de onbetwiste TikTok-kampioen.

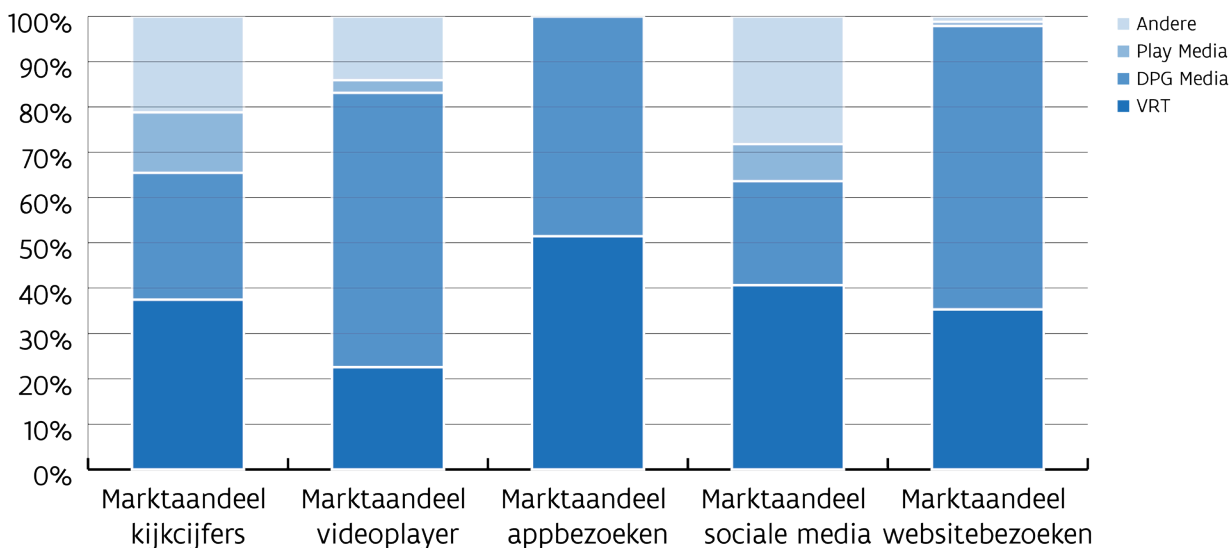
528 De vzw Antwerpse Televisie zendt uitsluitend programma's uit onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producties zijn Vlaamse producties.  
 529 De vzw Focus Televisie – Regionale televisie voor het noorden van West-Vlaanderen zendt uitsluitend programma's uit onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producties zijn Vlaamse producties.  
 530 Vlaams Parlement TV hanteert als parlementaire televisie omroep enkel zelf geproduceerde tv-formats, afgewisseld met live uitzendingen uit het Vlaams Parlement.  
 531 De muziek van Menttv is 100% onafhankelijk. Het beeld is deels door hen in opdracht van Ment Media bv geproduceerd.  
 532 ROB-tv maakt uitsluitend programma's onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producties zijn Vlaamse producties.  
 533 TV Oost maakt uitsluitend programma's onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producten zijn Vlaamse producties.  
 534 Pickx Sports zendt enkel sport uit.  
 535 Pickx Live is een zelfpromotiekanaal.  
 536 Tele-Visie Limburg vzw maakt uitsluitend programma's onder de noemer informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producties zijn Vlaamse producties.  
 537 Op sociale media wordt enkel gekeken naar het aantal volgers voor het algemene Sporza-profiel. Zo wordt het aantal volgers van bijvoorbeeld Sporza Koers niet meegenomen in de telling.



Figuur 53: Online populariteit televisieomroepmerken  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken in zomer 2024

In de figuur hieronder worden de populariteitsaandelen van de mediagroepen getoond. Voor het eerst gaan we ook in op de verdeling van marktaandeel op basis van videospelers.

We zien dat de openbare omroep en DPG Media de grootste omroepgroepen zijn. Wat betreft websitebezoeken verdelen ze de koek quasi onder elkaar, met respectievelijk 35 procent en 63 procent. Bij de videospelers steekt DPG Media er met kop en schouders bovenuit. Dit gaat zowel om lange filmpjes als om short form video. Ook Mediahuis behaalt hier ongeveer 8 procent marktaandeel. Volgens appbezoeken presteert de VRT sterker. Dit ondanks dat bij DPG Media de websitebezoeken van hln.be ook werden meegenomen. VTM Nieuws werd namelijk geïncorporeerd in deze website. Play Media heeft nog veel werk om zijn videospeler- en appbezoeken op te krikken. Door onvoldoende gegevens verschilt de categorie andere<sup>538</sup> bij de verschillende marktaandelen.



Figuur 54: Populariteitsaandelen mediagroepen televisie  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Momenteel zijn de meest populaire tv-apps HLN.be, Proximus Pickx, VRT MAX, VRT NWS en VTM GO. Ze hebben elk meer dan 1 miljoen downloads. We nemen de HLN-app ook op in onderstaande lijst aangezien DPG Media de app van VTM Nieuws stopte in 2019 en deze liet opgaan in de app van HLN.

De apps van Play Media (GoPlay) en Streamz (Streamz) zijn allebei meer dan 500.000 keer gedownload.

538 Categorie andere bij kijkcijfers bestaat uit alle tv-zenders waarvoor het CIM kijkcijfers berekent en die niet tot VRT, DPG Media of Play Media behoren. Deze lijst vindt u op [https://www.cim.be/nl/televisie?type=yearly\\_shares&year=2022&region=north](https://www.cim.be/nl/televisie?type=yearly_shares&year=2022&region=north)  
Categorie andere bij websitebezoeken bestaat uit: Njam! en Focus & WTV.  
Categorie andere bij sociale media bestaat uit: de regionale omroepen, DAZN België, Discovery Channel, Disney Channel, Disney Junior, Dobbit TV, Eclips TV, Star Channel, Kanaal Z, MENT tv, Nick Jr., Nickelodeon, Njam!, PlattelandstV, Play Sports, Proximus Pickx, Proximus Pickx+ Sports, Sport 10, Streamz, Studio 100 TV, TLC, TV Plus en Xite.

De app van ATV ging op in die van de Gazet van Antwerpen, daarom nemen we die app ook op in onderstaande lijst.

De app van Telenet TV Flow ging ook op in die van Telenet TV.

## APPLICATIES

NAAM	GROEP	AANTAL INSTALLATIES 2016
• Hln.be	DPG Media	1.000.000-5.000.000
• Proximus Pickx	Proximus	1.000.000-5.000.000
• VRT MAX	VRT	1.000.000-5.000.000
• VRT NWS	VRT	1.000.000-5.000.000
• VTM GO	DPG Media	1.000.000-5.000.000
• GoPlay	Play Media	500.000-1.000.000
• Ketnet	VRT	500.000-1.000.000
• Sporza	VRT	500.000-1.000.000
• Streamz	DPG Media	500.000-1.000.000
• Telenet TV	Telenet	500.000-1.000.000
• Be tv Go	BETV	100.000-500.000
• Gazet van Antwerpen – nieuws	Mediahuis	100.000-500.000
• Ketnet Junior	VRT	100.000-500.000
• Orange TV BE	Orange Belgium	100.000-500.000
• Studio 100 GO	Wanagogo	100.000-500.000
• Tadaam	Telenet	100.000-500.000
• TV Vlaanderen	Canal+ Luxembourg	100.000-500.000
• VOO TV+	VOO	100.000-500.000
• Orange TV Plus Belgium	Orange Belgium	50.000-100.000
• Focus & WTV	Regionale Media Maatschappij	10.000-50.000
• BRUZZ	Vlaams-Brusselse Media	5.000-10.000
• RINGtv	Regionale Media Maatschappij	1.000-5.000

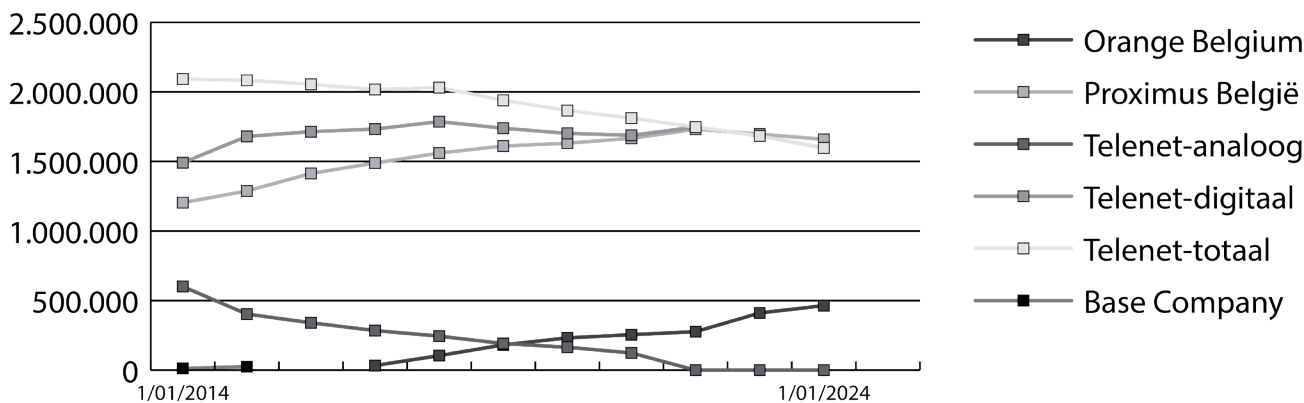
Tabel 71: Aantal installaties applicaties televisie via Google Play  
Bron: VRM op basis van Google Play, geraadpleegd zomer 2023

### 3.1.2.3.2.4 Distributie

In de figuur hieronder geven we de evolutie weer van het aantal kabelabonnees.

Eind november 2021 zette Telenet zijn analoge-tv signaal definitief stop. Hierdoor zijn er vanaf 2022 geen analoge televisie-abonnees meer. De curve ‘Telenet-totaal’, wat de som was van het aantal digitale en analoge Telenet televisie-abonnees, valt in Figuur 55 vanaf 2022 dan ook samen met de curve ‘Telenet-digitaal’.

Telenet en Proximus publiceren gedetailleerde financiële resultaten per kwartaal waaruit operationele gegevens waaronder het aantal tv-abonnees voor België valt af te leiden. Orange Belgium publiceert deze resultaten per jaarhelft en vermeldt meer algemeen het aantal kabelklanten. Tevens was het klantenbestand van VOO nog niet meegenomen in de financiële resultaten van de eerste jaarhelft van 2024.



Figuur 55: Evolutie van het aantal kabelabonnees (coax en IPTV)  
Bron: VRM op basis van informatie uit jaarverslagen

Wat (al dan niet interactieve) digitale televisie betreft zijn er op verschillende platformen verschillende aanbieders actief. Alle abonneegegevens handelen over heel België. Door de overname van SFR breidde Telenet immers haar activiteiten uit naar Brussel en Wallonië. Over het hele Belgische grondgebied heeft Telenet ongeveer evenveel digitale abonnees als concurrent Proximus. Bij de cijfers van Proximus zitten ook de klanten van dochter Scarlet. In 2015 zijn bovendien de klanten van SNOW (BASE) overgestapt naar Scarlet. Dit verklaart een deel van de abonneestijging bij Proximus.

Er bestaan nog andere distributievormen dan kabel. Over-the-top (OTT) televisie, televisie via internet, is al een tijdje aan een opmars bezig, vooral bij de jongere generaties. Zowel Telenet als Proximus bieden OTT-televisie aan hun abonnees aan. DPG Media biedt samen met Telenet ook het SVOD-platform Streamz aan. Daarnaast heb je nog gratis platformen VTM GO (DPG Media), GoPlay (Play Media) en VRT MAX (VRT).

De ontwikkeling van OTT-diensten zorgt voor aanpassingen binnen de bedrijfsmodellen van traditionele distributeurs. OTT-diensten richten zich meestal tot een niche met een beperkter aanbod voor een lagere prijs, terwijl gevestigde televisieverdelers een groot aanbod hebben voor een hogere prijs. Dit zorgt ervoor dat consumenten meer mogelijkheden krijgen, distributeurs meer perspectieven hebben en rechthebbenden hun aanbod via meerdere kanalen kunnen verkopen.

## INFOFRAGMENT 15: DE FINANCIËLE RELATIE TUSSEN OMROEPEN, DISTRIBUTEURS EN AUTEURS

Door de tweezijdigheid van de televisiemarkt kunnen omroeporganisaties als klant én als leverancier beschouwd worden van distributeurs en vice versa. Er kunnen dus geldstromen in beide richtingen lopen. Deze materie is complex en weinig transparant vermits de omroepen enerzijds transportkosten betalen voor de verspreiding van het signaal, maar anderzijds (samen met de auteurs) auteursrechten ontvangen.

Door allerlei belanghebbenden wordt het gebrek aan transparantie over de verdeling van de geïnde auteursrechten aangeklaagd.

De marktpartijen zijn niet geneigd informatie over deze materie openbaar te maken. Vaak zijn zij zelf tot vertrouwelijkheid gebonden in de contracten die werden aangegaan.

Sinds 2010 vraagt de VRM inzicht in de overeenkomsten die de dienstenverdelers aangingen met de omroeporganisaties en informatie over de effectief betaalde/ontvangen bedragen. Deze oefening wordt jaarlijks herhaald.

Details kunnen niet vrijgegeven worden aangezien zij op strikt vertrouwelijke basis werden meegedeeld. Oorspronkelijk werd enkel informatie opgevraagd over de transfers tussen omroepen en distributeurs. Sinds 2012 vroeg en kreeg de VRM ook de gegevens over de bedragen die aan andere rechthebbenden betaald

werden.

De kabeloperatoren factureren de auteursrechten apart omdat ze, wat betreft de prijs van het basisabonnement, onder de controle van de Prijzendienst vielen. Extra's, zoals auteursrechten, worden apart op de factuur vermeld en op die manier kan iedereen berekenen hoe groot de te verdelen som is. Bij andere distributeurs (zoals Proximus) zijn de omroeptransmissiediensten en auteursrechten niet apart gefactureerd, maar inbegrepen in de prijs van een "pack". Daardoor is het voor de begunstigden niet meteen mogelijk om te berekenen hoeveel er in totaliteit uitgekeerd zou moeten worden.

De variatie binnen de aangeleverde prijsinformatie is zodanig groot dat het de VRM niet toestond er een eenduidige logica uit te distilleren.

Voor sommige contracten wordt een vergoeding per abonnee per maand, gebaseerd op het marktaandeel, afgesproken, soms wordt er gewerkt met forfaitaire bedragen. In een aantal gevallen bevatten de overeenkomsten ook engagementen tot het spenderen van behoorlijk hoge advertentiebudgetten op bepaalde zenders.

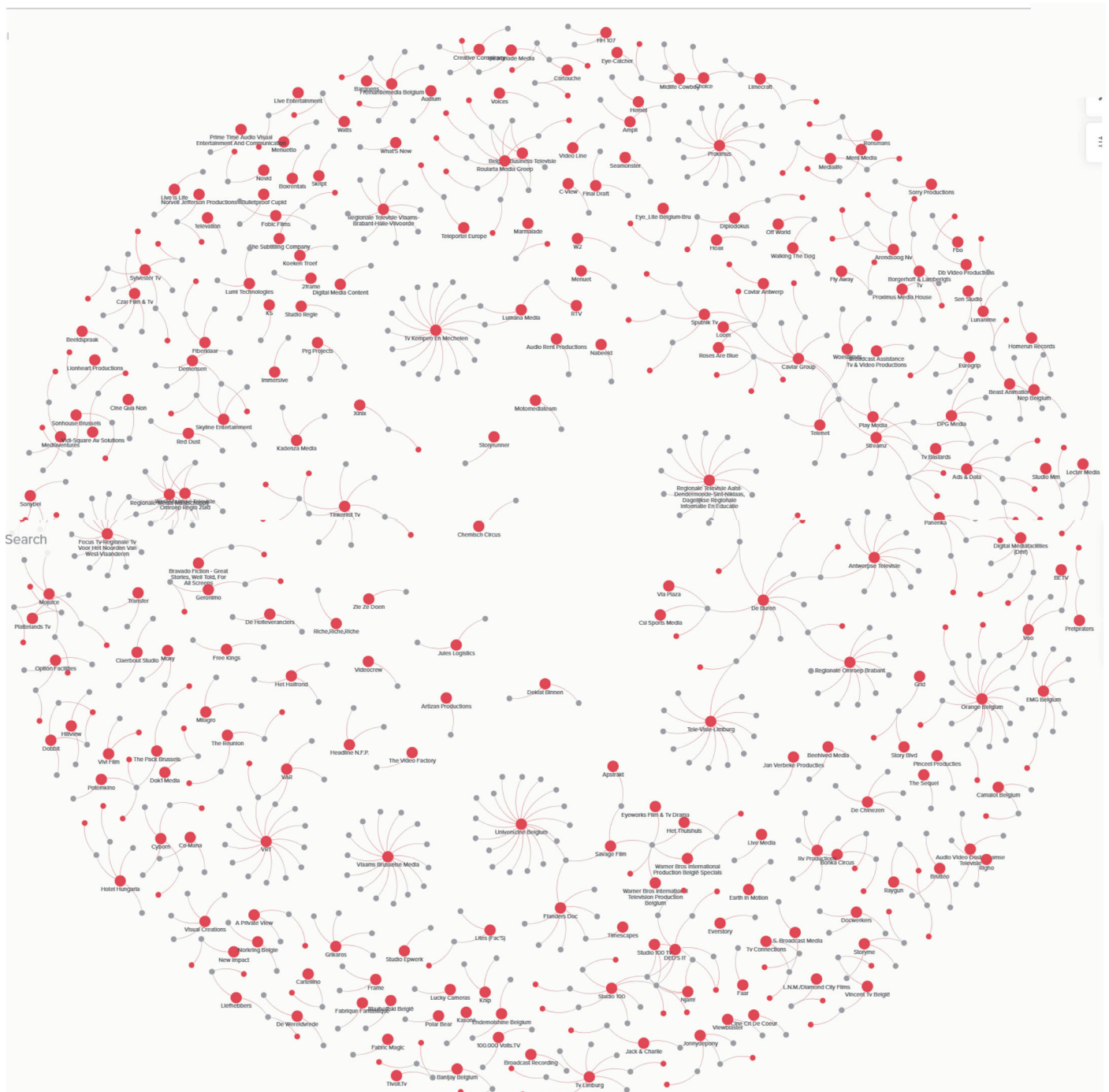
De balans wijst in quasi alle gevallen in het voordeel van de omroepen, maar soms is dit omgekeerd. Deze verhouding wordt niet per se bevestigd door de populariteit van de zenders in kwestie. De betaalde bedragen schommelen tussen nul euro, over enkele duizenden euro, tot meerdere miljoenen euro.

Personalisatie dringt meer en meer binnen de mediasector. Waar de voorbije jaren in het teken stonden van de ontwikkeling van gepersonaliseerde of targeted advertising, zetten de dienstenverdelers nog een stap verder door de mogelijkheden van hun digicorders en interfaces aan te passen. Dit allemaal met als doelstelling om een zo persoonlijk mogelijk aanbod voor de consument te creëren. Dit vertaalt zich ook in de contracten, waarin er veel meer aandacht besteed wordt aan prominence, branding en look-and-feel.

#### **3.1.2.4 Mandatenconcentratie in de televisiesector**

In de figuur hieronder kijken we naar de cumulatie van mandaten in de televisiesector. Het geeft een duidelijk beeld van de banden op bestuursvlak tussen mediagroepen onderling. Centraal zien we bij wijze van voorbeeld dat Telenet, via Streamz bestuurlijke banden heeft met DPG Media. Via [www.vlaamseregulatormedia.be](http://www.vlaamseregulatormedia.be) kan je deze figuur duidelijker bekijken.





Figuur 56: Mandatenconcentratie in de televisiesector<sup>539</sup>  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

### 3.1.3 Geschreven pers

#### 3.1.3.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

De meest evidente en vaakst voorkomende vorm van verticale integratie bij geschreven pers is deze waarbij de contentproducenten/redacties integraal deel uitmaken van de uitgeverijen die deze content verwerken tot een tastbaar of digitaal blad.

Tot 2020 werkten alle grote uitgevers met een eigen interne reclameregie. Met de oprichting van Ads & Data als nationale reclameregie is hier verandering in gekomen voor merken van Mediahuis, maar ook Telenet, Proximus<sup>539</sup> Hoe lees je deze figuur? Rechts bovenaan zie je Lunanime. In de raad van bestuur zetelen drie bestuurders waarvan er een ook in de raad van bestuur van Beast Animation zetelt. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via [www.waamseregulatormedia.be](http://www.waamseregulatormedia.be) zal je deze figuur duidelijker kunnen bekijken.

en Pebble Media. DPG Media en Mediafin blijven werken met een interne reclameregie, die een aparte business unit vormt in het bedrijf. De reclameregie van DPG Media omvat echter veel crossmediale merken en heeft zelfs een nationaal bereik sinds de overname van RTL Belgium. Het is deels daardoor dat het initiatief Ads & Data genomen is.

Door de aanwezigheid van slechts drie krantenuitgevers is er tevens een sterke horizontale integratie. Alle titels van eenzelfde uitgeverij werken met dezelfde reclameregie. Bovendien worden verschillende titels in pakketten aangeboden aan adverteerders en lezers, bijvoorbeeld Knack met Weekend en Focus. Op digitaal vlak zien we een stevige samenwerking wat betreft reclamewerving, door zoveel mogelijk titels aan te bieden aan adverteerders over concurrerende bedrijven heen. De samenwerking van de drie grootste magazinespelers DPG Media, Roularta en Rossel en hun nationaal aanbod 'Magixx' is hier een voorbeeld van.

Ook op inhoudelijk vlak zijn er (structurele) samenwerkingen tussen de verschillende redacties binnen één uitgeverij. Het meest verregaande voorbeeld is de geïntegreerde redactiestructuur van DPG Media, genaamd News City, boven de redacties van Het Laatste Nieuws, VTM, de radiozenders en magazines van de groep en HLN.be. Een ander voorbeeld uit 2022 is de samenvoeging van de redacties van Trends en Kanaal Z tot één redactie voor het weekblad, de website en de zender. Binnen de distributietak is de horizontale integratie in 2022 gedaald nadat Bpost 170 winkels, waaronder Press Shop en Relay, verkocht aan gokbedrijf Golden Palace.

Wat crossmediale integratie betreft, hebben de Vlaamse uitgevers nauwe banden met andere mediavormen, voornamelijk tv en radio. News City, de plek waarop DPG Media (quasi) al haar nieuwsredacties samen bracht, blijft hier het beste voorbeeld van. De crossmediale integratie nam dit jaar af bij concurrent Mediahuis nadat het zijn belang in exploitatiemaatschappij De Buren verkocht aan Via Plaza. In de radiomarkt is Mediahuis wel nog actief via de zenders Play Nostalgie, Nostalgie+ en NRJ. Roularta, een andere concurrent, is voornamelijk actief op de markt van geschreven pers. Verder is het de eigenaar van de economische zender Kanaal Z en via belangen actief in de reclamewerving van Ring TV. Verder hebben alle kranten en tijdschriften ook een sterkere aanwezigheid op het internet, zowel in de vorm van eigen nieuwssites als accounts op sociale media of apps.

Deze integratietendensen zorgen voor bepaalde risico's. Het bestuur van de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) drukte in 2021 haar ongerustheid uit over de toenemende verstrengeling van het nieuwsaanbod met commerciële content. In sommige mediabedrijven worden de redacties gedwongen om ruimte of tijd ter beschikking te stellen van louter commerciële zaken. Het bestuur vraagt dan ook met aandrang aan de Raad voor de Journalistiek, waarin ook mediadirecties vertegenwoordigd zijn, de beroepsethische regels hieromtrent te verduidelijken.<sup>540</sup> Vorig jaar verscheen er nog een onderzoeksartikel in Apache<sup>541</sup> over de verstrengeling van farmabedrijven met gezondheidsmagazines.

Digitalisering zorgt er bovendien voor dat redacties o.a. weten welke artikels veel of lang gelezen worden en welke tot de meeste digitale abonnementen leiden. In combinatie met commerciële druk zou dit ook kunnen leiden tot verschraling van de nieuwsdiversiteit. De grote groei van DPG Media zou ook risico's kunnen inhouden omtrent de nieuwsverslaggeving door onafhankelijke journalisten of nieuwsmedia. Zo zorgen volgens onderzoek televisiezenders of programma's dikwijls zelf voor nieuws, dat dan eerst in de eigen media gepubliceerd kan worden.

Deze concentraties zorgen er ook voor dat freelance journalisten in een zwakkere positie komen te staan doordat ze slechts bij enkele mediagroepen hun producten kunnen aanbieden.

540 VVJ, Deltour, P., "ongerust over vermenging journalistiek en commerciële content", <https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciële-content>, 13 september 2021.

541 Vanheerentals, L. (2023, 19 januari). Advertentiehonger jaagt gezondheidsmagazines in armen van farmasector. <https://apache.be/2023/01/19/advertentiehonger-jaagt-gezondheidsmagazines-armen-van-farmasector>

### 3.1.3.2 Analyse op basis van financiële gegevens

#### 3.1.3.2.1 Persagentschappen

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Belga News Agency nv	3.442.683	13.220.518	29.708.459	30.253.490	531.023	520.521	122,9
• Stampmedia vzw	240.164	444.173	70.081	-	-6.828	-6.801	9,3
• Persinfo bv	3.228	24.442	-	-	-10.724	-8.755	-

Tabel 72: Financiële gegevens 2023 persagentschappen

In hoofdstuk 1 stelden we dat Belga het belangrijkste Belgische persagentschap is. In 2023 steeg de omzet en de winst van het boekjaar voor belastingen dankzij een omzetgroei in combinatie met kostenbeheersing. Zo werd Belga in 2023 geconfronteerd met een forse indexering van de lonen. Daarom nam het kostenbesparende maatregelen en werden de tarieven geïndexeerd.<sup>542</sup>

Van IPS Vlaanderen zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

#### 3.1.3.2.2 Fotoagentschappen

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Reporters nv	240.147	755.477	-	-	14.144	92	-
• Photo News nv	222.636	980.294	-	-	176.540	172.596	9,7
• Imageoffice bv	145.154	235.245	-	-	64.384	63.879	-
• Wouters & Fas- seur bv	134.761	202.996	-	-	27.853	28.524	-
• Fabulous bv	-4.991	185.082	-	-	-27.844	-29.493	-

Tabel 73: Financiële gegevens 2023 fotoagentschappen

De fotoagentschappen halen gelijkaardige resultaten als in 2022.

#### 3.1.3.2.3 Mediacentrales

Mediacentrales zorgen ervoor dat publiciteitsruimten in verschillende media opgevuld worden met advertenties. Ze beheren de reclamebudgetten van adverteerders en kopen hiermee reclameruimte aan.

In Tabel 74 zijn de financiële gegevens van 2023 van de belangrijkste mediacentrales weergegeven.

Van de ondernemingen Dentsu Belgium bv, OMD nv, Omnicom Media Group bv, Havas Media Belgium nv, PHD Media nv, Sementis bv en MMS Communications Belgium bv waren op het moment van redactie geen cijfers van 2023 beschikbaar. Zigt Media BV werd niet meegenomen aangezien dit een buitenlandse onderneming is.

542 Belga nv (2024). Jaarrekening 2023, pp. 38-39.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• IO Group nv	67.641.394	125.103.444	714.863	715.863	-905.451	-4.754.139	-
• Mediabrands Belgium nv	11.855.381	117.148.338	244.463.171	247.363.045	896.789	3.105.892	131,8
• MediaCom Belgium nv	3.333.279	10.435.994	15.788.023	15.850.312	-194.478	-37.118	13,7
• MindShare nv	2.549.013	82.289.921	147.570.125	147.770.854	124.268	628.864	65,5
• GroupM Belgium nv	2.078.099	164.339.781	311.882.525	319.253.412	647.707	1.602.782	81,3
• Billups nv	1.045.512	11.280.774	54.785.516	54.844.260	316.876	825.998	7,9
• EssenceMediacom Belgium nv	656.310	51.530.590	92.268.170	92.578.492	848.872	1.204.251	39,9
• Wavemaker nv	585.359	48.067.966	90.458.864	90.702.296	338.740	713.927	43,1
• Space nv	335.834	46.230.548	146.253.197	148.216.161	-142.493	-63.120	88,2

Tabel 74: Financiële gegevens 2023 mediacentrales

Verscheidende bedrijven ervaren druk op hun marges door de hevige internationale concurrentie en de gestegen operationele kosten t.g.v. meerdere loonindexaties. Zij diversifiëren daarom hun inkomstenbronnen door o.a. het dienstenaanbod uit te breiden en nieuwe technologieën te ontwikkelen. Verder wijzen verschillende bedrijven op het belang om deel uit te maken van een grotere groep aangezien de markt zich centraliseert. Internationale klanten willen namelijk hun budgetten op supranationaal niveau beheren.

### 3.13.2.4 Uitgevers van dagbladen

Door de integratie van verschillende drukactiviteiten doorheen de jaren is het moeilijker geworden om de financiële resultaten van louter krantenuitgevers te analyseren en te bespreken. De meest recente integratie is deze van de drukwerken van De Persgroep Publishing in DPG Media. Bij de analyse van onderstaande tabel dient de lezer dus rekening te houden met het feit dat deze bedragen niet louter gegenereerd zijn met uitgeversactiviteiten.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Mediahuis nv	694.381.522	1.159.778.840	293.563.944	322.085.449	-145.846	51.069.346	792,7
• DPG Media nv	189.320.510	484.599.509	550.072.286	583.514.293	74.109.865	80.851.881	1.206,4
• Mediafin nv	5.661.609	41.174.722	83.615.343	85.528.656	11.081.941	11.376.558	286

Tabel 75: Financiële gegevens 2023 uitgevers van dagbladen

Mediahuis stabiliseerde zijn omzet, maar zag zijn bedrijfsresultaat (licht) negatief worden. Het wijt dit aan moeilijke marktomstandigheden in de lezers- en de advertentiemarkt met dalende printinkomsten tot gevolg, die nog onvoldoende gecompenseerd worden door de online inkomsten. Verder zijn ook de effecten van de inflatie en de loonindexatie merkbaar. Bovendien zijn dit jaar de éénmalige meerwaarden weggevallen, liggen de dividendeninkomsten lager en zijn de intrestlasten flink opgelopen, wat maakt dat het resultaat van het boekjaar voor belastingen meer dan gehalveerd is. In die omstandigheden wordt het belang van de schaalvergroting, waarop Mediahuis de voorbije jaren inzette, heel zichtbaar.<sup>543</sup>

2023 was een financieel stabiel jaar voor DPG Media. Hoewel de omzet iets lager lag dan vorig jaar, wist het de bedrijfskosten ondanks de sterk gestegen loonkosten en papierprijzen goed te bedwingen met een sterk gestegen bedrijfsresultaat (+ 16 miljoen euro) tot gevolg. Door lagere financiële opbrengsten viel het resultaat

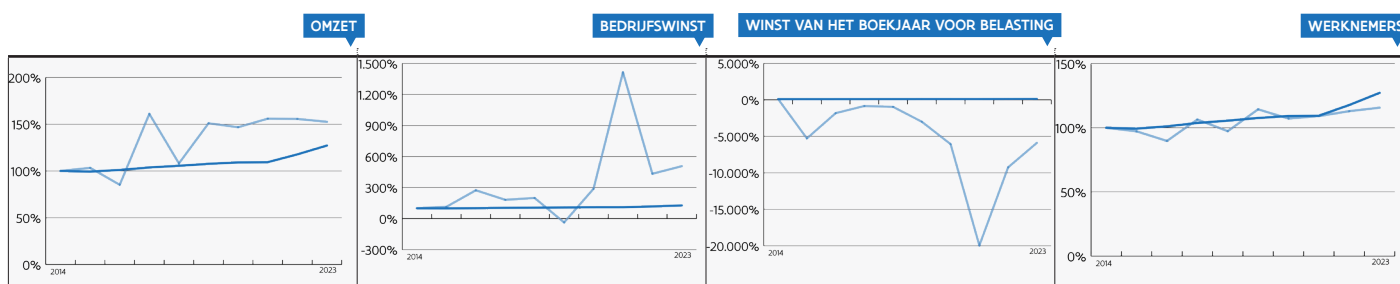
543 Mediahuis nv (2024). Jaarrekening 2023, pp. 52-55.

van het boekjaar voor belastingen echter een stuk terug (-13 miljoen euro).<sup>544</sup>

Mediafin zag zijn bedrijfsopbrengsten stijgen met 4,57 miljoen euro in vergelijking met 2022, door een combinatie van stijgende reclame-inkomsten en een stijging van abonnementen en losse verkoop. De bedrijfskosten stegen iets meer, met 5,02 miljoen euro in vergelijking met 2022. Dat is het resultaat van hogere werkingskosten verbonden aan de groei van de onderneming. Zodoende heeft Mediafin een bedrijfswinst van ongeveer 11 miljoen euro, wat quasi een stabilisering ten opzichte van vorig jaar is.<sup>545</sup>

De precieze impact van het wegvallen van de concessie voor de bedeling van kranten en tijdschriften zal de komende jaren duidelijk worden.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 57: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers dagbladen

Bron: VRM op basis van informatie NBB

In de grafiek vallen twee curves op: de bedrijfswinst en het resultaat van het boekjaar voor belastingen. 2021 was duidelijk een grand cru jaar voor de uitgevers van dagbladen.

De bedrijfswinst bleef, met uitzondering van de piek in 2016, relatief stabiel tot 2019. In 2019 realiseerde Mediahuis een bedrijfsverlies t.w.v. 33 miljoen euro door een terugval in de bedrijfsopbrengsten in combinatie met een stijging van de bedrijfskosten (de niet-recurrente bedrijfskosten). Mediahuis wist deze situatie nadien om te buigen. Het is duidelijk uit de grafiek dat zowel Mediahuis als DPG Media hun winstgevendheid serieus konden opkrikken, al was er in 2022 een terugval door stijgende kosten. De stijging in 2023 is toe te schrijven aan DPG Media.

De beweging van de winst (verlies) van het boekjaar voor belastingen in bovenstaande figuur is ietwat misleidend. Doordat er in 2014 een gemiddeld verlies van het boekjaar voor belasting werd opgetekend, betekent een daling van de grafiek eigenlijk dat er winst wordt geboekt i.p.v. verlies. Zo tekende De Persgroep Publishing in 2015 een winst op van 115 miljoen euro en waren de jaren 2020 en vooral 2021 grand cru jaren. Tussen 2016 en 2018 trad min of meer een normalisatie op. In 2022 en 2023 viel het resultaat terug, zij het nog steeds op een hoog niveau.

Verder vertoont de omzet geen abnormaliteiten. De stijging in 2017 komt doordat Mediahuis terug in de cijfers verscheen. In 2016 werd Mediahuis namelijk niet meegenomen in de berekening doordat het een verlengd boekjaar hanteerde dat liep van 1 januari 2016 tot 30 december 2017. De stijging in 2019 komt dan weer door de integratie van de drukactiviteiten van het voormalige De Persgroep Publishing in DPG Media. Sinds 2021 zien we dat de omzet op een hoog niveau stabiel blijft.

In 2014 steeg het gemiddeld aantal werknemers sterk door het grote aantal werknemers die in de toenmalige joint venture Mediahuis werden ondergebracht. 2014 is nu echter het basisjaar waardoor de curve een ander verloop toont. We zien dat de curve de CPI min of meer volgt t.e.m. 2022. De spreiding tussen beide curves in 2023 is toe te schrijven aan de sterke stijging van de CPI (+10 pp t.o.v. 2014) ten gevolge van de inflatie. Dat geeft een vertekend beeld want het gemiddeld aantal werknemers ligt in 2023 15 pp boven het basisjaar en iets hoger dan in 2022.

544 DPG Media nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 45.

545 Mediafin nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 44.



### 3.1.3.2.5 Uitgevers van tijdschriften

Door de integratie van verschillende drukactiviteiten doorheen de jaren is het moeilijker geworden om de financiële resultaten van louter uitgevers van tijdschriften te analyseren en te bespreken. De meest recente integratie is deze van de drukwerken van De Persgroep Publishing in DPG Media. Bij de analyse van onderstaande tabel dient de lezer dus rekening te houden met het feit dat deze bedragen niet louter gegeneerd zijn met uitgeversactiviteiten.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS- NAAM	EIGEN VERMOGEN		ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087	
• Mediahuis nv	694.381.522	1.159.778.840	293.563.944	322.085.449	-145.846	51.069.346	792,7	
• Roularta Media Group nv	195.452.569	303.463.149	268.203.110	285.295.778	-5.924.758	-1.257.151	1.020,9	
• DPG Media nv	189.320.510	484.599.509	550.072.286	583.514.293	74.109.865	80.851.881	1.206,4	
• Dobbit nv	6.446.941	7.008.535	2.339.211	2.449.327	78.108	128.302	11,4	
• Mediafin nv	5.661.609	41.174.722	83.615.343	85.528.656	11.081.941	11.376.558	286	
• Katholieke media-groep nv	4.193.159	10.370.874	8.044.227	8.170.919	-2.879.437	-2.807.629	46,9	
• Ventures Media nv	1.530.054	8.024.776	-	-	7.126	144.947	-	
• Perruptio bv	682.459	699.334	-	-	-61.230	-79.555	-	
• Bloom bv	600.677	1.011.224	-	-	208.961	193.746	-	
• High Level Communication & l'éventail nv	530.056	696.587	-	-	-52.282	-53.878	1,2	
• Professional Media Editions nv	499.182	2.485.109	7.952.520	8.051.235	-193.566	-188.367	25,4	
• Wereldmediahuis vzw	485.590	747.024	-	-	-87.402	-91.936	9,4	
• Editions Ventures Woman nv	420.959	4.721.966	-	-	63.132	23.345	-	
• Editions Maglife bv	219.548	417.928	-	-	53.509	53.049	-	
• Motorrijder bv	195.324	440.403	-	-	47.431	48.185	4,4	
• Gemex Publishing bv	131.373	365.821	-	-	-93.885	-97.227	3,9	
• Villas Décoration bv	69.331	654.843	-	-	217.536	216.906	0,1	
• Psycho Media Belgium nv	30.516	1.041.520	-	-	4.224	4.723	-	
• De Werktitel cv	20.635	533.379	-	-	-150.399	-157.275	-	
• Blue Pixl Media bv	1.216	745.343	-	-	15.634	10.358	7,1	
• De Deeluitgeverij bv	-90.496	1.410.971	-	-	72.895	75.341	-	
• Eos Wetenschap vzw	-111.819	761.451	-	-	-231.674	-228.724	9	
• Tertio Millennio cv	-234.343	263.675	-	-	-510.028	-510.159	4,8	
• MediaNation nv	-19.814.555	3.202.297	-	-	-6.808.511	-8.284.112	4	

Tabel 76: Financiële gegevens 2023 uitgevers van tijdschriften<sup>546</sup>

DPG Media, Mediahuis en Mediafin werden hierboven al besproken.

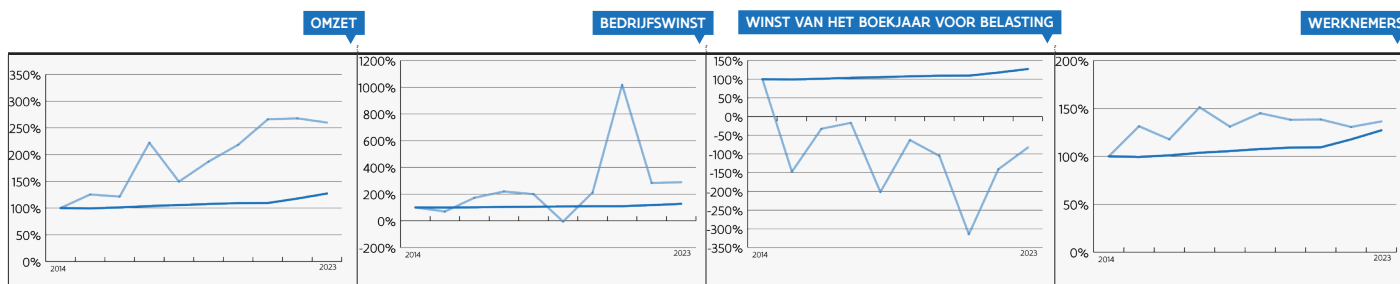
<sup>546</sup> De jaarrekening van Produpress nv was op het moment van redactie niet beschikbaar in de balanscentrale. Van rekt:verso vzw zijn geen openbare cijfers beschikbaar.



De omzet van Roularta daalde in 2023 met bijna 6 procent. De daling is in hoofdorde te verklaren door een terugval van de advertentieomzet. Daarnaast daalde ook de omzet van de divisie Roularta Printing en in mindere mate ook de omzet uit de lezersmarkt. De bedrijfskosten dalen hoofdzakelijk als gevolg van een lager volume aan drukwerk voor magazines, folders en catalogi voor buitenlandse klanten en dit in combinatie met een strikt kostenbeleid.<sup>547</sup>

Katholieke Mediagroep (voorheen bekend als Drukkerij en Uitgeverij Halewijn nv) boekte een verlies van 2,8 miljoen euro in 2023. In dit verlies zit de kostprijs van het sociaal plan vervat. Eind 2023 werd namelijk overgegaan tot een collectief ontslag binnen de Technische Bedrijfseenheid Drukkerij en Uitgeverij Halewijn waardoor 15 personen hun baan verloren. Het verlies komt ook door een omzetsdaling van 4,3%, te wijten aan de afname van de abonnementen van Kerk & Leven.<sup>548</sup>

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 58: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2013 - uitgevers weekbladen<sup>549</sup>  
Bron: VRM op basis van informatie NBB

De beweging van de winst (verlies) van het boekjaar voor belastingen in bovenstaande figuur is ietwat misleidend. Doordat er in 2014 een gemiddeld verlies van het boekjaar voor belastingen werd opgetekend, betekent een daling van de grafiek eigenlijk dat er winst geboekt wordt i.p.v. verlies. Sinds 2014 evolueert de winst (verlies) van het boekjaar voor belastingen positief.

Qua omzet zien we quasi elk boekjaar een stijging door een sterke consolidatiebeweging in de markt, waardoor enkele bedrijven grotere omzetten boeken. De omzetsdip in 2018 kwam door de lagere advertentieinkomsten van Mediahuis dat jaar.

Het gemiddeld aantal werknemers steeg de afgelopen jaren dankzij de drie grote mediagroepen: Roularta Media Group, Mediahuis en DPG Media. Er waren namelijk fusies van de dochterondernemingen met de moederbedrijven en de andere mediavormen waardoor de werknemers mee werden overgenomen.<sup>550</sup>

### 3.1.3.2.6 Gratis pers

Hieronder presenteren we enkele financiële cijfers omtrent de gratis pers.

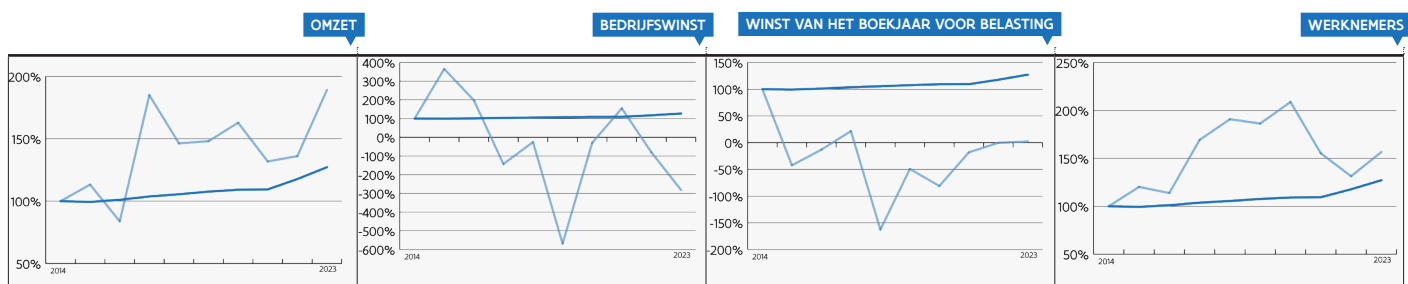
547 Roularta nv (2024). Jaarrekening 2023, p. 52.  
 548 Katholieke Mediagroep nv (2024). Jaarrekening 2023, pp. 34-35.  
 549 De jaarrekening van Produpress nv was op het moment van redactie niet beschikbaar in de balanscentrale. Van rektov:verso vzw zijn geen openbare cijfers beschikbaar.  
 550 Het gemiddeld aantal werknemers verdeeld over print en andere activiteiten.

# FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Roularta Media Group nv	195.452.569	303.463.149	268.203.110	285.295.778	-5.924.758	-1.257.151	1.020,9
• Vlaams Brusselse Media vzw	3.786.526	5.165.597	1.974.480	11.579.494	-148.233	-154.436	54,1
• Tips nv	1.377.247	1.870.786	-	-	-110.304	-119.099	11,6
• Uitgeverij Inter-media nv	712.290	2.048.585	-	-	492.286	522.412	16,3
• Crescendo nv	520.086	1.015.315	-	-	-142.370	-161.684	2
• Impuls Media bv	409.003	904.809	-	-	16.099	1.252	-
• Goeddag nv	110.327	133.272	-	-	-29.407	-28.795	-
• Thema Media nv	19.055	805.743	-	-	20.944	15.368	13,6
• Bode Van Schoten bv	-34.356	294.063	-	-	-9.388	-10.466	4,8

Tabel 77: Financiële gegevens 2023 uitgevers gratis pers

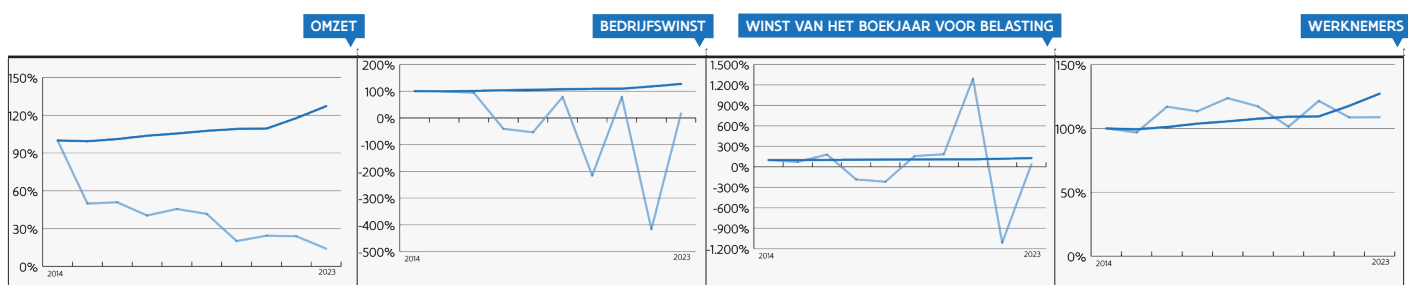
## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 59: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers gratis pers

Bron: VRM op basis van informatie NBB

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 60: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers gratis pers (met uitzondering van Roularta Media Group)

Bron: VRM op basis van informatie NBB

In de grafiek in Figuur 59 zijn de cijfers van de uitgevers van gratis pers opgenomen, waaronder ook enkele grote spelers, zoals Roularta Media Group en historische cijfers van Mediahuis en De Persgroep Publishing, toen die nog actief waren in deze markt. Vanwege hun omvang wegen deze ondernemingen sterk door in de grafiek. Bovendien vormt gratis pers een klein deel van hun activiteiten waardoor de opgetekende winst- en verliescijfers dus slechts in beperkte mate toe te schrijven zijn aan hun activiteiten in de gratis pers.

Daarom bekijken we in Figuur 60 de evolutie van de gemiddelde waarden van de uitgevers van wie de voornaamste of enige activiteit gratis pers is. Roularta Media Group wordt dus even buiten beschouwing gelaten, net zoals de historische cijfers van Mediahuis en DPG Media.

We leiden enkele zaken uit de grafiek af. Eerst en vooral zitten alle curves sinds het basisjaar onder de CPI, wat wijst op het feit dat de markt onder grote druk staat. In 2015 nam de omzet een flinke duik, wat te verklaren was door de overname van De Streekkrant door Roularta Media Groep dat jaar. Roularta wordt echter niet meegenomen in bovenstaande grafiek. Dit jaar zien we dat de omzet een fractie (14%) is van wat ze in 2014 was en, opvallend, dat de curves van het bedrijfsresultaat en het resultaat van het boekjaar voor belastingen opnieuw richting de CPI gaan. Een verklaring voor het verloop van deze curves dit jaar is het wegvallen van Mediatopper en vooral Mass Transit Media (MTM) in de grafieken. Zo had MTM in 2022 nog een omzet van 4,4 miljoen euro, maar ook een bedrijfsverlies en verlies van het boekjaar voor belastingen van 3,4 miljoen euro.

### 3.1.3.2.7 Distributie geschreven pers

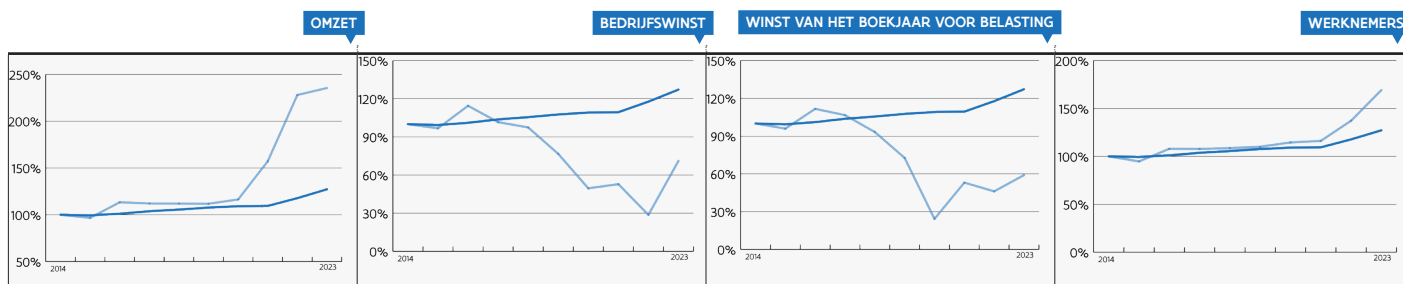
## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Bpost nv	888.184.402	3.113.381.514	2.349.467.098	2.387.036.943	181.893.692	154.144.738	24.709,4
• AMP nv	24.797.222	98.446.581	225.607.572	273.974.843	1.487.719	2.168.945	390,9
• PPP bv	1.063.851	2.801.497	-	-	54.701	22.366	12,1
• Imapress nv	687.535	880.532	-	-	23.317	47.666	4,6
• Vlaamse Post nv	321.878	1.285.868	-	-	46.101	44.787	2

Tabel 78: Financiële gegevens 2023 distributeurs geschreven pers<sup>551</sup>

In de onderstaand Figuur 61 wordt de evolutie van de gemiddelde waarden sinds 2014 voor de distributeurs weergegeven.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 61: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 distributeurs geschreven pers<sup>552</sup>

Bron: VRM op basis van informatie NBB

Aangezien we met gemiddelde cijfers werken en Bpost zeer sterk doorweegt in de berekeningen, kunnen pieken en dalingen in de curves voornamelijk aan Bpost worden toegeschreven. De stijging van het gemiddeld aantal werknemers in 2016 valt te verklaren door de stopzetting van Deltamedia dat jaar.

De laatste drie jaren piekt de omzet en er is ook een opvallende stijging van het aantal werknemers boven de CPI. Ondanks de fel gestegen omzet, dalen de marges in deze sector al enkele jaren.

In hoofdstuk 1 van dit rapport wordt er dieper ingegaan op de mogelijke malversaties bij Bpost omtrent openbare aanbestedingen van de Belgische Staat. Het risico van een boete hangt af van de bevindingen van de Belgische Mededingingsautoriteit. Daarnaast zijn er ook onderzoeken lopende naar de vergoedingen die de Belgische staat heeft betaald voor de verwerking van verkeersboetes, het beheer van 679-rekeningen en het afgeven/schrappen van kentekenplaten. Door al deze dossiers acht Bpost een kasuitstroom waarschijnlijk en nam daarom een voorziening op van 82,5 miljoen euro in de balans 2023.<sup>553</sup>

551 Bij het afsluiten van de redactie was er nog geen jaarrekening van 2022 én 2023 gepubliceerd voor Flyerco I nv. Van Eurokrant CommV zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

552 Bij het afsluiten van de redactie was er nog geen jaarrekening van 2022 én 2023 gepubliceerd voor Flyerco I nv. Van Eurokrant CommV zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

553 Bpost (2024). Jaarrekening 2023, p. 61.

### 3.1.3.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

#### 3.1.3.3.1 Dagbladen

Uit de meest recente imec.digimeter<sup>554</sup> blijkt dat het aandeel Vlamingen dat in 2023 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergarings met drie procentpunten daalt naar 18 procent (-3 procentpunten (hierna pp) t.o.v. 2022). Inzake toestellen waarop nieuws geconsumeerd wordt, noteert de smartphone dit jaar voor het eerst het breedste bereik in Vlaanderen als drager en touchpoint voor en gatekeeper naar nieuws. Samenhangend met het gebruik van de smartphone voor nieuwsconsumptie stijgt het dagelijks gebruik van nieuwsapps naar 38% (+6 pp). Ook bij nieuwswebsites is er een stijging op dagelijks vlak (41%, +4 pp) dankzij de groei van het computergebruik voor nieuwsconsumptie in het ouderensegment. Als tot slot de rol van sociale media in nieuwsconsumptie naast het wekelijkse gebruik van nieuwsapps wordt geplaatst, zien we dat sociale media qua bereik voor nieuws stilaan worden bijgebeend door de apps van de lokale nieuwsmerken en nieuwsapps.

De Vlaming blijft nieuwsgierig en vertoont, met 89% (+1 pp) die dagelijks het nieuws volgt, opnieuw een sterke dagelijkse nieuwsconsumptiegewoonte. Hoewel dit percentage de afgelopen twee jaren toenam, komt het niet boven de piek van 2020 (91%). De intrinsieke motivatie (het belangrijk vinden om nieuws te volgen) daalt wel voor het derde jaar op rij (80%, -1 pp).<sup>555</sup>

Het jaarlijkse Digital News Report (DNR) ziet ook indicaties van bezorgdheden omtrent desinformatie. Daarbij valt vooral het gedrag van jongeren (18-24 jaar) op. Zij vertonen namelijk de grootste desinteresse en wantrouwen in nieuws. Hoewel 29% (+3 pp) van hen meerdere keren per dag het nieuws raadpleegt, blijkt 35% (+12 pp) geen interesse te hebben en 34% (+6 pp) het nieuws te wantrouwen. De Tijd geniet als zakelijke krant van een stabiel vertrouwen van 70% (+1 pp). Ook De Morgen en De Standaard blijven stabiel op respectievelijk 66% en 71% (telkens +1 pp). Populaire kranten Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hangen rond hetzelfde niveau (67%, +4 pp voor Het Laatste Nieuws en 68%, +2 pp voor Het Nieuwsblad).<sup>556</sup> We stellen vast dat de populaire kranten een inhaalbeweging maken op vlak van betrouwbaarheid. Ze benen de kwaliteitskranten dus bij.

De populariteit van de geschreven pers wordt hieronder in twee stappen besproken. Ten eerste worden de verkoopcijfers van de kranten en tijdschriften bestudeerd. Dit gaat zowel om de gedrukte versie als de digitale versie van krant of tijdschrift. Vervolgens wordt de populariteit besproken van de website, de socialemediapagina's en de apps die bij een krant of tijdschrift horen.

##### 3.1.3.3.1.1 Betaalde verspreiding en oplage

Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) geeft oplage- en verspreidingscijfers voor zowel de gedrukte als de digitale versies van de dagbladen. De VRM werkt dit jaar met de 'stated' cijfergegevens in plaats van de gecontroleerde cijfers wat betreft betaalde verspreiding. Dit komt door het feit dat bij het afsluiten van de redactie de gecontroleerde cijfergegevens nog niet beschikbaar waren. De abonnees die bij hun gedrukte krant gratis toegang krijgen tot de digitale versie van de krant, rekent het CIM enkel bij de gedrukte exemplaren. Het CIM maakt ook het onderscheid tussen de verkoop als onderdeel van een abonnement of een losse verkoop. Het doet dit sinds 2016 echter niet meer voor de digitale exemplaren.

Het CIM voorziet sinds 2020 ook cijfers rond zogenaamde 'web only' abonnementen. Dit zijn speciale abonnementen die DPG Media en Mediahuis verkopen aan lezers om hen toegang te geven tot betalende krantenartikels op hun websites, zogenaamde plusartikels. De VRM neemt deze abonnementen mee in het digitale luik van onderstaande berekeningen en grafieken. Mediafin biedt deze abonnementsformule niet aan voor De Tijd.

554 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024).

imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

555 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024).

imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

556 Digital News Report, "Monitor: 8 jaar trends in nieuwsgebruik", <https://www.nieuwsgebruik.be/monitor>.

Een nieuwe classificatie sinds vorig jaar zijn de abonnementen waarbij papieren en digitale replica exemplaren worden afgewisseld. Dit wordt in onderstaande figuur aangeduid als alternerend.

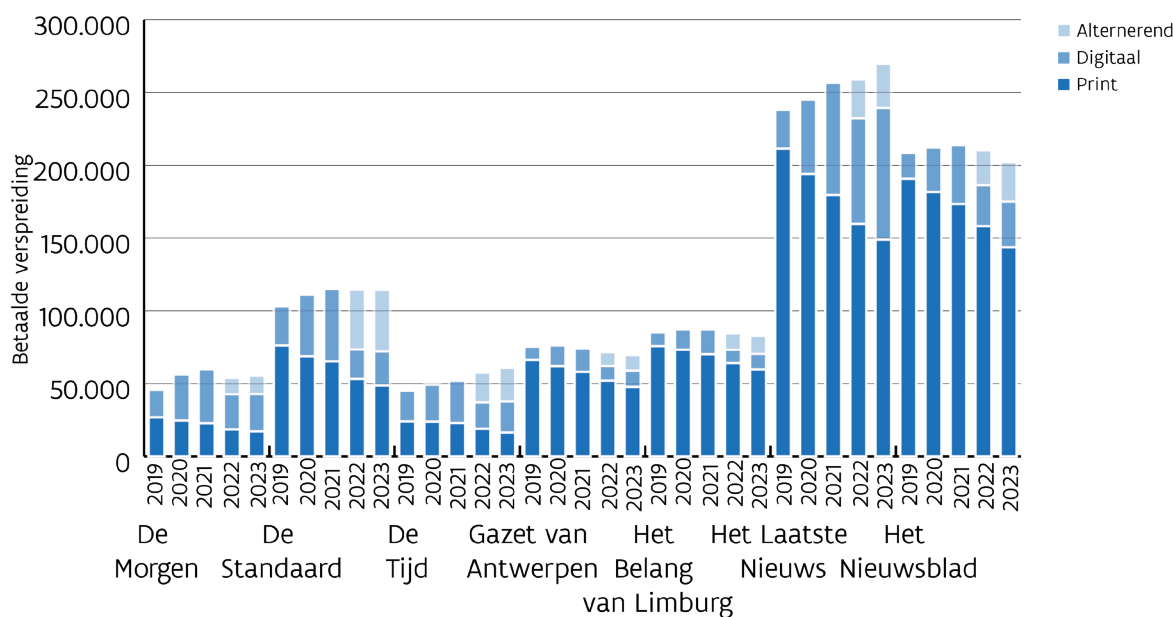
In Figuur 62 wordt de evolutie van de betaalde verspreiding van de kranten voor de periode 2019-2023 visueel voorgesteld. De verkoop van de kranten *Gazet van Antwerpen* (-7,6%), *Het Nieuwsblad* (-3,1%) en *Het Belang van Limburg* (-2,6%) zitten in dalende lijn. De verkoop van *De Tijd* (+34,9%), *De Morgen* (+21,2%), *Het Laatste Nieuws* (+13,3%) en *De Standaard* (+11,1%) steeg daarentegen in de afgelopen vijf jaar. Uit de grafiek wordt duidelijk dat de digitale verkoop hierin een doorslaggevende rol speelt. Bij *De Morgen* en *Het Laatste Nieuws* speelde vooral de puur digitale verkoop een belangrijke rol, terwijl bij *De Tijd* en *De Standaard* de abonnementen waarbij papieren en digitale replica exemplaren gecombineerd worden populair zijn.

Figuur 62 toont ook dat de verkoop van gedrukte kranten voor alle titels in dalende lijn zit. Als we de evolutie sinds 2019 beschouwen, dan is *De Morgen* de grootste daler met 35,9% minder verkochte gedrukte kranten in 2023 t.o.v. 2019. De top drie wordt verder aangevuld met *De Tijd* (-31,7%) en *De Standaard* (-31,5%).

*De Tijd*, *De Morgen* en *De Standaard* verkochten in 2023 meer dan de helft van hun kranten grotendeels digitaal (puur digitaal en alternerend inbegrepen), respectievelijk 73,1%, 69% en 57,4%. *Het Laatste Nieuws* nadert met 44,8% deze grens.

Bij de regionale titels (*Gazet van Antwerpen* en *Het Belang van Limburg*) is er de afgelopen jaren een gestage groei van het aantal verkochte (grotendeels) digitale kranten. Ze zitten momenteel rond de 30 procent. Als we de populaire titels, *Het Laatste Nieuws* en *Het Nieuwsblad*, vergelijken, heeft die laatste vooral veel groeimarge wat betreft het aantal puur digitale verkochte exemplaren.

Als we tot slot de totale verkoop in 2023 vergelijken met het jaar ervoor, zien we drie stijgers, namelijk *De Tijd* (+5,9%), *Het Laatste Nieuws* (+4,2%) en *De Morgen* (+2,8%). Niet toevallig drie kranten die sterk presteren op het digitale vlak. De regionale kranten en *Het Nieuwsblad* zagen hun totale verkoop afnemen. Zij doen het ook het minst goed qua digitalisering van hun verkoop. *De Standaard* stagneerde.



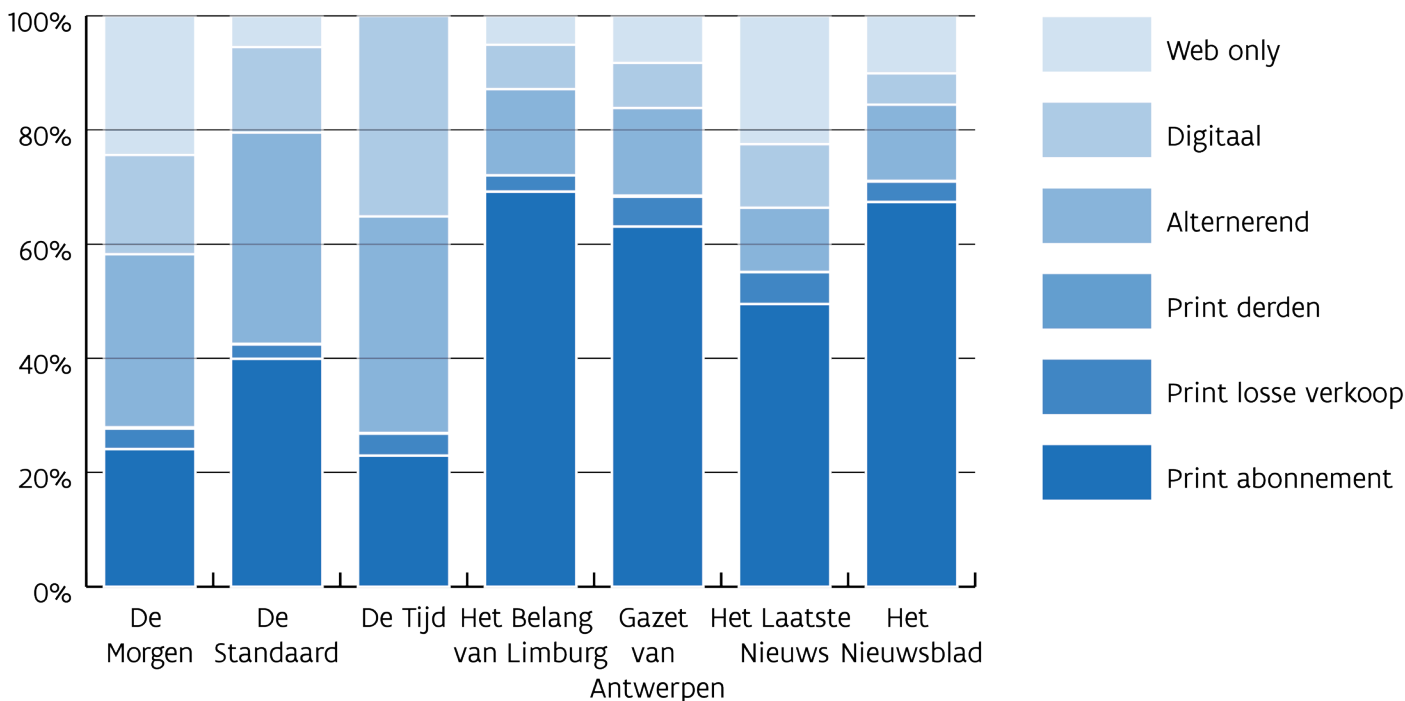
Figuur 62: Betaalde verspreiding kranten 2019-2023  
Bron: VRM op basis van CIM

Figuur 63 maakt de verhouding tussen de verschillende commerciële aanbiedingen van de kranten duidelijk. We zien dat het aandeel losse verkoop nagenoeg weggesmolten is. De categorie 'print derden' bestaat uit:

- De losse verkoop en abonnementen (individueel of gegroepeerd) die verkocht worden aan een tarief lager dan 50% van het referentietarief.
- Verkochte exemplaren, betaald door een derde, op naam of niet op naam geadresseerd, waarvoor een

betaalde factuur opgesteld is, en die al dan niet compensaties inhoudt onder de vorm van publiciteitsruimte, ruilen, sponsoring...<sup>557</sup>

Deze grafiek toont tevens het belang van de digitale verkoop (inclusief alternerend en web only) voor De Morgen, De Standaard en De Tijd aan. De regionale kranten (Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen) en Het Nieuwsblad kennen met 28% tot 32% het kleinste aandeel digitale verkoop.



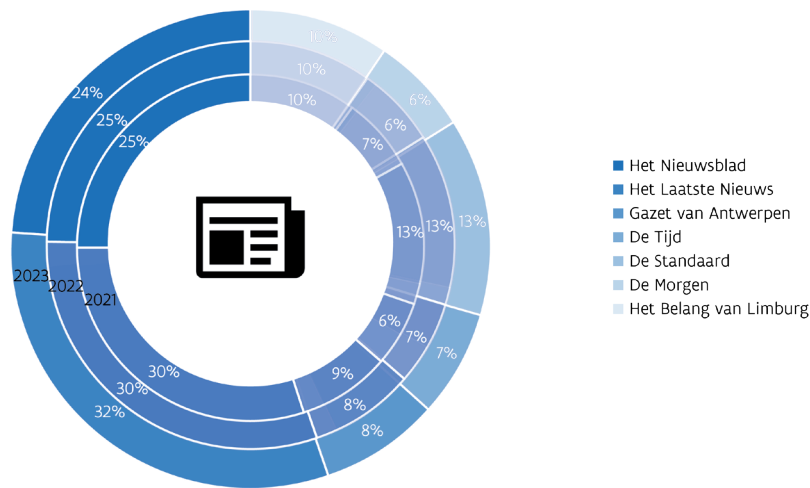
Figuur 63: Betaalde verspreiding kranten 2023 : verhouding print – digitaal en abonnement – losse verkoop  
Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 64 wordt de verdeling van marktaandeel van de verschillende dagbladen voorgesteld op basis van de betaalde verspreiding voor 2021, 2022 en 2023. De onderlinge verhouding wijzigt nauwelijks, Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben steevast de sterkste posities. Dit jaar is De Morgen de kleinste krant in Vlaanderen en niet langer De Tijd, al schommelen beiden rond de 6 à 7% marktaandeel.

Als we de verhouding Mediahuis–DPG Media–Mediafin bekijken, dan zien we dat DPG Media en Mediafin elk ongeveer één procentpunt afknabbelen van Mediahuis. De vier kranten van Mediahuis (De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg) zijn samen goed voor 54,85% van de betaalde verspreiding in Vlaanderen. DPG Media (De Morgen en Het Laatste Nieuws) heeft 38,02% van de markt in handen, Mediafin (De Tijd) 7,13%.

557 CIM (2017), "Reglement echtverklaring pers", <https://www.cim.be/nl/pers/reglement-pers-0>.





Figuur 64: Marktaandelen betaalde verspreiding per titel 2021-2023  
Bron:VRM op basis van CIM

In Tabel 79: Evolutie marktaandelen dagbladen volgens oplage 2014 - 2023 wordt een overzicht gemaakt van de oplages van de dagbladen waarbij zij per mediagroep worden gesorteerd.

Van 2014 tot 2017 onderscheiden we drie mediagroepen: Mediahuis, De Persgroep en Concentra. De Tijd werd tot De Persgroep gerekend (die 50% van de aandelen had in Mediafin) en Metro tot Concentra (die 51% van de aandelen in zijn bezit had). De overige belangen in De Tijd en Metro werden aangehouden door de Franstalige uitgeverij Rossel & Cie.

In 2017 ging het belang in Mass Transit Media (Metro) van Concentra naar Mediahuis, waardoor we dat jaar slechts twee groepen hadden: Mediahuis en De Persgroep (nu DPG Media).

In 2018 werd de participatie van De Persgroep (nu DPG Media) in Mediafin overgenomen door Roularta waardoor er opnieuw drie mediagroepen waren: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

In 2020 verkocht Mediahuis haar 50%-participatie in Mass Transit Media (Metro) aan de Franstalige uitgeverij Groupe Rossel. Hierdoor waren er voor het eerst vier onafhankelijke mediagroepen op: Mediahuis, DPG Media, Roularta en Groupe Rossel.

In 2023 stopte de gratis krant Metro en viel Groupe Rossel dus weg, waardoor er nu opnieuw drie onafhankelijke mediagroepen zijn: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

Het marktaandeel van Mediahuis daalde in 2020 met 10 procentpunten door de verkoop van haar belang in Mass Transit Media. In 2023 stijgt het opnieuw met 6 procentpunten. Verder heeft DPG Media een marktaandeel van 35,4% (+3 procentpunten t.o.v. vorig jaar). Roularta heeft 4,5% marktaandeel. De stijgingen zijn toe te schrijven aan het wegvallen van Metro in de berekening. In 2022 had Metro (Nederlandstalige versie) volgens oplage nog een marktaandeel van bijna 10%. We zien dat voornamelijk Mediahuis een groot stuk hiervan herovert.

## EVOLUTIE MARKTAANDELEN

NAAM	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• De Standaard	9,2%	9,2%	9,1%	9,2%	9,2%	9,3%	9,8%	9,9%	9,8%	10,9%
• Het Nieuwsblad+De Gentenaar	24,6%	24,8%	24,3%	24,3%	24,0%	24,3%	25,2%	25,6%	25,5%	27,9%
• <b>Corelio nv</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
• Gazet Van Antwerpen	9,5%	9,3%	9,0%	9,0%	8,8%	8,6%	8,7%	8,7%	8,6%	9,6%
• Belang Van Limburg	9,1%	9,2%	9,3%	9,4%	9,5%	9,7%	10,1%	10,3%	10,3%	11,6%
• Metro	9,9%	10,3%	10,8%	11,3%	11,3%	11,5%	-	-	-	-
• <b>Concentra nv</b>	<b>9,9%</b>	<b>10,3%</b>	<b>10,8%</b>	-	-	-	-	-	-	-
• <b>Mediahuis nv</b>	<b>52,4%</b>	<b>52,6%</b>	<b>51,7%</b>	<b>63,2%</b>	<b>62,8%</b>	<b>63,4%</b>	<b>53,9</b>	<b>54,4%</b>	<b>54,2%</b>	<b>60,1%</b>
• Metro	-	-	-	-	-	-	9,8%	8,9%	9,7%	-
• <b>Groupe Rossel</b>	-	-	-	-	-	-	<b>9,8%</b>	<b>8,9%</b>	<b>9,7%</b>	-
• Het Laatste Nieuws	29,3%	29,0%	29,4%	28,9%	29,3%	28,7%	28,3%	28,2%	27,7%	30,8%
• De Morgen	5,2%	4,9%	4,8%	4,6%	4,5%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	4,7%
• De Tijd	3,1%	3,2%	3,2%	3,4%	-	-	-	-	-	-
• <b>DPG Media nv</b>	<b>37,7%</b>	<b>37,1%</b>	<b>37,5%</b>	<b>36,8%</b>	<b>33,8%</b>	<b>33%</b>	<b>32,4%</b>	<b>32,5%</b>	<b>31,9%</b>	<b>35,4%</b>
• De Tijd	-	-	-	-	3,5%	3,6%	3,9%	4,2%	4,2%	4,5%
• <b>Roularta Media Group nv</b>	-	-	-	-	<b>3,5%</b>	<b>3,6%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,5%</b>

Tabel 79: Evolutie marktaandeel dagbladen volgens oplage 2014-2023

Bron: VRM op basis van CIM

De evolutie in de sector van Vlaamse dagbladen kan ook gevolgd worden aan de hand van concentratiemaatstaven C4 en HHI.

In Tabel 80 en Tabel 81 worden de concentratiemaatstaven voorgesteld voor de betaalde verspreiding (excl. Metro) en de oplage (incl. Metro) en dit zowel voor de titels als voor de mediagroepen.

De HHI op basis van titels ligt telkens tussen 0,15 en 0,25, wat wordt gecategoriseerd als 'matig geconcentreerd'. De HHI volgens groep ligt boven de 0,25 wat gezien wordt als 'sterk geconcentreerd'.

In 2017 ging Metro over van Concentra naar Mediahuis waardoor er wat oplage betreft slechts twee groepen overbleven: DPG Media en Mediahuis. De HHI bij oplage volgens groep steeg toen dan ook significant.

In 2018 werd de participatie van DPG Media in Mediafin overgenomen door Roularta. Dit zorgde voor een kleine daling van de HHI, zowel bij de betaalde verspreiding als bij de oplage volgens groep.

De HHI bij oplage volgens groep lag tussen 2017 en 2019 hoger dan de HHI bij betaalde verspreiding volgens groep, in 2019 nog respectievelijk 0,5121 en 0,4758. Dit kwam door het feit dat Metro enerzijds als gratis krant niet werd meegeteld bij de betaalde verspreiding en anderzijds bij de oplages volgens groep werd ondergebracht bij Mediahuis, omwille van haar 50%-participatie in Mass Transit Media (uitgever van Metro). De oplages van Metro werden samengenomen met de oplages van de verschillende Mediahuiskranten. Logischerwijs woog Mediahuis dus zwaarder door met als gevolg een hogere concentratie-index betreffende de HHI van de oplage volgens groep.

In 2020 was er een sterke daling van de HHI bij oplage volgens groep (van 0,5121 naar 0,4066). Dit kwam doordat Mediahuis haar participatie in Mass Transit Media verkocht aan Groupe Rossel, die de andere 50%-participatie in de joint venture bezat, waardoor deze concentratie-index aanzienlijk daalde.

Tot en met 2019 waren er dus drie mediagroepen actief op vlak van betaalde verspreiding en oplage: Mediahuis, DPG Media en Roularta. Tussen 2020 en 2022 kwam er wat betreft 'oplage' een vierde speler (Groupe Rossel, zie hierboven) bij.

In 2023 stopte Metro, wat gezien de aard van de gratis krant uitsluitend impact heeft op het gedeelte 'oplage'.

Metro had namelijk geen betaalde verspreiding. Bij de berekening van het gedeelte 'oplage' was er toen telkens één titel meer, met (behalve tussen 2017 – 2019) een lagere concentratiegraad tot gevolg.

Bij de betaalde verspreiding op basis van titels is er in 2023 een relatief stabiele C4 (78,24%) en HHI-index (0,1985). Bij de oplage op basis van titels stijgen beide parameters naar respectievelijk 81,22% (+ 8 procentpunten) en 0,2114 (+ 0,029), wat dus komt door het wegvallen van Metro. We zien ook dat deze HHI voor het eerst hoger ligt dan de HHI bij betaalde verspreiding op basis van titels (respectievelijk 0,2114 t.o.v. 0,1985). Tot slot ligt ook de HHI bij oplage volgens groep voor het eerst sinds 2020 opnieuw hoger dan de HHI bij betaalde verspreiding volgens groep (respectievelijk 0,4884 t.o.v. 0,4505).

Door het wegvallen van Metro wordt ook Groupe Rossel niet langer in rekening genomen. Momenteel zijn er dus zowel op vlak van betaalde verspreiding als op vlak van oplage opnieuw drie mediagroepen actief: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

### BETAALDE VERSPREIDING (PRINT + DIGITAAL)

OP BASIS VAN TITELS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	79,78%	79,39%	79,46%	79,19%	79,22%	79,22%	78,28%	78,32%	78,49%	78,24%
• HHI	0,2094	0,2069	0,2058	0,2028	0,2016	0,1992	0,1946	0,1955	0,1970	0,1985

VOLGENS GROEP	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
• HHI	0,5162	0,5164	0,5150	0,5153	0,4763	0,4758	0,4709	0,4655	0,4588	0,4505

Tabel 80: Concentratie-indexen dagbladen op basis van betaalde verspreiding 2014-2023  
Bron: VRM op basis van CIM

## CONCENTRATIE-INDEXEN

### OPLAGE

OP BASIS VAN TITELS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	73,35%	73,51%	73,55%	73,87%	74,11%	74,22%	73,39%	73,98%	73,31%	81,22%
• HHI	0,1859	0,1855	0,1857	0,1836	0,1845	0,1833	0,1838	0,1845	0,1825	0,2114

VOLGENS GROEP	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
• HHI	0,4267	0,4246	0,4195	0,5347	0,5092	0,5121	0,4066	0,4113	0,4069	0,4884

Tabel 81: Concentratie-indexen dagbladen op basis van oplage 2014-2023  
Bron: VRM op basis van CIM

#### 3.1.3.3.1.2 Online populariteit van krantenmerken

Krantenuitgevers zetten niet enkel in op een dagelijkse krant die zowel gedrukt als digitaal verschijnt, maar zorgen ook voor een constant geüpdatete nieuwssite en app. De populariteit van de nieuwssites en apps wordt in dit onderdeel besproken, net zoals de populariteit van de nieuwsmerken op de sociale media. Deze worden geïllustreerd in Figuur 65. Het aantal website- en appbezoeken valt af te lezen op de primaire as (linkeras), het aantal volgers op sociale media is af te lezen op de secundaire as (rechteras).

De websites van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad steken er met kop en schouders bovenuit en lokken respectievelijk bijna 5 keer en ruim dubbel zoveel bezoekers als de derde meest populaire website, zijnde Gazet

van Antwerpen.

Ten opzichte van vorig jaar kent elke website, met uitzondering van de website van De Morgen, een daling in het aantal websitebezoeken. Het Nieuwsblad (-22%), Het Belang van Limburg (-13%) en De Standaard (-11%) zijn de grootste dalers.

Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) monitort ook de bezoekcijfers voor de zeven nieuwsapps (apps die een gelijkaardige versie geven als de website). De apps met enkel de digitale versie van de krant zitten niet in de cijfers vervat.

De HLN-app steekt met kop en schouders boven de concurrentie uit. Het haalt meer dan dubbel zoveel bezoekers als de eerstvolgende concurrent, m.n. Het Nieuwsblad. De andere dagbladen halen slechts marginale bezoekerscijfers met hun apps in vergelijking met Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad.

Als we vergelijken met vorig jaar gaat de helft van de apps erop vooruit en de andere helft erop achteruit. Het aantal bezoekers van De Tijd (+68%) en De Morgen (+7%) stijgen het meest. Het Laatste Nieuws (-38%) en Het Belang van Limburg (-7%) kennen de grootste daling.

Wat de volgers op sociale media betreft blijven de Vlaamse kranten in sterke mate actief op de sociale media. Het Laatste Nieuws steekt ook hier met kop en schouders boven de rest uit en kan opnieuw mooie groeicijfers voorleggen.

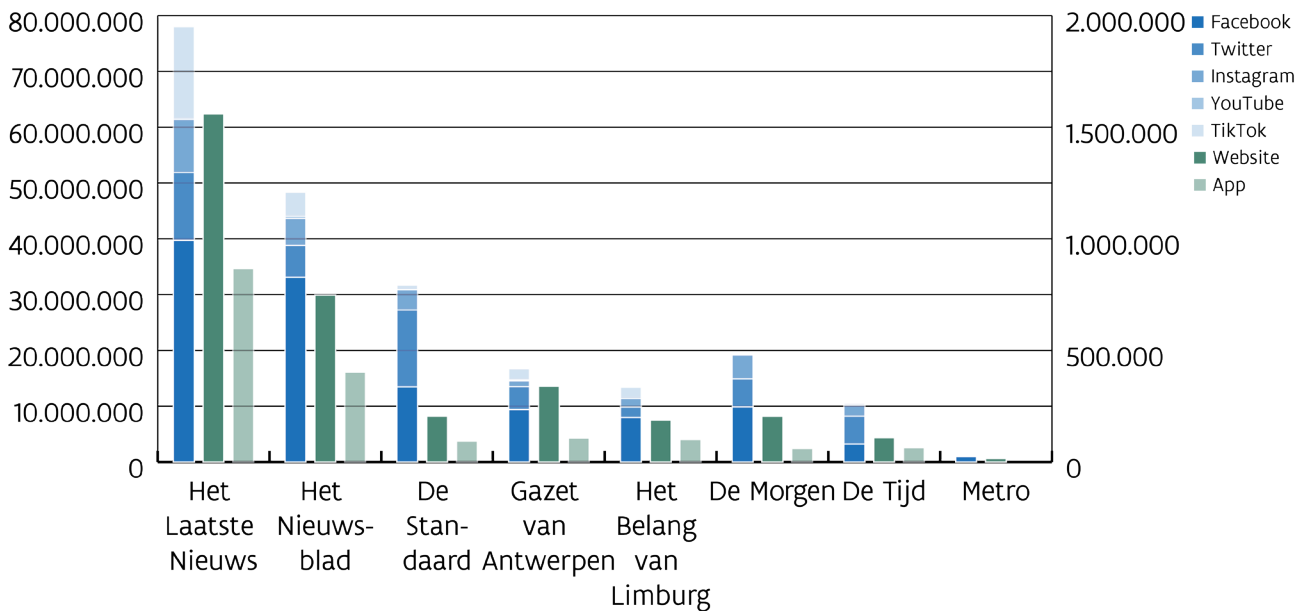
Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben de meeste volgers op Facebook, de overige kranten volgen op ruime afstand. Opmerkelijk is dat alle merken stabiel blijven qua aantal volgers, wat erop kan wijzen dat het plafond op dit medium bereikt is.

Op X heeft De Standaard het grootste aantal volgers. Ook de populariteit van De Tijd op dit medium valt op. Het Laatste Nieuws kreeg het voorbije jaar het meeste nieuwe volgers (+22%).

Alle dagbladen vergaren meer volgers op Instagram, telkens met dubbele cijfers. Sterkste stijgers zijn Gazet van Antwerpen (+47%), De Standaard en De Tijd (elk +36%).

De activiteit van de Vlaamse kranten op YouTube blijft relatief laag, net zoals het aantal abonnees. Elke krant kent wel een (lichte) aangroei van abonnees.

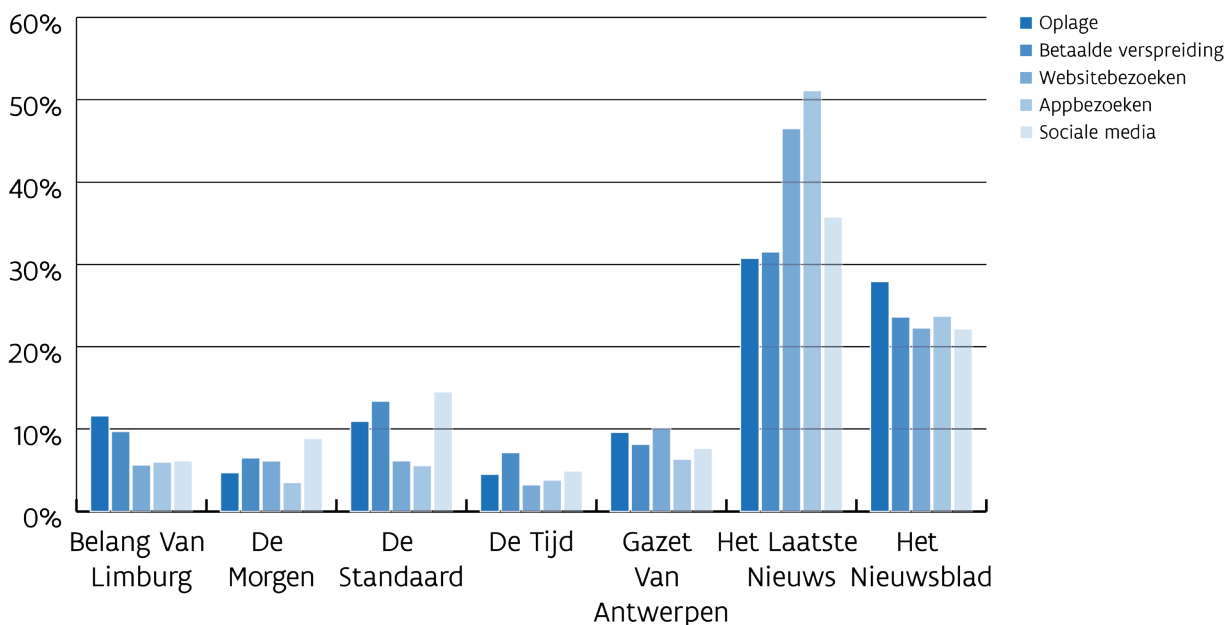
Ondertussen zijn alle kranten ook actief op TikTok. Het Laatste Nieuws blijft het populairst met 414.600 volgers. Op nummer 2 en 3 staan respectievelijk Het Nieuwsblad (108.000 volgers) en Het Belang van Limburg (49.900 volgers).



Figuur 65: Online populariteit dagbladen  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken, cijfers juni 2024

Na het apart bespreken van betaalde verspreiding en oplage, websitebezoeken, appbezoeken en sociale media-activiteit, vergelijken we deze allemaal samen in Figuur 66. We beschouwen telkens het marktaandeel.

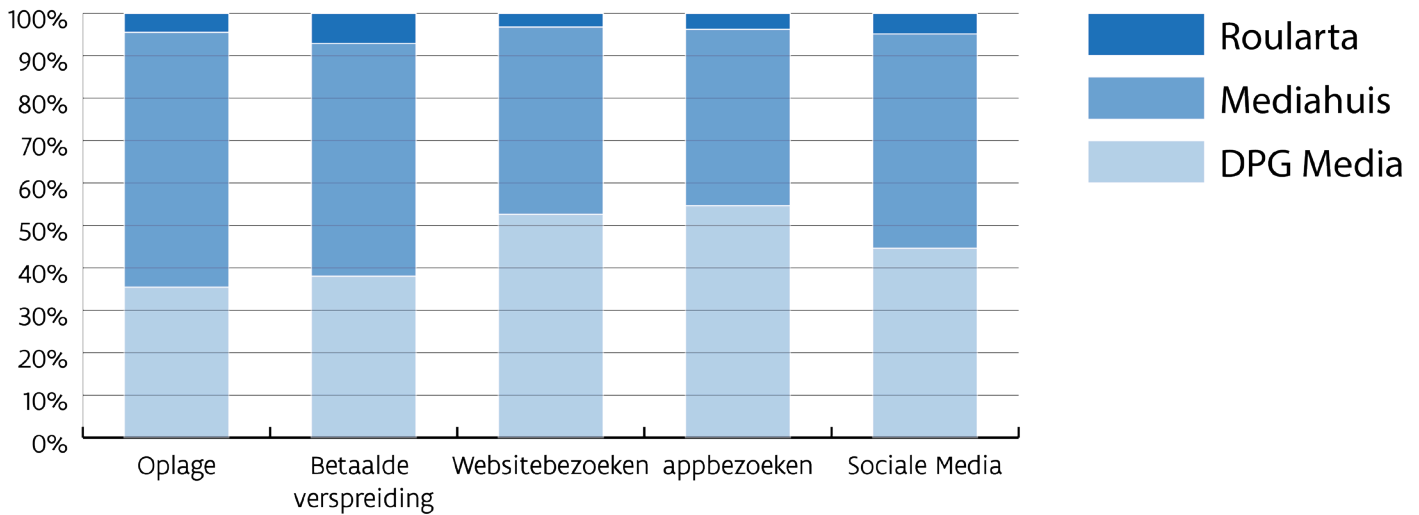
We zien dat Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad op alle platformen het best scoren. Opvallend zijn de pieken bij de website en de app van Het Laatste Nieuws, die met voorsprong de populairste zijn. We zien dat Het Belang van Limburg haar papieren populariteit niet in online populariteit kan vertalen. De Standaard en De Morgen scoren op sociale media dan weer beter dan wat hun betaalde verspreiding en oplage zou doen vermoeden.



Figuur 66: Marktaandelen dagbladen per titel  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

In Figuur 67 worden de marktaandelen per groep weergegeven. Tot 2020 was Mediahuis op alle vlakken de grootste groep, maar de voorbije jaren heeft DPG Media Mediahuis voorbij gestoken op het vlak van website- en appbezoeken.





Figuur 67: Marktaandelen mediagroepen dagbladen  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Ten slotte zoomen we nog even in op de apps van de verschillende dagbladen. We zien dat voor elk dagblad meestal twee applicaties bestaan. Op de eerste app kunnen gebruikers gratis de nieuwsberichten lezen, vergelijkbaar met de website van de krant (in Tabel 82 gaat het om HLN.be, Het Nieuwsblad nieuws, De Morgen: nieuws & duiding, De Standaard: nieuws & inzicht, Gazet van Antwerpen - Nieuws en Het Belang van Limburg - Nieuws). Daarnaast bestaat er ook een app waarin de (mobiele) digitale editie van de krant kan aangekocht en gelezen worden. Bij De Tijd bestaat enkel deze laatste app.

Mediahuis lanceerde vorig jaar een nieuwe app, m.n. De Standaard: podcasts.

Als we kijken naar het aantal installaties, dan zien we dat de apps van HLN.be en Het Nieuwsblad nieuws het populairst zijn. Het zijn de enige apps in de categorie boven 1.000.000 installaties.

Het aantal installaties van de apps lijkt de populariteit op andere platformen (online en gedrukt) van de kranten te weerspiegelen.

## APPLICATIES

NAAM	GROEP	AANTAL INSTALLATIES 2018
• HLN.be	DPG Media	1.000.000-5.000.000
• Het Nieuwsblad nieuws	Mediahuis	1.000.000-5.000.000
• De Morgen: nieuws & duiding	DPG Media	100.000 - 500.000
• DS Krant	Mediahuis	100.000 - 500.000
• De Standaard: nieuws & inzicht	Mediahuis	100.000 - 500.000
• De Tijd	Mediafin	100.000 - 500.000
• Gazet van Antwerpen - Nieuws	Mediahuis	100.000 - 500.000
• Het Belang van Limburg - Nieuws	Mediahuis	100.000 - 500.000
• Het Laatste Nieuws	DPG Media	100.000 - 500.000
• Nieuwsblad Krant	Mediahuis	100.000 - 500.000
• Het Belang van Limburg - Krant	Mediahuis	100.000 - 500.000
• De Morgen Print Editie	DPG Media	100.000 - 500.000
• Gazet van Antwerpen - Krant	Mediahuis	50.000 - 100.000
• De Standaard: podcasts	Mediahuis	50.000 - 100.000

Tabel 82: Aantal installaties applicaties dagbladen via Google Play  
Bron: VRM op basis van Google Play



### 3.1.3.3.2 Periodieke bladen

Op basis van de Digimeter weten we dat voor 2023 18% van de respondenten aangaf wekelijks de downloadbare versie van een krant of tijdschrift te raadplegen. Op dagelijkse basis was dit 12%. Het gaat om een lichte daling na de eerdere stijging tijdens de coronacrisis.<sup>558</sup>

Dit jaar zijn er voor het nieuwsmerk Knack geen cijfers beschikbaar in het Digital News Report (DNR). In 2023 had 64% (-2pp t.o.v. 2022) van de respondenten vertrouwen in het nieuwsmerk. Opgesplitst volgens politieke voorkeur stelt het DNR dat de afgelopen jaren rechtsgeoriënteerde Vlamingen wantrouwig waren. In 2024 zijn het echter linksgeoriënteerden die expliciet aangeven geen vertrouwen te hebben in het nieuws (24%, +6pp t.o.v. 2023), terwijl rechtsgeoriënteerden minder wantrouwen blijken te hebben (21%, -10pp t.o.v. 2023).

We kijken echter vooral naar de cijfers van het CIM wat betreft betaalde verspreiding en online populariteit.

#### 3.1.3.3.2.1 Betaalde verspreiding

We bespreken de betaalde verspreiding van de populairste periodieke bladen in Vlaanderen. We werken dit jaar met de 'stated' cijfergegevens in plaats van de gecontroleerde cijfers wat betreft deze betaalde verspreiding. Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport waren de gecontroleerde cijfergegevens namelijk nog niet beschikbaar.

In Figuur 68 staan de verkoopcijfers van de vijftien best verkopende tijdschriften van 2023 weergegeven. We opteren dit jaar voor de top vijftien in plaats van de top twintig (2019 – 2022) aangezien de 'stated' cijfergegevens van meerdere titels<sup>559</sup> niet beschikbaar waren bij het afsluiten van de redactie van dit rapport.

Ledenbladen zoals bijvoorbeeld Pasar, Femma of Okra staan niet in dit overzicht. Voor die tijdschriften waarvoor zowel een Franstalige als een Nederlandstalige versie bestaat, kan de splitsing in de verkoopcijfers gebeuren op basis van historische informatie van het CIM.<sup>560</sup>

De grootste dalers in 2023 t.o.v. 2022 zijn Goed Gevoel/Vitaya (-16,95%), Flair (-16,57%) en TV Familie/Blik (-14,28%), wat voornamelijk te wijten is aan dalingen in de losse verkoop. In de top 15 zijn er geen stijgers. Enkel bij Humo (13,78%) en Trends (10,33%) slaat de digitale verkoop stilaan aan met meer dan 10% van zijn betaalde verspreiding. Bij Trends is dit een stijging van bijna 4 procentpunten. Daarnaast verkopen ook de Krant van West-Vlaanderen (6,51%) en Knack (6,25%) een klein deel digitale exemplaren. Ten opzichte van vorig jaar groeien beide titels met respectievelijk 3,50 en 2,57 procentpunten. Bij de Krant van West-Vlaanderen gaat het zelfs om meer dan een verdubbeling! De top drie van best verkopende tijdschriften dit jaar zijn: Dag Allemaal, Libelle en Primo. Primo neemt de plaats in van Otheo (Kerk & Leven), waarvoor dit jaar geen cijfers beschikbaar zijn.

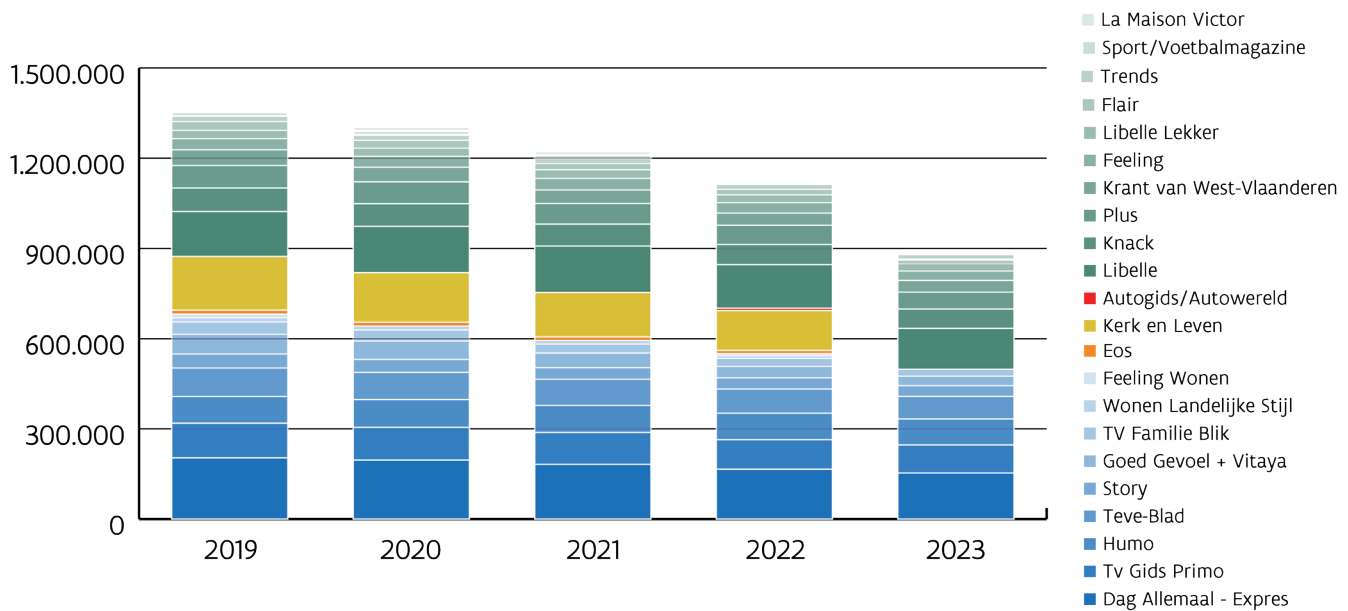
Als we de periode 2019 – 2023 bekijken, zien we dat geen enkel tijdschrift positieve cijfers kan voorleggen. Ook hier zijn de grootste dalers Goed Gevoel/Vitaya (-50,76%), Flair (-48,15%) en TV Familie/Blik (-44,07%). Zulke percentages zijn drastisch te noemen. In totaal is de betaalde verspreiding van de top 15 best verkopende tijdschriften in 2023 met 31,41% gedaald t.o.v. de top 15 in 2019. Deze daling is echter ook deels toe te schrijven aan de ontbrekende cijfers van enkele populaire bladen (bv. Otheo (voorheen Kerk & Leven)).

558 De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024).

Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec

559 Het gaat om de titels Eos Magazine, Actief Wonen, Elle België, Marie Claire, Autogids/Autowereld, Psychologies, Stijlvol Wonen, Motoren & Toerisme, en VtWonen. Daarenboven kenden de titels Kerk & Leven (nu Otheo), Feeling Wonen (nu Stijlvol Wonen) en Wonen Landelijke Stijl (nu Vtwonen Landelijk) dit jaar veranderingen, zie Hoofdstuk 1. Ook voor deze (nieuwe) titels zijn geen publieke CIM-cijfers beschikbaar.

560 Tot en met 2015 gaf het CIM informatie over de verhouding in de verkoopcijfers tussen de Franstalige en de Nederlandstalige versie. Daarna niet meer. Daarom baseerde de VRM zich op de verhouding van 2015.

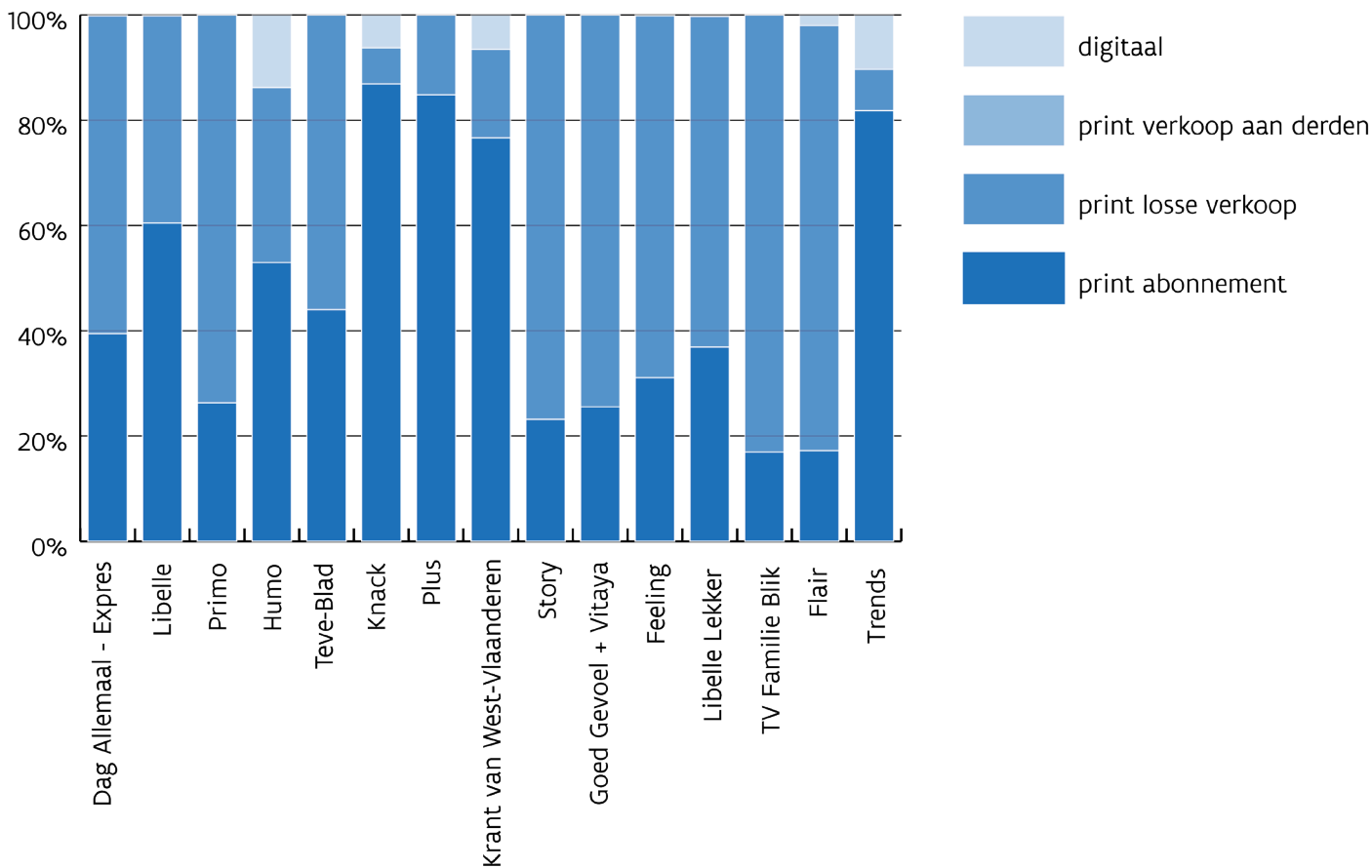


Figuur 68: Betaalde verspreiding tijdschriften 2019-2023<sup>561</sup>  
 Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 69 zien we de verhouding tussen abonnement en losse verkoop, zowel wat print als digitaal betreft voor het jaar 2023. We zien grote verschillen tussen de tijdschriften onderling. De verkoop van de populaire bladen zoals Story, Primo en TV Familie bestaat voor ongeveer 70% à 80% uit losse verkoop. Ook vrouwenbladen Flair, Feeling en Goed Gevoel bestaan grotendeels uit losse verkoop. Libelle vormt hierop een uitzondering met ongeveer een 40-60 verhouding tussen losse verkoop en verkoop via abonnementen. De magazines van Roularta (Knack, Trends, Plus en De Krant van West-Vlaanderen) verkopen dan weer veel abonnementen. Geen enkel tijdschrift tekent 'verkoop aan derden' op. Dit zijn exemplaren die bv. op beurzen worden gerepresenteerd.

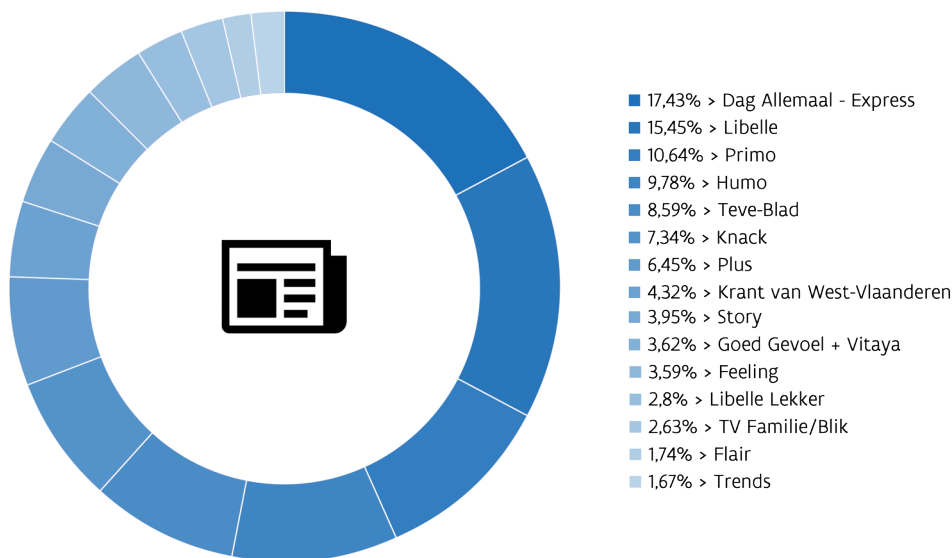
We zien dat de digitale verkoop erg marginaal blijft in vergelijking met de gedrukte verkoop. Enkel Humo en Trends kennen een steeds grotere digitale verkoop. Zij halen meer dan 10% van hun inkomsten uit de digitale verkoop. Op enige afstand volgen Knack en Krant van West-Vlaanderen. Sommige tijdschriften hebben daarentegen geen digitale versie. Digitale exemplaren gelezen door abonnees op het gedrukte tijdschrift (met gratis toegang tot het digitale blad) worden hier niet meegeteld.

561 Het lifestyleblad 'Nest' wordt sinds 2019 niet langer apart verkocht. Het zit zes keer per jaar bij het tijdschrift 'Libelle'.



Figuur 69: Betaalde verspreiding 2023: verhouding print - digitaal en abonnement - losse verkoop  
Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 70 worden de marktaandelen van de tijdschriften in de top 15 voorgesteld.



Figuur 70: Marktaandeel populairste tijdschriften  
Bron: VRM op basis van CIM

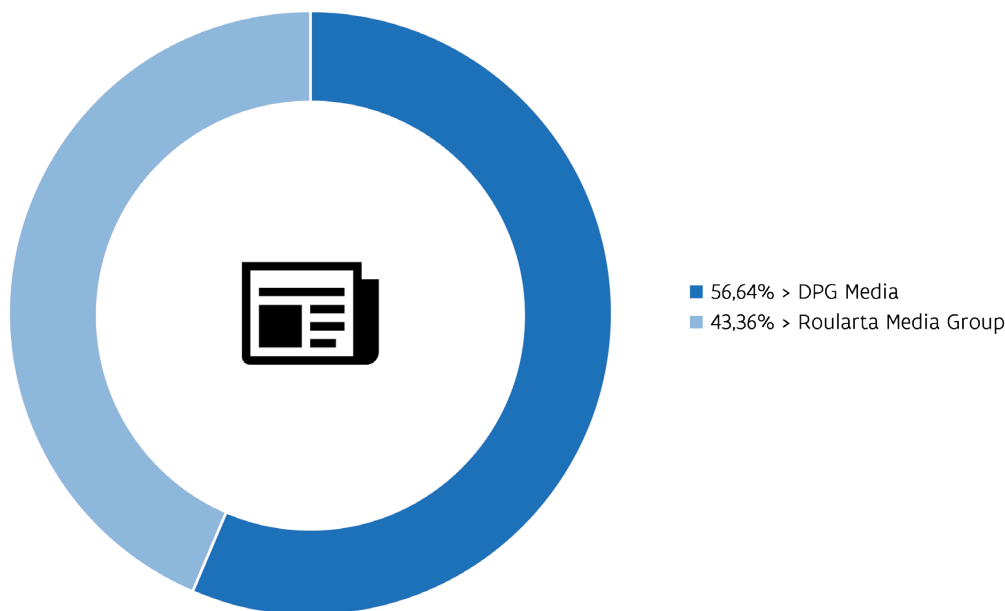
In Figuur 71 worden deze marktaandelen van de top 15 gegroepeerd volgens uitgever.

Het aantal uitgevers in de top 20 daalde in 2019 van 5 naar 4 uitgeverijen nadat DPG Media Nederland haar Nederlandse concurrent Sanoma overnam. Een gevolg van deze overname voor de Belgische markt was dat de merknaam Sanoma geschrapt werd en de Belgische titels uit deze portefeuille werden ondergebracht in DPG Media Home Deco Holding nv, dat een onderdeel was van de DPG Media Group. Op 31 december 2020 werd

deze holding stopgezet na een fusie door overname door DPG Media nv.

In 2022 stijgt het aantal uitgevers in de top 20 weer van 4 naar 5 door de intrede van Autogids/Autowereld van Produpress.

Als we Figuur 71 bekijken, zien we dat er dit jaar maar twee uitgeverijen zijn in de top 15: DPG Media en Roularta. Dat komt door de ontbrekende cijfergegevens voor o.m. Otheo (Katholieke Mediagroep), Eos Magazine (Eos Wetenschap) en Autogids/Autowereld (Produpress). DPG Media blijft de grootste uitgever bij de periodieke bladen met een marktaandeel van 56,64%. Roularta blijft de tweede grootste met 43,36%.



Figuur 71: Marktaandelen van top 15 tijdschriften 2023

Bron: VRM op basis van CIM

Wat tijdschriftentitels betreft, is er een lage mate van concentratie zoals blijkt uit de concentratiemaatstaven die weergegeven worden in Tabel 83.

Wanneer de berekening wordt gemaakt voor de mediagroepen, constateert de VRM wel een sterke concentratie. Wegens de ontbrekende cijfers zijn er dit jaar maar 2 spelers. De C4 is dus 100%. Ook de HHI kent hierdoor een stijging naar 0,51.

In 2020 steeg de HHI naar 0,40 door de overname van de titels van DPG Media Home Deco Holding door DPG Media. In 2021 en 2022 stabiliseerde de HHI zich. In 2017 en 2018 nam de HHI twee grote sprongen door respectievelijk de overname van de Sanoma-titels door Roularta en de ontmanteling van Cascade in combinatie met de overname van Tv Gids Primo door DPG Media.

In 2015 maakten beide indexen ook al een sprong. Dit kwam doordat aparte ondernemingen zoals Senior Publications (toen 50% eigendom van Roularta Media Group, sinds dit jaar 100%) en Humo (vanaf 2015 100% eigendom van en in december 2015 gefuseerd met De Persgroep Publishing (nu DPG Media)) niet meer als aparte bedrijven, maar behorende tot hun 'moederbedrijven' werden beschouwd.

In het algemeen blijft het concentratieniveau bij tijdschriften lager dan dat op de dagbladmarkt, zeker wat betreft titels. We zien de indexen volgens groep wel meer en meer stijgen naar dezelfde niveaus. Het is belangrijk om op te merken dat niet de volledige markt in deze concentratiemaatstaven is opgenomen, maar enkel de 15 best verkopende titels. Dit doordat er voor 2023 cijfergegevens ontbreken.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

OP BASIS VAN TITELS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	44,35%	45,97%	45,93%	46,13%	46,11%	47,74%	47,80%	48,18%	48,64%	53,30%
• HHI	0,07	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09	0,10

VOLGENS GROEP	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• C4	84,12%	92,21%	91,66%	98,68%	98,9%	99,00%	100%	100%	99,27%	100%
• HHI	0,21	0,26	0,26	0,32	0,38	0,38	0,40	0,40	0,40	0,51

Tabel 83: Concentratie-indexen periodieke bladen op basis van betaalde verspreiding 2014-2023

Bron: VRM op basis van CIM

### 3.1.3.3.2 Online populariteit van de periodieke bladen

Dit jaar worden de globale cijfers van de maand juni 2024 gebruikt bij de opmaak van onderstaande figuur. We verkrijgen deze cijfers via de website van het CIM.

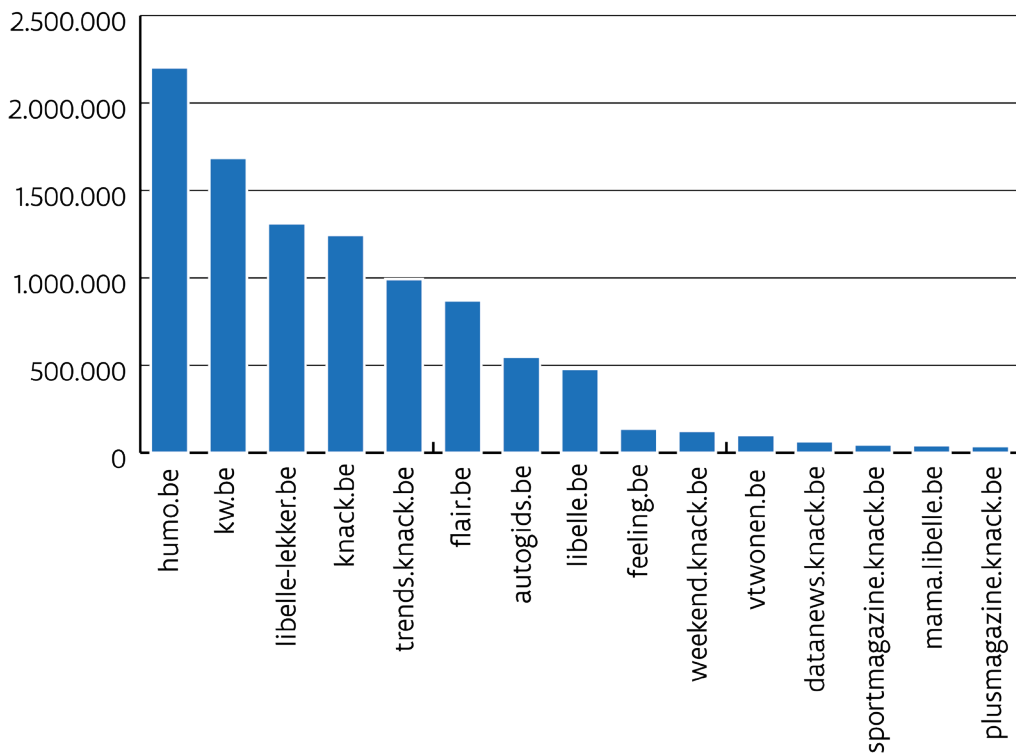
De websites van de periodieke pers worden beduidend minder vaak bezocht dan de websites van dagbladen. Vermoedelijk is dit te wijten aan het ontbreken van dagelijkse actualiteit.

Sommige periodieke bladen hebben geen website met inhoud. Het gaat bijvoorbeeld om Dag Allemaal, TV Familie, TeVe-Blad en Story. Hun website bestaat enkel uit een aankondiging van de belangrijkste artikels in het recentste nummer van het tijdschrift en eventueel extra uitleg bij spaaracties of wedstrijden. De bezoekcijfers van deze websites worden niet gemeten via het CIM, net zomin als de bezoeken aan de website van Kerk en Leven en Eos Wetenschap.

In Figuur 72 worden de 15 populairste websites van tijdschriften weergegeven.

De top drie van populairste websites van de Vlaamse weekbladen bestaat uit dezelfde titels, maar in een andere volgorde. Humo stijgt dit jaar van plaats drie naar één waardoor de Krant van West-Vlaanderen en Libelle Lekker elk een plekje zakken (respectievelijk naar plaats twee en drie). Hierbij moeten we ook vermelden dat de cijfers van knack.be, ook die van levif.be, de Franstalige tegenhanger bevatten. De website van Knack bestaat uit verschillende deelsites. Van deze deelwebsites kunnen voor Datanews, Plusmagazine, Sportmagazine, Trends, Trends Style en Weekend afzonderlijke cijfers gevonden worden bij het CIM.

Na een (logische) daling in 2021 t.o.v. het coronajaar 2020, een stabilisatie in 2022 en een duidelijke daling in 2023, zien we in 2024 een lichte daling van het aantal websitebezoeken. Als we per titel gaan kijken, zien we sterke dalingen (bv. feeling.be, flair.be en libelle.be), lichte dalingen (bv. libelle-lekker.be en autogids.be), stabilisatie (bv. trends.knack.be), lichte stijgingen (bv. kw.be en knack.be) en twee sterke stijgers: humo.be en vtwonen.be.



Figuur 72: Online populariteit periodieke bladen- websitebezoeken (juni 2024)  
Bron: VRM op basis van CIM

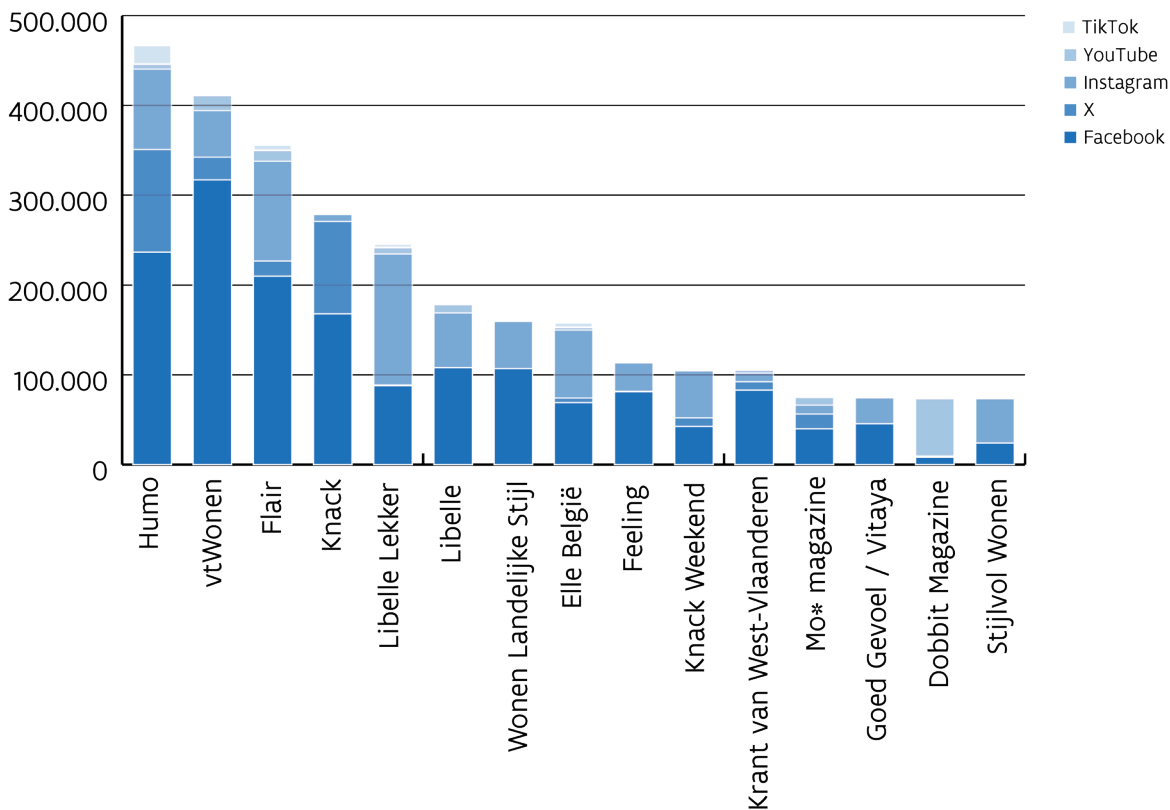
Als we kijken naar de 15 populairste tijdschriften op sociale media<sup>562</sup>, zijn er grote verschillen vast te stellen. Zo zien we dat alle periodieke bladen, met uitzondering van Dobbit, een prominente aanwezigheid op Facebook en Instagram hebben. Dobbit scoort door zijn doe-het-zelf filmpjes vooral goed op YouTube, een medium dat verder weinig populair is bij tijdschriften. TikTok begint meer ingang te vinden. Enkel Wonen Landelijke Stijl, Goed Gevoel, Dobbit Magazine en Stijlvol Wonen hebben (nog) geen account.

Dobbit Magazine (+12,98%), Knack Weekend (+7,13%) en Krant van West-Vlaanderen (+6,48%) zijn de sterkst stijgers qua socialemediavolgers. Ten opzichte van 2023 gaan alle populaire tijdschriften, met uitzondering van VtWonen, er licht op vooruit. VtWonen kent een lichte daling. Opvallend is dat Trends zijn socialemediaprofielen deelt met Kanaal Z.

X wordt voornamelijk gebruikt door Humo en Knack. Op Instagram zijn het vooral de bladen gericht op vrouwen en lifestyle die actief zijn en heel wat volgers hebben.

562 Psychologies is niet mee opgenomen omdat hun Facebookprofiel enkel cijfers geeft over hun wereldwijd aantal likes en daardoor significant meer volgers heeft. VtWonen en Wonen Landelijke Stijl zijn merken die zowel Vlaanderen als Nederland beslaan.





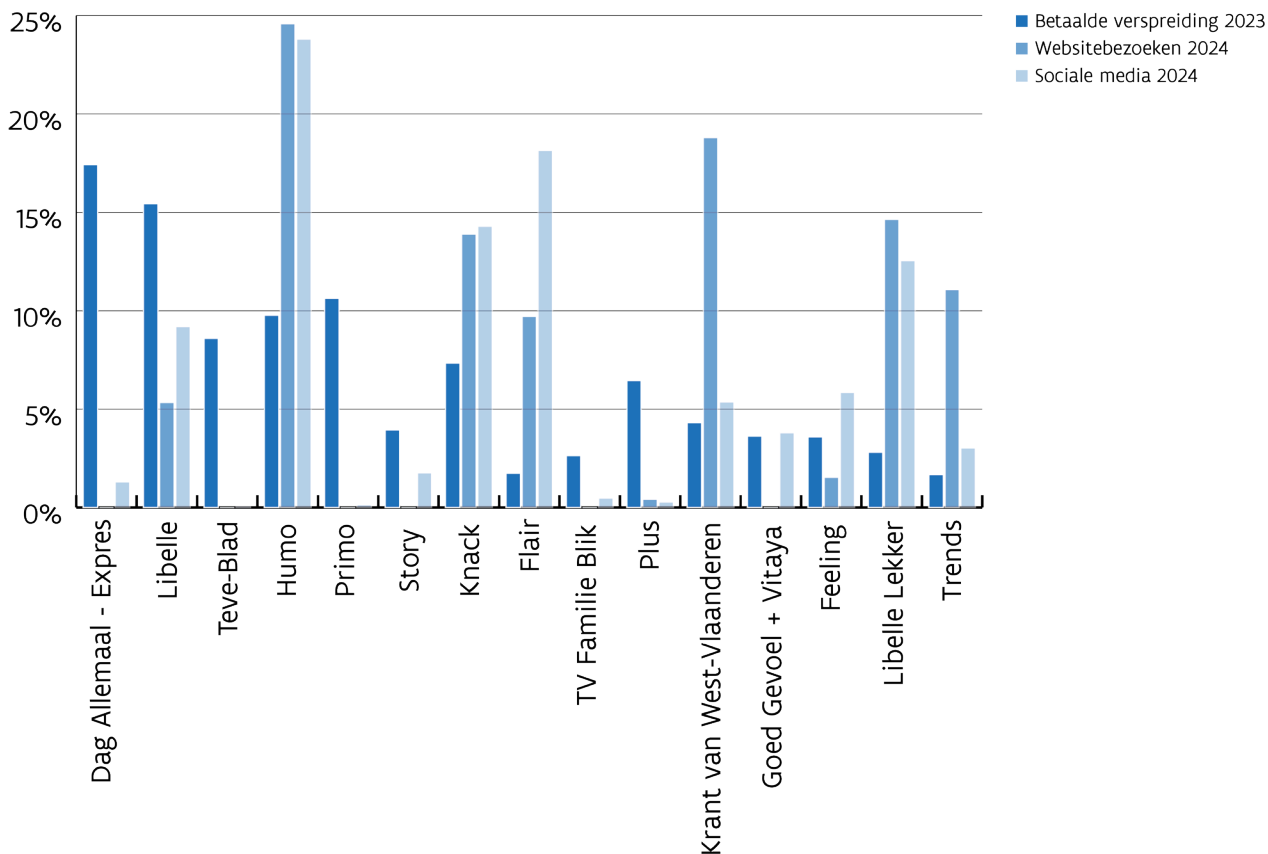
Figuur 73: Online populariteit periodieke bladen – sociale media<sup>563</sup>  
 Bron: VRM op basis van eigen onderzoek bij de betrokken sociale netwerken, cijfers augustus 2024

Net zoals bij de kranten hierboven, worden voor de tijdschriften de marktaandeelen offline en online vergeleken. Zoals hierboven reeds is uitgelegd, kijken we dit jaar naar de vijftien best verkopende tijdschriften van 2023 doordat de 'stated' cijfergegevens van meerdere tijdschriften niet beschikbaar waren bij het afsluiten van de redactie van dit rapport. Voor het online gedeelte maken we gebruik van de globale cijfers van de maand juni 2024.

In Figuur 74 constateren we grote verschillen. Online presteren verschillende weekbladen goed. Zo valt de populariteit van Humo, Flair en Knack op de sociale media op. Daarnaast springen ook de websites van Humo, Krant van West-Vlaanderen, Libelle Lekker en Knack in het oog. Daarentegen zien we dat de populaire gedrukte tijdschriften Dag Allemaal, Tv Gids Primo en Teve-Blad er amper online activiteit op nahouden. Het blijkt dus niet zo te zijn dat wie online niet aanwezig is, niet bestaat. De online activiteit en de gedrukte verkoop liggen soms ver uiteen, veel meer dan bij de dagbladen.

<sup>563</sup> De titels Wonen Landelijke Stijl en Stijlvol Wonen zijn ondergebracht bij VtWonen (zie hoofdstuk 1), maar hebben nog afzonderlijke pagina's op sociale media. Daarom staan zij toch vermeld in de figuur.

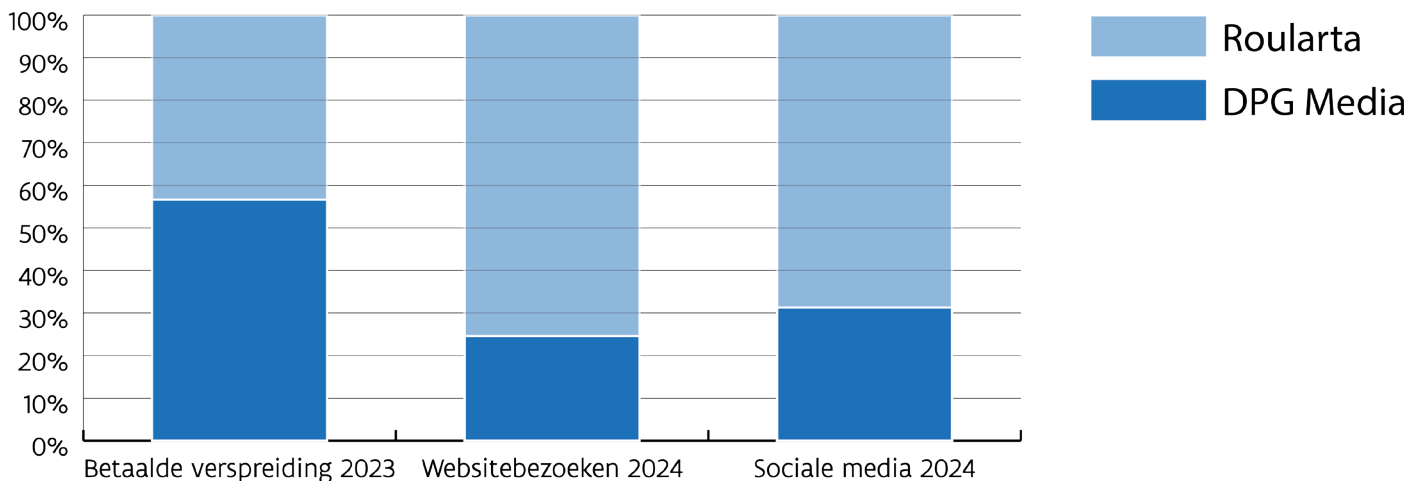




Figuur 74: Marktaandelen periodieke bladen per titel  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

In Figuur 75 worden de marktaandelen per groep aanschouwelijk gemaakt. Door de ontbrekende cijfergegevens zijn er dit jaar maar twee groepen vervat in de oefening: DPG Media en Roularta Media Groep.

Op vlak van betaalde verspreiding is DPG Media marktleider. Online zijn het vooral de Roularta-titels die bezoekers trekken.<sup>564</sup> Ook op sociale media is Roularta marktleider voor DPG Media.



Figuur 75: Marktaandelen mediagroepen periodieke bladen  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Als we kijken naar de applicaties verbonden met periodieke bladen, dan zien we dat de apps van Humo en Mijn Magazines het populairste zijn, met elk meer dan 100 000 installaties. De apps die daarop volgen hebben allemaal beduidend minder installaties. Het is duidelijk dat Roularta Media Group en DPG Media de plaatsen verdelen.

564 De bezoekcijfers van een aantal van de DPG Media-websites zijn niet (publiek) beschikbaar via het CIM.

Dit jaar merken we dat veel afzonderlijke apps niet meer beschikbaar zijn, maar worden opgenomen in overkoepelende apps zoals Mijn Magazines en Tijdschrift.be. Op die manier moeten de mediagroepen maar één app onderhouden én kunnen de lezers kennismaken met de andere titels binnen de mediagroep.

## APPLICATIES

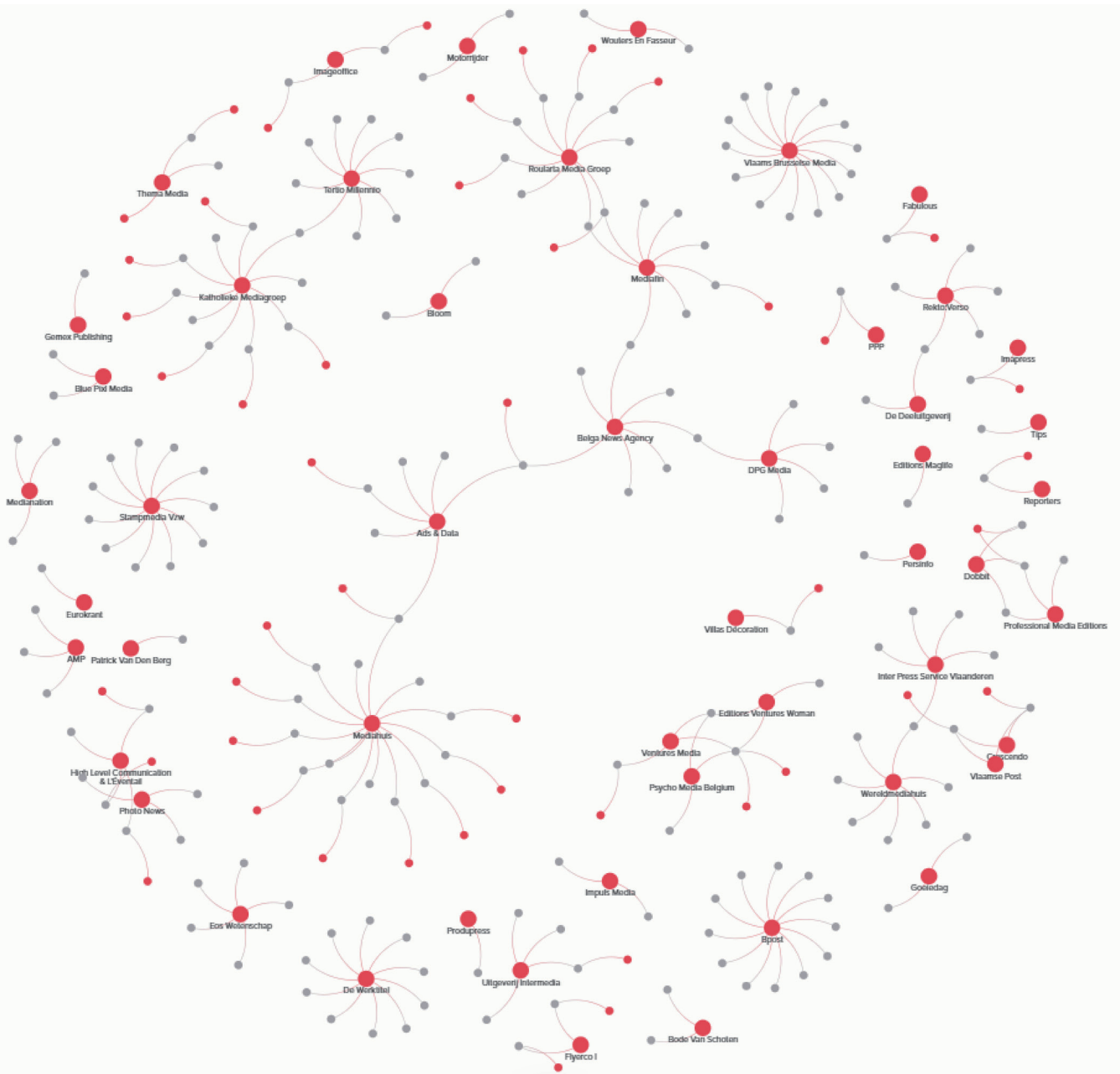
NAAM	GROEP	AANTAL INSTALLATIES 2018
• Humo	DPG Media	100.000 - 500.000
• Mijn Magazines	Roularta Media Group	100.000 - 500.000
• Dag Allemaal	DPG Media	10.000 - 50.000
• De Belegger	Mediafin	10.000 - 50.000
• Humo Magazine	DPG Media	10.000 - 50.000
• Libelle Lekker	Roularta Media Group	10.000 - 50.000
• Story	DPG Media	10.000 - 50.000
• Tijdschrift.be	DPG Media	10.000 - 50.000
• Eos Wetenschap	Eos Wetenschap vzw	5.000 - 10.000
• Goed Gevoel	DPG Media	5.000 - 10.000
• Sport/Voetbalmagazine	Roularta Media Group	5.000 - 10.000
• Doorbraak Magazine	Perruptio bv i.s.m. Stem int kapittel vzw	1.000 - 5.000
• Motoren & Toerisme	De Deeluitgeverij	1.000 - 5.000
• TV Familie	DPG Media	1.000 - 5.000
• Fiscooloog	Roularta Media Group	100 - 500
• P-Magazine	Mediageuzen	100 - 500
• Artsenkrant	Roularta Media Group	10 - 50

Tabel 84: Aantal installaties applicaties periodieke bladen via Google Play

Bron: VRM op basis van Google Play

### 3.1.3.4 Mandatenconcentratie in de geschreven perssector

In de volgende figuur kijken we naar de cumulatie van mandaten in de sector van de geschreven pers. Het geeft een duidelijk beeld van de banden op bestuursvlak tussen de mediagroepen onderling. Zo zien we bijvoorbeeld dat Roularta via Mediafin bestuurlijke banden heeft met Belga News Agency, dat op zijn beurt bestuurlijke banden heeft met Mediahuis en DPG Media. Via [www.vlaamseregulatormedia.be](http://www.vlaamseregulatormedia.be) kan je deze figuur duidelijker bekijken.



Figuur 76: Mandatenconcentratie in de sector van de geschreven pers<sup>565</sup>  
 Bron: VRM op basis van informatie NBB

### 3.1.4 Internet

#### 3.1.4.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

In veel gevallen behoren de inhoudsleverancier van een website en de websitebeheerder tot hetzelfde bedrijf of dezelfde groep. Websitebeheerders exploiteren soms meerdere titels. De VRM kan op basis hiervan echter niet concluderen dat er een grote mate van horizontale concentratie in de schakel contentcreatie is. Er is immers een zeer grote verscheidenheid aan website-aanbieders.

Reclamerogies zijn soms verticaal geïntegreerd bij de websites die tot de Vlaamse mediasector kunnen gerekend worden, zoals gedefinieerd in het eerste hoofdstuk van dit rapport.

In hoofdstuk 1 werd de scope van het rapport beperkt tot “de op het Vlaamse publiek gerichte informatie

<sup>565</sup> Hoe lees je deze figuur? Centraal zie je bijvoorbeeld Ads & Data. Er zetelen zes natuurlijke personen in hun raad van bestuur. Een van hen zetelt ook in de raad van bestuur van Mediahuis, een ander in de raad van bestuur van Belga. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via [www.vlaamseregulatormedia.be](http://www.vlaamseregulatormedia.be) zal je deze figuur duidelijker kunnen bekijken.

die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een 'klassiek' mediaproduct".

Daardoor kunnen veel websitebeheerders die hier besproken worden automatisch tot een mediagroep gerekend worden. Bijna alle grote merken en bedrijven uit radio, tv en geschreven pers hebben een eigen website en activiteiten op sociale media. Op die manier zijn een website en/of een aanwezigheid op de sociale media de elementen die het vaakst voorkomen in een crossmediale mix. De organisatie van het mediabedrijf kan er zo op gericht zijn dat dezelfde content via verschillende platformen verspreid wordt.

In de andere richting kan ook crossmedialiteit ontstaan. Zo brengen van oorsprong zijnde internetmagazines zoals Apache of Doorbraak enkele keren per jaar een gedrukt blad uit.

Wat de risico's betreft, houden de algoritmes van sociale platformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien zij geen inzage hebben in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. Op 16 juni 2022 werd er wel een aangescherpte Code of Practice on Disinformation ondertekend door 34 ondertekenaars, waaronder Google, Meta en TikTok, die zich aansloten bij het herzieningsproces van de code. De code voorziet onder andere dat onlineplatforms onderzoek naar desinformatie beter moeten ondersteunen. Onderzoekers krijgen een betere en bredere toegang tot de gegevens van platforms. Dit betekent dat er gezorgd wordt voor geautomatiseerde toegang tot niet-persoonlijke, geanonimiseerde, geaggregeerde of duidelijk openbaar gemaakte gegevens, en dat er gewerkt wordt aan het opzetten van een bestuursstructuur om de toegang tot gegevens die extra controle vereisen, te vereenvoudigen.<sup>566</sup>

Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat.

De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap.

Op distributievlak zijn er een aantal wijzigingen die het landschap kunnen hertekenen. Met DIGI ging een nieuwe operator van start. Telenet had daar eerder op geanticipeerd met de lancering van zijn lagekostenmerk BASE. Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet tevens aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. Dit zou een toename van de concentratie kunnen inhouden. Daarom heeft de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met de Belgische Telecom en Gemeenschaps-omroepregulators zal gevoerd worden. De beslissing van de BMA zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.

### **3.1.4.2 Analyse op basis van financiële gegevens**

Zoals in hoofdstuk 1 beschreven zijn internetdienstenverdeling, netwerkbeheer en internettoegangslevering vaak verschillende activiteiten van één en dezelfde firma. Tabel 85 geeft een overzicht van de financiële gegevens van de tien grootste onder hen (en aangesloten bij ISPA). Enkele van deze ondernemingen bieden daarnaast ook nog andere (telecom)diensten aan.

566 European Commission, "The 2022 Code of Practice on Disinformation", <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>, 16 juni 2022.

# FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJWSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Telenet bv	2.725.374.452	4.443.059.317	2.183.854.629	2.319.929.433	177.541.321	3.889.905.911	2.587,2
• Proximus nvpr	1.511.398.038	9.761.161.754	3.951.047.342	4.481.387.260	97.168.017	190.633.864	8.996,3
• VOO SA	679.926.965	1.079.305.400	555.676.735	701.705.690	-51.914.809	-59.416.641	737,2
• Orange Belgium nv	624.725.938	3.137.158.717	1.332.598.251	1.405.703.001	65.156.130	21.144.214	1.382,5
• Nv Verizon Belgium Luxembourg	174.050.967	236.487.078	42.103.132	42.509.926	928.434	11.907.989	88,7
• Microsoft nv	96.934.653	860.509.530	1.150.833.079	1.151.010.599	58.745.877	59.010.838	530,4
• Google Belgium nv	52.441.626	78.664.005	94.095.721	94.095.721	15.185.005	16.846.229	147,0
• InterXion Belgium bv	46.938.464	163.187.242	40.621.598	45.778.697	8.701.201	6.670.980	32,9
• Cegeka Groep nv	38.646.839	317.758.605	102.647.477	104.831.582	652.877	32.069.303	411,0
• Mobile Vikings nv	16.794.628	53.515.703	76.189.124	76.314.268	6.819.999	8.166.867	85,0

Tabel 85: Financiële gegevens 2023 grootste 10 internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers

### 3.1.4.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Volgens de cijfers van het Digimetterrapport, had 99% van de Vlamingen in 2023 toegang tot het internet in hun huishouden.<sup>567</sup> Statistiek Vlaanderen geeft aan dat 95% van de Vlamingen tussen 16 en 74 jaar minstens wekelijks het internet heeft gebruikt, 91% van hen deed dit (bijna) dagelijks.<sup>568</sup>

Uit het Digimetterrapport kunnen verder nog enkele conclusies getrokken worden.

Zo hebben de zenderplatformen (VRT MAX, VTM GO en GoPlay) in 2023 een gelijkaardig bereik als de betalende streamingplatformen. In termen van engagement is er wel nog een verschil.

Daarnaast betalen en gebruiken steeds meer Vlamingen meerdere streamingsplatformen. Netflix blijft hierbij de grootste, maar is over zijn piek.

Verder gebruikt 84% van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst en/of socialemediaplatform. Bij de twee jongste leeftijdsgroepen is dat voor bijna iedereen (98% en 97%) het geval. Een kwart (24%) van de Vlamingen geeft aan dagelijks minstens vier of meer chatdiensten en/of socialemediaplatformen te gebruiken. Bij de jongste leeftijdsgroepen wordt echter voor het eerst een daling opgetekend. Bij de 18-24-jarigen bedraagt dit 64% (-4 procentpunten t.o.v. vorig jaar).

Tot slot blijkt uit het Digital News Report dat online (incl. sociale media) opnieuw de belangrijkste nieuwsbron is. Daarnaast blijkt dat betalende nieuwsgebruikers tevredener zijn over nieuwsmedia. Algemeen blijft de betalingsbereidheid wel laag.

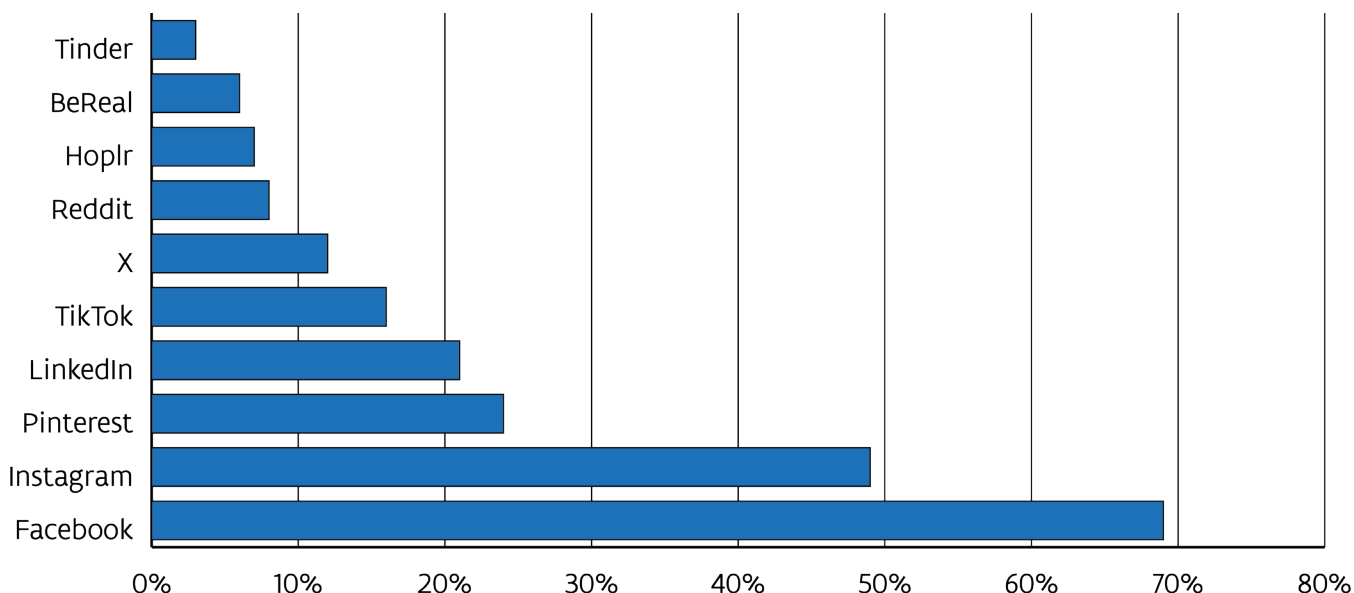
De volgens het Digimetterrapport meest gebruikte sociale netwerksites in Vlaanderen zijn in Figuur 77 opgesomd.

Facebook (69%, =) en Instagram (49%, +3 procentpunten) blijven bovenaan. Beide platformen zijn in handen van het bedrijf Meta. Na jaren van dalen, stabiliseert het aantal actieve Facebook-gebruikers zich dit jaar. In termen van actief gebruikt merkt de Digimeter dat Instagram, in tegenstelling tot de andere Meta-merken, blijft groeien. TikTok tot slot blijft volgens de Digimeter een apart verhaal. Het blijft beperkt tot een nichefenomeen bij jongeren, die het wel intens gebruiken.

<sup>567</sup> De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

<sup>568</sup> Statistiek Vlaanderen, "Internetgebruik naar gebruiksfrequentie", <https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/digitale-economie/internetgebruik-naar-gebruiksfrequentie>, 7 maart 2024.

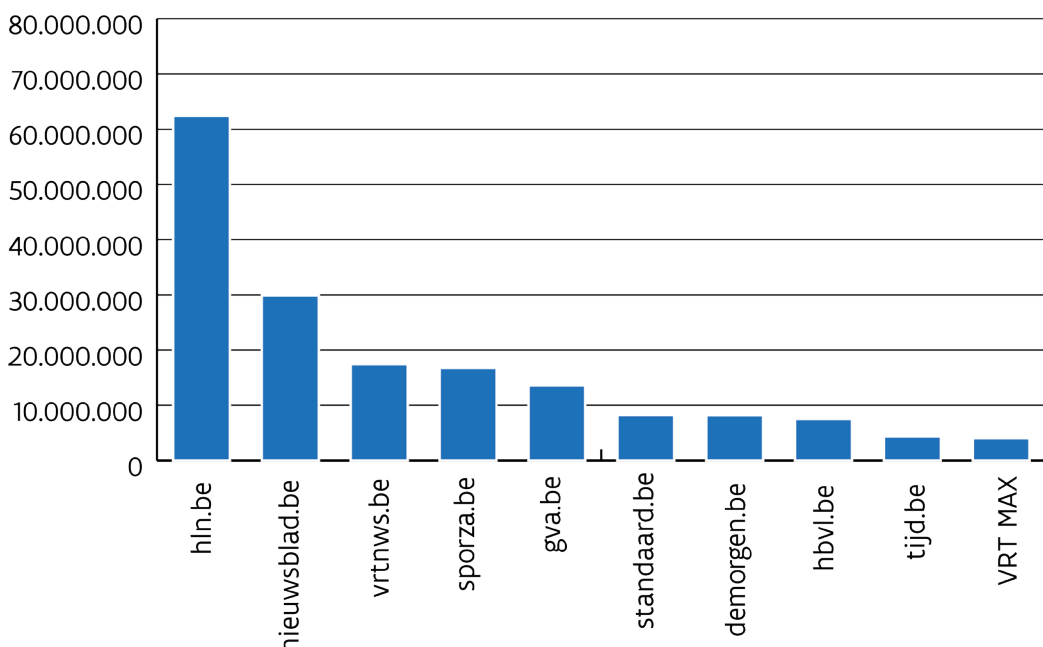




Figuur 77: Maandelijks gebruik sociale netwerken  
Bron: VRM op basis van Digimeter

Ten slotte bekijken we alle mediamerken samen. We bestuderen de populariteit van alle Vlaamse mediawebsites en socialemedia-accounts, over de mediavormen heen.

In Figuur 78 wordt de populariteit van de mediawebsites gevisualiseerd. De top drie van populairste websites is ongewijzigd ten opzichte van 2023. Het Laatste Nieuws blijft oppermachtig, gevolgd door Het Nieuwsblad. De Morgen doet haasje over met Het Belang van Limburg van plaats acht naar zeven. Eenzelfde verhaal bij De Tijd en VRT MAX, maar dan voor plaatsen negen en tien. Alle krantenwebsites komen opnieuw in de top tien voor, zelfs regionale nieuwswebsites Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. De overige plaatsen worden opnieuw ingenomen door VRT NWS, Sporza en VRT MAX.



Figuur 78: Online populariteit – websites top 10  
Bron: VRM op basis van CIM, cijfers juni 2024

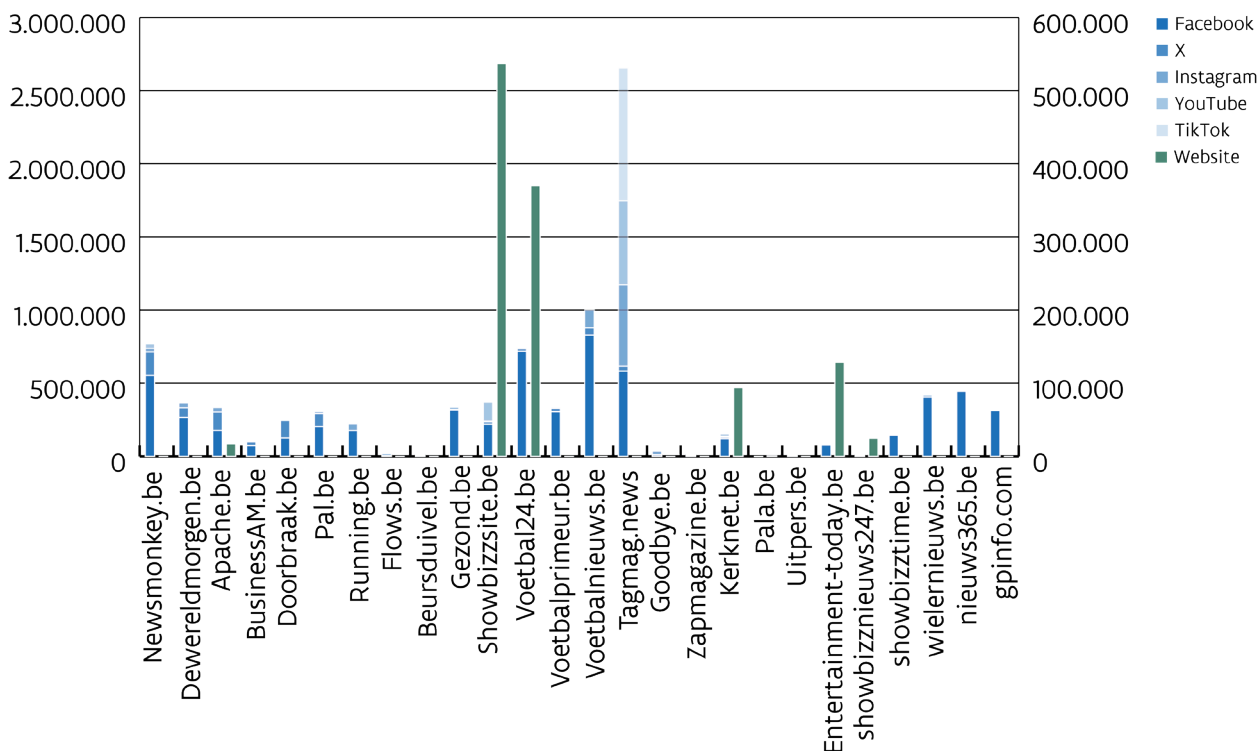
Een aantal sites opereren zelfstandig van andere mediavormen. De populariteit van deze sites wordt in Figuur 79 toegelicht. Het aantal websitebezoeken valt af te lezen van de secundaire as (rechteras), de populariteit op



de sociale media op de primaire as (linkeras).

De VRM informeerde bij deze websites naar hun bezoekers van juni 2024. We kregen cijfers van apache.be, showbizsite.be, voetbal24.be, kerknet.be<sup>569</sup>, pala.be<sup>570</sup>, entertainment-today.be en showbiznieuws247.be. De website showbizsite.be is met ruime voorsprong de populairste niet-gelieerde nieuwswebsite. Het heeft 2,7 miljoen websitebezoeken. Voetbal24.be en entertainment-today.be volgen op plaats twee en drie met respectievelijk 1,9 miljoen en 650.000 websitebezoeken in de maand juni 2024. Verder dienen we bij de nieuwswebsite van Apache wel de kanttekening te maken dat het geen gratis website is, maar gebruik maakt van een abonnementenmodel. In 2024 had het ca. 5.500 digitale abonnees.<sup>571</sup>

Wat sociale media betreft, is tagmag.news het meest populair, met een opmerkelijke populariteit op Facebook, Instagram, YouTube en TikTok. TikTok wordt overigens door slechts een handvol onafhankelijke nieuwssite gebruikt.



Figuur 79: Online populariteit websites die niet gelieerd zijn aan andere media  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sites, cijfers juni 2024

In Figuur 80 worden de marktaandelen per mediabedrijf, gebaseerd op websitebezoeken weergegeven.<sup>572</sup>

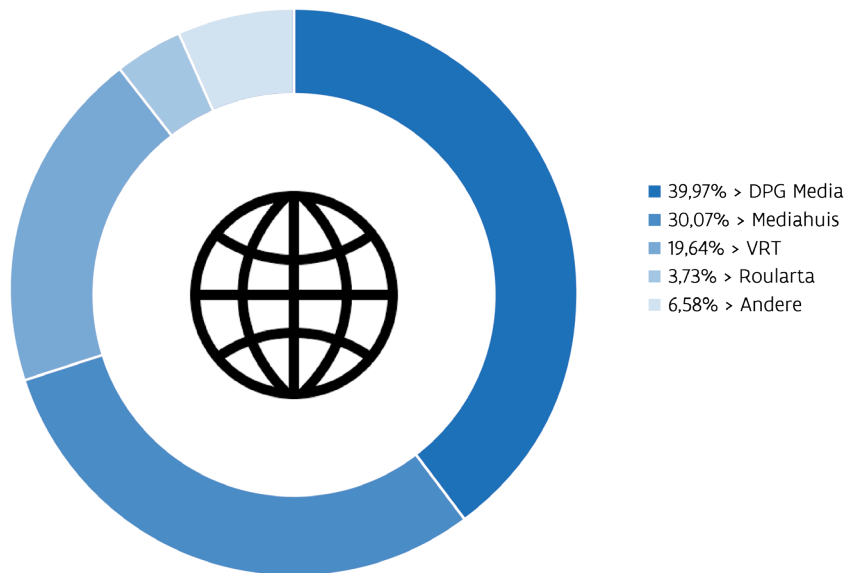
DPG Media haalt het hoogste marktaandeel m.b.t. aantal websitebezoeken (39,97%) en staat op de eerste plaats. Haar populairste website is hln.be. Mediahuis staat op de tweede plek met 30,07%. De populairste website hier is nieuwsblad.be. VRT staat met 19,64% op de derde plaats. Roularta volgt met 3,73% op ruime afstand. DPG Media en VRT winnen marktaandeel, Mediahuis kent een kleine daling.

<sup>569</sup> In de maanden mei en juni 2024 is een migratie van de website Kerknet.be doorgevoerd. Daardoor konden geen correcte cijfers voor juni 2024 bezorgd worden. We nemen daarom uitzonderlijk de cijfers van de maand april 2024.

<sup>570</sup> In mei 2024 telde Pala 6883 websitebezoeken. De waarde van een maandcijfer is dus relatief, vooral omdat de bezoekerscijfers sterk schommelen naargelang wanneer er Pala-nieuwsbrieven verschijnen.

<sup>571</sup> In 2024 waren er ca. 1.600 magazine abonnees.

<sup>572</sup> De websites die meegenomen zijn, zijn deze uit Tabel 37 en Tabel 38 van hoofdstuk 1. Volgende websites zijn echter niet meegeteld, gezien we geen gegevens hebben: stadsradiovlaanderen.be, bloom.be, clickx.be, shoot.be, techpulse.be, techradar.com, thebulletin.be, sport10.be, dalton.be, bahamontes.be, motoren-toerisme.be, by-you-magazine.be, dobbit.be, dagallemaal.be, mijnenergie.be, mijnvergelijker.be, livios.be, primo.be, spaargids.be, jobat.be, story.be, tvfamilie.be, teveblad.be, tweakernet, independer.be, willyradio, mijntelco.be, tijdschrift.be, eostrace.be, eoswetenschap.eu, iedereenwetenschapper.be, evilpenguintv.com, vlaamsparlement.tv, highlevelcom.be, Otheo.be, tvplus.be, pnws.be, culinaireambiance.com, inmemoriam.be, yellow.be, jobat.be, made-in.be, zimmo.be, immoproxio.be, zabun.be, billie.be, ment55.be, mentpop.be, motorrijder.be, platelandstv.be, autoscout24.be, gp-inside.com, grafischnieuws.be, proximus.be, rektoverso.be, dezondag.be, immovlan.be, gocar.be, regiotalent.be, shedeals.be, itjobonly.be, fiscoloog.be, mijnmagazines.be, vakantieweb.be, nrj.be, streamz.be, studio100.com, playsports.be, telenet.tv, netwetters.be, tertio.be, topradio.be, sooner.be, forbes.be, ideat.be, eclipsstv.be, ketnet.be, mo.be, newsmonkey.be, dewerldmorgen.be, businessam.be, doorbraak.be, pal.be, running.be, flows.be, beursduivel.be, gezond.be, voetbalprimeur.be, voetbalnieuws.be, tagmag.news, goodbye.be, zapmagazine.be, uitpers.be, showbiztime.be, wielernieuws.be, nieuws365.be en gpinfo.com.



Figuur 80: Marktaandeelen mediagroepen internet  
Bron: VRM op basis van CIM, cijfers juni 2024

Ook voor de websites werden de concentratiemaatstaven berekend. Dezelfde websites die voor Figuur 80 werden gebruikt, zijn meegenomen. De C4, zowel o.b.v. websites als o.b.v. groepen, is licht gestegen t.o.v. vorig jaar. De HHI voor websites blijft constant t.o.v. vorig jaar terwijl de HHI voor mediagroepen een iets grotere stijging kent t.o.v. vorig jaar.

De hoge C4 bij websites (64%) is een gevolg van het feit dat de websites van Het Laatste Nieuws en het Nieuwsblad enorm hoge bezoekersaantallen hebben in vergelijking met de overige websites.

Deze concentratiemaatstaven zijn natuurlijk relatief: de surfer kan veel meer websites raadplegen dan enkel de websites van de mediagroepen die hier worden besproken. Bovendien moet de lezer goed in gedachten houden dat de bezoekcijfers van onafhankelijke media niet terug te vinden zijn op de website van het CIM. De VRM vraagt deze cijfergegevens daarom jaarlijks op bij de betrokken spelers. Niet elke speler deelt deze gegevens echter mee.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

VOLGENS WEBSITE	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
• C4	55,30%	58,22%	59,07%	53,62%	55,11%	57,75%	55,91%	52,82%	62,39%	64,00%
• HHI	0,1154	0,1289	0,1284	0,1020	0,1159	0,1226	0,1100	0,1207	0,1484	0,1491

VOLGENS GROEP	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
• C4	88,15%	85,13%	88,47%	86,8%	90,69%	90,68%	86,11%	85,67%	90,54%	93,42%
• HHI	0,2571	0,2679	0,2763	0,2578	0,2549	0,2526	0,2284	0,2399	0,2744	0,2911

Tabel 86: Concentratie-indexen Vlaamse mediawebsites op basis van bezoeken 2015-2024  
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Als we de definitie van “de op het Vlaamse publiek gerichte informatie die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een ‘klassiek’ mediaproduct” loslaten, konden we tot 2020 via Alexa.com de populariteit van alle websites zien, weliswaar voor heel België.

Sinds 2020 was deze opvraging via Alexa.com niet langer mogelijk. De VRM maakte tussen 2020 en 2024 gebruik van gegevens van Similarweb.com en vanaf 2024 van Semrush.com.

HLN.be blijft status quo op de vierde plek. VRT.be stijgt naar de zevende plek. Sporza.be en Nieuwsblad.be zakken respectievelijk naar plaatsen tien en vijftien. Wijzigingen in de rangschikking zijn dit jaar mogelijks toe te schrijven aan het gebruik van Semrush.com.

## POPULARITEIT WEBSITES

RANK-ING	21/08/2018	27/08/2019	21/08/2020	31/08/2021	31/08/2022	22/08/2023	30/08/2024
1	google.be	google.com	google.com	Google.com	Google.com	Google.com	Google.com
2	youtube.com	youtube.com	youtube.com	Youtube.com	Youtube.com	YouTube.com	YouTube.com
3	google.com	google.be	google.be	Facebook.com	Facebook.com	Facebook.com	Facebook.com
4	facebook.com	reddit.com	reddit.com	<b>hln.be</b>	<b>hln.be</b>	<b>Hln.be</b>	<b>Hln.be</b>
5	Wikipedia.org	live.com	facebook.com	Google.be	Google.be	Google.be	Wikipedia.org
6	live.com	wikipedia.org	<b>hln.be</b>	Live.com	<b>Sporza.be</b>	<b>Nieuwsblad.be</b>	Google.be
7	reddit.com	facebook.com	live.com	Wikipedia.org	<b>Nieuwsblad.be</b>	<b>Sporza.be</b>	<b>VRT.be</b>
8	Instagram.com	netflix.com	wikipedia.org	Instagram.com	Live.com	Live.com	Bing.com
9	twitter.com	livejasmin.com	livejasmin.com	<b>Nieuwsblad.be</b>	Pornhub.com	Instagram.com	Instagram.com
10	<b>hln.be</b>	<b>hln.be</b>	yahoo.com	Twitter.com	Wikipedia.org	Pornhub.com	<b>Sporza.be</b>
11	yahoo.com	yahoo.com	netflix.com	Netflix.com	Twitter.com	Wikipedia.org	Belgium.be
12	2dehands.be	twitch.tv	bongacams.com	Pornhub.com	Instagram.com	X.com	Live.com
13	<b>nieuwsblad.be</b>	telenet.be	twitch.tv	Telenet.be	<b>Vrt.be</b>	<b>Vrt.be</b>	Pornhub.com
14	pornhub.com	aliexpress.com	2dehands.be	RTBF.be	Netflix.com	Telenet.be	Weather.com
15	amazon.fr	pornhub.com	<b>vrt.be</b>	<b>vrt.be</b>	Bol.com	RTBF.be	<b>Nieuwsblad.be</b>
16	livejasmin.com	<b>nieuwsblad.be</b>	microsoftonline.com	Sudinfo.be	Telenet.be	Bol.com	RTBF.be
17	Netflix.com	2dehands.be	<b>nieuwsblad.be</b>	<b>Sporza.be</b>	Rtbf.be	Buienradar.be	Girogate.be
18	twitch.tv	vk.com	pornhub.com	Bol.com	Sudinfo.be	Sudinfo.be	Reddit.com
19	xhamster.com	kuleuven.be	chaturbate.com	Xnxx.com	Xnxx.com	Netflix.com	Bol.com
20	2ememain.be	rtbf.be	belgium.be	Xvideos.com	Xvideos.com	Xvideos.com	X.com

Tabel 87: Online populariteit websites België augustus 2018-2024  
Bron: VRM op basis van Alexa.com, Similarweb.com en Semrush.com

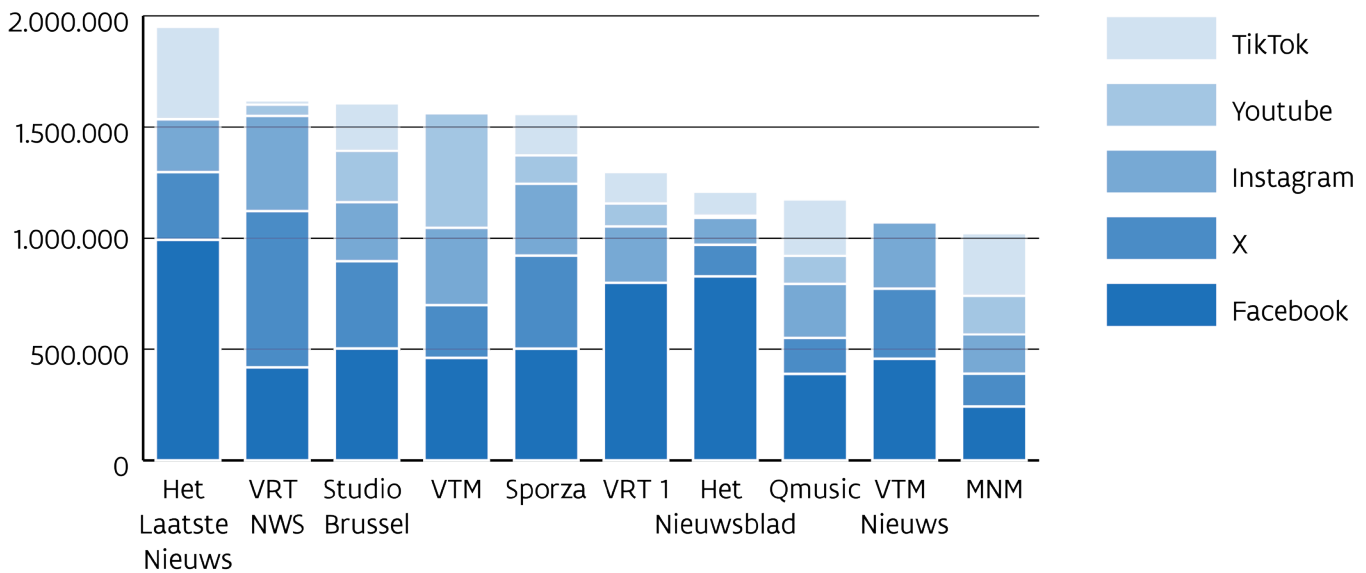
Ten slotte beschouwen we de populariteit van alle mediamerken samen op sociale media. Figuur 81 toont de top 10 mediamerken op de sociale media. De top drie is veranderd t.o.v. vorig jaar. Zo is VRT NWS van de vierde naar de tweede plaats gesprongen, waardoor Studio Brussel en VTM zijn gezakt naar respectievelijk plaatsen drie en vier. Het Laatste Nieuws blijft echter de onbetwiste leider.

Verder is de top 10 quasi ongewijzigd. Enkel VTM Nieuws komt terug de top 10 binnen (plaats 9) waardoor MNM een plaatsje zakt (plaats 10) en Ketnet eruit valt.

Een eerste vaststelling is dat de mediamerken die nieuws centraal stellen het populairste zijn. Zo staan er twee websites van kranten in de top 10, naast het sportnieuwsmerk van de VRT (Sporza) en VRT NWS. Een tweede vaststelling is dat de radiomerken goed vertegenwoordigd zijn met Studio Brussel, Qmusic en MNM.

Door berichten te posten op Facebook, X en Instagram proberen de Vlaamse media bezoekers naar de eigen site te lokken. Extra aanwezigheid op sociale netwerken kan zorgen voor extra websitebezoeken en op die manier extra advertentie-inkomsten. Het valt op dat nieuwsmerken hoog scoren op vlak van websitebezoeken als op vlak van populariteit op sociale media. Voor het radiomerk Qmusic geldt het omgekeerde: dat scoort heel hoog op sociale media, maar dit vertaalt zich niet in hoge websitebezoeken. Radiomerken Studio Brussel en MNM (en Klara) hebben geen eigen website meer, maar zijn opgegaan in VRT MAX. VRT geeft het platform steeds meer vorm als belevingsbestemming, met aandacht voor radio en muziek.



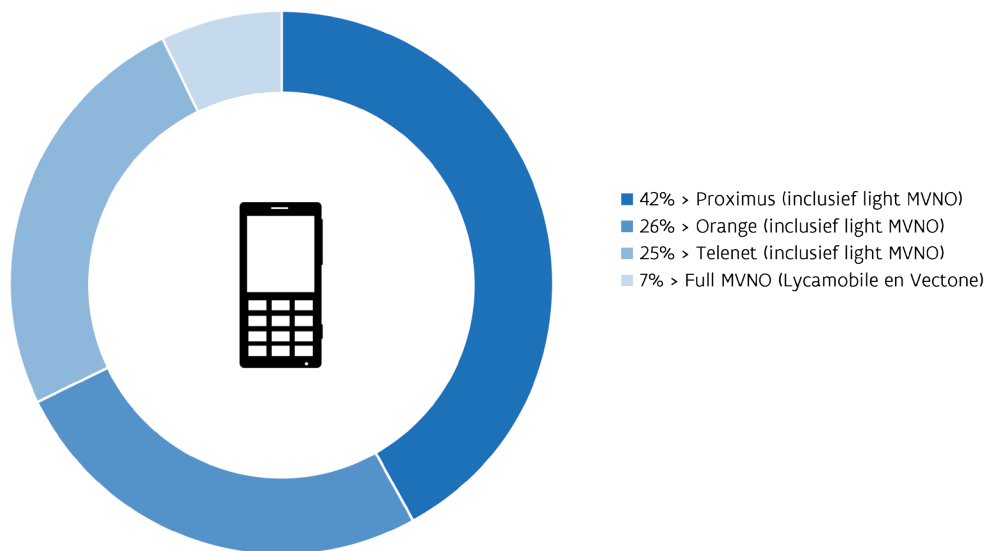


Figuur 81: Online populariteit – sociale media top 10  
 Bron: VRM op basis van eigen onderzoek bij de betrokken sociale netwerken, cijfers zomer 2024<sup>573</sup>

### 3.1.4.4 Apps/Mobiel internet

In dit laatste onderdeel geven we enkele cijfers met betrekking tot het gebruik van mobiel internet en apps. Figuur 82 toont de marktaandelen van de verschillende mobiele netwerken en MVNO's voor 2023, gebaseerd op het aantal actieve SIM-kaarten.

Op een vergelijkbare basis verliest Telenet 0,7 procentpunt marktaandeel in termen van actieve klanten. De klanten die Telenet verlaten, trekken voornamelijk naar de full MVNO's en Orange/VOO, die respectievelijk hun marktaandeel vergroten met +0,6 procentpunt en +0,2 procentpunt. Hierdoor is Orange/VOO eind 2023 de tweede grootste speler, na Proximus. De situatie van de MVNO's is in 2023 gewijzigd door de overname van full MVNO VOO door Orange Belgium. Sedertdien worden de mobiele klanten van VOO getransfereerd van het Telenet netwerk naar het netwerk van Orange. Eind 2023 zijn enkel Lycamobile en Vectone nog actief als full MVNO. Daarnaast startte Undo in juli 2023 als light MVNO op het netwerk van Orange.



Figuur 82: Marktaandelen mobiele operatoren in termen van actieve simkaarten in België  
 Bron: BIPT (2024), Situatie van de elektronische communicatiesector 2023, [https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/d67315aee1bd4bc3e1069aa81eb74a85b77b8e04/mededeling\\_status\\_elektronische\\_communicatie\\_en\\_tv\\_markt\\_2023.pdf](https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/d67315aee1bd4bc3e1069aa81eb74a85b77b8e04/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2023.pdf)

573 Cijfers omtrent influencers kunnen geraadpleegd worden in hoofdstuk 1.

Ten slotte geven we een overzicht van de meest populaire apps in Vlaanderen. De installaties op Google Play worden hier als basis genomen. De App Store van Apple geeft immers geen gegevens vrij omtrent het aantal installaties. We geven de apps weer die zich in de twee hoogste categorieën bevinden: 1.000.000 – 5.000.000 en 500.000 – 1.000.000.

## APPLICATIES

NAAM	GROEP	AANTAL INSTALLATIES 2023
• HLN.be	DPG Media nv	1.000.000 – 5.000.000
• Het Nieuwsblad nieuws	Mediahuis nv	1.000.000 – 5.000.000
• Proximus Pickx	Proximus nvpr	1.000.000 – 5.000.000
• Proximus+	Proximus nvpr	1.000.000 – 5.000.000
• VRT MAX	VRT nvpr	1.000.000 – 5.000.000
• VRT NWS	VRT nvpr	1.000.000 – 5.000.000
• VTM GO	DPG Media nv	1.000.000 – 5.000.000
• MyTelenet	Telenet bv	1.000.000 – 5.000.000
• My Orange BE	Orange Belgium nv	1.000.000 – 5.000.000
• Qmusic – Live Radio	DPG Media nv	500.000 – 1.000.000
• Radio België FM – radio online	AppMind – Radio FM, Radio Online	500.000-1.000.000
• Telenet TV	Telenet nv	500.000 – 1.000.000
• Ketnet	VRT nvpr	500.000 – 1.000.000
• Sporza	VRT nvpr	500.000 – 1.000.000
• GoPlay	Play Media nv	500.000 – 1.000.000
• Streamz	DPG Media nv	500.000 – 1.000.000

Tabel 88: Aantal installaties populairste applicaties via Google Play

Bron: VRM op basis van Google Play



## 3.2 MEDIAGROEPEN

De horizontale, verticale en crossmediale integratie van de Vlaamse mediagroepen werd uitgebreid bestudeerd in hoofdstuk 2. Daarom wordt onmiddellijk overgegaan tot de analyse op basis van financiële gegevens.

### 3.2.1 Analyse op basis van financiële gegevens

De financiële gegevens van deze groepen vindt de lezer terug in Tabel 89.

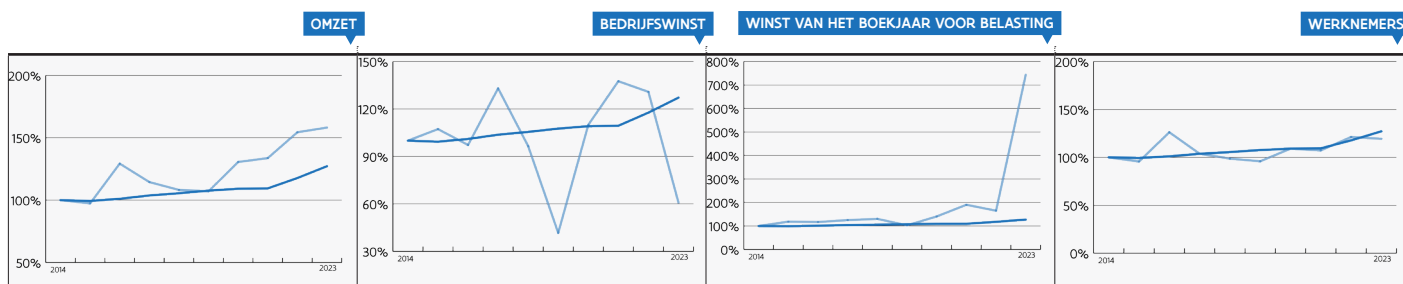
Een vergelijking op basis van de financiële gegevens is niet evident. De telecomactiviteiten van Proximus en Telenet vallen bijvoorbeeld niet exact uit de financiële gegevens te distilleren, wat de verhoudingen uiteraard vertekent. In 2019 werden DPG Media nv en Telenet bv in onderstaande tabel opgenomen in plaats van De Persgroep (nu DPG Media Group) en Telenet Group Holding. De reden hiervoor is dat De Persgroep en Telenet Group Holding holdingmaatschappijen waren die niet altijd een adequate weergaven gaven, bijvoorbeeld door een opvallend laag werknemersaantal.

## FINANCIËLE GEGEVENS

ONDERNEMINGS-NAAM	EIGEN VERMOGEN	ACTIVA	OMZET	BEDRIJFSOPBRENGSTEN	BEDRIJFSWINST (-)	WINST (-) VOOR BELASTING	WERKNEMERS
	10/15	20/58	70	70/76A	9901	9903	9087
• Telenet bv	2.725.374.452	4.443.059.317	2.183.854.629	2.319.929.433	177.541.321	3.889.905.911	2.587,2
• Proximus nv	1.303.605.262	8.979.026.200	3.951.047.342	4.481.387.260	97.168.017	190.633.864	8.996,3
• Mediahuis nv	694.381.522	1.159.778.840	293.563.944	322.085.449	-145.846	51.069.346	792,7
• VRT nv	280.678.982	558.652.750	465.411.567	480.100.724	-9.474.718	-416.905	1.908,70
• Roularta Media Group nv	195.452.569	303.463.149	268.203.110	285.295.778	-5.924.758	-1.257.151	1.020,9
• DPG Media nv	189.320.510	484.599.509	550.072.286	583.514.293	74.109.865	80.851.881	1.206,4
• Studio 100 nv	44.105.554	254.177.619	90.296.875	97.386.609	5.922.225	19.925.130	174,9

Tabel 89: Financiële gegevens 2023 mediagroepen

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN



Figuur 83: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – mediagroepen

Bron: VRM op basis van informatie NBB

Op bovenstaande figuur zien we dat de curves van de omzet, het aantal werknemers, de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen doorheen de jaren stijgen en dalen. In 2023 ligt de omzet 58,19 procentpunten (hierna pp) hoger t.o.v. het basisjaar 2014 en 3,77 pp t.o.v. 2022.

De curve van de bedrijfswinst valt op aangezien deze daalt met 69,97 pp t.o.v. 2022. Verschillende ondernemingen tekenen een bedrijfsverlies op of zien de bedrijfswinst sterk terugvallen. Dit komt door moeilijke, competitieve marktomstandigheden, maar vooral door de oplopende kosteninflatie. In 2023 zien we dat de rendabiliteit dus opnieuw terugloopt. Ondanks de (gemiddelde) stijging in omzet, dalen de marges verder.

De curve van de bedrijfswinst voor belastingen stijgt dan weer spectaculair met 578,17 pp t.o.v. 2022. Dit is toe

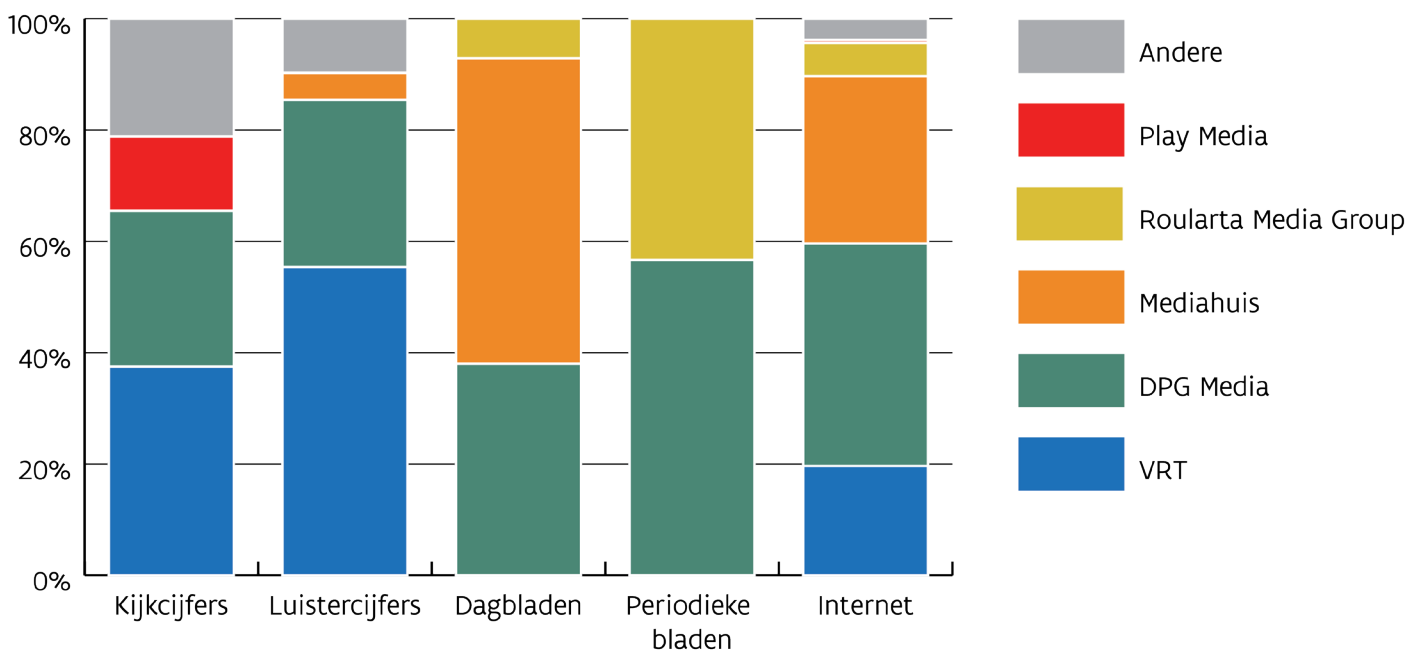
te schrijven aan Telenet. Het tekent een uitzonderlijk financieel resultaat op in 2023 t.g.v. de Wyre transactie.

De curve van het aantal werknemers tot slot ligt steeds onder de CPI, met uitzondering van 2016 en 2022.

### 3.2.2 Analyse op basis van kijk- en luistercijfers en oplagen

In Figuur 84 (cijfers 2023 – behalve radio en internet: cijfers 2024) wordt een overzicht gegeven hoe voor de verschillende mediagroepen de marktverhoudingen liggen op basis van kijk- en luistercijfers, betaalde verspreiding voor dagbladen en tijdschriften en websitebezoeken. Hieruit blijkt dat voor de aggregatie (= omroep, uitgeverij of website) van klassieke mediaproducten 80 tot 100% van de markt in handen is van vijf groepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media.

DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep.



Figuur 84: Marktaandelen mediagroepen  
Bron: VRM op basis van CIM

Op het einde van het eerste hoofdstuk werd aangetoond dat de oefening om de Vlaamse mediasector af te bakenen hoe langer hoe moeilijker wordt. We nemen in toenemende mate crossmediale en convergente tendensen waar. Dezelfde mediacontent wordt via verschillende kanalen tot bij de consument gebracht.

Het meten van crossmediale concentratie wordt hierdoor een complexe oefening. De vergelijking van kijkdichtheid of bereik over verschillende platformen is niet gemakkelijk gezien de informatie hierover op verschillende manieren wordt verzameld. Zelfs als er vergelijkbare statistieken beschikbaar zouden zijn, moeten we ons realiseren dat het combineren van kijkdichtheid, tijdsgebruik, bereik of winstcijfers van alle media om de mogelijke invloed te meten problematisch kan zijn omdat personen op een verschillende manier naar de diverse media kijken.<sup>574</sup>

574 De Britse regulator Ofcom stelde hiervoor de 'share of references' voor in zijn advies over "Measuring media plurality" van juni 2012. Hoewel ten tijde van de consultatie een aantal stakeholders opmerkingen maakten bij de methodiek past Ofcom deze meeteenheid reeds een aantal jaren toe. De 'share of reference' hanteert een uniforme methodologie om de invloed van een mediabedrijf te meten over de verschillende platformen (radio – televisie – kranten – internet) heen. Via een uitgebreide consumentenbevraging wordt nagegaan hoeveel 'referenties' een bepaalde dienst of kanaal krijgt als 'regelmatige bron' van nationaal en internationaal nieuws.

### 3.3 PRIJSEVOLUTIE VAN MEDIAPRODUCTEN

Over het algemeen bestaat er een verband tussen het aantal aanbieders in een productmarkt en de prijs die de consument betaalt voor een product. Binnen de verschillende schakels van een productketen kunnen verschillende graden van concentratie heersen en zoals eerder gesteld, geldt er een tweezijdigheid op de markt voor mediaproducten. Daarbij betaalt de adverteerder aan de producent van het mediaproduct, maar is de vergoeding die de consument voor zijn aandacht ontvangt niet gemonetiseerd (bv. hij krijgt in ruil kwalitatief betere programma's). Dit maakt de link tussen concentratie en prijsniveau moeilijk kwantificeerbaar.

Afhankelijk van de mediavorm bestaat de kost die een consument betaalt uit verschillende elementen. Soms is er een eenmalige investering in infrastructuur nodig, soms niet. Een schets maken van de prijsevoluties van de verschillende mediavormen vergt dus telkens een verschillende aanpak.

De informatie wordt door de FOD Economie gepubliceerd op het niveau van het Rijk (dus inclusief Frans- en Duitstalige gebieden). De methodologie die gebruikt wordt voor de indexberekening is zodanig opgesteld dat ze slechts representatief is op het nationale niveau. De wegingscoëfficiënten werden vastgelegd in functie van de nationale huishoudbudgetenquête. De gevolgde distributievormen werden eveneens op nationaal niveau gekozen.

De CPI werd in 2014 aangepast aan de nieuwe Europese COICOP-nomenclatuur (Classification of Individual Consumption by Purpose oftewel Classificatie van consumptieve uitgaven). De vroegere cijfers werden herberekend naar de nieuwe classificatie waardoor er nog steeds een evolutie teruggevonden kan worden vanaf 2006.<sup>575</sup>

Door de aanpassing kunnen er echter geen aparte indexcijfers meer opgelijst worden voor radio en televisie. Zij vallen nu in de consumptieprijsindextabel onder de noemer '09.4.2.3. kosten voor radio en televisie'. De indicatoren in de grafieken van geschreven pers en internet wijzigen niet.

Het meest recente basisjaar is 2013. Voor dit jaar werden de prijzen gelijk gesteld aan 100 voor een korf van producten.<sup>576</sup>

#### 3.3.1 Radio en televisie

Aan het beluisteren van radioprogramma's zijn er voor de consument volgende kosten verbonden:

- de eenmalige infrastructuurkost, met name de aanschaf van een radiotoestel. De overstap naar het beluisteren via DAB+ vergt de aanschaf van een nieuw ontvangsttoestel.<sup>577</sup>
- een geringe elektriciteitskost
- in het geval van radiodistributie op andere manieren (bv. kabel of internet) is er een -niet gespecificeerd-gedeelte van de abonnementskost
- bepaalde categorieën luisteraars (zoals de horeca, winkels, beoefenaars van vrije beroepen, organisatoren van evenementen,...) dienen een vergoeding voor auteursrechten en een billijke vergoeding voor de uitvoerders te betalen

Ook het bekijken van tv-programma's brengt voor de consument een aantal kosten met zich mee:

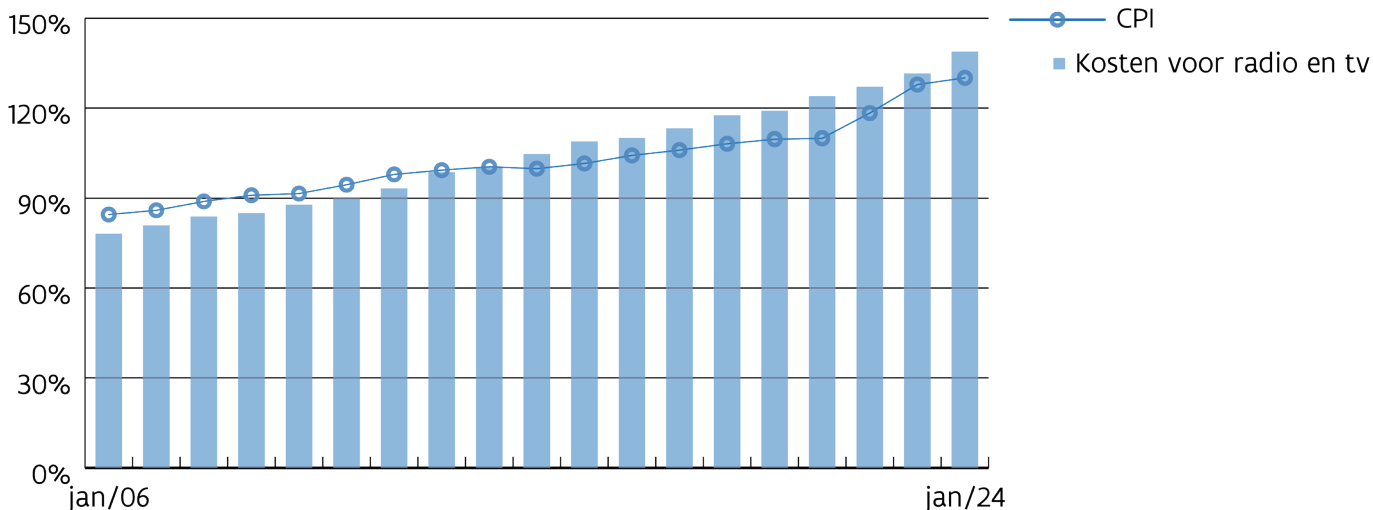
- de eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een tv-toestel of ander scherm en ontvangstapparatuur (settopbox, schotelantenne, internetaansluiting ...)
- een eventuele abonnementskost voor infrastructuur (bv. huur settopbox)
- de elektriciteitskost die kan variëren afhankelijk van tv-toestel en het gekozen platform
- een eventuele abonnementskost (die uit verschillende componenten bestaat)
- een "pay per view" kost verbonden aan sommige vormen van niet-lineair tv-kijken

<sup>575</sup> FOD Economie, "Consumptieprijs (CPI)", <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/consumptieprijs/>.

<sup>576</sup> De gehanteerde productdefinitie van de indexkorf zijn strikt betrouwbaar. Zij mogen niet aan derden worden meegedeeld noch gepubliceerd. Hiermee beoogt de indexcommissie het uitsluiten van mogelijke manipulatie van het indexcijfer. Immers, indien de productdefinitie gekend zouden zijn door derden bestaat de mogelijkheid dat de prijsevolutie voor deze producten anders zou verlopen dan voor andere (aanverwante) producten die niet in de indexkorf zitten.

<sup>577</sup> Sinds 1 januari 2023 mogen er in Vlaanderen geen toestellen zonder digitale functie meer verkocht worden.

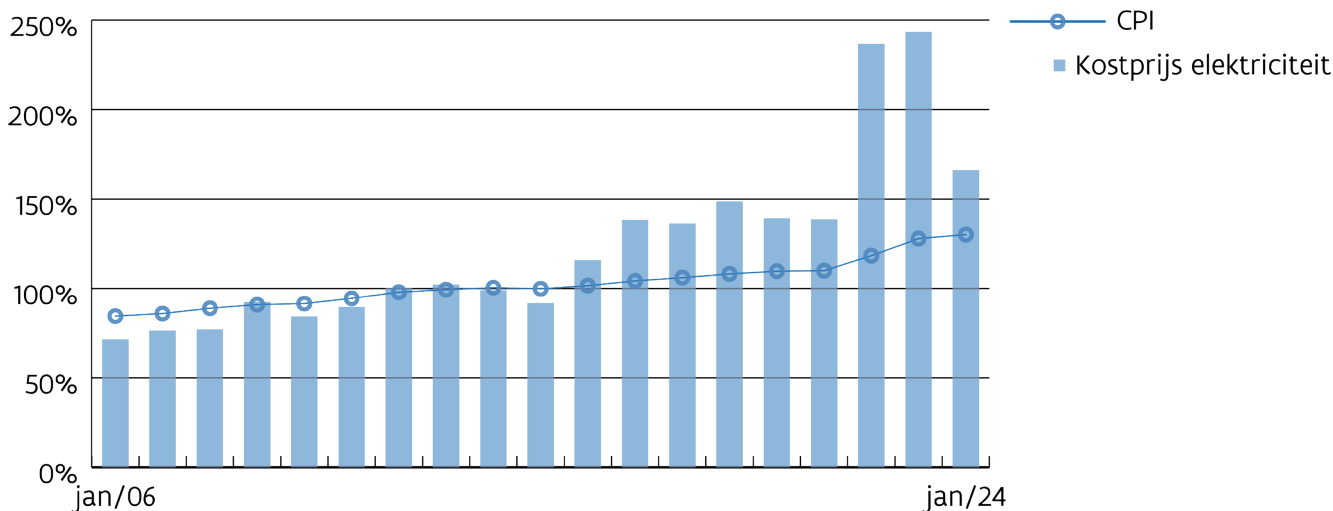
De evolutie van de kosten voor radio en televisie wordt in de figuur hieronder getoond. We zien dat de kosten voor radio en televisie de laatste jaren sneller stijgen dan de consumptieprijsindex, met een sterke stijging het afgelopen jaar.



Figuur 85: Evolutie kosten voor radio en televisie  
Bron: Fod Economie

Het elektriciteitsverbruik waarmee een klant rekening moet houden is afhankelijk van een aantal factoren, zoals de grootte van het scherm en type toestel (oudere plasma-tv's of LCD-televisies gebruiken meer stroom dan LED-tv's), het feit of er al dan niet digitaal gekeken wordt (settopboxen voor digitale televisie verbruiken energie; zelfs in stand-by modus kunnen ze een aanzienlijke kost veroorzaken).

Voor de volledigheid illustreert de figuur hieronder de evolutie van de kostprijs van elektriciteit. De prijs van elektriciteit kende sinds 2016 een grote stijging. Dat kwam voornamelijk door extra taksen. In 2020 en 2021 was er een daling. In 2022 steeg de elektriciteitsprijs zeer fel door de oorlog in Oekraïne. Vorig jaar steeg de prijs opnieuw, tot een zeer hoog niveau. In 2024 is er een sterke daling, maar nog altijd een stuk boven de CPI.

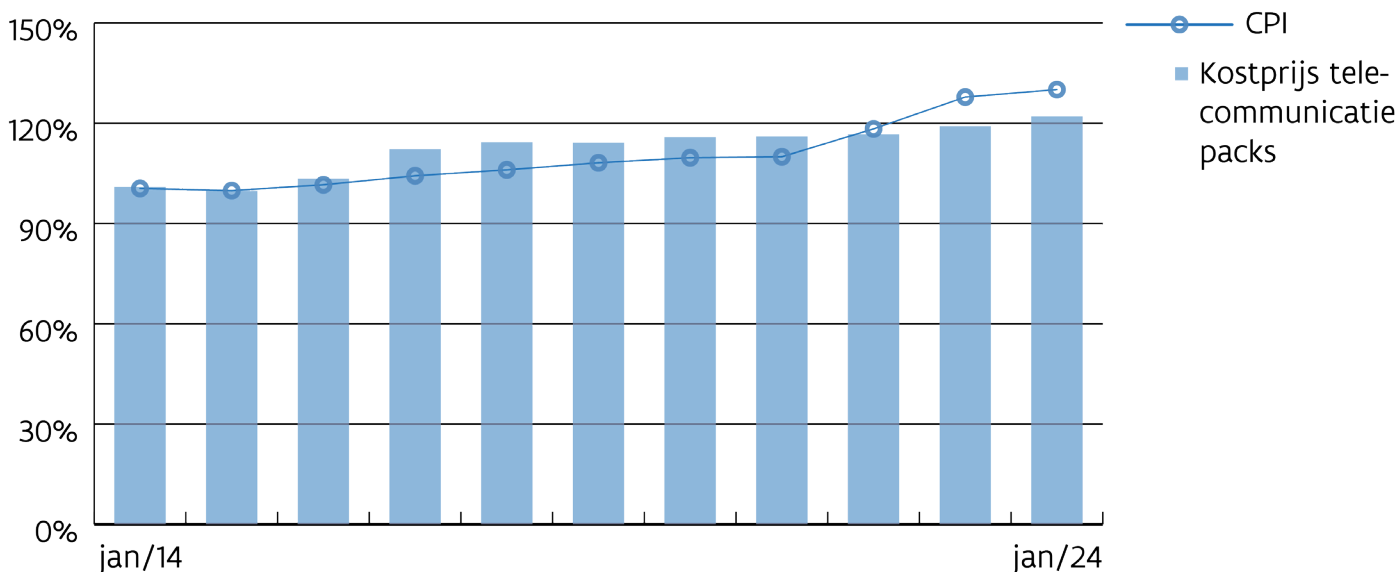


Figuur 86: Evolutie kostprijs elektriciteit  
Bron: Fod Economie

Ten slotte zal de klant moeten opteren voor een tv- of internetabonnement. In de vorige rapporten gaven we de evolutie weer van de prijzen sinds 2005 die de verschillende dienstenverdelers in het Nederlandse taalgebied aanrekenen (enkel basisabonnement, geen huur digicorder of eenmalige kosten). Doordat quasi geen dienstenverdelers meer een losstaand tv-abonnement aanbieden, werd het onmogelijk om dit nog op een correcte manier te berekenen. We gaven ook de evolutie weer voor de prijzen van het goedkoopste triple playpakket met internet, vaste telefonie en tv, maar door teveel verschillende modaliteiten in die pakketten

daalde ook die relevantie.

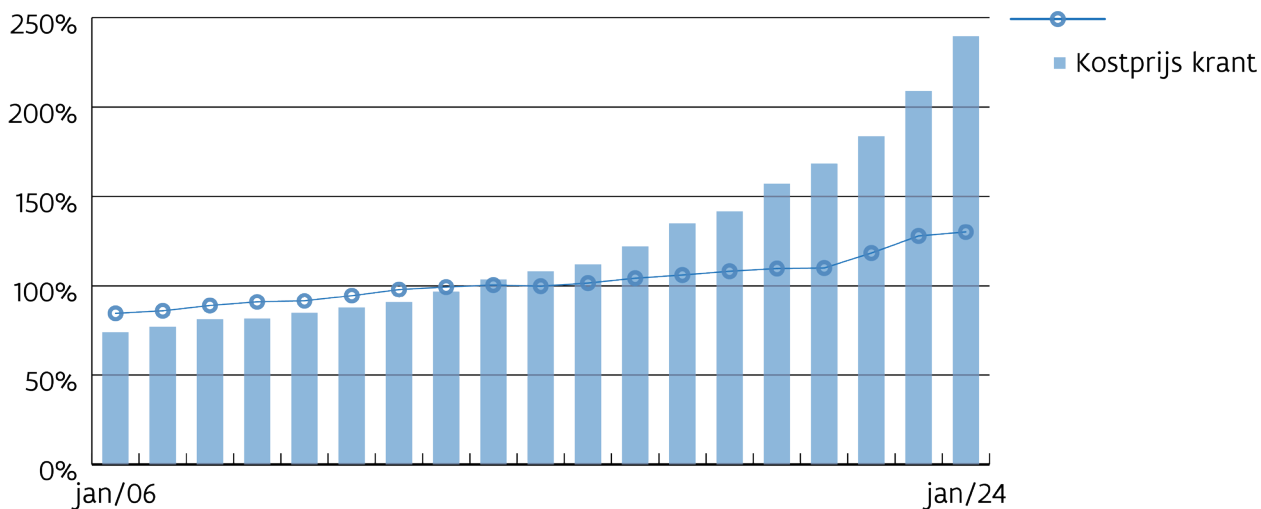
Daarom schakelden we vanaf 2021 over naar de evolutie van de consumptieprijsindextabel '08.3.0.4. Telecommunicatie packs'. De FOD Economie houdt hiervan gegevens bij sinds 2014. Van 2016 t.e.m. 2021 zien we in onderstaande figuur dat de prijzen sneller stijgen dan de CPI. De laatste drie jaar stijgt de CPI echter sterker dan de prijs van de packs zelf.



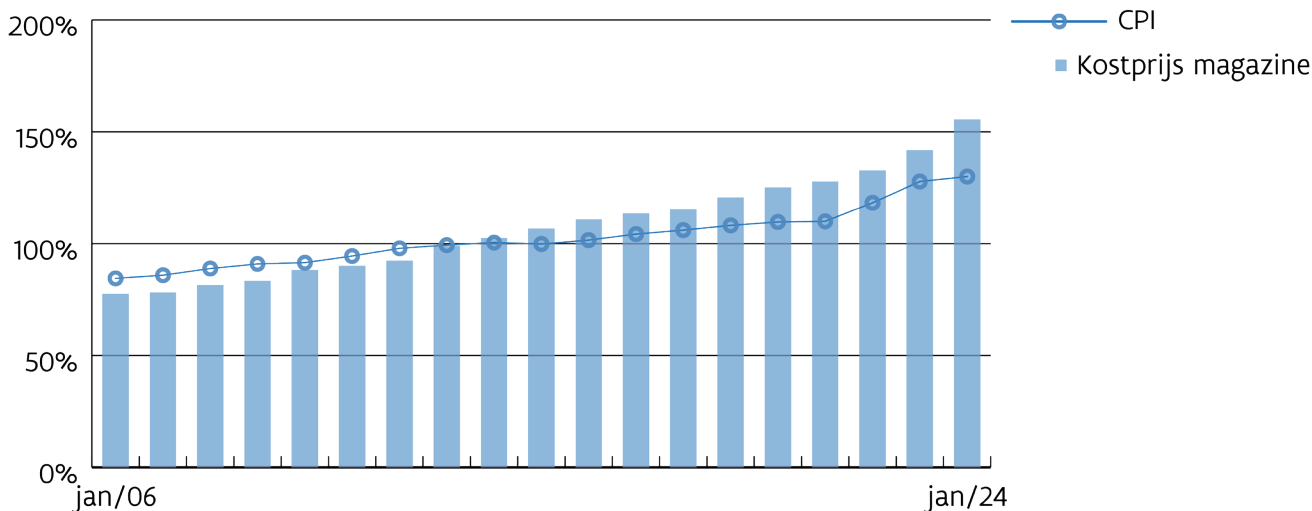
Figuur 87: Evolutie prijzen telecommunicatie packs  
Bron: FOD Economie

### 3.3.2 Geschreven pers

De kostprijs voor de consument wordt volledig gedekt door de aanschafprijs van het gedrukte exemplaar van het dagblad of tijdschrift. De lezer heeft wel de keuze tussen losse verkoop of abonnementsformules. Uit de consumptieprijsindex die de FOD Economie op zijn website publiceert, kunnen de in Figuur 88 en Figuur 89 afgebeelde prijsevoluties afgeleid worden.



Figuur 88: Evolutie prijsindex kranten  
Bron: FOD Economie



Figuur 89: Evolutie prijsindex magazines en tijdschriften  
Bron: FOD Economie

De cijfers van de Nationale Bank van België verwijzen in het geval van tijdschriften en dagbladen niet naar de gemiddelde prijs, maar geven de indexcijfers weer en symboliseren aldus de prijsevolutie sinds 2006.<sup>578</sup> Deze index is voor zowel kranten als tijdschriften sinds 2014 hoger dan de consumptieprijsindex, terwijl deze voordien steeds lager was. De laatste zeven jaren neemt de prijsindex van kranten een serieuze voorsprong, zelfs tijdens de afgelopen jaren die gekenmerkt werden door een hoge inflatie. De voorsprong van magazines en tijdschriften op de prijsindex bleef tot en met vorig jaar relatief beperkt. Echter, dit jaar zien we ook hier een grote voorsprong.

### 3.3.3 Internet

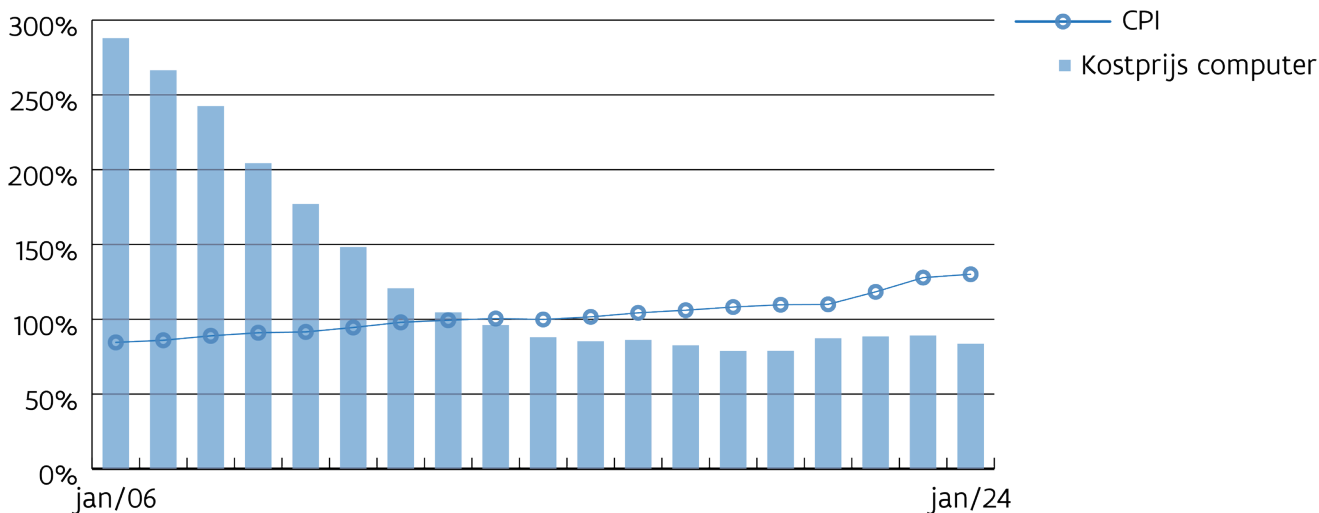
Het gebruik van internet via breedband brengt voor de consument de volgende kosten met zich mee:

- De eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een computer/laptop en modem
- Een abonnementskost, voor het gebruik van de internetverbinding
- De elektriciteitskost, die kan variëren afhankelijk van het gekozen platform
- De eventuele kost verbonden aan de toegang tot bepaalde betalende content

In Figuur 90 wordt de prijsevolutie sinds 2006 voor computers getoond. De prijsindex stabiliseert al enige tijd, na jaren van daling. Deze dalende evolutie heeft meerdere oorzaken zoals de leercurve bij producenten, de saturatie op de markt en de concurrentie tussen zowel producenten als met andere toestellen (tablet, smartphone). Tussen 2021 en 2023 kende de curve een (lichte) stijging, wat mogelijk eerst het gevolg was van de grote toename in de vraag naar computers t.g.v. het coronavirus en de bijhorende maatregelen (bv. verplichte telewerken en het afstandsonderwijs) en later kwam door tekorten in de toeleveringsketen. In 2024 is er opnieuw een daling en dit tot een niveau lager dan in 2021.

<sup>578</sup> De specifieke reden waarom voor een product in bepaalde gevallen (zoals voor kranten en tijdschriften) geen gemiddelde prijzen maar uitsluitend indexcijfers worden gepubliceerd, is het feit dat het gevolgde product uit de indexkorf een staal van getuigen is dat in de meeste gevallen niet homogeen is en waardoor aan een gemiddelde prijs geen echte betekenis kan gehecht worden (voorbeeld staal van de personenwagens, staal van de buitenlandse reizen, staal van kranten en tijdschriften). In dit laatste geval gaat het concreet over een mix van prijzen voor losse nummers en abonnementen.

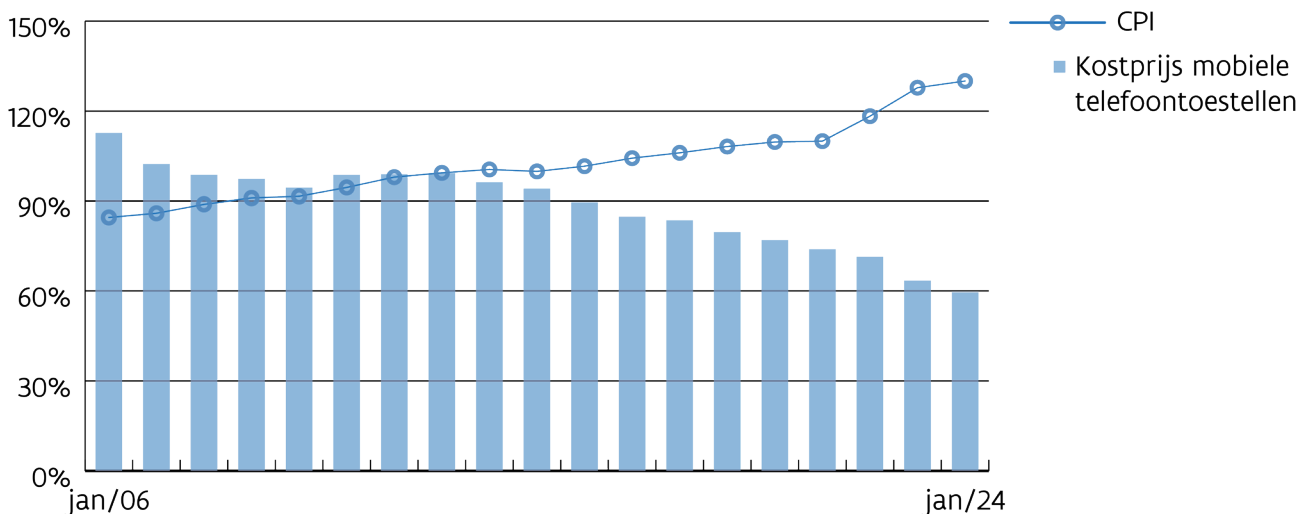




Figuur 90: Evolutie prijsindex computer  
Bron: FOD Economie

- Vooraleer gebruik te kunnen maken van mobiel internet dient de consument volgende uitgaven te doen:
- de eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een tablet, pc of smartphone<sup>579 580</sup>
  - de elektriciteitskost voor het laden van de batterijen van het toestel
  - een abonnementskost of prepaid bedrag verbonden aan het gebruik van het mobiele internet
  - Eventueel de aanschaf van applicaties of in-app aankopen.

Sinds 2013 zakt het prijspeil voor de aanschaf van een gsm-toestel elk jaar. Er vond tegelijk een voortdurende verbetering van de technologische mogelijkheden plaats. Tussen 2010 en 2011 steeg de prijsindex doordat ook smartphones opgenomen werden in de CPI.



Figuur 91: Evolutie prijsindex mobiele telefoontoestellen  
Bron: FOD Economie

Uit de vergelijkende internationale prijzenstudie, die het BIPT in december 2023 op zijn website<sup>581</sup> publiceerde, blijkt dat ons land in het algemeen duur is voor zowel mobiele diensten als voor vast internet en telecombundels. Vooral bij de grote bundels en de mobiele abonnementen met weinig of net heel veel data steken de Belgische telecommtarieven ver uit boven die in de ons omringende landen.

579 Sinds oktober 2013 wordt er ook op de verkoop van tablets een auteursrechtelijke vergoeding gevraagd van maximaal 3 euro voor thuiskopie zoals op andere digitale en audiovisuele dragers waar al zo'n vergoeding verschuldigd was.

580 Sinds de afschaffing van het verbod op koppelverkoop worden toestellen soms 'gratis' aangeboden in combinatie met een abonnement.

581 <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/het-bipt-publiceert-zijn-vergelijkende-internationale-prijzenstudie-voor-2023>

### 3.3.4 Prijsevolutie van de advertentieruimte

Aangezien de mediasector als een tweezijdige markt beschouwd wordt, dient ook de evolutie van de uitgaven langs de zijde van de adverteerder bekeken te worden.

De belangen van Belgische adverteerders worden behartigd door de Unie van Belgische Adverteerders (UBA). De UBA overlegt op regelmatige basis met de professionele belangenvereniging van de mediabureaus in België, United Media Agencies (UMA).

Samen ontwikkelen en publiceren ze een aantal gemeenschappelijke documenten die de samenwerking tussen adverteerders en mediabureaus structureren en efficiënter maken.

Het UMA publiceert een jaarlijks rapport, de “Benchmark Media Investments”, die de netto media-investeringen per kanaal in België in kaart brengt. De benchmark 2023 werd voor het derde jaar op rij opgemaakt i.s.m. de UBA. De bevestigde agentschappen hebben ook hun investeringen in de offline media gerapporteerd waardoor de reële marktaandelen voor deze media beschikbaar zijn. Tevens wordt de uitsplitsing van digitale investeringen tussen lokale en internationale spelers gerapporteerd.<sup>582</sup>

Uit de benchmark 2023 blijkt dat alle digitale kanalen samen goed zijn voor 37,2 procent (+2,1 procentpunt) van de reclamebestedingen in België. In zijn geheel steekt ‘digital’ de televisie dit jaar voorbij. In termen van individuele kanalen blijft televisie met 32,8 procent het belangrijkste medium. De investeringen in online video groeien sterk, vergelijkbaar met de daling bij televisie. Er heeft dus waarschijnlijk een verschuiving plaatsgevonden van televisie naar online video in een aantal sectoren. Wat de verhouding van de bestedingen tussen internationale (GAFAM) en nationale spelers betreft, komt het dit jaar uit op 63 – 37 procent, in het voordeel van de GAFAM. Bij offline bestedingen is dit 0 - 100 procent omdat de GAFAM geen offline aanbiedingen hebben. Op de gehele mediamarkt bedraagt de verhouding 23 – 77 procent, in het voordeel van de lokale spelers.<sup>583</sup>

Een andere interessante studie in het kader van advertentiebestedingen is de Matrix-studie. In 2024 werd echter geen nieuwe editie uitgebracht.

In 2019 heeft de Europese Commissie haar Google AdSense beslissing gepubliceerd.<sup>584</sup> Uit deze beslissing blijkt dat Google in 2016 90% tot 100% van de Belgische markt voor online zoekadvertenties in handen had.

Op basis van de Matrix-studie 2023 weten we dat de totale Belgische netto online advertentie-uitgaven in 2022 € 969,1 miljoen bedroegen. Hiervan werd ongeveer 220 miljoen euro (22,7 procent) gependend aan de categorie ‘paid search’ (SEA, de zoekadvertentiemarkt). Als we de schatting van de Europese Commissie volgen, namelijk dat Google in 2016 90% tot 100% van de nationale online zoekadvertentiemarkt in handen had, en dit combineren met bovenstaand bedrag uit de Matrix-studie, dan stellen we vast dat Google in 2022 tussen de ongeveer 198 miljoen euro en 220 miljoen euro uit de zoekadvertentiemarkt heeft gehaald. De lezer moet rekening houden met het feit dat dit percentage ondertussen mogelijks al veranderd is. Bovendien hebben bovenstaande bedragen betrekking op de Belgische zoekadvertentiemarkt, in 2022, die maar een deelmarkt is van de volledige digitale advertentiemarkt.

Tot slot zijn er doorheen dit rapport al verschillende initiatieven vermeld via dewelke lokale spelers de dominantie van internationale ondernemingen op de nationale advertentiemarkten proberen counteren. We verwijzen hiervoor graag naar hoofdstukken 1 en 4 van dit rapport.

582 Brouns, M. (2024, Maart 19). UMA – UBA Benchmark Media Investments 2023. United Media Agencies. <https://uma.be/uma-uba-benchmark-media-investments-2023/>  
583 Mediaspecs, “UMA-UBA Benchmark Media Investments 2023”, <https://www.mediaspecs.be/uma-uba-benchmark-media-investments-2023-37-van-de-totale-bestedingen-zijn-digitale-media-234-van-totaal-gaat-naar-internationale-media/>, 19 maart 2024.

584 European Commission, “Antitrust: Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online advertising”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_19\\_1770](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1770), 20 maart 2019.

European Commission, “CASE AT.40411 Google Search (AdSense)”, [https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/40411/40411\\_1619\\_11.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40411/40411_1619_11.pdf), 20 maart 2019.

## RECLAME-INVESTERINGEN

MEDIA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• TV	€ 1.450.342	€ 1.577.482	€ 1.746.479	€ 1.715.410	€ 1.754.365	€ 1.666.997	€ 1.498.192	€ 1.895.727	€ 1.801.684	€ 1.891.645
• Dagbladen	€ 824.951	€ 767.469	€ 820.711	€ 786.936	€ 742.327	€ 688.931	€ 581.511	€ 623.152	€ 590.439	€ 632.508
• Radio	€ 523.926	€ 513.823	€ 558.254	€ 578.296	€ 583.027	€ 592.181	€ 507.058	€ 548.815	€ 553.495	€ 573.649
• Out of Home	€ 324.642	€ 330.925	€ 331.939	€ 332.128	€ 353.468	€ 355.918	€ 273.118	€ 315.494	€ 398.230	€ 480.728
• Direct Mail	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	€ 279.326	€ 236.539	€ 245.790	€ 236.264	€ 221.475
• Magazines	€ 256.521	€ 291.705	€ 281.469	€ 270.322	€ 241.093	€ 229.507	€ 188.251	€ 230.402	€ 226.119	€ 227.867
• Cinema	€ 37.833	€ 37.457	€ 31.600	€ 30.743	€ 31.277	€ 31.281	€ 13.085	€ 23.104	€ 31.280	€ 30.988
• Gratis pers	€ 110.753	€ 90.463	€ 89.389	€ 77.677	€ 58.365	€ 44.875	€ 19.142	€ 11.172	€ 5.609	€ 4.077
• Online	n/a	n/a	n/a	€ 924.835	€ 998.267	€ 1.115.741	n/a	n/a	n/a	n/a

Tabel 90: Reclame-investeringen in Vlaanderen 2014-2023 in duizend euro<sup>585</sup>

Bron: VRM op basis van Nielsen

De vaststellingen van Space, het tweede grootste mediabureau, van vorig jaar blijven gelden.<sup>586</sup> Ten eerste is er het duidelijke herstel van de out-of-home media en cinema. De verliezen ten tijde van corona zijn verwerkt. Ten tweede lopen de beschikbare kwantitatieve trackinggegevens steeds minder synchroon met de evolutie van de reclamemarkt wegens de digitalisering. Het toepassingsgebied dat Nielsen opvolgt is dus de offline media.

Wat de gratis lokale pers betreft, blijft de situatie ernstig. Vorig jaar schreef Space nog: “De situatie is minder rooskleurig voor de gratis lokale pers, een categorie die op sterven na dood lijkt, met het verdwijnen van titels en de migratie van adverteerders naar digitaal.” De reclame-investeringen in 2023 in gratis pers zijn nog gedaald t.o.v. 2022.

De lezer dient hierbij wel opnieuw rekening te houden met het feit dat de gegevens betrekking hebben op louter het offline gedeelte van de media, terwijl alle indicatoren wijzen op een groeiend aandeel van digital in de mediabestedingen.

### INFOFRAGMENT 16: MEDIABUREAUS

Door de UMA (United Media Agencies) wordt jaarlijks een lijst opgesteld met de belangrijkste mediabureaus. De reclameruimten die zij doorverkopen beperken zich niet tot één mediavorm, maar bestaan uit een waaier van advertentieruimten en -vormen binnen heel de mediasector. Het profiel van deze mediabureaus is sterk aan het evolueren. Ze beperken zich niet meer tot het louter doorverkopen van reclameruimten maar zijn uitgegroeid tot echte consultants met kennis van communicatie- en marketingtechnieken.

In de onderstaande tabel staat de top 15 van mediabureaus van 2013-2023 op basis van de gedeclareerde omzetcijfers. Ten einde een nog meer betrouwbare weergave te bieden van de omzetten, werd de berekening van de UMA-ranking voor het jaar 2017 aangepast aan de evoluties van de commerciële praktijken in de mediasector, zoals de opheffing van de commissies en de nieuwe verdienmodellen voor programmatic buying. Vergelijkingen tussen voorgaande jaren en 2017 houden hierdoor geen steek.

585 Tot en met december 2016 werden de internetinvesteringen aan Nielsen gedeclareerd door de regies die lid waren van de DMA: een beperkte lijst van Belgische websites en enkel investeringen van display advertenties. In 2017 besloot Nielsen als basis voor de online investeringen niet langer de door de regies gedeclareerde cijfers te nemen, maar een crawlingsysteem van een lijst met url's te gebruiken. Deze nieuwe methode had als voordeel dat ook investeringen op websites die geen lid waren van de DMA mee gemeten werden. Zo werd bijvoorbeeld Youtube aan de studie toegevoegd (momenteel alleen het gedeelte video).

586 Cools, B. (2023). Nielsen Ad Intel 2022: out of home vs out of sync – Outer Space. Outer Space. <https://www.outer.space.be/nl/blog/nielsen-ad-intel-2022-out-of-home-vs-out-of-sync>

# ZAKENCIJFER

MEDIABUREAUS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
• Mindshare (Group M)	115.070.292 €	103.717.432 €	105.925.330 €	105.031.834 €	105.713.784 €	126.195.545 €	136.927.583 €	164.392.782 €	135.075.924 €	150.114.321 €
• Space (-)	173.655.839 €	186.110.699 €	216.129.653 €	186.383.887 €	194.944.282 €	166.187.119 €	135.007.264 €	173.393.852 €	155.258.830 €	140.854.510 €
• Initiative (Mediabrand)	154.286.758 €	162.581.389 €	149.110.914 €	123.077.456 €	132.452.286 €	122.276.617 €	100.194.109 €	121.842.500 €	136.292.647 €	129.157.238 €
• Publicis Groupe (-)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	56.807.710 €	73.911.662 €	112.850.812 €	128.555.261 €
• EssenceMedia-com (Group M)	27.779.579 €	40.296.417 €	54.076.497 €	38.143.421 €	72.368.497 €	91.049.953 €	77.778.621 €	88.399.577 €	93.447.167 €	100.268.319 €
• Havas Media (-)	128.610.876 €	129.116.488 €	127.747.202 €	120.602.072 €	84.606.386 €	95.832.550 €	80.224.180 €	86.580.985 €	97.314.759 €	97.128.356 €
• UM (Mediabrand)	93.294.088 €	82.381.438 €	97.058.272 €	84.672.658 €	89.965.146 €	108.360.441 €	104.350.222 €	116.915.844 €	98.961.421 €	96.388.352 €
• Wavemaker (Group M)	70.582.019 €	69.200.793 €	61.728.708 €	50.646.520 €	42.143.408 €	63.484.606 €	61.635.321 €	70.167.227 €	66.414.505 €	86.948.288 €
• OMD (Omnicom-MediaGroup)	127.041.954 €	117.653.781 €	94.312.298 €	73.010.778 €	62.689.871 €	61.382.020 €	52.453.991 €	60.334.172 €	78.436.754 €	80.752.993 €
• PHD (Omnicom-MediaGroup)	4.337.658 €	23.149.326 €	22.842.251 €	39.491.123 €	41.226.004 €	50.416.461 €	54.642.439 €	66.151.953 €	86.474.222 €	59.671.854 €
• Dentsu (-)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	67.954.181 €	39.062.020 €	53.143.920 €
• Zigt (-)	n/a	n/a	n/a	15.658.218 €	23.135.780 €	27.888.608 €	39.028.749 €	49.077.052 €	48.565.918 €	47.864.037 €
• Mediaplus (Serviceplan)	16.532.801 €	22.507.184 €	27.343.696 €	19.150.992 €	25.139.762 €	21.096.274 €	20.045.372 €	25.618.671 €	31.257.978 €	39.970.569 €
• Semetis (OmnicomMedia-Group)	n/a	n/a	29.532.062 €	23.715.707 €	29.541.172 €	28.914.098 €	n/a	n/a	26.164.955 €	19.183.681 €
• iO (-)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	7.283.929 €	6.714.129 €

Tabel 91: Zakencijfer per mediabureau 2014-2023<sup>587 588</sup>

Bron: UMA

587 United Media Agencies, "UMA Ranking 2023", <https://uma.be/about-us/ranking/>.

588 EssenceMediaCom vervangt Maxus en neemt de vijfde plaats in, in de ranking van 2023.

## 3.4 DE VLAAMSE MEDIASECTOR IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT

Concentratie in de Vlaamse mediasector kan niet los gezien worden van een internationale context.

Op zoek naar schaalvoordelen hebben sommige Vlaamse mediabedrijven zich de laatste decennia ontwikkeld tot internationale spelers. Deze groepen zijn soms met verschillende mediaproducten in meerdere Europese landen aanwezig. Daarnaast wordt een gedeelte van de posities in de Vlaamse mediasector ingenomen door ondernemingen van buitenlandse oorsprong.

Hieronder worden beide aspecten van de internationalisering in de Vlaamse mediasector kort toegelicht. De graad van internationalisering varieert volgens het soort mediaproduct.

### 3.4.1 Vlaanderen in de wereld

#### 3.4.1.1 Radio

Vorig jaar hebben verschillende Vlaamse radio-omroeporganisaties een sterkere positie ingenomen in Nederland door overnames en de Nederlandse FM-frequentieverveiling.

Begin april 2023 verwierf Mediahuis vier Nederlandse radiozenders, waaronder Radio Veronica van Talpa Network. Talpa moest een zender verkopen vanwege de regels van de Nederlandse FM-frequentieverveiling. Mediahuis nam ook RadioCorp over, waardoor het nu eigenaar is van 100% NL, SLAM! en Sunlite.

Van 4 tot 7 juli 2023 hield de Nederlandse overheid voor het eerst in twintig jaar een FM-frequentieverveiling. Negen landelijke pakketten werden verkocht aan vijf mediagroepen, wat de overheid 152,8 miljoen euro opleverde.

Mediahuis verkreeg twee licenties, minder dan voorheen, voor Radio Veronica en 100% NL. SLAM! en Sublime verhuizen naar de DAB-frequentieband. Mediahuis betaalde 32,8 miljoen euro. DPG Media kreeg ook twee licenties, waaronder Q-music en de nieuwe zender JOE, en betaalde 47,2 miljoen euro. De licenties zijn geldig tot 2035.

Tussen 1 januari 2012 en 1 juli 2021 werden de uitzendingen van Radio 1 (wereldwijd) en Radio 2 (Europa) via satelliet verspreid. Alle VRT-radionetten zijn wel nog via het internet wereldwijd te horen.

DPG Media finaliseerde eind april 2023 de overname van RTL België (samen met Groupe Rossel) na een arrest door het Brussels hof van beroep. Het verwerft hierdoor een sterkere positie ten zuiden van de taalgrens.

Tot slot heeft Mediahuis nog een participatie van 50% in het Nostalgie Belgique-radionetwerk dat het Franstalige Nostalgie uitbaat.

#### 3.4.1.2 Televisie

De meeste Vlaamse televisiebedrijven richten zich op de eigen regio. Toch bestaan er enkele uitzonderingen die zich ook tot kijkers buiten Vlaanderen richten. Als leidraad worden hieronder de verschillende schakels van de waardeketen gevolgd.

Eerst en vooral zijn er de productiehuizen. Verschillende formats die bedacht werden door Vlaamse productiehuizen verschijnen ook in andere landen op televisie (bv. 'Professor T': Britse remake; 'Bad Sisters': Ierse remake; 'De Twaalf' en 'Black-out': wereldwijd verkocht; 'Dertigers', 'Reizen Waes', 'Factcheckers', 'Out of Office' en 'Therapie': Nederlandse remake,<sup>589</sup> en 'Code van Coppens' en 'Down the road': verkocht aan verschillende internationale zenders). Deze verkopen gebeuren veelal door distributiebedrijven zoals Fabiola Group, The New Flemish Primitives en Flanders Image (onderdeel van het VAF). Op de website van Flanders Image vindt u een

589 Het Nieuwsblad, Vets, T., "Nederlandse televisie neemt tv-formats over van Vlaanderen", 31 augustus 2023.

jaarlijks overzicht van de Vlaamse formats die verkocht werden aan het buitenland.<sup>590</sup>

Het Vlaamse Geronimo Productions en het Nederlandse Villain Studios slaan de handen in elkaar. Onder de noemer X Line Productions gaan ze programma's maken voor internationale zenders. Eerste wapenfeit? De Duitse 'Bestemming X'.

In 2022 vergrootte Telenet namelijk zijn belang in productiehuis Caviar Group (wereldwijd actief) naar 70 procent. Ondertussen staat het Telenet-belang in Caviar wel in de etalage. Vorig jaar vergrootte Telenet zijn belang in Fabiola Group. De groep werd opgericht door de productiehuisen Woestijnvis, Lecter Media en De Mensen met als doel de Belgische formats van de producenten internationaal te verkopen. Productiehuis De Mensen stapte uit de joint-venture, met een 50-50-verdeling tussen het resterende Woestijnvis en Lecter Media tot gevolg. Die laatste verkocht zijn aandelen aan het productiehuis Roses Are Blue, dat deel uit maakt van de Caviar Group (zie hierboven). Tevens is Telenet volledig eigenaar van Woestijnvis.<sup>591</sup>

Studio 100, oorspronkelijk een producent van kinderprogramma's, groeide uit tot een heus mediabedrijf dat in verschillende (buur)landen actief is. Zo wordt Njam! verdeeld in Nederland. Tot de groep behoren ook vier animatieproductiestudios (in München, Parijs, New York en Sydney), het Duitse M4e (o.a. producent en distributeur van Wissper en Mia and Me) en het Amerikaanse Little Airplane Productions (een ontwikkelaar van tv-formats voor kinderen). Het crossmediaal aanbod wordt ook wereldwijd aangeboden via de internationale organisaties in Breda en München. Studio 100 is tevens actief in de Chinese markt, waarbij het vooral samenwerkt met lokale producenten. In samenwerking met Samsung werden in Nederland in 2023 3 FAST channels opgestart: Proef njam!, Studio 100 TV en Studio 100 Hits.<sup>592</sup> Tot slot zal Flying Bark Productions, de animatieproductiestudio van Studio 100 in Sydney, voor Netflix een animatie spin-off maken van 'Stranger Things'.

Verder zijn er de reclameregies. De Vlaamse reclameregies voor televisie zijn niet echt actief buiten het Vlaamse grondgebied, met uitzondering van Transfer Media, dat in 2021 in samenwerking met FranceTV Publicité de internationale cel Mayonnaise Media oprichtte. Merken en adverteerders uit de Benelux hebben zo voortaan één aanspreekpunt om te adverteren op de meeste televisienetwerken over heel de wereld, waaronder ook Fashion TV en de YouTubekanalen van The Walt Disney Company.<sup>593</sup> DPG Media volgde dat voorbeeld en lanceerde samen met The Reference een online platform waarop de Nederlandse en Belgische merken en activiteiten worden samengebracht. Zo wordt het adverteren via één van DPG Media's kanalen (radio, televisie, kranten, magazines, websites, apps of podcasts) vergemakkelijkt.<sup>594</sup>

Binnen de schakel aggregatie was de publieke omroep VRT tot 1 juli 2021 leverancier van een deel van de programma's van het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN), de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. Vanaf die datum ging BVN echter verder met een volledig Nederlandse NPO-programmering. Vlaanderen kiest voor een digitaal aanbod via de platformen VRT MAX, VRT NWS en de VRT radio-apps. Deze beslissing was het gevolg van de nieuwe digitale strategie van de vorige Vlaamse minister van Media.

De VRT zal de komende drie jaar samenwerken met zeven andere Europese publieke omroepen onder de naam "New8". Deze samenwerking zal Vlaamse fictiereeksen een groter internationaal publiek geven en de VRT in staat stellen meer internationale hitseries uit te zenden. Vanaf 2024 zullen de acht omroepen jaarlijks acht nieuwe series gezamenlijk financieren. De "New8"-samenwerking omvat omroepen uit Vlaanderen, Nederland, Duitsland, Noorwegen, Zweden, Finland, Denemarken en IJsland. Dit is een primeur voor een dergelijke intensieve samenwerking in fictie tussen Europese publieke omroepen. De Scandinavische omroepen zijn al onderdeel van de Nordic 12 fictie-alliantie, bekend van series als "Exit" en "The thin blue line".

590 <https://www.flandersimage.com/titles>

591 De Tijd, Serrure, B. "Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-ondersje", 09 januari 2023.

592 Free Ad-Supported Streaming Television. Gratis door advertenties ondersteunde streaming televisie is een categorie van streaming televisiediensten, vergelijkbaar met lineaire televisie, vertegenwoordigd door platforms zoals Pluto TV en Samsung TV Plus.

593 Mediaspecs, "Transfer richt internationale cel Mayonnaise Media op", <https://www.mediaspecs.be/transfer-richt-internationale-cel-mayonnaise-media-op/>, 15 maart 2021.

594 Mediaspecs, "DPG Media lanceert nieuwe corporate website met The Reference", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-lanceert-nieuwe-corporate-website-met-the-reference/>, 11 juli 2022.



Sommige private televisieomroepen hebben ook activiteiten in Wallonië. Naast Studio 100 (zie hierboven) zendt bv. ook Dobbit TV uit in Wallonië. Van 2018 tot en met januari 2023 had Studio 100 een exclusief contract met Proximus, waardoor het zijn aanwezigheid in Wallonië versterkte. Vanaf 1 februari 2023 is de exclusiviteit echter voorbij waardoor Telenet de kinderzender Studio 100 TV direct weer opnam in zijn basisaanbod. Ook Orange neemt sinds juli 2023 de kinderzender in haar aanbod op.<sup>595</sup>

Daarnaast verhuisde Kanaal Z naar de gebouwen van EMG Belgium waardoor de redacties van Kanaal Z Nederlandstalig en Franstalig werden samengevoegd. Daardoor zullen ze nu vlotter reportages en interviews gaan uitwisselen.<sup>596</sup>

Begin april 2023 finaliseerde DPG Media de overname van RTL Belgium (samen met Groupe Rossel). RTL België overkoepelt de Franstalige televisiezenders RTL-TVi, Club RTL en Plug RTL.

DPG Media bereikte eind 2023 een akkoord voor de overname van RTL Nederland, dat zenders zoals RTL 4 en RTL 5, en de streamingdienst Videoland bezit. Naast de overname zal DPG Media een strategisch partnerschap aangaan met RTL Group op het gebied van technologie, advertentieverkoop en contentontwikkeling. Dit partnerschap omvat onder andere de verlenging van serviceovereenkomsten voor streamingtechnologie en internationale advertentieverkoop.<sup>597</sup>

Deze overname is momenteel nog niet afgerond. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) heeft op 17 mei 2024 besloten dat er nader onderzoek nodig is naar de gevolgen van deze overname. De ACM heeft zorgen over de mogelijke negatieve impact op de concurrentie en de diversiteit van het nieuwsaanbod.<sup>598</sup>

DPG Media, dat al een sterke positie heeft met onder andere dagbladen zoals het AD en de Volkskrant, en radiostations zoals Qmusic, zou door de overname van RTL Nederland, dat commerciële televisiezenders en een streamingdienst bezit, een nog dominantere speler op de Nederlandse mediamarkt worden. Dit kan leiden tot een vermindering van de kwaliteit en diversiteit van het nieuwsaanbod voor consumenten.

De ACM onderzoekt ook of de overname negatieve gevolgen kan hebben voor de advertentiemarkt en de arbeidsvoorwaarden van journalisten. Het vervolgonderzoek zal bepalen of de overname uiteindelijk kan doorgaan en onder welke voorwaarden.

De ACM keurde eerder al een overname van RTL Nederland door Talpa Network af. Toen oordeelde de autoriteit dat deze fusie zou leiden tot een te grote concentratie van macht op de Nederlandse televisie- en reclamemarkt. De ACM was bezorgd dat de fusie tussen Talpa en RTL Nederland zou resulteren in minder concurrentie, wat negatieve gevolgen zou kunnen hebben voor zowel adverteerders als consumenten. De fusie zou de twee grootste commerciële televisiezenders van Nederland samenbrengen, wat de diversiteit en pluriformiteit van het media-aanbod zou kunnen verminderen.<sup>599</sup>

Vervolgens is er de schakel distributie. Bij de Belgische bedrijven die instaan voor de omroepsignaaltransmissie van televisie in Vlaanderen, ontplooit Proximus voornamelijk telecomgerelateerde activiteiten in een tiental landen (bv. Telindus France).

Tot slot heeft ook de overheid een belangrijke invloed op de verspreiding van Vlaamse audiovisuele werken in het buitenland. Denk hierbij aan de investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties en de tax shelter.

Binnen de investeringsverplichting werkt Netflix samen met onafhankelijke productiehuisen aan coproductieprojecten, die nadien ook wereldwijd worden aangeboden. Voorbeelden hiervan zijn: o.a. 'Undercover', 'Liberation Route', 'Twee Zomers' en 'Diamonds'.

595 Belga, "Zender Studio 100 TV keert terug bij Telenet", 25 januari 2023.

596 RINGtv, "Kanaal Z en Ringtv zijn voortaan burens", <http://www.ringtv.be/nieuws/kanaal-z-en-ringtv-zijn-voortaan-burens>, 3 juli 2018.

597 RTL Group, "RTL Group to sell RTL Nederland to DPG Media", <https://company.rtl.com/export/sites/rtlunited/en/media/overview/press-releases-and-news/RTL-Group-to-sell-RTL-Nederland-to-DPG-Media/>, 15 december 2023.

598 ACM, "Nader onderzoek nodig naar overname RTL Nederland Holding en RTL Nederland Media Services door DPG Media (concentratiebesluit)", <https://www.acm.nl/nl/publicaties/nader-onderzoek-nodig-naar-overname-rtl-nederland-holding-en-rtl-nederland-media-services-door-dpg-media-concentratiebesluit>, 13 juni 2024.

599 ACM, "ACM verbiedt overname Talpa door RTL definitief", <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-verbiedt-overname-talpa-door-rtl-definitief>, 3 maart 2023.

De tax shelter is dan weer een fiscale regeling die investeringen in de productie van audiovisuele werken aanmoedigt door een belastingvrijstelling te geven. Dit zorgt ervoor dat Vlaamse mediabedrijven meewerken aan voornamelijk Europese coproducties.

### 3.4.1.3 Geschreven pers

De Vlaamse uitgevers zijn al enige tijd actief in het buitenland of op de Franstalige markt in België.

DPG Media en Mediahuis zijn het meest actief in Nederland. Ze zijn er zelfs de twee grootste uitgevers waarvan DPG Media onderling de grootste is (naar schatting 55%). Mediahuis volgt met naar schatting 40%. Ze bereiken dus samen bijna 95% van de Nederlandse markt voor gedrukte kranten.<sup>600</sup>

DPG Media Group bezit – via haar Nederlandse dochter ‘DPG Media BV’ - de Nederlandse dagbladen De Volkskrant, Het Parool, Trouw en AD. Daarnaast heeft ze zeven regionale kranten en ruim tweehonderd huis-aan-huisbladen in haar bezit. In 2020 nam DPG Media BV concurrent Sanoma Media Netherlands over. De Belgische magazinetitels van Sanoma werden ondergebracht bij DPG Media Home Deco Holding nv. Op 31 december 2020 werd DPG Media Home Deco Holding nv echter stopgezet na een fusie door overname door DPG Media nv waardoor de titels nu bij DPG Media nv zitten.<sup>601</sup>

DPG Media Group is ook eigenaar van de Deense mediagroep Berlingske Media. Deze mediagroep beheert o.a. dagbladen (waaronder BT), weekbladen, nationale en lokale radiozenders en digitale platformen.

Mediahuis Nederland, onderdeel van de Mediahuis Group, is via NRC Media eigenaar van NRC Handelsblad, de ochtendkrant nrc.next en verschillende digitale varianten. In 2017 nam Mediahuis Concentra Media Nederland over. Binnen deze onderneming waren enerzijds Media Groep Limburg (regionale kranten De Limburger en Limburgs Dagblad) en anderzijds A&C Media (huis-aan huisbladen) te vinden, waardoor deze merken ook in het portfolio van Mediahuis terecht zijn gekomen. Mediahuis nam de Telegraaf Media Groep (TMG) over, dat later werd omgedoopt naar Mediahuis Nederland. Deze omvat naast de krant De Telegraaf ook Metro, verschillende regionale kranten, de tijdschriften Privé, Vrouw, AutoVisie en verschillende online platformen. Mediahuis is ook de eigenaar van Jellow, een Nederlands matchingplatform voor freelancers.<sup>602</sup> Eind 2020 verkocht Mediahuis Nederland haar 30%-participatie in Keesing, bekend van o.a. Denksport en De Puzzelaar, dat het via de overname van TMG in handen had gekregen, aan de Britse private-equitygroep BC Partners.<sup>603</sup>

In 2020 bereikten de aandeelhouders van de Nederlandse NDC mediagroep en Mediahuis een principeakkoord over de overname van NDC door Mediahuis Groep. Het rondde deze overname eind 2020 af na een eerder positief advies van de Nederlandse mededingingsautoriteit AMC. Titels zoals Dagblad van het Noorden, Leeuwarder Courant en Friesch Dagblad, maar ook verschillende weekbladen uit Drenthe, Flevoland, Friesland, Groningen en Overijssel vallen nu binnen het portfolio van Mediahuis.<sup>604</sup>

Mediahuis kocht in 2019 het Ierse Independent News & Media. Dat is de mediagroep boven de best verkochte krant van Ierland, Irish Independent, de grootste zondagkrant in Ierland Sunday Independent, tabloid Sunday World, stadskranten The Herald en Belfast Telegraph, Sunday Life en The Star. Het is de eerste Vlaamse krantenuitgever die op de Engelstalige markt actief wordt.

In 2020 breidde Mediahuis eveneens haar activiteiten uit naar Luxemburg met de overname van de Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg. Mediahuis is zo eigenaar van onder meer de Luxembourg Times en de Luxemburger Wort. Zowat een jaar na de overname wijzigde de naam Saint-Paul Luxembourg in Mediahuis Luxembourg.

In januari 2022 nam Mediahuis het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) over. Deze acquisitie maakte

600 SVDJ, Bakker, P., "Hoe Nederland een dagblad-duopolie kreeg", <https://www.svdj.nl/hoenederland-een-dagblad-duopolie-kreeg/>, 16 augustus 2021.

601 Mediaspecs, "DPG Media realiseert goed resultaat in 2020 dankzij stijging abonnementen die daling advertentie-inkomsten compenseert", <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-realiseert-goed-resultaat-in-2020-dankzij-stijging-abonnementen-die-daling-advertentie-inkomsten-compenseert/>, 18 maart 2021.

602 Mediaspecs, "Mediahuis investeert 1,5 miljoen euro in Nederlands matchingplatform voor freelancers", <https://www.mediaspecs.be/mediahuis-investeert-15-miljoen-euro-nederlands-matchingplatform-freelancers/>, 5 oktober 2017.

603 De Tijd, Sephiha, M., "Belgen verkopen Denksport en co. aan BC Partners", 14 november 2020.

604 De Standaard, "Overname NDC door Mediahuis afgerond", 3 december 2020.

Mediahuis tot meerderheidsaandeelhouder (70%) van Medienhaus Aachen, uitgever van de kranten Aachener Nachrichten en Aachener Zeitung. Begin 2024 nam Mediahuis vervolgens de overige 30 procent over.<sup>605</sup>

Samen met het Media Development & Investment Fund (MDIF), de Koning Boudewijnstichting en Tinius Trust investeert Mediahuis in Pluralis, een investeringsfonds dat onafhankelijke journalistiek en een pluriforme berichtgeving wil helpen vrijwaren in Europese landen waar dit vandaag niet altijd vanzelfsprekend is. Ook enkele andere Europese mediabedrijven, filantropische stichtingen, impactinvesteerders en familiale investeringsvehikels hebben geld gestoken in het fonds.<sup>606</sup>

Eind oktober 2023 toonde Mediahuis belangstelling voor een mogelijke overname van de Britse krant The Telegraph. Die verkoop werd begin december 2023 echter stopgezet. Midden juli 2024 stond de Britse krantenuitgever Telegraph Media Group (uitgever van de krant The Daily Telegraph en het tijdschrift Spectator) opnieuw te koop. Mediahuis werd opnieuw genoemd als mogelijke kandidaat-koper, maar viel volgens de Britse zakenkrant Financial Times reeds uit de boot. The Spectator werd verkocht aan een Britse multimiljonair.<sup>607</sup> Het verkoopproces van The Daily Telegraph was bij het afsluiten van de redactie nog lopende.

Roularta Media Group is dan weer zeer aanwezig in Wallonië. Het merendeel van haar tijdschriften heeft een Franstalige tegenhanger die in Wallonië wordt verspreid (Knack/Le Vif, Trends/Tendances etc.). Daarnaast kocht Roularta in 2020 de televisiebladen Moustique en Télé Pocket over van de groep L'Avenir.

Roularta was tien jaar actief op de Franse markt. In 2015 verkocht het echter al haar Franse magazines en websites aan het Franse mediabedrijf Altice.

In Nederland en Duitsland is Roularta Media Group uitgever van Plusmagazine. In 2017 nam Roularta het Nederlandse magazine Landleven over. De activiteiten in Nederland en Duitsland gebeuren in een joint venture met Bayard. In 2020 nam Roularta de 50%-participatie van de Franse mediagroep Bayard Presse in Senior Publications nv over. Tegelijkertijd verkocht Roularta haar 50%-participatie in 'Johann Michael Sailer Verlag Geschäftsführung GmbH', een Duitse uitgever van kinderboeken, aan Bayard Presse. Een jaar later maakte Roularta bekend dat ze het overige belang van 50 procent van de Franse mediagroep Bayard Presse in Senior Publications Nederland en Belgomedia overneemt, en 100 procent van de aandelen van Bayard Presse in Press Partners. Hierdoor komen verschillende titels zoals het weekblad Télépro in Franstalig België, maar ook de Duitse tijdschriften Plus, Frau im Leben en G-Geschichte in handen van Roularta Media Group.<sup>608</sup>

Roularta Media Group (RMG) nam in 2022 100% van New Skool Media BV (NSM) over en werd zo eigenaar van 20 magazinemerken in Nederland. Samen met de andere magazinemerken van RMG in Nederland, o.a. Plus Magazine en Landleven, en hun talrijke line extensions, wordt RMG de op één na grootste uitgever van magazinemerken in Nederland. Daarmee wordt Nederland het tweede thuisland van RMG.

RMG nam in september 2023 via zijn Nederlandse dochteronderneming, Roularta Media Nederland, alle aandelen over van WPG Media, de magazine-afdeling van WPG Uitgevers. Met deze overname wordt Roularta eigenaar van drie magazinemerken in het mindfulness-segment in Nederland. Het gaat om Happinez, Yoga by Happinez en Psychologie Magazine.

Niet veel later dat jaar nam Roularta ook nog het Nederlandse sportblad Helden Magazine<sup>609</sup> over én Flow Magazine van DPG Media. Die laatste overname gebeurde via haar Nederlandse dochteronderneming, Roularta Media Nederland.<sup>610</sup>

605 Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.

606 De Standaard, "Mediahuis investeert in Europese persvrijheid", 30 november 2021.

Mediaspecs, "The Bulletin viert 60-jarig jubileum en wordt onafhankelijke uitgever", <https://www.mediaspecs.be/the-bulletin-viert-60-jarig-jubileum-en-wordt-onafhankelijke-uitgever/>, 15 maart 2022.

607 De Tijd, Broens, B., "Britse multimiljonair koopt The Spectator, het oudste tijdschrift ter wereld", 11 september 2024.

608 De Tijd, "Roularta koopt Franse partner uit", 27 maart 2021.

609 De Tijd, Broens, B., "Roularta koopt Nederlands sportmagazine Helden", 16 oktober 2023.

610 Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0>

#### 3.4.1.4 Internet

De media-activiteiten via het internet van de Vlaamse bedrijven gericht op het buitenland gaan hand in hand met hun activiteiten in andere mediavormen. Zo hebben de buitenlandse magazines, kranten, radiostations en/of televisiekanalen die in het bezit zijn van Belgische mediabedrijven vaak elk eigen digitale toepassingen.

Daarnaast valt te vermelden dat DPG Media Group in Nederland eigenaar is van de websites Autotrack.nl, Intermediair.nl, NationaleVacaturebank.nl, Tweakers.net en Sportnieuws.nl. In 2019 voegde het daar nog prijsvergelijker Independer aan toe. Dat is een digitaal vergelijkingsplatform voor verzekeringen, bancaire producten, hypotheeken en energie. In 2021 lanceerde DPG Media nv de Belgische variant van deze vergelijkingswebsite voor autoverzekeringen. Zulke initiatieven, in tegenstelling tot in Nederland, komen in België maar moeizaam van de grond. Zo ging Mediahuis in zee met Vanbreda Risk & Benefits om de vergelijkingswebsite Voilà op te zetten. Na een half jaar werd er echter de stekker uitgetrokken omdat het niet levensvatbaar was.<sup>611</sup>

Door de overname van Sanoma Media Netherlands heeft DPG Media BV ook het grootste Nederlandse nieuwsplatform NU.nl in handen gekregen. In Denemarken werd de nieuwssite BT.dk, eveneens eigendom van DPG Media Group, in 2020 voor het eerst marktleider.

Mediahuis heeft via De Telegraaf Media verschillende websites in haar bezit. In 2018 stootte ze het Nederlandse online platform GeenStijl af. In 2019 ging Mediahuis een strategische samenwerking aan met een Amerikaans consultancybedrijf, Mather Economics, dat actief is in e-commerce, sport, digitale diensten, telecom en nieuwsmedia. Het verwierf hier ook een participatie van 35% in.

Mediahuis nam in oktober 2022 het Ierse autoplatform Carzone over voor 30 miljoen euro, en creëert zo in combinatie met CarsIreland, Cartell en Carzone de grootste automarktplaats van Ierland.<sup>612</sup> In november 2022 volgde de overname van vergelijkingswebsite voor energie, telecom, leningen en hypotheeken Switcher.ie.<sup>613</sup>

Zimmo.be, de immowebste van Mediahuis, kocht in mei 2023 het vastgoedzoekertjesplatform logic-immo.be van de Franstalige mediagroep IPM over.<sup>614</sup> Nog in 2023 kocht het ook het Europese online nieuwsmerk Euractiv over. Euractiv wordt bestuurd vanuit Nederland, met een dochteronderneming in Brussel, redactiekantoren in Parijs en Berlijn en een merk dat in franchise wordt gegeven aan aangesloten partners. Journalistieke partners in heel Europa vertalen het Europese nieuws naar een lokale context of berichten terug vanuit hun land. Inkomsten komen vooral uit sponsoring, reclame, subsidies, een jobsite en events. Er is ook een premiumaanbod voor abonnees.

Proxistore, waarin Roularta iets meer dan een derde van de aandelen bezit, doet in verschillende landen (België, Nederland, Frankrijk, Spanje, Canada, VS ...) aan lokale online display advertising via geolocation.

Het Nederlandse Bigtwin Magazine en de Bigtwin Bikeshow & Expo, die zich richten tot liefhebbers van custom bikes, choppers en zelfbouw, werden in 2023 samen met de andere activiteiten van Motive Media en Interbike Events overgenomen door Motor.NL Media Company. Roularta heeft hier een belang van 50% in.<sup>615</sup>

Newsmonkey heeft sinds begin 2016 een Franstalige website gericht op Franstalig België.

#### 3.4.2 De wereld in Vlaanderen

De internationalisering manifesteert zich ook in de omgekeerde richting. Doorheen de jaren hebben enkele internationale – veelal Amerikaanse/VSA – mediabedrijven zich ontwikkeld tot grote wereldwijde spelers, die ook in belangrijke mate op de Vlaamse markt actief zijn.

611 De Tijd, "Mediabedrijven bijten tanden stuk op Belgische verzekeringsmarkt", 12 mei 2022.

612 De Tijd, Sephiha, M., "Mediahuis koopt Ierse autowebsite Carzone", 24 oktober 2022.

613 De Tijd, Evers, F., "Mediahuis neemt Iers vergelijkingsplatform over", 2 november 2022.

614 Het Nieuwsblad, "Mediahuis koopt immowebste van IPM over", 10 mei 2023.

615 Mediaspecs, "Roularta Media Nederland neemt Bigtwin over", <https://www.mediaspecs.be/roularta-media-nederland-neemt-bigtwin-over/>, 22 mei 2023.

In Tabel 92 wordt een overzicht van de vijftien grootste mediabedrijven gegeven. De ondernemingen zijn gerangschikt volgens inkomsten uit 2023.

## MEDIABEDRIJVEN

BEDRIJF	LAND	OPBRENGST IN MILJOEN EURO
• Alphabet Inc. (Google, YouTube)	VSA	284.280 €
• Meta Platforms, Inc. (Facebook, WhatsApp)	VSA	124.760 €
• Comcast Corporation	VSA	112.430 €
• ByteDance Ltd.	China	101.730 €
• The Walt Disney Company	VSA	82.214 €
• Amazon.com, Inc.	VSA	80.565 €
• Tencent Holdings Ltd.	China	79.500 €
• Apple Inc.	VSA	78.794 €
• Charter Communications Inc.	VSA	50.500 €
• Sony Corporation	Japan	48.000 €
• Microsoft Corporation	VSA	47.645 €
• Warner Bros. Discovery	VSA	38.214 €
• Netflix	VSA	31.190 €
• Paramount Global	VSA	27.420 €
• Altice France / Altice USA, Inc.	FR	24.844 €

Tabel 92: De grootste mediabedrijven en hun inkomsten in 2023

Bron: mediadb.eu

### 3.4.2.1 Radio

De belangrijkste radio-omroeporganisaties in Vlaanderen zijn in Vlaamse handen. Op het leveren van de muziek na, zijn er voorlopig geen grote internationale radiospelers aanwezig in de eerste schakels van de radiowaardeketen in Vlaanderen.

Wel is sinds september 2018 een Vlaamse poot, NRJ Vlaanderen, van het Franse commercieel Radiostation NRJ aanwezig. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.<sup>616</sup> NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal<sup>617</sup> te beluisteren.

Radiogolven stoppen niet bij de landsgrenzen en daarom zijn buitenlandse radio-omroepen via de middengolf reeds lang in Vlaanderen beluisterbaar. Ook via het internet zijn er zeer veel buitenlandse radio's te beluisteren. Norkring zendt bijvoorbeeld de Engelstalige BBC World Service radio uit op het Vlaamse DAB+-netwerk.

In de radiodistributiemarkt zijn wel enkele buitenlandse ondernemingen actief. Het betreft hier het Nederlandse Broadcast Partners en het Britse Norkring. Daarnaast zijn er ook buitenlandse streamingsdiensten aanwezig in België, zoals vermeld in Tabel 8: Onlinemuziekdiensten in hoofdstuk 1 van dit rapport.

### 3.4.2.2 Televisie

Vlaanderen kent een grote variëteit aan onafhankelijke productiehuisen, en de lokaal geproduceerde content is erg populair. De laatste jaren neemt de buitenlandse invloed in deze schakel echter toe.

Productiehuis Woestijnvis was vroeger voor een derde in Finse handen via de participatie van Sanoma Oyj in De Vijver Media. De Vijver Media was de holding boven het productiehuis Woestijnvis en de tv-omroep SBS Belgium. Eind 2021 nam Woestijnvis De Vijver Media over. Beide ondernemingen zijn in handen van Telenet, dat op zijn beurt gecontroleerd wordt door het Amerikaanse Liberty Global.

616 De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.

617 Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport is NRJ nog steeds beschikbaar via DAB+.



Vorig jaar veranderde SBS Belgium van naam naar Play Media om het moedermerk Play centraler te stellen. Vervolgens kocht productiehuis Caviar, lid van de Telenet Group, 50 procent van de aandelen van de producent Sputnik TV.<sup>618</sup> Tot slot kondigde Liberty Global aan de resterende Telenet-aandelen die het nog niet in zijn bezit had, te willen overkopen. Zoals reeds vermeld in hoofdstuk 1 van dit rapport, was dit bod succesvol. Telenet is nu 100% eigendom van Liberty Global en werd op 13 oktober 2023 bij sluiting van de beurs geschrapt van notering.

Daarnaast blijven er een groot aantal dochtermaatschappijen van internationale huizen actief in het tv-productiesegment. Het moederbedrijf van het Vlaamse Fremantlemedia is wereldwijd actief in 26 landen en maakt deel uit van RTL Group. Deze laatste is in handen van Bertelsmann. In juni 2015 nam het Amerikaanse Warner (ondertussen Warner Bros.) Eyeworks over. Dit van oorsprong Nederlands productiehuis, heeft vestigingen in 17 landen waaronder België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Zodiak Belgium is sinds 2016 onderdeel van de Banijay Group en veranderde in 2021 zijn naam in Banijay Belgium. In 2023 kocht Banijay Benelux een meerderheid van de aandelen van het Vlaamse productiehuis Jonnydeponny. Het wordt daarmee het tweede Belgische productiehuis dat zelfstandig opereert onder de vlag van Banijay Benelux.<sup>619</sup> Banijay Group is in verschillende landen actief waaronder Frankrijk, Duitsland en België. Het Vlaamse productiehuis Blazhoffski is een dochteronderneming van Blazhoffski Nederland. Het Nederlandse Endemol heeft een netwerk van meer dan 80 dochterondernemingen in meer dan 30 landen waaronder Endemolshine België. Het productiehuis De Mensen kwam in 2019 voor 60% in handen te liggen van de Franse groep Newen, die op haar beurt een dochter is van de Franse zender TF1.

Ook bij de facilitaire bedrijven neemt de buitenlandse invloed toe. Begin 2017 verwierf Videohouse de aandelen in DB Video België en Luxemburg. Videohouse onderging in 2021 een rebranding en heet voortaan EMG, naar het voorbeeld van Euro Media Goup, de moedergroep. Euro Media Group is een Franse leverancier van uitzendfaciliteiten en -diensten die actief is in 10 landen. Facilitair bedrijf PRG Projects is onderdeel van de Production Resource Group, die maar liefst 43 filialen heeft over heel de wereld. Warner Bros Television Productions België is onderdeel van Warner Bros. Discovery. NEP Belgium is onderdeel van de NEP Group, een Amerikaans internationaal bedrijf.

Ook voor rechtenvererving voelen de Vlaamse omroepen steeds meer concurrentie. In 2017 kon bv. VRT geen overeenkomst vinden met Eurosport over de uitzendrechten van de Italiaanse wielerronde (Giro). Daarnaast werd reeds eerder in dit rapport gewezen op het feit dat internationale bedrijven steeds meer azen op sportrechten. Verder zijn er verschillende (inter)nationale programma's die eerst ergens anders in première zijn gegaan alvorens ze bij ons werden uitgezonden, zoals bv. De repair shop (remake van BBC) en Restaurant misverstand (remake van Channel 4).

Meer algemeen blijkt uit een rapport van de Raad van Europa dat Amerikaanse bedrijven een sterke aanwezigheid hebben op de Europese markt voor audiovisuele diensten. De dominantie is vooral merkbaar in de markt voor kindertelevisie. Daar bezitten de Amerikaanse bedrijven meer dan 48 procent van de kindertelevisiekanalen, denk hierbij aan grote spelers zoals Walt Disney, Nickelodeon en Cartoon Network. Ook in de categorieën van documentairezenders (58 procent), algemene entertainmentkanalen (31 procent) en tv- en filmfiction (29 procent) is er sprake van een sterke Amerikaanse aanwezigheid.<sup>620</sup>

Een aantal buitenlandse omroepen zoals Disney Channel, Fox, Nickelodeon... richten zich ook op Vlaanderen (ze maken bv. voor hun reclamewerving gebruik van een Vlaamse reclameregie), maar zijn gevestigd in een ander land. Hieronder is een overzicht van buitenlandse zenders die zich via reclame richten op de Vlaamse markt en de reclameregie die ze hiervoor gebruiken.

Ads & Data neemt vanaf 1 januari 2024 de commercialisering van Discovery, TLC, Eurosport en ID (Investigation Discovery) op zich. De samenwerking tussen de reclameregie en Warner Bros. Discovery vertrekt vanuit een commerciële strategie waarbij de focus ligt op lineaire spotcampagnes en billboards.<sup>621</sup>

618 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.

619 De Tijd, "Productiehuis jonnydeponny krijgt Franse eigenaar media", 20 januari 2023.

620 De Tijd, "Amerikanen domineren Europese kinderzenders", 05 juli 2023.

621 Mediaspecs, "Ads & Data gaat strategisch partnership aan met Warner Bros. Discovery", <https://www.mediaspecs.be/ads-data-gaat-strategisch-partnership-aan-met-warner-bros-discovery/>, 10 oktober 2023.



## BUITENLANDSE OMROEPORGANISATIES

REGIE	ONDERNEMINGSNUMMER	SOORT REGIE	TELEVISIEOMROEP
• Ads & Data nv	809309701	Extern	History (A&E Networks),MTV, mtv.be, southparkstudios en Comedy Central ((Noord) Paramount Global), HBO MAX (Warner Bros Discovery), HGTV (Warner Bros Discovery), ID (Warner Bros Discovery), TLC (Warner Bros Discovery), Discovery Channel (Warner Bros Discovery), Eurosport (Warner Bros Discovery)
• DPG Media nv	432306234	Intern / Extern	TMC ((Zuid) TFI), TFI+
• Transfer nv	841954753	Extern	C8 (Canal+Group), Cartoon Network (Warner Bros. Discovery), Deutsche Welle (ARD), Disney Channel, Disney Junior, National Geographic (The Walt Disney Company), Fox (Fox Corporation), E! Entertainment Television, 13ème Rue, SYFY (NBCUniversal), Eleven 1, Eleven 2, Eleven 3, Pro League 1, Pro League 2, Pro League 3 (Eleven Sports), Fashion TV (Fashion TV Programmgesellschaft mbH), France 2, France 3, France 5, France 24, OUTRE-mer 1ère, TV5Monde (France Télévisions), Xite (XITE Networks International), MTV (Zuid), Nick Jr. (Noord), Nickelodeon ((nationaal) Paramount Global), BBC First (BBC)

Tabel 93: Buitenlandse omroeporganisaties gericht op Vlaanderen<sup>622</sup>

Er zijn verschillende internationale niet-lineaire OTT televisiediensten waar Vlamingen van kunnen gebruikmaken. Voorbeelden zijn Amazon Prime Video, Netflix, Disney+ en YouTube (Films of Premium).

Ook binnen het segment distributie is de buitenlandse aanwezigheid aanzienlijk. Door de overname van het VRT-zenderpark betrad het Noorse Norkring als enige DVB-T netwerkbeheerder de Vlaamse markt voor omroeptransmissie. Ondertussen is hier wel geen commercieel aanbod meer en werd Norkring overgenomen door een Britse aandeelhouder. Satellietdienstenverdelers TV Vlaanderen wordt sinds december 2009 door de Luxemburgse M7 Group gecommmercialiseerd, in 2020 gefuseerd met Canal+ Luxembourg. Ten slotte zijn Telenet en Orange Belgium respectievelijk eigendom van het Amerikaanse Liberty Global en het Franse Orange.

### 3.4.2.3 Geschreven pers

Er is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers.

Verschiede Vlaamse magazines kennen hun oorsprong in een buitenlands concept. Het maandblad Elle is een voorbeeld. Uitgever Ventures Media nv (via dochteronderneming Edition Ventures Woman nv) heeft een licentie voor de Belgische (Nederlands- en Franstalige) editie. Begin februari 2024 lanceerde het de Luxemburgse editie van het vrouwenblad.<sup>623</sup> Eind maart 2024 haalde Ventures Media nv ook nog het economische tijdschrift Forbes naar België en Luxemburg, in de vorm van een digitaal platform. Op 4 april 2024 verscheen het eerste nummer van de Belgische editie.<sup>624</sup> Soortgelijke lanceringen van internationale concepten (bv. Newsweek) door anderen werden na korte tijd stopgezet.

Als gevolg van de overname van Telegraaf Media Groep wordt de Nederlandse familie Van Puijenbroek de derde aandeelhouder (14,72%) van Mediahuis, naast de twee andere hoofdaandeelhouders Mediahuis Partners (52,14%) en Concentra (31,25%). Een klein percentage (1,89%) zit tot slot nog bij derden.

Eind oktober 2023 raakte bekend dat de zakenkrant Financial Times (FT) zijn magazines How To Spend It, Art of Fashion, Business Education en FT Wealth voor het Europese continent, het Midden-Oosten en Zuid-Afrika laat drukken bij Roularta. Roularta drukt al titels als The Economist en Bloomberg BusinessWeek.<sup>625</sup>

### 3.4.2.4 Internet

De ondernemingen die belangrijke mediagerelateerde Vlaamse websites in hun beheer hebben, zijn hoofdzakelijk Vlaamse ondernemingen.

<sup>622</sup> De volgende internationale zenders vallen onder Mayonnaise Media, het internationale luik binnen Transfer: Deutsche Welle, Fashion TV, France 2, France 3, France 5, France 24, OUTRE-MER 1ère en TV5Monde.

<sup>623</sup> Mediaspecs, "Er komt een Luxemburgse editie van het magazine Elle", <https://www.mediaspecs.be/er-komt-een-luxemburgse-editie-van-het-magazine-elle/>, 5 februari 2024.

<sup>624</sup> Mediaspecs, "Nieuw magazine: Lost Frequencies op de eerste cover van Forbes België", <https://www.mediaspecs.be/nieuw-magazine-lost-frequencies-op-de-eerste-cover-van-forbes-belgie/>, 27 maart 2024.

<sup>625</sup> De Tijd, Serrure, B., "Financial Times laat magazines drukken bij Roularta", 23 oktober 2023.

Het internet is echter het medium bij uitstek waar zeer eenvoudig internationale media kunnen geraadpleegd worden. Denk maar aan de verschillende Video On Demand (VOD)-platformen die beschikbaar zijn in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, denk maar aan Streamz met het Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Ook de socialemedianetwerken dienen hier vermeld te worden. Deze zijn eigendom van buitenlandse bedrijven en zijn erg populair in Vlaanderen. De populairste sociale media in Vlaanderen zijn Facebook en Instagram (eigendom van Meta), YouTube (eigendom van Alphabet), X, Snapchat en TikTok. Door hun populariteit bij de Vlaamse mediagebruiker vloeit een groot deel van de Vlaamse advertentie-investeringen op het internet weg naar de Amerikaanse eigenaars.

Daarnaast lanceerde Google in 2019 YouTube Kids in België. De applicatie is een variant van het gewone videoplatform, maar op maat van kinderen.

Verder zijn zoekmachines het vermelden waard. Zoekmachines zoals Google zijn voor veel Vlamingen dé toegangspoort tot het internet. Er is dus sprake van een Amerikaanse 'gatekeeper', waar Vlaamse mediabedrijven weinig vat op hebben. Bovendien zijn deze buitenlandse gatekeepers ook fysiek aanwezig in ons land. Sinds 2010 heeft Google een datacenter in Saint-Ghislain (Henegouwen). Begin april 2024 is Google gestart met de bouw van een tweede datacenter in Farciennes, ook in Henegouwen.<sup>626</sup>

Zeven techreuzen (Alphabet Inc., Amazon.com Inc., Apple Inc., Booking, ByteDance Ltd., Meta Platforms, Inc. en Microsoft Corporation) worden door Europa onder de Digitaalmarktverordening (beter gekend onder de Engelse benaming Digital Markets Act, hierna: DMA) gezien als poortwachters.

De distributieschakel kent, zowel voor mobiel als voor vast internet, een grote internationale aanwezigheid doordat netwerkeigenaars en operatoren vaak buitenlandse aandeelhouders hebben.

Op 13 oktober 2023 werd Telenet, na een eerdere succesvolle overname door Liberty Global, bij sluiting van de beurs geschrapt van notering.

### 3.5 ONDERZOEK LOKALE JOURNALISTIEK

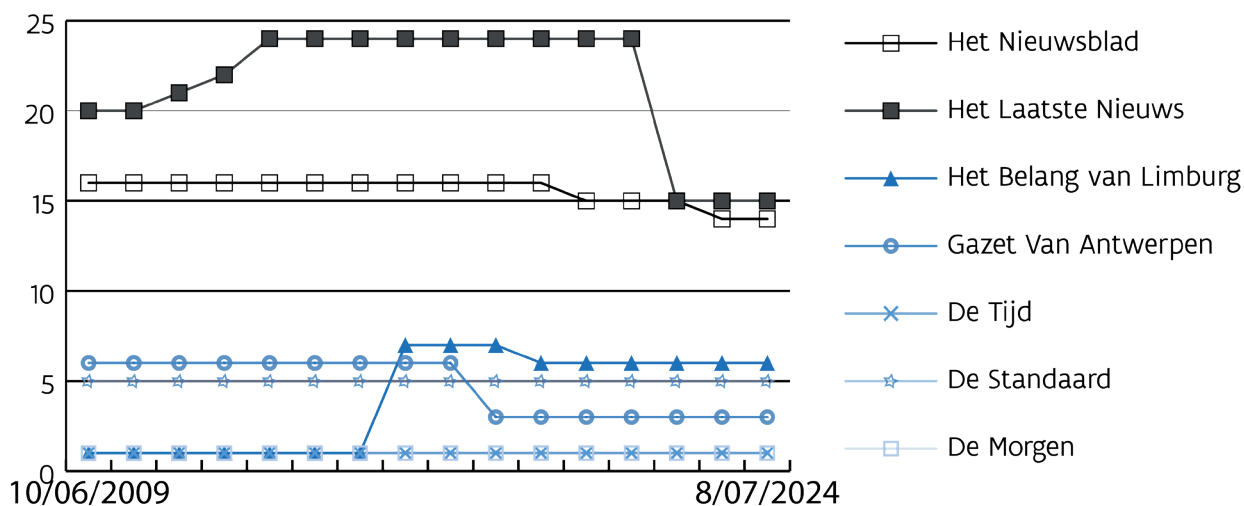
Er wordt in de media vaak gesproken over de regionale journalistiek die onder druk staat. Harde cijfers hierover zijn echter niet vaak voorradig. Tijdens de bespreking van het mediaconcentratierapport in de commissie media van 22 maart 2018 werden er ook vragen gesteld om meer aandacht te geven aan lokale en regionale nieuwsmedia in ons rapport.

We onderzochten de evolutie van het aantal regionale kranten van de nationale kranten. In de figuur hieronder zien we dat Het Laatste Nieuws tussen 2010 en 2013 enkele versies bij heeft gekregen. Verder zien we dat het Belang van Limburg omstreeks 2015-2016 van 1 naar 7 edities gaat en dat Gazet van Antwerpen tussen 2017 en 2018 de tegengestelde richting uitgaat, van 6 naar 3. Het Belang van Limburg ging ondertussen weer naar 6 edities. In 2020 voegde Het Nieuwsblad zijn edities voor de Brusselse rand en het Pajottenland samen. In 2022 daalt het aantal regionale edities van Het Laatste Nieuws drastisch van 24 naar 15, o.a. de Antwerpse zustersitel van Het Laatste Nieuws, De Nieuwe Gazet, werd in maart 2022 stopgezet. In 2023 daalt het aantal regionale edities van Het Nieuwsblad van 15 naar 14.

Sinds 2018 zien we dus een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten.

626 VRT NWS, Bosmans, G., "Google start met bouw van nieuw datacenter in België, investering van 1 miljard euro", 05 april 2024.





Figuur 92: Aantal edities nationale kranten  
Bron: Gopress

Roularta stopte in oktober 2021 met De Streekkrant. Met een oplage van zowat 2,5 miljoen en bijna vijftig regionale edities was De Streekkrant tot voor enkele jaren het grootste blad van Vlaanderen. De opmars van de grootdistributie en de e-commerce hadden de lokale markt al zwaar onder druk gezet. De coronapandemie was de druppel die de emmer deed overlopen.<sup>627</sup>

Verder hield de verantwoordelijke uitgever van Klakson, een huis-aan-huisblad in de regio's Merchtem en Asse er in 2021 mee op. Ook hier wordt verwezen naar de dalende advertentie-inkomsten en de fragiliteit van de markt als belangrijkste oorzaken. De coronacrisis en het stilvallen van het sociale leven vormden de doodsteek.

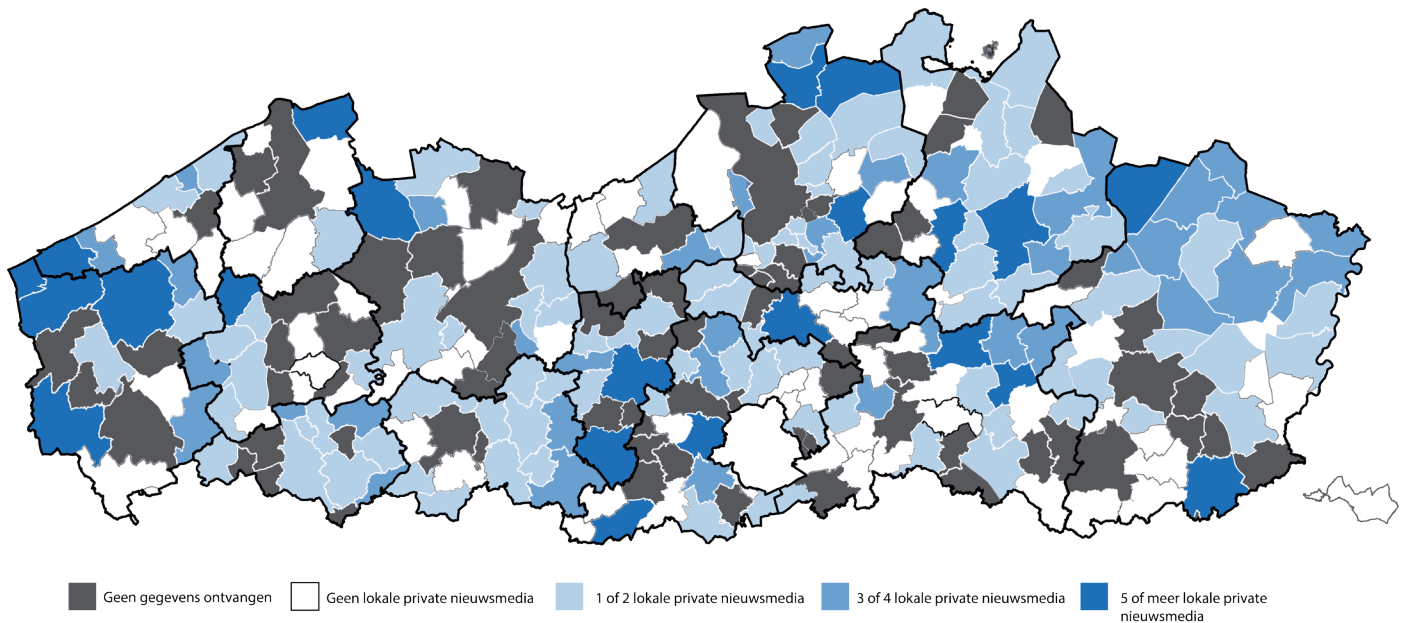
Ook Steps en Jet hielden het daarna voor bekeken en het verspreidingsgebied van Rondom/Passe-Partout decimeerde. Daarnaast heb je nog De Zondag (Roularta), die over heel Vlaanderen verdeeld wordt, maar focust op regionale journalistiek.

Er is echter geen overzicht van het aanbod puur lokale nieuwsmedia die er nog zijn in Vlaanderen. De VRM bevroeg hiervoor de communicatiediensten van de 300 gemeentes in Vlaanderen. We ontvingen van 224 gemeenten een antwoord. Dat is een reactieratio van 75%.

In de kaart hieronder geven we een overzicht van het aantal lokale nieuwsmedia<sup>628</sup> dat beschikbaar is per gemeente. Het gaat zowel om private gedrukte als digitale nieuwsmedia. Lokale radio's of regionale televisiezenders werden dus niet opgenomen. Bladen die over heel Vlaanderen verdeeld worden, maar focussen op regionale journalistiek, zoals De Zondag, werden weerhouden omdat die in principe in elke gemeente beschikbaar zijn.

<sup>627</sup> Trends, "Roularta stopt met het verdelen van het gratis blad De Streekkrant", 9 september 2021.

<sup>628</sup> Lokale nieuwsmedia zijn alle mogelijke vormen van private media (geschreven pers of digitaal), die gericht zijn op de lokale gemeenschap. Het is enkel belangrijk dat er redactioneel nieuws in komt die niet enkel over de organisatie zelf gaat. Media die uitgaan van een adverteerder of een daartoe opgerichte groep van adverteerders, waarin op jaarbasis minder dan 30% van de inhoud besteed wordt aan artikels met algemene informatie worden dus uitgesloten.



Figuur 93: Privaat lokaal nieuwsaanbod per gemeente  
Bron: eigen onderzoek

De top vijf van gemeentes met het meeste private lokale nieuwsmedia-aanbod:

1. Knokke-Heist: 15
2. Ninove, Diksmuide: 11
3. Veurne, De Panne: 10
4. Herentals, Geel, Mechelen: 9
5. Poperinge, Dilbeek: 7

Als we kijken naar het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente zien we een lichte daling van 1,95 naar 1,88 ten opzichte van vorig jaar. Maar alles wijst op een stabilisatie na een forse daling twee jaar geleden, o.a. te wijten aan de coronacrisis.

Quasi elke gemeente geeft ook eigen nieuwsmedia uit. Het gaat dan bijvoorbeeld om een klassieke nieuwsbrief, maar meer en meer gemeentebesturen zijn ook actief op sociale media. Verschillende communicatieverantwoordelijken haalden aan dat er in Facebookgroepen zoals “Ge zijt van [gemeente] als ...” ook veel nieuws verspreid wordt. Dit gebeurt dan door en voor de inwoners van de gemeente. Deze manieren om lokaal nieuws te verspreiden en consumeren werden echter niet meegerekend in bovenstaand onderzoek. Volgens het onderzoek zijn er 264 verschillende private lokale nieuwsmedia actief in Vlaanderen, waarvan 119 digital-only initiatieven. Dat komt op 45%, ongeveer evenveel als vorig jaar. Dat wijst op een stabilisatie. 7 van hen krijgen subsidies van de gemeente waarin ze opereren, dat is 2,7 procent. Een lichte stijging ten opzichte van vorig jaar. Er is dus zeker geen sprake van structurele lokale ondersteuning van dit soort initiatieven.

## 3.6 BESLUIT HOOFDSTUK 3

De verhoudingen binnen de Vlaamse mediasector werden in dit hoofdstuk aan de hand van een aantal indicatoren gekwantificeerd.

Volgens Digimeter blijft de gemiddelde Vlaming het medium radio gebruiken. DAB+ en smartphones worden steeds populairder om radio te beluisteren. Podcasts winnen aan populariteit, vooral bij 25-34-jarigen. De CIM Audio Time studie toont een daling van 6% in totale audioconsumptie, maar live radio blijft dominant. Ook in dat onderzoek en het Ipsos-onderzoek nemen digitale luisteropties zoals DAB+ en internet toe. Vertrouwen in nieuws stagneert wereldwijd, met een kloof tussen Vlaanderen en Wallonië. Radiozenders zoals Joe FM, Qmusic, Radio 2 en Radio 1 genieten wel nog een relatief hoog vertrouwen.

Bij klassieke radio is er nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Al bieden bijvoorbeeld podcasts wel kansen voor meer onafhankelijke producties. De horizontale concentratie onder de radiozenders wordt aangepakt door meer ruimte te creëren voor verschillende spelers. Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

De VAR, de reclameregie van de VRT neemt sinds dit jaar de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze samenwerking tussen de VAR en de commerciële zenders is een opmerkelijke ontwikkeling in de Vlaamse radiomarkt. Het weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen. Deze stap kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Transfer Media, een thematische reclameregie, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer Media een radioaanbod uit dat een netwerk van een 37-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat. De concentratietendensen die al enige tijd bezig zijn in de markt voor tv-reclame bereiken nu dus ook de markt voor radioreclame.

Op 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we in 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben. Dit is al een grote verklaring voor de stijging in de economische curves van 2022 naar 2023. Wat alleszins al jaren opvalt, is dat de vier curves ver boven de evolutie van de CPI liggen.

De vaststelling van de vorige jaren omtrent mediagroepenconcentratie in de radiosector blijft bestaan. De concentratie is erg groot. Dit komt o.a. door de zeer sterke positie van de VRT. Na een dieptepunt in radiomarktaandeel ziet de openbare omroep dat dit jaar weer stijgen. De HHI toont duidelijk de gewijzigde verhouding tussen de groepen VRT en DPG Media. In de periode 2018 – 2024 daalt de index van 0,45 naar 0,39.

Dit concentratieprobleem wordt deels veroorzaakt door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie. Op zenderniveau is er wel sprake van een lage concentratie.

Ook de online populariteit van radiomerken werd bestudeerd. Voor het eerst kunnen we de audiospelers van de publieke omroep in kaart brengen. De audiospeler van Radio 2 wordt het meest gebruikt, op de voet gevolgd door die van Studio Brussel.

Radio 2, twee jaar terug nog de vaakst bezochte radiowebsite, ziet zich voorbijgestoken door Radio 1. De positiewissel komt doordat Radio 2 het aantal websitebezoeken zag decimeren. Alle radiowebsites moesten dit jaar bezoekers prijsgeven, maar Radio 2 spant hierin de kroon. Qmusic blijft koploper wat betreft websitebezoeken.

////////////////////////////////////



Op basis van de websitebezoeken zagen we vorig jaar al een grote verschuiving van marktaandeel van de publieke omroep naar de commerciële radiowebsites. Dat komt dit jaar uit op 62%-38%. Twee jaar geleden was dat nog omgekeerd. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de websites van Studio Brussel, MNM en Klara zijn opgegaan in VRT MAX en dat deze website niet in deze cijfergegevens wordt opgenomen. De publieke omroep herbergt dus steeds meer radio op zijn portaalsite VRT MAX.

Als we kijken naar de cumulatie van mandaten in de radiosector zien we een groot verschil doorheen de afgelopen zeven jaar. De mandaten zijn momenteel veel minder geconcentreerd.

Uit de Digimeter blijkt eerst en vooral dat 45 procent Vlamingen dagelijks nog lineair/live televisie kijkt, een daling ten opzichte van eerdere jaren. Uitgesteld kijken daalt ook licht. Vooral jongeren kijken minder live tv. Het aantal digitale televisieabbonementen daalt, met een toename van 'cordcutters'. Streamingdiensten worden vaker gebruikt als vervanging voor tv-abbonementen. Lokale zenderplatformen zoals VRT MAX en VTM GO winnen aan populariteit. 57 procent van de Vlamingen heeft een betalend streamingabonnement, met Netflix als marktleider, hoewel hun marktaandeel bij jongeren daalt. Cord cutting zet zich vooral door bij 25-34-jarigen. Televisienieuws blijft de belangrijkste nieuwsbron, ondanks een dalend vertrouwen in nieuws en een afnemende interesse, vooral bij jongeren.

De verticale integratie is erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuisen verzwakken, al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuisen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en publieke omroep. In 2024 werd de verticale concentratie wel wat teruggedraaid doordat Telenet zijn kabelinfrastructuur onderbracht in Wyre, een joint venture met Fluvius.

Telenet probeert wel zijn positie als televisiedienstenverdelers te versterken door de introductie van zijn nieuwe lagekostenmerk 'Base'. Dit lijkt een antwoord op de toekomstige marktbetreding door Digi, dat al aankondigde zijn aanbod aan lage prijzen in de markt te zetten. Deze introductie van een nieuwe speler zal de horizontale concentratie waarschijnlijk verder verlagen.

Ook bij televisie ligt het zwaartepunt van de crossmediale integratie bij de reclamewerving. Maar we zagen dat de integratie tussen enkele regionale tv-omroepen en Mediahuis dit jaar werd teruggedraaid. Dit gaat in tegen die tendens. TV Limburg gaat hier het verst in. Bij de regionale omroepen zit er mogelijk wel nog wat extra horizontale concentratie aan te komen. De nieuwe samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse overheid mikt immers op schaalvergroting. Zo wordt de weg vrijgemaakt voor de fusie van de regionale omroepen in West-Vlaanderen (WTV en Focus TV) en Oost-Vlaanderen (AVS en TV OOST), zodat er in 2026 in beide provincies nog één regionale mediaorganisatie actief zou kunnen zijn. De fusie van AVS en TV Oost sprong wel al (voorlopig) af.

Bij de facilitaire bedrijven zien we in 2020 een duidelijk verlies ten gevolge van corona. In 2021 en 2022 zien we een herstel. In 2023 is er opnieuw een neergang van de winstgevendheid, vermoedelijk door de kosteninflatie, want de omzet stijgt gewoon door.

Bij de productiehuisen is er sinds 2015 een sterke stijging van de omzet merkbaar. Bij de bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belasting begint dit vanaf 2021. In 2023 tekenen de financiële parameters recordhoogtes op. Dat is wel in belangrijke mate toe te schrijven aan de grootste productiehuisen.

Wat betreft de private televisieomroeporganisaties onderging Streamz in 2023 een kapitaalsverhoging door beide aandeelhouders van 33 miljoen euro, waarvan 21 miljoen euro omzetting van bestaande leningen. Dat zou moeten zorgen voor een sterke financiële buffer die Streamz in staat stelt het verlies van 2023 op te vangen en zijn verdere groeiambities te ondersteunen.

Ook Play Media heeft het moeilijk doordat de advertentie-inkomsten onder druk kwamen te staan in 2023,





wat resulteerde in stevige verliescijfers. Als gevolg van het overgedragen verlies hebben de bestuurders van Play Media nv een letter of financial support ontvangen van Telenet Group nv.

Bij de dienstenverdelers stijgt de omzet stelselmatig zodat die ruim boven de evolutie van de CPI vertoeft. De curve van het gemiddeld aantal werknemers is al enkele jaren stabiel en ligt voor het eerst sinds 2014 onder de curve van de CPI. De bedrijfswinst daalt na een erg winstgevend 2022. De piek bij de winst van het boekjaar voor belasting ligt aan een uitzonderlijke winst voor Telenet door de Wyre-transactie.

De VRM vraagt jaarlijks bij verschillende marktspelers (dienstenverdelers, omroepen, platformen) informatie op over de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand (VOD). Bij de transactional VOD (TVOD) zien we tussen 2018 en 2021 een duidelijke daling. Dit kan verklaard worden door de stijgende populariteit van andere video-on-demand aanbiedingen. De laatste twee jaar treedt er een stabilisatie op. De inkomsten uit de subscription VOD (SVOD) via tussenkomst van omroeporganisaties kenden een zuinige stijging, ondanks dat het aantal abonnees sterk toenam. De SVOD-markt zonder tussenkomst groeide veel sterker qua inkomsten. Wat de Free VOD (FVOD)-markt betreft zien we in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form. Ook het aantal opnames stijgt jaar na jaar sterk. Ten slotte tonen de bereikcijfers van lineaire tv een opwaartse trend naar het najaar 2020 – voorjaar 2021. Daarna gaat het bergaf. De evolutie is zeer gelijkaardig bij alle omroepen die meegenomen werden in de oefening. Enkel VTM GO lijkt vooruit te gaan op het vlak van live streaming.

Als we kijken naar de concentratiemaatstaven binnen de televisiesector zien we dat er bij de productiehuizen een lage concentratiegraad heerst. Bij de televisieomroepen is de mediagroepenconcentratie sterker. De HHI-index in 2023 duidt op een matige concentratie. Op zenderniveau bereikte de HHI-index dit jaar dan weer de laagste concentratie sinds het begin van de metingen.

In de distributiesector is er een hogere mate van concentratie. De alternatieve operator Orange Belgium wint met mondjesmaat terrein en er wordt veel verwacht van nieuwe speler, Digi.

Verder werd ook de online populariteit van tv-merken in kaart gebracht. Het CIM geeft voor het eerst inzicht in de prestaties van videoplayers. DPG Media's short form video en audio player presteert het best, gevolgd door Mediahuis. VRT MAX en VTM GO hebben elk ongeveer 5,5 miljoen bezoekers in juni 2024, terwijl GoPlay achterblijft. Websitebezoeken van VTM GO, VTM, VRT NWS en Sporza zijn gestegen, maar VRT MAX en GoPlay dalen. Sporza's app had veel bezoekers in juni, waarschijnlijk door het EK voetbal. De app van hln.be heeft minder bezoekers, maar blijft (veel) groter dan VRT NWS.

In de cumulatie van mandaten in de televisiesector zien we tot slot dat Telenet, via Streamz bestuurlijke banden heeft met DPG Media.

De gedrukte pers had het de afgelopen jaren moeilijk door o.a. dalende verkoopcijfers en advertentieopbrengsten. De kranten buigen deze trend om, voornamelijk door in te zetten op digitale abonnementen. De kosteninflatie zorgt ook dit jaar voor druk op de marges. Magazines en vooral de gratis pers slagen er niet in om de trend om te buigen en komen extra onder druk door de inflatie. Door de inflatie en dus een stijging van de lasten, dalen de marges voor pers- en fotoagentschappen. Daarom nam Belga kostenbesparende maatregelen en indexeerde het zijn tarieven. Bij de uitgevers van kranten zien we een gelijkaardig verhaal. De rendabiliteit staat onder druk door de oplopende kosteninflatie. De omzet uit print bleef wel stabiel, ondanks een daling van de papieren abonnementen en de losse verkoop. Dat werd gecompenseerd door groeiende inkomsten uit de verkoop van digitale abonnementen. Dankzij hun overnamepolitiek zijn Mediahuis en DPG Media internationale mediagroepen.

DPG Media is daarnaast ook actief op de magazinemarkt, net zoals Roularta Media Group en enkele kleinere uitgeverijen. De omzet van Roularta kent een daling door een terugval van de advertentieomzet. Daarnaast daalde ook de omzet van de divisie Printing en viel ook de omzet uit de lezersmarkt terug. De bedrijfskosten dalen hoofdzakelijk t.g.v. een lager volume aan drukwerk en een strikt kostenbeleid.



Bij de gratis pers zien we dat de omzet van de markt nog maar een fractie (14%) is van wat ze was in 2014. Opvallend is dat de curves van het bedrijfsresultaat en het resultaat van het boekjaar voor belastingen opnieuw richting de CPI gaan. Een verklaring voor het verloop van deze curves dit jaar is het wegvallen van Mediatopper en vooral Mass Transit Media (MTM) in de grafieken.

Binnen de distributie piekt de omzet de laatste drie jaren en is er ook een opvallende stijging van het aantal werknemers. Maar ook hier komt de inflatie terug. Ondanks de fel gestegen omzet, staan de marges in deze sector onder druk. Veel van bovenstaande grote ondernemingen ontplooiën echter meer activiteiten dan het louter opmaken en/of uitgeven van geschreven pers of het verspreiden ervan. Het distilleren van deze mediagerelateerde activiteiten uit hun jaarrekeningen is echter niet mogelijk. Uit de meest recente Digimeter blijkt dat het aandeel Vlamingen dat in 2023 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergaring met drie procentpunten daalt naar 18 procent. Inzake toestellen waarop nieuws geconsumeerd wordt, noteert de smartphone dit jaar voor het eerst het breedste bereik in Vlaanderen als drager en touchpoint voor en gatekeeper naar nieuws. Nog op basis van de Digimeter blijkt dat de Vlaming nieuwsgierig blijft en opnieuw een sterke dagelijkse nieuwsconsumptiegevoonte vertoont (89 procent volgt het nieuws dagelijks). Hoewel dit percentage de afgelopen twee jaren toenam, komt het niet boven de piek van 2020. De intrinsieke motivatie daalt wel voor het derde jaar op rij. Het jaarlijkse Digital News Report (DNR) wijst op indicaties van bezorgdheden omtrent desinformatie waarbij dan vooral jongeren (18-24 jaar) de grootste desinteresse en wantrouwen in nieuws vertonen. Toch stellen we o.b.v. het DNR vast dat de populaire kranten de kwaliteitskranten bijbenen qua betrouwbaarheid. Het Nieuwsblad, maar voornamelijk HLN gelden in de krantensector als absolute zwaargewichten op vlak van oplage, betaalde verspreiding, websitebezoeken en sociale media. Bij de verkoop van dagbladen zien we drie groeiers, namelijk De Tijd, Het Laatste Nieuws en De Morgen. Niet toevallig drie kranten die sterk presteren op het digitale vlak. De HLN-app haalt dan weer meer dan dubbel zoveel bezoekers als eerstvolgende concurrent Het Nieuwsblad. Tot slot zien we dat Het Belang van Limburg haar papieren populariteit niet in online populariteit kan vertalen. Bij de tijdschriften slaat bij Humo en Trends de digitale verkoop stilaan aan, met meer dan 10% van zijn betaalde verspreiding. De Krant van West-Vlaanderen en Knack verkopen wel een klein deel digitale exemplaren. Bij eerstgenoemde gaat het zelfs om meer dan een verdubbeling t.o.v. vorig jaar. Alle vijftien meest populaire magazines zien hun verkoopcijfers dit jaar dalen. De concentratie bij de uitgevergroepen van kranten op vlak van betaalde verspreiding is stabiel sinds 2018, toen de participatie van DPG Media in Mediafin werd overgenomen door Roularta Media Group. In 2023 stopte Metro, wat gezien de aard van de gratis krant uitsluitend impact heeft op het gedeelte 'oplage'. De concentratie-indexen bij oplage (op basis van titels en volgens groep) stijgen daardoor dus dit jaar. Dit jaar waren de verkoopcijfers van meerdere magazinetitels niet beschikbaar bij het afsluiten van de redactie van dit rapport. De concentratie bij de uitgevergroepen van magazines, waarvoor we de indexen berekenden, kent mede daarom dus verschillende sterke stijgingen. In het algemeen blijft ook dit jaar het concentratieniveau bij tijdschriften onder het niveau van de dagbladenmarkt, zeker wat titels betreft. De indexen volgens groep stijgen langzaam maar wel meer naar dezelfde niveaus.

Wat nog opvalt in de magazinemarkt is dat qua sociale media en websitebezoeken Roularta de uitgesproken marktleider is. Op vlak van betaalde verspreiding blijft DPG Media de grootste.

De risico's die dergelijke concentraties met zich meebrengen vormen het onderwerp van academisch onderzoek.

Digitalisering zorgt er bovendien voor dat redacties o.a. weten welke artikels veel of lang gelezen worden en welke tot de meeste digitale abonnementen leiden. In combinatie met commerciële druk zou dit ook kunnen leiden tot verschraling van de nieuwsdiversiteit.

De grote groei van DPG Media zou ook risico's kunnen inhouden omtrent de nieuwsverslaggeving door onafhankelijke journalisten of nieuwsmedia. Zo zorgen volgens onderzoek televisiezenders of programma's dikwijls zelf voor nieuws, dat dan eerst in de eigen media gepubliceerd kan worden en komen freelance journalisten door zulke concentraties in een zwakkere positie te staan doordat ze slechts bij enkele mediagroepen hun producten kunnen aanbieden. Als we tot slot nog kijken naar de cumulatie van mandaten in de sector van de geschreven pers zien we dat Roularta via Mediafin bestuurlijke banden heeft met

agentschap Belga, dat op zijn beurt bestuurlijke banden heeft met Mediahuis en DPG Media. Het is moeilijk om de concentratie te meten op het internet. Zo kan de surfer veel meer websites bezoeken dan diegene die in dit hoofdstuk besproken worden. Van de verschillende websites die worden opgenomen in dit rapport, kan de surfer er eveneens meerdere raadplegen.

Volgens het Digimetterapport gebruikt 84% van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst of sociaalmediaplatform. Bij de twee jongste leeftijdsgroepen is dat voor bijna iedereen (98% en 97%) het geval. Tot slot blijkt uit het Digital News Report dat online (incl. sociale media) opnieuw de belangrijkste nieuwsbron is. Daarnaast blijkt dat betalende nieuwsgebruikers tevredener zijn over nieuwsmedia. Algemeen blijft de betalingsbereidheid wel laag. Na jaren van dalen, stabiliseert het aantal actieve Facebook-gebruikers zich dit jaar. In termen van actief gebruikt merkt de Digimeter dat Instagram, in tegenstelling tot de andere Meta-merken, blijft groeien. TikTok tot slot blijft volgens de Digimeter een apart verhaal. Het blijft beperkt tot een nichefenomeen bij jongeren, die het wel intens gebruiken. De concentratieparameters van de websites van Vlaamse mediagroepen kennen een status quo (HHI-index) of een lichte stijging (C4-index) ten opzichte van vorig jaar. De websites van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad blijven enorm hoge bezoekersaantallen hebben in vergelijking met de overige websites. In combinatie met het ontbreken van bepaalde cijfergegevens verklaart dit waarom de bezoekcijfers van de vier grootste mediagroepen (DPG Media, Mediahuis, VRT en Roularta) samen een marktaandeel van 93,42% bereiken. De relatieve populariteit van radio, tv of geschreven pers in hun eigen medium, wordt niet altijd weerspiegeld op het internet. De nieuwsmedia (HLN, VRT NWS, etc.) zijn bijvoorbeeld populair op sociale media. Hun websites worden dan ook zeer veel bezocht. Qmusic is daarentegen populair op sociale media, maar het aantal websitebezoeken blijft eerder laag.

Wat risico's betreft, houden de algoritmes van sociale platformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien zij geen inzage hebben in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. Op 16 juni 2022 werd er wel een aangescherpte Code of Practice on Disinformation ondertekend door 34 ondertekenaars, waaronder Google, Meta en TikTok, die zich aansloten bij het herzieningsproces van de code. Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat. De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap. Als we de mediagroepen overkoepelend bekijken zien we dat de curves van de omzet, het aantal werknemers, de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen doorheen de jaren stijgen en dalen. De dalende curve van de bedrijfswinst valt dit jaar op. Verschillende ondernemingen tekenen een bedrijfsverlies op of zien de bedrijfswinst sterk terugvallen door moeilijke, competitieve marktomstandigheden, maar vooral door de oplopende kosteninflatie. In 2023 zien we dat de rendabiliteit dus opnieuw terugloopt. Ondanks de (gemiddelde) stijging in omzet, dalen de marges verder.

Ook dit jaar werden de prijzen van Vlaamse mediaproducten bestudeerd. De kosten voor radio, televisie en geschreven pers zijn in 2023 opnieuw gestegen, en dit sneller dan de index der consumptieprijzen (CPI). In 2022 en 2023 steeg de elektriciteitsprijs zeer fel door de oorlog in Oekraïne. In 2024 is er een sterke daling, maar nog altijd een stuk boven de CPI.

Wat de evolutie van de prijzen van telecommunicatie packs betreft, zien we dat de prijzen sneller stijgen dan de CPI van 2016 t.e.m. 2021. De laatste drie jaar stijgt de CPI echter sterker dan de prijs van de packs zelf. De krantenprijs springt opnieuw in het oog. De ontsporing tussen de krantenprijzen en de CPI is trouwens al zeven jaar bezig. Opvallend genoeg is de prijsstijging bij magazines gematigder, al zien we in 2024 ook hier een grote voorsprong op de prijsindex. De onrechtstreekse kosten om van mediaproducten te genieten, zoals de kosten voor een mobiele telefoon, zijn evenwel opnieuw gedaald. De kosten voor een computer stabiliseren ruim onder de evolutie van de CPI. Uit de vergelijkende internationale prijzenstudie, die het BIPT in december 2023 op zijn website publiceerde, blijkt dat ons land in het algemeen duur is voor zowel mobiele diensten als voor vast internet en telecombundels. Vooral bij de grote bundels en de mobiele abonnementen met weinig of net heel veel data steken de Belgische telecomtarieven ver uit boven die in de ons omringende landen.

Ten slotte werd de Vlaamse mediasector ook gesitueerd in een internationale context. Door de taalbarrière is



het voor Vlaamse mediaondernemingen niet evident om activiteiten in het buitenland te ontplooiën. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er vaak naar de Nederlandse markt wordt gekeken.

Wat radio betreft, hebben verschillende Vlaamse radio-omroeporganisaties in 2023 een sterkere positie ingenomen in Nederland door overnames en de Nederlandse FM-frequentieverdeling.

Wat televisie betreft, bereikte DPG Media eind 2023 een akkoord voor de overname van RTL Nederland, inclusief zenders zoals RTL4 en RTL 5, en de streamingdienst Videoland. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) onderzoekt echter nog de gevolgen van deze overname vanwege zorgen over concurrentie en nieuwsdiversiteit. Eerder keurde de ACM een overname van RTL Nederland door Talpa Network af vanwege soortgelijke zorgen.

Op gebied van geschreven pers is Roularta Media Group zeer aanwezig in Wallonië en DPG Media en Mediahuis zijn de twee grootste uitgeverij in Nederland. Daarnaast zijn ze actief in verschillende andere Europese landen. Mediahuis breidt ook uit naar andere buurlanden. Begin 2024 nam het de Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) volledig over nadat het eerder reeds 70 procent had verworven.

De belangrijkste radio-omroeporganisaties in Vlaanderen zijn in Vlaamse handen. Wel is sinds september 2018 een Vlaamse poot, NRJ Vlaanderen, van het Frans commercieel radiostation NRJ aanwezig. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+. Norkring zendt ook de Engelstalige BBC World Service Radio uit op het Vlaamse DAB+-netwerk. In de radiodistributiemarkt zijn wel voornamelijk buitenlandse ondernemingen actief. Het betreft hier het Nederlandse Broadcast Partners en het Noorse Norkring.

De internationalisering van de tv-markt neemt toe, in elk onderdeel van de waardeketen duiken internationale spelers op. In 2023 kocht Banijay Benelux een meerderheid van de aandelen van het Vlaamse productiehuis Jonnydeponny. Verder kocht Liberty Global de resterende Telenet-aandelen over die het nog niet in zijn bezit had. Voorts vinden we ook bij de rechtenverwerving (bv. DAZN), omroepen (bv. Nickelodeon), distributie (bv. Norkring) en OTT-diensten (bv. Netflix) internationale spelers terug. Een aantal van de buitenlandse omroepen richten zich op Vlaanderen en maken voor hun reclamewerving gebruik van een Vlaamse reclamereguleerder, ook al zijn ze gevestigd in een ander land.

Er is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers. Als gevolg van de overname van Telegraaf Media Groep door Mediahuis wordt de Nederlandse familie Van Puijenbroek de derde aandeelhouder van Mediahuis.

Roularta mag dan weer de magazines van de zakenkrant Financial Times drukken voor het Europese continent, het Midden-Oosten en Zuid-Afrika.

Wat het internet betreft, situeert de controle zich voornamelijk in het buitenland. Denk maar aan sociale media en zoekmachines. Er zijn ook verschillende Video On Demand (VOD)-platformen beschikbaar in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, denk maar aan Streamz met Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Als we een blik werpen op het onderzoek naar lokale journalistiek zien we sinds 2018 een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten. Na de coronacrisis hielden ook veel gratis lokale/regionale bladen ermee op.

Als we kijken naar het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente zien we een lichte daling van 1,95 naar 1,88 ten opzichte van vorig jaar. Maar alles wijst op een stabilisatie na een forse daling twee jaar geleden, o.a. te wijten aan de coronacrisis.

Hoewel er niet één speler is die de hele Vlaamse mediasector domineert, blijken veel vormen van horizontale,



verticale of crossmediale concentratie te bestaan in en tussen een aantal segmenten van verschillende Vlaamse mediavormen. Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80 tot 100% van de markt in handen van slechts vijf mediagroepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media. DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep. In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties die doorheen het hoofdstuk werden becijferd.<sup>629</sup>

## 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 94: 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)

Door middel van ↗, ↘, = wordt aangegeven of we te maken hebben met een stijgende, dalende of gelijke kleurcode HHI ten opzichte van 5 jaar geleden.

Deze concentraties kunnen een risico inhouden voor de diversiteit van het aanbod. Op radiovlak blijft het VRT-aandeel meer dan de helft bedragen. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie. Tevens halen de netwerkradio's (algemeen) al iets meer marktaandeel. Dit zorgt er voor dat de concentratiemaatstaven op zenderniveau dalen. We merken ook de toenemende activiteiten van de dominante televisiedistributeur Telenet in andere delen van de televisiewaardeketen. Omroeporganisaties proberen dan weer rechtstreeks naar de kijker te gaan met eigen platformen, met een betalende of gratis variant, en heroriënteren zich rond het sterkste omroepmerk (VTM, VRT of Play). In de markt van de geschreven pers is de dominantie van de krantenmarkt door slechts twee grote uitgevers, DPG Media en Mediahuis, opvallend. In de magazinemarkt zien we de laatste jaren ook een sterke consolidatiebeweging met twee grote uitgevers: Roularta en DPG Media.







## Hoofdstuk 4

Stimulering van diversiteit

Mogelijke remediëring

Beleidsaanbevelingen



## 4. STIMULERING VAN DIVERSITEIT-MOGELIJKE REMEDIËRING EN BELEIDSAANBEVELINGEN

Indien de beleidsmakers van oordeel zijn dat remediëring van mediaconcentratie en stimuleren van diversiteit aan de orde zijn, zijn er verschillende pistes die onderzocht kunnen worden.

Gebaseerd op de typologie van de Zweedse onderzoeker Jens Cavallin brengt onderstaande tabel de verschillende mogelijkheden onder in 5 categorieën.<sup>630</sup> Daarbij worden er telkens voorbeelden gegeven van maatregelen die momenteel in Vlaanderen (of België) reeds van toepassing zijn. Deze voorbeelden worden daarna verder uitgelegd.

### REMEDIES

CATEGORIE	TOELICHTING	TOEPASSING IN VLAANDEREN
● Restricties	Bv. eigendomsrestricties	Eigendomsrestricties Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid • Signaalintegriteit Regulering Netneutraliteit
● Tegengewicht	Inspanningen om het publiek een alternatief aanbod beschikbaar te stellen	Bevordering van Europese en onafhankelijke producties Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling Openbare omroeporganisatie VRT Fonds Pascal Decroos Toegankelijkheid
● Economische tussenkomst	Bv. belastingverlaging, financiële steunmaatregelen	• Steun aan regionale televisieomroeporganisaties Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector Screen Flanders Federale economische maatregelen Digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector (VV133 & VV134)
● Transparantie	Rapporteringsplicht	Mediaconcentratierapport Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs Rapportering over netneutraliteit Europese initiatieven omtrent media Actie tegen desinformatie
● Organisatorische maatregelen	Bv. oprichting regulator	Oprichting VRM Belgische en Europese Mededingingsautoriteit Journalistenloket Ondersteuning bij deelname aan beurzen

Tabel 95: Categorieën remedies volgens Cavallin

Hieronder wordt bij elke categorie van remedies toelichting gegeven, en worden onder een aparte subtitel uitbreidingsmogelijkheden gegeven. In sommige gevallen krijgen deze extra aandacht en worden ze aangegeven als **beleidsaanbeveling**.

630 Cavallin J. (1998), European Policies and Regulations on Media Concentration.

## 4.1 RESTRICTIES

### 4.1.1 Eigendomsrestricties

Deze maatregel houdt een brede waaier van keuzemogelijkheden in, gaande van een absolute scheiding tussen verschillende schakels in de waardeketen(s), zoals omroeporganisatie, dienstenverdelers en netwerkoperaator, over een beperking van een participatie in het kapitaal tot een beperking in het aantal participaties.

De mate waarin een interventie van overheidswege geaccepteerd wordt verschilt van mediavorm en is o.a. technologieafhankelijk.

Voor geschreven pers geldt in principe een relatief gemakkelijke toegang tot de markt. Wie dat wil kan een uitgeverij starten. Printmedia kennen daarenboven een sterke traditie van zelfregulering. Daarom worden eigendomsrestricties als zeer bedreigend ervaren.

Voor radio wordt gebruik gemaakt van het radiospectrum. Dit is slechts in beperkte mate beschikbaar en daarom wordt controle door de overheid over de toegang tot de markt eerder geaccepteerd. Op het vlak van analoge radio via de ether (FM) bevat het Mediadecreet dan ook een (beperkt) aantal eigendomsrestricties. Zo kan een rechtspersoon (rechtstreeks of onrechtstreeks) niet meer dan twee landelijke radio-omroeporganisaties exploiteren (art. 138 Mediadecreet). Vergelijkbare beperkingen gelden ook voor de netwerkradio's en lokale radio's (art. 143/2 en art. 145 Mediadecreet), eveneens over deze categorieën heen (art. 143/2 en art. 145 Mediadecreet). In dezelfde lijn is ook identieke programmering of gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid, op eenmalige grote acties na, verboden bij deze radio's (art. 134/1 Mediadecreet).

Momenteel zijn er geen eigendomsrestricties van kracht inzake verticale integratie van landelijke televisie. Hierdoor zijn er op dit moment diverse actoren in het veld die zowel als omroeporganisatie, dienstenverdelers en/of netwerkoperaator actief zijn (bv. Telenet en Proximus).

In het geval van (digitale) etheromroepnetwerken (art. 202, 7° Mediadecreet; zie verder) gelden er wel eigendomsrestricties.

Vroeger waren er ook eigendomsrestricties ten aanzien van de regionale televisie-omroeporganisaties. Het aandeelhouderschap van een exploitatiemaatschappij mocht maar voor maximaal 25% plus één aandeel in handen zijn van één of meer regionale televisieomroeporganisaties. Bij decreet van 9 februari 2024 werd deze passage opgeheven.

Artikel 166 stelt wel nog dat de Vlaamse Regering de nadere voorwaarden bepaalt, enerzijds waaraan een exploitatiemaatschappij moet voldoen en anderzijds de minimumvereisten die in de exploitatieovereenkomst tussen de regionale televisieomroeporganisatie en de exploitatiemaatschappij worden opgenomen. Die minimumvereisten omvatten minstens de plicht om, als de verzorging van het omroepprogramma aan de exploitatiemaatschappij wordt overgedragen, in de exploitatieovereenkomst een regeling op te nemen over de redactionele onafhankelijkheid, de naleving van het redactiestatuut en de verantwoordelijkheid van de regionale televisieomroeporganisatie voor de inhoud van de programma's.

### 4.1.2 Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid

Bij overnames kan de onafhankelijkheid van een redactie in het gedrang komen. Er zijn echter maatregelen getroffen om redacties te beschermen tegen ongewenste commerciële en politieke invloeden. Vaak maakt het behoud van de redactionele onafhankelijkheid deel uit van de voorwaarden die de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) of Europese Commissie koppelt aan de goedkeuring van een overname.

De fusiebeweging van Mediahuis en De Persgroep tot DPG Media nv was betekenisvol binnen het Vlaamse medialandschap en spoort met de steeds groter wordende crossmedialiteit die waargenomen kan worden binnen het (inter)nationale medialandschap. De nieuwsredacties van Het Laatste Nieuws, VTM Nieuws en de

magazines van DPG Media werken samen in News City. Een concreet gevolg hiervan was ook de integratie van VTM Nieuws in de website van HLN (hln.be).

Als omroeporganisaties journaals en eventueel duidingsprogramma's brengen, moeten die verzorgd worden door een eigen redactie, waarvan de redactionele onafhankelijkheid wordt gewaarborgd en in een redactiestatuut vastgelegd. Een redactiestatuut is een schriftelijk referentiekader waarin de onderlinge verhoudingen worden vastgelegd tussen redactie, hoofdredactie en directie. Het garandeert de onafhankelijke werking van de redactie ten opzichte van de omroeporganisatie.

Voor de meeste omroeporganisaties bevat het Mediadecreet ook expliciet dat ze onafhankelijk moeten zijn van politieke partijen en dat uitzendingen onder de redactionele eindverantwoordelijkheid staan van het personeel (zie bijv. voor de private lineaire televisieomroeporganisaties art. 163).

### 4.1.3 Regulering

Om diversiteit te stimuleren kan de overheid restricties opleggen via regulering.

Hieronder worden enkele voorbeelden beschreven die momenteel in Vlaanderen bestaan met betrekking tot het opleggen van verplichtingen aan bepaalde ondernemingen op grond van de artikelen 189 tot 192/15 van het Mediadecreet.

De mediavormen internet en geschreven pers zijn in Vlaanderen weinig gereguleerd. De regulering van het telecomaspect van het internet is een federale bevoegdheid. De Belgische Mededingingsautoriteit onderzoekt wel of overnames binnen deze mediavormen concurrentieverstorend zijn. Een voorbeeld hiervan is de overname van RTL Belgium door DPG Media en Rossel.

#### 4.1.3.1 Marktregulering op grond van artikelen 190-192/3 van het Mediadecreet

Het Mediadecreet bevat een aantal bepalingen waarbij aan de VRM de mogelijkheid wordt gegeven om na een marktanalyse verplichtingen op te leggen aan ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht. Met de omzetting van het Europees Wetboek voor Elektronische Communicatie (EWEC) in het Mediadecreet werden de mogelijkheden van de VRM verder uitgebreid.

Het Mediadecreet stelt onder andere:

“Artikel 189. De Vlaamse Regulator voor de Media definieert de relevante markten, in het bijzonder de relevante geografische markten, voor producten en diensten in de sector van de elektronische communicatienetwerken en -diensten in de Vlaamse Gemeenschap en houdt daarbij zoveel mogelijk rekening met de Aanbeveling, en met de AMM-richtsnoeren.

Als de Vlaamse Regulator voor de Media een relevante markt definieert die verschilt van de markten die in de Aanbeveling van de Europese Commissie zijn gedefinieerd, legt hij zijn ontwerp voor in een openbare raadpleging als vermeld in artikel 192/14, en brengt hij de Europese Commissie daarvan op de hoogte conform artikel 192/15.

Artikel 190. § 1. De Vlaamse Regulator voor de Media onderzoekt of de relevante markt, die conform artikel 189 wordt bepaald aan al de volgende voorwaarden voldoet:

1° er zijn hoge en niet-tijdelijke toegangsbelemmeringen van structurele, wettelijke of reglementaire aard;

2° er is geen vooruitzicht op daadwerkelijke mededinging binnen de relevante periode, gezien de toestand van de mededinging die op infrastructuur gebaseerd is en andere mededinging die aan de toegangsbelemmeringen ten grondslag ligt;

3° het mededingingsrecht alleen is niet voldoende om het vastgestelde marktfalen op adequate wijze aan te pakken.

[...]

§ 3. Als de Vlaamse Regulator voor de Media na afloop van het onderzoek, vermeld in paragraaf 1, van oordeel is dat de voorwaarden, vermeld in paragraaf 1, zijn vervuld, identificeert hij de onderneming of ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht op de relevante markt.

De Vlaamse Regulator voor de Media kan een onderneming die aanmerkelijke marktmacht bezit op een specifieke markt aanwijzen als onderneming met aanmerkelijke marktmacht op een nauw verwante markt als de koppelingen tussen beide markten zodanig zijn dat de marktmacht op de specifieke markt op de nauw verwante markt zo kan worden gebruikt dat de marktmacht van de onderneming

wordt vergroot. De Vlaamse Regulator voor de Media kan correctiemaatregelen opleggen als vermeld in artikel 192/1, 192/2, 192/3 en 192/6, om een dergelijk gebruik op de nauw verwante markt te voorkomen.”

Ten gevolge van verweven en overlappende bevoegdheden moet dit overeenkomstig het samenwerkingsakkoord gebeuren in samenwerking met de andere leden van de CRC (BIPT, CSA en Medienrat). Een bestaande toepassing van deze regelgeving is het openstellen van het kabelnetwerk voor televisieomroepdiensten in het Nederlandse taalgebied. Dit was het resultaat van de marktanalyse die in 2010 gestart werd en heeft geleid tot de intrede van Orange Belgium op de markt voor omroepsignaaltransmissie.

Op basis van het jongste marktanalysebesluit van de CRC (29 juni 2018) zijn de kabeloperatoren verplicht om toegang te verlenen tot een alleenstaande breedbanddienst, en dit los van hun televisiedienst. Zo zullen ook op retailniveau nieuwe aanbiedingen kunnen ontstaan die gericht zijn op breedbandinternet via de kabel. Het nieuwe glasvezelnetwerk van Proximus (dat geleidelijk aan het kopernetwerk vervangt) moet eveneens worden opengesteld.<sup>631</sup>

#### 4.1.4 Signaalintegriteit

Via uitgesteld kijken konden televisiekijkers vroeger gemakkelijk advertenties overslaan waardoor het effectieve bereik van spots lager ligt en adverteerders niet het gewenste publiek via televisie bereiken. Naar aanleiding van discussies tussen de dienstenverdelers en omroeporganisaties die hun businessmodel veranderd zien, werd een decreet over signaalintegriteit uitgevaardigd. Daarin worden een aantal afspraken tussen beide partijen geregeld.

Artikel 180 van het Mediadecreet bepaalt dat dienstenverdelers de lineaire televisieomroepprogramma's en de niet-lineaire televisiediensten, en de daarin vervatte programma's die deel uitmaken van hun aanbod van televisiediensten in de Vlaamse Gemeenschap, onverkort, ongewijzigd en in hun geheel, moeten doorgeven op het ogenblik dat ze worden uitgezonden of ter beschikking worden gesteld. Als de dienstenverdelers extra functionaliteiten willen toevoegen om deze lineaire televisieomroepprogramma's en niet-lineaire televisiediensten op een (uitgestelde,) verkorte of gewijzigde wijze te bekijken hebben zij de voorafgaande toestemming van de betrokken omroeporganisatie nodig.

Aldus werd vastgelegd dat televisiezoekers eigenaar zijn van hun televisiesignaal en distributeurs dus toestemming moeten vragen om ingrepen op dat signaal - zoals uitgesteld kijken - mogelijk te maken. In geval van conflict is er een bemiddelingsprocedure voorzien.

In de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten werd in dezelfde lijn, ter bescherming van de redactionele verantwoordelijkheid van aanbieders van mediadiensten en de audiovisuele waardeketen, ook een bepaling over signaalintegriteit opgenomen. Programma's mogen niet worden gewijzigd of met een overlay voor commerciële doeleinden worden uitgezonden zonder uitdrukkelijke toestemming van de aanbieders van de mediadiensten (artikel 7ter).

In 2021 bereikten de omroeporganisaties en dienstenverdelers een akkoord voor een aangepast, uniform model voor tv-reclame waarbij er bepaalde niet-doorspoelbare reclame te zien is bij uitgesteld kijken, naar analogie met wat kijkers op online videoplatformen ervaren.

#### 4.1.5 Netneutraliteit

Het Europees Parlement en de Raad namen op 25 november 2015 een Verordening (EU) 2015/2120 aan tot vaststelling van maatregelen betreffende open-internettoegang en tot wijziging van Richtlijn 2002/22/EG inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische- communicatienetwerken en -diensten en Verordening (EU) nr. 531/2012 betreffende roaming op openbare mobiele communicatienetwerken binnen de Unie aan.

<sup>631</sup> CRC, "Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisie-omroep in het Nederlandse taalgebied", 29 juni 2018.



Deze verordening behandelt enerzijds roaming en anderzijds netneutraliteit. Netneutraliteit betreft de gelijke en niet-discriminatoire behandeling van internettrafiek. Op grond van deze Europese regelgeving worden bestaande nationale regels vervangen en wordt netneutraliteit voor de Europese Unie gegarandeerd.

BEREC heeft op 30 augustus 2016 richtsnoeren over de implementatie van netneutraliteit door regulerende instanties (NRA's) gepubliceerd. Deze richtsnoeren zijn een leidraad voor de implementatie van de verplichtingen van NRA's. Ze moeten bijdragen tot de consistente toepassing van de verordening en bijdragen aan de rechtszekerheid voor belanghebbenden.

In 2022 breidde BEREC zijn richtlijnen voor netneutraliteit uit met een strikt verbod op zero-ratingpraktijken<sup>632</sup>, die in veel EU-landen, waaronder België, beschikbaar waren. Deze update volgt op de arresten van het Hof van Justitie van de Europese Unie van 2 september 2021.

De vergadering van Europese telecommoezichthouders was van oordeel dat zero-ratingaanbiedingen over het algemeen niet verenigbaar zijn met de eis van gelijke behandeling van verkeer onder de Europese Open Internet Verordening.

BEREC voegde enkele verduidelijkingen toe en benadrukte dat alleen toepassingsonafhankelijke praktijken zijn toegestaan. Gedifferentieerde niet-toepassingsonafhankelijke prijspraktijken, zoals zero rating, zijn ontoelaatbaar. Indien inbreuken op de regels rond netneutraliteit vastgesteld worden, kan de VRM (of indien het een federale bevoegdheid betreft, het BIPT) hiertegen optreden. Netneutraliteit kan deels onder restricties gekwalificeerd worden (indien er sancties getroffen worden). Ook onder transparantie komt het aan bod.

#### 4.1.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

##### 4.1.6.1 Mogelijke maatregelen omtrent gatekeepers

De Vlaamse omroepwetgeving kent, net als in de meeste andere landen, geen beperkingen op verticale integraties tussen omroeporganisaties, dienstenverdelers en netwerkoperatoren (onverminderd de toepassing van de algemene mededingingsregels). Daardoor kan er in principe een sterke verstrengeling van eigendom en participaties ontstaan tussen deze actoren, die enerzijds tot schaal- en efficiëntievoordelen kunnen leiden, maar die anderzijds risico's op diverse concurrentievervalsingen doen toenemen. Het is aan het beleid om te zien hoe deze risico's tot een minimum beperkt kunnen worden.

##### a. **Maatregelen in het kader van de overname De Vijver Media door Telenet**

Door de volledige overname van De Vijver Media nv<sup>633</sup> door de Telenet Group Holding NV is een dienstenverdelers de volledige eigenaar geworden van een belangrijke televisieomroeporganisatie en een productiehuis.

De Belgische Mededingingsautoriteit maakte in 2019 haar goedkeuring van de overname afhankelijk van het aangaan van een aantal verbintenissen.<sup>634</sup> Die omvatten onder andere het engagement om aan distributeurs toegang te geven tot de omroepprogramma's, om niet te discrimineren in geval van lancering van een nieuw aanbod, en om de kwaliteit van VIER, VIJF en ZES (die intussen Play4, Play5 en Play6 heten) te handhaven.

Er is ook een verbintenis omtrent de Elektronische Programma Gids (EPG) en de user interface van het Telenet tv-platform. De bestaande voorgeprogrammeerde rangschikking in de EPG mag niet gewijzigd worden zonder objectieve rechtvaardiging en er is de garantie dat de EPG, de user interface en de aanbevelingen op een gelijkwaardige, niet-discriminerende manier opgesteld zullen worden.

Nieuwe distributievergoedingen voor de zenders van De Vijver Media zullen niet gebruikt worden als maatstaf

<sup>632</sup> Zero-rating is een praktijk waarbij een internet service provider het dataverkeer van een specifieke toepassing of categorie van toepassingen niet meetelt voor de algemene datalimiet ingevoerd voor de internettoegangsdienst. Dit resulteert doorgaans in gratis data voor deze specifieke toepassing of categorie van toepassingen of in data waarop een gedifferentieerde prijs van toepassing is.

<sup>633</sup> De Vijver Media is sinds 22 december 2021 overgenomen via fusie door Woestijnvis.

<sup>634</sup> Zie <https://www.belgiancompetition.be/en/decisions/19-cc-16-telenet-group-bvba-de-vijver-media-nv>.

of vergelijkingspunt bij de onderhandeling van distributieovereenkomsten met derden.

Er is een verbintenis om toegang te verlenen tot het AVAD-platform (= het platform dat omroeporganisaties wiens zenders worden verdeeld op het kabeltelevisieplatform van Telenet toelaat om gerichte reclame te voeren op de set-top-boxen van klanten van dit kabeltelevisieplatform) van Telenet, mits de betreffende zender een geloofwaardig en onderbouwd businessplan kan voorleggen op basis waarvan Telenet een marktconforme return on investment op drie jaar kan realiseren.

Er zullen geen (analyses van) kijkdata met betrekking tot de Vlaamse zenders en/of de daarmee verbonden diensten gedeeld worden met zenders van De Vijver Media of Woestijnvis en elke Vlaamse zender die daarom verzoekt kan toegang krijgen tot het kijkdataplatform van Telenet onder bepaalde voorwaarden.

Deze toezeggingen gelden voor zeven jaar. Een “monitoring trustee” (Advolis SA) werd aangesteld die toezicht moet houden op de naleving van de aangegane verbintenissen.

Toch lijken deze verbintenissen niet alle zorgen bij de omroeporganisaties weg te nemen. Er blijft een grote vrees bestaan dat de rol van Telenet als gatekeeper problematisch wordt.

Indien het Vlaamse beleid van oordeel is dat de risico's op marktverstoring onvoldoende door de concurrentieautoriteiten werden ingedijkt, dan zou het bijkomende, meer verregaande wettelijke garanties kunnen inbouwen in de sectorspecifieke mediaregels, bijvoorbeeld door de verplichte invoering van Chinese Walls. Artikel 211 van het Mediadecreet, dat verplichtingen oplegt aan dienstenverdelers met betrekking tot voorwaardelijke toegangssystemen, zou aangevuld kunnen worden met confidentialiteitsverplichtingen, naar analogie met de voorwaarde die Ofcom in het Verenigd Koninkrijk in 2012 opnam in de regulering van decodersystemen voor digitale televisie. Een alternatieve interventie zou kunnen bestaan uit een verplichting tot niet-discriminerende ontsluiting van informatie voor iedere speler (eventueel door een aparte bedrijfsentiteit of onderneming).

Dit is grotendeels nog onontgonnen terrein en er zijn praktische moeilijkheden waarvoor weinig pasklare oplossingen voorhanden zijn.

Vermits er gehandeld wordt op een domein waar er zowel Vlaamse (omroep) als federale bevoegdheden van tel zijn (auteursrecht, mededinging), is overleg met het federale niveau aangewezen.<sup>635</sup>

## b. Prominence

Naar aanleiding van nieuwe interfaces bij dienstenverdelers Proximus en Telenet, met meer nadruk op niet-lineair tv kijken en programma's i.p.v. lineair tv kijken via de EPG en omroepmerken, kwam er protest van de omroeporganisaties. Zij vreesden als aggregator weggedrukt te worden in de waardeketen naar de rol van producent, terwijl de dienstenverdelers meer en meer optreedt als curator en aggregator. Dit zou erop kunnen wijzen dat dienstenverdelers een cruciale positie als gatekeeper innemen. Bovendien zou dit de openbare omroeporganisatie kunnen verhinderen om haar taken van algemeen belang naar behoren te kunnen uitvoeren. Uiteindelijk bereikten alle omroeporganisaties wel overeenkomsten met de dienstenverdelers. Deze problematiek stelt zich echter ook bij andere interfaces, zoals bijvoorbeeld smart tv's.

Artikel 7bis van de Richtlijn AVMD stelt dat “De lidstaten [...] maatregelen [kunnen] nemen om passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang te waarborgen.” Enkele lidstaten maakten van dit artikel gebruik om lokale regelgeving uit te vaardigen. Deze bepaling werd ook omgezet in artikel 155/1 van het Mediadecreet: “Met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit kan de Vlaamse Regering criteria vastleggen en maatregelen opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er passende aandacht wordt voorzien, en zichtbaarheid en vindbaarheid wordt gegarandeerd voor televisiediensten van algemeen belang.”

<sup>635</sup> Zie ook verder '1.5.5.1 Mediapluralismetest' en de mogelijkheden uit artikel 22 EMFA om bij beoordelingen van concentraties op de mediamarkt voorgestelde 'verbintenissen' mee in aanmerking te nemen.

Het beleid zou dus bepaalde maatregelen kunnen nemen om passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang te waarborgen.<sup>636</sup>

In dit kader introduceert de Europese verordening mediavrijheid (beter gekend onder de Engelse benaming European Media Freedom Act, hierna EMFA) een recht op aanpassing van het media-aanbod. Artikel 20 legt het recht van gebruikers vast om de configuratie, met inbegrip van de standaardinstellingen, van een apparaat of gebruikersinterface eenvoudig te wijzigen teneinde het media-aanbod aan te passen aan hun interesses of voorkeuren. Dit recht mag echter geen afbreuk doen aan de bepalingen die reeds zijn genomen of in de toekomst zullen worden genomen teneinde te voorzien in prominentie voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang en ter bescherming van de signaalintegriteit.

Deze regel treedt wel pas in werking op 8 mei 2027.

#### 4.1.6.2 Restricties aantal DAB+-omroepen

Het beleid stimuleert het gebruik van digitale radio. De private landelijke – en netwerkradio-omroeporganisaties worden decretaal verplicht om te investeren in DAB+, met het oog op een analoge switch-off. De ontwikkeling van DAB+ werd o.a. gestimuleerd om ervoor te zorgen dat de hoge concentratie bij de aggregatie in de radiosector, door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum, verminderd zou worden. Momenteel zien we dit echter niet gebeuren.

Ook het beschikbare DAB+-spectrum is niet oneindig. Momenteel is er op DAB+ plaats voor ca. 36 (landelijke) DAB+-kanalen. De regelgeving legt hierbij geen beperkingen op inzake het aantal DAB+-kanalen dat een radio-omroeporganisatie kan bezitten. Een radio-omroeporganisatie kan momenteel, zonder enig opportuniteitsoordeel en zolang er capaciteit beschikbaar is, bijkomende DAB+-kanalen de ether in sturen. Zo gebruiken bepaalde omroeporganisaties vandaag opmerkelijk grote delen (tot meer dan een derde) van de beschikbare DAB+-kanalen.

Indien het beleid van oordeel is dat, door het ontbreken van een opportuniteitsoordeel, de beoogde beleidsdoelstelling in het gedrang komt, met name het bevorderen en stimuleren van meer concurrentie in het radiolandschap, kan overwogen worden om beperkingen in te voeren wat betreft het aantal kanalen per radio-omroeporganisatie.

In de nota aan de Vlaamse Regering omtrent het ontwerp van besluit van de Vlaamse Regering tot wijziging van artikel 17 van het besluit van de Vlaamse Regering van 18 juli 2008 betreffende de voorwaarden en procedure voor het verkrijgen van een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijbehorende zendvergunningen geeft het beleid aan dat het noodzakelijk is om te evolueren van een netwerkkoperatormodel naar een omroepmodel. In een netwerkkoperatormodel worden licenties toegekend aan een netwerkkoperator 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, technische uitrol naar dekking, financiële planning of businessplanning, enz., wat 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 een omroepmodel uitwerken.

## 4.2 TEGENGEWICHT

Met de term ‘tegengewicht’ bedoelt Cavallin alle mogelijke inspanningen en systemen om het publiek alternatieven voor de vrije markt of de commerciële media aan te bieden. Hieronder worden verschillende van dergelijke maatregelen besproken die tot een divers aanbod moeten leiden, nl. de bevordering van Europese producties, de ‘must-carry’ en ‘must-offer’ verplichtingen, de evenementenregeling, de beheersovereenkomst

<sup>636</sup> Zie in dat verband ook de ‘Conceptnota - Naar een toekomstgericht mediabeleid’, 3 mei 2024, p. 34 e.v., <https://themis.vlaanderen.be/files/66460c2eef3eff00d001904/download> en ‘Study on media plurality and diversity online’, in opdracht van de Europese Commissie, september 2022, p. 157 e.v., <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/475bacb6-34a2-11ed-8b77-01aa75ed71a1/language-en>.

van de VRT nv, Fonds Pascal Decroos en toegankelijkheidsverplichtingen.

#### 4.2.1 Bevordering van Europese en onafhankelijke producties

Op Europees niveau werd een regeling uitgewerkt omtrent de bevordering van Europese en onafhankelijke producties. In artikel 154 e.v. van het Mediadecreet wordt op basis daarvan aan de VRT en de lineaire televisieomroeporganisaties opgelegd om ernaar te streven om het grootste gedeelte van hun zendtijd te wijden aan Europese producties, en een aanzienlijk deel daarvan aan Nederlandstalige producties, en minstens 10% aan onafhankelijke producties. Dit is een belangrijke maatregel die de Richtlijn AVMD naar voren schuift om diversiteit in het televisieaanbod te waarborgen.

In hoofdstuk 3 vindt de lezer onder “3.1.2 Televisie” o.a. informatie die gebaseerd is op de rapportering die gemaakt wordt om de naleving van deze regelgeving te controleren.

Met de herziening van de Richtlijn AVMD in 2018 werden een aantal nieuwe bepalingen m.b.t. de bevordering van Europese en onafhankelijke producties opgenomen ook voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties. De catalogus van VOD-diensten moet minstens 30% Europese producties bevatten en de producties moeten bovendien een prominente plaats krijgen in het aanbod. In uitzonderingen kan wel worden voorzien voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties met een lage omzet en/of kleine consumentenaantallen. Ook kunnen lidstaten uitzonderingen toestaan wanneer de verplichtingen praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zijn. Verder kunnen de investeringen in Europese en onafhankelijke producties bevorderd worden door de mogelijkheid om een investeringsverplichting t.a.v. niet-lineaire televisieomroeporganisaties op te leggen.

Met het decreet van 29 juni 2018 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie heeft de Vlaamse regelgever proactief ingespeeld op deze bepalingen door artikel 157 van het Mediadecreet aan te passen. Zo dienen de niet-lineaire televisieomroeporganisaties vanaf 1 januari 2019 in hun programma-catalogus minstens 30% Europese producties aan te bieden waarvan een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties zijn. De niet-lineaire televisieomroeporganisaties dienen eveneens voor een prominente plaats voor deze Europese producties in hun programmacatalogus te zorgen.

#### 4.2.2 Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling

##### 4.2.2.1 Doorgifteverplichtingen voor dienstenverdelers (must-carry)

De must- en may-carryverplichtingen (waarin bepaald wordt welke omroepdiensten moeten of mogen uitgezonden worden door dienstenverdelers) worden in het Mediadecreet behandeld onder Titel II van Deel 4: dienstenverdelers – Doorgiftemogelijkheden en doorgifteverplichtingen.

In artikel 186 § 1, van het Mediadecreet worden de lineaire omroepprogramma's opgesomd die verdeeld moeten worden in het basisaanbod van bepaalde dienstenverdelers ('must-carry'):

1° de omroepprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap;

2° het omroepprogramma van de regionale televisieomroeporganisatie. Dat wordt kosteloos, gelijktijdig en onverkort doorgegeven binnen het verzorgingsgebied van die regionale televisieomroeporganisatie. De kosteloosheid slaat zowel op de aanvoer als op het doorgeven van het omroepprogramma;

3° twee radio- en twee televisieomroepprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Franse Gemeenschap en het radio-omroepprogramma van de Duitstalige Gemeenschap;

4° twee radio-omroepprogramma's en de televisieomroepprogramma's van de Nederlandse openbare omroeporganisatie.

5° de bijbehorende diensten van de televisieomroepprogramma's, vermeld in punt 1° tot en met 4° en in § 2.

De Vlaamse Gemeenschap is geen vergoeding verschuldigd aan de dienstenverdelers voor de verplichte doorgifte van de bovenvermelde omroepprogramma's en bijbehorende diensten.”

Artikel 186 § 2, van het Mediadecreet bepaalt dat de doorgifteverplichting kan worden uitgebreid.

“§ 2. De Vlaamse Regering kan, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, beslissen dat nog andere omroepprogramma's van lineaire omroeporganisaties onder die doorgifteverplichting vallen, mits die omroeporganisaties voldoen aan de volgende voorwaarden:

1° ze brengen een volwaardig journaal dat verzorgd wordt door een eigen redactie die hoofdzakelijk bestaat uit erkende beroepsjournalisten;

2° ze zorgen voor een gevarieerd, divers en pluralistisch aanbod, dat onder meer informatieve en culturele programma's bevat en ten minste voor een bepaald percentage bestaat uit Nederlandstalige programma's;

3° ze ondertitelen een bepaald percentage van de programma's voor doven en slechthorenden.”

Artikel 186 § 2, van het Mediadecreet biedt een opening om bepaalde omroeporganisaties een must-carrystatuut te verlenen wanneer die uit het open netaanbod dreigen te verdwijnen, en zo een minimaal basisaanbod in open net te verzekeren.

Op 3 mei 2024 heeft de Vlaamse Regering, na advies van de VRM, de netwerken, die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om omroepprogramma's te ontvangen vastgelegd. Deze netwerken worden ten minste om de vijf jaar, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, vastgelegd door de Vlaamse Regering.

In 2019 werd artikel 184/0 aan het Mediadecreet toegevoegd, dit artikel bepaalt dat dienstenverdelers die zowel lineaire als niet-lineaire televisieprogramma's aanbieden, verplicht zijn om via hun aanbod toegang te geven tot de al dan niet gemeenschappelijke betalende niet-lineaire televisiedienst van een of meerdere lineaire televisieomroeporganisaties die onder het toepassingsgebied van artikel 154, eerste en tweede lid vallen, en die om die toegang verzoeken, zodat eindgebruikers rechtstreeks toegang kunnen krijgen tot die niet-lineaire televisiedienst. Het aanbod van die niet-lineaire televisiedienst dient een aanzienlijk deel aan Nederlandstalige Europese producties te bevatten en hieraan een prominente plaats te geven. De Vlaamse Regering kan voor de bepaling van een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties quota opleggen.

#### **4.2.2.2 Must-offerverplichting**

Aanbodverplichtingen ('must-offer') kunnen aangewend worden om te verhinderen dat zenders van bepaalde omroeporganisaties nog exclusief op één platform kunnen worden bekeken.

Naar aanleiding van de overname in 2003 door Telenet van de Vlaamse betaaltelevisieactiviteiten van Canal+ verbond de Mededingingsautoriteit aan haar goedkeuring een must-offerverplichting. Daarbij diende Telenet Canal+ ter beschikking te stellen, na commerciële onderhandelingen, aan alternatieve infrastructuren die daarom vroegen (tegen eerlijke, redelijke en niet-discriminerende voorwaarden). Op verzoek van Telenet heeft de Mededingingsautoriteit deze voorwaarde opgeheven in 2008. Het Hof van Beroep te Brussel heeft deze opheffing vernietigd in haar arrest van 22 juni 2009. Bij beslissing van 29 november 2010 heeft de Mededingingsautoriteit beslist dat deze must-offerverplichting nog enkel geldt als Telenet alle live uitzendrechten van de Jupiler Pro League zou verwerven.

Ook bij de overname van De Vijver Media<sup>637</sup> door Telenet werden er must-offerverplichtingen opgelegd. Deze gelden nog steeds. Meer informatie hierover onder 4.1.6.1 mogelijke maatregelen omtrent gatekeepers.

#### **4.2.2.3 Evenementenregeling en vrije nieuwsgaring**

Terwijl een must-offerverplichting inhoudt dat een volledig omroepprogramma (bv. Play4) moet worden aangeboden, bestaan er ook regels die de toegang moeten verzekeren tot welbepaalde individuele programma's of specifieke content (bv. de uitzending van de finale van de Beker van België voetbal (mannen)). Deze regels vallen uiteen in enerzijds de evenementenregeling (art. 153 Mediadecreet) en anderzijds de bepalingen omtrent vrije nieuwsgaring of korte berichtgeving (art. 118-126 Mediadecreet).

637 De Vijver Media is sinds 22 december 2021 overgenomen via fusie door Woestijnvis.



Zij spelen op het niveau van de verhouding tussen omroeporganisaties, meer bepaald tussen een exclusiviteitshouder en secundaire omroeporganisaties, dan wel rechtstreeks ten aanzien van het publiek; dit in tegenstelling tot must-offerverplichtingen die doorgaans opgelegd worden aan een omroeporganisatie ten aanzien van een distributeur.

De evenementenregeling beoogt de toegang te garanderen van het brede publiek tot uitzendingen van “evenementen die van aanzienlijk belang voor de samenleving worden geacht”. Dit zijn evenementen die aan minstens twee van de volgende voorwaarden voldoen (artikel 153, § 1/1 Mediadecreet):

- Het evenement heeft een belangrijke algemene nieuwswaarde en ontlokt een brede interesse bij het publiek
- Het evenement vindt plaats in het kader van een belangrijke internationale competitie of is een wedstrijd waaraan de nationale ploeg, een Belgisch clubteam of één of meerdere Belgische sportman/-vrouw deelneemt
- Het evenement behoort tot een belangrijke sportdiscipline en heeft een belangrijke culturele waarde in de Vlaamse Gemeenschap
- Het evenement haalt hoge kijkcijfers in zijn categorie.

De Vlaamse Regering legt deze evenementen vast in een lijst.<sup>638</sup> Voorbeelden van evenementen die onder deze regeling vallen zijn: de Olympische zomerspelen, alle voetbalwedstrijden (mannen) van de nationale ploeg en alle wedstrijden van de eindronde van de Wereldbeker en van het Europees kampioenschap, Champions League en UEFA-Cup en wielrennen (Ronde van Frankrijk, Ronde van Vlaanderen, ...).

Ook in de gevallen waarin exclusieve uitzendrechten verkocht zijn voor die evenementen (vaak aan betaalzenders), moeten zij te zien zijn op een kanaal dat tot het basisaanbod behoort van de distributeurs. De exclusiviteitshouder heeft daarbij de keuze om het evenement zelf in ‘open net’ uit te zenden (door zijn betaalkanaal tijdelijk te decrypteren) of om sublicenties te verlenen tegen redelijke marktprijzen aan een omroepkanaal in het basispakket.

De regels inzake vrije nieuwsgaring/korteberichtgeving beogen de toegang te verzekeren van secundaire omroeporganisaties tot evenementen waarop exclusieve uitzendrechten zijn toegekend. Dit kan onder de vorm van fysieke toegang tot het evenement (om eigen beelden te maken), of – doorgaans – onder de vorm van toegang tot beeldmateriaal gemaakt door de exclusiviteitshouder (artikel 118 Mediadecreet). Dit beeldmateriaal mag dan (uitsluitend) worden verwerkt in journaals en regelmatig geprogrammeerde actualiteitsprogramma's. De voorwaarden waaronder toegang kan worden verkregen tot het evenement en/of het beeldmateriaal zijn vastgelegd in artikel 118-126 van het Mediadecreet.

Begin 2023 was er nog wat gemor over de uitzending van het WK hockey op een betaalzender. Er werd de vraag gesteld of de evenementenlijst niet gedateerd is. De vorige Vlaamse minister van Media liet onderzoeken of de lijst moet worden aangepast.

#### 4.2.3 De openbare omroeporganisatie VRT nv

Een andere manier om diversiteit te bevorderen via regulering is het oprichten van een openbare omroeporganisatie. In Vlaanderen is de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie nv (VRT) opgericht als openbare omroeporganisatie. De VRT nv heeft de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's en draagt bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen (artikel 6, § 2, van het Mediadecreet).

In uitvoering van deze opdracht wordt er een beheersovereenkomst opgesteld overeenkomstig artikelen 6 en 16 t.e.m. 21, van het Mediadecreet. De overeenkomst, gesloten tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT nv, moet om de vijf jaar worden hernieuwd (artikel 19 § 1, van het Mediadecreet).

Hierin worden de wederzijdse rechten en verplichtingen van de Vlaamse Gemeenschap en de VRT nv

638 Besluit van de Vlaamse Regering van 28 mei 2004 houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving.



vastgelegd voor alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering van de openbare omroepopdracht die in artikel 6 van het Mediadecreet aan de VRT nv is toegewezen.

Artikel 6. § 1. De VRT heeft als maatschappelijk doel om radioprogramma's, televisieprogramma's en andere soorten programma's te verzorgen binnen de opdracht van de openbare omroeporganisatie die hierna wordt omschreven, en activiteiten uit te voeren die daartoe rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen, waaronder het produceren, laten produceren of verwerven van programma's, het samenstellen van het programma-aanbod, het omroepen, het laten omroepen en het bekendmaken ervan, in de ruimste omvang van de betekenis die aan elk van die begrippen is gegeven in artikel 2.

§ 2. Als openbare omroeporganisatie heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.

De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. [...] In al haar programma's streeft de VRT naar een zo groot mogelijke kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit, waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aanbeoordeld moeten worden. Het programma-aanbod wordt op een aangepaste manier gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.

De programma's dragen bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT draagt via de programma's bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom streeft ze naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.

Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroeporganisatie te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroeporganisatie veilig te stellen, is een voldoende aantal programma's erop gericht een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's komen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoet. De beoogde doelgroepen zijn voldoende ruim en ze worden door de programma's in kwestie ook bereikt.

De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat ze haar programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan haar kijkers en luisteraars kan aanbieden.

Tot de openbare opdracht van de VRT behoren ook alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering ervan. Dit houdt eveneens de mogelijkheid in om persoonsgegevens te verwerken die noodzakelijk zijn om haar openbare opdracht uit te voeren.

§§ 3-6 [...]

Op 10 december 2020 keurde de Vlaamse Regering de meest recente beheersovereenkomst met de VRT goed. Deze beheersovereenkomst heeft betrekking op de periode 2021-2025.

De VRM kijkt toe op de naleving van de beheersovereenkomst (zie ook 4.4.2 Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT).

De EMFA bevat ook bepalingen met betrekking tot openbare omroepen of "aanbieders van publieke mediadiensten". In artikel 5 EMFA worden waarborgen opgenomen voor hun onafhankelijke werking, met name wat betreft benoeming en ontslag van het hoofd van het management en de financieringsprocedures.

#### 4.2.4 Fonds Pascal Decroos

Om diversiteit te realiseren, is het belangrijk dat de kwaliteit van verschillende media wordt bevorderd. Om dit doel na te streven moeten alle kansen worden geboden aan journalistieke talenten en aan kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek. Daarom werd in 1998 het Fonds Pascal Decroos voor Bijzondere Journalistiek opgericht. Het wordt gesubsidieerd door de Vlaamse overheid vanuit de bevoegdheid van mediabeleid. Sinds 2013 is het een project van journalismfund.eu vzw.

In 2021 werd er in opdracht van de Vlaams minister van Media - naast de reguliere steunmaatregel - een Vlaams-Nederlands pilootproject uitgerold om het gebrek aan lokale onafhankelijke journalistiek in Vlaanderen en Nederland aan te pakken. Zo worden subsidies verstrekt aan lokale journalisten die bereid zijn over de grenzen heen samen onderzoek te voeren. In 2022 werd op initiatief van Vlaams minister van Media een meerjarige samenwerkingsovereenkomst afgesloten met het Journalismfund.eu over het Fonds Pascal Decroos. Deze regeling loopt nog tot en met 2025 en kent vanaf 2023 een decretale basis in artikel 2 van het programmadecreet bij de begroting 2023 van 16 december 2022.



Op 1 maart 2024 keurde de Vlaamse Regering het uitvoeringsbesluit over subsidies aan organisaties met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid goed. Dit uitvoeringsbesluit bepaalt hoe in de nabije toekomst de meerjarige toekenning van de werkingssubsidie – op basis van een nieuw af te sluiten samenwerkingsovereenkomst voor de periode 2026-2029 - voor dit type van organisatie met bijzondere opdracht zal verlopen en welk stappen hiervoor doorlopen moeten worden, incl. de hiervoor vooropgestelde deadlines.

#### 4.2.5 Toegankelijkheid

De toegang tot audiovisuele media voor personen met een handicap is de voorbije jaren op Europees vlak geconcretiseerd via twee richtlijnen: de Richtlijn AVMD en de Toegankelijkheidsrichtlijn.

De Richtlijn AVMD van 2018 regelt de toegankelijkheid van de audiovisuele mediadiensten zelf. Deze richtlijn bepaalt dat de inhoud van televisiediensten in toenemende mate toegankelijker moet worden gemaakt voor personen met een handicap, en dit minstens met gebarentaal, ondertiteling, gesproken ondertiteling en audiobeschrijving. Aanbieders van televisiediensten moeten daar jaarlijks over rapporteren. Deze richtlijn werd in artikel 151 van het Mediadecreet omgezet, zoals laatst gewijzigd bij artikel 26 van het decreet van 19 maart 2021.

Artikel 151 van het Mediadecreet bepaalt dat de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap en de particuliere televisieomroeporganisaties hun programma's voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk moeten maken voor personen met een handicap.

Concreet dienen de regionale televisieomroeporganisaties hun journaals op weekdays vanaf 20u te ondertitelen. Zij krijgen daartoe structurele subsidies van de Vlaamse Regering in het kader van de samenwerkingsovereenkomst die bestaat tussen elke regionale omroeporganisatie en de Vlaamse Regering. Private televisieomroeporganisaties dienen ook, afhankelijk van hun marktaandeel, binnen een bepaalde tijdsspanne (hoofdjournaals en actualiteitenprogramma's te ondertitelen.

De toegankelijkheidsopdrachten van particuliere omroepdiensten worden ook nog verder geconcretiseerd in een uitvoeringsbesluit van 27 januari 2023.<sup>639</sup>

De hierin uitgewerkte regeling stelt volgende quota en verplichtingen voorop voor particuliere televisieomroeporganisaties met een marktaandeel vanaf 2%:

- De minimumquota voor ondertiteling van lineaire omroepprogramma's worden opgelegd voor particuliere televisieomroeporganisaties met een marktaandeel vanaf 2%. Hierbij wordt ook een compatibel signaal uitgestuurd voor auditieve ondertiteling. Nieuwkomers in deze 2% categorie moeten hierbij, uiterlijk twaalf maanden na het einde van het resp. kalenderjaar, minstens 40% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's tussen 13 uur en 24 uur toegankelijk maken door middel van ondertiteling (en auditieve ondertiteling). In de daaropvolgende periode maken ze hun programma's voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk voor personen met een handicap. Particuliere televisieomroeporganisaties die al langer een marktaandeel van minstens 2% aanhouden, dienen hun programma's verder voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk te maken voor personen met een handicap.
- Voor televisieomroepprogramma's waarvoor ondertiteling bestaat, moet deze ondertiteling ook ter beschikking gesteld worden bij het niet-lineaire aanbod van deze omroepprogramma's.
- Verder is het verplicht om audiodescriptie ter beschikking te stellen bij Nederlandstalige fictie waarvoor audiodescriptie al werd aangemaakt. Dat is o.a. het geval bij de fictiereeksen die door het VAF gesubsidieerd zijn; Vanaf een marktaandeel van 30% moeten alle anderstalige fragmenten in alle journaals toegankelijk gemaakt worden door middel van auditieve ondertiteling én wordt er ook Vlaamse Gebarentaal (VGT) aangeboden bij het hoofdjournaal of een actualiteitenprogramma.

<sup>639</sup> Besluit van de Vlaamse Regering over de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en over het verstrekken van subsidies ter uitvoering van artikel 151 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

Met de omzetting van het herziene artikel 7 van de Richtlijn AVMD in artikel 151 van het Mediadecreet bij decreet van 19 maart 2021 werden in artikel 151 van het Mediadecreet wel 3 nieuwigheden ingevoerd: Ten eerste moeten televisieomroeporganisaties jaarlijks een verslag bezorgen aan de VRM waarin zij hun inspanningen en resultaten ter zake toelichten. Dit om de vooruitgang te meten die zij hebben geboekt bij het geleidelijk toegankelijk maken van hun programma's voor personen met een handicap.

Ten tweede moeten televisieomroeporganisaties noodinformatie, met inbegrip van mededelingen en aankondigingen bij natuurrampen, uitzenden op een wijze die toegankelijk is voor personen met een handicap. Voorgaande neemt echter niet weg dat het in sommige gevallen niet mogelijk is noodinformatie te verstrekken op een wijze die toegankelijk is voor personen met een handicap.

Ten slotte dient de VRM een voor personen met een handicap gemakkelijk toegankelijk onlinecontactpunt te onderhouden om informatie te verstrekken en klachten te ontvangen met betrekking tot toegankelijkheidskwesties als bedoeld in het gewijzigde artikel 151 van het Mediadecreet. Ondertussen werd dit concreetiseerd op de VRM website: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/mediatogankelijkheid>.

## **Toegankelijkheidsrichtlijn in het mediadecreet**

De Toegankelijkheidsrichtlijn regelt bijkomend de toegankelijkheid van diensten die toegang verschaffen tot audiovisuele mediadiensten, bijvoorbeeld websites, online toepassingen, elektronische applicaties op set-top boxen, elektronische programmagidsen, mobiele applicaties en geconnecteerde televisiediensten. Dezelfde richtlijn regelt ook de toegankelijkheid van eindapparatuur met interactieve computerfuncties voor toegang tot audiovisuele mediadiensten zoals bijvoorbeeld set-top boxen. Met het decreet van 3 juni 2022 is voor de (gedeeltelijke) omzetting van de Toegankelijkheidsrichtlijn in het Mediadecreet gezorgd, met name door invoeging van een nieuw artikel 214/2.<sup>640</sup> Onder meer volgende aanpassingen zijn gebeurd:

- Eindapparatuur en diensten die vanaf 28 juni 2025 in de handel worden gebracht, moeten voldoen aan nieuwe toegankelijkheidsvoorschriften (die gedetailleerd worden beschreven in bijlages bij het Mediadecreet);
- Aanbieders van dergelijke diensten moeten informatie verstrekken aan het publiek over de toegankelijkheid ervan (de manier waarop is ook gedetailleerd beschreven in een bijlage bij het Mediadecreet);

Op deze verplichtingen zijn uitzonderingen voorzien. Indien aanbieders daar beroep op doen, dienen zij dit mee te delen aan de VRM.

## **Beheersovereenkomst VRT**

De VRT heeft een ondertitelingsopdracht via de beheersovereenkomst. Zij voorziet teletekstondertiteling (T888) in 99% van de Nederlandstalige programma's. De VRT moet een progressieve groei naar 90% ondertiteling van video op websites realiseren, met een groeipad op VRT MAX. De VRT voorziet audiodescriptie van alle fictie op VRT 1 en VRT Canvas (exclusief soap) en verzorgt een journaal voor volwassenen en een kinderjournaal via open net met een tolk Vlaamse Gebarentaal. Op VRT NWS en VRT MAX worden naast items getolkt door een tolk Vlaamse Gebarentaal ook afzonderlijke nieuwsitems getolkt door gebarentaligen aangeboden.

## **4.2.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen**

### **4.2.6.1 Must-offerverplichtingen**

In Vlaanderen bestaat er geen must-offerverplichting zoals in andere landen. In het kader van onder meer de CRC-besluiten die de VRM samen met de andere regulatoren genomen heeft m.b.t. het openstellen van het kabelnetwerk, zou dit echter een maatregel kunnen zijn om de toegang tot content te vergemakkelijken voor alternatieve operatoren. In de besluiten werden er geen bepalingen m.b.t. content opgenomen aangezien content expliciet uitgesloten is van het regelgevende kader voor elektronische communicatie.

Een opstartende alternatieve aanbieder die weinig televisieabonnees heeft, staat daardoor in een zwakkere

<sup>640</sup> Belgisch Staatsblad, "Decreet van 3 juni 2022 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten, en tot wijziging van het decreet van 12 februari 2021 houdende wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie met betrekking tot de landelijke en regionale radio-omroeporganisaties en de technische eindapparatuur voor FM-radio-ontvangst van radio-omroeporganisaties", 15 juli 2022.

onderhandelingspositie. Wanneer er gekeken wordt naar de verticale concentratiebewegingen die zich voordoen in het medialandschap kan er mogelijk misbruik optreden. Door de must-offerverplichting moeten beide partijen samenwerken om tot een goed akkoord te komen.

Indien het beleid van mening is dat dit nodig is om opstartende alternatieve aanbieders te stimuleren, raadt de VRM aan om must-offerverplichtingen in te voeren.

Daarnaast zijn er evoluties in de sector waarbij omroeporganisaties, die een must-carry statuut hebben, bepaalde content afschermen van hun lineaire omroepprogramma's. Hierdoor kan het gebeuren dat Vlaamse producties niet beschikbaar zijn via dienstenverdelers die gebruikmaken van netwerken die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen. Het is dan ook een optie om bepaalde must-offer verplichtingen in te voeren als tegengewicht, zodat omroeporganisaties die een must-carry statuut hebben, ook al hun content/platformen/... moeten aanbieden aan dienstenverdelers, uiteraard tegen marktconforme voorwaarden.

#### **4.2.6.2 Update must-carry regelgeving**

Tijdens de voorbereiding van zijn advies aan de Vlaamse Regering rond de Must carry-verplichting ervoer de VRM dat door technologische evoluties het bestaande wettelijke kader ondertussen enigszins gedateerd is, en de huidige marktsituatie niet meer voor 100% dekt. Een actualisatie van de regelgeving zou de adviesverlening door de VRM kunnen vergemakkelijken.

#### **4.2.6.3 Laster en eerroof uit strafwetboek**

In de Media Pluralisme Monitor 2024 over België<sup>641</sup>, werd er bij de indicator 'bescherming van vrijheid van meningsuiting' een risico vastgesteld omwille van de blijvende strafbaarstelling van laster en eerroof in België (aanranding van de eer of de goede naam van personen is strafbaar met geldboetes en gevangenisstraffen overeenkomstig artikel 443-452 van het Strafwetboek), en dit ondanks een oproep van de Raad van Europa in 2007 om de bescherming van reputatie uit het strafrecht te houden en enkel burgerrechtelijk te laten beoordelen.

Deze materie betreft een federale bevoegdheid, maar de VRM signaleert dit in het licht van de recente dagvaardingen van journalisten. Het feit dat dit nog in het Strafwetboek staat, zorgt voor een afschrikkende effect, zeker bij kleinere mediaspelers. Dit werpt dus intredebarrières op voor nieuwe media-initiatieven.

Zolang persmisdrijven voor het hof van assisen moeten komen, is de strafbaarstelling niet zo een groot probleem, in de praktijk maakt het Openbaar Ministerie immers zelden of nooit gebruik van deze mogelijkheid, omwille van de hoge kosten en praktische besommeringen die gepaard gaan met de organisatie van een volksjury (hof van assisen), die door artikel 150 van de Belgische Grondwet wordt voorgeschreven voor persmisdrijven (met uitzondering van persmisdrijven ingegeven door racisme en xenofobie). Daardoor worden geschillen inzake laster bijna exclusief beslecht door de burgerlijke rechtbanken, die een vergoeding voor materiële en morele schade kunnen toekennen. Desondanks blijft laster wel een strafrechtelijk feit, en aldus blijft er steeds een dreiging van strafbaarstelling bestaan.<sup>642</sup>

Bovendien heeft het Openbaar Ministerie, in een persmededeling van 20 juni 2019, aangedrongen op de afschaffing van het hof van assisen. Momenteel lijkt het assisenhof niet afgeschaft te zullen worden. Toch is het raadzaam evoluties hierin kort op te volgen. Indien het hof van assisen afgeschaft zou worden, zou een klacht tegen een journalist voor laster of eerroof voor een correctionele rechtbank gebracht kunnen worden. Dit maakt de risico's op boetes en gevangenisstraffen veel groter en vergroot de intimiderende effecten enorm.

Ook de AVBB (Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België) waarschuwde de minister van Justitie in een brief van 19 mei 2021 voor de gevolgen van zulke beslissing<sup>643</sup>. De AVBB vroeg daarin het behoud van

641 Valcke, P., & Wauters, E. (2024). Media Pluralism Monitor 2023- Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

642 Valcke, P., Ombelet, P.-J., & Lambrecht, I. (december 2016). Media Pluralism Monitor 2016 Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

643 VVJ, Deltour, P. "Actuele pijnpunten in de verhouding pers/gerecht - AVBB gaat in overleg met Justitie.", <https://journalist.be/2021/05/actuele-pijnpunten-in-de-verhouding-pers-gerecht-avbb-gaat-in-overleg-met-justitie>, 29 september 2022.



deze regeling zo lang mogelijk onrechtmatige publicaties zoals laster en eeroof strafrechtelijke concepten blijven. Een afschaffing van het hof van assisen kan voor hen slechts na een depenalisering van laster, eeroof en verwanten. Volgens het AVBB moet te allen prijze worden voorkomen dat deze persmisdrijven worden gecorrectionaliseerd, wat journalisten al te kwetsbaar zou maken voor ongepaste vervolgingen en strafrechtelijke veroordelingen.

Indien het beleid dit belangrijk vindt en zeker ingeval afschaffing van het assisenhof op tafel komt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

#### **4.2.6.4 Wettelijk kader a priori beperkingen**

Hoewel België een grondwettelijke bescherming van de pers en van de meningsuiting heeft, is het ook het onderwerp geweest van – onopgeloste – waarschuwingen van het Europese Hof voor de Rechten van de Mens voor het ontbreken van een duidelijk wettelijk kader van a priori beperkingen. Een kwestie die vandaag de dag nog steeds niet is opgelost. Er was een recente zaak omtrent een politicus, waarbij media geen informatie mochten verspreiden uit stukken van het strafonderzoek.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

#### **4.2.6.5 Anti-SLAPP wetgeving**

SLAPP, 'Strategic Lawsuits Against Public Participation' of 'strategische rechtszaken tegen publieke participatie', betekent concreet het streven om via onrechtmatige rechtszaken iemand mond dood te maken die zich uitsprekt over zaken van algemeen belang, bijvoorbeeld een journalist. Het eerste doel van zo'n rechtszaak is niet zozeer om effectief te winnen, wel om de tegenpartij het werken onmogelijk te maken. Dat kan door de juridische kosten hoog op te laten lopen of exuberante schadeclaims te eisen. In sommige staten van de Verenigde Staten van Amerika bestaat hierrond reeds specifieke wetgeving, maar de laatste tijd zien we het fenomeen ook in Vlaanderen opkomen. Recent daagde een voetbalclub een journalist voor de rechter. Dit zorgt voor een intimidatie-effect door andere journalisten af te schrikken om onderzoek te doen naar de interne keuken van het profvoetbal.

Vooraf kleinere mediaspelers lopen risico's bij dit fenomeen, hetgeen nefast is voor de diversiteit in de mediasector. In België kan een benadeelde zich als verweer tegen SLAPP baseren op artikel 780bis van het Gerechtelijk Wetboek. Wie rechtspleging aanwendt voor kennelijk verdragende of onrechtmatige doeleinden, kan een geldboete krijgen. Maar echte anti-SLAPP-wetgeving kan een meerwaarde bieden voor Vlaanderen. Anti-SLAPP maatregelen grijpen al in voor het onderzoek van de bewijzen en wil in de eerste plaats de journalist beschermen en ervoor zorgen dat deze de kosten en de advocatenhonoraria kan recupereren.

Op het niveau van de Europese Unie is gewerkt aan een regeling om SLAPP tegen te gaan. Op 27 april 2022 heeft de Europese Commissie hiervoor een voorstel gepubliceerd voor een richtlijn betreffende bescherming van bij publieke participatie betrokken personen tegen kennelijk ongegronde vorderingen of misbruik van procesrecht (SLAPP). Het voorstel volgde op een openbare raadpleging en een initiatiefverslag dat op 11 november 2021 door het Europees Parlement is aangenomen.

Op 11 april 2024 werd de Anti-SLAPP-Richtlijn aangenomen door het Europees Parlement en de Raad. Na publicatie trad zij op 6 mei 2024 in werking. De EU-lidstaten hebben nu tot 7 mei 2026 de tijd om de Richtlijn in nationale wetgeving om te zetten.<sup>644</sup>

De Richtlijn voorziet in een aantal procedurele waarborgen en maatregelen voor personen die het doelwit zijn van dergelijke strategische rechtszaken. Ze zullen daarmee beschermd zijn tegen manifest ongegronde vorderingen of onrechtmatige gerechtelijke procedures in burgerlijke zaken met grensoverschrijdende gevolgen.

<sup>644</sup> Richtlijn (EU) 2024/1069 van het Europees Parlement en de Raad van 11 april 2024 betreffende bescherming van bij publieke participatie betrokken personen tegen kennelijk ongegronde vorderingen of misbruik van procesrecht ("strategische rechtszaken tegen publieke participatie"), <http://data.europa.eu/eli/dir/2024/1069/oj>.

De Richtlijn is dus van toepassing op civiele rechtszaken met grensoverschrijdende dimensies en wordt aangevuld met een aanbeveling waarin de lidstaten verzocht worden de waarborgen uit te breiden tot binnenlandse zaken. De waarborgen zouden dus ten goede komen aan journalisten en mensen/organisaties die zich bezighouden met het verdedigen van rechten en het rapporteren van waardevolle kwesties, tegen wie strategische rechtszaken worden aangespannen, waardoor het publieke debat in de Europese Unie wordt verstoord.

In het Verenigd Koninkrijk kregen rechtbanken in 2023 nieuwe bevoegdheden om SLAPP-rechtszaken in een vroeg stadium af te wijzen.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om de bevoegde federale overheid mee te delen dat ze erop rekent dat ze het Europese beleid ter zake ondersteunt en verder uitvoert.

#### **4.2.6.6 Evaluatie evenementenregeling en vrije nieuwsgaring**

Met de decretale bepalingen inzake het recht op vrije nieuwsgaring en korte berichtgeving en de evenementenregeling werden regels uitgewerkt met het oog op het beperken van de exclusiviteitsrechten, het waarborgen van het recht op vrije nieuwsgaring en korte berichtgeving en de zgn. evenementenregeling.

De beoogde doelstellingen, het recht op informatie van het brede publiek vrijwaren en verzekeren dat evenementen van een aanzienlijk maatschappelijk belang kosteloos te bekijken zijn, zijn anno 2023 nog steeds relevant, maar het media-ecosysteem is de laatste jaren ingrijpend veranderd en zodoende zou het niet onverstandig zijn om zowel het evenementenbesluit als bepaalde elementen inzake het recht op vrije informatiegaring aan een evaluatie te onderwerpen.<sup>645</sup>

Zo dateert het Evenementenbesluit<sup>646</sup> van 2004 en werd de lijst met evenementen van aanzienlijk belang sindsdien niet meer aangepast. De vraag stelt zich of de lijst anno 2024 nog voldoende actueel is en een voldoende antwoord biedt op toekomstige vraagstukken. Zo mengen buitenlandse OTT-spelers zich steeds sterker in de aankoop van sportrechten en merken we ook dat er werk gemaakt wordt van onlinesport streamingsplatforms.

Dit is echter een delicate oefening, sommige sporten zouden ook van de lijst kunnen verdwijnen.

Verder zorgt de verstremgeling van activiteiten van netwerkoperator, dienstenverdelers en omroeporganisatie voor nieuwe vragen aangaande een mogelijke actualisering van elementen uit het recht op vrije informatievergaring. Zo werden hierover in 2017 nog parlementaire vragen gesteld, gelet op de discussie m.b.t. de voetbalrechten. Diverse parlementsleden wezen er toen op dat de bepalingen mogelijkwijze niet langer aangepast zijn aan de huidige realiteit binnen het media-ecosysteem.

### **4.3 ECONOMISCHE TUSSENKOMST**

Naast regulering kan de overheid ook overgaan tot het toekennen van subsidies. Deze kunnen direct of indirect zijn.

Indirecte steun is vaak algemener en wordt toegekend aan verschillende mediagroepen of –producten. Het betreft vaak een belastingvoordeel.

Directe steun is vaak selectiever van aard. Hierbij wordt steun verleend aan de productie of distributie van media. Ook kan tegemoet worden gekomen aan ontwikkelingskosten of kan de overheid bepaalde samenwerkingsverbanden toestaan. Er wordt dan uitgegaan van een algemenere bepaling, bv. marktaandeelen, om een deel van de mediabedrijven of –producten af te zonderen en te bevoordelen. Directe steun kan dus

<sup>645</sup> Zie in dat verband ook de 'Conceptnota - Naar een toekomstgericht mediabeleid', 3 mei 2024, p. 32 e.v., <https://themis.vlaanderen.be/files/66460c2eef3eff00d001904/download>

<sup>646</sup> Belgisch Staatsblad, "Besluit van 28 mei 2004 van de Vlaamse Regering houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving", 19 augustus 2004.



meer zijn dan het toekennen van subsidies.

In wat volgt, worden voorbeelden van steun door de overheid uitgewerkt.

### 4.3.1 Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties

Naast de rechten en plichten van de private televisieomroeporganisaties moeten regionale televisieomroeporganisaties nog aan bijkomende verplichtingen voldoen. In het Mediadecreet is aan de regionale televisieomroeporganisaties een specifieke decretaal vastgelegde opdracht opgelegd. In artikel 151 (zie eerder punt 1.2.5. Toegankelijkheid) en in de artikelen 165 tot 173 van het Mediadecreet worden de rechten en plichten van de regionale omroeporganisaties beschreven.

Zo heeft een regionale televisieomroeporganisatie als taak “regionale informatie te brengen met de bedoeling binnen het verzorgingsgebied, dat aan de regionale televisieomroeporganisaties door de Vlaamse Regering krachtens artikel 168 wordt toegewezen, de communicatie onder de bevolking en tussen de overheden en de bevolking te bevorderen en bij te dragen tot de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio.” De omroepprogramma’s van de regionale televisieomroeporganisaties moeten voor minstens 80% betrekking hebben op het eigen regionale verzorgingsgebied.

Bij “Decreet houdende wijziging van diverse bepalingen over de regionale televisieomroeporganisaties van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie” van 21 februari 2014 werden aan deze taak volgende opdrachten toegevoegd:

- “Naast de taak, vermeld in het eerste lid, vervult de regionale televisieomroeporganisatie de volgende opdrachten:
- 1° het bereiken van een zo groot mogelijk aantal kijkers binnen het verzorgingsgebied met programma’s met regionale informatie over het verzorgingsgebied;
  - 2° het verzekeren van een hoge mate van betrokkenheid van kijkers bij de programma’s door het aanbod van interactieve toepassingen;
  - 3° het voeren van een actief diversiteitsbeleid in de organisatie en in het programma-aanbod”.

Door de decretaal opgelegde opdracht is het voor de regionale televisieomroeporganisaties moeilijker om concurrentieel te zijn met andere televisieomroeporganisaties. Hun marktaandeel ligt duidelijk lager dan dat van de landelijk beschikbare televisieomroeporganisaties, onder andere doordat ze voor een kleiner uitzendgebied werken.

De laatste jaren verslechterde de financiële situatie van de regionale televisieomroeporganisaties. In februari 2014 werd een aanpassing aan het Mediadecreet goedgekeurd die hieraan tracht te verhelpen. Voortaan worden de dienstenverdelers in het Nederlandstalige gebied verplicht om een vaste financiële bijdrage te leveren aan de regionale omroeporganisaties die verdeeld wordt op basis van de bereikmeting van hun omroepprogramma (zie infofragment onder 3.1.2.2.4 Regionale omroeporganisaties).

Deze passage uit het Mediadecreet werd echter gewijzigd bij decreet van 29 juni 2018. In artikel 166/1, paragraaf 2 wordt een tweede lid ingevoegd waardoor regionale televisieomroeporganisaties waarvan het verzorgingsgebied minder dan 750.000 inwoners telt en waarvan, op basis van een of meerdere door de Vlaamse Regering vast te stellen indicatoren, aangenomen kan worden dat de thuistaal van een relatief hoog aandeel inwoners Frans is, vanaf 1 januari 2018 van de dienstenverdelers hiervoor een compensatie van 100.000 euro ontvangen. Dit bedrag zal voorafgenomen worden van de jaarlijkse totale vergoeding.

Via een conceptnota van 15 juli 2022 over de toekomst van de regionale mediaorganisaties werden de beleidslijnen voorgesteld om de regionale omroepen meer toekomstperspectieven te geven. Met het decreet van 9 februari 2024 tot wijziging van artikel 166, 166/1, 167, 168, 169 en 170 van het decreet van 27 maart 2009 werd de inhoud van de conceptnota omgezet naar het mediadecreet. Hierbij werd onder meer de erkenningsperiode voor regionale televisieomroeporganisaties verlengd van negen naar 10 jaar en werd een overgangsregeling ingevoegd die ervoor zorgt dat per 1 januari 2029 voor alle regionale televisieomroepen een nieuwe erkenningsperiode van start gaat.



Ingevolge de wijzigingen aan het mediadecreet werden vervolgens nieuwe uitvoeringsbepalingen genomen die de erkenningsvoorwaarden en criteria waaraan voldaan dient te worden regelen. Het Besluit van de Vlaamse Regering tot uitvoering van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie en tot wijziging van diverse besluiten, wat betreft de regionale televisieomroeporganisaties werd definitief goedgekeurd op 26 april 2024.

Een belangrijke wijziging die opgenomen staat in het uitvoeringsbesluit, is de wijziging aan het 'Besluit van de Vlaamse Regering van 27 mei 1992 over de verzorgingsgebieden van de regionale televisie-omroeporganisaties'. Hierbij wordt in artikel 5 van het besluit bepaald dat aangrenzende verzorgingsgebieden binnen eenzelfde provincie kunnen worden samengevoegd met het oog op herstructurering tot één vereniging.

In 2024 sloot de Vlaamse Regering ook nieuwe samenwerkingsovereenkomsten met de Vlaamse regionale televisieomroeporganisaties en NORTV. Deze overeenkomst loopt tot 2028. De regionale televisieomroeporganisaties krijgen hierbij een structurele subsidie in ruil voor verschillende engagementen.

### 4.3.2 Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector

Een tweede wijze waarop de Vlaamse overheid een divers aanbod stimuleert, is het uitschrijven van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector of investeringsverplichtingen waarbij financieel moet worden bijgedragen aan de productie van audiovisuele werken.

Het doel was aanvankelijk om in de eerste plaats de dienstenverdelers te doen deelnemen aan de productie van audiovisuele werken om zo van de mediasector een sterke economische sector te maken, de leefbaarheid van het omroepbestel in Vlaanderen de nodige stimulansen te geven en de kwaliteit en de diversiteit van de Vlaamse programmamakers en audiovisuele producenten te stimuleren.

Deze materie werd geregeld bij het decreet van 17 januari 2014<sup>647</sup> en door het uitvoeringsbesluit van 21 maart 2014.<sup>648</sup> Deze regeling werd ingevoegd bij artikel 184/1 van het Mediadecreet.

Voor de financiële bijdrage kunnen de dienstenverdelers kiezen tussen een financiële vergoeding aan het VAF (Vlaams Audiovisueel Fonds), meer specifiek het VAF/Mediafonds, of deze vergoeding zelf investeren in één of meerdere coproducties.

De hoogte van de financiële vergoeding hangt af van de keuze van de dienstenverdelers zoals bepaald in artikel 184/1, § 3, van het Mediadecreet. Hij kan kiezen uit een forfaitaire bijdrage of een financiële vergoeding per abonnee.

Het decreet van 29 juni 2018<sup>649</sup> bracht wijzigingen aan artikel 157 van het Mediadecreet aan. Zo werd, met ingang van 1 januari 2019, een investeringsverplichting voor particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties ingevoerd. De verplichting werd ook opgelegd aan buitenlandse niet-lineaire televisieomroeporganisaties en er kan gekozen worden voor hetzij een financiële bijdrage aan de productie of de coproductie van Vlaamse audiovisuele werken, hetzij een gelijkwaardige financiële bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds vzw. Middels het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 werd uitvoering gegeven aan artikel 157, paragrafen 2, 3 en 4.<sup>650</sup>

Bij decreet van 1 maart 2024 werd een nieuwe eengemaakte stimuleringsregeling voor de Vlaamse audiovisuele productiesector uitgewerkt.<sup>651</sup> De bestaande investeringsverplichting voor particuliere omroeporganisaties

647 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 17 januari 2014 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector", 12 februari 2014.

648 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 21 maart 2014 van de Vlaamse Regering betreffende de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, vermeld in artikel 184/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 3 april 2014.

649 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 29 juni 2018 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 26 juli 2018.

650 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 1 februari 2019 van de Vlaamse Regering betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken", 18 maart 2019, bekrachtigd bij Decreet van 26 april 2019 houdende bekrachtiging van het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken, 20 mei 2019.

651 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers werden geactualiseerd, op elkaar afgestemd en aangevuld met een bijdrageverplichting voor aanbieders van videoplatformdiensten.

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw aansluitend besluit goed met de regels, de voorwaarden en de procedure voor deelname aan de productie van audiovisuele werken (zij het in de vorm van een rechtstreekse financiële bijdrage aan de productie van audiovisuele werken of in de vorm van een gelijkwaardige financiële bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds) en voor de vrijstellingen van deze bijdrage.<sup>652</sup>

De nieuwe investeringsverplichting treedt grotendeels in werking op 1 januari 2025. In 2027 zal de Vlaamse Regering de regeling evalueren en eventueel voorstellen tot herziening formuleren.

### 4.3.3 Screen Flanders

Via Screen Flanders geeft de Vlaamse overheid audiovisuele producties die een deel van hun budget in het Vlaamse Gewest spenderen, een financieel duwtje in de rug. Belgische producenten kunnen via Screen Flanders tot 400.000 euro terugbetaalbare voorschotten aanvragen als economische ondersteuning voor hun audiovisuele uitgaven binnen het Vlaamse Gewest. In ruil daarvoor krijgt Screen Flanders een deelneming in de netto-ontvangsten.

Het jaarlijkse budget van Screen Flanders bedraagt momenteel 4,5 miljoen euro en wordt ter beschikking gesteld door het Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO). Periodiek wordt door VLAIO een oproep tot steunaanvragen bij Screen Flanders georganiseerd. Daarbij wordt gewerkt met een vooraf vastgelegd budget. Een jury beoordeelt de ontvankelijke dossiers op basis van vastgelegde beoordelingscriteria en in verhouding tot elkaar. Zowel de steunaanvrager, het project als de uitgaven moeten daarbij aan bepaalde voorwaarden voldoen.

### 4.3.4 Federale economische maatregelen

Een aantal federale maatregelen hebben invloed op de Vlaamse mediasector: het betreft het Tax Shelter systeem, overheidssteun krantenbedeling en de BTW-regeling voor de gedrukte pers.

#### 4.3.4.1 Tax shelter

Via het Tax Shelter stelsel, gebaseerd op de Wet van 12.05.2014 en op de wet van 26.05.2016, opgenomen in art. 194 ter van het Wetboek van de Inkomstenbelastingen 1992, en op de wet van 25.12.2017 en de wet van 06.05.2019 houdende hervorming van de vennootschapsbelasting, kunnen ondernemingen participeren in de productie van audiovisuele werken aan gunstige fiscale voorwaarden. Ze ontvangen immers een voorlopige fiscale vrijstelling ten belope van gestorte sommen x 421% (beperkt tot 203% van de verwachte fiscale waarde, en tot 1.000.000 €/jaar).

Via het systeem van Tax Shelter kunnen vennootschappen een belastingvrijstelling genieten wanneer zij investeren in een Europees audiovisuele productie, een podiumwerk of een videospel. Voor de producenten geeft de aanvullende financiering extra zuurstof voor hun werken. Het systeem bestaat al sinds 2003 voor de audiovisuele sector en werd in 2016 uitgebreid naar de podiumkunsten. De wetswijziging van 5 juli 2022 bekrachtigde de uitbreiding van de Tax Shelter voor videospellen.

Een grote verscheidenheid aan audiovisuele producties komt in aanmerking voor financiering onder Tax Shelter. Het moet gaan om een Europees audiovisueel werk (zoals een fictiefilm, documentaire, animatiefilm, kortfilm, een fictie- of animatieserie) dat door de Vlaamse Gemeenschap is erkend als Europese audiovisuele productie. Zowel artistieke, serious, educatieve als entertainmentgames komen in aanmerking. Het videospel moet de culturele test doorstaan, waardoor het videospel als een Europees cultureel product beschouwd kan

<sup>652</sup> Belgisch Staatsblad, "Besluit van 26 april 2024 van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 12 juli 2024.

worden.

De erkenning van een productie als Europees audiovisueel werk of videospel, alsook een aanvraag voor een attest ter voltooiing kan via de Tax Shelter applicatie bij de Vlaamse gemeenschap ingediend worden.

#### **4.3.4.2 Overheidssteun krantenbedeling**

Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een krantencontract tussen de Belgische Staat en Bpost in werking. Dit gebeurde na een aanbestedingsprocedure. Volgens beschikking EC state aid SA.42366 (2016/N) van juni 2016 gaat het om een toegelaten vorm van staatssteun aan Bpost. Bpost ontving een vergoeding om kranten en magazines in het hele land vóór 7u30 te bezorgen. In 2019 besliste de federale overheid de concessie onder dezelfde voorwaarden met 2 jaar te verlengen door de aanslepende regeringsonderhandelingen. Vervolgens werd de concessie verlengd tot 31 december 2023. Door allerhande malversaties ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. De huidige concessie werd nog een laatste keer verlengd tot 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 trad een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

#### **4.3.4.3 BTW-regeling kranten**

Gedrukte en digitale kranten genieten een verlaagd BTW-tarief van 0% (i.p.v. de gebruikelijke 21%) op hun verkoop. Aanvankelijk was er een discrepantie doordat kranten en tijdschriften die uitsluitend digitaal verschenen geen beroep konden doen op het verlaagde BTW-tarief. Sinds 1 april 2019 is er weer een gelijk speelveld.

#### **4.3.5 Digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector (VV133 EN VV134)**

In het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht besliste de Vlaamse Regering op 2 april 2021 om 35 miljoen euro vrij te maken voor een digitale transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector. Het budget werd voorzien vanuit twee bevoegdheden: Media enerzijds en Innovatie anderzijds. Met dat plan wou de regering de Vlaamse mediasector stimuleren om extra in te zetten op digitalisering. Op die manier kunnen de mediaspelers beter inspelen op het veranderende mediagebruik en op de steeds sterkere internationale concurrentie.

Het programma bestaat uit 10 grote projectlijnen en focust onder meer op een beter gebruik van data, het connecteren met de mediagebruiker, innovatieve tools om content te maken, projecten rond desinformatie en de transformatie van de regionale omroepen. Het algemene strategische doel is om de technologische weerbaarheid en de economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem te versterken.<sup>653</sup>

#### **4.3.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen**

##### **4.3.6.1 Ondersteuningsmechanisme lokale journalistiek**

We merken in dit rapport al enkele jaren dat de situatie voor de lokale pers zwaar is geworden, vooral door de dalende advertentie-inkomsten. Indien het beleid het belangrijk vindt, omwille van het verlies aan mediapluralisme, om hier iets aan te doen, zou een ondersteuningsmechanisme uitgewerkt kunnen worden, zeker voor hyperlokale journalistiek. Dit zou eventueel kunnen in samenwerking met journalismfund.eu.

## **4.4 TRANSPARANTIE**

Om diversiteit te garanderen is het nodig dat de mediaconsument zoveel mogelijk kennis heeft over de verschillende mediaproducten opdat hij een weloverwogen keuze kan maken. Inzicht in de eigendomsstructuren en in de redactionele lijn is niet enkel voor de consument van belang, maar ook voor beleidsmakers en regulerende instanties. Een interventie zonder te weten welke bedrijven samenwerken,

653 Voor meer informatie, zie: <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/relanceplan-vlaamse-veerkracht/relanceprojecten-voor-de-mediasector#transformatie>

afhankelijk zijn van elkaar of welk effect bepaalde regels kunnen hebben op de sector, moet vermeden worden.

Hieronder worden een aantal transparantiemaatregelen uitvoeriger beschreven.

#### 4.4.1 Mediaconcentratierapport

Jaarlijks stelt de VRM het mediaconcentratierapport op waarin een overzicht wordt gegeven van het medialandschap en de wijzigingen die zich het laatste jaar manifesteerden. Deze taak werd in het Mediadecreet 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 inclusief de toestand van de markt voor elektronische communicatie;

Dit is een transparantiemaatregel om na te gaan of er nog voldoende concurrentie, diversiteit en pluralisme in de mediasector aanwezig is. Hiermee reikt de VRM de beleidmakers een instrument aan om op een goed geïnformeerde manier hun beleid te voeren.

Artikel 6 van de EMFA verplicht aanbieders van mediadiensten om actuele informatie, met name wat eigenaars betreft, gemakkelijk toegankelijk te maken voor mediagebruikers. De lidstaten dienen hun de nationale regulerende instanties of organen (i.e. mediaregulatoren) of andere bevoegde instanties of organen te belasten met de ontwikkeling van nationale databanken voor media-eigendom.

Hoogstwaarschijnlijk zal er aan de VRM daarom een bijkomende taak moeten worden toegeschreven, voor wat betreft het opstellen van een nationale databank voor media-eigendom. De informatie die in deze databank moet zitten, is uitgebreider dan de informatie die momenteel ter beschikking wordt gesteld via het mediaconcentratierapport.

Aangezien er vier 'nationale regulerende instanties' of mediaregulatoren zijn in België, is het voor het opstellen van deze databank voor media-eigendom wenselijk dat wordt voorzien in een vorm van onderlinge samenwerking. De nationale regulerende instanties zullen voor het opstellen van de databank zowel geschreven pers als audiovisuele media ('radio en tv' moeten in acht nemen, dit omdat ze wat media-eigendom betreft door elkaar lopen.

#### 4.4.2 Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT

Een specifieke taak van de algemene kamer van de VRM bestaat uit het toezicht op de naleving door de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap, en het jaarlijks rapporteren daarover aan de Vlaamse Regering (artikel 218, § 2, 9°, van het Mediadecreet). (zie ook '4.2.3 De openbare omroeporganisatie VRT').

Het recentste toezichtrapport handelt over het jaar 2023.

In de beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT is als strategische doelstelling voor VRT onder meer opgenomen 'SD3 – Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt', met als meer concrete operationele doelstelling: 'OD3.1 De VRT staat voor correcte en betrouwbare informatie die gratis toegankelijk is.'

De beheersovereenkomst verduidelijkt OD3.1 als volgt: "informatie en duiding is onpartijdig, onafhankelijk en vanuit de redactionele autonomie tot stand gekomen. Elke mening telt. De VRT laat een breed palet aan opinies van externen aan bod komen, met ruimte voor een pluralistisch debat, tegenspraak en nuance. De VRT



stelt zich hierbij neutraal op, dit wil zeggen: onpartijdig, onafhankelijk en handelend vanuit haar redactionele autonomie. De VRT zal de nodige medewerking verlenen aan de monitoring van haar onpartijdigheid. In onderzoek op dat vlak zal een vergelijking als benchmark worden opgenomen.”

Deze doelstellingen zijn op hun beurt geoperationaliseerd in concrete KPI's. De VRM voert met name toezicht uit op de naleving door de VRT van de KPI's. Bij SD3 is meer bepaald een KPI omschreven met betrekking tot de onpartijdigheid van VRT: 'KPI 21. De VRT zal de nodige medewerking verlenen wat betreft de monitoring van haar onpartijdigheid.'

De VRM laat zich bijstaan door een externe partij voor de monitoring van de onpartijdigheid van de VRT en voerde een studie uit met betrekking tot de analyse van de onpartijdigheid van het VRT-informatieaanbod in 2023.

Het door de VRM uitgevoerde toezicht betreft in ieder geval de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst en is niet van financiële of budgettaire aard.

Het toezicht door de VRM is bovendien complementair met het toezicht op de VRT zoals omschreven in Titel VIII van het Mediadecreet o.a. met de supervisie door de gemeenschapsafgevaardigde in opdracht van de Vlaamse Regering en door het Vlaams Parlement, de interne audit, Audit Vlaanderen en het Rekenhof.

Wanneer de VRT nieuwe diensten wil opstarten die buiten de beheersovereenkomst vallen, heeft ze daarvoor krachtens art.18 van het Mediadecreet de goedkeuring van de Vlaamse Regering nodig. Die wint daarvoor het advies van de VRM in.

#### **4.4.3 Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen**

De opdracht van de VRM bestaat o.m. uit de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen in verband met de mediaregelgeving, het uitreiken van zendvergunningen en het ontvangen van verschillende soorten kennisgevingen die gericht zijn aan de VRM en dit overeenkomstig de regelgeving.

Door deze transparantiemaatregel hebben de Vlaamse Regering en de VRM een goed beeld van welke bedrijven (bv. radio-omroeporganisaties, dienstenverdelers, televisieomroeporganisaties of aanbieders van videoplatformdiensten) actief zijn in de mediasector, hoe het frequentielandschap eruitziet en of er voldoende diversiteit van het aanbod aanwezig is.

Hieronder worden de erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen besproken.

##### **Erkenningen**

De Vlaamse Regering staat in voor de erkenning van landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties. Om te kunnen worden erkend moeten de radio-omroeporganisaties aan een aantal voorwaarden voldoen. De voorwaarden hebben als doel diversiteit na te streven.

Dit komt onder andere tot uiting in een beperking tot samenwerking tussen radio's (artikel 134/1, van het Mediadecreet): "Het uitzenden van radioprogramma's, ongeacht de duur of het tijdstip, door een landelijke, netwerk- of lokale radio-omroeporganisatie, die identiek zijn aan radioprogramma's van de radio-omroep van de Vlaamse Gemeenschap of van andere landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties" is verboden. Elke andere vorm van gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid is ook verboden.

Enmaal erkend moeten radio-omroeporganisaties wijzigingen die betrekking hebben op de informatieve programma's, de statuten of de aandeelhoudersstructuur aan de Vlaamse Regering ter goedkeuring voorleggen. Bij de beoordeling van die wijzigingen houdt de Vlaamse Regering rekening met het in stand houden van het pluralisme en van de diversiteit in het radiolandschap. De radio-omroeporganisaties moeten ook de Vlaamse





Regulator voor de Media op de hoogte brengen van de wijzigingen die betrekking hebben op de statuten of de aandeelhoudersstructuur.

Daarnaast kent de Vlaamse Regering ook de erkenningen toe voor regionale televisieomroeporganisaties, die een specifieke decretale opdracht hebben. Zij hebben namelijk een maatschappelijke functie en zijn daarom onderworpen aan specifieke bepalingen voor het verkrijgen van een erkenning.

## Zendvergunningen

De algemene kamer van de VRM is bevoegd voor het uitreiken, wijzigen, schorsen en intrekken van zendvergunningen aan particuliere landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties (FM) en voor het toekennen, schorsen en intrekken van vergunningen voor het aanbieden van een etheromroepnetwerk (DVB/DAB). Zo trok de VRM in 2021 de licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk, verleend op 22 juni 2009 aan Norkring België, in voor wat betreft pakket 7/frequentiekanaal 10.

Voordat er een vergunning wordt uitgereikt aan particuliere radio-omroeporganisaties en etheromroepnetwerken, moet er aan een aantal voorwaarden voldaan worden. Latere wijzigingen zijn mogelijk, maar moeten wel voorgelegd worden aan de VRM. Bij bepaalde dossiers zal de VRM ook de dienst van het departement Cultuur, Jeugd en Media die zich bezighoudt met 'Spectrumbeheer' hiervoor consulteren.

De VRM kan naar aanleiding van evenementen en voor experimenten in het teken van het uittesten van nieuwe technologieën een tijdelijke vergunning uitreiken voor de duur van het evenement (artikel 193, § 2, van het Mediadecreet) en dat zowel voor FM-frequenties als voor DVB-T/DAB.

De VRM publiceerde in september 2021 een kader met algemene technische voorwaarden waaronder tijdelijke zendvergunningen kunnen worden toegekend voor lokale DAB+-proefprojecten. Begin februari 2022 maakte de VRM, verantwoordelijk voor het toekennen van de tijdelijke zendvergunningen, bekend dat in totaal 59 lokale radio-omroepen meedoen aan diverse proefprojecten op provinciaal niveau. Brussel wordt toegevoegd aan Vlaams-Brabant. De tijdelijke zendvergunningen gelden vanaf 1 februari 2022 voor een termijn van 1 jaar.<sup>654</sup>

Midden januari 2023 besliste de algemene kamer van de VRM om de lokale DAB+-proefprojecten en de tijdelijke zendvergunningen te verlengen met een periode van drie jaar. Tevens worden onder bepaalde voorwaarden ook een beperkt aantal steunzenders toegelaten teneinde een stabiele en ongestoorde ontvangst van het signaal in het hele huidige zendgebied te bewerkstelligen. Een definitief digitaal frequentieplan is afhankelijk van het verloop van de onderhandelingen over de verdeling van de digitale radiofrequenties op Europees vlak.

Het doel van het toekennen van vergunningen is het optimaal in stand houden van het radiolandschap. Frequenties zijn immers een schaars goed en het toekennen ervan is daarom onderworpen aan een vergunningsverplichting. Bovendien leidt oneigenlijk gebruik tot storingen voor andere radio-omroepzenders.

## Kennisgevingen

Een aantal in het Mediadecreet vermelde activiteiten zijn onderworpen aan een kennisgevingsplicht bij de VRM. Voorbeelden hiervan zijn:

- de kennisgeving van particuliere televisiediensten;
- de kennisgeving van andere radiodiensten (bv. internetradio);
- de kennisgeving van videoplatformdiensten;
- de kennisgeving van dienstenverdelers/netwerken;
- de kennisgeving van wijzigingen door radiodiensten, televisiediensten, dienstenverdelers/netwerken en aanbieders van een etheromroepnetwerk (bv. naamswijzigingen, programmawijzigingen, ...).

Meer details over zendvergunningen, erkenningen en kennisgevingen kunnen in het Mediadecreet, het

<sup>654</sup> Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 2 februari). Tijdelijke zendvergunningen lokale DAB+ toegekend, uitzendingen kunnen vanaf 1 februari 2022 van start gaan [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 juni 2022, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2022/tijdelijke-zendvergunningen-lokale-dab-toegekend-uitzendingen-kunnen-vanaf-1-februari>.

Procedurebesluit en het Zendvergunningbesluit teruggevonden worden.

#### 4.4.4 Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs

Mediapunt is het Kenniscentrum Mediaonderzoek gefinancierd door de Vlaamse overheid. Het kenniscentrum is een samenwerking tussen vier onderzoeksgroepen, verbonden aan: imec-SMIT-VUB, imec-mict-UGent, AMSOC en M2P.

Mediapunt wil het mediaonderzoek in Vlaanderen monitoren en ontsluiten voor diverse stakeholders, zoals beleidsmakers, mediaprofessionals, onderzoekers, studenten en andere organisaties met een werking gericht op of verband houdend met media.

Het onderzoek dat aan bod komt op Mediapunt gaat echter breder dan deze onderzoeksgroepen. Mediapunt heeft de expliciete doelstelling om mediaonderzoek van alle Vlaamse kennisinstellingen (zoals universiteiten en hogescholen) te ontsluiten.

Voor het verrijken en verbeteren van de mediawijsheid is er een Vlaamse Kenniscentrum voor Digitale en Mediawijsheid, nl. Mediawijs opgericht. Sinds januari 2013 heeft het als doel burgers bewust, kritisch, actief en creatief om te laten gaan met een gemediatiseerde samenleving door het versterken van mediawijsheidsinitiatieven en door partners uit het werkveld, de private en de publieke sector samen te brengen in overleg en samenwerkingstrajecten. Er wordt echter verder gewerkt aan de ontwikkeling van het Vlaamse mediawijsheidsbeleid. In dit opzicht werd in april 2021 het rapport 'Doorlichting van het Vlaams mediawijsheidsbeleid' uitgebracht door een onderzoeksteam van de KU Leuven in opdracht van het Departement CJM. Begin 2022 sloot de minister van Media een nieuwe meerjarige subsidieovereenkomst af met Mediawijs voor de periode 2022-2025. Net als het Fonds Pascal Decroos (zie punt 1.2.4) valt Mediawijs vanaf 2023 onder de speciale regeling voor organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid (zie artikel 2 van het programmadecreet 2023 en het uitvoeringsbesluit van 1 maart 2024).

Het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA – [www.nieuwsarchief.be](http://www.nieuwsarchief.be)) archiveert sinds 2003 alle nieuwsuitzendingen van 19 uur op VRT 1 en VTM op digitale wijze. Alle nieuwsuitzendingen worden ook gecodeerd: de nieuwsitems worden in detail bekeken en geanalyseerd aan de hand van verschillende variabelen. Het ENA houdt ook een krantenarchief bij. Een eerste doel van het ENA is nieuwsinhouden te analyseren en te rapporteren aan de Vlaamse minister van Media. Een tweede doel is de data ter beschikking te stellen van de ruimere wetenschappelijke gemeenschap.

In functie van de nieuw afgesloten beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT (BHO VRT), werden in 2021 de taken van het ENA verder uitgebreid. Zo worden voortaan ook de duidingsprogramma's van de VRT manueel gecodeerd. Deze resultaten worden meegenomen in de neutraliteitsmeting van de nieuws- en duidingsprogramma's van de VRT die gedurende de duur van de BHO VRT uitgevoerd zal worden door de VRM.

#### 4.4.5 Rapportering over netneutraliteit

Netneutraliteit werd al beschreven onder restricties bij 4.1.4 Netneutraliteit. Een deel valt echter onder transparantie. Regulators kregen immers de verplichting om jaarlijks te rapporteren over het monitoren van de netneutraliteit, om jaarlijks verslagen te publiceren over hun toezicht op de Verordening (EU) 2015/2120 van 25 november 2015 tot vaststelling van maatregelen betreffende open-internettoegang en tot wijziging van Richtlijn 2002/22/EG inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische communicatienetwerken en -diensten en Verordening (EU) nr. 531/2012 betreffende roaming op openbare mobiele communicatienetwerken binnen de Unie (= netneutraliteit).

Omdat de netneutraliteit zowel aspecten van telecom als media bevat, voert het Belgisch Instituut voor Post en Telecommunicatie (BIPT) haar toezichthoudende functie uit in samenwerking met de toezichthouders van de audiovisuele media (CSA, Medienrat en VRM). Het BIPT heeft in 2024 het Belgische jaarlijks rapport over

netneutraliteit ingediend bij de Europese Commissie en BEREC en op haar website gepubliceerd<sup>655</sup>. Dit rapport werd vooraf besproken binnen het samenwerkingsakkoord en ook beschikbaar gesteld op de websites van de Gemeenschapsregulatoren, waaronder de VRM.

Enkele hoofdpunten van dit rapport zijn:

- Er zijn geen gevallen van ontoelaatbare blokkeringen van diensten of applicaties in het netwerk vastgesteld.
- Vanaf 1 november 2024, zullen eindklanten hun eigen modem kunnen gebruiken.
- Er was één klacht over gebrekkige internetconnectiviteit.

Globaal genomen meent het BIPT dat er geen grote redenen tot bezorgdheid zijn in België op het vlak van open-internettoegang.

#### 4.4.6 Europese initiatieven omtrent media

Op het niveau van de Europese Unie zijn er verschillende instrumenten en initiatieven met een impact op de mediaspelers. Die worden hier gegroepeerd, alhoewel dat de eerste twee over de DSA/DMA en de EMFA, eerder onder regulering thuishoren.

##### 4.4.6.1 DSA/DMA

De DSA van 19 oktober 2022 is sinds 17 februari 2024 volledig van toepassing.

De DSA heeft betrekking op (omgaan met) 'illegale inhoud' online en heeft als doel gemeenschappelijke maar op maat gemaakte (naar gelang de grootte van een bedrijf) verplichtingen en verantwoordingsregels op te leggen voor aanbieders van tussenhandeldiensten, waaronder aanbieders van netwerkinfrastructuur (zoals internettoegangs-aanbieders), aanbieders van hostingdiensten, en met name onlineplatforms (d.w.z. onlinemarktplaatsen en socialemediaplatforms) voor de inhoud die door hun gebruikers wordt aangeboden. Daartoe behoren ook transparantie- en rapportageverplichtingen, onder meer over inhoudsmoderatie en aanbevelingssystemen.

Specifieke aanvullende verplichtingen (met exclusief toezicht door de Europese Commissie) zijn van toepassing op zeer grote online platforms en zoekmachines die maandelijks ten minste 45 miljoen actieve gebruikers in de EU hebben. Zij dienen met name minstens jaarlijks een beoordeling te doen van 'systeemrisico's' die voortvloeien uit hun dienst, waaronder ook (mogelijke) negatieve effecten op de vrijheid en pluriformiteit van de media.<sup>656</sup>

De regels zijn ook van toepassing op niet in de EU gevestigde dienstverleners die diensten verlenen aan EU-burgers.

De DSA bevat uitgebreide toezicht- en handhavingsregels met de mogelijkheid om boetes op te leggen tot 6% van de wereldwijde jaaromzet van platforms.

De DMA van 14 september 2022 is van toepassing vanaf 2 mei 2023.

De DMA beoogt een aanvulling te vormen op de bestaande EU en nationale mededingingsregels (die in hoofdzaak voorzien in 'ex post' optreden) door 'ex ante' verschillende verplichtingen op te leggen aan hele grote en/of belangrijke online platforms. De DMA is alleen van toepassing op ondernemingen die als 'poortwachters' worden aangemerkt. Dat zijn bedrijven die een bijzonder vooraanstaande rol spelen op de interne markt vanwege hun omvang en hun belang als toegangspoort voor zakelijke gebruikers om hun klanten te bereiken. Voorwaarde is dat deze ondernemingen als poortwachter worden aangemerkt voor ten minste één van de zogenaamde 10 'kernplatformdiensten'. De DMA bevat een reeks verplichtingen die

<sup>655</sup> BIPT, "Jaarlijks verslag betreffende het toezicht op netneutraliteit in België", <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/mededeling-over-het-verslag-over-het-toezicht-op-netneutraliteit-in-belgie-periode-1-mei-2023-30-april-2024>, 28 juni 2024.

<sup>656</sup> Zie artikel 34, § 1, tweede lid, b), van de Digitaalmediadienstverordening.

poortwachters in hun dagelijkse activiteiten moeten toepassen, en verbodsbepalingen om eerlijke en open digitale markten te waarborgen. De Europese Commissie is de toezichthouder, maar kan hulp inroepen van nationale bevoegde autoriteiten (met name mededingingsautoriteiten).

Zowel de DSA als de DMA zijn verordeningen, wat inhoudt dat ze rechtstreeks toepasselijk zijn in de rechtsorde van de lidstaten zonder dat omzetting nodig is, al vereisen sommige bepalingen wel degelijk een uitvoering in nationaal recht. Dit is met name het geval voor het toezicht op en de handhaving van de DSA in de lidstaten. De lidstaten moeten daarvoor een Digitale Diensten Coördinator (DDC) aanduiden (die binnen de lidstaat moet samenwerken met andere bevoegde autoriteiten of toezichthouders). In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT fungeert als de Belgische DDC. Autoriteiten certificeren geschillenbeslechtsorganen, wijzen 'betrouwbare flaggers' aan en erkennen onderzoekers voor toegang tot platformgegevens. Gebruikers kunnen klachten indienen bij de coördinator over schendingen van de DSA.

#### **4.4.6.2 EMFA**

De Europese verordening mediavrijheid (European Media Freedom Act of EMFA) zorgt voor een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten in de interne markt om het pluralisme in de media en de onafhankelijkheid van mediadiensten te beschermen.

Na stemming door het Europees Parlement op 13 maart 2024 en goedkeuring door de Raad van de Europese Unie op 26 maart 2024, werd op 11 april 2024 de tekst officieel ondertekend. Op 17 april 2024 verscheen de EMFA reeds in het Publicatieblad van de Europese Unie. De tekst treedt in werking op 7 mei 2024, en zal (grotendeels) toegepast worden vanaf 8 augustus 2025.

In grote lijnen beschermt de nieuwe regelgeving in de EMFA 'mediadiensten'<sup>657</sup> (tv-, pers-, radio-, video- of audiostreamingdiensten: dus ruimer dan audiovisuele mediadiensten en ook audio en pers omvattend) tegen inmenging van hun eigenaren, overheden, en tegen ongerechtvaardigde moderatie door zeer grote onlineplatforms (VLOP's<sup>658</sup>, zoals gedefinieerd in de Digitaalmediadienstenverordening - DSA). De EMFA introduceert ook nieuwe rechten voor gebruikers om pluralistische en onafhankelijke media te ontvangen.

Bovendien richt de EMFA ook een Europese Raad voor Mediadiensten ('European Board for Media Services') op, die een belangrijke rol zal spelen bij de toepassing van de EMFA (en de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten - AVMD) en in de plaats zal komen van de bestaande samenwerking tussen de Europese mediaregulatoren in ERGA (dat bijgevolg zal worden opgeheven). Deze bepalingen worden al eerder, negen maanden na de datum van inwerkingtreding van de EMFA, van toepassing.

#### **4.4.6.3 Media Pluralisme Monitor**

De Media Pluralisme Monitor (MPM) is een instrument dat ontwikkeld is om de risico's voor mediapluralisme in een bepaald land te beoordelen. Voorafgaand aan de implementatie in 2024 is de tool geïmplementeerd in 2023, 2022, 2021, 2020, 2017 en 2016, en getest in het kader van twee proefprojecten die in 2014 en 2015 door de Europese Unie werden medegefinancierd. Deze twee proefimplementaties bouwden voort op het prototype van de MPM dat werd ontworpen in de 2009 Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach, uitgevoerd door KU Leuven, JIBS, CEU, Ernst & Young en een team van nationale experts.

Het MPM-project wordt medegefinancierd door de Europese Unie.

#### **4.4.6.4 Media-eigendomsmonitor**

<sup>657</sup> Een dienst zoals gedefinieerd in de artikelen 56 en 57 VWEU, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat in het op enigerlei wijze ter informatie, vermaak of educatie leveren van programma's of perspublicaties aan het grote publiek onder de redactionele verantwoordelijkheid van een aanbieder van mediadiensten.

<sup>658</sup> Enkele voorbeelden: Amazon Store, App Store, Pornhub, YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, X, Wikipedia, Zalando, ... <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>.

De Euromedia Ownership Monitor maakt deel uit van het Europese actieplan voor democratie, dat de Europese Commissie in december 2020 heeft gepresenteerd. Dit actieplan is bedoeld om burgers mondiger en democratieën in de EU weerbaarder te maken. Als onderdeel van dit plan verwacht de Commissie de transparantie qua eigendom en controle van de leidende nieuwsmedia te vergroten. De Euromedia Ownership Monitor is een proefproject om deze doelstelling te helpen verwezenlijken:

- Het biedt een database en visualisatie van de verschillende mediaconcerns en hun achterliggende eigendomsstructuren en evalueert de transparantie van die verhoudingen, zowel naar de burgers door middel van toegankelijke bronnen, als naar de regulatoren.
- Daarnaast wordt er ook een context geboden voor dit bronnenmateriaal in de vorm van landenrapporten.
- Een derde onderdeel van de monitor is een educatieve tool gericht op 16- tot 18-jarigen die het bewustzijn van het belang van transparantie rond media-eigendom en de eventuele gevolgen voor media-inhoud duidelijk maakt.

#### **4.4.7 Actie tegen desinformatie**

De afgelopen jaren is er veel aandacht besteed aan 'desinformatie' en 'hate speech'. De Europese Commissie omschrijft desinformatie als misleidende informatie die wordt verspreid om winst te maken of de publieke opinie te beïnvloeden. Hate speech omvat aanvallen op groepen of personen op basis van kenmerken zoals ras, religie of geslacht. Beide termen bevinden zich vaak in een juridisch grijze zone, wat aanpak complex maakt. Uit het jaarlijkse Digital News Report blijkt dat Vlaanderen rond 2020 zijn eerste digitale desinformatiegolf meemaakte, vooral over COVID-19. Jongeren worden vaker geconfronteerd met desinformatie door hun hogere gebruik van sociale media.

Op Europees niveau werkt het European Digital Media Observatory (EDMO) samen met factcheckers en mediadeskundigen om desinformatie te analyseren en aan te pakken. Vlaanderen wordt gevat door 2 nationale EDMO hubs: EDMO Belux en BENEDMO. De 'strengthened Code of Practice on Disinformation' en de Digital Services Act (DSA) bevatten nieuwe maatregelen om online desinformatie te bestrijden. In december 2023 werd de mededeling 'No place for hate: a Europe united against hatred' aangenomen om haat in al zijn vormen te bestrijden.

Het Antwerpse bedrijf Textgain leidt het European Observatory of Online Hate (EOOH) om online haatspraak en desinformatie te onderzoeken. Op Vlaams niveau lanceerde minister Benjamin Dalle in 2022 een projectoproep om desinformatie aan te pakken, waarbij vijf projecten werden geselecteerd die samen drie miljoen euro ontvingen.

#### **4.4.8 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen**

##### **4.4.8.1 Meer samenwerking tussen beleidsniveaus**

De VRM, de FOD Economie en de Belgische Mededingingsautoriteit zijn verschillende instanties die beleidsinformatie verzamelen over media. Op dit moment bestaat er slechts een zeer beperkte samenwerking tussen de verschillende beleidsniveaus doordat zij gebonden zijn aan strikte regels m.b.t. het uitwisselen van informatie.

Bovendien beveelt het Committee of experts on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership (MSI-MED) aan om procedures vast te leggen die transacties voorkomen die mediapluralisme kunnen verminderen. Dergelijke procedures moeten eisen dat media-eigenaars de regulator op de hoogte brengen bij een mogelijke fusie of overname van mediabedrijven wanneer bepaalde eigendoms- of controledrempels, zoals uiteengezet in wetgeving, worden overschreden. De EMFA verplicht EU-lidstaten ook om in hun nationale wetgeving materiële en procedurele regels op te nemen ter beoordeling van concentraties op de mediamarkt die van aanzienlijke invloed zouden kunnen zijn op de pluriformiteit van de media en op de redactionele onafhankelijkheid.

Ook met de Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) zijn er bepaalde bevoegdheidsraakvlakken, wat betreft het





beschermen van de gegevens van Vlaamse mediaconsumenten.

In juli 2020 is in het Verenigd Koninkrijk het Digital Regulation Cooperation Forum (DRCF) gelanceerd. Dit forum, dat de mededingingsautoriteit (CMA), de geconvergeerde media- en telecomtoezichthouder (Ofcom) en de gegevensbeschermingsautoriteit (ICO) bijeenbrengt, heeft tot doel de samenwerking en coördinatie tussen deze drie autoriteiten te ondersteunen en coherente, geïnformeerde en responsieve regulering van de Britse digitale economie tot stand te brengen en tegelijkertijd de wereldwijde impact en positie van het Verenigd Koninkrijk te versterken. De drie autoriteiten bundelen de krachten om hun vaardigheden en expertise met betrekking tot het online landschap te verbeteren om zo de beleidsvorming beter te informeren. Voorts wil men anticiperen op veranderingen, innovatie bevorderen en tegelijkertijd de internationale samenwerking versterken.

In 2021 gingen in Nederland de Autoriteit Consument & Markt, de Autoriteit Persoonsgegevens, de Autoriteit Financiële Markten en het Commissariaat voor de Media intensiever samenwerken om zo het toezicht op digitale activiteiten te versterken. Ze starten daarvoor het Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders (SDT). Binnen SDT wisselen de regulatoren kennis en ervaring uit op gebieden als kunstmatige intelligentie, algoritmen, gegevensverwerking, online design, personalisatie, manipulatie en misleidende praktijken. Ze investeren gezamenlijk in kennis, expertise en skills en gaan na waar zij elkaars werk in handhavingprocedures kunnen versterken, bijvoorbeeld door gezamenlijk digitale marktproblemen aan te pakken.

Onder andere in het kader van de nieuwe Europese verordeningen DSA, DMA en EMFA zijn dergelijke samenwerkingen essentieel omdat er in de digitale sfeer immers niet meer onder silo's van bevoegdheden gewerkt kan worden en dit een impact kan hebben op verschillende materies. De SDT in Nederland kreeg onlangs zelfs een DSA kamer voor het afstemmen van toezicht op online platforms.

Het is aangewezen om decretaal te verduidelijken dat de VRM informatie kan uitwisselen met andere bevoegde instanties, zoals onder meer bepaald in de nieuwe Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Daarom beveelt de VRM aan om de samenwerkingsmogelijkheden via regelgeving verder uit te breiden om een grotere transparantie m.b.t. beleidsinformatie te bekomen. Alvast zeker met het BIPT, de mediaregulatoren, de BMA en de gegevensbeschermingsautoriteit.

#### **4.4.8.2 Onderzoek naar diversiteit van media-inhoud stimuleren**

Het Steunpunt Media voerde voor de periode 2012-2016 beleidsrelevant onderzoek uit voor de Vlaamse overheid. Het voerde o.a. een longitudinaal onderzoek naar de gelijkenis van het nieuws in de Vlaamse kranten (1983-2013). Dergelijk onderzoek is belangrijk om diversiteit van de inhoud in de Vlaamse media te kunnen inschatten. Vandaag de dag volstaat het echter niet om enkel de inhoud van de Vlaamse kranten met elkaar te vergelijken. Vlaamse nieuwsmedia hebben ook apps en websites waar bepaalde content op te zien valt.

In het kader van het Diamondproject<sup>659</sup> werd onderzocht wat de impact was van mediafusies op diversiteit, toegespitst op Mediahuis. De conclusie was dat dit geleid had tot meer nieuwshomogeniteit en dat het delen van nieuwscontent een dagelijkse routine is geworden voor journalisten. Ook bleek dat er bij de kwaliteitskrant (De Standaard) en politiek nieuws meer diversiteit gekomen was. De onderzoeksgroepen imec-SMIT en Desire van de VUB deden eveneens onderzoek naar mediaconcentratie en zijn impact op de journalistiek in Vlaanderen en naar zelfpromotie.

Het beleid zou kunnen beslissen dat er extra middelen besteed worden aan een structurele verderzetting van een of meerdere onderzoeken. Mediapluralisme is een vlag die vele ladingen dekt, dus moet duidelijk afgebakend worden welke verschillende deelaspecten van het begrip mediapluralisme bijkomend bestudeerd moeten worden.

#### **4.4.8.3 Transparantie vanwege niet-lineaire omroeporganisaties**

Het is vaak onduidelijk op basis van welke parameters niet-lineaire omroeporganisaties hun content

<sup>659</sup> Zie: <https://soc.kuleuven.be/fsw/diamond>



rangschikken of hoe hun aanbevelingssystemen juist functioneren.

Indien het beleid hieromtrent meer transparantie belangrijk vindt, zou het niet-lineaire omroeporganisaties kunnen verplichten om bepaalde informatie over het rangschikken van content en hun aanbevelingssystemen publiek beschikbaar te stellen. O.a. in Duitsland werden al gelijkaardige regels ingevoerd.

## 4.5 ORGANISATORISCHE MAATREGELEN

Om diversiteit te promoten kan de overheid overgaan tot het organiseren van evenementen en het oprichten van regelgevende instanties. Dit wordt gezien als een 'actieve' methode om de bovenstaande transparantiemaatregelen te stimuleren.

In België bestaan er verschillende organisaties die een rol kunnen spelen in het promoten van diversiteit. Op regionaal niveau zijn dit bijvoorbeeld de VRM voor de Vlaamse Gemeenschap, CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) voor de Franse Gemeenschap en Medienrat voor de Duitstalige Gemeenschap. Op federaal niveau is dit het BIPT (Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie) en de Belgische Mededingingsautoriteit.

Door de vergaande verstrengeling van de bevoegdheden inzake omroep en telecommunicatie, is met betrekking tot de toepassing van de regelgeving een pragmatische en werkzame vorm van samenwerking noodzakelijk tussen de regulerende instanties. Er werd dan ook een samenwerkingsakkoord gesloten tussen het federale niveau en de gemeenschappen.

### 4.5.1 Oprichting VRM

De VRM is de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media. In het belang van Vlaamse kijkers en luisteraars ziet hij erop toe dat de mediaregelgeving beschreven in het Mediadecreet en de uitvoeringsbesluiten in Vlaanderen nageleefd wordt. De VRM komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving.

Voorts waakt hij specifiek over de bescherming van minderjarigen en over onpartijdigheid op de Vlaamse radio en tv. De VRM beheert ook de toekenning van zendvergunningen aan Vlaamse audio(visuele) media.

De VRM werd bovendien ook als bevoegde autoriteit aangeduid, in de zin van artikel 49 van de Digitaal dienstenverordening (DSA), voor handhaving en toezicht op Vlaamse 'tussenhandeldiensten die betrekking hebben op omroepactiviteiten'.<sup>660</sup>

De VRM werd opgericht door de Vlaamse overheid bij decreet van 16 december 2005 (B.S. 30/12/2005). Hij nam de taken over van het voormalige Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM), de Vlaamse Kijk- en Luisterraad en de Vlaamse Geschillenraad voor Radio en Televisie. Met de oprichting van de VRM werd ervoor gezorgd dat het toezicht op de Vlaamse audiovisuele media door slechts één autonome instantie gebeurt.

De missie van de organisatie is omschreven in artikel 218, § 1, van het Mediadecreet: '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 media-erkenningen en -vergunningen, overeenkomstig de regelgeving.'

De Vlaamse Regulator voor de Media behoort tot het beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse overheid. De VRM is een publiekrechtelijk vormgegeven extern verzelfstandigd agentschap met rechtspersoonlijkheid (EVA).

Het bestuursorgaan, nl. de raad van bestuur, is bevoegd om alle handelingen te stellen die noodzakelijk zijn

<sup>660</sup> Belgisch Staatsblad, "Decreet van 26 januari 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie tot gedeeltelijke uitvoering van de digitaal dienstenverordening", 6 februari 2024.

voor de verwezenlijking van het doel van het agentschap. De gedelegeerd bestuurder neemt het dagelijks bestuur van de VRM waar.

Binnen de organisatie van de VRM zetelen twee kamers, de algemene kamer en de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen. De administratie staat in voor de ondersteuning van het agentschap.

#### **4.5.2 Belgische en Europese Mededingingsautoriteit**

Sommige fusies, overnames en samenwerkingsverbanden tussen bedrijven zijn onderworpen aan een goedkeuring door de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA, vroegere Raad voor de Mededinging) of de Europese Commissie. Op welk bevoegdheidsniveau het dossier terecht zal komen, is afhankelijk van de grootte van de onderneming.

De BMA en de Europese Commissie zullen zich in ieder geval bij hun oordeel vooral laten leiden door een economische analyse van de markt en zullen kijken of er geen monopolievorming of misbruik van machtspositie kan ontstaan.

Andere overwegingen spelen uiteraard ook een rol, maar de economische analyse van de markt weegt zwaar door. In dit verband kan verwezen worden naar de concentratiezaak van Mediahuis nv (Beslissing nr. BMA-2013-C/C-03 van 25 oktober 2013). Uit de zaak blijkt bijvoorbeeld dat de BMA ook oog heeft voor de risico's die een transactie inhoudt voor de verschraving van de kwaliteit en van de inhoudelijke diversiteit (zie bv. § 693 e.v. van de beslissing). Eén van de voorwaarden voor het toelaten van de concentratie was dat Mediahuis nv alle bestaande krantentitels zou behouden met een voldoende uitgebouwde redactie van journalisten en/of correspondenten.

#### **4.5.3 Journalistenloket**

Om de sector van de geschreven pers te ondersteunen investeert de minister van Media jaarlijks in het Journalistenloket en het erkenningsplatform van de VVJ.

Het Journalistenloket is een online platform dat allerhande informatie ter beschikking stelt voor journalisten, zoals onder andere een vademecum voor freelancers, een helpdesk met persoonlijk eerstelijnsadvies, maar ook tips en tricks voor het professioneel uitvoeren van het beroep; de algemene verordening gegevensbescherming (AVG of GDPR) en de aansprakelijkheid van een journalist. Daarnaast biedt het Journalistenloket ook toegang tot het erkenningsplatform voor het statuut van beroepsjournalist.

De voorbije jaren zijn hierbij essentiële werkthema's bijgekomen die meer aandacht verdienen. Thema's zoals de invoering van nieuwe technologieën en artificiële intelligentie, het toenemende belang van data en de veiligheid van het journalistieke werk. De minister van Media heeft in 2023 ermee ingestemd om bovenop de jaarlijkse ondersteuning van het Journalistenloket en het erkenningsplatform, de VVJ extra te ondersteunen bij het opzetten van een Kenniscentrum, de VVJ Academy. De VVJ zal via haar kenniscentrum extra inzetten op kennisverzameling, studiewerk en expertise-ontwikkeling, Net als het Fonds Pascal Decroos (zie punt 1.2.4) en Mediawijs (zie punt 1.4.4) valt VVJ vanaf 2023 onder de speciale regeling voor organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid (zie artikel 2 van het programmadecreet 2023 en het uitvoeringsbesluit van 1 maart 2024).

#### **4.5.4 Ondersteuning bij deelname beurzen**

Vlaamse audiovisuele producties worden de laatste jaren steeds meer op buitenlandse zenders geprogrammeerd of via buitenlandse VOD-diensten aangeboden. De inkomsten die hieruit voortvloeien bieden meer ademruimte aan de producenten. Ook andere aanbieders van mediadiensten kunnen baat hebben bij het bekendmaken van hun producten op internationale fora.

Flanders Investment & Trade biedt steun en organiseert mogelijkheden waarvan bedrijven kunnen genieten bij

deelname aan fysieke, hybride of virtuele beurzen.

## 4.5.5 Uitbreidingsmogelijkheden

### 4.5.5.1 Mediapluralismetest

Artikel 22 van de EMFA bepaalt dat de lidstaten in hun nationale regelgeving materiële en procedurele regels moeten opnemen ter voorafgaande beoordeling van concentraties op de mediemarkt die van aanzienlijke invloed zouden kunnen zijn op de pluriformiteit van de media en op de redactionele onafhankelijkheid.

Deze beoordeling van concentraties op de mediemarkt staat evenwel los van de beoordelingen op grond van het mededingingsrecht (maar niettemin lijkt overleg of informatie-uitwisseling met de mededingingsautoriteit wenselijk). De Europese Commissie, bijgestaan door de Europese Raad voor Mediadiensten, zal richtsnoeren uitvaardigen met betrekking tot de beoordelingselementen.

Indien het waarschijnlijk is dat een concentratie op de mediemarkt gevolgen zal hebben voor de werking van de Europese interne markt voor mediadiensten, pleegt de betrokken nationale regulerende instantie of het betrokken nationale regulerende orgaan vooraf overleg met de Europese Raad voor Mediadiensten over zijn ontwerpbeoordeling of ontwerpadvies.

De lidstaten zullen in hun wetgeving dus moeten voorzien in procedures voor de voorafgaande beoordeling van mediamaarktfusies of -concentraties. Deze procedures moeten in overeenstemming zijn met de vereisten uit dit artikel. De VRM moet in ieder geval verantwoordelijk zijn voor de mediapluralismetest of hierbij substantieel betrokken zijn. Hoewel de beoordeling los staat van de beoordeling in het kader van het mededingingsrecht, zal toch in een vorm van samenwerking met de BMA voorzien moeten worden.

## 4.6 BESLUIT HOOFDSTUK 4

In dit hoofdstuk werden de verschillende mogelijkheden beschreven hoe de Vlaamse overheid ingrijpt om diversiteit en concurrentie in de mediasector te behouden en te stimuleren.

Ze werden beschreven volgens een bestaand schema dat een onderscheid maakt tussen restricties, tegengewicht, economische tussenkomst, transparantie en organisatorische maatregelen.

### 4.6.1 Bestaande maatregelen

In onderstaande figuur wordt weergegeven op welke segmenten van de verschillende waardeketens deze maatregelen invloed hebben.



Onder de categorie restricties werden maatregelen vermeld omtrent eigendomsrestricties, redactionele onafhankelijkheid, regulering en netneutraliteit.

Over het algemeen kan worden opgemerkt dat audiovisuele media aan meer restricties en tegengewichtmaatregelen onderhevig zijn dan gedrukte media en internet. In Vlaanderen kennen we vrij weinig eigendomsrestricties.

Vroeger waren er ook eigendomsrestricties ten aanzien van de regionale televisie-omroeporganisaties. Het aandeelhouderschap van een exploitatiemaatschappij mocht maar voor maximaal 25% plus één aandeel in handen zijn van één of meer regionale televisieomroeporganisaties. Bij decreet van 9 februari 2024 werd deze passage opgeheven.

In het Mediadecreet zijn wel waarborgen ingebouwd voor redactionele onafhankelijkheid. In de audiovisuele sector zijn er ook een aantal vormen van regulering. De marktregulering op grond van artikelen 190-192/15 van het Mediadecreet en de regeling rond de signaalintegriteit vallen binnen deze categorie.

In het kader van de signaalintegriteit bereikten de omroeporganisaties en dienstenverdelers in 2021 een akkoord voor een aangepast, uniform model voor tv-reclame waarbij er bepaalde niet-doorspoelbare reclame te zien is bij uitgesteld kijken, naar analogie met wat kijkers op online videoplatformen ervaren.

Daarnaast is er ook nog regelgeving omtrent netneutraliteit.

Diversiteit kan ook bewerkstelligd worden door tegengewicht te bieden.

In het Mediadecreet is er een regeling uitgewerkt omtrent de bevordering van Europese en onafhankelijke producties om diversiteit te waarborgen in het televisieaanbod.

Must-carryverplichtingen en een evenementenregeling zijn manieren om toegang te garanderen tot bepaalde content.

Op 3 mei 2024 heeft de Vlaamse Regering, na advies van de VRM, de netwerken, die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om omroepprogramma's te ontvangen vastgelegd. Deze netwerken worden ten minste om de vijf jaar, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, vastgelegd door de Vlaamse Regering.

De openbare omroeporganisatie VRT engageert zich in haar beheersovereenkomst om een aantal normen qua diversiteit na te leven. In het kader van de beheersovereenkomst 2021-2025 is meer bepaald een KPI omschreven met betrekking tot de onpartijdigheid van VRT: 'KPI 21. De VRT zal de nodige medewerking verlenen wat betreft de monitoring van haar onpartijdigheid.' De VRM liet in dit kader een studie uitvoeren met betrekking tot de analyse van de onpartijdigheid van het VRT-informatieaanbod in 2022.

Het Fonds Pascal Decroos werd opgericht om journalisten de kans te geven bepaalde stukken te realiseren.

De toegang tot audiovisuele media voor personen met een handicap is de voorbije jaren op Europees vlak geconcretiseerd via twee richtlijnen: de Richtlijn AVMD en de Toegankelijkheidsrichtlijn.

De Vlaamse overheid komt via een aantal acties economisch tussenbeide teneinde de diversiteit van het media-aanbod te bevorderen.

Zo zijn er de steunmaatregelen aan de regionale televisieomroeporganisaties, stimuleringsregeling van de audiovisuele sector en Screen Flanders.

In 2024 sloot de Vlaamse Regering een nieuwe samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse regionale televisieomroeporganisaties en NORTV. Deze overeenkomst loopt tot 2028. De regionale





televisieomroeporganisaties krijgen een structurele subsidie in ruil voor verschillende engagementen. Bij decreet van 1 maart 2024 werd een nieuwe eengemaakte stimuleringsregeling voor de Vlaamse audiovisuele productiesector uitgewerkt.<sup>661</sup> De bestaande investeringsverplichting voor particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers werden geactualiseerd, op elkaar afgestemd en aangevuld met een bijdrageverplichting voor aanbieders van videoplatformdiensten.

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw aansluitend besluit goed met de regels, de voorwaarden en de procedure voor deelname aan de productie van audiovisuele werken (zij het in de vorm van een rechtstreekse financiële bijdrage aan de productie van audiovisuele werken of in de vorm van een gelijkwaardige financiële bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds) en voor de vrijstellingen van deze bijdrage.<sup>662</sup>

De nieuwe investeringsverplichting treedt grotendeels in werking op 1 januari 2025. In 2027 zal de Vlaamse Regering de regeling evalueren en eventueel voorstellen tot herziening formuleren.

Naast de Vlaamse maatregelen zijn er ook een aantal federale economische maatregelen genomen ten behoeve van de aanbieders van mediaproducten: het Tax Sheltersysteem voor audiovisuele producties, de overheidssteun voor de krantenbedeling en een gunstige BTW-regeling voor zowel digitale als papieren kranten.

Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een krantencontract tussen de Belgische Staat en Bpost in werking. Dit gebeurde na een aanbestedingsprocedure. Door allerlei malversaties ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. De huidige concessie werd nog een laatste keer verlengd tot 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 trad een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

De Vlaamse Regering trekt ook 35 miljoen euro uit voor het digitaal transformatieprogramma voor Vlaamse de mediasector. Met dat plan wil de regering de Vlaamse mediasector stimuleren om extra in te zetten op digitalisering. Op die manier kunnen de mediaspelers beter inspelen op het veranderende mediagebruik en op de steeds sterkere internationale concurrentie.

Door een aantal transparantiemaatregelen die de Vlaamse overheid voorzien heeft wordt inzicht gegeven in de problematiek van de mediaconcentratie en aandacht voor diversiteit.

De aanmaak van dit eigenste mediaconcentratierapport, het toezicht op de naleving van de beheersovereenkomst van de VRT en het toezicht op de erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen zijn een aantal opdrachten die de VRM kreeg met de bedoeling om de diversiteit te bevorderen door beter inzicht in de achterliggende structuren te bieden.

Artikel 6 van de EMFA verplicht aanbieders van mediadiensten om actuele informatie, met name wat eigenaars betreft, gemakkelijk toegankelijk te maken voor mediagebruikers. De lidstaten dienen hun nationale regulerende instanties of organen (i.e. mediaregulatoren) of andere bevoegde instanties of organen te belasten met de ontwikkeling van nationale databanken voor media-eigendom.

Hoogstwaarschijnlijk zal er aan de VRM daarom een bijkomende taak moeten worden toegeschreven, voor wat betreft het opstellen van een nationale databank voor media-eigendom. De informatie die in deze databank moet zitten, is uitgebreider dan de informatie die momenteel ter beschikking wordt gesteld via het mediaconcentratierapport.

Aangezien er vier 'nationale regulerende instanties' of mediaregulatoren zijn in België, is het voor het opstellen van deze databank voor media-eigendom wenselijk dat wordt voorzien in een vorm van onderlinge samenwerking. De nationale regulerende instanties zullen voor het opstellen van de databank zowel

661 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

662 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 26 april 2024 van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 12 juli 2024.



geschreven pers als audiovisuele media ('radio en tv' moeten in acht nemen, dit omdat ze wat media-eigendom betreft door elkaar lopen.

In de academische wereld worden tal van initiatieven rond mediadiversiteit genomen en er zijn ook acties tegen desinformatie. De aanpak van dit probleem werd urgenter naar aanleiding van valse of misleidende informatie omtrent COVID-19. Dit speelt ook zeer sterk op Europees vlak.

Daarnaast zijn er initiatieven zoals het Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs.

Ook de Europese Commissie ontwikkelt verschillende initiatieven met betrekking tot de mediasector, zoals de DSA en DMA, de EMFA, de Media Pluralism Monitor en de Media Ownership Monitor.

De DSA van 19 oktober 2022 is sinds 17 februari 2024 volledig van toepassing. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT fungeert als de Belgische DDC. Autoriteiten certificeren geschillenbeslechtsorganen, wijzen 'betrouwbare flaggers' aan en erkennen onderzoekers voor toegang tot platformgegevens. Gebruikers kunnen klachten indienen bij de coördinator over schendingen van de DSA.

De rapportering die in het kader van de Europese verordening i.v.m. netneutraliteit gemaakt wordt, wordt jaarlijks gepubliceerd.

Ten slotte zijn er een aantal organisatorische maatregelen die getroffen werden, zoals de oprichting van de VRM, het bestaan van de Belgische en Europese mededingingsinstanties, het Journalistenloket en bepaalde ondersteuning bij deelname aan beurzen.

#### 4.6.2 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

In dit hoofdstuk werden een aantal voorstellen geformuleerd om in de toekomst nog beter naar de diversiteit van het Vlaamse medialandschap toe te werken. Sommige van deze voorstellen waren reeds in eerdere rapporten vermeld. Een aantal voorstellen kregen extra aandacht door middel van arcering en werden opgenomen als beleidsaanbeveling.

Met deze voorstellen wordt geanticipeerd op een mogelijk gevaar voor de concentratie en/of diversiteit binnen de Vlaamse mediasector. Ze kunnen verder uitgewerkt worden wanneer het beleid effectief van oordeel is dat er actie vereist is. Met de EMFA zullen in ieder geval een aantal nieuwe maatregelen van kracht worden ter bescherming van de vrijheid en de pluriformiteit van de media, met name over: de besteding van overheidsmiddelen voor overheidsreclame, publiekmeting, waarborgen voor aanbieders van publieke mediadiensten, databanken voor media-eigendom, mediadiensten op zeer grote onlineplatforms, configuraties van gebruikersinterfaces en mediafusies.

Onder de categorie restricties werden mogelijke maatregelen vermeld omtrent gatekeepers en mogelijke restricties omtrent het aantal DAB+-zenders.

De VRM brengt het begrip prominence onder de aandacht. Er werd hieromtrent ook een bepaling vanwege de Richtlijn AVMD omgezet in artikel 155/1 van het Mediadecreet. Het beleid zou dus bepaalde maatregelen kunnen nemen om passende aandacht te waarborgen voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang.

In dit kader introduceert de Europese verordening mediavrijheid (beter gekend onder de Engelse benaming European Media Freedom Act, hierna EMFA) een recht op aanpassing van het media-aanbod. Artikel 20 legt het recht van gebruikers vast om de configuratie, met inbegrip van de standaardinstellingen, van een apparaat of gebruikersinterface eenvoudig te wijzigen teneinde het media-aanbod aan te passen aan hun interesses of voorkeuren. Dit recht mag echter geen afbreuk doen aan de bepalingen die reeds zijn genomen of in de toekomst zullen worden genomen teneinde te voorzien in prominentie en ter bescherming van de signaalintegriteit.



Deze regel treedt wel pas in werking op 8 mei 2027.

Als vorm van tegengewicht blijft, indien het nodig geacht wordt om tv-omroepen beschikbaar te stellen aan dienstenverdelers, de piste van de must-offerverplichtingen een mogelijke remedie. Tijdens de voorbereiding van zijn advies aan de Vlaamse regering rond de Must carry-verplichting ervoer de VRM dat door technologische evoluties het bestaande wettelijke kader ondertussen enigszins gedateerd is, en de huidige marktsituatie niet meer voor 100% dekt. Een actualisatie van de regelgeving zou de adviesverlening door de VRM kunnen vergemakkelijken.

De VRM signaleert de kwestie dat laster en eerroof als strafbare feiten gezien worden als een risico voor de vrije meningsuiting, zeker ingeval de afschaffing van het assisenhof op tafel komt. Ook de AVBB waarschuwde de minister van Justitie in een brief van 19 mei 2021 voor de gevolgen van zulke beslissing.

Hoewel België een grondwettelijke bescherming van de pers en van de meningsuiting heeft, is het ook het onderwerp geweest van – onopgeloste – waarschuwingen van het Europese Hof voor de Rechten van de Mens voor het ontbreken van een duidelijk wettelijk kader van a priori beperkingen. Een kwestie die vandaag de dag nog steeds niet is opgelost. Er was een recente zaak omtrent een politicus, waarbij media geen informatie mochten verspreiden uit stukken van het strafonderzoek. Volgens de Media Pluralism Monitor over België<sup>663</sup> kan dit beschouwd worden als een risico voor mediapluralisme.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

Anti-SLAPP wetgeving zou de vrije meningsuiting van de journalist kunnen vrijwaren. Op Europees niveau werd al een anti-SLAPP-pakket uitgewerkt, dat zowel regelgevende als andere maatregelen inhoudt.

Het media-ecosysteem is de laatste jaren ingrijpend veranderd en zodoende zou het niet onverstandig zijn om zowel het evenementenbesluit als bepaalde elementen inzake het recht op vrije informatiegaring aan een evaluatie te onderwerpen.

Qua economische tussenkomst springt voornamelijk de precaire situatie van de lokale journalistiek in het oog.

De VRM, FOD Economie en de Belgische Mededingingsautoriteit verzamelen beleidsinformatie over media, maar werken beperkt samen door strikte regels.

Onder andere in het kader van de nieuwe Europese verordeningen DSA en DMA zijn dergelijke samenwerkingen essentieel omdat er in de digitale sfeer immers niet meer onder silo's van bevoegdheden gewerkt kan worden en dit een impact kan hebben op verschillende materies.

Er moeten daarom samenwerkingsmogelijkheden uitgewerkt worden.

Het is aangewezen om decretaal te verduidelijken dat de VRM informatie kan uitwisselen met andere bevoegde instanties, zoals onder meer bepaald in de nieuwe Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Daarom beveelt de VRM aan om de samenwerkingsmogelijkheden via regelgeving verder uit te breiden om een grotere transparantie m.b.t. beleidsinformatie te bekomen. Alvast zeker met het BIPT, de mediaregulators, de BMA en de gegevensbeschermingsautoriteit.

Om versnippering van kennis tegen te gaan (bv. waarbij elke betrokken regulator één specialist aanwerft), kan het nuttig zijn om een apart expertisecentrum op het gebied van datawetenschap op te richten waarbij kennis wordt gebundeld en een groot aantal dataspecialisten werkzaam zijn. Dit kan een manier zijn om de informatie-assymetrie tussen de toezichhouders en de platforms te verkleinen. Instanties bevoegd voor toezicht op online platforms zouden dan beroep kunnen doen op de kennis van dit expertisecentrum.

663 Valcke, P., & Wauters, E. (2024). Media Pluralism Monitor 2023- Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Het beleid zou ook kunnen beslissen dat er extra middelen besteed worden aan een structurele verderzetting van een of meerdere onderzoeken. Mediapluralisme is een vlag die vele ladingen dekt, dus moet duidelijk afgebakend worden welke verschillende deelaspecten van het begrip mediapluralisme bijkomend bestudeerd moeten worden.

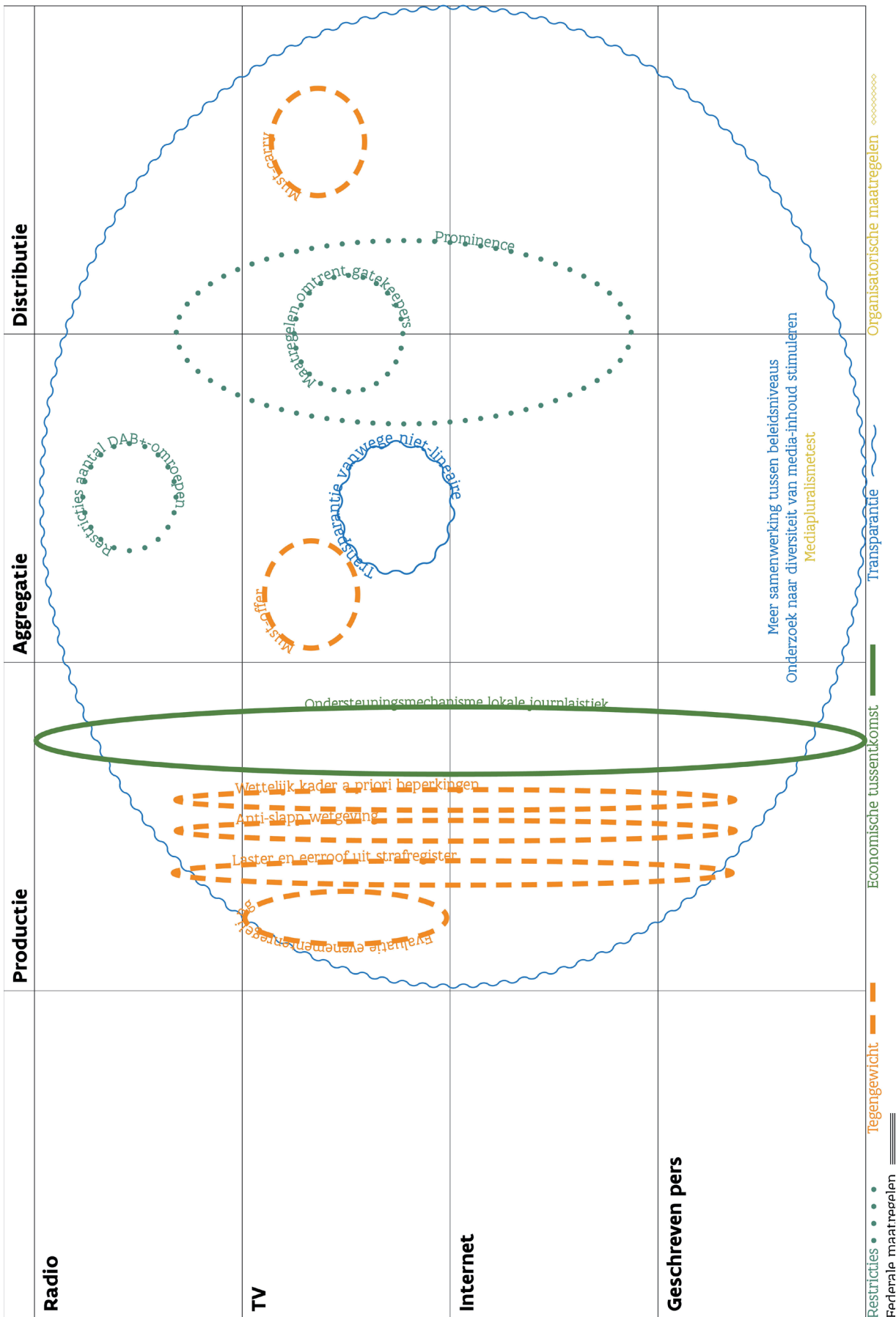
Het is vaak onduidelijk op basis van welke parameters niet-lineaire omroeporganisaties hun content rangschikken of hoe hun aanbevelingssystemen juist functioneren.

Indien het beleid hieromtrent meer transparantie belangrijk vindt, zou het niet-lineaire omroeporganisaties kunnen verplichten om bepaalde informatie publiek beschikbaar te stellen om de vrijheid van meningsuiting te garanderen. O.a. in Duitsland werden al gelijkaardige regels ingevoerd.

Artikel 22 van de EMFA vereist dat lidstaten regels opnemen voor de beoordeling van mediamarktconcentraties die de mediapluriformiteit en redactionele onafhankelijkheid kunnen beïnvloeden. De Europese Commissie en de Europese Raad voor Mediadiensten zullen richtsnoeren geven voor deze beoordelingen. Nationale regelgevende instanties moeten vooraf overleg plegen met de Europese Raad voor Mediadiensten bij mogelijke gevolgen voor de interne markt. De VRM moet verantwoordelijk zijn voor de mediapluralismetest en samenwerken met de BMA.

Naar analogie met Figuur 94: Situering beleidsmaatregelen in de mediawaardeketens wordt weergegeven op welke elementen van de mediawaardeketens de uitbreidingsmogelijkheden impact zouden hebben.





Figuur 95: Situering uitbreidingsmogelijkheden in de mediawaardeketens

# Hoofdstuk 5

## Algemeen besluit

**Algemeen  
besluit**





////////////////////////////////////



## 5. ALGEMEEN BESLUIT

Tot het besluit van dit mediaconcentratierapport zullen de voornaamste bevindingen van de voorgaande hoofdstukken vermeld worden.

### 5.1 De Vlaamse mediasector

In het eerste hoofdstuk werd de Vlaamse mediasector afgebakend door na te gaan welke spelers in welke mediasegmenten actief zijn.

Wat **radio** betreft, nam de VAR, de reclameregie van de Vlaamse publieke omroep, de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze uitbreiding markeert een significante verschuiving in de strategie van de VAR, die traditioneel alleen de reclame voor de eigen VRT-netwerken verzorgde. In april 2024 rolde ook Transfer, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, een nieuw radioaanbod uit.

Een nieuwe studie beval 1 januari 2031 aan als realistische afschakeldatum voor de radio-uitzendingen via de FM-band. De onderzoekers voorspellen dat tegen 2030 75% van het luistervolume digitaal zal zijn. De voorkeur gaat uit naar een gezamenlijke afschakeling door de VRT, landelijke, lokale en netwerkradio-omroeporganisaties, waarbij bepaalde criteria moeten worden bereikt.

Inzake radiodistributie werd Norkring België overgenomen door Cordiant Digital Infrastructure, en Broadcast Partners heeft dit jaar de exploitatie van de DAB+-multiplex 11A overgenomen van Norkring België.

Belangrijk voor **televisie** is dat de European Media Freedom Act (EMFA) in werking trad op 7 mei 2024. In grote lijnen beschermt de nieuwe regelgeving mediadiensten tegen inmenging van hun eigenaren, overheden, en tegen ongerechtvaardigde moderatie door zeer grote onlineplatforms. De EMFA introduceert ook nieuwe rechten voor gebruikers om pluralistische en onafhankelijke media te ontvangen. Bovendien richt de EMFA ook een Europese Raad voor Mediadiensten op, die een belangrijke rol zal spelen bij de toepassing van de EMFA en in de plaats zal komen van de bestaande samenwerking tussen de Europese mediaregulatoren in ERGA.

Door allerhande overnames was er het afgelopen jaar ook wel beweging in de TV productiesector.

Wat reclame betreft sloot Proximus een samenwerkingsakkoord met LiveRamp om de commerciële mogelijkheden voor adverteerders in addressable TV beter te benutten.

Er werd een nieuwe samenwerkingsovereenkomst (2024-2028) gesloten tussen de Vlaamse Regering en de regionale omroepen. Die handelt o.a. over een jaarlijkse basissubsidie die kan worden aangevuld voor de ondertiteling van elk lineair journaal. Er zijn extra incentives om in te zetten op crossmediale werking en samenwerking, en op digitale ontsluiting. De samenwerkingsovereenkomst mikt ook op schaalvergroting. Een deal rond een mogelijke fusie in Oost-Vlaanderen sprong echter af.

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBtv terecht bij de maker van Eclips TV. De Buren zal de commerciële exploitatie van de drie regionale zenders verderzetten. De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde. De commerciële exploitatie wordt waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv, waarvan drie Limburgse familiebedrijven, namelijk Cegeka, Trixxo en Elite Group de aandeelhouders zijn.

HBO Max, de streamingdienst van Warner Bros. Discovery, werd op 1 juli officieel gelanceerd in België. Daarmee verliest Streamz een deel van het HBO-aanbod. Ter versterking van haar aanbod sloot Streamz eind 2023 een licentieovereenkomst met Paramount Global Content Distribution.

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw besluit goed om de audiovisuele sector te stimuleren door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken. Deze hervorming heeft tot doel de Vlaamse audiovisuele productiesector te versterken en investeringen in audiovisuele producties aan te moedigen. Een gelijkaardige regeling was al van toepassing op dienstenverdelers en particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden. Voortaan moeten ook aanbieders van videoplatformdiensten bijdragen aan de financiering van lokale producties, omdat zij inkomsten genereren in Vlaanderen door de exploitatie en distributie van Vlaamse audiovisuele content.

Het is duidelijk dat de traditionele aggregatie- en curatiefunctie van omroepen door het veranderende kijkgedrag steeds meer onder druk staan. De rol van scheidsrechter, door te bepalen welke content en/of programma's aangeboden worden aan mediaconsumenten, komt steeds meer in handen van dienstenverdelers zoals Telenet of Proximus, via hun distributieplatformen, of (inter)nationale spelers zoals Netflix of Streamz te liggen. Omroepen blijven hun eigen platformen (VRT MAX, VTM GO(+) en GoPlay) daarom verder ontwikkelen. Daarop plaatsen ze dan hun eigen content, uitgewerkt in verschillende formats (midforms, web only reeksen, etc). De dienstenverdelers voegen bovendien de video-apps van deze (inter)nationale spelers toe aan hun tv-boxen om als aggregatoren van tv-platformen hun klanten deze apps zo eenvoudig mogelijk aan te bieden en hun positie in de waardeketen veilig te stellen.

Telenet is sinds 1 juli 2023 geen netwerkbeheerder meer, na een transactie waarbij Wyre juridisch eigenaar werd van de bestaande netwerken van Telenet en Fluvius. Telenet biedt wel nog diensten aan op het netwerk.

Telenet breidde in 2024 het aanbod van zijn mobiele dochter BASE uit met internet en televisie, waarbij het de prijzen verlaagt. Dit is deels een anticipatie op de intrede op de markt van een vierde telecomspeler, Digi-Citymesh. Dat bedrijf heeft reeds aangekondigd naast mobiel internet (via een 5G-licentie) ook vaste internetdiensten en tv-diensten te zullen aanbieden. Het wil in het najaar van 2024 starten met een tv-aanbod dat zich richt op de cordcutters met een eigen streamingapplicatie. Waar Digi al vastelijdiensten kan aanbieden, kunnen consumenten daarbij voor een decoder kiezen.

Op 1 september 2024 stopte TV Vlaanderen met zijn aanbod om televisie te kijken via de ether, Antenne TV genaamd. Het bedrijf verwijst naar de dalende belangstelling en de snelle ontwikkeling van alternatieve manieren van kijken. Het verwijst de klanten door naar zijn andere diensten: televisie via satelliet of een tv-app waar internet voor nodig is.

Wat **geschreven pers** betreft, zijn de titels op de Vlaamse betalende krantenmarkt ongewijzigd en zijn er geen verdere, significante stappen gezet in de convergentietendens tussen redacties en mediavormen. Eind 2023 verdween daarentegen wel het enige gratis dagblad Metro. Het bedrijfsmodel was niet langer financieel levensvatbaar.

Voor het tweede jaar op rij is de VVJ positief over het aantal beroepsjournalisten. Na de toename in 2022 is er ook in 2023 een toename van nieuwe instromers.

Rond het trainen van AI-systemen was er ophef. Wegens (vermeende) inbreuken op het auteursrecht ontzeggen steeds meer (inter)nationale mediabedrijven deze systemen toegang tot hun materiaal. Andere mediabedrijven sloten een akkoord voor het gebruik van deze data mits financiële vergoeding.

De reclamesector kenmerkt zich door samenwerkingen omtrent advertentiewerving, bv. Magixx (Roularta, Rossel en DPG Media) en Ads & Data (Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media).

De magazinemarkt blijft het moeilijk hebben, wat deels wordt opgevangen door het samensmelten van verschillende titels.

Ondanks initiatieven van Roularta (Mijn Magazines) en DPG Media (Tijdschrift) blijft de convergentie tussen de papieren en digitale magazinemarkt ook duidelijk minder vlot verlopen dan bij de kranten.



Door het gesjoemel bij de toewijzing van de krantenconcessie stond dit jaar de afhandeling van de verdere ondersteuning in de belangstelling. De concessie werd nog verlengd tot 30 juni 2024. Vervolgens trad op 1 juli 2024 een nieuw systeem in werking dat nog tot eind 2026 loopt. De ondersteuning is nu gebaseerd op de bevolkingsdichtheid per gewest. Vanaf 2027 vervalt alle overheidssteun.

Vorig jaar trad tot slot een nieuwe auteurswet in werking, die een persuitgeversrecht creëert. Persuitgevers kunnen hun nieuwsaanbod zo beter valoriseren tegenover platformen.

Wat **internet** betreft, blijkt uit de jaarlijkse Digimeter dat samenwerking op vlak van platformificatie zijn vruchten afwerpt voor de Vlaamse spelers. VRT MAX, VTM GO en GoPlay hebben een vergelijkbaar bereik als de betalende streamingplatformen. Toch blijft de zicht- en vindbaarheid van lokale media een belangrijk aandachtspunt.

In 2023 en 2024 traden twee belangrijke verordeningen in werking waar grote internetbedrijven zich aan moeten houden: de verordening digitale diensten (DSA) en de verordening digitale markten (DMA). De Europese Commissie houdt daarbij toezicht op bedrijven die geclassificeerd werden als zeer grote online platformen (VLOP's) of zoekmachines (VLOSE's) (momenteel 20 bedrijven). Bedrijven met minder dan 45 miljoen gebruikers per maand in de Europese Unie vallen sinds begin 2024 onder de verantwoordelijkheid van de mediaregulator van het land waar de hoofdzetel gevestigd is. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT is de Belgische digitaalmediastencoördinator.

In de telecomwereld stond de komst van de vierde telecomspeler Digi Belgium centraal. Digi Belgium is een joint venture tussen het Roemeense Digi en het Belgische Citymesh. In 2022 haalde het de nodige spectrumrechten binnen om een eigen netwerk te bouwen en de mobiele markt te betreden. Digi Belgium belooft vooral op prijszetting stevig de concurrentie aan te gaan, waarop op verschillende wijzen geanticipeerd werd door de drie andere telecomspelers (Telenet, Orange Belgium en Proximus).

Eind 2023 nam Citymesh ook Edpnet over van Proximus waardoor er een einde kwam aan de gerechtelijke beroepsprocedure tegen de overname, die Citymesh had ingeleid, alsook het onderzoek van de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA).

De uitrol van glasvezel is in volle ontwikkeling. Het aandeel glasvezel in het totaal aantal vaste breedbandaansluitingen is meer dan verdubbeld naar bijna 8%. Toch verloopt de uitrol niet altijd even vlot. Verschillende spelers liepen vorig jaar vertragingen op. Eind juli 2024 sloten Telenet-Wyre en Proximus-Fiberklaar een ontwerpovereenkomst voor gebieden met een lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid in Vlaanderen. De BMA opende hierop een onderzoek, waarbij samengewerkt wordt met het BIPT en de gemeenschapsregulatoren. In de marge hiervan meldde Proximus dat het EQT Infrastructure volledig uitkocht uit de joint venture Fiberklaar.

Ondertussen maken de oude mobiele technologieën (2G/3G/4G) plaats voor 5G.

Tot slot ruilde Nethys in navolging van de overname van VOO door Orange Belgium zijn aandelen in VOO in voor een belang van ongeveer 11 procent in Orange Belgium zonder dat Nethys de bestuurlijke rechten verbonden aan het belang moet opgeven. Het aantal full MVNO's daalde ten gevolge van deze overname van drie naar twee.

Convergentie en crossmedialiteit zijn een courante zaak geworden in het Vlaamse medialandschap. Merken zijn de belangrijkste ankerpunten geworden en worden probleemloos van de ene mediavorm naar de andere geëxporteerd. Om dit te illustreren wordt op het einde van hoofdstuk 1 een overzicht gegeven van een aantal Vlaamse multimediale merken en de verschillende vormen waarin zij geconsumeerd kunnen worden, gegroepeerd volgens eerste verschijningsvorm (radio/tv/geschreven pers/website/app en sociale media).

TikTok geraakt stevig ingeburgerd bij verschillende mediamerken, maar roept ondertussen ook bezorgdheden omtrent privacy op. Bij de radio's van VRT zien we een shift van een eigen website voor elk merk, naar een

eigen plaats op VRT MAX. Ook ketnet.be zal in het najaar opgeslorpt worden door VRT MAX. We zien ook dat verschillende magazines van Roularta veelal geen eigen app meer hebben, maar vervat zitten in de Mijn Magazines-app.

Louter op basis van de deelnemers op het speelveld hebben we aan het einde van hoofdstuk 1 reeds indicaties dat de verticale en crossmediale integratie in de Vlaamse mediasector toeneemt. Distributeurs doen aan contentcreatie en aggregatie. Aggregatoren, zoals VRT, DPG Media en Play Media, blijven hun platformen verder ontwikkelen (bv. VTM GO+ of de GoPlay-app voor Android TV) om zo rechtstreeks naar de kijker te gaan. Radio-omroepen hebben veelal nog een eigen website en app, televisieomroepen niet. Al gaat dit bij radio-omroepen ook stilaan achteruit. De zenders worden geëtaleerd op VRT MAX, VTM GO(+) of GoPlay.

## 5.2 Mediagroepen in Vlaanderen

In het tweede hoofdstuk werden de Vlaamse mediagroepen bestudeerd. In een wijzigend medialandschap proberen deze groepen op verschillende vlakken steeds sterkere posities te verwerven. Daar waar vroeger (wisselende) strategische allianties aangegaan werden, werd er daarna vooral gekozen voor integratie.

Een belangrijk gegeven einde 2023 was de uitkoop van de free float aandelen van Telenet, waardoor deze groep voor 100% in handen van het Amerikaans Liberty Global komt. De aandelen van Telenet werden geschrapt van de notering bij sluiting van de beurs op 13 oktober 2023.

Maar een aantal Vlaamse mediagroepen slaagde er ook in om hun posities buiten de taal- en landsgrenzen te vergroten. Het gaat dan vooral over de uitbreiding van het portfolio aan geschreven perstitels.

Om nieuwe media-initiatieven te ontplooiën, meestal als reactie op internationale concurrentie, ontstaan er ook opnieuw andere samenwerkingen.

Een andere manier waarop groepen verder trachten hun positie te versterken is door verticale integratie, d.i. het innemen van posities in andere schakels van de waardeketen. Zo zien we dat Telenet en Proximus, die oorspronkelijk enkel in de distributiesector actief waren, ook acties ondernemen in de contentproductie en/of aggregatie. Telenet neemt hier het voortouw, met bv. de integratie van De Vijver Media en rebranding van de Playzenders, en de verdere participatie in productiehuisen. Aggregatoren zoals VRT of DPG Media proberen dan weer rechtstreeks contact te houden met de kijker via eigen platformen als VRT MAX en VTM GO(+).

De VRM rapporteert ook over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouder bij mediaondernemingen optreden. Bij de natuurlijke – of rechtspersonen met verschillende mandaten zijn er geen uitschieters, in tegenstelling tot enkele jaren geleden. Dit komt voornamelijk doordat er decretaal ingegrepen werd in de mogelijkheid om zeer veel mandaten te betrekken in de lokale radiosector. Van de 1549 unieke mandaathouders die vermeld zijn in de in 2023 neergelegde jaarrekeningen over 2022 zijn er slechts 10 die 5 of meer mandaten bekleden. Deze ‘mandatenkampioenen’ oefenen functies uit in verschillende ondernemingen die instaan voor een gevarieerd media-aanbod.

## 5.3 Informatie over mediaconcentratie

De verhoudingen binnen de Vlaamse mediasector werden in het derde hoofdstuk gekwantificeerd aan de hand van een aantal indicatoren.

Volgens Digimeter blijft de gemiddelde Vlaming het medium radio gebruiken.

Bij klassieke radio is er nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Al bieden bijvoorbeeld podcasts wel kansen voor meer onafhankelijke producties.

De VAR, de reclamereguleerder van de VRT neemt sinds dit jaar de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Deze samenwerking weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen, en kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

De concentratietendensen die al enige tijd bezig zijn in de markt voor tv-reclame bereiken nu dus ook de markt voor radioreclame.

Op 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we in 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben.

De concentratie binnen de radiosector wordt deels veroorzaakt door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie.

Ook de online populariteit van radiomerknamen werd bestudeerd. Voor het eerst kunnen we de audiospelers van de publieke omroep in kaart brengen. De audiospeler van Radio 2 wordt het meest gebruikt, op de voet gevolgd door die van Studio Brussel. Op basis van de websitebezoeken zagen we vorig jaar al een grote verschuiving van marktaandeel van de publieke omroep naar de commerciële radiowebsites. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de websites van Studio Brussel, MNM en Klara zijn opgegaan in VRT MAX en dat deze website niet in deze cijfergegevens wordt opgenomen. De publieke omroep herbergt dus steeds meer radio op zijn portaalsite VRT MAX.

Als we kijken naar de cumulatie van mandaten in de radiosector zien we een groot verschil doorheen de afgelopen zeven jaar. De mandaten zijn momenteel veel minder geconcentreerd bij enkele personen.

45 procent van de Vlamingen kijkt dagelijks nog lineair/live televisie, een daling ten opzichte van eerdere jaren. Uitgesteld kijken daalt ook licht. Vooral jongeren kijken minder live TV. Het aantal digitale televisieabbonnementen daalt, met een toename van 'cordcutters'. Lokale zenderplatformen zoals VRT MAX en VTM GO winnen aan populariteit. 57 procent van de Vlamingen heeft een betalend streamingabonnement, met Netflix als marktleider.

Televisienieuws blijft de belangrijkste nieuwsbron, ondanks een dalend vertrouwen in nieuws en een afnemende interesse, vooral bij jongeren.

De verticale integratie is erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuisen verzwakken, al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuisen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en publieke omroep.

Telenet probeert zijn positie als televisiedienstenverdelers te versterken door de introductie van zijn nieuwe lagekostenmerk 'Base'. Dit lijkt een antwoord op de toekomstige marktbetreding door Digi, dat al aankondigde zijn aanbod aan lage prijzen in de markt te zetten. Deze introductie van een nieuwe speler zal de horizontale concentratie waarschijnlijk verder verlagen.

Ook bij televisie ligt het zwaartepunt van de crossmediale integratie bij de reclamewerving, maar we zagen wel dat de integratie tussen enkele regionale tv-omroepen en Mediahuis dit jaar werd teruggedraaid.

Bij de productiehuisen is er sinds 2015 een sterke stijging van de omzet merkbaar. In 2023 tekenen de financiële parameters grote hoogtes op, wat in belangrijke mate toe te schrijven is aan de grootste productiehuisen.

De VRM volgt ook de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand (VOD) op. Bij de transactional VOD

////////////////////////////////////



(TVOD) treedt er de laatste twee jaar een stabilisatie op, na een daling tussen 2018 en 2021. De inkomsten uit de subscription VOD (SVOD) via tussenkomst van omroeporganisaties kenden een zuinige stijging, ondanks dat het aantal abonnees sterk toenam. De SVOD-markt zonder tussenkomst groeide veel sterker qua inkomsten. Wat de Free VOD (FVOD)-markt betreft zien we in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form. Ook het aantal opnames stijgt jaar na jaar sterk.

Als we kijken naar de concentratiemaatstaven binnen de televisiesector zien we dat er bij de productiehuisen een lage concentratiegraad heerst. Bij de televisieomroepen is de mediagroepenconcentratie sterker. De HHI-index in 2023 duidt op een matige concentratie. Op zenderniveau bereikte de HHI-index dit jaar dan weer de laagste concentratie sinds het begin van de metingen.

In de distributiesector is er een hogere mate van concentratie. De alternatieve operator Orange Belgium wint met mondjesmaat terrein en ook de nieuwe speler, Digi, kan voor verandering zorgen.

Verder werd ook de online populariteit van tv-merken in kaart gebracht. Het CIM geeft voor het eerst inzicht in de prestaties van videoplayers.

In de cumulatie van mandaten in de televisiesector zien we tot slot dat Telenet, via Streamz bestuurlijke banden heeft met DPG Media.

De gedrukte pers had het de afgelopen jaren moeilijk door o.a. dalende verkoopcijfers en advertentieopbrengsten. De kranten buigen deze trend om, voornamelijk door in te zetten op digitale abonnementen. De kosteninflatie zorgt ook dit jaar voor druk op de marges. Magazines en vooral de gratis pers slagen er niet in om de trend om te buigen en komen extra onder druk door de inflatie.

Door de inflatie en dus een stijging van de lasten, dalen de marges voor pers- en fotoagentschappen. Daarom nam Belga kostenbesparende maatregelen en indexeerde het zijn tarieven.

Bij de uitgevers van kranten zien we een gelijkaardig verhaal. De rendabiliteit staat onder druk door de oplopende kosteninflatie. De omzet uit print bleef wel stabiel, ondanks een daling van de papieren abonnementen en de losse verkoop. Dat werd gecompenseerd door groeiende inkomsten uit de verkoop van digitale abonnementen.

Dankzij hun overnamepolitiek zijn Mediahuis en DPG Media al jarenlang internationale mediagroepen.

DPG Media is daarnaast ook actief op de magazinemarkt, net zoals Roularta Media Group en enkele kleinere uitgeverijen. De omzet van Roularta kent een daling door een terugval van de advertentieomzet. Daarnaast daalde ook de omzet van de divisie Printing en viel ook de omzet uit de lezersmarkt terug. De bedrijfskosten dalen hoofdzakelijk t.g.v. een lager volume aan drukwerk en een strikt kostenbeleid.

Bij de gratis pers zien we dat de omzet van de markt nog maar een fractie (14%) is van wat ze was in 2014.

Veel van bovenstaande grote ondernemingen ontplooiën echter meer activiteiten dan het louter opmaken en/of uitgeven van geschreven pers of het verspreiden ervan. Het distilleren van deze mediagerelateerde activiteiten uit hun jaarrekeningen is echter niet mogelijk.

Uit de meest recente Digimeter blijkt dat het aandeel Vlamingen dat in 2023 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergaring daalt naar 18 procent. Inzake toestellen waarop nieuws geconsumeerd wordt, noteert de smartphone dit jaar voor het eerst het breedste bereik in Vlaanderen als drager en touchpoint voor en gattekeeper naar nieuws.

Nog op basis van de Digimeter blijkt dat de Vlaming nieuwsgierig blijft en opnieuw een sterke dagelijkse nieuwsconsumptiegevoonte vertoont (89 procent volgt het nieuws dagelijks).





Het Nieuwsblad, maar voornamelijk HLN gelden in de krantensector als absolute zwaargewichten op vlak van oplage, betaalde verspreiding, websitebezoeken en sociale media. Bij de verkoop van dagbladen zien we drie groeiers, namelijk De Tijd, Het Laatste Nieuws en De Morgen. Niet toevallig drie kranten die sterk presteren op het digitale vlak.

Bij de tijdschriften slaat bij Humo en Trends de digitale verkoop stilaan aan, met meer dan 10% van hun betaalde verspreiding. De Krant van West-Vlaanderen en Knack verkopen wel een klein deel digitale exemplaren. Bij eerstgenoemde gaat het zelfs om meer dan een verdubbeling t.o.v. vorig jaar. Alle vijftien meest populaire magazines zien hun verkoopcijfers dit jaar dalen.

De concentratie bij de uitgevergroepen van kranten op vlak van betaalde verspreiding blijft stabiel sinds 2018, toen de participatie van DPG Media in Mediafin werd overgenomen door Roularta Media Group.

Wat opvalt in de magazinemarkt is dat qua sociale media en websitebezoeken Roularta de uitgesproken marktleider is. Op vlak van betaalde verspreiding blijft DPG Media de grootste.

Digitalisering zorgt er bovendien voor dat redacties o.a. weten welke artikels veel of lang gelezen worden en welke tot de meeste digitale abonneementen leiden. In combinatie met commerciële druk zou dit ook kunnen leiden tot verschralling van de nieuwsdiversiteit.

De grote groei van DPG Media zou ook risico's kunnen inhouden omtrent de nieuwsverslaggeving door onafhankelijke journalisten of nieuwsmedia. Zo zorgen volgens onderzoek televisiezoekers of programma's dikwijls zelf voor nieuws, dat dan eerst in de eigen media gepubliceerd kan worden en komen freelance journalisten door zulke concentraties in een zwakkere positie te staan doordat ze slechts bij enkele mediagroepen hun producten kunnen aanbieden.

Het is moeilijk om de concentratie te meten op het internet. Surfers kunnen immers veel meer websites bezoeken dan diegene die in het derde hoofdstuk besproken worden.

Volgens het Digimetterrapport gebruikt 84% van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst of sociaalmediaplatform. Bij de twee jongste leeftijdsgroepen is dat voor bijna iedereen (98% en 97%) het geval.

Tot slot blijkt uit het Digital News Report dat online (incl. sociale media) opnieuw de belangrijkste nieuwsbron is. Daarnaast blijkt dat betalende nieuwsgebruikers tevredener zijn over nieuwsmedia. Algemeen blijft de betalingsbereidheid wel laag.

De concentratieparameters van de websites van Vlaamse mediagroepen kennen een status quo (HHI-index) of een lichte stijging (C4-index) ten opzichte van vorig jaar. De websites van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad blijven enorm hoge bezoekersaantallen hebben in vergelijking met de overige websites.

De relatieve populariteit van radio, tv of geschreven pers in hun eigen medium, wordt niet altijd weerspiegeld op het internet. De nieuwsmedia (HLN, VRT NWS, etc.) zijn bijvoorbeeld populair op sociale media. Hun websites worden dan ook zeer veel bezocht. Qmusic is daarentegen populair op sociale media, maar het aantal websitebezoeken blijft eerder laag.

Wat risico's betreft, houden de algoritmes van sociale platformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien die geen inzage heeft in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. Op 16 juni 2022 werd er op Europees vlak wel een aangescherpte Code of Practice on Disinformation ondertekend door 34 ondertekenaars, waaronder Google, Meta en TikTok, die zich aansloten bij het herzieningsproces van de code.

Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat.



De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap.

Als we de mediagroepen overkoepelend bekijken zien we dat de curves van de omzet, het aantal werknemers, de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen doorheen de jaren stijgen en dalen. De dalende curve van de bedrijfswinst valt dit jaar op. Verschillende ondernemingen tekenen een bedrijfsverlies op of zien de bedrijfswinst sterk terugvallen door moeilijke, competitieve marktomstandigheden, maar vooral door de oplopende kosteninflatie. In 2023 zien we dat de rendabiliteit dus opnieuw terugloopt. Ondanks de (gemiddelde) stijging in omzet, dalen de marges verder.

Ook dit jaar werden de prijzen van Vlaamse mediaproducten bestudeerd.

De kosten voor radio, televisie en geschreven pers zijn in 2023 opnieuw gestegen, en dit sneller dan de index der consumptieprijzen (CPI).

In 2022 en 2023 steeg de elektriciteitsprijs zeer fel door de oorlog in Oekraïne. In 2024 is er een sterke daling, maar nog altijd een stuk boven de CPI.

Wat de evolutie van de prijzen van telecommunicatie packs betreft zien we dat de prijzen sneller stijgen dan de CPI van 2016 t.e.m. 2021. De laatste drie jaar stijgt de CPI echter sterker dan de prijs van de packs zelf.

De stijgende krantenprijs springt opnieuw in het oog. Opvallend genoeg is de prijsstijging bij magazines gematigder, al zien we in 2024 ook hier een grote voorsprong op de prijsindex. De onrechtstreekse kosten om van mediaproducten te genieten, zoals de kosten voor een mobiele telefoon, zijn evenwel opnieuw gedaald. De kosten voor een computer stabiliseren ruim onder de evolutie van de CPI.

Uit de vergelijkende internationale prijzenstudie, die het BIPT in december 2023 op zijn website publiceerde, blijkt dat ons land in het algemeen duur is voor zowel mobiele diensten als voor vast internet en telecombundels. Vooral bij de grote bundels en de mobiele abonnementen met weinig of net heel veel data steken de Belgische telecommutatietarieven ver uit boven die in de ons omringende landen.

Ten slotte werd de Vlaamse mediasector ook gesitueerd in een internationale context. Door de taalbarrière is het voor Vlaamse mediaondernemingen niet evident om activiteiten in het buitenland te ontplooiën. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er vaak naar de Nederlandse markt wordt gekeken.

Vlaamse radio-omroeporganisaties hebben in 2023 in Nederland een sterkere positie ingenomen door overnames en de Nederlandse FM-frequentieveiling. DPG Media bereikte eind 2023 ook een akkoord over de overname van de TV-zenders van RTL Nederland. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) onderzoekt echter nog de gevolgen van deze overname vanwege zorgen over concurrentie en nieuwsdiversiteit.

Op gebied van geschreven pers is Roularta Media Group zeer aanwezig in Wallonië en DPG Media en Mediahuis zijn de twee grootste uitgeverij in Nederland. Daarnaast zijn ze actief in verschillende andere Europese landen. Mediahuis breidt ook uit naar andere buurlanden.

De belangrijkste radio-omroeporganisaties in Vlaanderen zijn in Vlaamse handen. Wel is sinds september 2018 een Vlaamse poot, NRJ Vlaanderen, van het Frans commercieel radiostation NRJ aanwezig en in de radiodistributiemarkt zijn wel voornamelijk buitenlandse ondernemingen actief. Het betreft hier het Nederlandse Broadcast Partners en Norkring.

De internationalisering van de tv-markt neemt toe. In elk onderdeel van de waardeketen duiken internationale spelers op, onder andere via de overnames van van oorsprong Vlaamse productiehuisen. Verder kocht Liberty Global de resterende Telenet-aandelen over die het nog niet in zijn bezit had. Ook vinden we bij de rechtenverwerving (bv. DAZN), omroepen (bv. Nickelodeon), distributie (bv. Norkring) en OTT-diensten (bv.

////////////////////////////////////

Netflix) internationale spelers terug. Een aantal van de buitenlandse omroepen richten zich op Vlaanderen en maken voor hun reclamewerving gebruik van een Vlaamse reclameregie, ook al zijn ze gevestigd in een ander land.

Er is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers.

Bij internet daarentegen situeert de controle zich voornamelijk in het buitenland. Denk maar aan sociale media en zoekmachines. Er zijn ook verschillende Video On Demand (VOD)-platformen beschikbaar in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, denk maar aan Streamz met Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Bij het onderzoek naar lokale journalistiek zien we sinds 2018 een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten en het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente. Na de coronacrisis hielden ook veel gratis lokale/regionale bladen ermee op.

Hoewel er niet één speler is die de hele Vlaamse mediasector domineert, blijken veel vormen van horizontale, verticale of crossmediale concentratie te bestaan in en tussen een aantal segmenten van verschillende Vlaamse mediavormen. Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80 tot 100% van de markt in handen van slechts vijf mediagroepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media. DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep. In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties die doorheen het hoofdstuk werden becijferd.

## CONCENTRATIE (HHI)

MEDIUM	CONTENT	AGGREGATIE	DISTRIBUTIE
● Radio	Contentleveranciers	Radiogroepen =	Radiosignaaltransmissie
		Radiozenders =	
● Televisie	Productiehuizen =	Omroeporganisaties groepen ↗	Omroepsignaaltransmissie
		Omroeporganisaties zenders ↘	
● 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 ≤ x ≤ 0,25)
Sterk geconcentreerd (waarde >0,25)

Door middel van ↗, ↘, = wordt aangegeven of we te maken hebben met een stijgende, dalende of gelijke kleurcode HHI ten opzichte van 5 jaar geleden.

Deze concentraties kunnen een risico inhouden voor de diversiteit van het aanbod. Op radiovlak blijft het VRT-aandeel meer dan de helft bedragen. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie. Tevens halen de netwerkradio's (algemeen) al iets meer marktaandeel. Dit zorgt er voor dat de concentratiemaatstaven op zenderniveau dalen. We merken ook de toenemende activiteiten van de dominante televisiedistributeur Telenet in andere delen van de televisiewaardeketen. Omroeporganisaties proberen dan weer rechtstreeks naar de kijker te gaan met eigen platformen, met een betalende of gratis variant, en heroriënteren zich rond het sterkste omroepmerk (VTM, VRT of Play). In de markt van de geschreven pers is de dominantie van de krantenmarkt door slechts twee grote uitgevers, DPG Media en Mediahuis, opvallend. In de magazinemarkt zien we de laatste jaren ook een sterke consolidatiebeweging met twee grote uitgevers: Roularta en DPG Media.

## 5.4 Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsaanbevelingen

In het vierde hoofdstuk ten slotte werden de verschillende mogelijkheden beschreven hoe de Vlaamse (en in sommige gevallen de federale) overheid ingrijpt om diversiteit en concurrentie in de mediasector te behouden en te stimuleren.

Ze werden beschreven volgens een bestaand schema dat een onderscheid maakt tussen restricties, tegengewicht, economische tussenkomst, transparantie en organisatorische maatregelen.

Naast de bestaande maatregelen wijst de VRM ook op bijkomende maatregelen die eventueel getroffen kunnen worden, waarbij sommige extra in de verf gezet worden als beleidsaanbeveling.

Onderstaande tabel bevat het volledige overzicht van bestaande initiatieven en uitbreidingsmogelijkheden.

### STIMULERING VAN DIVERSITEIT

CATEGORIE	BESTAANDE INITIATIEVEN	UITBREIDINGSMOGELIJKHEDEN EN BELEIDSAANBEVELINGEN
● Restricties	Eigendomsrestricties Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid Regulering Signaalintegriteit Netneutraliteit	Mogelijke maatregelen omtrent gatekeepers Restricties aantal DAB+-omroeporganisaties
● Tegengewicht	Bevordering van Europese en onafhankelijke producties Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling De openbare omroeporganisatie VRT nv Fonds Pascal Decroos Toegankelijkheid	Must-offerverplichtingen Update must-carry regelgeving Laster en eerroof uit Strafwetboek Wettelijk kader a priori beperkingen Anti-slapp wetgeving Evaluatie evenementenregeling en vrije nieuwsgaring
● Economische tussenkomst	Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector Screen Flanders Federale economische maatregelen Digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector	Ondersteuningsmechanisme lokale journalistiek
● Transparantie	Mediaconcentratierapport Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs Rapportering over netneutraliteit Europese initiatieven omtrent media Actie tegen Desinformatie	Meer samenwerking tussen beleidsniveaus Onderzoek naar diversiteit van media-inhoud stimuleren Transparantie vanwege niet-lineaire omroeporganisaties
● Organisatorische maatregelen	Oprichting VRM Belgische en Europese Mededingingsautoriteit Journalistenloket Ondersteuning bij deelname aan beurzen	Mediapluralismetest

Tabel 97: Volledige overzicht van bestaande initiatieven met uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbeveling

////////////////////////////////////

# FIGURENLIJST

Figuur 1: Toegevoegde waardeketen van de audiovisuele industrie	7
Figuur 2: Illustratie verschillende vormen mediaconcentratie	7
Figuur 3: Verschil crossmedialiteit en convergentie - schematisch voorbeeld	12
Figuur 4: Waardeketen Radio	14
Figuur 5 : Waardeketen Televisie	30
Figuur 6: Regionale televisieomroeporganisaties in Vlaanderen	45
Figuur 7: Waardeketen omroepsignaaltransmissiemarkt	53
Figuur 8: Waardeketen geschreven pers	61
Figuur 9: Aandeelhoudersstructuur Persagentschap Belga nv	65
Figuur 10: Waardeketen internet	80
Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen	115
Figuur 12: Aandeelhouders DPG Media Group nv	118
Figuur 13: Organigram DPG Media Group nv	118
Figuur 14: Aandeelhouders Mediahuis nv	125
Figuur 15: Organigram Mediahuis nv	127
Figuur 16: Aandeelhoudersstructuur Proximus nv	133
Figuur 17: Organigram Proximus nv	135
Figuur 18: Aandeelhouders Roularta Media Group nv	141
Figuur 19: Organigram Roularta Media Group nv	142
Figuur 20: Aandeelhouders Studio 100 nv	150
Figuur 21: Organigram Studio 100 nv	151
Figuur 22: Aandeelhouders Telenet Group Holding nv	154
Figuur 23: Organigram Telenet Group Holding nv	155
Figuur 24: Aandeelhouders VRT nv	162
Figuur 25: Organigram VRT nv	163
Figuur 26: Verstrengeling mediagroepen in Vlaanderen	171
Figuur 27: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 publieke landelijke radio	180
Figuur 28: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 private landelijke radio	182
Figuur 29: Marktaandeel per zender - Golf 2024 Jan-Apr	183
Figuur 30: Gemiddelde luistertijd per zender - Golf 2024 Jan-Apr	184
Figuur 31: Evolutie marktaandelen Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr	185
Figuur 32: Evolutie verhouding publieke en private radio - Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr	185
Figuur 33: Online populariteit radiozenders	186
Figuur 34: Marktaandelen landelijke radiozenders	188
Figuur 35: Verhouding marktaandelen landelijke publieke versus private radio	189
Figuur 36: Mandatenconcentratie in de radiosector	190
Figuur 37 : Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – facilitaire bedrijven	194
Figuur 38: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – productiehuisen	195
Figuur 39: Evolutie gemiddelde waarden 2014-2023 publieke televisieomroep	195
Figuur 40: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – private omroeporganisaties	196
Figuur 41: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – exploitatiemaatschappijen regionale tv	197
Figuur 42: Gemiddelde, maximum en minimum van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen voor het tweede kwartaal van 2024	198
Figuur 43: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – omroepsignaaltransmissie	199
Figuur 44: Procentuele evolutie van het aantal opvragingen en inkomsten met tussenkomst van de televisieomroepdiensten	200
Figuur 45: Procentuele evolutie van het aantal inkomsten in euro zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten	201
Figuur 46: Procentuele evolutie van het aantal abonnees en inkomsten in euro's met tussenkomst van de televisieomroepdiensten	201
Figuur 47: Procentuele evolutie van de inkomsten in euro's zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten	202
Figuur 48: Procentuele evolutie van het gemiddeld dagelijks aantal kijkers naar audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media	202
Figuur 49: Procentuele evolutie van het aantal uur opgenomen programma's	203
Figuur 50: Procentuele evolutie van het bereik van lineaire omroeporganisaties	204
Figuur 51: Aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd in 2023 (totale bevolking)	209
Figuur 52: Evolutie van de aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd 2014-2023	211
Figuur 53: Online populariteit televisieomroepmerken	215
Figuur 54: Populariteitsaandelen mediagroepen televisie	215
Figuur 55: Evolutie van het aantal kabelabonnees (coax en IPTV)	217
Figuur 56: Mandatenconcentratie in de televisiesector	219
Figuur 57: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers dagbladen	223
Figuur 58: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2013 - uitgevers weekbladen	225
Figuur 59: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers gratis pers	226
Figuur 60: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 - uitgevers gratis pers (met uitzondering van Roularta Media Group)	226



Figuur 61: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 distributeurs geschreven pers	227
Figuur 62: Betaalde verspreiding kranten 2019-2023	229
Figuur 63: Betaalde verspreiding kranten 2023 : verhouding print – digitaal en abonnement – losse verkoop	230
Figuur 64: Marktaandelen betaalde verspreiding per titel 2021-2023	231
Figuur 65: Online populariteit dagbladen	235
Figuur 66: Marktaandelen dagbladen per titel	235
Figuur 67: Marktaandelen mediagroepen dagbladen	236
Figuur 68: Betaalde verspreiding tijdschriften 2019-2023	238
Figuur 69: Betaalde verspreiding 2023: verhouding print - digitaal en abonnement - losse verkoop	239
Figuur 70: Marktaandeel populairste tijdschriften	239
Figuur 71: Marktaandelen van top 15 tijdschriften 2023	240
Figuur 72: Online populariteit periodieke bladen– websitebezoeken (juni 2024)	242
Figuur 73: Online populariteit periodieke bladen – sociale media	243
Figuur 74: Marktaandelen periodieke bladen per titel	244
Figuur 75: Marktaandelen mediagroepen periodieke bladen	244
Figuur 76: Mandatenconcentratie in de sector van de geschreven pers	246
Figuur 77: Maandelijks gebruik sociale netwerken	249
Figuur 78: Online populariteit – websites top 10	249
Figuur 79: Online populariteit websites die niet gelieerd zijn aan andere media	250
Figuur 80: Marktaandelen mediagroepen internet	251
Figuur 81: Online populariteit – sociale media top 10	253
Figuur 82: Marktaandelen mobiele operatoren in termen van actieve simkaarten in België	253
Figuur 83: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2014 – mediagroepen	255
Figuur 84: Marktaandelen mediagroepen	256
Figuur 85: Evolutie kosten voor radio en televisie	258
Figuur 86: Evolutie kostprijs elektriciteit	258
Figuur 87: Evolutie prijzen telecommunicatie packs	259
Figuur 88: Evolutie prijsindex kranten	259
Figuur 89: Evolutie prijsindex magazines en tijdschriften	260
Figuur 90: Evolutie prijsindex computer	261
Figuur 91: Evolutie prijsindex mobiele telefoontoestellen	261
Figuur 92: Aantal edities nationale kranten	275
Figuur 93: Privaat lokaal nieuwsaanbod per gemeente	276
Figuur 94: Situering beleidsmaatregelen in de mediawaardeketens	318
Figuur 95: Situering uitbreidingsmogelijkheden in de mediawaardeketens	324

# TABELLENLIJST

Tabel 1 : Reclameregie radio's	17
Tabel 2: Landelijke publieke radio-omroeporganisaties	19
Tabel 3: Regionale publieke radio-omroeporganisaties	20
Tabel 4: Landelijke private radio-omroeporganisaties	21
Tabel 5: Private netwerkradio-omroeporganisaties	22
Tabel 6: Zendoperatoren	26
Tabel 7: DAB+ zendoperatoren en licentiehouders	26
Tabel 8: onlinemuziekdiensten	28
Tabel 9: Vlaamse productiehuisen	33
Tabel 10: Beheersvennootschappen	35
Tabel 11: Televisie facilitaire bedrijven	37
Tabel 12: Reclameregie televisie van de voornaamste Vlaamse televisieomroepen	37
Tabel 13: Openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod	40
Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod	42
Tabel 15: Regionale televisieomroeporganisaties	44
Tabel 16: Niet-lineaire televisiediensten	48
Tabel 17: Platformen voor omroepsignaaltransmissie	50
Tabel 18: Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel	54
Tabel 19: Omroepsignaaltransmissie via DSL	55
Tabel 20: Omroepsignaaltransmissie via FTTH	55
Tabel 21: Omroepsignaaltransmissie via de ether (terreestrieel) – vast	56
Tabel 22: Omroepsignaaltransmissie via satelliet	57
Tabel 23: Web tv-toepassingen in Vlaanderen	58
Tabel 24: omroepsignaaltransmissie OTT	59
Tabel 25: Persagentschappen in Vlaanderen	65
Tabel 26: Fotoagentschappen in Vlaanderen	65
Tabel 27: Reclameregies voor de Vlaamse betalende dagbladen	66
Tabel 28: Mediacentrales in België	67
Tabel 29: Uitgeverijen betalende dagbladen	68
Tabel 30: aantal regionale edities nationale kranten	69
Tabel 31: Uitgeverijen periodieke bladen	73
Tabel 32: Uitgeverijen gratis pers	74
Tabel 33: Verdelers van dagbladen en periodieke bladen	76
Tabel 34: Verdelers gratis pers	77
Tabel 35: Vlaamse content creators	82
Tabel 36: Reclameregies voor websites	86
Tabel 37: Websites in de Vlaamse mediasector	91
Tabel 38: Vlaamse (nieuws)sites niet gelieerd aan een andere mediavorm	92
Tabel 39: Grootste online platformen en zoekmachines in Europa	94
Tabel 40: Internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers	99
Tabel 41: Een selectie van app stores in Vlaanderen	100
Tabel 42: Apps Vlaamse mediabedrijven: gegevens verzameld 23 juli 2024	101
Tabel 43: Overzicht mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren (zakelijke markt uitgezonderd)	103
Tabel 44: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen	110
Tabel 45: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen	111
Tabel 46: Legende productoverzicht per groep	116
Tabel 47: Overzicht merken DPG Media Group nv	124
Tabel 48: Overzicht merken Mediahuis nv	132
Tabel 49: Overzicht merken Proximus nv	139
Tabel 50: Overzicht merken Roularta Media Group nv	149
Tabel 51: Overzicht merken Studio 100 nv	153
Tabel 52: Overzicht merken Telenet Group Holding nv	161
Tabel 53: Overzicht merken VRT nv	167
Tabel 54: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod	168
Tabel 55: Overzicht functiehouders	172
Tabel 56: Financiële gegevens 2023 publieke landelijke radio	180
Tabel 57: Financiële gegevens 2023 private landelijke radio	181
Tabel 58: Concentratie-indexen zenders en groepen op basis van luistercijfers (Golf 2018 Maa - Jun, Golf 2019 Maa - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar - Jun, Golf 2022 Jan - Apr, Golf 2023 Jan - Apr en Golf 2024 Jan - Apr)	186
Tabel 59: Aantal installaties applicaties radio via Google Play	188
Tabel 60: Financiële gegevens 2023 grootste facilitaire bedrijven	193
Tabel 61: Financiële gegevens 2023 productiehuisen	194
Tabel 62: Financiële gegevens 2023 publieke televisieomroeporganisatie	195

Tabel 63: Financiële gegevens 2023 private omroeporganisaties	196
Tabel 64: Financiële gegevens 2023 exploitatiemaatschappijen regionale televisie	197
Tabel 65: Financiële gegevens 2023 netwerken/dienstenverdelers omroepsignaaltransmissie	199
Tabel 66: Productiehuizen (interne inbegrepen) die in de eerste jaarmidde van 2024 10 of meer producties verzorgden	206
Tabel 67: Aantal meldingen in top 100 per productiehuis	209
Tabel 68: concentratie-indexen productiehuizen op basis van aantal producties	209
Tabel 69: Concentratie-indexen omroeporganisaties op basis van kijkcijfers 2014-2023	211
Tabel 70: Hoeveelheid Vlaamse producties die televisieomroeporganisaties programmeren	214
Tabel 71: Aantal installaties applicaties televisie via Google Play	216
Tabel 72: Financiële gegevens 2023 persagentschappen	221
Tabel 73: Financiële gegevens 2023 fotoagentschappen	221
Tabel 74: Financiële gegevens 2023 mediacentrales	222
Tabel 75: Financiële gegevens 2023 uitgevers van dagbladen	222
Tabel 76: Financiële gegevens 2023 uitgevers van tijdschriften	224
Tabel 77: Financiële gegevens 2023 uitgevers gratis pers	226
Tabel 78: Financiële gegevens 2023 distributeurs geschreven pers	227
Tabel 79: Evolutie marktaandeel dagbladen volgens oplage 2014-2023	232
Tabel 80: Concentratie-indexen dagbladen op basis van betaalde verspreiding 2014-2023	233
Tabel 81: Concentratie-indexen dagbladen op basis van oplage 2014-2023	233
Tabel 82: Aantal installaties applicaties dagbladen via Google Play	236
Tabel 83: Concentratie-indexen periodieke bladen op basis van betaalde verspreiding 2014-2023	241
Tabel 84: Aantal installaties applicaties periodieke bladen via Google Play	245
Tabel 85: Financiële gegevens 2023 grootste 10 internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers	248
Tabel 86: Concentratie-indexen Vlaamse mediawebsites op basis van bezoeken 2015-2024	251
Tabel 87: Online populariteit websites België augustus 2018-2024	252
Tabel 88: Aantal installaties populairste applicaties via Google Play	254
Tabel 89: Financiële gegevens 2023 mediagroepen	255
Tabel 90: Reclame-investeringen in Vlaanderen 2014-2023 in duizend euro	263
Tabel 91: Zakencijfer per mediabureau 2014-2023	264
Tabel 92: De grootste mediabedrijven en hun inkomsten in 2023	271
Tabel 93: Buitenlandse omroeporganisaties gericht op Vlaanderen	273
Tabel 94: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)	283
Tabel 95: Categorieën remedies volgens Cavallin	287
Tabel 96: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)	335
Tabel 97: Volledige overzicht van bestaande initiatieven met uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbeveling	336

# INFOFRAGMENTEN

<b>INFOFRAGMENT 1: VLAAMS MEDIABELEID</b>	<b>31</b>
<b>INFOFRAGMENT 2: TWEE ACTIEPLANNEN TER AANPAK VAN GRENDOVERSCHRIJDEND GEDRAG</b>	<b>31</b>
<b>INFOFRAGMENT 3: FUSIE REGIONALE TELEVISIEZENDERS IN OOST-VLAANDEREN SPRINGT (VOORLOPIG) AF</b>	<b>45</b>
<b>INFOFRAGMENT 4: HERVORMING INVESTERINGSVERPLICHTING IN AUDIOVISUELE PRODUCTIES</b>	<b>49</b>
<b>INFOFRAGMENT 5: SOORTEN JOURNALISTEN</b>	<b>62</b>
<b>INFOFRAGMENT 6: PERSVRIJHEID ONDER DRUK, MEDE DOOR ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE</b>	<b>63</b>
<b>INFOFRAGMENT 7: GESJOEMEL BIJ KRANTENCONCESSIE</b>	<b>75</b>
<b>INFOFRAGMENT 8: THIRD-PARTY COOKIES STAAN ONDER DRUK</b>	<b>84</b>
<b>INFOFRAGMENT 9: META VEROORDEELD VOOR SCHADUWBAN</b>	<b>93</b>
<b>INFOFRAGMENT 10: NIEUWE TELECOMSPELER DIGI BELGIUM WAKKERT CONCURRENTIE AAN</b>	<b>98</b>
<b>INFOFRAGMENT 11: C3/C4 EN HERFINDAHL (HHI)</b>	<b>178</b>
<b>INFOFRAGMENT 12: VERGOEDING VANWEGE DE DIENSTENVERDELERS VOOR DE REGIONALE OMROEPEN</b>	<b>197</b>
<b>INFOFRAGMENT 13: INKOMSTEN UIT VIDEO-ON-DEMAND</b>	<b>200</b>
<b>INFOFRAGMENT 14: 2025 MOET HET JAAR WORDEN VAN DE NIEUWE KIJKCIJFERMETING</b>	<b>210</b>
<b>INFOFRAGMENT 15: DE FINANCIËLE RELATIE TUSSEN OMROEPEN, DISTRIBUTEURS EN AUTEURS</b>	<b>217</b>
<b>INFOFRAGMENT 16: MEDIABUREAUS</b>	<b>263</b>

# BIBLIOGRAFIE

ACM, "ACM verbiedt overname Talpa door RTL definitief", <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-verbiedt-overname-talpa-door-rtl-definitief>, 3 maart 2023.

ACM, "Nader onderzoek nodig naar overname RTL Nederland Holding en RTL Nederland Media Services door DPG Media (concentratiebesluit)", <https://www.acm.nl/nl/publicaties/nader-onderzoek-nodig-naar-overname-rtl-nederland-holding-en-rtl-nederland-media-services-door-dpg-media-concentratiebesluit>, 13 juni 2024.

Ads & Data, "Reclameregie Ads & Data breidt samenwerking met Var uit" <https://www.adsanddata.be/nieuws/reclameregie-ads-data-breidt-samenwerking-met-var-uit/>

BBC, "Actors' strike ends: Which films will resume production", 10 november 2023.

Belga nv (2024). Jaarrekening 2023.

Belga Online, "Citymesh neemt Edpnet over van Proximus", 06 november 2023.

Belga Online, "Mediahuis neemt wandel- en fietsapp RouteYou over", 20 november 2023.

Belga Online, "Rechter legt VTM en HLN publicatieverbod op op vraag van Conner Rousseau", 29 september 2023.

Belga, "Integratie in VTM Go moet Streamz extra klanten opleveren", 16 januari 2024.

Belga, "Zender Studio 100 TV keert terug bij Telenet", 25 januari 2023.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 1 februari 2019 van de Vlaamse Regering betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken", 18 maart 2019, bekrachtigd bij Decreet van 26 april 2019 houdende bekrachtiging van het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken, 20 mei 2019.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 21 maart 2014 van de Vlaamse Regering betreffende de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, vermeld in artikel 184/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 3 april 2014.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 26 april 2024 van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 12 juli 2024.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 28 mei 2004 van de Vlaamse Regering houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving", 19 augustus 2004.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 17 januari 2014 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector", 12 februari 2014.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 26 januari 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie tot gedeeltelijke uitvoering van de digitaal dienstenverordening", 6 februari 2024.

////////////////////////////////////





Brouns, M. (2024, Maart 19). UMA – UBA Benchmark Media Investments 2023. United Media Agencies. <https://uma.be/uma-uba-benchmark-media-investments-2023/>

Bruzz, “Arbeidsinspectie start onderzoek bij VRT NWS na meldingen van toxisch leiderschap”, 19 april 2024.

Cappello M. (ed.), New actors and risks in online advertising, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2022.

Cavallin J. (1998), European Policies and Regulations on Media Concentration.

Centrum voor Informatie over de Media (CIM). (2024). Mediaconsumptie in België. Establishment Survey editie 2024.

CIM (2017), “Reglement echtverklaring pers”, <https://www.cim.be/nl/pers/reglement-pers-0>.

CIM, “CIM Audio Time: trends zetten zich voort”, <https://www.cim.be/nl/nieuws/2168-cim-audio-time-trends-zetten-zich-voort>, 25 januari 2024.

CJM, “Nieuwe actieplannen tegen grensoverschrijdend gedrag in de cultuur-, media- en filmsector”, <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-actieplannen-tegen-grensoverschrijdend-gedrag-de-cultuur-media-en-filmsector>, 29 april 2024.

CJM, “Nieuwe stimuleringsregeling voor audiovisuele sector”, <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-stimuleringsregeling-voor-audiovisuele-sector>, 17 mei 2024.

CJM, “Vlaamse mediasector bundelt krachten voor nieuw crossmediaal meetsysteem”, 10 november 2023.

Cools, B. (2023). Nielsen Ad Intel 2022: out of home vs out of sync – Outer Space. Outer Space. <https://www.outer.space.be/nl/blog/nielsen-ad-intel-2022-out-of-home-vs-out-of-sync>

CRC, “Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied”, 29 juni 2018.

CSA (2016), L'accès aux médias audiovisuels.

DataNews Knack, “Proximus slurpt Scarlet volledig op”, <https://datanews.knack.be/ict/nieuws/proximus-slorpt-scarlet-volledig-op/article-news-1813743.html>, 17 december 2021.

De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024). Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

De Morgen, “Anderlecht krijgt van rechtbank over de hele lijn ongelijk in geschil met Humo-journalist”, 17 april 2024.

De Morgen, “Lineaire zender VTM Kids verdwijnt, jonge kijkers worden naar streamingplatform VTM GO geleid”, 23 december 2022.

De Morgen, “Ook Proximus schakelt af, het tijdperk van 3G lijkt definitief voorbij”, 1 december 2022.

De Morgen, “Studio 100 helpt start-up voor goede doelen”, 10 november 2017.

De Morgen, De Boeck, A., “Uitstel van executie voor Bpost: regering schuift contract voor krantenbedeling voor zich uit”, 27 november 2023.

De Morgen, Dumon, P., "Dalle wil geen radio meer op FM-band vanaf 2028", 8 juli 2022.

De Morgen, Dumon, P., "Play Media gooit het over een andere boeg met radiozenders - Make-over Nostalgie moet uitgeblust NRJ-verhaal doen vergeten", 11 mei 2023.

De Morgen, Dumon, P., "Vernieuwing is dit voorjaar codewoord aan de Medialaan - 'In de tv-wereld weten ze dat hier bij VTM dingen gebeuren'", 16 januari 2024.

De Morgen, Dumon, P., "VRT, DPG Media en Play Media slaan de handen in elkaar voor proefproject met kunstmatige intelligentie - Hoe AI ons aan meer en snellere ondertitels moet helpen", 23 maart 2023.

De Morgen, Le Van, E., "Ketnet Junior wil ook met audio een gids zijn voor kleuters (en hun ouders)", 30 oktober 2023.

De Morgen, Struys, B., "Sociale media - Geen reclame op Facebook? Daar moet je voortaan voor betalen", 10 november 2023.

De Morgen, Van Droogenbroeck, K., & Van Horenbeek, J., "De deal over de krantenbedeling: krijgt u uw krant straks nog op tijd? En kan Bpost opgelucht ademhalen?", 12 december 2023.

De Persgroep, "Medialaan investeert in gloednieuwe radiostudio's voor Qmusic en Joe in Vilvoorde", <https://www.persgroep.be/nl/news/medialaan-investeert-gloednieuwe-radiostudio%E2%80%99s-voor-qmusic-en-joe-vilvoorde>, 14 juni 2018.

De Standaard, "Mediahuis investeert in Europese persvrijheid", 30 november 2021.

De Standaard, "Overname NDC door Mediahuis afgerond", 3 december 2020.

De Standaard, "Proximus lanceert gamecompetities", 19 mei 2018.

De Standaard, "SBS Belgium, mediabedrijf achter de Play-zenders, wordt Play Media", 20 januari 2023.

De Standaard, "Telenet zoekt heil in markt elektrische laadpalen", 18 maart 2024.

De Standaard, "VRT-reeksen kunnen voortaan achter de betaalmuur van Streamz verdwijnen", 22 mei 2023.

De Standaard, "Wilfried en Eddy trekken de stekker eruit", 14 januari 2022.

De Standaard, De Kock, C., "Nieuwe kijkcijfermeting is voor 2025", 12 oktober 2023.

De Standaard, De Moor, M., "Hoe zou het nog zijn met Podgrond, de Streamz voor audio?", 10 november 2023.

De Standaard, De Moor, M., "NRJ Vlaanderen zendt alleen nog 's middags live uit", 14 april 2023.

De Standaard, De Moor, M., "Radiozender Nostalgie wordt een beetje meer Play", 23 augustus 2023.

De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.

De Standaard, Deckmyn, D., "Europa legt Apple boete op van 1,84 miljard euro voor oneerlijke concurrentie in muziekstreaming", 4 maart 2024.

De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis lanceert jongerenabonnement: 'Kranten zijn belangrijk tegen desinformatie'", 21 september 2023.

////////////////////////////////////

De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.

De Standaard, Deckmyn, D., "Meta en Youtube bezorgd over plannen van minister Dalle om hen te laten meebetalen aan tv-producties", 23 januari 2024.

De Standaard, Deckmyn, D., "The New York Times klaagt OpenAI aan voor miljarden dollars", 28 december 2023.

De Standaard, Deckmyn, D., "Uw smartphone zal er voortaan anders uitzien door Europa (ook al ziet u dat misschien niet meteen)", 8 maart 2024.

De Standaard, Dendooven, P., "Akkoord krantenbedeling is aderlating voor uitgevers", 21 maart 2024.

De Standaard, Dendooven, P., "Mediahuis nestelt zich in club van miljardenbedrijven", 25 februari 2022.

De Standaard, Dendooven, P., "Proximus neemt Gents bedrijf met 160 werknemers over", 13 juli 2018.

De Standaard, Droeven, V., "Adverteerders proberen u almaar geniepiger te beïnvloeden", 09 januari 2023.

De Standaard, Lammens, K., "VRT wil u laten lachen, Canvas krijgt een make-over", 22 augustus 2023.

De Standaard, Verhoeven, K., "Wacht de VRT het vernederende lot van een regeringszender?", 25 april 2024.

De Tijd, "Amerikanen domineren Europese kinderzenders", 05 juli 2023.

De Tijd, "Belgische tv-rechten Champions League gereshuffeld", 28 november 2023.

De Tijd, "Borgerhoff & Lamberigts koopt uitgever Politeia", 9 maart 2024.

De Tijd, "Financial Times laat magazines drukken bij Roularta", 23 oktober 2023.

De Tijd, "Mediabedrijven bijten tanden stuk op Belgische verzekeringsmarkt", 12 mei 2022.

De Tijd, "Plopsa strijkt neer in Tsjechië", 30 december 2021.

De Tijd, "Productiehuis jonnydepony krijgt Franse eigenaar media", 20 januari 2023.

De Tijd, "Roularta koopt Franse partner uit", 27 maart 2021.

De Tijd, "Telenet lonkt naar internet der dingen", 27 april 2018.

De Tijd, "Telenet mag stuk van Waalse kabel huren", 3 november 2022.

De Tijd, "Telenet-dochter Tadaam lanceert internet thuis via 5G", 15 november 2022.

De Tijd, "Vierde mobiele operator Digi sluit dubbele deal met Proximus", 29 augustus 2023.

De Tijd, Adriaen, D. & Souris, S., "Groepsaankoper Wikipower in handen van DPG Media", 3 maart 2023.

De Tijd, Balboni, J., & Keszei, N., "Brussels parket onderzoekt wanpraktijken bij Bpost", 7 oktober 2023.

De Tijd, Bervoet, D., "Cinemabedrijf Lumière stopt met verkoop films en series op webplatform MyLum", 2 mei 2024.

De Tijd, Broens, B., "België voor telecom almaar duurder dan buurlanden", 20 december 2023.

De Tijd, Broens, B., "Britse multimiljonair koopt The Spectator, het oudste tijdschrift ter wereld", 11 september 2024.

De Tijd, Broens, B., "Mediagroep Roularta verkoopt drie vakbladen aan PMG uit Zedelgem", 5 juli 2024.

De Tijd, Broens, B., "Mediahuis slaat dubbelslag in vastgoedsector", 12 februari 2019.

De Tijd, Broens, B., "Nieuw verdeelcontract maakt krant mogelijk duurder", 26 april 2024.

De Tijd, Broens, B., "Nieuwe telecomoperator Digi gaat in België voor totaalpakket diensten", 28 februari 2024.

De Tijd, Broens, B., "Operator Edpnet toch naar Citymesh na Proximus-deal", 7 november 2023.

De Tijd, Broens, B., "Roularta koopt Nederlands sportmagazine Helden", 16 oktober 2023.

De Tijd, Broens, B., "Telecomspeler Digi is er nog niet, maar weegt nu al op prijzen", 27 mei 2024.

De Tijd, Broens, B., "Telenet stapt in gamingindustrie", 15 mei 2018.

De Tijd, De Groote, P., "De Standaard-uitgever koopt grootste krant van Ierland en wordt miljardenbedrijf", 30 april 2019.

De Tijd, De Preter, W., "Dalle en Delaplace lopen spitsroeden na VRT-debacle", 27 maart 2024.

De Tijd, De Preter, W., "Fusiebedrijf Hotel Bonka brengt Vincent Kompany en Jeroen Meus bij elkaar", 20 juni 2024.

De Tijd, De Preter, W., "Proximus koopt Nederlandse datacruncher Umbrio", 1 juni 2018.

De Tijd, De Preter, W., "Uitgever Mediahuis krijgt dwangsommen opgelegd wegens cookiebeleid", 6 september 2024.

De Tijd, Dereymaeker, F., "Disney kan streamingdienst Hulu volledig overnemen, maar tegen welke prijs?", 2 november 2023.

De Tijd, Dereymaeker, F., "Europa geeft fiat voor glasvezelnetwerk van Fluvius en Telenet", 31 mei 2023.

De Tijd, Dereymaeker, F., "Mediahuis verliest twee FM-radiolicenties in Nederland", 8 juli 2023.

De Tijd, Dereymaeker, F., "Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over", 18 april 2024.

De Tijd, Dereymaeker, F., "Radiozender NRJ dreigt licentie te verliezen", 3 juli 2023.

De Tijd, Dujardin, D., & Colleyn, M., "Bpost ziet krantencontract door vingers glippen", 25 november 2023.

De Tijd, Dujardin, D., "Regering bereikt akkoord over steun voor krantenbedeling", 20 maart 2024.

De Tijd, Evers, F., "Concurrentiewaakhond zet onderzoek naar fiberdeal Telenet en Fluvius stop", 19 april 2023.

De Tijd, Evers, F., "Mediahuis neemt Iers vergelijkingsplatform over", 2 november 2022.

De Tijd, Haeck, P., "Telenet lanceert platform voor slimme apparaten", 5 juni 2018.

De Tijd, Lambrecht, P., "Roularta trekt stekker uit Sport/Voetbalmagazine", 10 februari 2023.

De Tijd, Neiryndck, P., & Serrure, B., "Wouter Verschelden verlaat mediabedrijf Paul Gheysens", 16 mei 2024.

De Tijd, Neiryndck, P., "Mediagroep boven Le Soir koopt Brussels bureau voor influencermarketing", 25 juni 2024.

De Tijd, Neiryndck, P., "Mediahuis neemt Radio Veronica en drie andere zenders over", 3 april 2023.

De Tijd, Neiryndck, P., "Tweede influencerplatform uit Gent legt boeken neer", 18 juni 2024.

De Tijd, Nerinckx, E., "Netflix lanceert lowcost- abonnement", 14 oktober 2022.

De Tijd, Quoistiaux, G., & Martin, A., "Neobank Banx van Proximus en Belfius staat op de helling", 7 oktober 2023.

De Tijd, Rousseau, S., "Proximus en Orange Belgium gaan 5G-factuur delen", 12 juli 2019.

De Tijd, Sephiha, M., & Broens, B., "Ook in beroep groen licht voor overname RTL België", 26 april 2023.

De Tijd, Sephiha, M., "Beheerder van voormalig VRT- zenderpark wisselt van eigenaar", 3 november 2023.

De Tijd, Sephiha, M., "Belgen verkopen Denksport en co. aan BC Partners", 14 november 2020.

De Tijd, Sephiha, M., "Bpost zet Press Shops en Relays in de etalage", 29 april 2021.

De Tijd, Sephiha, M., "Mediahuis koopt Ierse autowebsite Carzone", 24 oktober 2022.

De Tijd, Sephiha, M., "Telenet aan boord bij radiozender Nostalgie", 23 februari 2023.

De Tijd, Serrure, B. & Bervoet, D., "Golazo stapt in Bargoens, het productiehuis achter Het Huis en Het Conclaaf", 26 juni 2024.

De Tijd, Serrure, B. & Evers, F., "Telenet spijst oorlogskas met verkoop zendmasten", 26 maart 2022.

De Tijd, Serrure, B., "Dalle gunt Topradio en NRJ extra FM-frequenties", 13 juni 2023.

De Tijd, Serrure, B., "De Sutter lanceert nieuwe oproep voor 5G-projecten", 14 mei 2024.

De Tijd, Serrure, B., "Financial Times laat magazines drukken bij Roularta", 23 oktober 2023.

De Tijd, Serrure, B., "Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-onderonsje", 09 januari 2023.

De Tijd, Serrure, B., "KBC-app wordt ook financieel nieuwskanaal", 21 december 2021.

De Tijd, Serrure, B., "Mediahuis schuift Antwerpse media online in elkaar", 22 maart 2022.

De Tijd, Serrure, B., "Mediahuis waagt zich aan vastgoedtech", 8 april 2022.

De Tijd, Serrure, B., "Nethys krijgt 11 procent van Orange Belgium in handen", 29 maart 2024.

De Tijd, Serrure, B., "Nieuwe telecomspeler Digi: 'We komen met ongeziene prijzen Belgische markt op'", 16 mei 2024.



De Tijd, Serrure, B, "Orange rondt overname VOO af", 02 juni 2023.

De Tijd, Serrure, B, "Proximus en Telenet plannen samen 2,7 miljoen gezinnen van supersnel internet te voorzien", 25 juli 2024.

De Tijd, Serrure, B, "Proximus vernieuwt 1,7 miljoen tv-decoders", 13 maart 2024.

De Tijd, Serrure, B, "Reclamedeal VRT en Nostalgie zet kwaad bloed in radioland", 29 juni 2023.

De Tijd, Serrure, B, "Streamers herbekijken vergoedingsmodellen", 13 mei 2024.

De Tijd, Serrure, B, "Streamz mikt op groeispuurt met goedkoper abonnement met reclame", 17 mei 2023.

De Tijd, Serrure, B, "Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi", 28 mei 2024.

De Tijd, Serrure, B, "Themazenders krijgen Vlaamse steun voor digitalisering", 22 juni 2023.

De Tijd, Serrure, B, "Uitgevers vrezen 'ramp' voor krantenbedeling", 27 november 2023.

De Tijd, Serrure, B, "VTM GO begint met betalende versie om reclame te skippen", 3 mei 2023.

De Tijd, Serrure, B, "VTM integreert Streamz in streamingplatform VTM GO", 16 januari 2024.

De Tijd, Serrure, B, "VTM schakelt hoger in 'snackbare' onlinecontent", 12 januari 2022.

De Tijd, Serrure, B, "Welzijnsenquête schetst hard beeld van werkvloer VRT NWS", 25 oktober 2023.

De Tijd, Serrure, B, "Zeg niet meer 'Een' tegen 'VRT 1'", 01 mei 2023.

De Tijd, Smolders, T., "Redacties De Persgroep en Mediaaan smelten samen", 22 maart 2018.

De Tijd, Van Bockstal, K., "Vestzak-broekzakoperatie dreigt in Vlaamse film- en tv-wereld", 29 maart 2023.

De Tijd, Vanacker, L., "Vlaamse mediabedrijven sluiten zich aan bij claim van 2,1 miljard tegen Google", 28 februari 2024.

De Tijd, Vermorgen, E. & De Schamphelaere, J., "Telenet verdwijnt op 13 oktober van de beurs", 20 september 2023.

De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

Digital News Report, "Monitor: 8 jaar trends in nieuwsgebruik", <https://www.nieuwsgebruik.be/monitor>.

DNS Belgium, "Geregistreerde domeinnamen", [www.dnsbelgium.be](http://www.dnsbelgium.be), 31 augustus 2024.

DPG Media nv (2024.) Jaarrekening 2023.

DPG Media. (2021, 27 augustus). Laatste nummer Ik ga Bouwen/Je vais Construire rolt in december van de pers [Persbericht]. Geraadpleegd op 28 augustus 2021, van <https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/laatste-nummer-ik-ga-bouwen-je-vais-construire-rolt-in-december-van-de-pers>

Epifin nv (2024). Jaarrekening 2023.

European Commission, "Antitrust: Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online



advertising”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_19\\_1770](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1770), 20 maart 2019.

European Commission, “CASE AT.40411 Google Search (AdSense)”, [https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/40411/40411\\_1619\\_11.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40411/40411_1619_11.pdf), 20 maart 2019.

European Commission, “The 2022 Code of Practice on Disinformation”, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>, 16 juni 2022.

Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to Meta over its “Pay or Consent” model for breach of the Digital Markets Act”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_24\\_3582](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3582), 1 juli 2024.

Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to X for breach of the Digital Services Act”, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_24\\_3761](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3761), 12 juli 2024.

Europese Commissie, “DSA: Very large online platforms and search engines”, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops>, geraadpleegd op 12 juli 2024.

Europese Commissie, “Gatekeepers”, [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en), geraadpleegd op 12 juli 2024.

Europese Commissie, “Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA”, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>, geraadpleegd op 12 juli 2024.

Europese Commissie, “The Digital Services Act package”, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>, geraadpleegd op 12 juli 2024.

FOD Economie, “Consumptieprijs (CPI)”, <http://statbel.fgov.be/nl/statistiek/cijfers/economie/consumptieprijs/>.

FOD Economie, “Contentcreators moeten reclame duidelijk kenbaar maken”, <https://news.economie.fgov.be/213090-contentcreators-moeten-reclame-duidelijk-kenbaar-maken>, 25 april 2022.

FOD Economie, “Dark patterns: een onzichtbare online valkuil”, <https://news.economie.fgov.be/239268-dark-patterns-een-onzichtbare-online-valkuil>, 9 juli 2024.

FOD Economie, KBO Public Search, <http://kbopub.economie.fgov.be/kbopub/zoeknummerform.html>.

Gazet van Antwerpen, ““Bedankt om elke dag bij ons te zijn, om elke dag te luisteren”: doek valt over regionale ochtendshow van Radio2”, 20 januari 2023.

Gazet van Antwerpen, “ATV vernieuwt met ‘Antwerpen Live’: de hele dag live updates en duiding over alles wat er gebeurt in de regio”, 05 maart 2023.

Gazet van Antwerpen, “Bij Mediahuis verdwijnen bijna 20 voltijdse banen”, 30 januari 2024.

Gazet van Antwerpen, “Icoontjes waarschuwen voor ‘schadelijke tv-inhoud””, 11 juli 2023.

Gazet van Antwerpen, “Studio 100 en VTM slaan handen in elkaar voor ‘Tien om te zien’-musical”, 09 februari 2024.

Gazet van Antwerpen, “Studio Brussel lanceert opvallend nieuw logo in Sportpaleis en doekt eigen website op”, 12 november 2023.

Gazet van Antwerpen, "VTM komt met non-stop kanaal voor ziekenhuisseries, VTM Kids verdwijnt", 29 december 2022.

Gazet van Antwerpen, Nzenza, N., "Mediawijsheid is een eerste skill die je moet hebben": Vlaamse overheid wil met nieuw project jongeren wapenen tegen desinformatie", 1 februari 2024.

GBA, "De GBA herstelt de orde in de online advertentie-industrie: IAB Europe wordt verantwoordelijk gehouden voor een mechanisme dat in strijd is met de AVG", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/iab-europe-wordt-verantwoordelijk-gehouden-voor-een-mechanisme-dat-in-strijd-is-met-de-avg>, 2 februari 2022.

GBA, "De zaak IAB Europe: het HvJ-EU beantwoordt prejudiciële vragen", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/de-zaak-iab-europe-het-hvj-eu-beantwoordt-prejudiciele-vragen>, 7 maart 2024.

GBA, "IAB Europe-zaak: het Marktenhof stelt prejudiciële vragen aan het Hof van Justitie van de EU", <https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/iab-europe-zaak-het-marktenhof-stelt-prejudiciele-vragen-aan-het-hof-van-justitie-van-de-eu>, 7 september 2022.

Grafisch Nieuws, Riccardi, A., "Mediahuis Luxembourg verhuist drukkerijactiviteiten naar België", <https://grafisch-nieuws.knack.be/grafisch-nieuws/mediahuis-luxembourg-verhuist-drukkerijactiviteiten-naar-belgie/article-normal-1867513.html>, 16 mei 2022.

Het Belang van Limburg, Damiaans, R., "Ooit surfden we allemaal via 3G, maar dit jaar wordt het netwerk opgedoekt", 30 maart 2024.

Het Laatste Nieuws, "Apple verhoogt prijs voor streamingdienst Apple TV+", 25 oktober 2023.

Het Laatste Nieuws, "Disney+ volgt voorbeeld van Netflix en legt een verbod op het delen van accounts", 8 februari 2024.

Het Laatste Nieuws, "DPG Media en Besix bouwen hout-hybride kantoor in Nederland", 8 oktober 2021.

Het Laatste Nieuws, "DPG Media start met Netflix-formule voor magazines", 12 januari 2022.

Het Laatste Nieuws, "Energieleverancier Mega biedt ook telecom aan", 1 februari 2024.

Het Laatste Nieuws, "Erkende lokale FM-radiostations krijgen gratis toegang tot Radioplayer", 1 maart 2023.

Het Laatste Nieuws, "Internationale animatiestudio van Studio 100 krijgt extra studio in Madrid: "We zijn heel trots op deze nieuwe stap"", 25 juni 2024.

Het Laatste Nieuws, "Meta lanceert 'Twitter-alternatief' Threads nu ook in Europa", 14 december 2023.

Het Laatste Nieuws, "News City en HLN verstevigen structuur voor kwalitatieve journalistieke toekomst", 22 november 2023.

Het Laatste Nieuws, "Ook Amazon voert reclame in bij abonnement op streamingdienst, maar niet in België", 22 september 2023.

Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.

Het Laatste Nieuws, "Redacties Trends en Kanaal Z worden samengevoegd", 23 februari 2022.

////////////////////////////////////

Het Laatste Nieuws, “Streamz en Studio 100 slaan de handen in elkaar: aanbod voor kinderen wordt serieus uitgebreid”, 10 juli 2023.

Het Laatste Nieuws, “Vlaamse Vereniging voor Journalisten reageert op verbod om te citeren uit pv na incident met Rousseau: “Wij dringen aan op een correctie””, 1 oktober 2023.

Het Laatste Nieuws, “Werk van journalisten steeds meer bedreigd door politieke autoriteiten: “Kremlin ondermijnt de persvrijheid in de EU””, 3 mei 2024.

Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., “Studio 100 krijgt eigen omgeving in streaming-app: Plop, K3 en Maya de bij verhuizen naar VTM GO”, 22 december 2022.

Het Laatste Nieuws, Dee, K., “Nieuw onderzoek: influencers lappen massaal regels aan laars”, 14 februari 2024.

Het Laatste Nieuws, Degezelle, C., “Radio Bingo en Eclips TV samen in zee”, 22 maart 2024.

Het Laatste Nieuws, Dubois, G., “Negen lokale radiozenders krijgen erkenning voor FM-band”, 24 oktober 2022.

Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., “Europese Commissie opent onderzoeken naar Meta, Google en Apple: “Ze kunnen zware boetes krijgen””, 25 maart 2024.

Het Laatste Nieuws, Ponsaerts, S., “Geen internet? Dan moeten operatoren u straks vergoeden: “Hoe langer de storing duurt, hoe sterker dat bedrag omhoog gaat””, 27 november 2023.

Het Laatste Nieuws, Van Lier, R., “Al twee merken verlagen tarieven - Prijzenslag voor telecom is begonnen”, 1 juni 2024.

Het Nieuwsblad, “Belfius gaat nu ook telefoonabonnementen verkopen”, 30 december 2020.

Het Nieuwsblad, “Mediahuis koopt immowebste van IPM over”, 10 mei 2023.

Het Nieuwsblad, “Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over”, 17 januari 2024.

Het Nieuwsblad, “Na Netflix lanceert ook Disney+ goedkoper abonnement met reclame”, 8 december 2022.

Het Nieuwsblad, “Netflix neemt maatregelen tegen delen account, ook in België”, 23 mei 2023.

Het Nieuwsblad, “Productiehuis Geronimo in zee met Amsterdams label: “Samen gaan we internationale producties maken””, 19 juni 2024.

Het Nieuwsblad, “Streamingdienst Streamz verhoogt prijzen, maar niet voor alle abonnementsformules”, 11 maart 2024.

Het Nieuwsblad, “Streamingdiensten Disney en Warner bundelen krachten: nieuw abonnement gelanceerd”, 9 mei 2024.

Het Nieuwsblad, “Telenet doekt sportzender Play Sports Open op”, 11 juli 2024.

Het Nieuwsblad, “VRT stelt externe bruggenbouwer aan na anonieme brief over toxisch leiderschap”, 28 maart 2024.

Het Nieuwsblad, Vets, T., “Nederlandse televisie neemt tv-formats over van Vlaanderen”, 31 augustus 2023.

Hof van beroep Gent. (2024, 3 juni). META moet schadevergoeding betalen aan politicus wegens een

schaduwban op zijn Facebookpagina [Persbericht]. Geraadpleegd op 12 juli 2024, van <https://www.tribunaux-rechtbanken.be/sites/default/files/media/hbca/gent/files/20240603-persbericht-meta-moet-schadevergoeding-betalen-aan-politicus.pdf>

ICRI K.U.Leuven, Central European University, Jönköping International Business School en Ernst & Young Belgium, “Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach”, Study for the European Commission, 2009, [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/study/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm).

Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

InfluencerFAQ, 2023, <https://www.deinfluencerfaq.be/wat-is-de-influencerfaq>.

JEP, “het Communicatie Centrum zet zelfregulering in de spotlights met lancering JEP-campagne”, <https://www.jep.be/het-communicatie-centrum-zet-zelfregulering-in-de-spotlights-met-lancering-jep-campagne/>, 23 januari 2024.

Journalistenloket, “Journalist van Beroep”, <https://www.journalistenloket.be/wie-is-journalist/>

Katholieke Mediagroep nv (2024). Jaarrekening 2023.

Krant van West-Vlaanderen, Vanden Berghe, B, “Ondanks groene cijfers stopt publimagazine ‘Blits’ met 11 jobs op de schop: “Toch houden we er een positief gevoel aan over””, <https://kw.be/nieuws/samenleving/ondanks-groene-cijfers-stopt-publimagazine-blits-met-11-jobs-op-de-schop-toch-houden-we-er-positief-gevoel-aan-over/>, 06 juli 2023.

M7 Group, “VRT blijft in de ether dankzij Antenne TV”, <https://www.norkring.be/wp-content/uploads/2018/09/PRESS-RELEASE-VRT-VIA-ANTENNE-TV.pdf>, 30 augustus 2018.

Media Marketing, “Business AM Radio draait de knop om”, <https://www.mm.be/news-nl-73878-media-business-am-radio-draait-de-knop-om>, 3 januari 2024.

Mediafin nv (2024). Jaarrekening 2023.

Mediahuis (2019, 8 oktober). Mediahuis en DPG Media lanceren JOBAT, het talentnetwerk. [Persbericht]. <https://www.mediahuis.be/mediahuis-en-dpg-media-lanceren-jobat-het-talentnetwerk/>.

Mediahuis nv (2024). Jaarrekening 2023.

Mediahuis, “Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl”, <https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/>, 7 oktober 2019.

Mediahuis, “Mediahuis investeert 5 mio. euro in Nederlandse scale-up Lepaya.”, <https://www.mediahuis.be/mediahuis-investeert-5-mio-euro-in-nederlandse-scale-up-lepaya/>, 15 juni 2020.

Mediahuis, “Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg.”, <https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/>, 21 april 2020.

Mediaaan, “De Persgroep Publishing en Mediaaan richten News City op”, <https://mediaaan.be/nl/de-persgroep-publishing-en-mediaaan-richten-news-city-op?referer=https://www.google.be/url?sa=t>.

Mediapunt, “Mediamonitor: de stand van mediaonderzoek in Vlaanderen anno 2023”, <https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/mediamonitor2023>, 21 mei 2024.

Mediaspecs, “Ads & Data gaat strategisch partnership aan met Warner Bros. Discovery”, <https://www.>

////////////////////////////////////

[mediaspecs.be/ads-data-gaat-strategisch-partnership-aan-met-warner-bros-discovery/](https://www.mediaspecs.be/ads-data-gaat-strategisch-partnership-aan-met-warner-bros-discovery/), 10 oktober 2023.

Mediaspecs, “Ads & Data lanceert total tv – ecosystem”, <https://www.mediaspecs.be/ads-data-lanceert-total-tv-ecosysteem/>, 13 maart 2023.

Mediaspecs, “Business AM start met eigen radiozender”, <https://www.mediaspecs.be/business-am-start-met-eigen-radiozender/>, 9 januari 2023.

Mediaspecs, “Culinaire Ambiance maakt van zijn magazine een volledig digitale publicatie”, <https://www.mediaspecs.be/culinaire-ambiance-maakt-van-zijn-magazine-een-volledig-digitale-publicatie/>, 5 mei 2023.

Mediaspecs, “Digital Media Association (DMA) houdt op te bestaan”, <https://www.mediaspecs.be/digital-media-association-dma-houdt-op-te-bestaan/>, 19 april 2023.

Mediaspecs, “DPG Media en Rossel vernieuwen het PNU-aanbod”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-en-rossel-vernieuwen-het-pnu-aanbod/>, 12 mei 2023.

Mediaspecs, “DPG Media herziet zijn woon- en decomagazines”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-herziet-zijn-home-deco-magazines/>, 17 juli 2024.

Mediaspecs, “DPG Media lanceert nieuwe corporate website met The Reference”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-lanceert-nieuwe-corporate-website-met-the-reference/>, 11 juli 2022.

Mediaspecs, “DPG Media pakt uit met sociaal adverteren: Xtra Social”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-pakt-uit-met-sociaal-adverteren-xtra-social/>, 7 april 2020.

Mediaspecs, “DPG Media realiseert goed resultaat in 2020 dankzij stijging abonnementen die daling advertentie-inkomsten compenseert”, <https://www.mediaspecs.be/dpg-media-realiseert-goed-resultaat-in-2020-dankzij-stijging-abonnementen-die-daling-advertentie-inkomsten-compenseert/>, 18 maart 2021.

Mediaspecs, “Er komt een Luxemburgse editie van het magazine Elle”, <https://www.mediaspecs.be/er-komt-een-luxemburgse-editie-van-het-magazine-elle/>, 5 februari 2024.

Mediaspecs, “Google beslist om de geplande uitfasering van de third-party cookies stop te zetten”, <https://www.mediaspecs.be/google-beslist-om-de-geplande-uitfasering-van-de-third-party-cookies-stop-te-zetten-met-een-eerste-reactie-van-bart-de-waele/>, 23 juli 2024.

Mediaspecs, “Havas Media Network Belgium splitst zich op in Havas Media en Arena Media, onder leiding van respectievelijk Julien Depaire en Tim Vanacker”, <https://www.mediaspecs.be/havas-media-network-belgium-ontdubbelt-zich-in-havas-media-en-arena-media-onder-leiding-van-respectievelijk-julien-depaire-en-tim-vanacker/>, 20 oktober 2023.

Mediaspecs, “Herstructurering bij WE MEDIA”, <https://www.mediaspecs.be/herstructurering-bij-we-media/>, 5 juli 2024.

Mediaspecs, “Het Communicatie Centrum publiceert nieuwe aanbevelingen inzake influencer marketing”, <https://www.mediaspecs.be/het-communicatie-centrum-publiceert-nieuwe-aanbevelingen-inzake-influencer-marketing/>, 25 april 2022.

Mediaspecs, “Jobat lanceert Go for Happy Magazine”, <https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/>, 23 februari 2021.

Mediaspecs, “Katholiek weekblad Tertio gaat verder als maandelijks magazine”, <https://www.mediaspecs.be/katholiek-weekblad-tertio-gaat-verder-als-maandelijks-magazine/>, 12 juli 2024.



Mediaspecs, "MediaCom en EssenceMediacom voortaan één geïntegreerd team", <https://www.mediaspecs.be/mediacom-en-essencemediacom-voortaan-een-geintegreerd-team/>, 18 januari 2024.

Mediaspecs, "Mediahuis investeert 1,5 miljoen euro in Nederlands matchingplatform voor freelancers", <https://www.mediaspecs.be/mediahuis-investeert-15-miljoen-euro-nederlands-matchingplatform-freelancers/>, 5 oktober 2017.

Mediaspecs, "Nieuw Magazine: Lost Frequencies op de eerste cover van Forbes België", <https://www.mediaspecs.be/nieuw-magazine-lost-frequencies-op-de-eerste-cover-van-forbes-belgie/>, 27 maart 2024.

Mediaspecs, "Nieuwe CIM-strategie: Ambitieuze tripartite wil evolueren van een media-oriented naar een consumentgerichte aanpak", <https://www.mediaspecs.be/nieuwe-cim-strategie-naar-een-consumentgerichte-aanpak/>, 24 november 2023.

Mediaspecs, "Nieuwe studie beveelt aan om vanaf 2031 radio-uitzendingen via FM-band stop te zetten", <https://www.mediaspecs.be/nieuwe-radiostudie-beveelt-aan-om-vanaf-2031-radio-uitzendingen-via-fm-band-stop-te-zetten/>, 21 mei 2024.

Mediaspecs, "Outsight verandert officieel van naam naar Billups", <https://www.mediaspecs.be/out-sight-verandert-officieel-van-naam-naar-billups/>, 18 april 2024.

Mediaspecs, "Overname van Nederlandse activiteiten Sanoma door DPG Media Nederland krijgt groen licht", <https://www.mediaspecs.be/overname-van-nederlandse-activiteiten-sanoma-door-dpg-media-nederland-krijgt-groen-licht/>, 14 april 2020.

Mediaspecs, "Produpress Advertising komt tot een akkoord met Proxistore om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken", <https://www.mediaspecs.be/produpress-advertising-komt-tot-een-akkoord-met-proxistore-om-het-aanbod-van-doelgerichte-reclame-te-versterken/>, 24 augustus 2024.

Mediaspecs, "Proximus werkt samen met LiveRamp: adverteerders kunnen data inzetten voor gerichte tv-campagnes", <https://www.mediaspecs.be/proximus-werkt-samen-met-liveramp-adverteerders-kunnen-data-inzetten-voor-gerichte-tv-campagnes/>, 12 januari 2024.

Mediaspecs, "Radio2 Benebene maakt nieuwe start als VRT Radio Bene", <https://www.mediaspecs.be/radio2-benebene-maakt-nieuwe-start-als-vrt-radio-bene/>, 1 juli 2024.

Mediaspecs, "ROULARTA KOMT MET NIEUW LIFESTYLEMAGAZINE 'DZ MAGAZINE'", <https://www.mediaspecs.be/roularta-komt-met-nieuw-lifestylemagazine-dz-magazine/>, 14 december 2021.

Mediaspecs, "Roularta Media Nederland neemt Bigtwin over", <https://www.mediaspecs.be/roularta-media-nederland-neemt-bigtwin-over/>, 22 mei 2023.

Mediaspecs, "Roularta Media start met Content To Commerce: doorplaatsing van social media posts op de Roularta sites", <https://www.mediaspecs.be/roularta-media-start-met-content-to-commerce-doorplaatsing-van-social-media-posts-op-de-roularta-sites/>, 29 mei 2020.

Mediaspecs, "Roularta opent nieuwe economische TV-nieuwsstudio voor Kanaal Z en Trends", <https://www.mediaspecs.be/roularta-opent-nieuwe-economische-tv-nieuwsstudio-voor-kanaal-z-en-trends/>, 24 april 2023.

Mediaspecs, "Roularta strijdt tegen desinformatie met project 'Eerste Hulp Bij Twijfel'", <https://www.mediaspecs.be/roularta-strijdt-tegen-desinformatie-met-project-eerste-hulp-bij-twijfel/>, 21 oktober 2022.

Mediaspecs, "Salesteam van IP Belgium wordt verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising",

////////////////////////////////////



<https://www.mediaspecs.be/salesteam-van-ip-belgium-wordt-verdeeld-tussen-dpg-media-advertising-en-rossel-advertising/>, 22 april 2022.

Mediaspecs, “Samensmelting van magazines Autogids en Autowereld”, <https://www.mediaspecs.be/samensmelting-van-magazines-autogids-en-autowereld/>, 9 februari 2022.

Mediaspecs, “Sport Voetbal Magazine gaat op in Knack, Sport Foot Magazine in Le Vif”, <https://www.mediaspecs.be/sport-voetbalmagazine-gaat-op-in-knack-sport-foot-magazine-in-le-vif/>, 10 februari 2023.

Mediaspecs, “The Bulletin viert 60-jarig jubileum en wordt onafhankelijke uitgever”, <https://www.mediaspecs.be/the-bulletin-viert-60-jarig-jubileum-en-wordt-onafhankelijke-uitgever/>, 15 maart 2022.

Mediaspecs, “Transfer richt internationale cel Mayonnaise Media op”, <https://www.mediaspecs.be/transfer-richt-internationale-cel-mayonnaise-media-op/>, 15 maart 2021.

Mediaspecs, “UMA-UBA Benchmark Media Investments 2023”, <https://www.mediaspecs.be/uma-uba-benchmark-media-investments-2023-37-van-de-totale-bestedingen-zijn-digitale-media-234-van-totaal-gaat-naar-internationale-media/>, 19 maart 2024.

Mediaspecs, “Vanaf 22 mei kunnen merken voor het eerst adverteren op Streamz”, <https://www.mediaspecs.be/vanaf-22-mei-kunnen-merken-voor-het-eerst-adverteren-op-streamz/>, 17 mei 2023.

Mediaspecs, “Wealth magazine voortaan in de weekendeditie van De Tijd en L’Echo”, <https://www.mediaspecs.be/wealth-magazine-voortaan-in-de-weekendeditie-van-de-tijd-lecho/>, 28 februari 2024.

Mediaspecs, “WKND Limburg: de nieuwe weekendbijlage van Het Belang van Limburg”, <https://www.mediaspecs.be/wknd-limburg-de-nieuwe-weekendbijlage-van-het-belang-van-limburg/>, 1 maart 2024.

Mediaspecs, “Ziekenhuis- en Zorgkrant wijzigt naar HealthCare Magazine en er komt een Franstalige versie”, <https://www.mediaspecs.be/ziekenhuis-en-zorgkrant-wijzigt-naar-healthcare-magazine-en-er-komt-een-franstalige-versie/>, 6 februari 2015.

Mediaspecs, “Maxus Belgium wordt EssenceMediacom”, <https://www.mediaspecs.be/maxus-belgium-wordt-essencemediacom/>, 14 december 2022.

Metro, “Streaming doet auteursinkomsten wereldwijd stijgen, toch grote uitdagingen voor België”, 30 oktober 2023.

Mostinckx, E. (2024, January 26). Het einde van third-party cookies: wat nu? WE MEDIA Magazine Media. <https://wemedia.be/magazinemedi/nieuws/het-einde-van-third-party-cookies-wat-nu>

Nationale Bank van België, Balanscentrale, <http://bcc.nbb.be/BCCIA0101/WEB/actions/Frames?LangIndex=N>.

NBC News, “Hollywood screenwriters and studios reach tentative deal to resolve strike”, 25 september 2023.

NORTV, “Kijkers ook in 2023 zeer tevreden over hun regionale omroep”, 1 februari 2024.

Ombudsdienst voor telecommunicatie. (2023). Jaarverslag 2023. Geraadpleegd van <https://www.ombudsmantelecom.be/wp-content/uploads/Ombudsdienst-voor-telecommunicatie-Jaarverslag-2023.pdf>

Orange corporate, “Nethys bevestigt aan Orange Belgium zijn voornemen om zijn belang in VOO om te zetten in aandelen van Orange Belgium”, 21 november 2023.

Orange corporate, “Orange Belgium voltooit zijn kapitaalverhoging door inbreng in natura – Nethys ruilt zijn

belang in VOO Holding in voor nieuw uitgegeven aandelen van Orange Belgium”, 2 mei 2024.

Pikone, I., e.a. “Digital News Report”, juni 2024.

Play Media nv (2024). Jaarrekening 2023.

Porter M. (1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.

Proximus (2019, 20 december). Proximus en KBC werken samen om de eerste innovatieve initiatieven te starten in het voordeel van hun klanten. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2019/20191220-Proximus-and-KBC-collaborate-to-kick-off-some-first-innovative-initiatives-.html>.

Proximus (2021, 22 juni). Eerste details van Banx vrijgegeven: een volledig digitale en Belgische bankervaring van de volgende generatie, imagined by Proximus, powered by Belfius, die klanten in staat stelt bewustere keuzes te maken. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2021/20210622-first-details-of-Banx-unveiled.html>.

Proximus (2022, 29 juni). Proximus kondigt ambitie aan om dekkinggraad voor fiber uit te breiden tot 95% van de Belgische woningen en bedrijven, met de ambitie om 100% gigabit coverage te bereiken tegen 2032. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2022/20220629-fiber-rollout.html>.

Proximus (2024, 25 juli). Proximus wordt volledig eigenaar van Fiberklaar. [Persbericht]. <https://www.proximus.com/nl/news/2024/20240725-proximus-acquires-full-fiberklaar-ownership.html#:~:text=Proximus%20bezit%20vandaag%2049%2C67,uitrol%20van%20fiber%20in%20Vlaanderen>.

Raad voor de Journalistiek, “Nieuwe richtlijn over het gebruik van artificiële intelligentie in de journalistiek”, <https://www.rvdj.be/nieuws/nieuwe-richtlijn-over-het-gebruik-van-artificiele-intelligentie-de-journalistiek>.

Raad voor de Reclame, “De Raad voor de Reclame publiceert aanbevelingen”, 8 oktober 2018.

Raad voor de reclame, “De Raad voor de Reclame publiceert een code over native advertising”, 8 januari 2019.

Reporters Sans Frontières, 2024, <https://rsf.org/en/country/belgium>.

RINGtv, “Kanaal Z en Ringtv zijn voortaan burenen”, <http://www.ringtv.be/nieuws/kanaal-z-en-ringtv-zijn-voortaan-buren>, 3 juli 2018.

RollingStone, “Could Another Strike Hit Hollywood?”, 7 maart 2024.

Roularta Media Group (2018, 27 augustus). Roularta creëert Roularta Brand Studio en trekt Veerle Neyens aan. [Persbericht]. <https://www.roulartamedia.be/nl/nieuws/roularta-cre%C3%ABert-roularta-brand-studio-trekt-veerle-neyens-aan>.

Roularta Media Group (2020, 14 januari). E-commerceplatform storesquare wordt stopgezet vanaf 28 februari 2020. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/e-commerceplatform-storesquare-wordt-stopgezet-vanaf-28-februari-2020>.

Roularta Media Group (2021, 19 juli). VOORWETENSCHAP: ROULARTA NEEMT DE AFDELING HANDELSINFORMATIE VAN BLACK TIGER BELGIUM OVER. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/persbericht-voorwetenschap-roularta-neemt-de-afdeling-handelsinformatie>.

Roularta Media Group (2021, 22 december). Roularta neemt new skool media over en wordt de op één na grootste uitgever van magazinemerken in nederland. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-roularta-neemt-new-skool-media-over-wordt-de>.

Roularta Media Group (2021, 7 juni). ARTSENKRANT LANCEERT E-LEARNINGPLATFORM EDUTHON. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/artsenkrant-lanceert-e-learningplatform-eduthon>.

Roularta Media Group (2022, 29 maart). ROULARTA NEEMT GEZONDHEID.BE EN PASSIONSANTÉ.BE OVER. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-neemt-gezondheidbe-passionsant%C3%A9be-over>.

Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. <https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereguleerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0>

Roularta Media Group, “Digitaal”, <https://www.roularta.be/nl/onze-merken/digitaal>.

Roularta Media Group, “Mijn Stad TV”, <https://www.roulartatv.be/nl/merken/mijn-stad/mijn-stad-tv>.

Roularta Media Group, “Websites”, <https://www.roulartamedia.be/nl/merken/digitaal/websites>.

Roularta nv (2024). Jaarrekening 2023.

RTL Group, “RTL Group to sell RTL Nederland to DPG Media”, <https://company.rtl.com/export/sites/rtlunited/en/media/overview/press-releases-and-news/RTL-Group-to-sell-RTL-Nederland-to-DPG-Media/>, 15 december 2023.

SBS Belgium nv (2022). Jaarverslag 2021.

Scenaristengilde, “Hervorming investeringsverplichting”, <https://scenaristengilde.be/Nl/nieuws/Hervorming-investeringsverplichting/1450>, 23 augustus 2023.

Schrauwen, J., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2014), Onderzoeksrapport: creatieve industrieën in Vlaanderen – update. Flanders DC.

Statistiek Vlaanderen, “Internetgebruik naar gebruiksfrequentie”, <https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/digitale-economie/internetgebruik-naar-gebruiksfrequentie>, 7 maart 2024.

Streamz (2024), jaarrekening 2023.

Studio 100 nv (2024). Jaarrekening 2023.

SVDJ, Bakker, P., “Hoe Nederland een dagblad-duopolie kreeg”, <https://www.svdj.nl/hoer-nederland-een-dagblad-duopolie-kreeg/>, 16 augustus 2021.

Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#>

Telenet (2024, 3 juni). BASE lanceert zich op de markt voor vast internet en televisie in heel België. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/base-lanceert-zich-op-de-markt-voor-vast-internet-en-televisie-in-heel-belgie>

Telenet (z.d.). TELENET BRENGT VIA THE PARK VR-ACTIVITEITEN NAAR DE HUISKAMER. [Persbericht]. <https://press.telenet.be/telenet-brengt-via-the-park-vr-activiteiten-naar-de-huiskamer>.

Telenet nv (2024). Jaarrekening 2023.



Transfer (2024, 28 maart). Welkom radio. [Persbericht]. <https://mytransfer.be/wp-content/uploads/2024/03/240328-PERSBERICHT-TRANSFER-Welcome-Radio.pdf>

Trends, "Roularta stopt met het verdelen van het gratis blad De Streekkrant", 9 september 2021.

TrendsTop-Knack, "Redacties Trends en kanaal Z worden samengevoegd", <https://trendstop.knack.be/nl/ontop/ondernemen/redacties-trends-en-kanaal-z-worden-samengevoegd-1067-1480380.aspx>, 23 februari 2022.

United Media Agencies, "UMA Ranking 2023", <https://uma.be/about-us/ranking/>.

Valcke, P., & Wauters, E. (2024). Media Pluralism Monitor 2023- Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Valcke, P., Ombelet, P.-J., & Lambrecht, I. (december 2016). Media Pluralism Monitor 2016 Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij. <https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij>

Vanheerentals, L. (2023, 19 januari). Advertentiehonger jaagt gezondheidsmagazines in armen van farmasector. <https://apache.be/2023/01/19/advertentiehonger-jaagt-gezondheidsmagazines-armen-van-farmasector>

Vanwynsberghe, H., Van Damme, K., Peeters H., D'haeseleer, S., Schokkenbroek, J.M., Martens, M., Sevenhant, R., Vanden Abeele, M., Ponnet, K., Callens, J., Schreuer, C. (2024). Onderzoeksrapport Apenstaartjaren: de digitale leefwereld van kinderen en jongeren. Mediaraven.

Vlaamse Nieuwsmedia, <https://www.vlaamsenieuwsmedia.be/>, 6 juni 2024.

Vlaamse Regering. (2023, 9 juni). BESLISSINGEN VLAAMSE REGERING. Ministerraad van 09 juni 2023. Geraadpleegd op 9 juni 2023, van <https://beslissingenvlaamseregering.vlaanderen.be/>

Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 14 oktober). Licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk (nv Norkring België – frequentiekanalen 49, 53 en 59) ingetrokken. Geraadpleegd op 13 juli 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/2022/licentie-voor-het-aanbieden-van-een-televisieomroepnetwerk-nv-norkring-belgie>.

Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 2 februari). Tijdelijke zendvergunningen lokale DAB+ toegekend, uitzendingen kunnen vanaf 1 februari 2022 van start gaan [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 juni 2022, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2022/tijdelijke-zendvergunningen-lokale-dab-toegekend-uitzendingen-kunnen-vanaf-1-februari>.

Vlaamse Regulator voor de Media. (2023, 16 januari). Lokale DAB+-proefprojecten worden verlengd met 3 jaar [Persbericht]. Geraadpleegd op 6 juni 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2023/lokale-dab-proefprojecten-worden-verlengd-met-3-jaar>

Vlaamse Regulator voor de Media. (2023, 3 juli). SBS/NRJ wordt tot uiterlijk 30 september 2023 de tijd geboden om zich te conformeren aan de regelgeving. Beslissingen. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/2023/sbsnrj-wordt-tot-uiteindelijk-30-september-2023-de-tijd-geboden-om-zich-te>

VRT nv (2018). Jaarverslag 2017.

VRT nv (2023). Jaarverslag 2022.

VRT nv (2024). Jaarverslag 2023.

VRT NWS, "Eerste live podcastevent van VRT MAX: aantal luisteraars blijft groeien, maar "mogelijk wel plafond op succes"", 9 maart 2024.

VRT NWS, "Minister De Sutter laat deal tussen Bpost en Golden Palace aanpassen: "Voorkomen dat krantenwinkels goktenten worden"", 16 februari 2022.

VRT NWS, "Nieuwe open brief van VRT-medewerkers klaagt eenzijdige steun voor ontslagen netmanager Lotte Vermeir aan, ook Open VLD wil VRT-top horen in Vlaams Parlement", 1 september 2024.

VRT NWS, "Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen", 25 juli 2024,

VRT NWS, "VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan digitale radiospeler", 19 januari 2018.

VRT NWS, "VRT-medewerkers en schermgezichten schrijven open brief uit protest tegen ontslag van netmanager Lotte Vermeir", 31 augustus 2024.

VRT NWS, Baeyens, N., "Nationaal Crisiscentrum voert online strijd tegen desinformatie op in de aanloop naar de verkiezingen", 30 maart 2024.

VRT NWS, Baeyens, N., "Vlaams Belang en N-VA geven 3,4 miljoen euro uit aan advertenties op Facebook en Instagram en zijn zo Europese koplopers", 16 januari 2024.

VRT NWS, Bosmans, G., "Google start met bouw van nieuw datacenter in België, investering van 1 miljard euro", 05 april 2024.

VRT NWS, De Leener, R., "Oost-Vlaanderen en West-Vlaanderen gaan naar één regionale omroep per provincie", 15 december 2023.

VRT NWS, El Bakkali, L., "Gratis krant Metro stopt ermee vanaf vrijdag", 23 oktober 2023.

VRT NWS, Gebruers, S., "'Het verdienmodel staat al lang sterk onder druk": hoe de val van Metro bij experts niet als een verrassing kwam", 23 oktober 2023.

VRT NWS, Grommen, S., "Franstalige mediemarkt opgeschud: DPG Media en Rossel nemen samen RTL België over", 28 juni 2021.

VRT NWS, Grunewald, M., "Streamingdienst HBO Max komt in juli naar België, Streamz verliest deel van aanbod", 7 mei 2024.

VRT NWS, Maerevoet, E., "Berichten-app Telegram komt in Europa onder Belgisch toezicht", 6 mei 2024.

VRT NWS, Michiels, C., "Jongeren zitten bijna anderhalf uur per dag op TikTok en 3 andere opvallende resultaten uit de Digimeter", 5 maart 2024.

VRT NWS, Rappé, M., "AI-systemen "trainen" met materiaal van nieuwssites? Steeds meer mediabedrijven sputteren tegen", 2 maart 2024.

VRT NWS, Rombaut, S., "1 januari 2031 wordt richtdatum om radio-uitzendingen via de FM-band stop te zetten", 20 mei 2024.

VRT NWS, Santens, T., "Concurrentiewaakhond wil voor het eerst individuen vervolgen in zaak rond

////////////////////////////////////



manipulatie bpost-subsidies”, 21 september 2024.

VRT NWS, Santens, T., “Tot 5 euro extra per maand: papieren krant thuis laten leveren, wordt duurder”, 27 juni 2024.

VRT NWS, Schillewaert, N., “Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw “Wyre”-glasvezelnetwerk voor snel internet uit”, 09 juni 2023.

VRT NWS, Schoofs, S., “Gewezen baas van militaire inlichtingendienst over buitenlandse inmenging: “Ook aanwijzingen van inmenging rond rechtszaken als die tegen Acid””, 28 maart 2024.

VRT NWS, Schoupe, W., “Fusie regionale televisiezenders AVS en TV Oost springt af”, 17 april 2024.

VRT NWS, Sokol, K., “Meer Europese fictie op VRT en meer VRT-reeksen in het buitenland door nieuwe samenwerking tussen 8 Europese publieke omroepen”, 10 oktober 2023.

VRT NWS, Sokol, K., “Netflix verhoogt opnieuw de prijzen in België”, 8 mei 2024.

VRT NWS, Truyts, J., “Nieuwe aandeelhouders Studio 100 bekend: ondernemer Vic Swerts (Soudal) en investeringsgroep 3d investors”, 7 februari 2020.

VRT NWS, Van Brakel, L., Debackere, E., Verheyden, T., & Richir, L., “Crisiscentrum waarschuwt voor toename aan valse berichten op sociale media over “gestolen verkiezingen””, 29 mei 2024.

VRT NWS, Van den Eynde, W., & Fauconnier, M., “Mediabedrijf MediaNation van Paul Gheysens en Wouter Verschelden in financiële problemen: “Loon wordt al vijf maanden niet betaald””, 26 december 2023.

VRT NWS, Vanmeldert, D., “Na Vlaams Belang en PVDA, heeft ook N-VA eigen “nieuwsapp”: waarom zetten politieke partijen daarop in?”, 10 februari 2024.

VRT NWS, Verheyden, T., “De chatbot als vriendje: ook jongeren experimenteren volop met AI en ze kunnen goed om met digitale stress”, 16 mei 2024.

VRT, “Beheersovereenkomst”, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/>.

VRT, “Dag Klara.be, welkom Klara op VRT MAX”, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/03/06/dag-klara-be-welkom-klara-op-vrt-max/>, 7 maart 2024

VRT, “Meer dan 80 media start-ups groeien door dankzij Europese accelerator geleid door VRT”, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/12/07/meer-dan-80-media-start-ups-groeien-door-dankzij-europees-projec/>, 7 december 2023.

VRT, “VRT NWS pakt uit met factcheckmarathon in aanloop van verkiezingen”, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/04/02/vrt-nws-pakt-uit-met-factcheckmarathon-in-aanloop-van-verkiezing/>, 2 april 2024.

VRT, “Lokale media als VRT zijn minder zichtbaar en vindbaar. “Beleidsmakers moeten dringend actie ondernemen””, <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/24/lokale-media-als-vrt-zijn-minder-zichtbaar-en-vindbaar-beleidsm/>, 24 mei 2024.

VRT.be, “VRT NWS krijgt Europees kwaliteitslabel voor factchecks”, geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/16/vrt-nws-krijgt-europees-kwaliteitslabel-voor-factchecks/>, op 12 juli 2024.

VRT.be, “VRT NWS omarmt regioberichtgeving Radio2”, geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/09/14/vrt-nws-omarmt-regioberichtgeving-radio2/>, op 15/09/2023.

//



VRT.be, “VRT NWS pakt uit met factcheckmarathon in aanloop van verkiezingen”, geraadpleegd van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/04/02/vrt-nws-pakt-uit-met-factcheckmarathon-in-aanloop-van-verkiezing/>, op 12 juli 2024.

VVJ (2024), Jaarverslag VVJ 2023.

VVJ, “NIEUWE PROFIELSCHETS VAN DE BELGISCHE JOURNALIST”, 21 juni 2023, <https://journalist.be/2023/06/nieuwe-profielschets-van-de-belgische-journalist>.

VVJ, Deltour, P., “Actuele pijnpunten in de verhouding pers/gerecht - AVBB gaat in overleg met Justitie.”, <https://journalist.be/2021/05/actuele-pijnpunten-in-de-verhouding-pers-gerecht-avbb-gaat-in-overleg-met-justitie> , 29 september 2022.

VVJ, Deltour, P., “ongerust over vermenging journalistiek en commerciële content”, <https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciele-content>, 13 september 2021.

VVJ/AVBB (2024), Jaarverslag 2023, “Jaar van ondenkbaar nieuws”.

We Media, “Leden”, <https://wemedia.be/b2c/leden/>, 1 juli 2024.

We Media, “Organisatie”, <https://wemedia.be/organisatie/>, 1 juli 2021.

XMP, “Lancering van het Cross Media Panel (XMP) in Vlaanderen”, 13 mei 2024.

# COLOFON

Verantwoordelijke uitgever  
Joris Sels, gedelegeerd bestuurder

Bezoekadres  
Marie-Eisabeth Belpairegebouw  
Simon Bolivarlaan 17  
1000 Brussel

Postadres  
Koning Albert II-laan 15, bus 476  
1210 Brussel

Tel: 02/553.45.04  
E-mail: [vrn@vlaanderen.be](mailto:vrn@vlaanderen.be)  
Website: [www.vlaamseregulatormedia.be](http://www.vlaamseregulatormedia.be)

Samenstelling, redactie en eindredactie  
Ingrid Kools, Yann Meiresonne, Johan Cassimon en Francis Soulliaert

Begeleider dossier mediaconcentratie  
Katrien Van der Perre