

# **Evaluatie beheersovereenkomst VRT**

**bedrijfseconomische context**

**versie augustus 2010**

Deel 1 Recente evolutie van het Vlaamse Medialandschap .....	6
1 Bedrijven, economische verhoudingen tussen die bedrijven .....	7
2 Faillissementen, consolidaties, samenwerkingsverbanden .....	8
2.1 Faillissementen .....	8
2.2 Consolidaties.....	8
2.2.1 Alfacam NV .....	8
2.2.2 Belgacom NV .....	9
2.2.3 Concentra NV.....	11
2.2.4 Corelio NV .....	12
2.2.5 De Persgroep NV .....	14
2.2.6 Roularta Media Group NV .....	16
2.2.7 Sanoma Magazines Belgium NV.....	18
2.2.8 SBS Belgium NV .....	20
2.2.9 Telenet NV .....	20
2.2.10 VRT NV .....	21
2.3 Samenwerkingsverbanden.....	23
2.3.1 VMMA.....	23
2.3.2 ATV .....	23
2.3.3 Radio Nostalgie.....	23
2.3.4 Woestijnvis en VRT .....	23
2.3.5 Woestijnvis en Belgacom TV.....	23
2.3.6 De Standaard en VMMA.....	23
2.3.7 Corelio en Concentra .....	23
2.3.8 Allerlei Samenwerkingsverbanden tussen lokale radio's.....	24
2.3.9 Blik op de toekomst.....	24
3 Impact van de (recente) crisis.....	26
4 Grootte van de (grootste) bedrijven t.o.v. de grootte van de VRT .....	28
5 Positie van de VRT t.o.v. de andere bedrijven .....	31
Deel 2: Het vroegere, huidige en algemeen media-aanbod in Vlaanderen: .....	33
6 Aantal radio- en televisieomroepen vroeger en vandaag, met tendensen.....	34
6.1 Radio.....	34
6.1.1 Openbare of publieke radio-omroeporganisaties .....	34
6.1.2 Landelijke private radio-omroeporganisaties zenden uit voor de hele Vlaamse Gemeenschap .....	34

6.1.3	Regionale private radio-omroepen zenden uit voor een welbepaalde regio die maximaal één provincie bestrijkt.....	35
6.1.4	Lokale radio-omroepen .....	35
7	Televisie .....	36
8	Marktaandelen van deze radio- en televisieomroepen vroeger en nu .....	39
8.1	Televisie per omroep.....	39
8.2	Televisie per omroeporganisatie .....	40
8.3	Radio per omroep.....	41
8.4	Radio per omroeporganisatie .....	43
9	Sterkte en zwaktes van bepaalde spelers en merken .....	45
9.1	Spelers op de radiomarkt .....	45
9.1.1	VRT (KBO-nummer: 244142664).....	45
9.1.2	VMMa (KBO-numer: 432306234).....	47
9.1.3	Alfacam-Facta Media vzw .....	48
9.1.4	Vlaanderen Eén (KBO-nummer: 890243036 ) .....	50
9.2	Radiomerken.....	52
9.2.1	Klara.....	52
9.2.2	MNM .....	52
9.2.3	Radio 1.....	52
9.2.4	Radio 2.....	53
9.2.5	RVi .....	53
9.2.6	Studio Brussel.....	53
9.2.7	Klara continuo .....	54
9.2.8	Nieuws + .....	54
9.2.9	MNM hits .....	55
9.2.10	Joe FM.....	55
9.2.11	Q-Music.....	55
9.2.12	Nostalgie .....	56
9.2.13	Exqi FM.....	56
9.3	Spelers op de televisiemarkt .....	57
9.3.1	Actua TV BVBA (KBO-nr 859875603).....	58
9.3.2	Belgian Business Television NV (KBO-nr 461874705) .....	58
9.3.3	Bites Europe NV (KBO-nr 466252967) .....	59
9.3.4	Euro 1080 NV (KBO-nummer: 859635774) .....	60
9.3.5	Icon Europe BVBA (KBO-nummer: 470507408) .....	61
9.3.6	Media Ad Infinitum NV KBO-nummer: 461344866.....	62

9.3.7	MTV Networks Belgium BVBA (KBO-nummer: 464213393) .....	63
9.3.8	SBS Belgium NV (KBO-nummer: 473307540) .....	64
9.3.9	Skynet iMotion Activities NV (KBO-nummer: 875092626) .....	65
9.3.10	Telenet NV ( KBO-nummer: 439840857) .....	66
9.3.11	VMMA NV (KBO-nummer: 432306234) .....	67
9.3.12	VRT NV (KBO-nummer: 432306234 ) .....	68
9.4	Televisie Merken .....	71
9.4.1	2BE .....	71
9.4.2	Acht .....	71
9.4.3	Actua TV .....	71
9.4.4	Anne .....	71
9.4.5	AS10 TV, ASK TV, Berat TV, Campus TV, FX iTV, M ON TV, Manolya TV, MAX TV, MMC TV, SON TV, TARAFTAR TV, Tatil TV, X1 TV, Yurdum Fit TV .....	72
9.4.6	Belgacom 11, Belgacom 11 PPV , Belgacom Adrenaline , Belgacom Family , Belgacom Premiere .....	72
9.4.7	Canvas .....	72
9.4.8	Eén .....	72
9.4.9	Euro 1080 .....	73
9.4.10	Exqi Intro Te Vroeg om reeds te beoordelen! .....	73
9.4.11	Exqi Culture .....	73
9.4.12	Exqi Sport .....	73
9.4.13	Gunk TV .....	73
9.4.14	JIM .....	73
9.4.15	Kanaal Z .....	74
9.4.16	Prime Action ,Action +1 , Fezztival, Prime Series, Prime Sport, Prime Sport2 , Prime Star , Prime Star +1 .....	74
9.4.17	Sporza .....	74
9.4.18	Studio100 TV .....	74
9.4.19	TMF .....	74
9.4.20	VijfTV .....	75
9.4.21	Vitaliteit .....	75
9.4.22	Vitaya .....	75
9.4.23	VT4 .....	75
9.4.24	VTM .....	76

## Situering

In november 2009 verzocht de minister van media de VRM om ten behoeve van het departement CJSM een nota op te maken die gebruikt zou worden in het kader van de evaluatie van de huidige beheersovereenkomst van de VRT.

Deze nota diende de volgende informatie te bevatten:

Een terugblik - (en in mindere mate ook) vooruitblik – en analyse van de afgelopen drie jaren over hoe het Vlaamse Medialandschap geëvolueerd is

- Bedrijven, economische verhoudingen tussen die bedrijven
- Faillissementen, consolidaties en samenwerkingsverbanden
- Impact van de (recente) crisis
- Grootte van de (grootste) bedrijven t.o.v. de grootte van de VRT
- Positie van de VRT t.o.v. de andere bedrijven

Het vroegere, huidige, (en in geringe mate ook toekomstige) algemeen media-aanbod in Vlaanderen

- Aantal radio- en televisieomroepen vroeger en vandaag, met tendensen
- Marktaandelen van deze radio- en televisieomroepen vroeger en nu
- Sterkte en zwaktes van bepaalde spelers en merken.

Vermits op dat moment de gegevens uit de jaarrekening 2008 de recentst beschikbare gegevens waren, kon de impact van de crisis nauwelijks in kaart gebracht worden.

De nota die in november 2009 werd opgemaakt werd daarom in augustus 2010 op verzoek van het departement CJSM geactualiseerd aan de hand van de financiële gegevens over 2009. De sterkte en zwaktes van bepaalde spelers werden hiermee gestoffeerd. De overige informatie bleef grotendeels ongewijzigd.

Voor een grondige actualisering van een overzicht van het media-aanbod in Vlaanderen verwijzen we naar het rapport Media-concentratie in Vlaanderen 2010, dat de VRM in het najaar 2010 zal publiceren.

# Deel 1 Recente evolutie van het Vlaamse Medialandschap

## **1 Bedrijven, economische verhoudingen tussen die bedrijven**

Bijlage 1 van de vorige versie bevatte een overzicht van gegevens uit de jaarrekeningen voor 2006, 2007 en 2008 van Vlaamse (of in Vlaanderen gevestigde) ondernemingen die instaan voor het aanbod van radio- en televisieomroep, en van bedrijven die een mediagroep vormen.

Deze tabel werd niet opnieuw bijgevoegd, maar de informatie werd opgesplitst en geactualiseerd toegevoegd aan de SWOT-analyses in hoofdstuk 9.

Voor de economische verhoudingen tussen die bedrijven verwijzen we naar hoofdstuk 4 waar de grootte van de grootste ondernemingen tov van de grootte van de VRT wordt geschetst.

Voor het aanbod (in termen van merken) aan radio- en televisieomroepen van deze ondernemingen verwijzen we naar 6.1 en 7 .

Meer informatie over de samenstelling en aandeelhoudersstructuren binnen de mediagroepen vindt u onder 2.2.

De VRM beschikt ten behoeve van haar sectoranalyse over een dataset die voor veel ondernemingen een zeer veel gegevens bevat. Op basis hiervan werd een aantal indicatoren berekend worden. Op verzoek kunnen bijkomend gegevens aangeleverd worden.

## **2 Faillissementen, consolidaties, samenwerkingsverbanden**

### **2.1 Faillissementen**

De VRM heeft weet van de volgende recente faillissementen binnen de audiovisuele sector:

Juli 2008: het productiehuis D&D Productions (zie ook: BS 11/08/2008)

Februari 2009: televisieomroeporganisatie Prime Projects Media Group (zie ook BS 17/02/2009)

### **2.2 Consolidaties**

We nemen hierbij informatie over uit het tweede hoofdstuk van het VRM rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009. Daarin worden de tien belangrijkste mediagroepen in Vlaanderen, hun aanbod, hun verstrengeling en hun aandeelhoudersstructuur.

Enkele belangrijke wijzigingen tov de vorige nota worden schuin gedrukt vermeld.

#### **2.2.1 Alfacam NV**

##### *Televisie en radio*

Als televisiefacilitair bedrijf draait Alfacam al enige tijd mee in de mediawereld. Met de digitale kanalen Exqi Culture, Exqi Sport en HD1, is Alfacam een omroeporganisatie geworden. Op 1 oktober lanceerde Alfacam een nieuwe analoge zender Exqi Intro, wat de aanloop vormt voor Exqi Plus. Met de overname van Emmis Belgium begeeft Alfacam zich op de radiomarkt. Door de overname heeft het nu radiozender Be One in zijn portefeuille. Productiehuis Big Little 1 verzorgt voor Alfacam onder meer sportwedstrijden, culturele producties en docufictiereeksen.

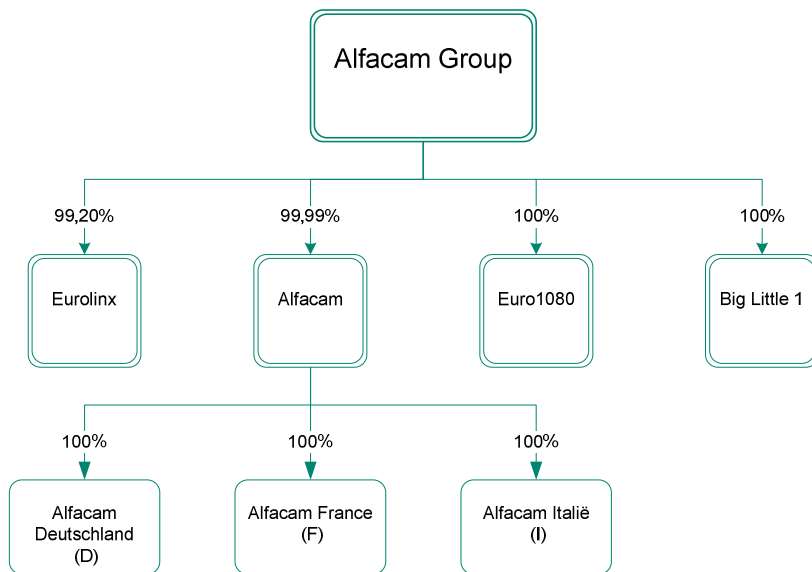
##### *Internet*

Exqiculture.be, Exqisport.be, Exqileague.be en beoneradio.be zijn de domeinnamen van de websites die door Alfacam worden gecommmercialiseerd.

##### *Internationaal aanbod*

Met dochterondernemingen in Italië, Duitsland en Frankrijk probeert Alfacam zijn diensten efficiënter op de buitenlandse markten te brengen. Dit heeft wel nog niet geleid tot de lancering van mediaproducten maar beperkt zich tot de televisiefacilitaire diensten.





## 2.2.2 Belgacom NV

### *Televisie en radio*

De historische telecomoperator Belgacom lanceerde in 2005 als eerste digitale televisie in Vlaanderen. Met de eigen zenders 11 en 11PV biedt Belgacom exclusieve toegang tot Belgische voetbalwedstrijden. De kanalen Adrenaline, Family en Premiere moeten de kijkers naar het VOD-aanbod van Belgacom lokken.

### *Internet*

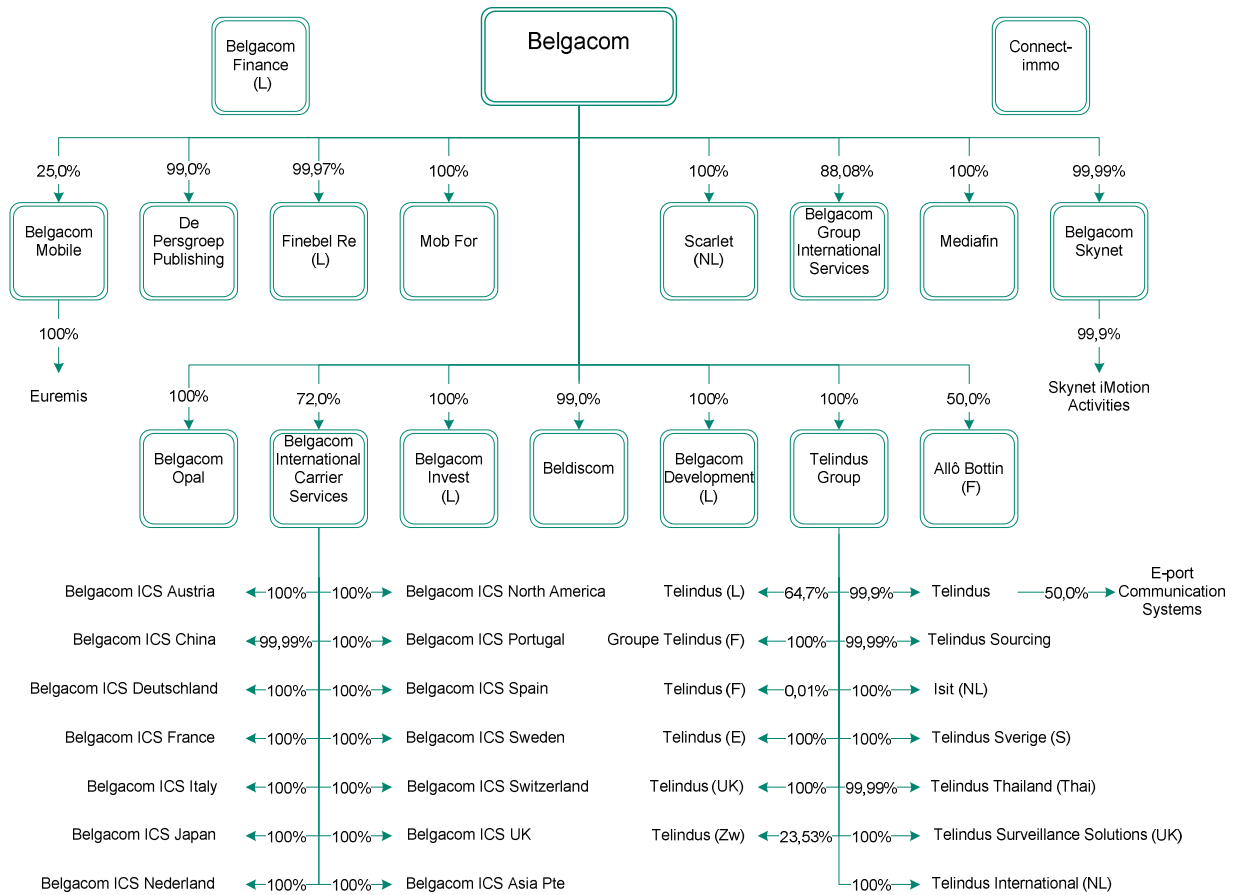
Belgacom is websitebeheerder van de portaalsite skynet.be.

### *Regie*

De regie van de televisieomroepzenders en de website gebeurt intern door dochter Skynet iMotion Activities.

### *Internationaal aanbod*

Belgacom heeft verschillende buitenlandse dochterondernemingen. De activiteiten van deze ondernemingen situeren zich echter op het domein van de telecommunicatie en vallen buiten het doel van dit rapport.



### 2.2.3 Concentra NV

#### *Dag- en Periodieke bladen*

Mediabedrijf Concentra heeft zijn oorsprong in de dagbladensector. Met Het Belang van Limburg en de Gazet van Antwerpen (De Vlijt NV) geeft Concentra dan ook twee dagbladen uit. Verder omvat de portfolio van Concentra ook Vacature (33% in Vacature CVBA), Metro (51% in MTM NV), de Koopjeskrant (100% in Koopjeskrant NV), De Streekkrant/Weekkrant en de Zondag (20% in De Streekkrant/Weekkrant groep NV).

#### *Televisie en radio*

Concentra is in het televisielandschap goed vertegenwoordigd. Vanuit zijn historische regionale focus, is Concentra voornamelijk aanwezig op de regionale televisiemarkt met aandelen in TVL (74% van exploitatiemaatschappij Televisie Limburg NV), TV Oost (87,5% in exploitatiemaatschappij TV Oost-Vlaanderen NV) en ATV (50% in exploitatiemaatschappij Antwerpse Televisiemaatschappij NV). Sinds kort richt Concentra zich ook op de nationale televisiemarkt met de oprichting van Bites Europe NV. Bites Europe is de juridische entiteit waarbinnen het digitale televisiekanaal Acht wordt geëxploiteerd. Via het aandeelhouderschap in Televisie Limburg NV, is Concentra mede-eigenaar van het productiehuis Havana (65%). Samen met Corelio startte Concentra in maart 2008 de regionale commerciële radiozender Nostalgie. Via Avalon NV en Antwerpse Radio bezit Concentra 50% van de aandelen in Vlaanderen Eén, de exploitatiemaatschappij van Radio Nostalgie. Concentra bezit de helft van de aandelen in Radio West Vlaanderen 1, het bedrijf achter de lokale radioketen VBRO.

#### *Regie*

Concentra heeft naast de interne regie - Concentra Media Regie - belangen in andere reclameregies; Scripta (33% in Scripta NV) en RTVM (33% in Regionale TV Media NV). Sinds kort lanceerde Concentra in samenwerking met Var en Telenet Media een nieuwe reclameregie Pebblemedia.<sup>1</sup>

#### *Internet*

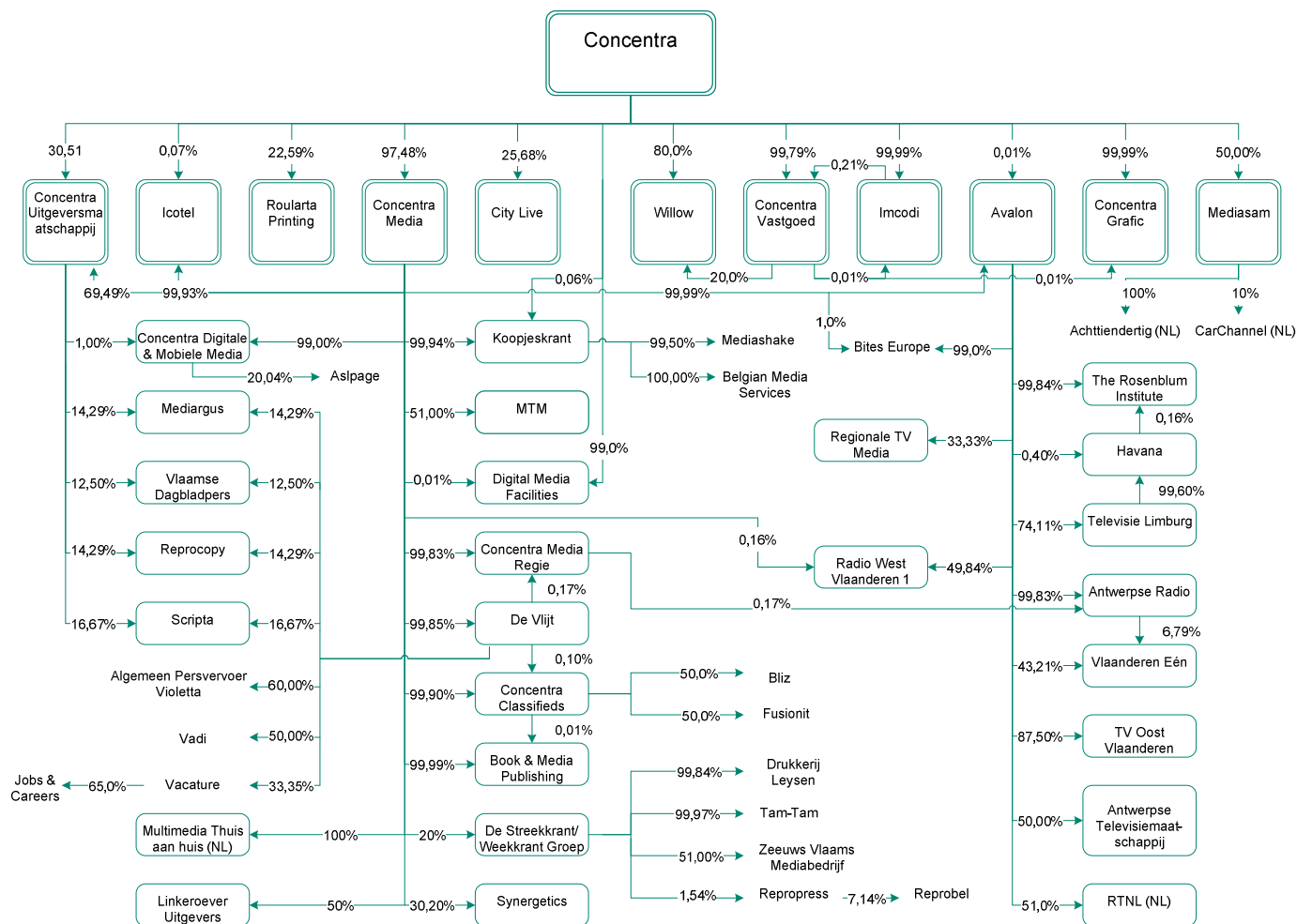
De activiteiten van Concentra omvatten eveneens het beheer van websites. Naast de online versies van de dagbladen, is Concentra verantwoordelijk voor de zoekertjessite hebbes.be.

#### *Internationaal aanbod*

Concentra begeeft zich de laatste jaren ook uitdrukkelijker op de internationale mediamarkt en kijkt daarbij voornamelijk naar Nederland. Concentra bezit 10 % van de aandelen in Carchannel, een Nederlands digitaal autokanaal, en is hoofdaandeelhouder van RTNL (51%), de exploitant van TV Limburg in Nederland. Met Multimedia Thuis aan Huis – moeder van De Trompetter – heeft het ook een stevige poot in de Nederlandse markt van huis-aan-huisbladen.

---

<sup>1</sup> Bron: “Pebblemedia: nieuw marketingbedrijf”, 22 december 2008, [www.radiovisie.be](http://www.radiovisie.be)



## 2.2.4 Corelio NV

### Dag- en Periodieke bladen

Als moedermaatschappij van de Vlaamse Uitgeversmaatschappij, is Corelio uitgever van De Standaard, De Standaard Magazine, Het Nieuwsblad, Het Nieuwsblad op Zondag, De Gentenaar en Jobat. Verder is Corelio ook uitgever van Passe Partout (100% in Passe Partout Vlaanderen NV) en periodieke bladen zoals Clickx en PC magazine (99% via Minoc Business Press NV).

*Begin 2010 werd de verhuis van Humo Sanoma naar Corelio-dochter De vijfver aangekondigd. Het dagelijkse management van Humo komt in handen van De Vijver*

### Televisie en radio

Corelio heeft alle aandelen van de Vlaamse Brabantse Mediamaatschappij NV, de exploitant van Rob TV en is daardoor ook actief op de televisiemarkt. Bovendien heeft Corelio belangen in enkele productiehuzen zoals Woestijnvis, deMensen (beide via De Vijver NV, 40%) en Caviar (38% in Caviar Group NV). In samenwerking met Corelio richtte

Concentra de regionale radiozender Nostalgie op. Corelio zet daardoor zijn eerste stappen in de wereld van de radio.

### *Regie*

De reclame in de Corelio-dagbladen wordt verzorgd door Corelio Connect NV. Dochter Minoc Business Press NV zorgt zelf voor de regie van de periodieke bladen. Verder heeft Corelio ook nog belangen in reclameregie Scripta (25%) . De 10% aandelen die Corelio in Var aanhield werd in het voorjaar verkocht aan de VRT. De figuur werd nog niet in die zin aangepast.

### *Internet*

Corelio is actief op het internet, in de eerste plaats met de online versie van de dagbladen. Corelio heeft eveneens zoekertjessite spotter.be in zijn portefeuille. Via Minoc Business Press NV beheert Corelio zdnnet.be en gamespot.be. Verder behoren groennet.be (50%) en gezondheid.be (72%) tot het media-aanbod van de Corelio-groep. Ten slotte kan nieuwssite nieuws.be in beperkte mate aan Corelio gelinkt worden via het aandeelhouderschap in Arkafund (25%). In onderstaande figuur werd enkel nieuws.be als dochter van Arkafund opgelijst, gezien de grote portefeuille van Arkafund.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Om het overzicht in de figuur te bewaren, werden de andere dochters van Arkafund niet opgenomen. De portefeuille van Arkafund bestaat verder nog uit Quicksensor (6,34%), Mifratel (49%), Yuntaa (34,1%), One Agency (17,81%), European Directory Assistance (10,29%), Adam Software (33,33%) en Oxytrade (22,86%).



### 2.2.5.3 Regie

De interne regie van de Persgroep voor weekbladen, internet en televisie wordt door De Persgroep Advertising verzorgd. In tegenstelling tot deze bedrijfsentiteit van de Persgroep, is Via Fred CVBA (50%) een afzonderlijke onderneming die de regie van de meeste dagbladen van de Persgroep verzorgt.<sup>3</sup> Verder heeft De Persgroep nog aandelen in reclameregie Paratel (50% via VMMA) en RTVM (33% via Regionale TV Media NV).

### 2.2.5.4 Internet

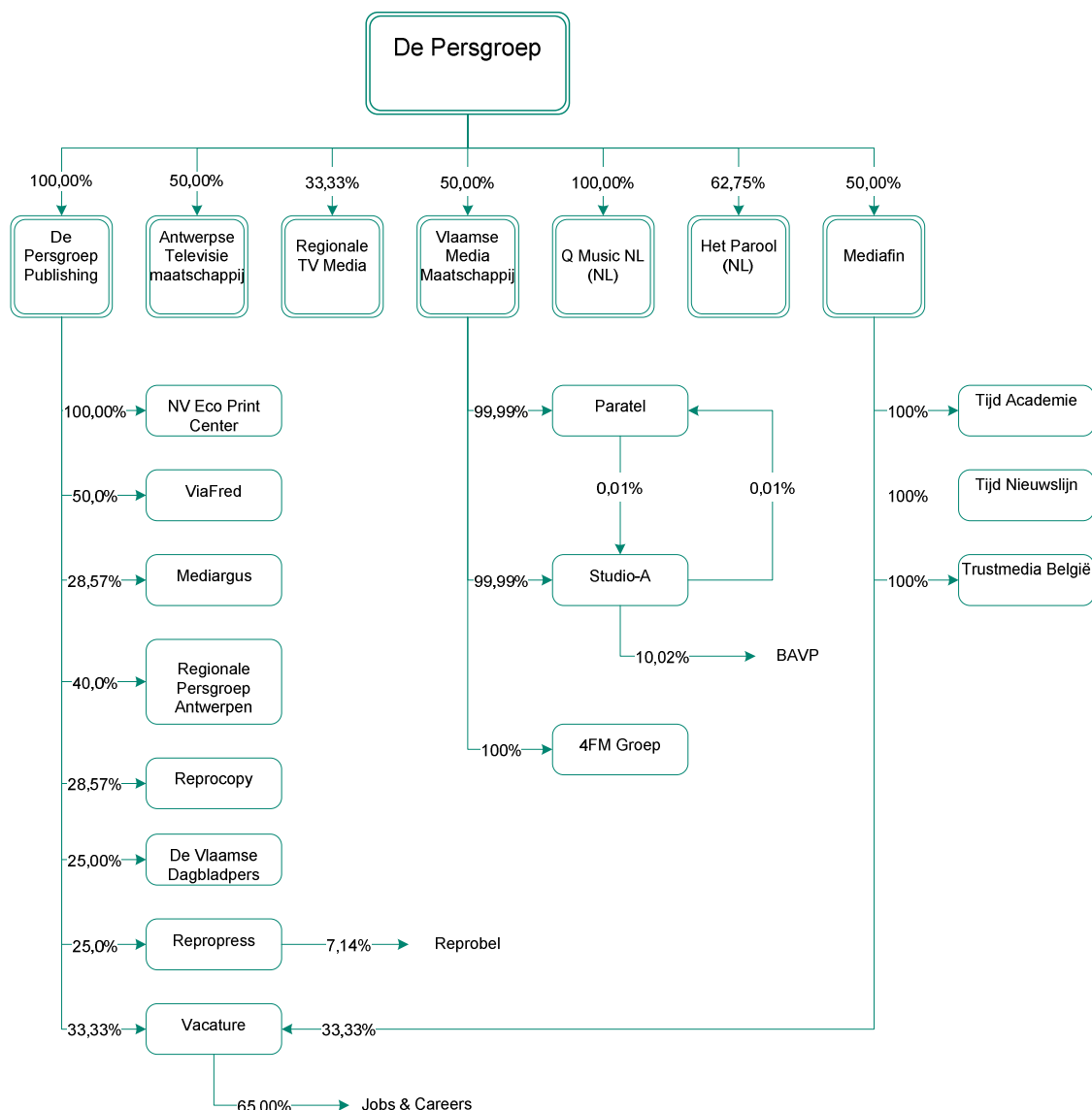
De Persgroep heeft meerdere populaire websites in beheer. Naast de elektronische versies van de dag- en weekbladen, heeft de Persgroep ook autozone.be in het aanbod.

### 2.2.5.5 Internationaal aanbod

De Persgroep is op de Nederlandse markt aanwezig met Het Parool en Q-Music Nederland. In januari 2009 startte De Persgroep gesprekken om de Nederlandse uitgeverij PCM Uitgevers over te nemen. In mei 2009 kwamen beide partijen tot een akkoord. Ondertussen werd dit akkoord ook goedgekeurd door de Nederlandse mededingingsautoriteiten. De Persgroep wordt wel verplicht om de titel NRC Handelsblad op korte tijd te verkopen, dit omdat de Persgroep volgens de mededingingsautoriteit anders een te groot belang op de Nederlandse markt zou hebben. Door de overname komen titels zoals De Volkskrant in Vlaamse handen.

---

<sup>3</sup> In mei 2009 werd aangekondigd dat de activiteiten van ViaFred zullen worden stopgezet.



## 2.2.6 Roularta Media Group NV

### 2.2.6.1 Dag- en Periodieke bladen

Roularta Media Group staat voornamelijk bekend als de uitgever van periodieke bladen zoals Knack, Trends, Bizz, Nest/Tempo Verde, Sport/Voetbalmagazine en de Krant van West-Vlaanderen. Daarnaast staat Roularta ook bekend als een belangrijke uitgever van gratis pers met titels zoals Vlan en Steps. In het portfolio van Roularta bevinden zich ook andere periodieke en gratis bladen zoals Grande (50% in Himalaya NV), Royals (99% in Press News NV), Plus (50% in Senior Publications NV), de Streekkrant/Weekkrant en de Zondag (80% in de Streekkrant/Weekkrant NV).

### 2.2.6.2 Televisie en radio

Naast dit ruime aanbod van periodieke bladen is Roularta voor de helft aandeelhouder van de Vlaamse Media Maatschappij, aanbieder van VTM, 2BE, JIM, Anne en VTMKzoom. De groep is actief in het regionale televisielandschap door middel van deelnemingen in Regionale Media Maatschappij NV (50%), exploitant van Focus en WTV. Zakelijke zender



Kanaal Z, behoort ook tot het portfolio van Roularta (100% in Belgian Business Televisie NV). Door de participatie in VMMA, heeft Roularta belangen in de productiehuizen VMMA (intern) en Studio-A. Die participatie maakt dat Roularta tevens actief is in het radiolandschap met Q-Music en Joe FM.

### 2.2.6.3 Regie

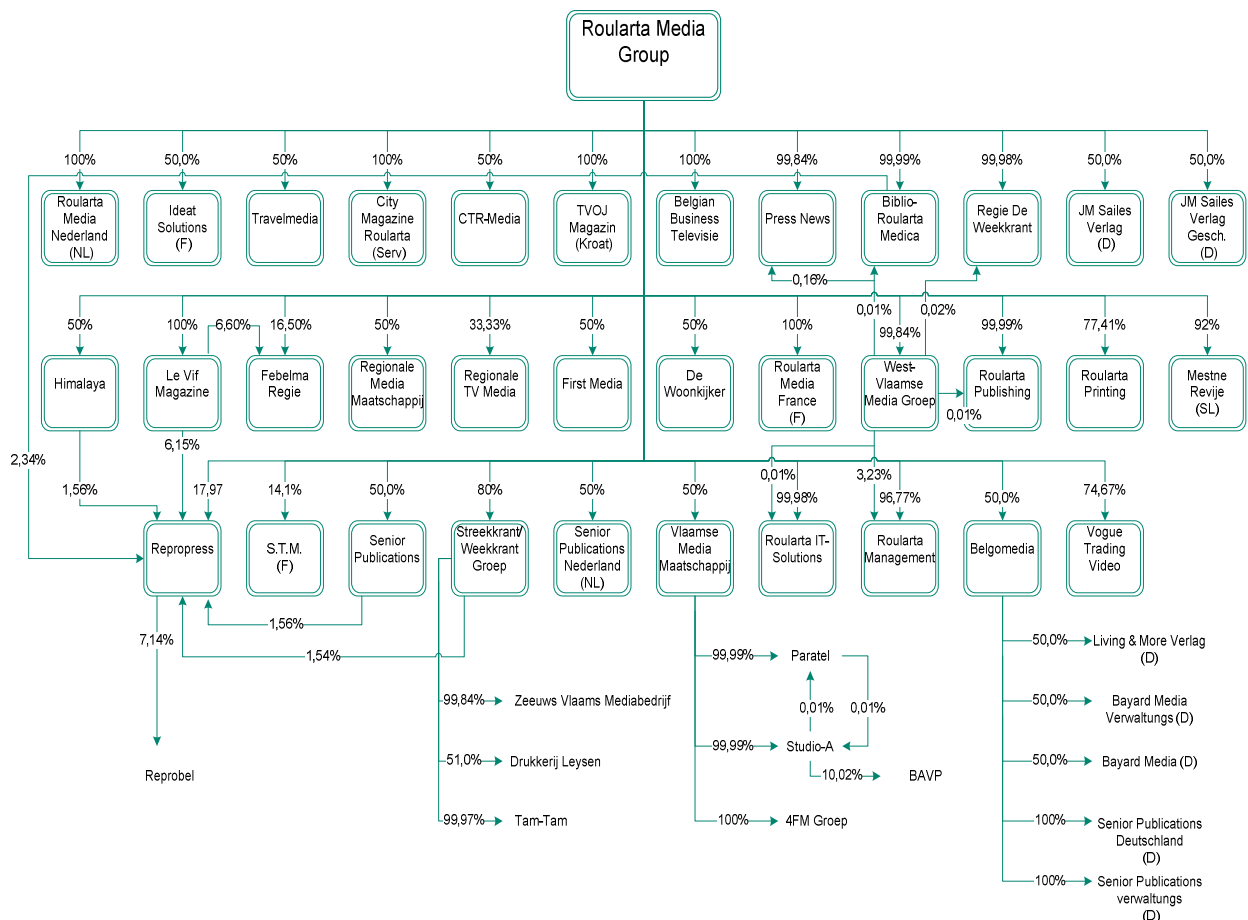
Roularta Media Group maakt voor veel van z'n producten gebruik van de interne reclameregie. Het heeft bovendien aandelen in de reclameregies Regie De Weekkrant (99%), First Media (50%), RTVM (33%) en Paratel (50% via VMMA).

#### Internet

De websites *vlan.be* en *woonkijker.be* zijn, bovenop de websites van de periodieke bladen, in het beheer van Roularta Media Group.

#### Internationaal aanbod

Roularta Media Group is sterk in andere markten vertegenwoordigd. In Wallonië geeft Roularta ondermeer Le Vif en Télépro uit. In Frankrijk hebben ze 3 uitgeverijen in beheer met een uitgebreid aanbod van magazines zoals *Expres*, *A nous*, *Guitar Past* en *Idéat*. Roularta Media Group is ook uitgever van stadsmagazine 'City Magazine' in Slovenië, Servië en Kroatië. In Nederland en Duitsland verdeelt Roularta ondermeer Plus magazine.



## 2.2.7 Sanoma Magazines Belgium NV

### *Dag- en Periodieke bladen*

Uitgeverij Sanoma Magazines Belgium heeft een uitgebreid aanbod van periodieke bladen. Het gamma omvat ondermeer Humo, Libelle, Flair, Story, Feeling, Teveblad, Evita, Glamit, Marie Claire (50% via SBPP) en Goedele. *Begin 2010 werd de verhuis van Humo Sanoma naar Corelio-dochter De vijfver aangekondigd. Het dagelijkse management van Humo komt in handen van De Vijver*

### *Televisie en radio*

In mei 2007 werd het productiehuis Jok Foe NV overgenomen (via Blue Admiral Productions NV). Hierdoor werd het aanbod van Sanoma niet langer beperkt tot periodieke bladen. De deelname in het productiehuis kadert in een ruimere samenwerking met Goedele Liekens. Sanoma gaat tevens in zee met Media Ad Infinitum dat televisieomroep Vitaya beheert. Het eerste resultaat van deze samenwerking is het maandblad Vitaya Magazine dat in januari 2009 voor het eerst verscheen. Het blad is een rebranding van het maandblad Evita dat op termijn zal verdwijnen.

*Sanoma België kreeg in ruil voor Humo 25 procent van de aandelen in de televisietak van De Vijver(Woestijnvis)*

### *Regie*

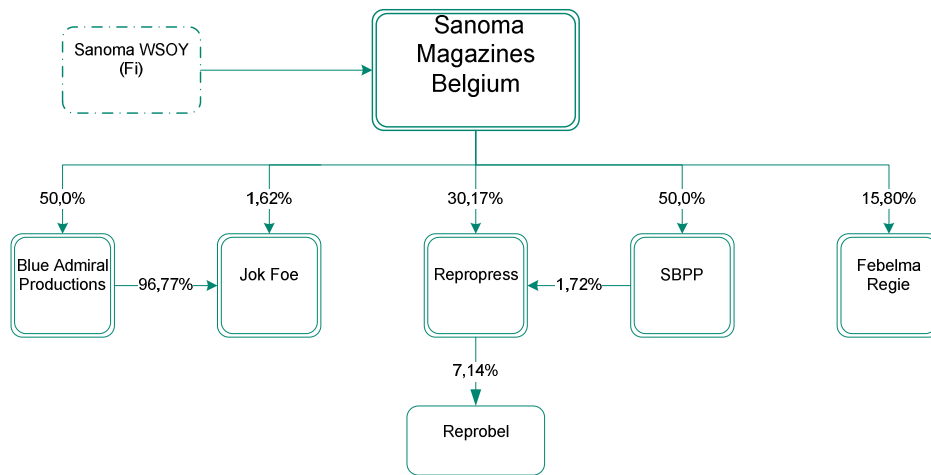
Medialogue, een bedrijfsentiteit van Sanoma, staat in voor de interne regie van de periodieke bladen.

### *Internet*

De meest gekende websites zijn de digitale evenknieën van de Sanoma Magazines (humo.be, flair.be,...). Daarnaast is het bedrijf ook de website-eigenaar van de gespecialiseerde websites kieskeurig.be., zappybaby.be en Xquis.com.

### *Internationaal aanbod*

Sanoma Magazines Belgium beperkt zich tot de Belgische markt. Het bedrijf maakt deel uit van de Finse Mediagroep Sanoma WSOY, dat verschillende dochtermaatschappijen in Europa telt en verantwoordelijk is voor dagbladen, periodieke bladen, radio en televisie.



## 2.2.8 SBS Belgium NV

### *Televisie en radio*

SBS Belgium is de derde grote speler op de televisiemarkt in Vlaanderen. Met VT4 en VijfTV biedt SBS twee televisieomroepen aan.

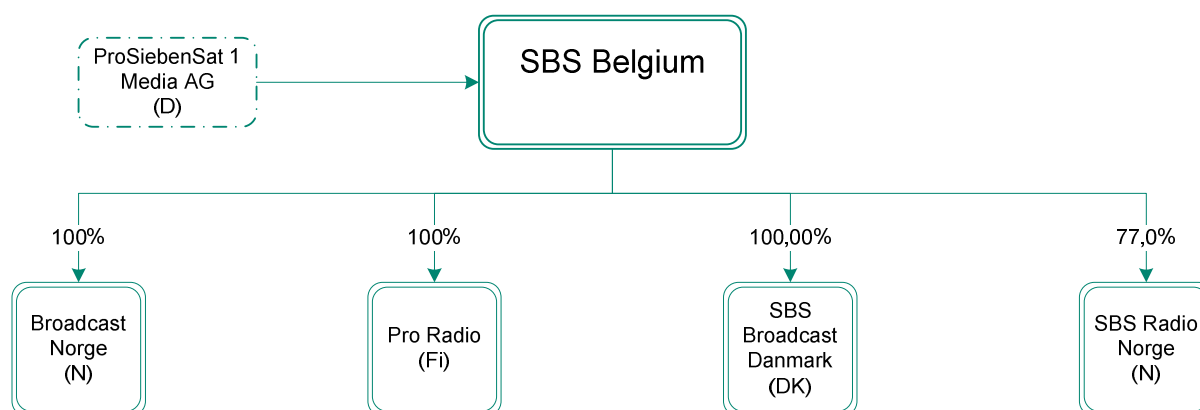
Verder beschikt SBS Belgium over een eigen intern productiehuis.

### *Internet*

Het internetaanbod van SBS beperkt zich in België tot de websites van de omroepen vt4.be en vijf.tv.be.

### *Internationaal aanbod*

SBS Belgium maakt deel uit van een van de grootste mediaspelers in Europa, ProSiebenSat 1 Media AG dat radio en televisie in verschillende Europese landen aanbiedt. Zelf richt SBS Belgium zich uitsluitend tot de Vlaamse markt.



## 2.2.9 Telenet NV

### *Televisie en radio*

Aan de hand van enkele nieuwe initiatieven breidt de historische kabeloperator Telenet zijn werkgebied uit van telecomoperator naar mediaspeler. De eerste stappen werden gezet met betaalzender Prime. In september 2008 werd samen met Studio 100 de kindzender Studio 100 TV gelanceerd. Hierdoor heeft Telenet nu ook zelf een televisiezender in beheer. Ondertussen volgde ook GunkTV, een zender gericht op gamers.

### *Regie*

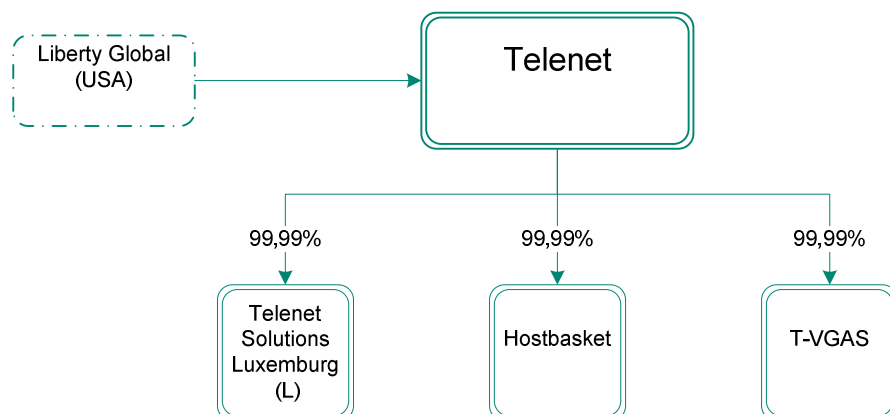
Telenet NV beschikt over een interne regie voor de verschillende zenders. Samen met VRT (via dochter Var) en Concentra, heeft Telenet belangen in de nieuwe regie Pebblemedia.

### *Internet*

Telenet beheert de websites zita.be, vandaag.be en garagetv.be. Door de deelname in T-Vgas, kan Telenet ook de website 9lives.be tot zijn portfolio rekenen.

### *Internationaal*

Het aanbod van Telenet is beperkt tot de Belgische markt. Telenet NV is voor de helft eigendom van het Amerikaanse Liberty Global.



## **2.2.10 VRT NV**

### *Televisie en radio*

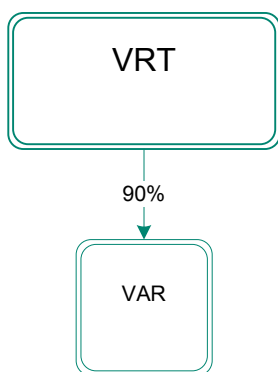
De openbare omroep van Vlaanderen beschikt over twee zenders, Eén en Canvas/Ketnet. Een intern productiehuis zorgt voor de aanmaak van een deel van de VRT-programma's. Daarnaast biedt de VRT vier landelijke radiozenders aan, Radio 1, MNM, Studio Brussel en Klara. Regionale radio wordt aangeboden via Radio 2, wereldomroep via RVi. Eind 2008 werd het zenderpark verkocht aan Norkring België NV. Voorlopig behoudt de VRT een kwart plus één aandeel, later zal dat pakket doorschuiven naar de overheidsholding Participatiemaatschappij Vlaanderen.

### *Regie*

Als aandeelhouder van Var, heeft de VRT een reclameregie in zijn portfolio. Het nieuwe reclameregie Pebblemedia valt deels onder het beheer van VRT. *De figuur maakt nog melding van 90% aandelen, ondertussen verwierf de VRT ook de overige 10% aandelen*

### *Internet*

Ten slotte vindt men VRT ook terug op het net. Bovenop de websites van de radio- en televisiezenders, biedt VRT de nieuwssite deredactie.be aan.



## **2.3 Samenwerkingsverbanden**

Zoals uit het VRM rapport “Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009” blijkt, werken de Vlaamse Mediagroepen alsmear vaker samen. De figuur onderaan dit deel toont een overzicht van de samenwerkingsverbanden die momenteel bestaan tussen de 10 mediagroepen die in het rapport worden onderscheiden. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste samenwerkingsverbanden in de radio en televisiemarkt.

### **2.3.1 VMMA**

In 1987 richtten negen uitgevers VTM op. Sinds 1998 hebben Roularta en De Persgroep elk 50% van de aandelen in handen. In 1999 veranderde VTM van naam in de Vlaamse Mediamaatschappij (VMMA) en biedt onderdak aan VTM, 2BE, Jim, Anne, VTMKzoom, JoeFM en Q-Music.

### **2.3.2 ATV**

De Persgroep en Concentra bezitten elk 50% van de aandelen van de Antwerpse Televisiemaatschappij, exploitant van ATV.

### **2.3.3 Radio Nostalgie**

Radio Nostalgie is een samenwerkingsverband tussen 4 regionale radio-omroepen; Antwerpse Radio vzw, De Vrije Golf vzw, Radio Gent vzw en Promotheus Incorporated NV. Dit zijn de licentiehouders van de regionale radiovergunningen. Het aanspreekpunt voor radio Nostalgie is de onderneming Vlaanderen Eén. Concentra en Corelio hebben beiden aandelen in Vlaanderen Eén.

### **2.3.4 Woestijnvis en VRT**

In 2004 sloten Woestijnvis en VRT een exclusiviteitscontract af waardoor Woestijnvis tot 2011 enkel programma's aan de VRT zal leveren.

### **2.3.5 Woestijnvis en Belgacom TV**

In 2008 vernieuwde Belgacom haar samenwerking met Woestijnvis. Belgacom zet daarbij de komende drie jaar haar samenwerking met Woestijnvis voor de captatie van de wedstrijden van de Jupiler League verder.

### **2.3.6 De Standaard en VMMA**

De Standaard online maakt gebruik van de nieuwsfilmpjes van VMMA ter ondersteuning van het geschreven artikel. Dergelijke vorm van samenwerking is ook een denkpiste voor de VRT.

### **2.3.7 Corelio en Concentra**

Op 6 mei 2010 kondigden Concentra en Corelio aan voortaan te zullen samenwerken voor zowel het drukken van de eigen krantentitels en huis-aan-huisbladen als het coldsetdrukwerk voor externe klanten.

### **2.3.8 Allerlei Samenwerkingsverbanden tussen lokale radio's**

Veel lokale radio's werken niet alleen, maar maken deel uit van een keten. De lokale radio's zijn zelf licentiehouder maar opereren onder de merknaam van de keten. Op 1 augustus 2009 waren er 303 lokale radio's actief in Vlaanderen. 186 daarvan maken deel uit van één van de 24 samenwerkingsverbanden die door de VRM konden worden geregistreerd.

### **2.3.9 Blik op de toekomst**

Vitaya en nieuwkomer Discovery Channel hebben een overeenkomst gesloten. Daarbij neemt Vitaya de verkoop van de commerciële zendtijd van Discovery Channel op zich. Door de samenwerking tussen 2 zenders met uitgesproken vrouwelijk en mannelijk profiel ontstaat een sterke complementariteit. Vitaya en Discovery Channel kunnen zodoende een compleet pakket aanbieden voor adverteerders die zich op vrouwelijke en mannelijke doelgroepen richten.



# Mediagroepen in Vlaanderen



### 3 Impact van de (recente) crisis

De crisis heeft zich op het einde van 2008 gemanifesteerd. De financiële gevolgen zullen grotendeels in 2009 te situeren zijn. Deze gevolgen zullen maar duidelijk worden wanneer in 2010 de jaarrekeningen van de ondernemingen voor 2009 worden neergelegd. Er zijn slechts enkele (beursgenoteerde) mediaondernemingen die in de loop van 2009 reeds kwartaalcijfers ter beschikking stellen.

Aan de hand van informatie uit krantenartikels die in de loop van 2009 over dit onderwerp verschenen, wordt hieronder getracht een indicatie te geven van de impact van de recente crisis.

Eind 2008 kondigden de mediagroepen in Vlaanderen voor het eerst aan te snoeien in hun personeelsbestand als gevolg van de crisis. Het zijn daarbij voornamelijk de krantengroepen die aankondigden mensen te ontslaan. Ook over de televisie- en radiomarkt werden onheilspellende berichten de media ingestuurd.

*11/12/2008 (De Standaard) VTM: Bij de televisietak van de Vlaamse Mediamaatschappij moeten 28 banen verdwijnen.*

*23/01/2009 (De Standaard) Crisis bij productiehuizen in Vlaanderen: Op één jaar tijd zullen bij de Vlaamse productiehuizen meer dan honderd voltijdse banen sneuvelen. De creatieve sector geraakt in ademnood. Bij de leden van de Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten (VOTP) werkten in de zomer van vorig jaar nog zo'n 760 mensen. Tegen juli van dit jaar zouden al minstens honderd jobs geschrapt zijn, of ruim dertien procent van de directe tewerkstelling. Heel wat vaste medewerkers hebben al hun ontslag gekregen en tijdelijke contracten worden niet verlengd.*

Al snel werden de berichten genuanceerd. De advertentie-inkomsten voor de televisiemarkt bleken voorlopig weinig invloed te ondervinden;

*09/01/2009 (De Morgen) Toch valt het voorlopig allemaal mee. "Al hebben we de laatste maanden van 2008 natuurlijk wel een significante vertraging gezien", vertelt Ben Jansen, commercieel directeur van de VMMA (VTM, 2BE en Jim). "Over januari zijn we niet ontevreden. Ook die maand is minder dan vorig jaar, maar dat was ingeschat. Televisie zal volgens mij niet al te zwaar afzien. In onzekere tijden grijpen bedrijven naar zekerheden. Tv is een klassiek medium dat zijn diensten ondertussen voldoende bewezen heeft."*

*Dat zegt ook Bart Decoster, commercieel directeur van SBS Belgium (VT4 en Vijftv): "Ik kan makkelijk met cijfers in de hand de waarde van een dertigsecondenspot aantonen. Die blijft overeind. Meer dan ooit, zelfs."*

*Toch kwamen er ingrepen in het personeelsbestand. SBS was de eerste die negen mensen aan de kant zette en het contract met Goedele Liekens verbrak: Ten tijde van Music For Life op Studio Brussel, de voorbije week op de nieuwe zender MNM en zo goed als altijd op Q-Music is er alvast niets te merken van een daling aan advertenties op de radio. Het lijkt wel alsof er nooit eerder zoveel geweest zijn - wat niet betekent dat het geld nog altijd even vlot binnen stroomt bij de Vlaamse radio's.*

*25/02/2009 (Het belang van Limburg) En dan is er nog de terughoudendheid van de adverteerders door de crisis. Ook voor 2BE geen goed nieuws. "Voorlopig heeft dat geen impact. We blijven in onze merken investeren.*

Op 20 juli verschenen de eerste CIM-cijfers die stelden dat de Vlaamse tv-zenders minder invloed van de reclamedip ondervonden dan verwacht.

*20/07/2009 (De Standaard) Televisiezenders en kranten in Vlaanderen zien hun reclame-inkomsten helemaal niet zo sterk terugvallen als gevreesd. Adverteerders geven wel een stuk minder uit aan reclame, maar dat raakt vooral bioscoopreclame, affichage en magazines.*

*In het algemeen werd in het eerste semester van 2009 zes procent minder uitgegeven aan reclame dan in dezelfde periode het jaar voordien: 1,47 miljard euro in 2009 tegen 1,56 miljard in 2008. Dat blijkt uit de CIM MDB-studie van bureau Mediaxim, bericht De Standaard.*

*Het is duidelijk dat adverteerders overal meer keuzes maken in hun reclame-uitgaven. In Vlaanderen gaat die keuze vooral naar televisie, veruit de grootste slokop, en ook naar dagbladen. De Vlaamse zenders kregen 'slechts' 800.000 euro inkomsten minder binnen. Dagbladen doen het met 120 miljoen euro in het tweede kwartaal zelfs 4,5 miljoen euro beter dan vorig jaar. Ook regionale bladen deden het beter. Aan de verliezende kant prijken de magazines, lokale tv-zenders en de radio.*

Als beursgenoteerd bedrijf is Roularta een van de weinige bedrijven die periodieke cijfers publiceert.

*17/11/2009 (De Tijd) De omzet van mediagroep Roularta daalde met 10,1 procent tegenover vorig jaar en kwam uit op 134,7 miljoen euro. De crisis liet zich goed voelen in de terugval van de reclame-omzet terwijl de lezersinkomsten stabiel bleven. Roularta noteerde een lichte verbetering in de advertentie-inkomsten, maar meer dan een minder sterke terugval dan in het eerste semester is het nog niet. De omzet van de publiciteit op radio en televisie daalde met 8,7 procent tegenover het derde kwartaal van vorig jaar, van 32,3 naar 29,5 miljoen euro. Maar niet alleen Roularta, ook zowat alle grote mediagroepen ter wereld waren de afgelopen weken blij met de minder scherpe dalingen van de reclame-inkomsten.*

*Naast Roularta maken ook Sanoma, SBS, Concentra, Think Media en de VAR (VRT-reclameregie) gewag van een verbetering. Bij SBS en Sanoma verwachten ze in november zelfs beter te doen dan in 2008.*

## Conclusie

De onheilspellende berichten van een jaar geleden schijnen minder zwaar uit te draaien, dan verwacht. De televisie- en radiomarkt hebben hun reclamebestedingen wel zien dalen, maar in veel mindere mate dan verwacht. Dit wordt ook bevestigd door de CIM cijfers van juli 2009. In november 2009 registreren meerdere mediabedrijven zelfs een verbetering van de situatie. Allen wijzen ze er echter op dat het slechts om een opflakking gaat, en dat dit geenszins als een indicator voor economisch herstel mag worden geïnterpreteerd.

#### 4 Grootte van de (grootste) bedrijven t.o.v. de grootte van de VRT

Hieronder volgt een overzicht van de financiële gegevens van de ondernemingen die instaan voor het Vlaams aanbod van radio en televisie, zoals die ook terug te vinden is in het VRM-rapport over mediaconcentratie 2009.

Voor een uitgebreider – en recenter- overzicht van financiële gegevens verwijzen we naar de informatie die vermeld wordt bij de SWOT-analyses in hoofdstuk 9.

In de eerste tabel vindt men een overzicht van de aanbieders van radio in Vlaanderen. Deze lijst bevat niet alle radio-omroeporganisaties. Veel lokale radio's zijn vzw's en hoeven hun jaarrekening niet neer te leggen. Er moet nog worden opgemerkt dat financiële gegevens telkens betrekking hebben op de volledige onderneming en niet kunnen toegewezen worden aan een specifiek mediaproduct. Zo omvatten de omzet van de VRT zowel de omzet uit radio- als televisieactiviteiten. Het is namelijk niet mogelijk om dergelijke opsplitsing te maken op basis van de bij de Nationale bank van België neergelegde jaarrekeningen. In de tweede tabel worden de financiële gegevens van de televisieomroeporganisaties weergegeven. In een derde tabel volgt een overzicht van de financiële gegevens van de 10 mediagroepen. In alle tabellen zijn de ondernemingen gerangschikt volgens aflopend activa in 2008.

##### Financiële gegevens van Vlaamse radio-omroeporganisaties.

Ondernemingsnaam	Jaar	Activa (1.000€)	Eigen vermogen (1.000€)	Omzet / Brutomarge (1.000€)	Bedrijfs- resultaat (1.000€)	Netto- resultaat (1.000€)	Aantal werknemers (VTE)
Vlaamse Radio en Televisie	2008	366.615	185.073	441.143	-8.942	-6.044	2.826,2
Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel	2007	357.770	192.774	429.740	-7.692	-7.380	2.816,2
Vlaamse Media Maatschappij	2008	196.785	113.830	244.111	38.885	15.183	486,1
Q-Music	2007	195.939	128.742	234.116	47.506	34.615	456,1
4fm Groep	2008	7.239	4.167	8.615	-706	-1.056	12,3
JoeFM	2007	3.566	-6.777	7.144	-1.848	-3.349	15,8
Vlaanderen Eén	2008	4.591	5.124	4.050	-2.602	-2.545	9,4
Nostalgie							
Emmis Broadcasting Belgium	2007	3.107	-2.001	1.308	-2.299	-2.070	14,9
Be One							
Antwerpse Radio	2008	2.563	2.533	149	137	241	0,0
Nostalgie (Antwerpen 1)	2007	2.330	2.292	301	609	689	0,8
Prometheus Incorporated	2008	1.584	-30	200	151	136	0,0
Nostalgie (Mango)	2007	192	-165	2.287	-152	-237	2,0
Airtime	2008	86	14	346	0	-2	1,9
Cool FM Antwerpen	2007	69	16	199	8	8	0,6
Topradio Brugge	2008	46	40	44	4	6	1,0
Swing	2007	40	34	42	-1	-1	1,0

Cool Fm	2008	29	-80	6	-58	-60	1,0
Cool FM	2007	37	-58	-32	-60	-60	1,0

Bron: VRM, Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009, op basis van jaarrekeningen bij NBB

#### Financiële gegevens van Vlaamse televisie-omroeporganisaties.

Ondernemingsnaam	Jaar	Activa (1.000€)	Eigen vermogen (1.000€)	Omzet/ <i>brutomarge</i> (1.000€)	Bedrijfs- resultaat (1.000€)	Netto- resultaat (1.000€)	Aantal werknemers (VTE)
Telenet	2008	1.927.405	549.450	1.027.209	114.695	69.122	1.671,2
	2007	1.519.500	480.891	907.414	90.326	36.764	1.633,6
Vlaamse Radio en Televisie	2008	366.615	185.073	441.143	-8.942	-6.044	2.826,2
	2007	357.770	192.774	429.740	-7.692	-7.380	2.816,2
SBS Belgium	2008	248.407	-5.642	90.927	5.374	-9.889	128,3
	2007	260.257	4.190	94.158	11.576	-23.541	123,7
Vlaamse Media Maatschappij	2008	196.785	113.830	244.111	38.885	15.183	486,1
	2007	195.939	128.742	234.116	47.506	34.615	456,1
Skynet iMotion Activities	2008	128.457	12.187	67.531	6.859	3.210	8,2
	2007	30.576	8.978	58.954	6.275	3.794	8,1
Euro 1080	2008	34.586	2.130	8.905	-2.241	-3.622	58,0
	2007	31.735	6.121	7.344	-1.232	-2.261	43,6
MTV Networks Belgium	2008	23.034	2.566	24.815	3.241	2.498	49,3
	2007	26.201	8.819	26.836	4.793	3.076	43,4
Media Ad Infinitem	2008	9.217	6.065	11.743	-8	18	29,2
	2007	8.852	6.047	11.321	-361	-237	25,4
Event TV Vlaanderen	2008	2.051	-822	56	-138	-136	2,7
	2007	2.538	-687	388	150	164	3,3
Belgian Business Televisie	2008	1.361	-13.406	3.853	-432	-1.064	17,6
	2007	2.076	-12.342	4.821	-3.367	-3.854	25,8
Box Entertainment	2008	917	37	219	139	130	1,1
Vlamex	2008	427	63	422	4	1	4,5
	2007	497	62	528	123	124	5,1
Actua TV	2008	139	11	93	-26	-30	3,1
	2007	161	40	85	-36	-38	3,2
Okay Media	2008	1	-37	-44	-45	-45	0,0
	2007	10	8	-4	-4	-2	0,0
Life!TV Broadcasting Company	2007	657	-1.312	635	-920	-987	4,3
Prime Projects Media Group	2007	374	-305	137	2	54	2,8
Bites Europe	2008	266	-239	0	-262	-265	0,0
	2007	26	25	10	0	0	0,0

Icon Europe	2008	157	5	6	4	4	0,0
	2007	114	1	5	3	5	0,0

Bron: VRM, Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009, op basis van jaarrekeningen bij NBB

#### Financiële gegevens van de mediagroepen

Ondernemingsnaam	Jaar	Activa (1.000€)	Eigen vermogen (1.000€)	Omzet/ <i>brutomarge</i> (1.000€)	Bedrijfs- resultaat (1.000€)	Netto- resultaat (1.000€)	Aantal werknemers (VTE)
Belgacom	2008	16.313.639	2.839.962	2.619.969	610.457	140.692	12.923,3
	2007	15.680.401	3.397.071	2.734.612	627.572	216.935	13.324,9
Telenet	2008	1.927.405	549.450	1.027.209	114.695	69.122	1.671,2
	2007	1.519.500	480.891	907.414	90.326	36.764	1.633,6
Vlaamse Radio en Televisie	2008	366.615	185.073	441.143	-8.942	-6.044	2.826,2
	2007	357.770	192.774	429.740	-7.692	-7.380	2.816,2
De Persgroep	2008	286.831	246.354	2.830	-2.584	42.263	6,5
	2007	262.803	219.091	3.954	-10	9.479	6,1
SBS Belgium	2008	248.407	-5.642	90.927	5.374	-9.889	128,3
	2007	260.257	4.190	94.158	11.576	-23.541	123,7
Sanoma Magazines Belgium	2008	161.500	104.046	182.869	15.102	12.089	536,1
	2007	151.391	91.957	178.225	19.170	16.323	519,3
Concentra	2008	146.193	139.459	17.279	16.604	15.619	3,3
	2007	127.455	124.864	1.322	115	-2.635	3,3
Alfacam	2008	72.288	7.713	30.877	333	349	57,1
	2007	60.568	6.913	20.071	3.564	1.466	48,5
Corelio	2008	71.370	34.974	0	-208	1.258	0
	2007	80.819	42.864	0	-183	1.038	0

Bron: VRM, Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009, op basis van jaarrekeningen bij NBB

## 5 Positie van de VRT t.o.v. de andere bedrijven

Voor marktaandeelen van de zenders van de VRT ten opzichte van de andere spelers verwijzen we naar hoofdstuk 8. Om het belang van interne producties bij de VRT aan te tonen kan gebruik gemaakt worden van het aantal keer dat een VRT productie de top 100 van televisieprogramma's haalt. Steeds vaker halen programma's die intern geproduceerd worden een top 100 notering binnen. Daarbij moet worden opgemerkt dat dit niets zegt over de verhouding intern en extern geproduceerde programma's bij VRT. Dat zo veel interne producties de top 100 halen doet wel vermoeden dat er relatief veel interne producties zijn. De VRM beschikt niet over de nodige informatie om daar een gefundeerde uitspraak over te doen.

Gemiddeld aantal programma's van de productiehuzen in de top 100

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Gemiddelde
VRT	14	17	14	27	24	31	21,17
Eyeworks	5	8	12	15	14	12	11,00
Woestijnvis	4	7	7	10	8	6	7,00
VMMa	9	5	3	2	3	1	3,83
deMensen	3	3	3	4	5	3	3,50
RV Productions	3	3	3	4	4	2	3,17
FremantleMedia	4	3	4	1	3	2	2,83
Studio-A	2	2	3	2	1	3	2,17
Jok Foe	1	2	2	3	1	1	1,67
D&D Productions	2	3	3	0	2	0	1,67
Menuet	3	2	1	0	1	1	1,33
Sputnik TV	0	1	2	1	2	0	1,00
Endemol België	3	1	2	0	0	0	1,00
De Filistijnen	0	1	0	1	1	2	0,83
Kanakna	2	2	0	0	0	1	0,83

Bron: VRM, Mediaconcentratie in Vlaanderen 2009, op basis van CIM cijfers.

De Vlaamse omroepen rapporteren jaarlijks over het aandeel van Europese programma's aan de hand van 'quotarapporteringen'. Onderstaande tabel geeft een overzicht van deze rapporteringen voor de laatste twee jaar. Opvallend daarbij is dat Eén voor 92.5% Europese producties programmeert. Bovendien maakt VRT relatief weinig gebruik van onafhankelijke producties.

*Aandeel Europese producties*

		2007				2008			
Omroeporganisatie	Omroep	EP	NEP	OP	RP	EP	NEP	OP	RP
Media Ad Infinitum	Vitaya	55,00	45,00	85,00	100,00	71,00	29,00	94,00	92,00
SBS Belgium	VT4	27,82	72,18	27,26	81,27	34,60	65,40	27,73	80,14



VMMa	Vijf TV	24,10	75,90	22,55	90,50	20,97	79,03	17,69	84,36
	VTM	65,50	34,50	64,00	93,00	72,20	27,80	68,90	81,00
	2BE	23,10	76,90	84,00	98,00	34,80	65,20	85,80	96,00
VRT	JIM	84,00	16,00	20,00	98,00	80,00	20,00	20,00	95,00
	Eén	87,30	12,70	28,50	93,62	92,50	7,50	22,30	88,70
	Canvas	85,00	15,00	6,20	92,66	82,80	17,20	8,00	79,10
	Ketnet	70,00	30,00	31,20	72,99	61,20	38,80	25,10	64,00

Bron: VRM

Noot: EP: aandeel Europese producties t.a.v. de totale programmatieduur, NEP: aandeel niet-Europese producties t.a.v. de totale programmatieduur (NEP=100-EP), OP: aandeel onafhankelijke producties t.a.v. de totale programmatieduur, RP: aandeel recente producties t.a.v. OP waarbij recent betekent dat de productie maximaal vijf jaar oud is.

Verder kunnen we ook nog verwijzen naar het exclusiviteitcontract van VRT met productiehuis Woestijnvis. Zoals reeds bij het punt 2.2.3 samenwerkingsverbanden werd besproken, levert Woestijnvis uitsluitend programma's aan VRT en dit nog tot 2011. De waarde van dit contract mag niet worden onderschat. Zoals uit de tabel "Gemiddeld aantal programma's van de productiehuizen in de top 100" blijkt, levert Woestijnvis succesvolle producties af. Ten slotte verliest VRT een bevoorrechte positie in de radiomarkt door de verkoop van het zenderpark aan Norkring. Hierdoor zal VRT vermoedelijk meer concurrentie krijgen op de digitale radio- en televisiemarkt.



## Deel 2: Het vroegere, huidige en algemeen media-aanbod in Vlaanderen:

## 6 Aantal radio- en televisieomroepen vroeger en vandaag, met tendensen

### 6.1 Radio

In het radiolandschap kan een onderscheid gemaakt worden tussen openbare of publieke radio-omroeporganisaties enerzijds en private radio-omroeporganisaties anderzijds.

#### 6.1.1 Openbare of publieke radio-omroeporganisaties

Aanbieder	KBO-nummer
VRT	244142664

Bij wet van 18 juni 1930 werd naar het model van de Britse omroep BBC het Belgisch Nationaal Instituut voor Radio Omroep/Institut National Belge de la Radiodiffusion (NIR/INR) opgericht. De VRT is hiervan de opvolger.

De openbare instelling met rechtspersoonlijkheid "Belgische Radio en Televisie Nederlandse Uitzendingen" werd opgericht met het decreet van 28 december 1979.

#### Aanbod

Landelijke publieke radio-omroep	Radio 1, Klara, MNM, Studio Brussel
Regionale publieke radio-omroeporganisaties	Radio 2 Antwerpen, Radio 2 Limburg, Radio 2 Oost-Vlaanderen, Radio 2 Vlaams Brabant, Radio 2 West-Vlaanderen
Wereldomroep	RVi1, RVi2

De laatste wijziging betrof de rebranding van radio Donna tot MNM op 5 januari 2009.

De particuliere radio-omroeporganisaties worden onderverdeeld in: Landelijke private radio-omroeporganisaties, Regionale private radio-omroeporganisaties, Lokale radio-omroeporganisaties, andere radio-omroeporganisaties.

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

In 2001 werden licenties uitgegeven voor landelijke private radio's aan 4Fm en Q-Music. In mei 2007 nam de VMMA de zender 4Fm over waardoor er slechts 1 aanbieder is van landelijke private radio in Vlaanderen. Op 1 april 2009 veranderde 4FM van naam in Joe FM.

Naam	Aanbieder	KBO-nummer
Q-Music	VMMA	432306234
Joe FM		

### 6.1.3 Regionale private radio-omroepen zenden uit voor een welbepaalde regio die maximaal één provincie bestrijkt.

In Vlaanderen zijn er 5 ondernemingen actief die regionale radio aanbieden. (Antwerpse Radio vzw, De Vrije Golf vzw, Radio Gent vzw, Promotheus Incorporated NV en Facta Media vzw). Sinds de decreetwijziging van 2007 werd het mogelijk voor regionale radio's om samen te werken. Met uitzondering van Facta Media, hebben deze regionale radio-omroepen zich in maart 2008 verenigd onder de merknaam Nostalgie, zodat zij de facto een landelijke zender vormen. Hierdoor zijn er dus slechts 2 regionale radiozenders meer over (Radio Nostalgie en Be One Limburg).

Naam	Aanbieder	KBO-nummer
Radio Nostalgie	Vlaanderen Eén	890243036
Antwerpen 1	Antwerpse Radio vzw	406071593
Contact Vlaams-Brabant	De Vrije Golf vzw	421816079
Go FM	Radio Gent vzw	422936529
Mango	Promotheus Incorporated NV	450929244
Be One Limburg	Alfacam	431780652
FM Limburg	Facta Media vzw	450050702

### 6.1.4 Lokale radio-omroepen

Zij zenden uit voor een stad, een deel van een stad, een gemeente, een beperkt aantal aansluitende gemeentes, of een welbepaalde doelgroep.

Momenteel<sup>4</sup> zijn er 303 lokale radio-omroepen erkend door de Regulator. Volgens de informatie waarover de VRM beschikt - samenwerkingsverbanden dienen niet aangemeld te worden - maken 186 lokale radio's deel uit van een samenwerkingsverband tussen minimaal 2 zenders. De overige 117 radio's werken volledig zelfstandig

<sup>4</sup> Situatie op 1 augustus 2009

## 7 Televisie

De grootste televisieomroep in Vlaanderen is de openbare omroep

Aanbieder	KBO-nr	Aanbod
VRT	244142664	Eén, Canvas, Ketnet

Begin 1987 keurde de Vlaamse Raad het kabeldecreet, dat een einde maakte aan het monopolie van de BRT, goed. Daardoor werd de oprichting van een commerciële tv-zender in Vlaanderen mogelijk.

De in onderstaande tabel vernoemde private televisieomroeporganisaties werden door de VRM erkend voor hun lineair aanbod. Hieronder volgt een korte beschrijving van de televisieomroeporganisaties.

De Vlaamse Media Maatschappij (VMMa) is sinds haar bestaan uitgegroeid tot de grootste Vlaamse particuliere televisieomroeporganisatie. Met VTM, 2BE en JIM bereikt de VMMa een breed publiek. Sinds juli 2009 heeft VMMa er een extra zender bij. Muziekzender Anne specialiseert zich in muziek van Vlaamse bodem. Bovendien lanceerde VMMa op 1 oktober 2009 een nieuwe kinderzender VTMkzoom.

Na VRT en VMMa is SBS Belgium de derde grootste speler op de televisiemarkt. SBS Belgium is eigenaar van de zenders VT4 en VijfTV.

Sinds augustus 2000 brengt Media Ad Infinitum lifestylezender Vitaya. Ondertussen is daar het digitale kanaal Vitaliteit bij gekomen. Media Ad Infinitum heeft ook een erkenning voor het digitale kanaal Wonen dat tot op heden nog niet operationeel is.

Belgacom biedt - via haar dochter Skynet iMotion Activities NV - met 11 en 11 PPV exclusieve toegang tot voetbalwedstrijden uit de Belgische eerste klasse. De kanalen Adrenaline, Family, Premiere en Zoom zijn lineaire kanalen die een selectie van series, films en documentaires uit de op-aanvraag-catalogus in de kijker zetten. Via de rode knop kan de kijker vervolgens toegang krijgen tot het VOD-aanbod (Video-On-Demand) van Belgacom. De kanalen zelf behoren niet tot het VOD aanbod want worden lineair uitgezonden.

Concurrent Telenet begeeft zich ondertussen ook op de markt van televisiediensten. Met de zenders Studio 100 en Gunk TV richt Telenet zich respectievelijk op de jongere kijkers en de gamers. Verder biedt Telenet ook betaaltelevisie aan via Prime.

Box TV, Box TV (plus één uur) en Best of TV vervangen het vroegere Kinopolis TV. Kinopolis TV was enkel te bekijken via Indi. Sinds de overname van Indi door Telenet, werd Kinopolis TV echter vervangen door Prime, het betaalpakket van Telenet.5 Box TV is tot op vandaag nog niet operationeel.

Sinds 18 mei 2009 heeft de digitale kijker er nog een extra kanaal bij. De zender Acht legt zich toe op het uitzenden van voornamelijk buitenlandse topreeksen. De zender is een

---

<sup>5</sup> Bron: "Indi kiest voor Prime kanalen", 16 juni 2008, [www.tv-visie.be](http://www.tv-visie.be).

initiatief van krantenuitgever Concentra en is daarvoor een samenwerking aangegaan met het Amerikaanse HBO, producent van meerdere televisiereeksen.

Mediabedrijf Alfacam werkt gestaag verder aan zijn plannen om uit te groeien tot een van de grootste mediaspelers in Vlaanderen. Via dochterbedrijf Euro 1080 biedt het al 3 digitale kanalen aan: Exqi Culture, Exqi Sport (met Belgisch voetbal uit tweede klasse) en Euro 1080. Op 1 oktober 2009 startte Alfacam met Exqi Intro. Deze zender zou de voorloper moeten zijn van een nieuwe generalistische zender Exqi Plus.

Verder zijn er nog enkele kleinere zenders die veelal een bepaald doelpubliek voor ogen hebben zoals: Actua TV, Event TV, Kanaal Z, Kust Televisie, Life!TV, S TV en de verschillende zenders van Icon Europe die zich voornamelijk richten op de Turkse gemeenschap in Vlaanderen.

Ten slotte zijn er nog een aantal erkenningen voor televisieomroepen die voorlopig nog niet resulteren in een effectief aanbod, zoals Okay TV (dat vanaf december 2009 zou uitgezonden worden), Plus TV en TV9.

Aanbieder	KBO-nr	Aanbod
55-PLUS TV	877259288	Plus TV
Actua TV BVBA	859875603	Actua TV
Belgian Business Television NV	461874705	Kanaal Z
Bites Europe NV	466252967	Acht
Box Entertainment BVBA	882839857	Best of TV, Box TV ,Box TV (plus één uur)
Euro 1080 NV	859635774	Euro 1080, Exqi Plus ,Exqi Culture ,Exqi Sport
Event TV Vlaanderen NV	463909428	Event TV (Liberty TV.com)
Icon Europe BVBA	470507408	AS10 TV
Icon Europe BVBA	470507408	ASK TV,Berat TV,Campus TV, FX iTV, M ON TV,Manolya TV,MAX TV,MMC TV,SON TV,TARAFTAR TV,Tatil TV,X1 TV,Yurdum Fit TV
Kust Televisie VZW	877211184	Kust Televisie
Life!TV Broadcasting Company NV	873859736	Life!TV
Media Ad Infinitum NV	461344866	Vitaliteit ,Vitaya ,Wonen
MTV Networks Belgium BVBA	464213393	TMF ,TMF Live HD
Newscasters VOF		TV9
Okay Media TV NV	434313441	Okay TV
SBS Belgium NV	473307540	VT4,VijfTV
Skynet iMotion Activities NV	875092626	Belgacom 11, Belgacom 11 PPV ,Belgacom Adrenaline ,Belgacom Family ,Belgacom Premiere ZOOM
Telenet NV	439840857	Carrousel ,Gunk TV, Prime Action, Prime Action +1,Prime Fezztival, Prime Series ,Prime Sport ,Prime Sport2, Prime Star, Prime Star +1, Studio100 TV
Vlamex BVBA	867273634	S TV

VMMa NV	432306234	2BE,Anne,JIM,VTM,VTMKzoom,VTM, Zomer/Kerst
---------	-----------	--

Daarnaast zijn er nog acht regionale omroeporganisaties.

De licentie werd toegewezen aan een vzw, de dagelijkse leiding is in de praktijk in het merendeel der gevallen in handen van een exploitatiemaatschappij.

Regionale omroep	VZW	KBO-nr	Exploitatiemaatschappij	KBO-nr
ATV	Antwerpse Televisie VZW	432073038	Antwerpse Televisie Maatschappij NV	448844140
AVS	Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie VZW	424806847		
Focus	Focus TV - Regionale TV voor het noorden van West-Vlaanderen VZW	448696363	Regionale Media Maatschappij NV	475952274
Ring TV	Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde VZW	451344166		
ROB TV	Regionale Omroep Oost-Brabant VZW	433509331	Vlaams Brabantse Mediamaatschappij NV	448442084
RTV	TV Kempen en Mechelen VZW	454986517	RTV BVBA	461812545
TV Brussel	Niet-Openbare Televisievereniging Brussel VZW	448745655		
TVL	Tele-Visie-Limburg VZW	448289854	Televisie Limburg NV	455948795
TV Oost	Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie VZW	448803063	TV Oost Vlaanderen NV	477802303
WTV Zuid	West-Vlaamse Televisie Omroep Regio Zuid VZW	431247746	Regionale Media Maatschappij NV	475952274

De aanmaak van programma's gebeurt in Vlaanderen vaak door een grote variëteit aan zelfstandige productiehuisen. Onderstaande tabel toont de 10 belangrijkste onafhankelijke productiehuisen gerangschikt volgens activa in 2008.

#### Top 10 onafhankelijke productiehuisen in Vlaanderen

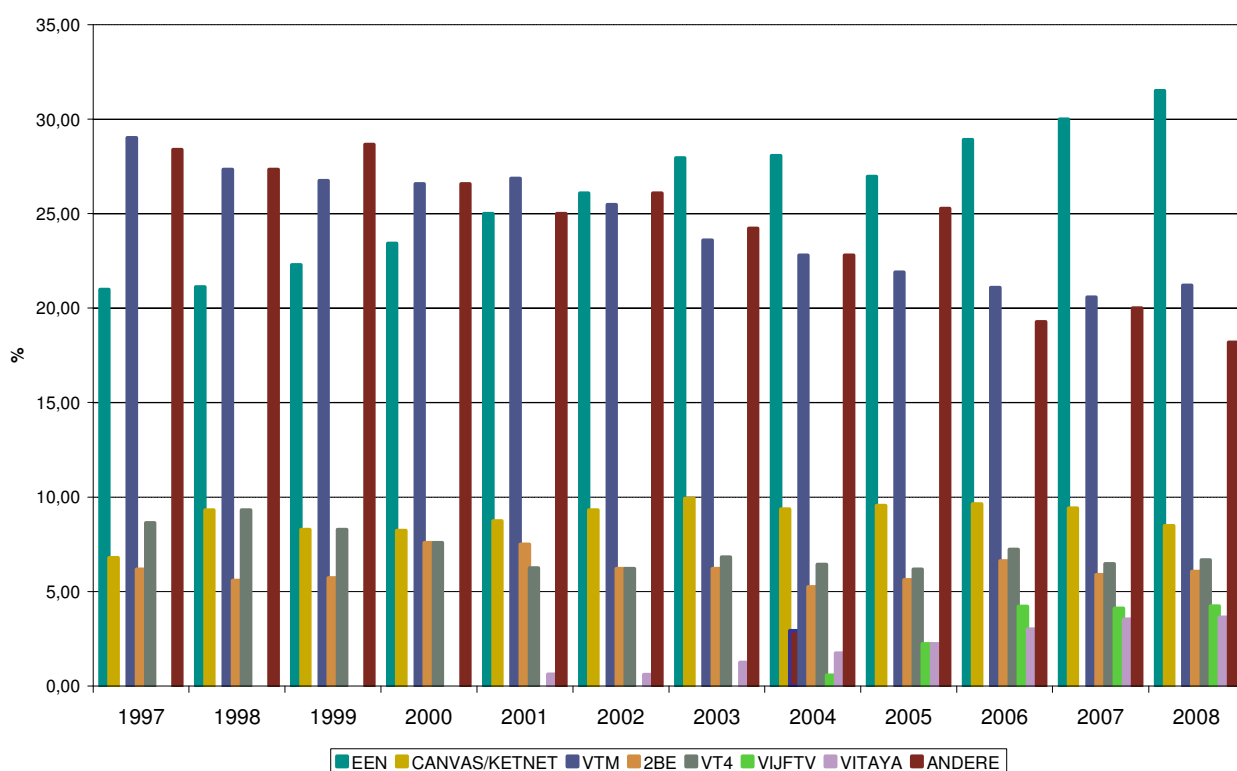
Studio 100
Eyeworks
Woestijnvis
Studio-A
Kanakna Productions
deMensen
A Private View
Fremantlemedia Belgium
Skyline Entertainment
Menuet

## 8 Marktaandelen van deze radio- en televisieomroepen vroeger en nu

### 8.1 Televisie per omroep

Onderstaande grafiek geeft de evolutie weer van de marktaandelen van de Vlaamse analoge televisiezenders gedurende de laatste 10 jaar. Eén kende een continue stijging in marktaandeel en is nu veruit de grootste Vlaamse zender. Eén heeft momenteel een marktaandeel van 31,52%. Ook Canvas kan mooie marktaandelen voorleggen en heeft de laatste jaren een marktaandeel van ongeveer 9,5%. In 2008 daalde het aandeel echter tot 8,5%.

VTM kampt de laatste jaren met een terugval in marktaandeel. In 1997 was VTM nog goed voor 29% van de markt. Dit aandeel is teruggevallen tot 21,21%. Daarbij is een lichte verbetering vast te stellen ten opzichte van 2007. De andere VMMA-zender 2BE blijft al een tiental jaar schommelen rond 6%. Dit geldt ook voor concurrent VT4 (6,67% in 2008) hoewel die op het eind van de jaren 1990 betere cijfers konden voorleggen (9,32 in 1998). VijfTV en Vitaya zijn beide sterk gegroeid sinds hun introductie. Die groei blijkt voorlopig gestabiliseerd rond respectievelijk 4% en 3,5% voor VijfTV en Vitaya.



Bron: Vlaamse Regulator voor de Media, Mediaconcentratie in Vlaanderen, rapport 2009, op basis van CIM cijfers

#### Aandeel

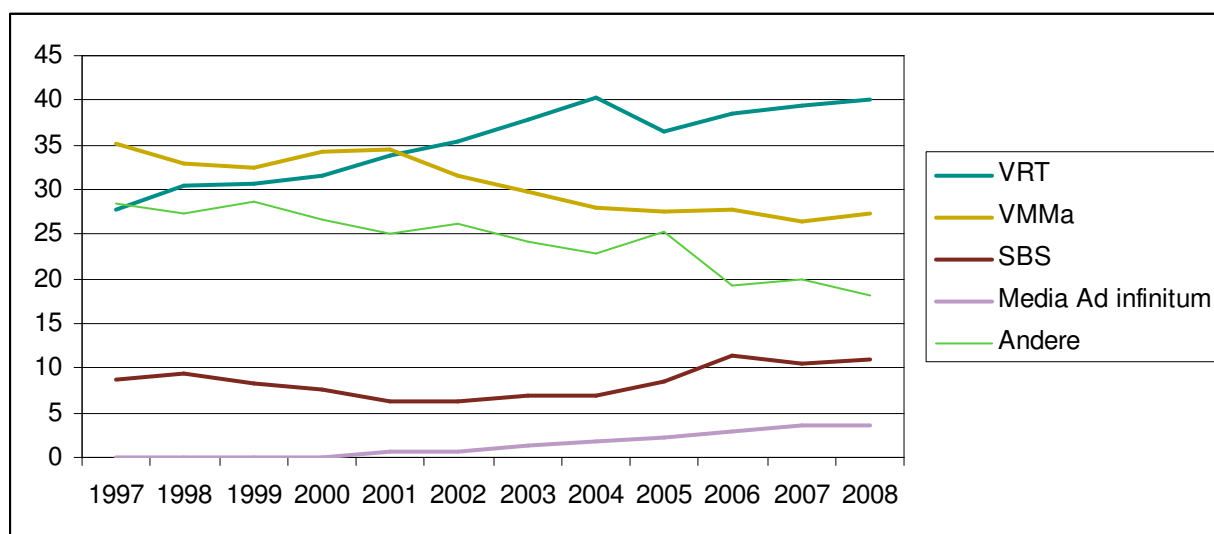
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
EEN	20,99	21,12	22,29	23,42	25,00	26,09	27,95	28,07	26,97	28,92	30,00	31,52
CANVAS/KETNET	6,79	9,32	8,28	8,23	8,75	9,32	9,94	9,36	9,55	9,64	9,41	8,48

SPORZA								2,92				0,00
VTM	29,01	27,33	26,75	26,58	26,88	25,47	23,60	22,81	21,91	21,08	20,59	21,21
2BE	6,17	5,59	5,73	7,59	7,50	6,21	6,21	5,26	5,62	6,63	5,88	6,06
VT4	8,64	9,32	8,28	7,59	6,25	6,21	6,83	6,43	6,18	7,23	6,47	6,67
VIJFTV								0,58	2,25	4,22	4,12	4,24
VITAYA					0,63	0,62	1,24	1,75	2,25	3,01	3,53	3,64
ANDERE	28,40	27,33	28,66	26,58	25,00	26,09	24,22	22,81	25,28	19,28	20,00	18,18

Bron: Vlaamse Regulator voor de Media, Mediaconcentratie in Vlaanderen, rapport 2009, op basis van CIM cijfers

## 8.2 Televisie per omroeporganisatie

Dezelfde oefening kan gemaakt worden voor de televisieomroeporganisaties door de marktaandeelen van de zenders te groeperen. Hieruit valt de groei van de VRT ten aanzien van de andere omroeporganisaties goed af te leiden. Deze groei gaat voornamelijk ten koste van de VMMA, de regionale en buitenlandse zenders (verzameld onder de naam andere). De groei van SBS sinds 2004 is voornamelijk toe te schrijven aan de introductie van VijfTV.



	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
VRT	27,78	30,43	30,57	31,65	33,75	35,40	37,89	40,35	36,52	38,55	39,41	40,00
VMMA	35,19	32,92	32,48	34,18	34,38	31,68	29,81	28,07	27,53	27,71	26,47	27,27
SBS	8,64	9,32	8,28	7,59	6,25	6,21	6,83	7,02	8,43	11,45	10,59	10,91
Media Ad infinitum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,63	0,62	1,24	1,75	2,25	3,01	3,53	3,64
Andere	28,40	27,33	28,66	26,58	25,00	26,09	24,22	22,81	25,28	19,28	20,00	18,18

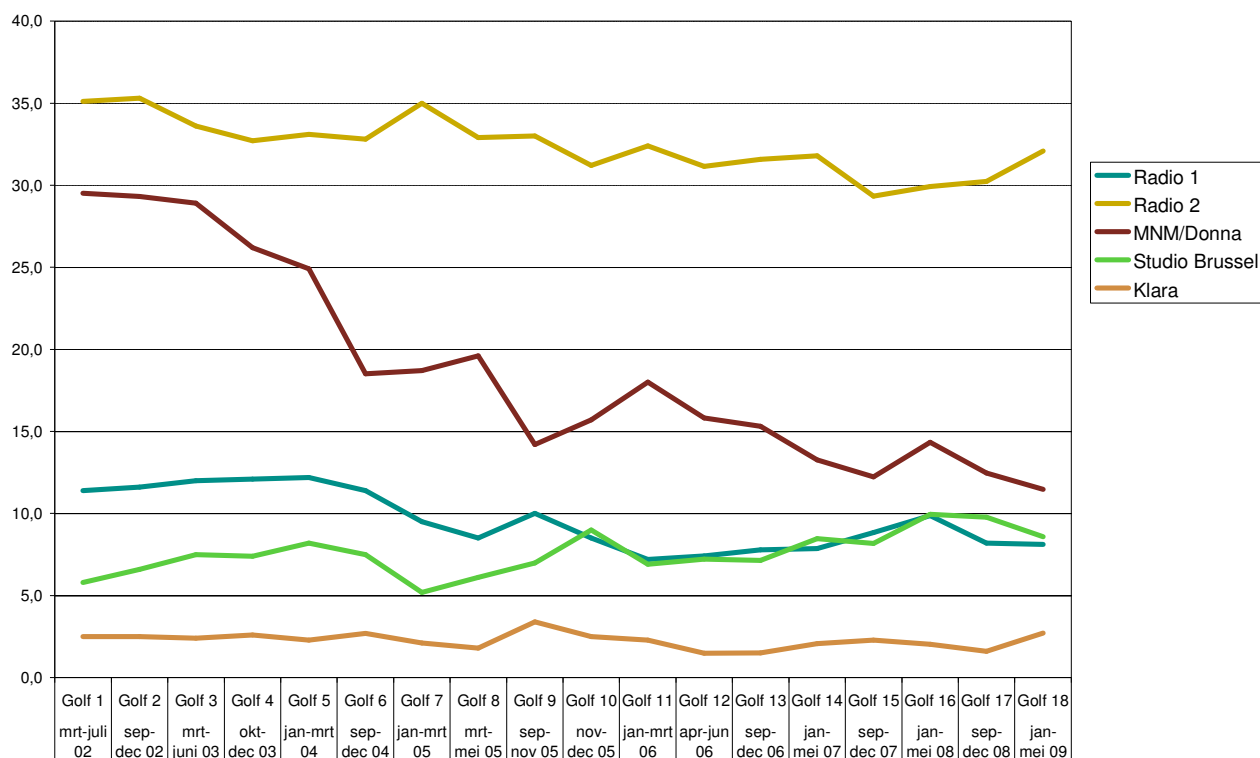
Bron: Vlaamse Regulator voor de Media op basis van CIM cijfers



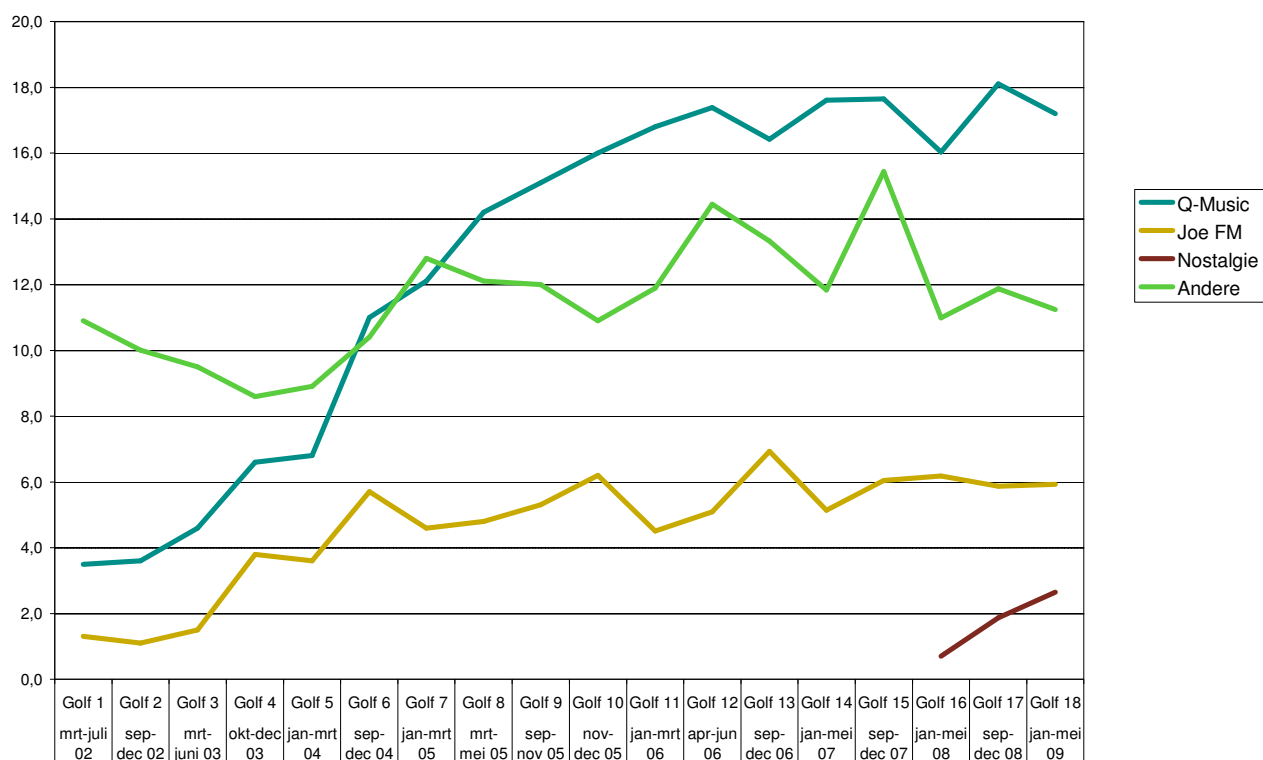
### 8.3 Radio per omroep

In de onderstaande twee figuren vindt men de marktaandelen van de radio-omroepen terug sinds de eerste CIM-golf in 2002. De eerste figuur toont de evolutie van de marktaandelen van de zenders van de VRT. In de tweede figuur vindt men de marktaandelen van de private radiozenders. Radio 2 is al een aantal jaar de grootste zender en is in de laatste CIM golf goed voor 32% van de markt. MNM is zijn tweede plaats kwijtgespeeld aan Q-Music. In het begin van het decennium was MNM (toen Donna) nog goed voor 29%. De laatste cijfers geven MNM nog 11,5%. Q-Music is nu de tweede grootste radiozenders met een marktaandeel van 17%. De andere zenders van de VRT verkennen een eerder stabiel verloop. Studio Brussel en Radio 1 bereiken de laatste jaren elk net geen 10% van de markt. Klara is goed voor ongeveer 2%, maar dat blijkt wel een trouw publiek te zijn.

De andere zender van VMMA Joe FM (het vroegere 4FM dat recentelijk is overgenomen door VMMA) blijkt te stabiliseren rond 6% van de markt. Om de invloed van Nostalgie in te schatten is het nog te vroeg, al lijkt de introductie wel geslaagd.



Bron: Vlaamse Regulator voor de Media, Mediaconcentratie in Vlaanderen, rapport 2009, op basis van CIM cijfers



Bron: Vlaamse Regulator voor de Media, Mediaconcentratie in Vlaanderen, rapport 2009, op basis van CIM cijfers

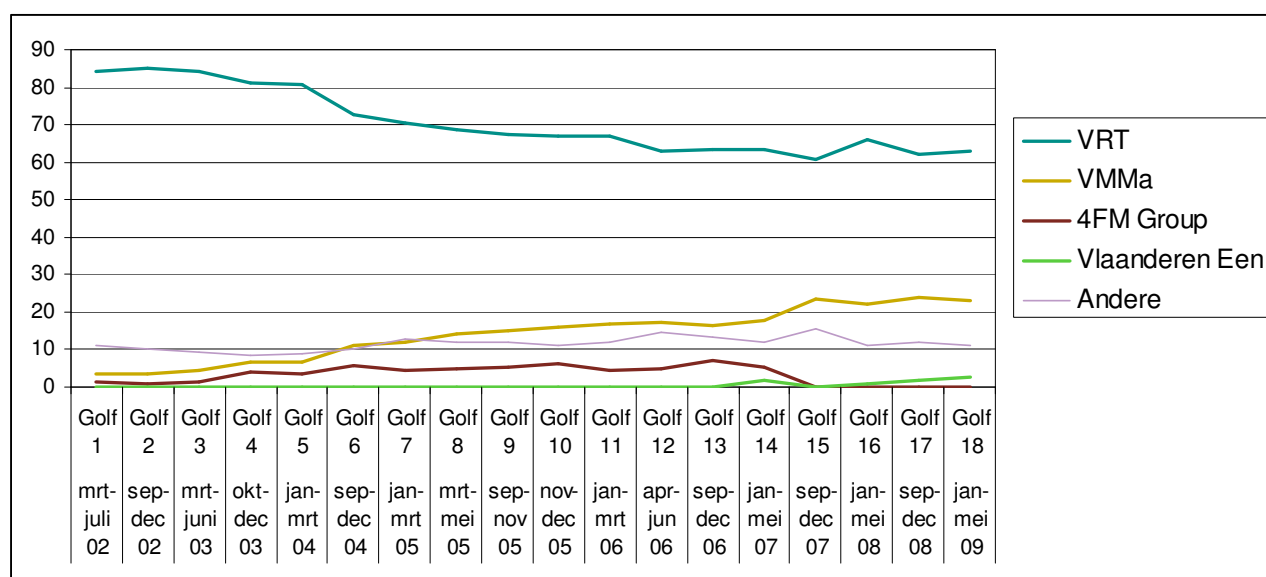
		Radio 1	Radio 2	Radio Donna /MNM	Studio Brussel	Klara	Q-Music	4FM/Joe	Nostalgie	Andere
<i>mrt-juli 02</i>	Golf 1	11,4	35,1	29,5	5,8	2,5	3,5	1,3		10,9
<i>sep-dec 02</i>	Golf 2	11,6	35,3	29,3	6,6	2,5	3,6	1,1		10
<i>mrt-juni 03</i>	Golf 3	12	33,6	28,9	7,5	2,4	4,6	1,5		9,5
<i>okt-dec 03</i>	Golf 4	12,1	32,7	26,2	7,4	2,6	6,6	3,8		8,6
<i>jan-mrt 04</i>	Golf 5	12,2	33,1	24,9	8,2	2,3	6,8	3,6		8,9
<i>sep-dec 04</i>	Golf 6	11,4	32,8	18,5	7,5	2,7	11	5,7		10,4
<i>jan-mrt 05</i>	Golf 7	9,5	35	18,7	5,2	2,1	12,1	4,6		12,8
<i>mrt-mei 05</i>	Golf 8	8,5	32,9	19,6	6,1	1,8	14,2	4,8		12,1
<i>sep-nov 05</i>	Golf 9	10	33	14,2	7	3,4	15,1	5,3		12
<i>nov-dec 05</i>	Golf 10	8,5	31,2	15,7	9	2,5	16	6,2		10,9
<i>jan-mrt 06</i>	Golf 11	7,2	32,4	18	6,9	2,3	16,8	4,5		11,9
<i>apr-jun 06</i>	Golf 12	7,42	31,15	15,82	7,22	1,48	17,38	5,09		14,44
<i>sep-dec 06</i>	Golf 13	7,78	31,58	15,3	7,15	1,51	16,42	6,93		13,33
<i>jan-mei 07</i>	Golf 14	7,86	31,8	13,26	8,47	2,06	17,61	5,14		11,84
<i>sep-dec 07</i>	Golf 15	8,84	29,33	12,23	8,18	2,3	17,65	6,04		15,43
<i>jan-mei 08</i>	Golf 16	9,87	29,91	14,34	9,95	2,03	16,03	6,18	0,7	10,99

sep-dec 08	Golf 17	8,2	30,23	12,47	9,78	1,61	18,1	5,87	1,87	11,87
jan-mei 09	Golf 18	8,12	32,08	11,47	8,6	2,71	17,2	5,93	2,65	11,24

Bron: Vlaamse Regulator voor de Media, Mediaconcentratie in Vlaanderen, rapport 2009, op basis van CIM cijfers

#### 8.4 Radio per omroeporganisatie

Het succes van de VRT op de radiomarkt valt af te leiden uit onderstaande figuur. Ondanks de dalende trend is het marktaandeel van de VRT nog steeds goed voor 63%. De situatie lijkt ook te stabiliseren. Met het succes van Q-Music en de overname van 4Fm (nu JoeFm) wordt VMMA de tweede grote speler in de radiomarkt. De VMMA klokt af op 23% van de markt.



Bron: Vlaamse Regulator voor de Media op basis van CIM cijfers

		VRT	VMMA	4FM Group	Vlaanderen Een	Andere
mrt-juli 02	Golf 1	84,3	3,5	1,3	0	10,9
sep-dec 02	Golf 2	85,3	3,6	1,1	0	10
mrt-juni 03	Golf 3	84,4	4,6	1,5	0	9,5
okt-dec 03	Golf 4	81	6,6	3,8	0	8,6
jan-mrt 04	Golf 5	80,7	6,8	3,6	0	8,9
sep-dec 04	Golf 6	72,9	11	5,7	0	10,4
jan-mrt 05	Golf 7	70,5	12,1	4,6	0	12,8
mrt-mei 05	Golf 8	68,9	14,2	4,8	0	12,1
sep-nov 05	Golf 9	67,6	15,1	5,3	0	12
nov-dec 05	Golf 10	66,9	16	6,2	0	10,9
jan-mrt 06	Golf 11	66,8	16,8	4,5	0	11,9
apr-jun 06	Golf 12	63,09	17,38	5,09	0	14,44
sep-dec 06	Golf 13	63,32	16,42	6,93	0	13,33

jan-mei 07	Golf 14	63,45	17,61	5,14	1,96	11,84
sep-dec 07	Golf 15	60,88	23,69	0	0	15,43
jan-mei 08	Golf 16	66,1	22,21	0	0,7	10,99
sep-dec 08	Golf 17	62,29	23,97	0	1,87	11,87
jan-mei 09	Golf 18	62,98	23,13	0	2,65	11,24

Bron: Vlaamse Regulator voor de Media op basis van CIM cijfers

## 9 Sterkte en zwaktes van bepaalde spelers en merken

Hieronder volgt een kort overzicht van sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de meest courante spelers en merken, voor radio en tv. Er werd hiervoor geen grondige analyse gemaakt, maar enkele algemene vaststellingen werden opgesteld volgens een SWOT-schema. Dit wordt bij de voorstelling van de marktspelers verder geïllustreerd ahv gegevens uit hun financiële rapportering.

Volgende ratios werden – indien alle vereiste gegevens beschikbaar waren- berekend:

Liquiditeit	$\frac{[29/58]-[29]}{([42/48]+492/3)}$	Liquiditeit:Current ratio
Liquiditeit	$\frac{([40/41]+[50/53]+[54/58])/[42/48]}$	Liquiditeit: acid test
rendabiliteit	$\frac{[9901]}{[20/58]}$	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)
rendabiliteit	$\frac{[9904]}{[10/15]}$	Netto-rentabiliteit van eigen vermogen (REV)
rendabiliteit	$\frac{[9901]}{[70]}$	Brutoverkoopmarge
rendabiliteit	$\frac{[9903]}{[70]}$	Nettoverkoopmarge
rendabiliteit	$\frac{[70]}{[20/58]}$	Omloopsnelheid totaal vermogen
rendabiliteit	$\frac{[70]}{[40]}$	Omloopsnelheid debiteuren
Solvabiliteit	$\frac{[10-15]}{([10/49]-[10/15])}$	Solvabiliteit (EV/VV)
Solvabiliteit	$\frac{[10/15]}{[10/49]}$	Debt-ratio solvabiliteit

Deze bevindingen mogen niet als exhaustief beschouwd worden. De regionale televisieomroeporganisaties werden niet opgenomen vermits ze buiten de opzet van deze nota vallen.

### 9.1 Spelers op de radiomarkt

#### 9.1.1 VRT (KBO-nummer: 244142664)

Aanbod:

Landelijke publieke radio-omroep; Radio 1, Klara, MNM, Studio Brussel  
 Regionale publieke radio-omroeporganisaties; Radio 2 Antwerpen, Radio 2 Limburg, Radio 2 Oost-Vlaanderen, Radio 2 Vlaams Brabant, Radio 2 West-Vlaanderen  
 Wereldomroep; RVi1, RVi2

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaalvoordelen tgv spreiding over verschillende merken en mediavormen.</li> <li>VRT beschikt over goede internetradiospeler</li> <li>Beschikt momenteel als enige</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dient zich inzake programmering aan een beheersovereenkomst te houden</li> </ul>
---	--	---	---

	<p>over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grote complementariteit tussen de verschillende VRT zenders</li> <li>• De diverse zenders kunnen reclame maken voor elkaar</li> <li>• Beperkte onderhevigheid aan crisis tgv "knipperlichtenprocedure"</li> </ul>		
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio kan fungeren als kweekvijver voor TV</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aangekondigde besparingen</li> <li>• Dalende reclame-inkomsten tgv crisis in de hele sector</li> <li>•</li> </ul>

Activa en omzet bleven vrij stabiel gedurende de laatste vier jaar. Op 2006 na noteerde de VRT de laatste vier jaar een verlies.

Tabel 1 VRT : evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	378784000	435225454	429740337	441142679	436738299
70/74	Bedrijfsopbrengsten	405666000	469054947	453331282	449248955	450459024
20/58	Activa	364614000	350943153	357770254	366614886	357574602
10/15	Eigen vermogen	150066000	194222478	192774053	185073426	182890928
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-30680000	18977685	-7380324	-6043820	-678728
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-35739000	15243201	-7692001	-8941773	-3498014
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	2819,2	2864,7	2816,2	2826,2	2811,6

Tabel 2 VRT: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,10	-0,20	-0,09	-0,08	1,04	7,40	0,70	0,41
2006			0,04	0,10	0,04	0,04	1,24	9,72	1,24	0,55

2007			-0,02	-0,04	-0,02	-0,02	1,20	10,09	1,17	0,54
2008			-0,02	-0,03	-0,02	-0,01	1,20	10,54	1,02	0,50
2009			0,00	0,00	0,00	0,00	1,22	11,86	1,05	0,51

### 9.1.2 VMMA (KBO-numer: 432306234)

Aanbod: Q-music , Joe FM

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hebben meer vrijheid qua programmering en commercialisering (dienen zich niet aan beheersovereenkomst te houden)</li> <li>• Q-music en 4FM kunnen complementair gemaakt worden</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ze zijn voor hun inkomsten afhankelijk van reclame</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijkerwijze zal DAB beschikbaar worden via Norkring</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalende reclame-inkomsten tgv crisis</li> <li>• Beschikt momenteel nog niet over de mogelijkheid om DAB uit te zenden</li> </ul>

De onderneming kan bogen op solide financiële resultaten, hoewel er in 2009 een lichte terugval was.

Tabel 3 VMMA: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	217939000	223131652	234116114	244111337	234554679
70/74	Bedrijfsopbrengsten	244087000	259188322	271902116	281387520	275813989
20/58	Activa	159278000	180295621	195939171	196784675	177144483
10/15	Eigen vermogen	96609000	113876508	128742402	113829598	98802781
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	17466000	24403467	50266132	22663434	36609709
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	12521000	22251428	47506260	38885382	36288195
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	466,9	455,8	456,1	486,1	476,9

Tabel 4 VMMA: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005		1,30	0,08	0,13	0,06	0,08	1,37	3,54	1,54	0,61
2006		1,72	0,12	0,15	0,10	0,11	1,24	3,18	1,71	0,63
2007		1,45	0,24	0,27	0,20	0,21	1,19	3,33	1,92	0,66
2008		1,35	0,20	0,13	0,16	0,09	1,24	4,04	1,37	0,58
2009		1,08	0,20	0,25	0,15	0,16	1,32	3,37	1,26	0,56

### 9.1.3 Alfacam-Facta Media vzw

Aanbod: Exqi FM

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hebben meer vrijheid qua programmering en commercialisering (dienen zich niet aan beheersovereenkomst te houden)</li> <li>• Lokale verankering</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ze zijn voor hun inkomsten afhankelijk van reclame</li> <li>• Reclamewerving beperkt zich tot 1 provincie</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijkerwijze zal DAB beschikbaar worden via Norkring</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalende reclame-inkomsten tgv crisis</li> <li>• Beschikt momenteel nog niet over de mogelijkheid om DAB uit te zenden</li> </ul>

Het bedrijf kende gedurende de laatste vier jaar een grote groei (zowel activa als omzet verdubbelden bijna), maar tekende in 2009 een verlies op

Tabel 5 Alfacam: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	15396000	19341000	20070816	30876905	20722926
70/74	Bedrijfsopbrengsten	16561000	24422000	25700085	35741828	25965437
20/58	Activa	39118000	35363000	60567835	72288431	73823793
10/15	Eigen vermogen	4983000	5364000	6912689	7713017	3129636



9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-1467000	1229000	2431882	640867	-4638395
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	17000	2904000	3563521	3334720	-1955350
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	36,5	45,6	48,5	57,1	63,4

Tabel 6 Alfacam: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005		0,60	0,00	0,00	0,00	-0,10	0,39	2,37	0,15	0,13
2006	0,66	0,62	0,08	0,06	0,15	0,06	0,55	6,13	0,18	0,15
2007	0,58	0,59	0,06	0,21	0,18	0,12	0,33	1,97	0,13	0,11
2008	0,59	0,63	0,05	0,05	0,11	0,02	0,43	1,99	0,12	0,11
2009	0,65		-0,03	-1,40	-0,09	-0,22	0,28	3,06	0,04	0,04

### 9.1.4 Vlaanderen Eén (KBO-nummer: 890243036 )

Aanbod: Nostalgie, = samenwerkingsverband tussen:

Antwerpen 1	Antwerpse Radio vzw	406071593
Contact Vlaams-Brabant	De Vrije Golf vzw	421816079
Go FM	Radio Gent vzw	422936529
Mango	Promotheus Incorporated NV	450929244

INTERN	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hebben meer vrijheid qua programmering (dienen zich niet aan beheersovereenkomst te houden)</li> <li>• Lokale verankering</li> <li>• Schaalvoordelen t.g.v. nationale werking</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ze zijn voor hun inkomsten afhankelijk van reclame</li> <li>• “oneigenlijk” gebruik van regionaal statuut</li> <li>• Nieuwe speler die plaats op markt nog moet veroveren.</li> </ul>
EXTERN	O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samenwerking met NRJ en Nostalgie in Wallonië</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis</li> </ul>

Tabel 7 Vlaanderen een: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet				5123617	5487033
70/74	Bedrijfsopbrengsten				6335083	5503690
20/58	Activa				4590724	3617486
10/15	Eigen vermogen				1504950	-1892270
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting				-2545050	-3397221
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)				-2601905	-3303207
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten				9,4	15,7

Tabel 8 Vlaanderen een: kernratios

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit				Solvabiliteit			
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Netrentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio

2008		0,90	-0,57	-1,69	-0,51	-0,50	1,12	12,37	0,49	0,33
2009			-0,91	1,80	-0,60	-0,62	1,52	11,65	-0,34	-0,52
2008		0,90	-0,57	-1,69	-0,51	-0,50	1,12	12,37	0,49	0,33
2009			-0,91	1,80	-0,60	-0,62	1,52	11,65	-0,34	-0,52

## 9.2 Radiomerken

### 9.2.1 Klara

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enige zender die zich specialiseert in klassieke muziek</li> <li>• Sterk merk</li> <li>• Luisteraars worden niet geconfronteerd met reclame</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klein marktaandeel</li> <li>• Geen mogelijkheden om inkomsten uit reclame te genereren</li> <li>• Hoge productiekost in vergelijking met marktaandeel</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trouwe luisteraars</li> <li>• Reeds ingezette daling in kosten kan nog worden verder gezet.</li> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Beschikt over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</li> </ul>	T	

### 9.2.2 MNM

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enige zender binnen VRT met "commercieel aanbod"</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moet dalende trend proberen te keren</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Beschikt over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterke concurrent (Q) gericht op zelfde doelgroep</li> <li>• Vroegere geruchten over verkoop zullen bij zwak marktaandeel opnieuw kop opsteken.</li> <li>• Zou kunnen afgerekend worden op kost van rebranding</li> </ul>

### 9.2.3 Radio 1

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kan op lange traditie bogen</li> <li>• Merk geldt als “de informatiezender</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Weinig concurrentie in hun nichemarkt.</li> <li>• Beschikt over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luisteraars hebben een bepaald verwachtingspatroon en staan kritisch t.o.v. veranderingen</li> </ul>

#### 9.2.4 Radio 2

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterke provinciale verandering</li> <li>• Groot bereik</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Beschikt over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</li> </ul>	T	

#### 9.2.5 RVi

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verzorgt als enige zender Vlaamse uitzendingen buiten het Vlaamse grondgebied</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opkomst internetradio bedreigt “unique selling proposition”</li> </ul>

#### 9.2.6 Studio Brussel

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterk merk gericht op specifieke doelgroep</li> <li>• Sterke klantenbinding met de</li> </ul>	W	
---	--	---	--

	luisteraars		
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Beschikt over de mogelijkheid om via DAB uit te zenden</li> <li>•</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Richt zich op jongeren, en dient dus steeds zijn publiek te vernieuwen</li> <li>• De mediaconsumptie van jongeren verschuift naar internet, ten koste van radio</li> </ul>

### 9.2.7 Klara continuo

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De gegevens van de uitgezonden muziek zijn op het scherm van het radiotoestel te lezen.</li> <li>• De VRT beschikt momenteel als enige over de mogelijkheid om DAB uit te zenden</li> <li>• Relatief goedkoop om aanbod te creëren.</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het net kan enkel worden beluisterd via de digitale radiospeler, via DAB-radio en via digitale televisie.</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Door de verwachte introductie van commerciële zenders op DAB, zou DAB als platform populairder kunnen worden</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Door de verwachte introductie van commerciële zenders op DAB, zal de VRT op dit platform meer concurrentie ondervinden.</li> </ul>

### 9.2.8 Nieuws +

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De gegevens van de uitgezonden muziek zijn op het scherm van het radiotoestel te lezen.</li> <li>• De VRT beschikt momenteel als enige over de mogelijkheid om DAB uit te zenden</li> <li>• Relatief goedkoop om aanbod te creëren.</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kan enkel worden beluisterd via de digitale radiospeler, via DAB-radio en via digitale televisie.</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Door de verwachte introductie van</li> </ul>

	<p>en platformen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Door de verwachte introductie van commerciële zenders op DAB, zou DAB als platform populairder kunnen worden</li> </ul>		<p>commerciële zenders op DAB, zal de VRT op dit platform meer concurrentie ondervinden.</p>
--	---	--	--

### 9.2.9 MNM hits

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De gegevens van de uitgezonden muziek zijn op het scherm van het radiotoestel te lezen.</li> <li>• De VRT beschikt momenteel als enige over de mogelijkheid om DAB uit te zenden</li> <li>• Relatief goedkoop om aanbod te creëren.</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kan enkel worden beluisterd via de digitale radiospeler, via DAB-radio en via digitale televisie.</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met andere merken en platformen</li> <li>• Door de verwachte introductie van commerciële zenders op DAB, zou DAB als platform populairder kunnen worden</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Door de verwachte introductie van commerciële zenders op DAB, zal de VRT op dit platform meer concurrentie ondervinden.</li> </ul>

### 9.2.10 Joe FM

Aanbieder: VMMA

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterke mogelijkheden om te promoten via andere VMMA-kanalen</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nog steeds op zoek naar plaats in de markt</li> <li>• Naamsverandering moet effect nog genereren</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijkheid tot samenwerking binnen VMMA</li> <li>• Toegang tot DAB zou mogelijk gemaakt kunnen worden via digitale radiolicensies</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als kleine generalistische speler meer onderhevig aan schommelingen in advertentiemarkt.</li> </ul>

### 9.2.11 Q-Music

Aanbieder: VMMA

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merk met sterke identiteit</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijkheid tot synergie dankzij samenwerking met JoeFM en Q-Nederland</li> <li>• Toegang tot DAB zou mogelijk gemaakt kunnen worden via digitale radiolicenties</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rebranding van Donna in MNM</li> </ul>

### 9.2.12 Nostalgie

Aanbieder: Vlaanderen Eén

	Antwerpen 1	Antwerpse Radio vzw	406071593
	Contact Vlaams-Brabant	De Vrije Golf vzw	421816079
	Go FM	Radio Gent vzw	422936529
	Mango	Promotheus Incorporated NV	450929244

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijke profilering</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jonge zender dat kritisch marktaandeel nog moet bereiken</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterk merk in Wallonië</li> </ul>	T	

### 9.2.13 Exqi FM

Aanbieder: Alfacam

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deel van een ambitieuze groep</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weinig naambekendheid doordat het een jong merk is.</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijke synergie met andere platformen</li> </ul>	T	



### **9.3 Spelers op de televisiemarkt**

Hieronder vindt u per televisie-omroeporganisatie een fiche met een beperkte SWOT-analyse, gestoffeerd met enkele financiële gegevens.

### 9.3.1 Actua TV BVBA (KBO-nr 859875603)

Zenderaanbod: Actua TV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opereert binnen duidelijk afgebakende niche</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrij onbekende speler</li> </ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kent enkel digitale verspreiding</li> <li>• Dalende reclame-inkomsten tgv crisis in de hele sector</li> <li>• Maken geen deel uit van grotere mediagroep en ontlopen potentiële synergieën.</li> </ul>

Tabel 9 Actua TV: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
20/58	Activa	108549	173458	161373	138852	137733
10/15	Eigen vermogen	6891	78624	40347	10750	3277
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-9110	4227	-38278	-29608	-28975
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-9014	5525	-35992	-25617	-27951
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	1	2	3,2	3,1	3,1

Tabel 10 Actua TV: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit					Solvabiliteit		
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,08	-1,32					0,07	0,06
2006			0,03	0,05					0,83	0,45
2007			-0,22	-0,95					0,33	0,25
2008			-0,18	-2,75					0,08	0,08
2009			-0,20	-8,84					0,02	0,02

### 9.3.2 Belgian Business Television NV (KBO-nr 461874705)

Zenderaanbod: Kanaal Z

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uniek aanbod (brengt als enige in Vlaanderen businessstv)</li> <li>• in loop uitzenden verlaagt programmatiekosten</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nichespeler: kan slechts reclame werven gericht op beprkt publiek</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met Roularta</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector</li> </ul>

Belgian business television is een dochter van de Roulartagroep. Het brengt de televisieomroep kanaal Z, en bijhorende website.

Deze nichespeler kende de laatste jaren een daling van de bedrijfsopbrengsten, en de onderneming bleef gedurende de laatste jaren verlieslatend, maar kende in 2009 ondanks lagere bedrijfsopbrengsten terug winst.

Tabel 11 Belgian Business Television: evolutie waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	5595000	6059851	4820801	3853031	2513000
70/74	Bedrijfsopbrengsten	5872000	6330559	5058463	4405462	2640905
20/58	Activa	1604000	3466553	2076071	1361177	821025
10/15	Eigen vermogen	-6315000	-8487558	-12342036	-13405624	13188059
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-1157000	-2172851	-3854478	-1063588	217565
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-1010000	-1819771	-3366829	-431974	825845
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	17,6	20,3	25,8	17,6	13,4

Tabel 12 Belgian Business Television: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,63	0,18	-0,18	-0,21	3,49	4,75	-0,80	-3,94
2006			-0,52	0,26	-0,30	-0,36	1,75	2,01	-0,71	-2,45
2007			-1,62	0,31	-0,70	-0,80	2,32	2,97	-0,86	-5,94
2008			-0,32	0,08	-0,11	-0,28	2,83	3,88	-0,91	-9,85
2009			1,01	-0,02	0,33	0,09	3,06	3,39	-0,94	-16,06

### 9.3.3 Bites Europe NV (KBO-nr 466252967)

Zenderaanbod: Acht

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profileert zich met gerenommeerde buitenlandse series</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieuwe speler op nationaal vlak: moet aandacht kijker verwerven</li> </ul>
---	---	---	---

O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie met Concentra (promotiemogelijkheden bv via Metro)</li> <li>• Exclusieve samenwerking met HBO</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enkel digitaal verspreid</li> <li>• Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector</li> </ul>
---	--	---	---

Acht is nog niet lang genoeg met televisie actief om een zinvolle interpretatie van de evolutie van de financiële resultaten te geven.

Tabel 13 Bites Europe: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	13845	12578	9599		1702527
70/74	Bedrijfsopbrengsten					1710362
20/58	Activa	18333	25540	25668	265662	964766
10/15	Eigen vermogen	16381	25026	25213	-239324	-2991800
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	8734	8646	191	-264546	-2752475
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	8734	7549	169	-262254	-2712474
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten					5,3

Tabel 14 Bites Europe: kernratios

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			0,48	0,53	0,63	0,63	0,76	3,66	8,39	0,89
2006			0,30	0,35	0,60	0,69	0,49	3,31	48,69	0,98
2007			0,01	0,01	0,02	0,02	0,37	2,93	55,41	0,98
2008			-0,99	1,11					-0,47	-0,90
2009			-2,81	0,92	-1,59	-1,62	1,76	2,84	-0,76	-3,10

### 9.3.4 Euro 1080 NV (KBO-nummer: 859635774)

Zenderaanbod: Euro 1080, Exqi Plus ,Exqi Culture ,Exqi Sport

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maakt deel uit van de Alfacam groep, en kan daardoor putten uit eigen producties</li> <li>• Grote ambities</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitgestelde opstart van Exqi Plus.</li> <li>• Grote ambities vergen zeer veel middelen</li> </ul>
---	--	---	--

O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negatieve berichtgeving over financiële toestand</li> <li>Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector.</li> </ul>
---	--	---	--

Euro 1080 is een jong bedrijf, waarin volop geïnvesteerd wordt (cfr aangroei bedrijfsopbrengsten, activa, aantal werknemers), en dat de voorbije jaren geen winst realiseerde.

Tabel 15 Euro 1080: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	5729000	6825000	7344198	8905136	8780895
70/74	Bedrijfsopbrengsten	5733000	6943000	7651844	9169464	11391909
20/58	Activa	15006000	20330000	31734684	34585960	35676589
10/15	Eigen vermogen	724000	589000	6121301	2129572	584536
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	25000	-963000	-2317262	-3631955	-1513710
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	212000	535000	-1231515	-2241172	-2403564
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	11,4	15,1	43,6	58	68,1

Tabel 16 Euro 1080: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			0,01	0,09	0,04	0,00	0,38	5,99	0,05	0,05
2006			0,03	-1,63	0,08	-0,14	0,34	6,99	0,03	0,03
2007		0,30	0,00	0,00	0,00	-0,32	0,23	2,27	0,24	0,19
2008		0,55	0,00	0,00	0,00	-0,41	0,26	1,53	0,07	0,06
2009	0,77	0,69	-0,07	-2,47	-0,27	-0,17	0,25	0,81	0,02	0,02

### 9.3.5 Icon Europe BVBA (KBO-nummer: 470507408)

Zenderaanbod: AS10 TV, ASK TV, Berat TV, Campus TV, FX iTV, M ON TV, Manolya TV, MAX TV, MMC TV, SON TV, TARAFTAR TV, Tatil TV, X1 TV, Yurdum Fit TV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterke nichespeler, gericht op Turkse gemeenschap</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kleine niche</li> </ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel via satelliet te ontvangen</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dalende reclame-inkomsten tgv crisis in de hele sector</li> </ul>
--	--	--	--

Tabel 17 Icon Europe: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
20/58	Activa	14086	64416	113548	156614	
10/15	Eigen vermogen	-71	-3343	1279	5007	
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-1708	-3273	4622	3710	
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-1542	-484	2924	3927	

Tabel 18 Icon Europe, ratios

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit				Solvabiliteit			
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,11	24,06					-0,01	-0,01
2006			-0,01	0,98					-0,05	-0,05
2007			0,03	3,61					0,01	0,01
2008			0,03	0,74					0,03	0,03
2009										

### 9.3.6 Media Ad Infinitum NV KBO-nummer: 461344866

Zenderaanbod: Vitaliteit ,Vitaya ,Wonen

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kleine onafhankelijke speler</li> <li>Sterk in zijn niches</li> <li>Eigen advertentiemodel (via pakketten)</li> </ul>	W	
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gebrek aan mogelijke schaalvoordelen</li> <li>Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector</li> <li>Maken geen deel uit van grotere mediagroep en ontlopen potentiële synergieën.</li> </ul>

Media at infinitum is bekend van de televisie-omroepen Vitaya en Vitaliteit, met de bijhorende websites.

De bedrijfsopbrengsten bleven de laatste jaren stabiel, en de winstgevendheid flirtte met de nuldrempel. In 2009 kende het echter een omzetzak en werd er verlies opgetekend.

Tabel 19 Media ad infinitum: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	8118114	10608980	11321051	11743023	10954264
70/74	Bedrijfsopbrengsten		10608980	11391492	12808295	11159097
20/58	Activa	4200805	4565227	8852196	9217365	8456204
10/15	Eigen vermogen	2059798	2283984	6047433	6065212	5080867
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-495878	224185	-236551	17780	-984345
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-499952	233723	-361299	-8239	-971724
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	19,6	21,4	25,4	29,2	23,8

Tabel 20 Media ad infinitum: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,12	-0,24	-0,06	-0,06	1,93	4,35	0,96	0,49
2006			0,05	0,10	0,02	0,02	2,32	9,51	1,00	0,50
2007		1,19	-0,04	-0,04	-0,03	-0,02	1,28	7,03	2,16	0,68
2008			0,00	0,00	0,00	0,00	1,27	6,71	1,92	0,66
2009			-0,11	-0,19	-0,09	-0,09	1,30	8,14	1,51	0,60

### 9.3.7 MTV Networks Belgium BVBA (KBO-nummer: 464213393)

Zenderaanbod: TMF ,TMF Live HD

S		W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan gebruik maken van internationale merknaam</li> <li>Heeft directe toegang tot internationale content.</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector</li> </ul>

MTV kan positieve cijfers voorleggen, met een groei tot in 2007, zij het dat er in 2008 een lichte daling werd genoteerd van omzet en winst. De VRM beschikt nog niet over gegevens voor 2009

Tabel 21 MTV: : evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	17669000	20843338	26835876	24814909	
70/74	Bedrijfsopbrengsten	18267000	21461034	28088435	31586358	
20/58	Activa	15820000	21769572	26201313	23034250	
10/15	Eigen vermogen	2694000	5742573	8818535	2566173	
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	2892000	4454063	5060874	3734431	
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	2912000	4335062	4792595	3240714	
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	32,5	36	43,4	49,3	

Tabel 22 MTV:kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Netto-rentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			0,18	0,68	0,16	0,16	1,12	1,54	0,21	0,17
2006			0,20	0,53	0,21	0,21	0,96	1,49	0,36	0,26
2007			0,18	0,35	0,18	0,19	1,02	1,70	0,51	0,34
2008			0,14	0,97	0,13	0,15	1,08	1,39	0,13	0,11

### 9.3.8 SBS Belgium NV (KBO-nummer: 473307540)

Zenderaanbod: VT4, VijfTV

S	• Vermijdt de hoge productiekosten van journaals	W	
O	• Kunnen samenwerken met SBS6 (Nederland) voor bepaalde producties	T	• Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector

SBS Belgium maakt deel uit van de Duitse groep ProSiebenSat en is vooral bekend vanwege de TV-omroepen VT4 en vijfTV, en de bijhorende internetsites. Verder zijn ze ook actief als contentproducent. Recent programmeren zij meer eigen Vlaamse producties.



Tot in 2007 kende SBS een omzetgroei en toenemende bedrijfswinst, in 2008 was een daling waarneembaar. Wat tewerkstelling betreft, bleef de stijging aanhouden. De onderneming was verlieslatend gedurende de laatste vier jaar. De VRM beschikt nog niet over gegevens voor 2009.

Tabel 23 SBS: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	67849000	85804560	94157686	90927262	
70/74	Bedrijfsopbrengsten	67907000	85862379	94218328	90991190	
20/58	Activa	236307000	249183280	260256840	248407050	
10/15	Eigen vermogen	23825000	27776125	4190247	-5642475	
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-3831000	-2470509	-23624801	-9994114	
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	3262000	8405739	11575677	5373782	
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	113,5	118,4	123,7	128,3	

Tabel 24 SBS: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			0,01	-0,15	0,05	-0,06	0,29	3,40	0,11	0,10
2006			0,03	-0,09	0,10	-0,03	0,34	3,56	0,13	0,11
2007			0,04	-5,62	0,12	-0,25	0,36	3,73	0,02	0,02
2008			0,02	1,75	0,06	-0,11	0,37	4,53	-0,02	-0,02

### 9.3.9 Skynet iMotion Activities NV (KBO-nummer: 875092626)

Zenderaanbod: Belgacom 11, Belgacom 11 PPV ,Belgacom Adrenaline ,Belgacom Family ,Belgacom Premiere ZOOM

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verticale integratie met omroepsignaaltransmissie-diensten</li> <li>• Beschikt over rechten op premium content.</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voetbalcontract is niet eeuwigdurend en duur</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toenemende trend naar digitalisering</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enkel digitaal verspreid (via Belgacom)</li> </ul>

Skynet is een dochter van Belgacom die zich bezig houdt met betaaltv-omroepactiviteiten

Het bedrijf kende de laatste jaren een grote groei (verdivoudiging van de omzet).

Tabel 25 Skynet: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	24096000	56887000	58954261	67531115	75504510
70/74	Bedrijfsopbrengsten	24097000	56943000	58959903	67541621	75518093
20/58	Activa	127425000	76176000	30575965	128457249	93588450
10/15	Eigen vermogen	1690000	5184000	8977549	12187358	18283876
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	690000	5770000	5662656	4680369	5096563
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	1822000	7566000	6274791	6858852	7444086
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	0,8	7,1	8,1	8,2	15,9

Tabel 26 Skynet: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005		0,53	0,01	0,41	0,08	0,03	0,19	0,96	0,01	0,01
2006		0,42	0,10	0,67	0,13	0,10	0,75	5,78	0,07	0,07
2007		0,39	0,21	0,42	0,11	0,10	1,93	10,83	0,42	0,29
2008			0,05	0,26	0,10	0,07	0,53	4,53	0,10	0,09
2009	0,52		0,08	0,33	0,10	0,07	0,81	8,39	0,24	0,20

### 9.3.10 Telenet NV ( KBO-nummer: 439840857)

Zenderaanbod: Carrousel ,Gunk TV, Prime Action, Prime Action +1,Prime Fezztival, Prime Series ,Prime Sport ,Prime Sport2, Prime Star, Prime Star +1, Studio100 TV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verticale integratie met omroepsignaaltransmissiediensten</li> <li>• Beschikt over rechten op premium content</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toenemende trend naar digitalisering</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enkel via Telenet verspreid</li> </ul>

Telenet is vooral actief als telecomspeler en tv-kabeldistributeur, maar is ook verantwoordelijk voor de televisieomroepen Gunk TV, Studio 100tv, Carroussel, en diverse betaalzenders Prime.

Deze verwevenheid van activiteiten maakt het moeilijk om de vergelijking te maken met de financiële draagkracht van andere televisieomroepen.

De cijfers van de financiële rapportering van Telenet ligt de laatste jaren in stijgende lijn

Tabel 27 Telenet: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	710001000	824825355	907413824	1027208752	1148023196
70/74	Bedrijfsopbrengsten	738756000	856011887	946900971	1059860633	1202049335
20/58	Activa	1857122000	1556289536	1519500292	1927405361	2131432976
10/15	Eigen vermogen	646715000	446269173	480891417	549450207	557033791
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	63152000	-22611064	36763505	69216124	8388831
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	26544000	47217118	90326138	114694740	102460361
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	1414,1	1613,4	1633,6	1671,2	1706,3

Tabel 28 Telenet: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettoentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005	0,70	0,90	0,01	0,10	0,04	0,09	0,38	7,16	0,53	0,35
2006	0,52	0,65	0,03	0,00	0,06	-0,03	0,53	6,71	0,40	0,29
2007	0,66	0,90	0,06	0,08	0,10	0,04	0,60	7,12	0,46	0,32
2008	0,81	1,14	0,06	0,13	0,11	0,07	0,53	10,72	0,40	0,29
2009	0,65	0,70	0,05	0,02	0,09	0,01	0,54	22,55	0,35	0,26

### 9.3.11 VMMA NV (KBO-nummer: 432306234)

Zenderaanbod: 2BE, Anne, JIM, VTM, VTMKzoom, VTM, Zomer/Kerst

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterke eigen merken</li> <li>Mogelijkheden tot synergie en autopromotie</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synergieën met Roularta en De Persgroep</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dalende reclame-inkomsten t.g.v. crisis in de hele sector</li> </ul>

VMMa produceert TV-programma's die het kan programmeren op zijn tv-omroepen 2BE, Anne, JIM, VTM en VTM Kzoom. Het is bovendien de organisatie achter de landelijke private radio-omroepen Q-music en Joe FM, en exploiteert de bijhorende internetsites. De onderneming kan bogen op solide financiële resultaten, hoewel er in 2009 een lichte terugval was.

Tabel 29 VMMa: evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	217939000	223131652	234116114	244111337	234554679
70/74	Bedrijfsopbrengsten	244087000	259188322	271902116	281387520	275813989
20/58	Activa	159278000	180295621	195939171	196784675	177144483
10/15	Eigen vermogen	96609000	113876508	128742402	113829598	98802781
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	17466000	24403467	50266132	22663434	36609709
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	12521000	22251428	47506260	38885382	36288195
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	466,9	455,8	456,1	486,1	476,9

Tabel 30 VMMa: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettorentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005		1,30	0,08	0,13	0,06	0,08	1,37	3,54	1,54	0,61
2006		1,72	0,12	0,15	0,10	0,11	1,24	3,18	1,71	0,63
2007		1,45	0,24	0,27	0,20	0,21	1,19	3,33	1,92	0,66
2008		1,35	0,20	0,13	0,16	0,09	1,24	4,04	1,37	0,58
2009		1,08	0,20	0,25	0,15	0,16	1,32	3,37	1,26	0,56

### 9.3.12 VRT NV (KBO-nummer: 432306234 )

Zenderaanbod: Een, canvas, ketnet

<b>S</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaalvoordelen t.g.v. spreiding over verschillende merken en mediavormen</li> </ul>	<b>W</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dienen zich bij programmatie aan beheersovereenkomst te houden</li> </ul>
----------	---	----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beschikt momenteel als enige over de mogelijkheid om via DVBT uit te zenden</li> <li>De verschillende zenders kunnen reclame maken voor elkaar</li> <li>Groot archief waaruit kan gerecycleerd worden</li> </ul>		
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunnen deelnemen aan innovatieve projecten Vlaamse overheid</li> <li>Succesvolle exclusiviteitcontracten</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aangekondigde besparingen</li> <li>Mogelijk te afhankelijk van exclusiviteitcontracten</li> </ul>

De VRT produceert TV-programma's die het programmeert via zijn omroepen Een, Ketnet en Canvas.

Verder is de VRT verantwoordelijk voor de radio-omroepen Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel en RVI.

De VRT verspreidt ook informatie via internetsites (onder andere Deredactie).

Activa en omzet bleven vrij stabiel gedurende de laatste vier jaar.

Op 2006 na noteerde de VRT de laatste vier jaar een verlies.

Tabel 31 VRT : evolutie gerapporteerde waarden

code	omschrijving	2005	2006	2007	2008	2009
70	Omzet	378784000	435225454	429740337	441142679	436738299
70/74	Bedrijfsopbrengsten	405666000	469054947	453331282	449248955	450459024
20/58	Activa	364614000	350943153	357770254	366614886	357574602
10/15	Eigen vermogen	150066000	194222478	192774053	185073426	182890928
9903	Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting	-30680000	18977685	-7380324	-6043820	-678728
9901	Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)	-35739000	15243201	-7692001	-8941773	-3498014
9087	Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	2819,2	2864,7	2816,2	2826,2	2811,6

Tabel 32 VRT: kernratio's

jaar	Liquiditeit		Rendabiliteit						Solvabiliteit	
	current ratio	Acid test	Rentabiliteit over het totale vermogen (RTV)	Nettoentabiliteit van eigen vermogen (REV)	Brutoverkoop marge	Nettoverkoop marge	Omloopsnelheid totaal vermogen	Omloopsnelheid debiteuren	(EV/VV)	Debt-ratio
2005			-0,10	-0,20	-0,09	-0,08	1,04	7,40	0,70	0,41

2006			0,04	0,10	0,04	0,04	1,24	9,72	1,24	0,55
2007			-0,02	-0,04	-0,02	-0,02	1,20	10,09	1,17	0,54
2008			-0,02	-0,03	-0,02	-0,01	1,20	10,54	1,02	0,50
2009		0,87	0,00	0,00	0,00	0,00	1,22	11,86	1,05	0,51

## 9.4 Televisie Merken

### 9.4.1 2BE

Aanbieder: VMMA NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Deel van een sterke groep</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eigen profiel en identiteit kunnen nog versterkt worden</li></ul>
O	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sterke link met VTM: kondigen elkaars programma aan.</li></ul>	T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unieke positie (films en series) bedreigd door (a) nieuwe zenders zoals Acht en (b) opkomst van DVD's , internet en Video on demand</li></ul>

### 9.4.2 Acht

Aanbieder: Bites Europe NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duidelijk profiel</li><li>• Pakt uit met kwaliteitsseries</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jong, en dient zijn plaats te veroveren in een slinkende reclamemarkt</li></ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid</li></ul>

### 9.4.3 Actua TV

Aanbieder: Actua TV BVBA

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende maar kleine niche</li></ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid (via Belgacom)</li></ul>

### 9.4.4 Anne

Aanbieder: VMMA NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relatief lage kosten</li><li>• Duidelijke positionering</li><li>• nichespeler</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uitsluitend gericht op Vaamse muzikliefhebber</li></ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid (via Belgacom)</li></ul>

**9.4.5 AS10 TV, ASK TV, Berat TV, Campus TV, FX iTV, M ON TV, Manolya TV, MAX TV, MMC TV, SON TV, TARAFTAR TV, Tatil TV, X1 TV, Yurdum Fit TV**

Aanbieder: Icon Europe BVBA

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duidelijk profiel met specifieke doelgroep</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uitsluitend gericht op Turkse gemeenschap</li> </ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel via satelliet verspreid</li> </ul>

**9.4.6 Belgacom 11, Belgacom 11 PPV , Belgacom Adrenaline , Belgacom Family , Belgacom Premiere**

Aanbieder: Skynet iMotion Activities NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premium content + voetbal</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Betaaltelevisie</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Groei abonnees Belgacom tv</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel verspreid via Belgacom</li> </ul>

**9.4.7 Canvas**

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterk merk</li> <li>Trouwe kijker met duidelijk profiel</li> <li>Veel eigen producties</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programmatie moet soms wijken voor sportuitzendingen</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alterneert met Ketnet en zendt daarom enkel uit wanneer doelpubliek bereikbaar is</li> <li>Inkomsten zijn niet uitsluitend kijkcijfergebonden, en kunnen daardoor experimenteren.</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kijker is kritisch en verwacht kwaliteitsvolle content.</li> </ul>

**9.4.8 Eén**

Aanbieder: VRT

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterk merk</li> <li>Sterk uitgebouwde eigen contentproductie</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inkomsten zijn niet uitsluitend kijkcijfergebonden, en kunnen daardoor experimenteren.</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kijker verwacht Vlaamse content, die duurder is qua aanschaf/aanmaak</li> </ul>



#### 9.4.9 Euro 1080

Aanbieder: Euro 1080 NV

S		W	
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid (via Belgacom)</li></ul>

#### 9.4.10 Exqi Intro Te Vroeg om reeds te beoordelen!

Aanbieder: Euro 1080 NV

S		W	
O		T	

#### 9.4.11 Exqi Culture

Aanbieder: Euro 1080 NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid</li></ul>

#### 9.4.12 Exqi Sport

Aanbieder: Euro 1080 NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>
O		T	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enkel digitaal verspreid</li></ul>

#### 9.4.13 Gunk TV

Aanbieder: Telenet NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duidelijk profiel</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>
O	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gaming wordt alsmear populairder</li></ul>	T	

#### 9.4.14 JIM

Aanbieder: VMMA NV

S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duidelijk profiel met een sterk community-gevoel</li></ul>	W	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li></ul>
---	--	---	---

O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concurrentie van TMF dat deel uitmaakt van een internationale speler.</li> </ul>
---	--	---	---

#### 9.4.15 Kanaal Z

Aanbieder: Belgian Business Television NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterk merk en positionering</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weinig directe concurrentie</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beperkt publiek voor reclamewerving</li> </ul>

#### 9.4.16 Prime Action ,Action +1 , Fezztival, Prime Series, Prime Sport, Prime Sport2 , Prime Star , Prime Star +1

Aanbieder: Telenet NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premium content + voetbal</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Betaaltelevisie</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Groei abonnees Belgacom tv</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel verspreid via Belgacom</li> </ul>

#### 9.4.17 Sporza

Aanbieder: VRT

S		W	
O		T	

#### 9.4.18 Studio100 TV

Aanbieder: Telenet NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duidelijk profiel, gericht op kinderen</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synergie met andere Studio 100 activiteiten</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel beschikbaar bij Telenet</li> <li>Introductie van nieuwe spelers op ondertussen goed gevulde kindermarkt.</li> </ul>

#### 9.4.19 TMF

Aanbieder: MTV Networks Belgium BVBA

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duidelijk profiel met een sterk community-gevoel</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opereert enkel binnen duidelijk afgebakende niche</li> </ul>
---	--	---	---

O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concurrentie van JIM dat deel uitmaakt van een sterke lokale speler.</li> </ul>
---	--	---	--

#### 9.4.20 VijfTV

Aanbieder: SBS Belgium NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sterk merk</li> <li>Uniek profiel met aangepast programma-aanbod</li> </ul>	W	
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dient concurrentie aan te gaan met openbare omroep</li> </ul>

#### 9.4.21 Vitaliteit

Aanbieder: Media Ad Infitum NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Specifiek en uniek profiel</li> <li>Link met Vitaya (wisselen veel programma's uit)</li> </ul>	W	
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enkel digitaal verspreid</li> </ul>

#### 9.4.22 Vitaya

Aanbieder: Media Ad Infitum NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stabiel marktaandeel</li> <li>In samenwerking met Discovery Channel kunnen ze een zeer volledige en uniek reclameprofiel aanbieden.</li> </ul>	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minder variëteit in programma-aanbod door lusprogrammatie</li> </ul>
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategische alliantie met Sanoma via Vitaya Magazine</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dient concurrentie aan te gaan met openbare omroep</li> </ul>

#### 9.4.23 VT4

Aanbieder: SBS Belgium NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoge kosten met eigen producties en buitenlandse series.</li> </ul>	W	
O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zet stap richting Vlaamse</li> </ul>	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is in sterke mate afhankelijk van</li> </ul>

	producties		buitenlandse producties <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dient concurrentie aan te gaan met openbare omroep</li> </ul>
--	------------	--	--

#### 9.4.24 VTM

Aanbieder: VMMA NV

S	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterk merk</li> <li>• Sterk uitgebouwde eigen contentproductie</li> </ul>	W	
O		T	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dient concurrentie aan te gaan met openbare omroep</li> </ul>