Vlaanderen
is media

# Mediaconcentratie in Vlaanderen

rapport 2025

VLAAMSE
REGULATOR
VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

# INHOUD


**WOORD VOORAF** 5

**INLEIDING** 7

**1. DE VLAAMSE MEDIASECTOR** 11

1.1 RADIO 13

**1.1.1 Contentleveranciers** 14

**1.1.2 Aggregatie: radio-omroeporganisaties** 17

**1.1.3 Distributie: radiosignaaltransmissie** 25

1.2 TELEVISIE 29

**1.2.1 Contentleveranciers** 31

**1.2.2 Aggregatie: televisieomroeporganisaties** 40

**1.2.3 Distributie: omroepsignaaltransmissie** 52

1.3 GESCHREVEN PERS 62

**1.3.1 Contentleveranciers** 64

**1.3.2 Aggregatie: uitgevers** 69

**1.3.3 Distributie: geschreven pers** 77

1.4 INTERNET 81

**1.4.1 Contentleveranciers** 83

**1.4.2 Reclameregies en mediacentrales** 85

**1.4.3 Aggregatie: website-eigenaars** 89

**1.4.4 Distributie vast internet** 95

**1.4.5 Distributie: mobiel internet: distributieplatformen applicaties** 99

**1.4.6 Distributie: mobiel internet: mobiele telefonie aanbieders** 101

1.5 BESLUIT HOOFDSTUK 1 105

**2. MEDIAGROEPEN** 115

2.1 DPG MEDIA GROUP NV 117

**2.1.1 Structuur en aandeelhouders** 117

**2.1.2 Aanbod DPG Media Group nv** 119

2.2 MEDIAHUIS NV 126

**2.2.1 Structuur en aandeelhouders** 126

**2.2.2 Aanbod Mediahuis nv** 129

2.3 PROXIMUS NV 134

**2.3.1 Structuur en aandeelhouders** 134

**2.3.2 Aanbod Proximus nv** 137

2.4 ROULARTA MEDIA GROUP NV 141

**2.4.1 Structuur en aandeelhouders** 141

**2.4.2 Aanbod Roularta Media Group nv** 145

2.5 STUDIO 100 NV 152

**2.5.1 Structuur en aandeelhouders** 152

**2.5.2 Aanbod Studio 100 nv** 153

2.6 TELENET GROUP HOLDING NV 155

**2.6.1 Structuur en aandeelhouders** 155

**2.6.2 Aanbod Telenet bv** **156**
2.7 VLAAMSE RADIO– EN TELEVISIEOMROEPORGANISATIE (VRT NV) 163
**2.7.1 Structuur en aandeelhouders** **163**
**2.7.2 Aanbod VRT nv** **164**
2.8 CROSSMEDIALITEIT EN VERSTRENGELING VAN HET AANBOD VAN DE VLAAMSE MEDIAGROEPEN 170
**2.8.1 Crossmedialiteit van het aanbod** **170**
**2.8.2 Verstrengeling van de mediagroepen** **170**
2.9 WETTELIJKE FUNCTIEHOUDERS 173
2.10 BESLUIT HOOFDSTUK 2 174
**3. INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE 177**
3.1 INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE PER MEDIAVORM 177
**3.1.1 Radio** **179**
**3.1.2 Televisie** **193**
**3.1.3 Geschreven pers** **220**
**3.1.4 Internet** **246**
3.2 MEDIAGROEPEN 255
**3.2.1 Analyse op basis van financiële gegevens** **255**
**3.2.2 Analyse op basis van kijk- en luistercijfers en oplagen** **256**
3.3 PRIJSEVOLUTIE VAN MEDIAPRODUCTEN 257
**3.3.1 Radio en televisie** **257**
**3.3.2 Geschreven pers** **259**
**3.3.3 Internet** **260**
**3.3.4 Prijsevolutie van de advertentieruimte** **262**
3.4 DE VLAAMSE MEDIASECTOR IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT 265
**3.4.1 Vlaanderen in de wereld** **265**
**3.4.2 De wereld in Vlaanderen** **270**
3.5 ONDERZOEK LOKALE JOURNALISTIEK 274
3.6 BESLUIT HOOFDSTUK 3 276
**4. STIMULERING VAN DIVERSITEIT-MOGELIJKE REMEDIËRING EN BELEIDSAANBEVELINGEN 287**
4.1 RESTRICTIES 288
**4.1.1 Eigendomsrestricties** **288**
**4.1.2 Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid** **288**
**4.1.3 Regulering** **289**
**4.1.4 Signaalintegriteit** **290**
**4.1.5 Netneutraliteit** **290**
**4.1.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen** **291**
4.2 TEGENGEWICHT 294
**4.2.1 Bevordering van Europese en onafhankelijke producties** **294**
**4.2.2 Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling** **294**
**4.2.3 De openbare omroeporganisatie VRT nv** **296**
**4.2.4 Fonds Pascal Decroos** **297**
**4.2.5 Toegankelijkheid** **298**

**4.2.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 300**
4.3 ECONOMISCHE TUSSENKOMST 303
**4.3.1 Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties 303**
**4.3.2 Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector 304**
**4.3.3 Screen Flanders 305**
**4.3.4 Federale economische maatregelen 305**
**4.3.5 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 306**
4.4 TRANSPARANTIE 307
**4.4.1 Mediaconcentratierapport 307**
**4.4.2 Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT 307**
**4.4.3 Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen 308**
**4.4.4 Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs 310**
**4.4.5 Rapportering over netneutraliteit 310**
**4.4.6 Europese initiatieven omtrent media 311**
**4.4.7 Actie tegen desinformatie 313**
**4.4.8 Onderzoek Cross Mediaal Consortium (XMC) 313**
**4.4.9 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 314**
4.5 ORGANISATORISCHE MAATREGELEN 316
**4.5.1 Oprichting VRM 316**
**4.5.2 Belgische en Europese Mededingingsautoriteit 317**
**4.5.3 Journalistenloket 317**
**4.5.4 Ondersteuning bij deelname beurzen 317**
**4.5.5 Uitbreidingsmogelijkheden 318**
4.6 BESLUIT HOOFDSTUK 4 318
**4.6.1 Bestaande maatregelen 319**
**4.6.2 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 321**
**5. ALGEMEEN BESLUIT 327**
5.1 Afbakening van de sector 327
5.2 Mediagroepen in Vlaanderen 332
5.3 Informatie over mediaconcentratie 332
5.4 Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsaanbevelingen 338
**TABELLENLIJST 342**
**INFOFRAGMENTEN 344**
**BIBLIOGRAFIE 345**

# WOORD VOORAF

Beste lezer,

U heeft zonet het Mediaconcentratierapport 2025 van de Vlaamse regulator voor de Media ter hand genomen. Voor sommigen is dit een jaarlijkse afspraak, anderen zullen dit rapport misschien voor de eerste maal ontdekken.

Het gaat hierbij niet om een vrijblijvende oefening maar om de uitvoering van een decretale opdracht voor de VRM: het in kaart brengen van concentraties in de Vlaamse mediasector. Met de toekenning van die opdracht bij de oprichting van de VRM in 2006, gaf de Vlaamse decreetgever toen al het belang aan van een pluriform en divers Vlaams medialandschap.

Een divers media-aanbod blijft de beste waarborg voor de burger om politieke en economische keuzes op een doordachte manier te kunnen maken. Ondertussen is het mediaveld sterk geëvolueerd, en met de strijd tegen nepnieuws en de opkomst van artificiële intelligentie wint ook de traceerbaarheid van het nieuws aan belang. Kennis van welke Vlaamse spelers er tegenover de grote internationale media-aanbieders staan, komt daarbij van pas.

In die optiek beweegt er ook veel in de Europese regelgeving, en samenwerkingen met andere regulatoren en nieuwe rapporteringen dringen zich op.

Met het voorliggende rapport wil de VRM een duidelijk en objectief beeld geven van wie in Vlaanderen verantwoordelijk is voor het media-aanbod. Uiteraard hopen wij dat behalve beleidsmakers ook andere geïnteresseerde lezers inzichten kunnen vinden in dit rapport.

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

De redactie van het Mediaconcentratierapport is afgesloten op 1 oktober 2025. Het is dus mogelijk dat u informatie over de meest recente feiten er niet in terugvindt.

Carlo Adams
Voorzitter van de algemene kamer van de VRM

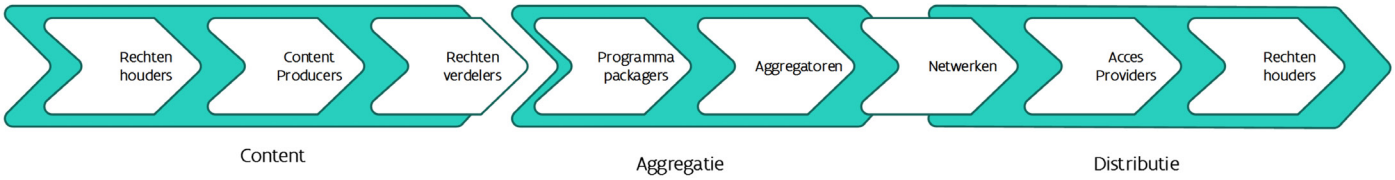
# INLEIDING

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

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

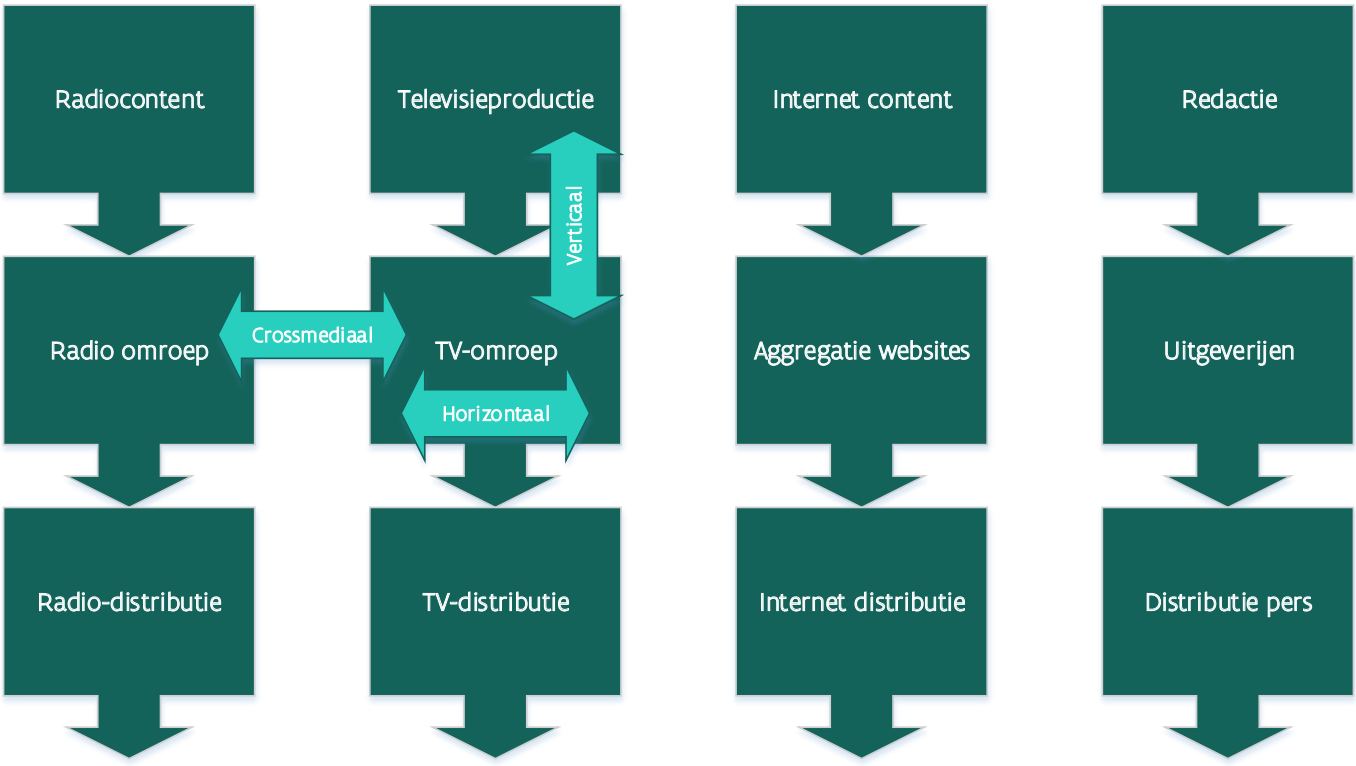
Volgens dit concept worden ketens uitgetekend die bestaan uit opeenvolgende schakels waarin toegevoegde waarde gecreëerd wordt. De keten volgt het traject van contentproducent over aggregator en via distributeur naar de consument.

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




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

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




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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

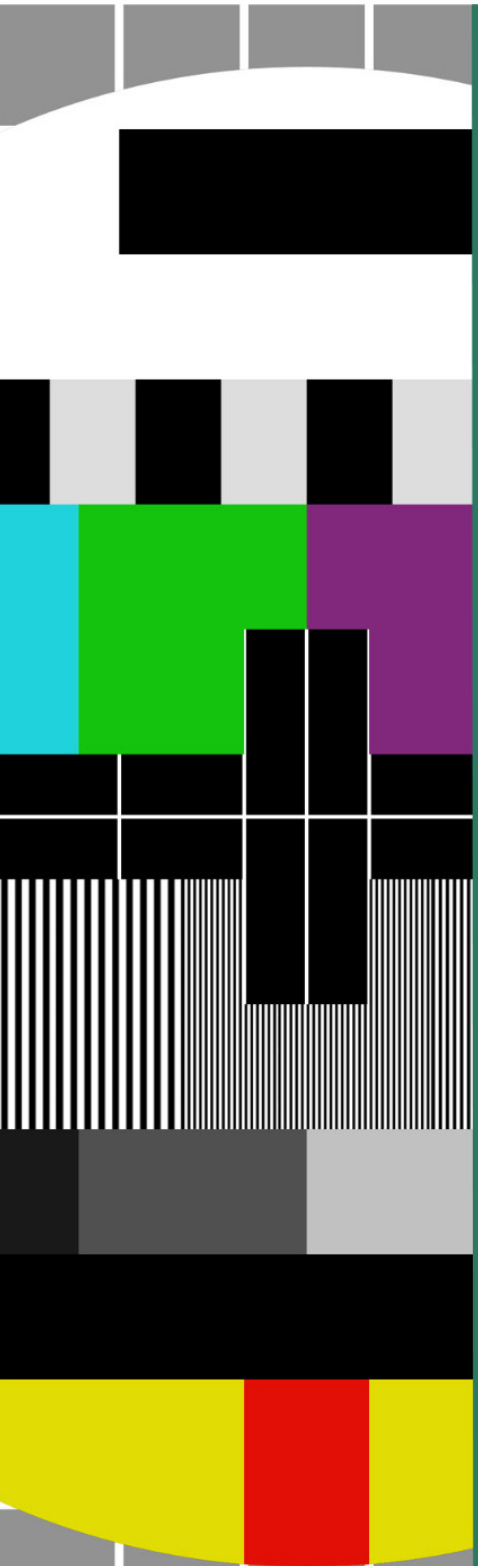
Naast de informatie over de Vlaamse media in een internationale context, wordt er ook naar de lokale media gekeken.

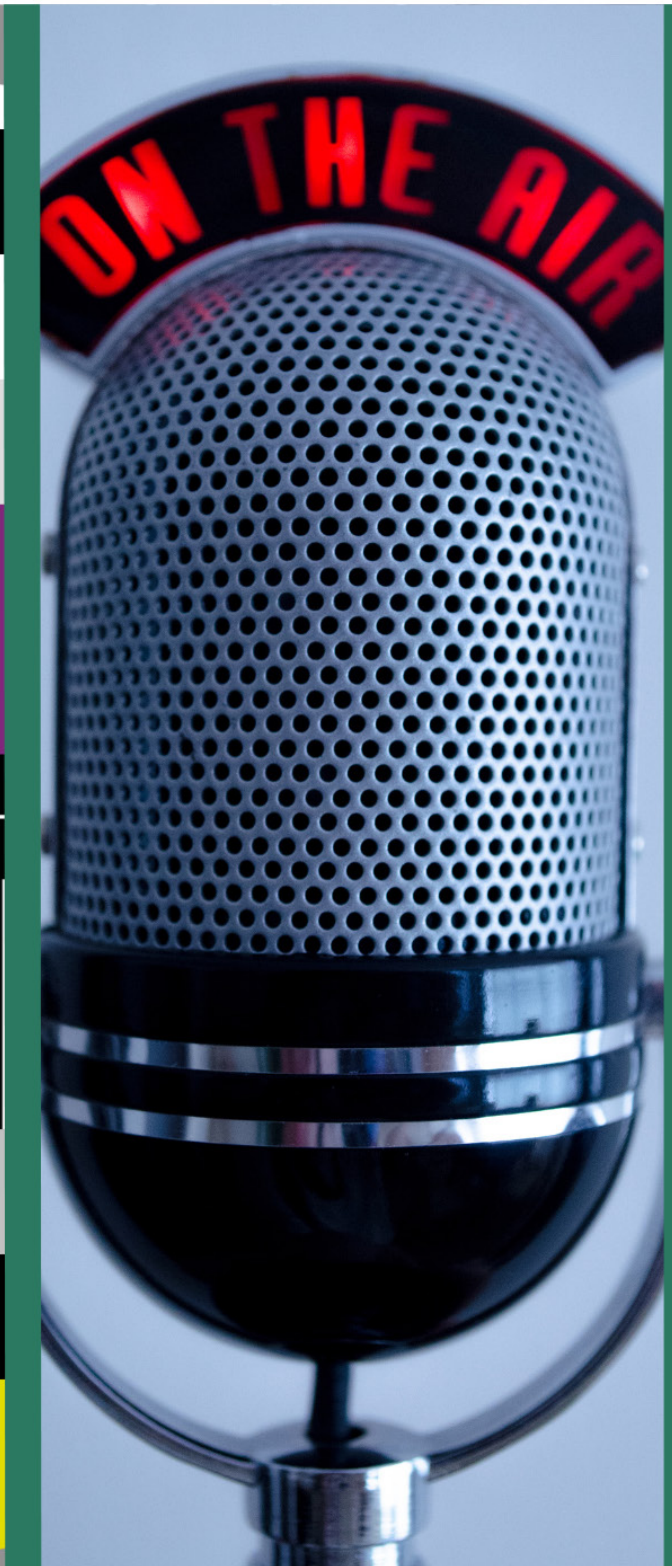
In het vierde hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van bestaande en mogelijk nieuwe wettelijke initiatieven rond de bevordering van diversiteit en pluriformiteit in de media.

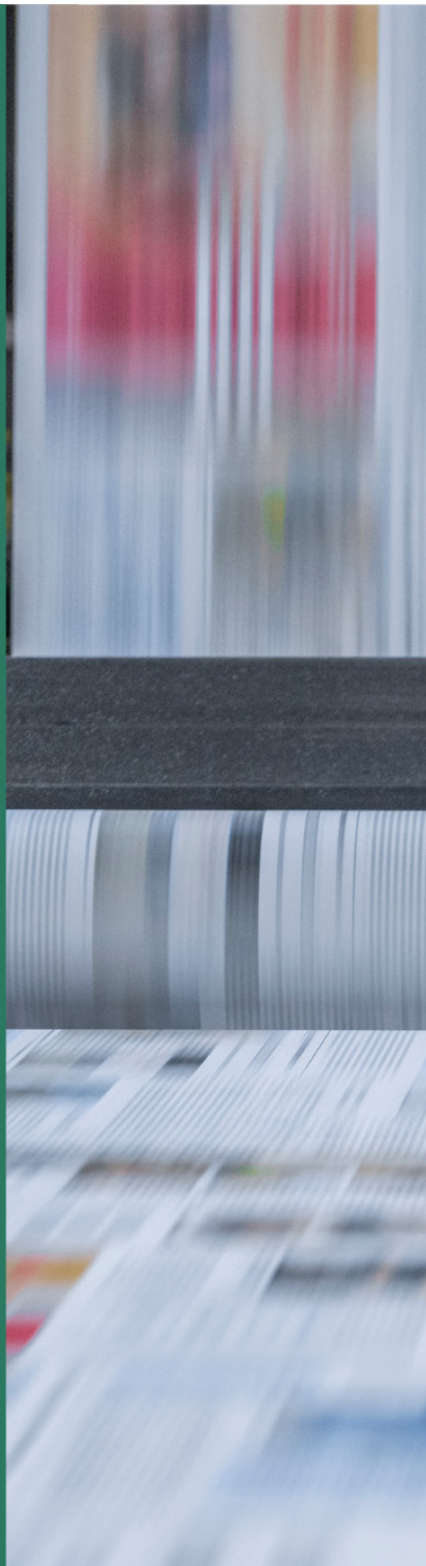
Tot slot wordt het rapport beëindigd met een algemeen besluit in hoofdstuk 5.

# Hoofdstuk 1

# De Vlaamse mediasector





# 1. DE VLAAMSE MEDIASECTOR

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

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

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

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

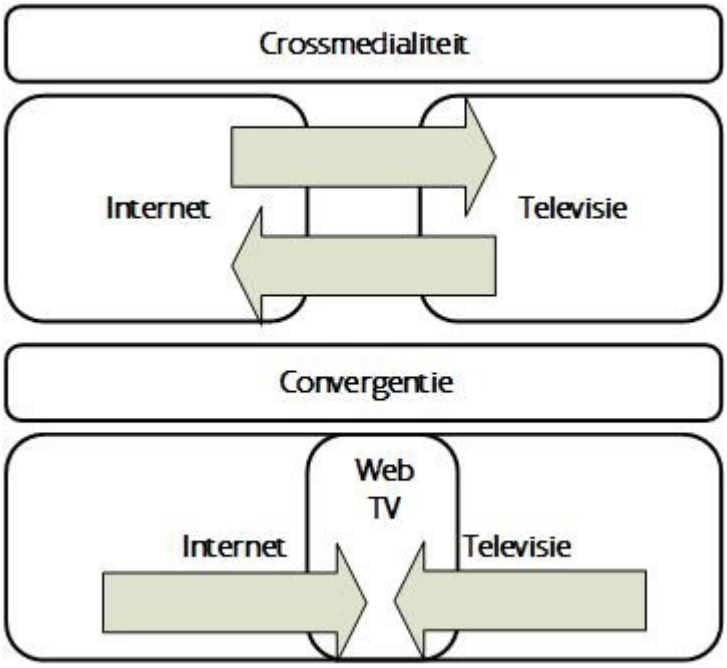
Daarom worden er in dit hoofdstuk waardeketens voor radio, tv, geschreven pers en internet uitgetekend. De verschillende aanbieders die in de schakels van die ketens in Vlaanderen actief zijn worden daarna met hun aanbod geregistreerd. Hoewel ze strikt genomen niet tot de Vlaamse mediasector gerekend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

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

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

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

2 Nationale Bank van België, Balanscentrale, http://bcc.nbb.be/BCCIA0101/WEB/actions/Frames?LangIndex=N.
3 FOD Economie, KBO Public Search, http://kbopub.economie.fgov.be/kbopub/zoeknummerform.html.



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

## 1.1 RADIO

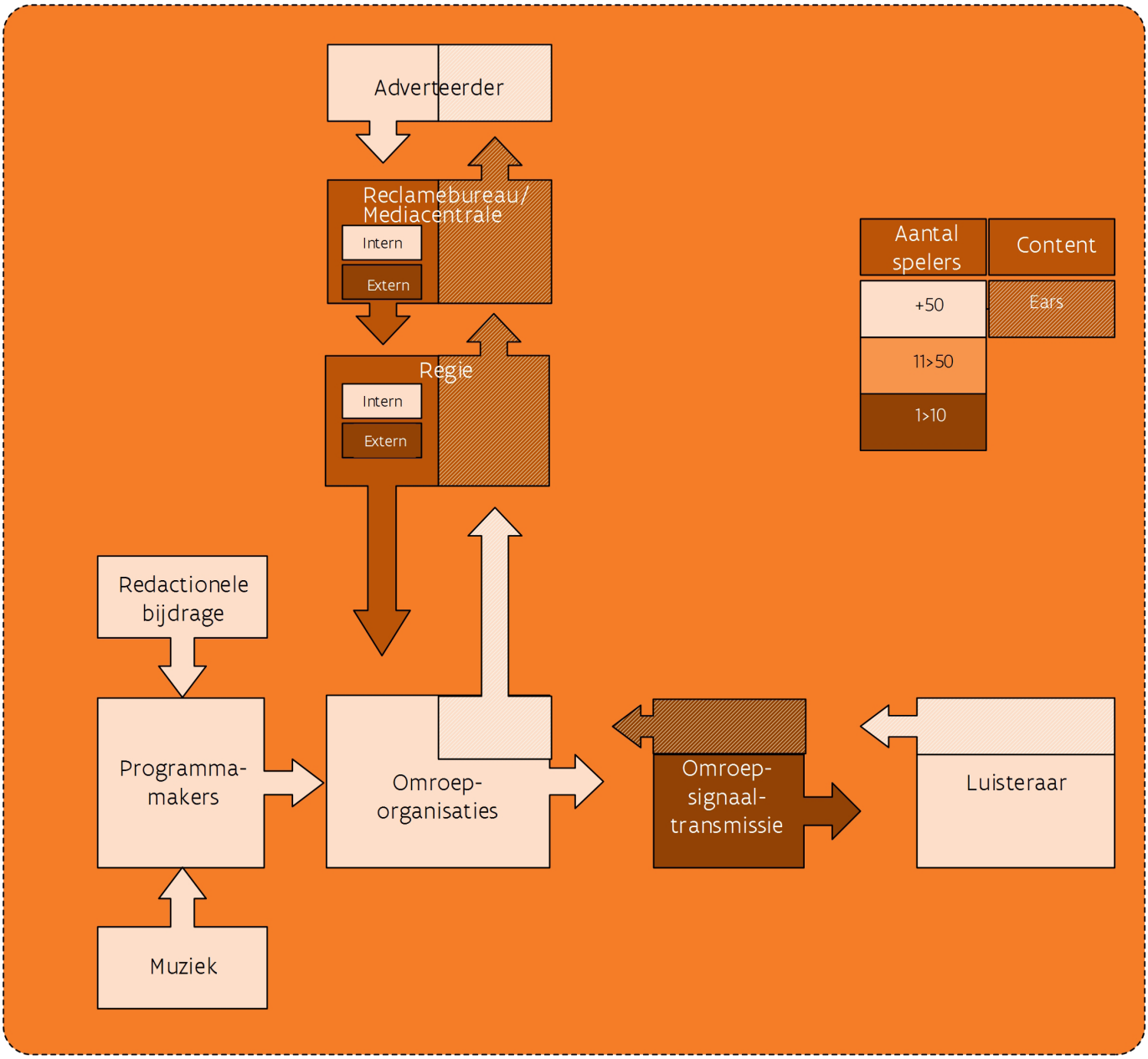
Onderstaande Figuur 4: Waardeketen radio geeft schematisch weer welke actoren ervoor zorgen dat het publiek in Vlaanderen naar radio kan luisteren.

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

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

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

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




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

### 1.1.1 Contentleveranciers

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

#### 1.1.1.1 Redactionele bijdragen

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

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

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

met radio bezig zijn af te bakenen. In augustus 2025 waren er volgens de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) 2.519 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten actief waarvan 568 omroepjournalisten.[4]

In het jaarverslag 2024[5] van de VVJ kunnen we zien dat er sinds 2022 een positieve evolutie is aangaande het aantal Vlaamse beroepsjournalisten. Er is al drie jaar op rij een stijging van het aantal Vlaamse beroepsjournalisten vergeleken met vijf jaar eerder. In 2024 waren er 69 beroepsjournalisten meer dan in 2019. Op tien jaar tijd is er nog wel sprake van een lichte daling (-24 beroepsjournalisten).

#### 1.1.1.2 Muziek

Muziek kan gezien worden als een belangrijke "grondstof" voor de aanmaak van radioprogramma's.

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

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

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

De wettelijke basis hiervoor is terug te vinden in boek XI van het Wetboek Economisch Recht (WER)[6].

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

#### 1.1.1.3 Reclame

Een derde soort inhoud van radio-omroep betreft reclameboodschappen.

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

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

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

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

4 Vijf jaar geleden (in 2020) waren er 2.489 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten.
5 VVJ (2024), Jaarverslag 2024, p. 7, https://www.journalist.be/sites/default/files/2024-12/VVJ-jaarverslag%202024.pdf
6 Art. XI. 212- 214 WER.
7 Radioreclame, radiosponsoring, inkomsten uit andere audioformaten bij en in niet-lineaire audiocontent, televisiesponsoring, sponsoring van niet-uitgezonden evenementen, audioformaten/videoformaten bij niet-lineaire videocontent, display (zoals bannering online) en financiële productplaatsing.
8 Vanaf 2021 worden de inkomsten uit commerciële communicatie en BAN begrensd op €77,8 miljoen. Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een tweede bovengrens vastgelegd op €18,7 miljoen voor televisiesponsoring en televisievisibiliteit gegeven in het kader van sponsoring van evenementen die niet in het aanbod van VRT zijn opgenomen. Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een bovengrens vastgelegd op €2,5 miljoen voor online display/bannering. Inkomsten die verkregen worden via samenwerking met particuliere media op dit vlak, worden niet verrekend in dit subplafond, maar wel onder het globale plafond. Vanaf 1 januari 2022 wordt het globaal plafond op commerciële communicatie en BAN geïndexeerd op basis van een marktindex, die zal ontwikkeld worden door de Vlaamse overheid, in samenwerking met VRT en de particuliere media. Indien de marktindex stabiel blijft of daalt, wordt het globale plafond van VRT op hetzelfde niveau gehouden.
9 De huidige beheersovereenkomst loopt van 2021 tot en met 2025.

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

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

Eind april 2023 werd bovengenoemde overname van RTL België gefinaliseerd door een arrest van het Brussels hof van beroep (Marktenhof). Hierbij werden de bezwaren van krantenuitgever IPM en reclameregie Ads & Data tegen de eerdere beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) ontvankelijk maar ongegrond verklaard.[11]

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

Vanaf 1 april 2025 verzorgt VAR ook de reclamewerving voor alle podcasts van Mediahuis.

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

De thematische reclameregie Transfer, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer een radioaanbod uit dat een netwerk van 37 regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat.[12]

Het Nederlandse radionetwerk Switch Media opende eind 2024 haar advertentienetwerk in Vlaanderen met 18 lokale radiozenders. In Nederland is het bedrijf al succesvol met 38 zenders. Switch richt zich primair op de Vlaamse markt, maar heeft ook plannen om uit te breiden naar Wallonië.[13]

## INFOFRAGMENT 1: STABIELE GROEI EN TRANSPARANTIE OMTRENT RADIORECLAME

In 2024 werden in België in totaal 1,3 miljoen nationale reclamespots uitgezonden via de radio, waarvan 600.072 in Vlaanderen. De gemiddelde spotlengte daalde tot 18,3 seconden. Voor het eerst publiceerde VIA (belangenvereniging van de verkoopsorganisaties van de Belgische audiovisuele media) een gedetailleerd en transparant overzicht van de bruto radioreclamebestedingen. Deze bedragen €495 miljoen, een stijging van 8,8% ten opzichte van 2023.Daarmee ligt het investeringsniveau opnieuw boven dat van voor de coronapandemie.

De distributiesector blijft met 40% marktaandeel veruit de grootste adverteerder op radio, gevolgd door de autosector, die in 2024 een sterke heropleving kende. Supermarktketens Colruyt en Aldi blijven de grootste individuele adverteerders, terwijl Amazon opvalt als sterkste nieuwkomer.

Hoewel de cijfers enkel bruto-investeringen weergeven (op basis van tariefkaartwaarden), bieden ze

10 Meer informatie hieromtrent is terug te vinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 16.
11 De Tijd, Sephiha, M., & Broens, B. "Ook in beroep groen licht voor overname RTL België", 26 april 2023.
12 Transfer (2024, 28 maart). Welkom radio. [Persbericht]. https://mytransfer.be/wp-content/uploads/2024/03/240328-PERSBERICHT-TRANSFER-Welcome-Radio.pdf
13 Mediaspecs, "Radio advertentienetwerk Switch komt naar Vlaanderen", https://www.mediaspecs.be/radio-advertentienetwerk-switch-komt-naar-vlaanderen/, 19 november 2024.

waardevolle inzichten in de evolutie van de markt. 84% van alle audioreclamebestedingen in Vlaanderen gaan nog naar klassieke radio.

## RECLAMEREGIE RADIO

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | AARD | NAAM AANBOD |
|---|---|---|---|
| DPG Media Advertising (bedrijfsunit van DPG Media) | 432306234 | Intern | Joe<br>Qmusic<br>Willy<br>Andere eigen DAB+-zenders |
| | | Extern | Club FM<br>Family Radio<br>Radio Minerva Antwerpen<br>TOPradio |
| Switch Media | Nederland | Extern | 18 lokale radio's |
| TOPradio nv | 465147365 | Intern | TOPradio (regionaal: West- en Oost-Vlaanderen, Limburg, Vlaams-Brabant en Antwerpen) |
| Transfer nv | 841954753 | Extern | 45-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen |
| VAR nv | 441331984 | Intern | VRT |
| | | Extern | Tomorrowland One World Radio<br>Nostalgie (nationaal)<br>Nostalgie Plus (nationaal)<br>NRJ (Vlaanderen) |

Tabel 1 : Reclameregie radio's[14] [15]

### 1.1.2 Aggregatie: radio-omroeporganisaties

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

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

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

- Landelijke private radio-omroeporganisaties,
- Netwerkradio-omroeporganisaties,[16]
- Lokale radio-omroeporganisaties,[17]
- Andere radio-omroeporganisaties.[18]

Omdat de vraag naar radiospectrum de beschikbaarheid overtreft, is overheidsingrijpen bij de toekenning ervan vereist.

14 TOPradio heeft nog verschillende streams, meer informatie op hun website.
15 De gegevens in de tabel werden verzameld in juni 2025 door middel van desktop-research op de websites van de reclameregies en/of, indien nodig, door middel van navraag via e-mail.
16 Meer informatie over de categorie Netwerkradio-omroeporganisaties kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 17.
17 Een overzicht van de erkende lokale radio-omroeporganisaties vindt u op de VRM-website: https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-lokale-radio-omroeporganisaties.
18 Meer informatie over de categorie Andere radio-omroeporganisaties kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 17.

### 1.1.2.1 Landelijke publieke radio-omroeporganisaties

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

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

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

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

De geplande afschakeling van de FM-band tegen 2031 werd uitgesteld. De Vlaamse minister van Media kiest voor een marktgedreven en geleidelijke transitie naar digitale radio, waarbij de sector zelf het tempo bepaalt. Hoewel een eerdere studie van UGent en Brightwolves 2031 als realistische afschakeldatum naar voren schoof, wijst Minister Van Achter op het risico van economische schade voor de radioreclamemarkt (geschat op €31 tot €62 miljoen) en het gevaar dat oudere luisteraars uit de boot vallen.

De digitalisering van het radiolandschap zet zich intussen voort: tussen 2018 en 2023 is het digitale luistervolume meer dan verdubbeld (van 21% naar 49%), vooral dankzij de opmars van DAB+. Toch blijft FM voorlopig essentieel voor bereik en reclame-inkomsten. Een nieuwe afschakeldatum wordt niet vastgelegd, maar volgens prognoses zal FM pas na 2035 verdwijnen, wanneer het aandeel FM-luisteraars onder de 10% zakt.[19]

## RADIO-OMROEPEN

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

Tabel 2: Landelijke publieke radio-omroeporganisaties[20]

Conform de huidige beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT worden de VRT-merken

19 De Standaard, De Moor, M., "Ook na 2031 nog FM-radio: afschakeling wordt opnieuw uitgesteld", 27 april 2025. Mediaspecs, "Van Achter remt FM-afschakeling af en laat richtdatum van 2031 los", https://www.mediaspecs.be/van-achter-remt-fm-afschakeling-af-en-laat-richtdatum-van-2031-los/, 28 april 2025.

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

multimediaal en platformoverschrijdend ingezet.[21] De VRT-radiozenders beperken zich al lang niet meer tot het uitzenden van live radioprogramma's, maar ontwikkelen ook audiovisuele formats, podcasts, webreeksen en visuele radio. Zo zijn programma's als Radio 2 Ann & Daan niet alleen live te beluisteren, maar ook te volgen via video op VRT MAX, waar alle Radio 2-content sinds juni 2025 exclusief wordt aangeboden.

Ook andere radiomerken zetten sterk in op digitale uitbreiding. Zo lanceerde Klara in 2025 de succesvolle podcast Stoute Schoenen met Bart Van Loo, en blijft MNM inzetten op formats zoals Sander Tegen De Tijd, die zowel op radio als via sociale media en videofragmenten worden verspreid.

Deze strategie past binnen de bredere digitale transformatie van VRT, waarbij alle radiomerken hun content centraliseren op VRT MAX en inzetten op audio on demand, visuele storytelling en sociale media om jongere doelgroepen te bereiken.

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

#### 1.1.2.2 Regionale publieke radio-omroeporganisaties

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

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

In het kader van het herstructureringsplan kondigde VRT in 2022 aan de ochtendshows niet langer te zullen ontkoppelen. Ondanks groot protest zette het de plannen door. Zo is er nu op Radio 2 één nationale ochtendshow tussen 6u en 9u 's morgens, genaamd "Goeiemorgen, Morgen". Het middagprogramma blijft wel ontkoppeld. Tevens is er een extra regionaal aanbod in het weekend. Luisteraars met een grotere interesse in regionaal nieuws kunnen terecht op VRT NWS.[22]

Midden september 2023 maakte VRT bekend dat de organisatie van de Radio 2-regiowerking vanaf 1 januari 2024 onder VRT NWS valt. Dit is een aanpassing in de interne organisatie, waarbij de medewerkers in de regiohuizen blijven werken en de nieuwsinhoud onveranderd blijft. Hoewel de berichtgeving en nieuwsgaring van de regioredacties inhoudelijk en deontologisch al onder de verantwoordelijkheid van VRT NWS viel, was dit niet het geval op organisatorisch vlak. Met deze verschuiving wordt de regionale nieuwsgaring dus inhoudelijk, deontologisch én organisatorisch gebundeld bij VRT NWS. Het zorgt er tevens voor dat de regiojournalistiek onder dezelfde redactionele bescherming en verantwoordelijkheid valt.[23]

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

Op 10 juni 2025 verloor ook Radio 2 zijn eigen website en verhuisde, als laatste VRT-radiozender, naar het platform VRT MAX. Omdat Radio 2-luisteraars minder vertrouwd zijn met dat platform, lanceerde VRT een extra campagne om hen aan te moedigen een profiel aan te maken.

21 VRT, "Beheersovereenkomst", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/, p. 22.
22 Meer informatie hierover kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 20.
23 VRT, "VRT NWS omarmt regioberichtgeving Radio2", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/09/14/vrt-nws-omarmt-regioberichtgeving-radio2/, 15 september 2023.

## RADIO-OMROEPEN

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

Tabel 3: Regionale publieke radio-omroeporganisaties

### 1.1.2.3 Landelijke private radio-omroeporganisaties

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

De huidige FM-vergunningen lopen af op 31 december 2027 en kunnen verlengd worden met drie jaar. Uitzenden via landelijke FM-frequenties na 1 januari 2031 vereist een nieuwe erkenningsronde.[24]

Telenet kocht in 2023 via Play Media nv een belang van 20% in Vlaanderen Eén nv, de vennootschap boven radiozender Nostalgie, over van Mediahuis nv, dat met 55% van de aandelen nog altijd meerderheidsaandeelhouder blijft. Nostalgie SAS (onderdeel van de Franse NRJ-groep) behoudt onrechtstreeks de overige 25% van de aandelen van Vlaanderen Eén nv. Financiële details werden niet vrijgegeven.[25] Midden juli 2023 kreeg Telenet groen licht van de Europese Commissie voor zijn instap in radiozender Nostalgie.[26] Eind augustus 2023 kondigde Play Media aan dat Nostalgie van naam veranderde naar "Play Nostalgie". Bovenstaande instap vertaalde zich zo concreet in het gebruikmaken van de infrastructuur (bv. Play Zuid, de evenementenlocatie en opnamestudio van Play in Antwerpen) en kruisbestuiving in de programmering (bv. uitwisseling van schermgezichten naar de radiozender en omgekeerd).[27] In augustus 2025 werd de roepnaam echter weer aangepast naar Nostalgie.

## RADIO-OMROEPEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD | FM | DAB+ | KABEL/IPTV | INTERNET | EIGEN APP |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DPG Media nv | 432306234 | Qmusic | X | X | X | X | X |
| | | Q – Maximum Hits | - | X | X | X | - |
| | | Q – Foute Radio | - | X | X | X | - |
| | | Willy | - | X | X | X | X |
| | | Willy Class X | - | X | X | X | - |
| | | Joe | X | X | X | X | X |
| | | Joe Gold | - | X | X | X | - |
| | | Joe 80's & 90's | - | X | X | X | - |
| | | Joe Lage Landen | - | - | - | X | - |
| | | TOP 2000 | - | - | - | X | - |
| | | Joe Easy | - | X | X | X | - |
| Vlaanderen Eén nv | 890243036 | Nostalgie | X | X | X | X | X |
| | | Nostalgie 80's | - | - | - | X | - |
| | | Nostalgie Relax | - | - | - | X | - |
| | | Nostalgie TOP 3000 | - | - | - | X | - |

Tabel 4: Landelijke private radio-omroeporganisaties[28] [29] [30] [31] [32]

24 De Morgen, Dumon, P., "Dalle wil geen radio meer op FM-band vanaf 2028", 8 juli 2022.
25 De Tijd, Sephiha, M., "Telenet aan boord bij radiozender Nostalgie", 23 februari 2023.
26 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.
27 De Standaard, De Moor, M., "Radiozender Nostalgie wordt een beetje meer Play", 23 augustus 2023.
28 De andere Joe-producten zijn wel beschikbaar via de Joe-app, maar er bestaat geen afzonderlijk app per Joe-product.
29 De andere Q-producten zijn beschikbaar via de Q-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app per Qmusic-product.
30 Willy Class X is beschikbaar via de Willy-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app voor Willy Class X.
31 De andere Nostalgie-producten zijn beschikbaar via de Nostalgie-app, maar er bestaat geen afzonderlijke app per Nostalgie-product.
32 JOEfm nv werd stopgezet op 31 december 2022 na een fusie door overneming. DPG Media nv heeft deze entiteit opgeslorpt.

### 1.1.2.4 Private netwerkradio-omroeporganisaties

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

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

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

Op 9 juni 2023 hechte de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan het besluit met de voorwaarden en modaliteiten voor de herverdeling van deze vrijgekomen FM-frequenties onder de bestaande erkenningen om de ontvangst van die erkenningen te optimaliseren.[33]

Met het toekennen van de extra FM-frequenties aan de drie netwerkradio-omroeporganisaties (Stadsradio Vlaanderen, Nostalgie Plus (voorheen NRJ) en Topradio) wordt de (theoretische) dekkingsgraad verhoogd, wat de leefbaarheid van de netwerkradio's ten goede moet komen.[34]

Het aanbod van de frequentiepakketten staat in Tabel 5.

## RADIO-OMROEPEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD | FM | DAB+ | KABEL/IPTV | INTERNET | EIGEN APP |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| B.G.-Consulting nv | 439278356 | Stadsradio Vlaanderen | x | x | x | x | - |
| Vlaanderen Twee nv | 470302619 | Nostalgie Plus | x | x | x | x | - |
| Topradio nv | 465147365 | Topradio | x | x | x | x | x |

Tabel 5: Private netwerkradio-omroeporganisaties[35]

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

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

Midden april 2023 liet Vlaanderen Eén namelijk weten dat de weekprogrammatie van NRJ werd aangepast. Enkel het middagblok wordt nog live uitgezonden. Het ochtend- en avondblok is vervangen door een non-stop muziekstream, maar wel met de nodige onderbrekingen voor nieuwsberichten.[36] [37]

Begin juli 2023 besliste de VRM om NRJ tot uiterlijk 30 september 2023 de tijd te geven om zich te conformeren aan de regelgeving. Wegens de vele wijzigingen worden de oorspronkelijke erkenningsvoorwaarden niet langer gerespecteerd.[38] [39]

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

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

35 TOPradio heeft nog verschillende streams, te raadplegen op hun website.

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

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

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

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

Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie Plus.[40] NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal[41] te beluisteren. De switch ligt volgens SBS Media Belgium in lijn met het luistergedrag van het doelpubliek.

Op 11 december 2023[42] werd door de VRM een boete van €5.000 opgelegd aan SBS Media Belgium, gevolgd door een tweede boete van €7.500 op 13 mei 2024[43] en een derde boete van €30.000 op 18 november 2024[44]. Daarbij werd aan SBS Media Belgium een laatste kans geboden om zich aan het Mediadecreet te conformeren, uiterlijk tegen 15 februari 2025. Na het verstrijken van die termijn stelde zij zich bloot aan de mogelijke opheffing van haar erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie.

Uit de daaropvolgende luisteronderzoeken bleek dat SBS Media Belgium zich heeft geregulariseerd. De vaststellingen tonen aan dat SBS Media Belgium een aantal elementen aan haar uitzendingen heeft toegevoegd, zoals bijkomende live-programma's, een grotere redactionele inbreng met gevarieerde rubrieken, interactieve elementen zoals muziekkeuze van de luisteraar, wedstrijden, een aanbod aan informatie/actualiteit binnen de programma's en verkeersinformatie. Bijgevolg besliste de VRM op 28 april 2025 om de procedure op tegenspraak tegen nv SBS Media Belgium stop te zetten.[45]

In mei 2025 stelde SBS Media Belgium nv een wijziging voor in haar aandeelhoudersstructuur. Zowel Mediahuis als Play Media zullen (een deel van) hun openstaande vorderingen op SBS Media Belgium inbrengen in ruil voor nieuwe aandelen. Deze nieuwe aandelen, samen met de bestaande aandelen van Play Media, worden volledig overgedragen aan Mediahuis, waardoor Mediahuis de enige aandeelhouder wordt. De statutaire naam verandert van SBS Media Belgium naar Vlaanderen Twee, terwijl de commerciële naam Nostalgie Plus behouden blijft.

#### 1.1.2.5 Lokale radio-omroeporganisaties

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

Frequenties voor lokale radio's worden toegekend in erkenningsrondes. In 2017 werd een eerste nieuwe erkenningsronde opgestart binnen het kader van het Besluit van de Vlaamse Regering van 21 april 2017.[46] Met deze hervorming verdween de mogelijkheid tot het aangaan van samenwerkingsverbanden tussen lokale radio-omroepen en kwam er formeel een eind aan de historisch gegroeide samenwerkingsverbanden van lokale radio-omroeporganisaties.[47]

Intussen werden 132 frequentiepakketten voor lokale radio-omroeporganisaties vrijgegeven, al betekent dit niet dat er ook 132 lokale radio's erkend zijn. Een overzicht van de erkende radio-omroeporganisaties vindt u op de website van de VRM.[48]

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

40 De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.
41 Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport is NRJ nog steeds beschikbaar via DAB+.
42 VRM-beslissing 2023-055.
43 VRM-beslissing 2024-033.
44 VRM-beslissing 2024-064.
45 VRM-beslissing 2025-011.
46 Besluit van de Vlaamse Regering houdende bepaling van het aantal particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties dat kan worden erkend en houdende de opstelling van het frequentieplan en de vaststelling van de frequentiepakketten die ter beschikking worden gesteld van de particuliere landelijke, regionale, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties van 21 april 2017
47 In 2017 behoorde 70% van de lokale radio-omroeporganisaties tot een samenwerkingsverband.
48 https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-lokale-radio-omroeporganisaties

van Media aan negen andere lokale radio's[49] een erkenning.[50]

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

In het rapport Mediaconcentratie 2022 werd vermeld dat de VRM tijdelijke zendvergunningen voor 1 jaar (met ingang vanaf 1 februari 2022) had toegekend aan 59 lokale radio-omroeporganisaties voor lokale DAB+-proefprojecten op provinciaal niveau.[51] Ondertussen gaat het om 66 lokale radio-omroeporganisaties.
Tot slot startte Radio Bingo in 2024 een samenwerking met Eclips TV. Elke ochtend rond 8.15 uur brengt de zender het dagaanbod van Eclips TV, inclusief extra duiding en promotie. Ook op Eclips TV is een spot van Radio Bingo te zien.

Midden januari 2023 besliste de algemene kamer van de VRM om de lokale DAB+-proefprojecten en de tijdelijke zendvergunningen te verlengen met een periode van drie jaar. Tevens worden onder bepaalde voorwaarden ook een beperkt aantal steunzenders toegelaten teneinde een stabiele en ongestoorde ontvangst van het signaal in het hele huidige zendgebied te bewerkstelligen. Een definitief digitaal frequentieplan is afhankelijk van het verloop van de onderhandelingen over de verdeling van de digitale radiofrequenties op Europees vlak.[52]

Op de website dabplus.be is een lijst van lokale radio's op DAB+ te vinden, opgedeeld per provincie.[53] Om de digitale transitie kracht bij te zetten maakte Digitale Radio Vlaanderen, het sectorinitiatief van mediagroepen DPG Media, Mediahuis en VRT, de toegang tot het Radioplayer-platform gratis voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations. Deze stations konden sinds 2021 al gebruik maken van een voordeeltarief om aan te sluiten bij het platform, maar dat is nu dus gratis. Digitale Radio Vlaanderen neemt de kosten die verbonden zijn met deze toetreding voor zijn rekening.[54]

#### 1.1.2.6 Andere radio-omroeporganisaties

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

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

Aangezien de toegang tot de kabel of het internet niet schaars is - in tegenstelling tot wat geldt bij de ether - is er geen opportuniteitsoordeel of selectie van overheidswege vereist en volstaat voor deze categorie van radio-omroeporganisaties een aanmelding bij de VRM[55].

MENT startte begin 2025 met een nieuwe radiozender, MENTpop-radio, als aanvulling op hun tv-zenders MENT55 en MENTpop. Het is te beluisteren via DAB+ in Vlaanderen.

Radio Be One lanceerde een interactieve app. De digitale radio investeert bewust in digitale kanalen zoals

49 De negen erkende radiozenders zijn: Vrije Eeklose Radio Omroep (Aalter 107.4 FM), Stadsradio Antigoon (Antwerpen 107.3 FM, Brassschaat 105.2 FM), Radio Uilenspiegel (Essen 105.5 FM, Wuustwezel 107.2 FM), Radio UNDR (Essen 107.5 FM, Kalmthout 107.9 FM, Wuustwezel 106.1 FM), Radio Tele Randstad (Hoeilaart 105.8 FM), Calipso (Tienen 105.7 FM), Radio Mid West-Limburg (Tongeren 106.6 FM), Radio P.R.O.S. (Brakel 88.8 FM) en Studio Mi Amigo (Mol 100.4 FM).
Radio Tele Randstad (Hoeilaart 105.8 FM) is ingetrokken op 30/05/2023.

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

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

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

53 https://www.dabplus.be/nl/lokale-radiozenders-op-dab/

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

55 Meer informatie op de website van de VRM, https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/radio-tv-en-netwerken/radio/particuliere-radio-omroeporganisaties-andere-radio-omroeporganisaties

streaming en mobiele apps, en kiest niet voor DAB+ vanwege beperkte ontvangst aan de kust. Met deze stap wil Be One inspelen op het veranderende luistergedrag en zijn positie als populaire kustzender verder versterken.[56]

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

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

#### 1.1.2.7 Niet-lineaire radio-omroeporganisaties

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

"Een omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om auditieve programma's te beluisteren op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus."

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

**INFOFRAGMENT 2: PODCASTMARKT IN BEWEGING, MAAR STRUCTURELE UITDAGINGEN BLIJVEN**

De Vlaamse podcastmarkt blijft in beweging. In maart 2025 publiceerde het CIM voor het eerst maandelijkse bereikcijfers voor podcasts en uitgesteld radioluisteren. De 7 van Mediafin was met meer dan 800.000 luisterbeurten de populairste podcast, gevolgd door HLN Nieuws (573.655) en Het kwartier van VRT NWS (461.618). De cijfers bevestigen dat Vlamingen steeds vaker op eigen tempo naar audio-inhoud luisteren, met een sterke voorkeur voor nieuws.[57]

Volgens het Digital News Report blijft het aandeel podcastluisteraars in België vrij stabiel op 27%, met hogere percentages bij jongeren (46% bij 18-24-jarigen) en hoger opgeleiden (36% bij universitairen). De variatie in genres neemt toe, met een opvallende groei in gespecialiseerde onderwerpen zoals wetenschap, media en gezondheid.[58]

Tegelijkertijd blijft het verdienmodel voor Vlaamse podcasts een uitdaging. Het gezamenlijke initiatief Podgrond, een Vlaams podcastplatform van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media, werd in 2024 stopgezet wegens een gebrek aan commerciële haalbaarheid. Ondanks overheidssteun via het relanceplan Vlaamse Veerkracht bleek het moeilijk om voldoende reclame-inkomsten te genereren om de kosten te dekken.[59]

Internationale spelers zoals Spotify blijven intussen hun positie versterken. Met de lancering van het Spotify Partner Program (SPP) in België kunnen podcasters vanaf april 2025 een deel van de advertentie-inkomsten ontvangen. Makers die aan bepaalde voorwaarden voldoen, krijgen tot 50% van de inkomsten van advertenties

56 Het Laatste Nieuws, Bulteel, Z., "Oostendse radio Radio Be One lanceert interactieve app: De toekomst van radio ligt in de smartphone", 29 januari 2025.
57 Het Laatste Nieuws, "Eerste officiële podcastcijfers: HLN grootste in misdaadverhalen en nieuwspodcasts elk uur", 25 maart 2025.
VRT NWS, "Het kwartier meest beluisterde podcast in Vlaanderen in februari", 25 maart 2025.
Mediaspecs, "Het CIM publiceert Audio on Demand bereikcijfers voor maart", https://www.mediaspecs.be/het-cim-publiceert-audio-on-demand-bereikcijfers-voor-maart/, 15 april 2025.
58 Mediaspecs, "Seen from Space – Podcasts in België: van algemeen naar concreet beeld", https://www.mediaspecs.be/insights/seen-from-space-podcasts-in-belgie-van-algemeen-naar-concreet-beeld/, 1 april 2025.
59 De Standaard, "Vlaams podcastplatform Podgrond is commercieel niet levensvatbaar", 17 oktober 2024.

die in hun afleveringen worden afgespeeld. Dit model moet de Vlaamse podcastmarkt verder professionaliseren, al blijft de advertentiemarkt voorlopig beperkt.[60]

Opvallend is ook de opkomst van celebrity- en personality-driven podcasts. Play Media boekt succes met titels als Vik & Gert en De zussen Coorevits. Deze podcasts spelen in op herkenbaarheid en entertainment, en worden steeds vaker ook als videocontent verspreid via YouTube. Toch blijft Vlaanderen achter op landen als Nederland en de VS, waar podcasts al een volwaardig commercieel en politiek medium zijn geworden. In Vlaanderen is de markt nog in opbouw, met beperkte advertentie-inkomsten en een sterke afhankelijkheid van platformen voor zichtbaarheid.[61]

### 1.1.3 Distributie: radiosignaaltransmissie

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

#### 1.1.3.1 Radiosignaaltransmissie via de ether

##### 1.1.3.1.1 Analoog

Traditioneel worden radiosignalen verspreid via analoge FM- of AM-uitzendingen. Hoewel de lokale omroepen vaak zelf eigenaar zijn van hun zendinstallatie, wordt er voor de uitbating vaak beroep gedaan op de diensten van gespecialiseerde firma's zoals Wireless België of TVV Sound Project.

Landelijke radio's maken voor hun uitzendingen wel gebruik van de diensten van zenderoperatoren. Vroeger waren er drie zendoperatoren aanwezig in de markt (Broadcast Partners, Norkring België en TVV Sound Project), maar het lijkt er op dat Cellnex Broadcast Partners (vroegere Broadcast Partners) het merendeel van de spelers naar zich heeft toegetrokken.

**ZENDOPERATOREN**

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | VERZORGT O.A. UITZENDINGEN VOOR |
|---|---|---|
| Cellnex Broadcast Partners | Nederland | Joe, Qmusic, VRT, Nostalgie, Topradio |

Tabel 6: Zendoperatoren

##### 1.1.3.1.2 Digitaal

Digitale radio of DAB wordt verspreid via digitale signalen. Samen met de radiosignalen kan aanvullende informatie zoals verkeers- of programma-informatie worden meegestuurd. De geschiedenis van de digitale radiosignaaltransmissie via de ether in Vlaanderen kan u terugvinden in het rapport Mediaconcentratie van 2022.[62]

De verbeterde versie van DAB, DAB+, maakt gebruik van de nieuwste audiocodering. DAB+ wordt gezamenlijk in de Vlaamse markt gezet door de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) nv, de landelijke commerciële radiovergunninghouders DPG Media nv en Vlaanderen Eén nv. Dit gebeurt onder de koepelnaam "Digitale Radio Vlaanderen".[63]

Voor een actueel overzicht van de DAB+-kanalen verwijzen we naar de website van Digitale Radio Vlaanderen. On Tower Netherlands 3 B.V. (hierna: Cellnex Broadcast Partners) heeft in 2024 de exploitatie van de

60 De Tijd, "Spotify laat Belgische podcasters delen in reclamegeld", 27 maart 2025.
61 De Standaard, "Chatcast is staatszaak in VS, maar nog niet in Vlaanderen", 31 oktober 2024.
62 Mediaconcentratierapport 2022, pagina 26-27.
63 De website van Digitale Radio Vlaanderen is te raadplegen via volgende link: https://www.dabplus.be/nl/radiozenders/.

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

### INFOFRAGMENT 3: TIJDELIJKE REDDING VOOR ZES DAB+-ZENDERS NA DREIGENDE ETHERSTILTE

In het voorjaar van 2025 dreigden zes DAB+-radiozenders, waaronder Joe easy, Q-Foute Radio en NRJ, uit de ether te verdwijnen. De aanleiding was het onverwachte besluit van Belgian Tower Company (BTC) om haar zendlicentie voor het frequentieblok 5A/5D vroegtijdig in te leveren. Deze licentie, oorspronkelijk toegekend tot 2033, werd stopgezet wegens een gebrek aan rendabiliteit en beperkte benutting van de capaciteit.

Het wegvallen van deze licentie zou geleid hebben tot een abrupte onderbreking van de uitzendingen van meerdere commerciële zenders. Om een etherstilte te vermijden en de continuïteit van digitale radio-uitzendingen te garanderen, werd een decreetswijziging doorgevoerd. Deze wijziging maakte het mogelijk om in uitzonderlijke omstandigheden een tijdelijke licentie toe te kennen aan een samenwerkingsverband van bestaande gebruikers van het netwerk.

Op 27 maart 2025 kende de VRM op basis van deze nieuwe regeling een tijdelijke licentie toe aan het samenwerkingsverband van DPG Media en SBS Media Belgium (tegenwoordig Vlaanderen Twee). Deze licentie is geldig van 1 april 2025 tot en met 31 december 2027.[64] Het samenwerkingsverband verkreeg meerdere zendvergunningen voor de frequentiekanalen 5A/5D.

Op 29 april 2025 besliste de VRM[65] om in de tijdelijke zendvergunningen van vzw DAB+ West-Vlaanderen voor het testproject 'Lokaal/provinciaal Proefproject DAB+', het toegewezen frequentiekanaal 10D te wijzigen naar frequentiekanaal 10A. Op die manier kan het samenwerkingsverband nv DPG Media en nv SBS Media Belgium (tegenwoordig Vlaanderen Twee nv) gebruik maken van het frequentiekanaal 10D en kunnen de frequentiekanalen 5A/5D vrijgehouden worden voor bovenlokale DAB+ i.p.v. landelijke DAB+-dekking. Dit is zowel vanuit economische invalshoek, als om redenen van spectrumefficiëntie in het belang van de lokale radiosector en de uitwerking van een bovenlokaal DAB+-frequentieplan.

## ZENDOPERATOREN

| ZENDOPERATOR | ONDERNEMINGSNUMMER | LICENTIEHOUDER | ONDERNEMINGSNUMMER | EIND LICENTIE | MULTIPLEX |
|---|---|---|---|---|---|
| Cellnex Broadcast Partners | Nederland | Cellnex Broadcast Partners | Nederland | 31 december 2027 | 11A |
| Cellnex Broadcast Partners | Nederland | VRT | 244142664 | Maart 2026 | 12A |
| Cellnex Broadcast Partners | Nederland | DPG Media nv | 432306234 | 31 december 2027 | 10D |
| | | Vlaanderen Twee nv | 470302619 | | |

Tabel 7: Nationale DAB+ zendoperatoren en licentiehouders

Volgens de meest recente Digimeter luistert 49% van de Vlamingen via DAB+ naar de radio.[66] Toch blijft het stimuleren van digitaal luisteren noodzakelijk. Daarom werden, zoals reeds vermeld onder titel 1.1.2.5 van dit rapport, de tijdelijke zendvergunningen voor lokale DAB+-proefprojecten verlengd voor een periode van drie jaar door de algemene kamer van de VRM. Verder maakte Digitale Radio Vlaanderen de toegang tot het platform Radioplayer gratis voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations.

64 Het Nieuwsblad, "Zes DAB-radiozenders dreigen uit de ether te verdwijnen", 20 februari 2025.
Het Belang van Limburg, "Zes DAB+-zenders verdwijnen dan toch niet uit de ether", 11 maart 2025.
Vlaamse Regulator voor de Media (2025, 27 maart). Tijdelijke licentie voor aanbieden van een radio-omroepnetwerk (DAB+ 5A/5D) toegekend aan samenwerkingsverband nv DPG Media en nv SBS Media Belgium. Beslissingen. Geraadpleegd op 28 maart 2025, van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/tijdelijke-licentie-voor-aanbieden-van-een-radioomroepnetwerk-dab-5a5d-toegekend-aan

65 Vlaamse Regulator voor de Media (2025, 29 april). Tijdelijke zendvergunningen vzw DAB+ West-Vlaanderen: wijzigingen toegewezen frequentiekanaal (10D door 10A). Beslissingen. Geraadpleegd op 30 april 2025 van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/tijdelijke-zendvergunningen-vzw-dab-westvlaanderen-wijziging-toegewezen.

66 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024, p. 29. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

## ZENDOPERATOREN

| ZENDOPERATOR | BENAMING INITIATIEF | ONDERNEMINGSNUMMER | LICENTIEHOUDER | ONDERNEMINGSNUMMER | MULTIPLEX |
|---|---|---|---|---|---|
| Wireless België bv | Digitale Radio Antwerpen | 441816984 | Digitale Radio Antwerpen vzw | 782824543 | 10A |
| DAB+ West-Vlaanderen vzw | DAB+ West-Vlaanderen | 777537449 | DAB+ West-Vlaanderen vzw | 777537449 | 10A |
| Wireless België bv | Vlaams-Brabant | 441816984 | Digitale Radio Vlaams-Brabant vzw | 1020756635 | 10B |
| Aircast Media Solutions bv | DAB+ Limburg | 670642162 | DAB+ Limburg | Feitelijke vereniging | 10C |
| Cellnex Broadcast Partners | Lokale DAB+ proefprojecten OVL | Nederland | Bruno Heyndrickx (natuurlijk persoon) | 892418509 | 10C |

Tabel 8: Lokale DAB+ zendoperatoren en licentiehouders

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

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

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

### 1.1.3.3 Radiosignaaltransmissie via de satelliet

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

### 1.1.3.4 Internetradio

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

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

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

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

Onder titel 1.1.2.5 'Lokale radio-omroeporganisaties' werd reeds vermeld dat de toegang tot het platform Radioplayer Vlaanderen gratis is gemaakt voor alle Vlaamse erkende lokale FM-radiostations. Sinds 2021 konden

deze stations ook al gebruik maken van een voordeeltarief bij de aansluiting.

Het digitale radioplatform Radio.Vlaanderen werd eind 2021 gelanceerd door Studio 100 nv. De streams van de digitale radiozenders van VRT, DPG Media en Mediahuis zijn er niet meer op terug te vinden, maar o.a. enkele lokale radiozenders en (afgeleiden van) TOPradio wel nog.[67]

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

## INFOFRAGMENT 4: SPOTIFY BEREIKT WINSTGEVENDHEID, MAAR BELGISCHE ARTIESTEN BLIJVEN OP HUN HONGER

Spotify boekte in 2024 voor het eerst winst, met een nettowinst van €1,14 miljard op een jaaromzet van €15,7 miljard. Het aantal betalende abonnees steeg tot 263 miljoen, goed voor het overgrote deel van de inkomsten. Tegelijkertijd keerde het platform wereldwijd meer dan €10 miljard uit aan muziekrechten, waarvan €34 miljoen in België.

Hoewel dit bedrag 11% hoger ligt dan in 2023, blijft het voor veel Belgische artiesten moeilijk om veel inkomsten uit streaming te halen. De inkomsten worden verdeeld over meerdere partijen, en slechts een beperkt aantal Belgische auteurs/componisten verdient meer dan €10.000 per jaar via Spotify. De dominantie van grote labels in afspeellijsten, het ontbreken van uitvoeringsrechten en het grote aandeel gratis luisteraars blijven structurele knelpunten.[68]

De Belgische muzieksector trok daarom aan de alarmbel. Sinds Spotify zijn verantwoordelijke voor Belgische playlists ontsloeg en die lijsten schrapte, is de zichtbaarheid van lokale artiesten sterk afgenomen. In 2024 haalden slechts zestien Belgische titels de top 100 van meest beluisterde albums in Vlaanderen, het laagste aantal sinds de start van de chart. PlayRight, de belangenvereniging voor Belgische muzikanten, roept streamingplatformen op om lokale artiesten een eerlijke kans te geven, onder meer via gerichte playlistondersteuning.[69]

67 Meer informatie omtrent het platform Radio.Vlaanderen kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 29.
68 De Tijd, Bervoet, D., "Spotify heeft eerste winstgevend jaar achter de rug, 4 februari 2025.
Gazet van Antwerpen, De Brabanter, F., "Spotify betaalde nog nooit zoveel uit", 13 maart 2025.
VRT NWS, Sokol, K., "Spotify betaalde vorig jaar 'maar' 34 miljoen euro aan muziekrechten uit in België: Veel mensen streamen nog altijd gratis", 9 april 2025.
69 Het Nieuwsblad, Van Goethem, D., "Belgische muzieksector trekt aan de alarmbel bij Spotify en co.: Geef ons een eerlijke kans", 28 januari 2025.

## 1.2 TELEVISIE

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

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

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

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

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

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

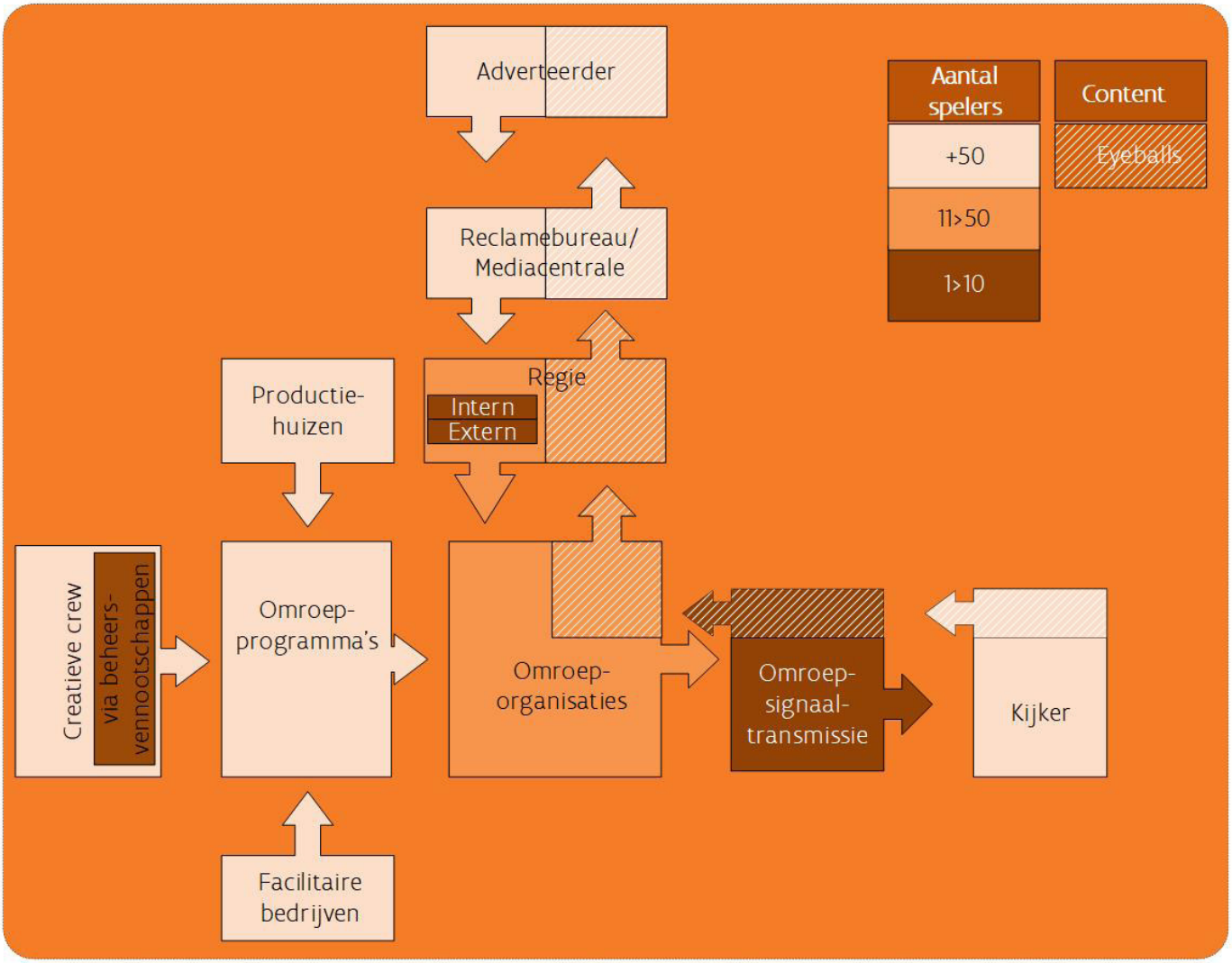
Er zijn verschillende businessmodellen binnen de televisiemarkt. Traditioneel betaalt de kijker aan de dienstenverdeler abonnementsgeld of pay-per-view om tv-signalen te kunnen bekijken en vloeit een geldstroom in de richting van de contentleveranciers. Tegelijkertijd wordt de aandacht van de kijker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

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

- Het gratis model, waarin bedrijven de content volledig gratis leveren en gefinancierd worden door een andere bron van inkomsten zoals bv. reclame;[70]
- Het betalende model, waar consumenten betalen voor toegang tot de content;
- Het freemium model, een combinatie van de vorige twee.[71] Bij een freemium bedrijfsmodel wordt er content gratis aangeboden, maar vraagt de aanbieder geld voor meer geavanceerde gebruiksmogelijkheden en functionaliteiten.

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

70 Tegenwoordig spreekt men vaak over FAST: Free Ad Supported Television.
71 CSA (2016), L'accès aux médias audiovisuels.




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

De Europese Unie heeft de afgelopen jaren verschillende regelgevende initiatieven genomen die een directe impact hebben op het mediabeleid. De belangrijkste hiervan is de Europese Verordening Mediavrijheid (European Media Freedom Act, EMFA), die sinds mei 2024 van kracht is en vanaf augustus 2025 grotendeels van toepassing wordt. De EMFA beoogt de bescherming van de onafhankelijkheid en diversiteit van mediadiensten in de EU en behandelt thema's zoals redactionele onafhankelijkheid, media-eigendom, mediafusies en overheidsreclame. De nationale regulerende instanties (zoals de VRM) en de nieuw opgerichte Europese Raad voor Mediadiensten (EBMS) spelen hierin een centrale rol.

Daarnaast zijn ook andere Europese verordeningen relevant voor het mediabeleid. De Verordening Politieke Reclame, van toepassing vanaf oktober 2025, legt transparantieverplichtingen op voor politieke advertenties en beperkt microtargeting. De AI-verordening, die vanaf augustus 2026 volledig van kracht wordt, bevat transparantie-eisen voor deepfakes en voorziet in toezicht door nationale autoriteiten en een Europese AI-raad.

De reeds van kracht zijnde Digitaledienstenverordening (DSA) legt transparantie- en zorgvuldigheidsverplichtingen op aan onlineplatforms en vereist samenwerking tussen nationale toezichthouders, waaronder de VRM. Tot slot vult de Digitalemarktenverordening (DMA) het mededingingsrecht aan door ex ante verplichtingen op te leggen aan grote onlineplatforms, met toezicht door de Europese Commissie en mogelijke betrokkenheid van nationale autoriteiten.

### 1.2.1 Contentleveranciers

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

**INFOFRAGMENT 5: FINANCIERING VAN AUDIOVISUELE PRODUCTIE IN VLAANDEREN**

De Vlaamse audiovisuele sector kende in 2023 een recordjaar op het vlak van fictieproductie, met een historisch hoog aantal geproduceerde reeksen en een stijging in gemiddelde budgetten. Deze groei is mede mogelijk gemaakt door de opkomst van Streamz, de toegenomen concurrentie met internationale spelers en de blijvende populariteit van lokale content. VRT blijft de grootste aanbieder van Vlaamse fictie, maar Streamz is uitgegroeid tot het belangrijkste platform voor private producties.[72]

Internationale coproducties zijn sinds 2021 steeds vaker de norm, wat leidt tot hogere budgetten–reeksen met een kostprijs van €5 miljoen zijn geen uitzondering meer. Toch blijft de sector sterk afhankelijk van publieke financiering via het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF), de tax shelter en bijdragen van distributeurs zoals Telenet en Proximus. De gemiddelde kostprijs voor long-format fictie steeg tot €4,8 miljoen per reeks in 2023, terwijl documentaires en auteursfilms met aanzienlijk lagere budgetten moeten werken.

Ondanks de stijgende kosten is de gemiddelde budgetgroei beperkt gebleven, wat spanningen veroorzaakt rond kwaliteit en werkomstandigheden. De Vlaamse overheid blijft inzetten op structurele ondersteuning, mede om de concurrentiepositie van lokale producties tegenover internationale spelers te versterken.

Tegelijkertijd waarschuwen productiehuizen[73] voor financiële druk. Hoewel Vlaamse fictie internationaal succes boekt (bv. met 1985 en Knokke Off) wordt het moeilijker om het financiële plaatje rond te krijgen. De stijgende loonkosten, hogere technische eisen van internationale coproducties en een afkoelende internationale markt zorgen voor onzekerheid. De huidige cijfers weerspiegelen bovendien een productieklimaat van enkele jaren geleden; de impact van recente evoluties zal pas zichtbaar worden in toekomstige releases.

De sector houdt rekening met faillissementen in de toekomst. Kleine productiehuizen dreigen als eerste kopje onder te gaan.  Dalende lineaire kijkcijfers, terugvallende reclame-inkomsten en afmeldingen van eerder goedgekeurde programma's zetten de sector onder druk.[74]

De verplichte investeringsbijdrage van streamingdiensten in Vlaanderen bedraagt momenteel 4% van hun omzet, wat volgens producenten laag ligt in vergelijking met landen zoals Frankrijk (20%). Daarnaast blijft de indexering van de werkingsmiddelen van het VAF achter, wat de druk op producenten verder verhoogt. Commerciële spelers zoals DPG Media en Play Media waarschuwen bovendien dat dalende reclame-inkomsten kunnen leiden tot het schrappen van producties.

De financiële druk vertaalt zich ook in concrete ingrepen bij productiehuizen. Zo maakte Woestijnvis in maart 2025 bekend dat het sinds september 2024 twaalf medewerkers heeft ontslagen, als gevolg van een daling in het aantal bestellingen. De besparingen illustreren de bredere uitdagingen in de sector, waaronder terugvallende investeringen van streamingdiensten, stijgende kosten en beperkte indexering van subsidies. Woestijnvis benadrukt dat het inzet op innovatie en diversificatie om zich aan te passen aan de veranderende marktcontext.[75]

72 Mediapunt, Raats, T. & Van de Wouwer, S., "mediadossier: Financiering van audiovisuele productie in Vlaanderen", 21 november 2024.
De Morgen, "Recordaantal Vlaamse fictiereeksen in 2023, ook meer coproducties en hogere budgetten, 22 november 2024.
73 De Standaard, De Moor, M., "Productiehuizen slaan alarm: Vlaamse tv-fictie is een succes, maar hoelang nog?", 6 december 2024.
74 Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., "Productiehuizen duiken in het rood: tot 150 procent minder winst in jaar tijd - Binnenkort komen de eerste faillissementen eraan", 16 juli 2025.
75 De Standaard, Lemmens, K., "Woestijnvis zet twaalf mensen aan de deur: De druk op de sector is voelbaar", 20 maart 2025.

#### 1.2.1.1 Contentproductie door televisieomroeporganisaties

Televisieomroeporganisaties staan - afhankelijk van het profiel van de zender - in min of meerdere mate zelf in voor de aanmaak van de programma's die zij uitzenden. Onder andere journalisten, schermgezichten, producers en technische medewerkers werken hieraan in dienstverband mee. Daarnaast schakelen de omroepen voor de realisatie van programma's soms zelfstandige medewerkers of facilitaire bedrijven in. Dit model wordt voornamelijk gehanteerd voor nieuws en sport, en bij de publieke omroep ook voor cultuur en educatie.[76]

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

#### 1.2.1.2 Productiehuizen

Vlaamse productiehuizen bedenken en realiseren originele formats of zetten bestaande internationale formats om naar een Vlaamse versie. De Flanders DC Studie[77] onderscheidt verschillende processen van creatie:

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

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

In het kader van de aanpassing van het Mediadecreet heeft de VRM onder meer de taak gekregen een jaarlijks overzicht op te maken van producenten die al dan niet onafhankelijk zijn op basis van artikel 2, 49°, a) en b) van het Mediadecreet. Dit overzicht bevat minimaal de producenten die de drie voorafgaande jaren productiesteun hebben aangevraagd bij het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). Deze taak wordt vermeld in artikel 218, § 2, 25° van het Mediadecreet. De VRM publiceert deze lijst jaarlijks via https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/overzicht-onafhankelijke-producenten.[78]

76 Schrauwen, J., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2014), Onderzoeksrapport: creatieve industrieën in Vlaanderen – update. Flanders DC.
77 Schrauwen, J., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2014), Onderzoeksrapport: creatieve industrieën in Vlaanderen – update. Flanders DC.
78 Vermits er geen geografische beperkingen opgelegd werden, bevat dat overzicht ook producenten die bezwaarlijk tot de Vlaamse mediasector gerekend kunnen worden.

# VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN

| PRODUCTIEHUIS | ONDERNEMINGSNUMMER | PRODUCTIEHUIS | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|---|---|
| 100.000 volts.tv bv | 888848810 | Live Entertainment nv | 466727178 |
| A Private View bv | 452699295 | Loom bv | 458891756 |
| All3Media Belgium bv | 435490210 | Lunanime bv | 439100984 |
| Banijay Belgium nv | 462185303 | Marmalade bv | 542704508 |
| Bargoens nv | 838492546 | Menuet bv | 450290430 |
| Beast Animation bv | 729960236 | Menuetto bv | 677435033 |
| Borgerhoff & Lamberigts TV nv | 843959188 | Mirage Films bv | 745834087 |
| Bravado Fiction - Great stories, well told, for all screens nv | 732793032 | New Impact nv | 435511984 |
| Brutteo bv | 700562407 | Njam! nv (intern productiehuis) | 830498855 |
| Bulletproof Cupid bv | 887960170 | Off World bv | 456635319 |
| Cartouche bv | 836986571 | Panenka nv | 556984688 |
| Caviar Antwerp bv | 476386596 | Pinceel Producties (natuurlijk persoon) | 768077474 |
| Caviar Group nv | 506687022 | Play Media nv (intern productiehuis) | 473307540 |
| Chemisch Circus bv | 636830536 | Polar Bear bv | 687730295 |
| Ciné Cri de Coeur bv | 872110568 | Potemkino bv | 894573590 |
| Creative Conspiracy nv | 473522524 | Pretpraters nv | 843892278 |
| C-view bv | 810329684 | Prime Time Audio Visual Entertainment and Communication bv | 430779077 |
| Czar Film & TV bv | 846783670 | Red Dust bv | 578951725 |
| De Chinezen nv | 840958326 | Riche, Riche & Riche bv | 475037407 |
| De Hofleveranciers bv | 806712673 | RIGHO bv | 687996056 |
| De Mensen nv | 474766993 | Roses Are Blue bv | 669696314 |
| De Wereldvrede bv | 525815422 | RV Productions nv | 421326527 |
| DED's IT bv | 474271503 | Savage Film bv | 862424624 |
| Deklat Binnen bv | 632969738 | Seamonster bv | 837134150 |
| Diamond City Films bv | 440793536 | Skyline Entertainment nv | 462318133 |
| Diplodokus bv | 547773549 | Sputnik TV bv | 862245074 |
| Eyeworks Film & TV Drama bv | 863293961 | Story BLVD bv | 832358285 |
| Fabric Magic bv | 652858005 | Storyrunner bv | 847805833 |
| Fabrique Fantastique bv | 543526929 | Studio 100 nv | 457622640 |
| FBO bv | 880497902 | Studio Epwerk (natuurlijk persoon) | 536549956 |
| Flanders Doc vzw | 820345430 | Sylvester TV bv | 538972481 |
| Fobic Films bv | 430436906 | The Reunion bv | 765568144 |
| Free Kings bv | 687640819 | Timescapes bv | 460500372 |
| FremantleMedia Belgium nv | 441647730 | Tivoli.tv nv | 734492908 |
| Geronimo bv | 838652102 | TvBastards nv (intern productiehuis DPG Media) | 445055103 |
| Heartmade Media bv | 746906235 | Vincent TV België bv | 700906459 |
| Het Thuishuis bv | 794588267 | Vivi Film nv | 829953378 |
| HH 107 bv (De Filistijnen) | 544755760 | Voices bv | 450097816 |
| Hotel Bonka Entertainment bv | 810368286 | VRT nv (intern productiehuis) | 244142664 |
| Jack & Charlie bv | 896899117 | W2 bv | 456083112 |
| Jonnydepony bv | 642761986 | Walking The Dog bv | 467188721 |
| Koeken Troef bv | 808691968 | Warner Bros. International Television Production België Specials bv | 845231175 |
| Lecter Media nv | 650760132 | Woestijnvis nv | 460337749 |
| Lexora nv (vroegere Endemolshine Belgium) | 456086872 | XINIX CommV | 441745720 |
| Liefhebbers bv | 552695805 | Zie Ze Doen bv | 466952654 |
| Lionheart Productions bv | 827050209 | | |

Tabel 9: Vlaamse productiehuizen[79] [80] [81] [82]
Bron: samengesteld a.d.h.v. ledenlijst VOFTP, eigen informatieverzameling en informatie vergaard in vorige mediaconcentratierapporten

79 Eyeworks werd overgenomen door het Amerikaanse Warner (WBIT België). Eyeworks België zal echter onder eigen naam een aantal programma's blijven produceren.
80 Liefhebbers bv: gerechtelijke ontbinding of nietigheid sinds 23 februari 2022.
81 Marmalade bv: opening faillissement sinds 20 juli 2023.
82 Story BLVD bv: opening faillissement sinds 11 april 2024.

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

Zo kocht Banijay Benelux, de vroegere Endemol Shine Group, begin 2023 een meerderheid van de aandelen van het Vlaamse productiehuis Jonnydepony. Het wordt daarmee, naast Banijay Belgium (producent van de VTM-soap "Familie"), het tweede Belgische productiehuis dat zelfstandig opereert onder de vlag van Banijay Benelux.[83]

Daarnaast kocht productiehuis Caviar, lid van de Telenet Group, in juli 2023 50% van de aandelen van de producent Sputnik TV.[84] Eind september 2024 bleek echter dat Telenet een gedeeltelijke of gehele verkoop van zijn belang in Caviar overweegt. Het is nog onduidelijk wie het belang van Telenet – helemaal of gedeeltelijk – zou willen overnemen.[85]

Deze beslissing volgt op een strategische evaluatie binnen Telenet dat zijn investeringsfocus verlegt naar de uitrol van een glasvezelnetwerk. De ambitieuze groeiplannen van Caviar vereisen bijkomende middelen, maar die prioriteit krijgt momenteel geen steun vanuit het Telenet-hoofdwartier in Mechelen. Daarom zoekt Caviar een nieuwe investeerder die de expansie van het productiehuis wil ondersteunen, bij voorkeur met Vlaamse verankering. De mogelijke exit van Telenet uit Caviar roept vragen op over de bredere mediabelangen van de telecomgroep, zoals Play Media en Woestijnvis. Hoewel Telenet benadrukt dat deze participaties niet ter discussie staan, zien sommigen in de verkoop van Caviar een signaal dat de creatieve nevenactiviteiten van de kabelaar onder druk staan in het post-beurs tijdperk onder Liberty Global.[86]

Borgerhoff & Lamberigts is naast een productiehuis ook als uitgeverij actief, dat was zelfs zijn oorspronkelijke activiteit. Begin 2024 kocht het alle onderdelen uit de Politeia-groep: de gelijknamige uitgeverij, de uitgever van academische en wetenschappelijke werken ASP en de overheidsdatabank Pinakes.[87]

Hotel Hungaria en Bonka Circus fuseerden tot Hotel Bonka. Hotel Bonka zet zich in de markt als een onafhankelijk huis dat inspeelt op de toenemende versmelting van media en marketing.[88]

Golazo, een sport- en gezondheidsbedrijf, neemt een participatie in het productiehuis Bargoens. De twee zien brood in de stijgende vraag naar sportverhalen.[89]

Het Vlaamse Geronimo Productions en het Nederlandse Villain Studios slaan de handen in elkaar. Onder de noemer X Line Productions gaan ze programma's maken voor internationale zenders. Eerste wapenfeit? De Duitse 'Bestemming X'.[90]

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

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

De meerderheid van Vlaamse onafhankelijke productiehuizen die recurrent produceren (momenteel 36), zijn lid van de beroepsvereniging Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten (VOFTP).[91]

83 De Tijd, "Productiehuis jonnydepony krijgt Franse eigenaar media", 20 januari 2023.
84 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.
85 De Tijd, "Telenet zet met Caviar grootste productiehuis van België in de etalage", 26 september 2024.
86 De Standaard, "Als Telenet echt moet kiezen, zijn tv-programma's geen prioriteit.", 27 september 2024.
87 De Tijd, "Borgerhoff & Lamberigts koopt uitgever Politeia", 9 maart 2024.
88 De Tijd, De Preter, W., "Fusiebedrijf Hotel Bonka brengt Vincent Kompany en Jeroen Meus bij elkaar", 20 juni 2024.
89 De Tijd, Serrure, B. & Bervoet, D., "Golazo stapt in Bargoens, het productiehuis achter Het Huis en Het Conclaaf", 26 juni 2024.
90 Het Nieuwsblad, "Productiehuis Geronimo in zee met Amsterdams label: "Samen gaan we internationale producties maken"", 19 juni 2024.
91 De Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten vzw (V.O.T.P.) en de Vlaamse Film Producenten Bond (V.F.P.B.) zijn eind 2015 gefusioneerd tot de V.O.F.T.P.(Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten). Deze koepel is een beroepsvereniging die als doel heeft de economische en commerciële belangen van de Vlaamse onafhankelijke film & televisie producenten te bevorderen.

### 1.2.1.3 Creatieve crew via beheersvennootschappen

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

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

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

## BEHEERSVENNOOTSCHAPPEN

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

Tabel 10: Beheersvennootschappen[92] [93]

In 2024 keerde Sabam een recordbedrag van €35 miljoen aan auteursrechten uit, een stijging van 4,7% ten opzichte van het jaar ervoor. Deze groei is mede te danken aan nieuwe akkoorden met grote technologiebedrijven zoals Meta, in het kader van Europese regelgeving die platformen verplicht om afspraken te maken met auteursrechtenorganisaties.[94]

Sabam waarschuwt tegelijk voor de negatieve impact van generatieve artificiële intelligentie (AI) op de inkomsten van auteurs en artiesten.[95] Volgens een studie in opdracht van CISAC (Internationale Confederatie van Auteurs- en Componistensamenlevingen) zou de wereldwijde markt voor AI-gegenereerde muziek en audiovisuele content tegen 2028 een waarde van €64 miljard bereiken, wat kan leiden tot een verlies van €22 miljard aan inkomsten voor creatieve makers. AI-content verdringt menselijke creaties op streaming- en uitzendplatformen, en beroepen zoals stemacteurs, vertalers en ondertitelaars komen onder druk te staan.

Die evolutie wordt bevestigd door recente cijfers uit de videosector. Uit een bevraging[96] van AP Hogeschool bij deelnemers aan de Video Experience Day blijkt dat het gebruik van AI in videoproductie sterk toeneemt: 79% van de videomakers zet AI in, met een opvallende verdubbeling tijdens de productiefase zelf. Dankzij geavanceerde tools zoals Google's Veo 2 en OpenAI's Sora worden realistische video's steeds eenvoudiger gegenereerd. Ook in distributie groeit AI-gebruik, onder meer voor automatische ondertiteling en

92 AGICOA Europe Brussels heeft zowel Belgische als internationale producenten van audiovisuele werken als leden. Deze mogelijkheid wordt voorzien in de statuten van de vennootschap en bevestigd door het arrest van het hof van beroep van Brussel dd. 22 februari 2024 (arrest bevestigd door het Hof van Cassatie op 2 december 2022).
93 DeAuteurs is gespecialiseerd in het beheer van auteursrechten in het Nederlandse taalgebied, maar vertegenwoordigt haar auteurs ook internationaal via de mandaten die zij hiertoe gaf aan de internationale Franse vennootschappen SACD en Scam.
94 Het Belang van Limburg, "Sabam keert recordbedrag uit aan artiesten dankzij deals met bigtech", 17 april 2025.
95 Het Nieuwsblad, "Sabam waarschuwt voor inkomensverlies van auteurs door opkomst van generatieve AI", 4 december 2024.
96 Mediaspecs, "AI maakt definitieve doorbraak in videoproductie: gebruik tijdens productie verdubbelt op jaar tijd", https://www.mediaspecs.be/insights/ai-maakt-definitieve-doorbraak-in-videoproductie-gebruik-tijdens-productie-verdubbelt-op-jaar-tijd/, 16 mei 2025.

contentoptimalisatie. Hoewel sommige makers terughoudend blijven, blijkt AI vaak al ingebed in bestaande workflows, wat de traditionele rol van productiehuizen onder druk zet.

Daarnaast hekelt Sabam het toenemende gebruik van creatieve werken door platforms zoals Spotify en VRT MAX zonder proportionele vergoeding aan de makers. Sabam en CISAC roepen beleidsmakers op om duidelijke regelgeving te ontwikkelen die auteurs beschermt tegen ongeautoriseerd gebruik van hun werk en tegen het verlies van traditionele inkomstenbronnen door AI.

Die oproep sluit aan bij een recente gezamenlijke verklaring van Europese en internationale auteursorganisaties, waaronder de Society of Audiovisual Authors (SAA), over de implementatie van de AI Act. Volgens hen is het huidige implementatiepakket een gemiste kans om intellectuele eigendomsrechten te beschermen. De maatregelen zouden onvoldoende transparantie bieden over welke werken worden gebruikt om AI-modellen te trainen en negeren grotendeels de feedback van rechthebbenden. De sector waarschuwt dat dit de positie van creatieve makers verder verzwakt en roept op de bepalingen van artikel 53 van de AI Act, die verplichtingen oplegt aan aanbieders van general-purpose AI-modellen (GPAI), strikt te handhaven om Europese cultuur en creatieve industrieën te beschermen.[97]

#### 1.2.1.4 Facilitaire bedrijven

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

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

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

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

97 Society of Audiovisual Authors, "Joint statement on the AI Act implementation measures: A missed opportunity", 30 juli 2025.

# FACILITAIRE BEDRIJVEN

| FACILITAIR BEDRIJF | ONDERNEMINGSNUMMER | FACILITAIR BEDRIJF | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|---|---|
| 1elevation bv | 861560631 | Limecraft nv | 825929759 |
| 2frame bv | 461207977 | Lites nv | 438811073 |
| Ampli bv | 427728626 | Live Is Life bv | 864869024 |
| Arendsoog nv | 863665927 | Live Media bv | 423044516 |
| Audio Rent Productions bv | 844268796 | Lucky Cameras bv | 431466985 |
| Audium bv | 756718972 | Medialife bv | 886029276 |
| Beehived Media bv | 473900923 | MediAVentures bv | 449890552 |
| Boxrentals bv | 644723366 | Midlife Cowboy nv | 867206328 |
| Broadcast Assistance Tv & Video Productions bv | 459993301 | Mojuice bv | 876093409 |
| Camalot Belgium bv | 675582333 | Motomediateam gcv | 836195329 |
| CameraWorks vof | 544662819 | Iconiq bv (vroegere Moxy) | 886517840 |
| Cine Qua Non bv | 438531852 | NaBeeld (natuurlijk persoon) | 883780163 |
| Claerbout Studio bv | 863651673 | NEP Belgium nv | 436482083 |
| Co-Mana bv | 461188478 | Norvell Jefferson Productions bv | 475066903 |
| Crystal Clear Mediaproducties vzw | 465010278 | Option Facilities nv | 449462168 |
| CVP Belgium bv | 764848166 | PRG Projects nv | 462106218 |
| Cyborn bv | 464623763 | Artizan Productions bv | 441119772 |
| DB Video Productions bv | 463556169 | Raygun bv | 879485340 |
| Digital Media Facilities nv | 452458973 | Ronsmans bv | 400652362 |
| Docwerkers vzw | 843833880 | Skript bv | 434237524 |
| DOK1 Media nv | 695652128 | Sonhouse Brussels nv | 889201869 |
| What's new cv | 679834693 | Sorry Productions bv | 472889648 |
| ES Broadcast Media bv | 439140675 | Gang Belgium bv (vroegere Storyme) | 534886605 |
| Earth In Motion bv | 818668518 | Studio MM bv | 465427477 |
| EMG Belgium nv | 437799404 | Studio Regie bv | 808219440 |
| Eurogrip bv | 459727738 | The Pack Brussels bv | 883233104 |
| Everstory bv | 627916731 | The Sequel bv | 478243454 |
| Jules Logistics bv | 461899944 | The Subtitling Company bv | 473022676 |
| Eye-Catcher cv | 440315563 | The Video Factory bv | 886867832 |
| Eye-Lite Belgium-Bru bv | 521981348 | Tinkerlist.tv bv | 564886527 |
| FAAR bv | 741524913 | Tv Connections bv | 463029993 |
| Fly Away bv | 897639879 | Video Line bv | 881728218 |
| Frame bv | 478622447 | Videocrew bv | 832568222 |
| Grikaros nv | 460830370 | Vidi-Square AV Solutions nv | 460452268 |
| Headline N.F.P. bv | 441840641 | Viewblaster bv | 891922918 |
| Hemel bv | 670938508 | Visual Creations bv | 472250240 |
| Hillview bv | 695829203 | Warner Bros. International Television Production België bv | 479332626 |
| Hoax bv | 476133903 | Watts bv | 478825652 |
| Havenkop bv (Jan Verbeke Producties) | 831523392 | wTVision bv | 472103651 |
| Kadenza Media bv | 475550616 | | |

Tabel 11: Televisie facilitaire bedrijven[98] [99] [100]

### 1.2.1.5 Reclameregie

Naast redactionele content kunnen de televisieomroepprogramma's commerciële communicatie, zoals reclame, telewinkelen of productplaatsing bevatten. De manier waarop deze in de programmatie mag geïntegreerd worden, is aan regels onderhevig, zoals vastgelegd in artikels 47-101 van het Mediadecreet. Voor de openbare

98 Crystal Clear Mediaproducties vzw: sluiting van vereffening sinds 12 mei 2025.
99 Headline N.F.P. bv: opening faillissement sinds 1 april 2025.
100 The Video Factory bv: opening faillissement sinds 18 juli 2024.

omroep VRT gelden striktere regels dan voor de private omroeporganisaties.

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

## RECLAMEREGIE TV

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | AARD | NAAM AANBOD |
|---|---|---|---|
| Ads & Data nv | 809309701 | Extern | GoPlay, Play4, Play5, Play6, Play7, Play 247, Play Crime (allen Play Media), Njam! (Njam! nv), Dobbit TV (PM Editions nv), Plattelands TV (Plattelands TV nv), Streamz Basic (op Telenet), VRT Online (VRT MAX, Sporza en Dagelijkse Kost), Ment55 (Ment Media bv), Mentpop (Ment Media bv) |
| AVS vzw | 424806847 | Intern | AVS (regionale zender) |
| De Buren nv | 455948795 | Extern | ATV (regionale zender), ROB TV (regionale zender) |
| DPG Media nv | 432306234 | Intern | VTM, vtm.be, VTM 2, VTM 3, VTM 4, VTM Gold, VTM Life, VTM GO, Streamz Basic |
| Regionale Media Maatschappij nv (Picstory) | 475952274 | Extern | Focus & WTV |
| Roularta Media Group nv (RTR) | 434278896 | Extern | RINGtv, Trends Z (Belgian Business Television nv) |
| RTV bv | 461812545 | Intern | RTV (regionaal) |
| Transfer nv | 841954753 | Extern | Eclips TV (Via Plaza nv), Pickx Showcase, Pickx+, Pickx+ Sports (Proximus nv), Studio 100 TV (Studio 100 TV nv), Sport 10 (CSI Sports Media bv), Trends Z (Belgian Business Television nv), TV Oost (regionale zender) ATV (regionale zender, nationale reclame), ROB TV (regionale zender, nationale reclame) |
| TV Limburg bv | 1006311058 | Intern | TV Limburg |
| VAR nv | 441331984 | Extern | VRT 1, VRT Canvas, VRT MAX |
| Vlaams-Brusselse Media vzw | 547949238 | Intern | Bruzz |

Tabel 12: Reclameregie televisie van de voornaamste Vlaamse televisieomroepen[101] [102]

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

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

Na de implementatie bij DPG Media en Play Media is dit vanaf eind 2024 ook mogelijk voor opnames op VRT 1 en VRT Canvas. Ads & Data zal dit commercialiseren.[103]

In maart 2023 lanceerde Ads & Data het "total tv – ecosystem", wat het resultaat is van twee gekoppelde

101 Adverteerders kunnen de reclameruimte voor Streamz Basic op Streamz.be inkopen via DPG Media. De reclameruimte inkopen voor Streamz Basic op Telenet verloopt via Ads & Data.
102 RTV bv is eigendom van TV-Kempen en Mechelen vzw (99%), VOKA Kempen (0,50%) en VOKA Mechelen (0,50%).
103 Mediaspecs, "Ads & Data implementeert pre-roll reclame voor opgenomen programma's nu ook bij VRT", https://www.mediaspecs.be/ads-data-implementeert-pre-roll-reclame-voor-opgenomen-programmas-nu-ook-bij-vrt/, 07 oktober 2024.

ecosystemen (dat van settopboxen en dat van de online wereld). Ads & Data is de eerste speler op de markt die, dankzij haar aandeelhouders Proximus en Telenet, telco data integreert en koppelt met online data en data van de adverteerder. Dit kan over verschillende omgevingen heen worden ingezet om zo doelgericht te adverteren.[104]

Eind 2024 rolde DPG Media een gelijkaardig reclame-aanbod uit: Full Connected TV, waarbij de adverteerder zijn digitale videocampagne kan uitrollen naar televisie.[105]

Mede door het doorspoelen van de reclameblokken stellen televisieomroeporganisaties kleinere productiebudgetten ter beschikking, waardoor programmamakers vaker overschakelen op "productplacement" (reclame verwerkt in het tv-programma). Denk hierbij aan een merk dat prominent in beeld komt.[106] In het Mediadecreet zijn hieromtrent regels opgenomen.[107]

Enkele voorbeelden van advertentiesamenwerking zijn enerzijds de nationale reclameregie Ads & Data, de joint venture tussen Mediahuis, Telenet en Proximus. Anderzijds werd de overname van RTL Belgium door DPG Media en Groupe Rossel in april 2023 gefinaliseerd na een eerder arrest door het Brussels hof van beroep (Marktenhof) waarbij het de beroepen tegen de beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit hieromtrent ontvankelijk maar ongegrond verklaarde.[108]

In mei 2023 vernieuwden DPG Media en Groupe Rossel het Premium Newsbrands United (PNU)-aanbod om op een gemakkelijkere manier digitale campagnes in België te kunnen aanbieden.[109]

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

Proximus heeft begin 2024 een samenwerkingsakkoord afgesloten met LiveRamp om de commerciële mogelijkheden voor adverteerders in addressable TV beter te benutten. Dankzij het gebruik van het LiveRamp-platform kan Proximus data van externe datapartners integreren in gerichte tv-campagnes. De samenwerking stelt ook adverteerders in staat hun eigen first-party data te gebruiken voor gerichte tv-reclame.[110]

## INFOFRAGMENT 6: HET XMP CROSS MEDIA PANEL – EEN NIEUWE STANDAARD IN MEDIABEREIKMETING

Het XMP Cross Media Panel is een initiatief van het CIM (Centrum voor Informatie over de Media) en het crossmediaal consortium XMC, gesteund door de Vlaamse overheid, dat tot doel heeft het volledige mediagebruik van Vlamingen in kaart te brengen. In een medialandschap waar consumenten voortdurend schakelen tussen televisie, radio, websites, sociale media en streamingdiensten, biedt XMP een geïntegreerde meetoplossing die deze crossmediale realiteit weerspiegelt.[111]

Het panel bestaat uit 1.500 representatieve deelnemers die hun mediagedrag laten meten op verschillende toestellen, zoals smartphones, tablets, laptops en televisies. De technologie achter XMP combineert Mediacell+ (voor audio matching) en RealityMine (voor het vastleggen van online gedrag), waarmee zowel audio- als digitale consumptie nauwkeurig wordt geregistreerd.[112]

104 Mediaspecs, "Ads & Data lanceert total tv – ecosystem", https://www.mediaspecs.be/ads-data-lanceert-total-tv-ecosysteem/, 13 maart 2023.
105 Mediaspecs, "DPG Media Advertising breidt hun aanbod uit met Full CTV", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-advertising-breidt-hun-aanbod-uit-met-full-ctv/, 17 oktober 2024.
106 De Standaard, Droeven, V., "Adverteerders proberen u almaar geniepiger te beïnvloeden", 09 januari 2023.
107 Zie Onderafdeling IV, art. 98-101.
108 Meer informatie over de verkoop van RTL België én RTL Nederland kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 41 (infofragment 9).
109 Mediaspecs, "DPG Media en Rossel vernieuwen het PNU-aanbod", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-en-rossel-vernieuwen-het-pnu-aanbod/ , 12 mei 2023.
110 Mediaspecs, "Proximus werkt samen met LiveRamp: adverteerders kunnen data inzetten voor gerichte tv-campagnes", https://www.mediaspecs.be/proximus-werkt-samen-met-liveramp-adverteerders-kunnen-data-inzetten-voor-gerichte-tv-campagnes/, 12 januari 2024.
111 WE MEDIA, "Lancering van het Cross Media Panel (XMP)", 23 april 2024.
112 Mediaspecs, "CIM for starters: het verkennen van nieuwe methoden voor publieksmeting", https://www.mediaspecs.be/cim-for-starters-het-verkennen-van-nieuwe-methoden-voor-publieksmeting/, 3 oktober 2024.

Deze technologieën maken het mogelijk om realtime data te verzamelen over onder meer tv-kijken, radio luisteren, scrollen op sociale media en het gebruik van streamingplatformen. De opbouw van het panel begon in 2024, en vanaf eind 2025 zullen de eerste gevalideerde data beschikbaar zijn voor mediabedrijven, adverteerders, onderzoekers en beleidsmakers.[113]

Het XMP-project is niet enkel technologisch innovatief, maar ook strategisch belangrijk. Het stelt Vlaamse mediabedrijven in staat om beter in te spelen op het gedrag van hun publiek, en vormt een antwoord op internationale platformen zoals Google en Meta. Door inzicht te bieden in het totaalbereik van mediamerken over alle platformen heen, draagt XMP bij aan een eerlijker en transparanter medialandschap in Vlaanderen.[114]

### 1.2.2 Aggregatie: televisieomroeporganisaties

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

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

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

#### 1.2.2.1 De openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod

Sinds 1 mei 2012, na de ontkoppeling van Ketnet en Canvas (nu VRT Canvas), beschikt de openbare omroep over drie televisiekanalen: VRT 1, VRT Canvas en Ketnet.

Begin mei 2023 veranderde de naam van het kanaal "Eén" naar "VRT 1". Ook de huisstijl werd opgefrist. Het doel hiervan is om, zeker in een digitale context, het moedermerk VRT centraler te zetten en een meer overkoepelende identiteit te bekomen.[115] Later dat jaar veranderde de naam "Canvas" in "VRT Canvas". Ook dit ging gepaard met een nieuw logo en huisstijl. Ketnet behoudt wel (nog) zijn naam.

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

**LINEAIRE TV**

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD |
|---|---|---|
| VRT nv | 244142664 | VRT 1 |
| | | VRT Canvas |
| | | Ketnet |

Tabel 13: Openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod

VRT werkt samen met zeven andere Europese publieke omroepen onder de naam "New8". Deze samenwerking zal Vlaamse fictiereeksen een groter internationaal publiek geven en VRT in staat stellen meer internationale hitseries uit te zenden. Vanaf 2024 zullen de acht omroepen gedurende drie jaar jaarlijks acht nieuwe

113 Crossmediapanel.be.
114 CIM (2025). Jaarverslag 2024: onze transformatie in een stroomversnelling.
115 De Tijd, Serrure, B., "Zeg niet meer 'Een' tegen 'VRT 1'", 01 mei 2023.

series gezamenlijk financieren. De "New8"-samenwerking omvat omroepen uit België, Nederland, Duitsland, Noorwegen, Zweden, Finland, Denemarken en IJsland. Dit is een primeur voor een dergelijke intensieve samenwerking in fictie tussen Europese publieke omroepen. De Scandinavische omroepen zijn al onderdeel van de Nordic 12 fictie-alliantie, bekend van series als "Exit" en "The thin blue line".[116]

Conform artikel 16 van het Mediadecreet wordt tussen de Vlaamse Regering en VRT een beheersovereenkomst afgesloten. Op 10 december 2020 keurde de Vlaamse Regering de huidige beheersovereenkomst met VRT goed. De overeenkomst heeft betrekking op de periode 2021-2025 en bevat de strategische doelstellingen van VRT, meer concrete operationele doelstellingen en KPI's. De VRM voert een jaarlijks toezicht uit op de naleving van de beheersovereenkomst door VRT. De tekst van de huidige beheersovereenkomst kan op de VRT-website geraadpleegd worden.[117] Alle performantiemaatstaven die in 2024 behaald moesten worden, werden, op één na, ook behaald. Het VRM-toezichtsrapport geeft meer duiding omtrent de maatstaven en kan op de VRM-website worden geraadpleegd.

In de beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT is opgenomen dat VRT de nodige medewerking zal verlenen aan de monitoring van haar onpartijdigheid. In uitvoering van deze bepaling werd door de Universiteit Antwerpen in opdracht van de VRM een onderzoek gevoerd naar de onpartijdigheid van VRT in haar nieuwsberichtgeving in 2024. De machtslogica[118] bleef dominant, met veel aandacht voor beleidsmakers, al verschoof de focus meer naar partijvoorzitters. Opvallend was de toegenomen zichtbaarheid van radicale oppositiepartijen zoals Vlaams Belang en PVDA, vooral tijdens de verkiezingsperiode. In die periode werd de berichtgeving evenwichtiger, met meer gelijke spreektijd voor alle partijen. Uit de analyse blijkt geen systematische beoordeling of benadeling van bepaalde partijen, en VRT hanteerde formats die eerlijke debatten bevorderden, zoals gelijke spreektijd per spreker. Al bij al zat er ook weinig verschil tussen VRT en VTM qua representatie van de verschillende politieke partijen.[119]

## INFOFRAGMENT 7: NIEUWE BEHEERSOVEREENKOMST VRT

In 2025 bereidden de Vlaamse Regering en VRT een nieuwe beheersovereenkomst voor, die de strategische en operationele krijtlijnen van de openbare omroep vastlegt voor de periode 2026-2030. Deze overeenkomst bepaalt onder meer de publieke opdracht, de financiering, de digitale strategie en de rol van VRT binnen het bredere Vlaamse medialandschap.

De voorbereiding gebeurde tegen de achtergrond van veranderend mediagebruik, technologische innovatie en toenemende concurrentie van internationale platformen. In haar startnota benadrukte VRT de nood aan flexibiliteit, digitale wendbaarheid en maatschappelijke relevantie.[120]

Het Vlaams Parlement organiseerde hoorzittingen en een stakeholderbevraging over de rol van VRT in een geconcentreerde markt.[121] Onder andere UBA pleitte voor vrije toegang tot advertentieruimte op VRT-platformen. Volgens hen is reclame niet enkel financiering, maar ook een hefboom voor innovatie en concurrentiekracht. Ze vroegen een eenvoudiger systeem met één algemeen reclameplafond, zonder aparte limieten voor tv en digitaal.[122]

Een studie uitgevoerd door Dirk Wauters en Daniel Knapp, in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media[123], stelde dat samenwerking tussen publieke en private spelers noodzakelijk is om op te boksen tegen

116 VRT NWS, Sokol, K., "Meer Europese fictie op VRT en meer VRT-reeksen in het buitenland door nieuwe samenwerking tussen 8 Europese publieke omroepen", 10 oktober 2023.
117 https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/
118 Een sterke focus op het beleid en op politici met een uitvoerend mandaat.
119 Van Aelst, P., Walgrave, S., Tillemans, H., & Depauw, C. (2025). Onpartijdigheid van de VRT nieuwsberichtgeving 2024. Universiteit Antwerpen, in opdracht van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM). Geraadpleegd via vlaamseregulatormedia.be.
120 VRT, "VRT trapt onderhandelingen over nieuwe beheersovereenkomst af met startnota", https://www.vrt.be/nl/over-ons/nieuws-over-vrt/vrt-trapt-onderhandelingen-over-nieuwe-beheersovereenkomst-af-met-startnota, 9 januari 2025.
121 Departement Cultuur, Jeugd en Media, "Stakeholderbevraging ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT met de Vlaamse Regering", maart 2025.
122 Mediaspecs, "UBA bepleit onbeperkte toegang tot advertentieruimte bij VRT", https://www.mediaspecs.be/uba-bepleit-onbeperkte-toegang-tot-advertentieruimte-bij-vrt/, 4 juni 2025.
123 Departement Cultuur, Jeugd en Media, Wauters, D., & Knapp, D., "Eindrapport: inkomsten commerciële communicatie", november 2024.

techreuzen als Google en Meta. Ook zij pleitten voor meer vrijheid voor VRT op de digitale reclamemarkt, wat volgens hen tot €150 miljoen extra inkomsten kan opleveren voor het hele ecosysteem.

VRT vroeg niet om meer reclame-inkomsten, maar wel om flexibiliteit in waar die inkomsten vandaan komen. De commerciële omroepen vreesden echter marktverstoringen. Ze betwijfelen de haalbaarheid van de voorgestelde meerinkomsten en waarschuwen voor negatieve gevolgen voor hun businessmodel.[124] Deze discussie over de subplafonds – beperkingen op reclame-inkomsten uit specifieke media zoals televisie of digitaal – leidde zelfs tot spanningen.[125] Op 18 juli 2025 bereikte de Vlaamse Regering uiteindelijk een akkoord over de nieuwe beheerovereenkomst.[126] Die voorziet in een aanzienlijke verhoging van het subplafond voor digitale reclame: van €2,5 miljoen naar €13 miljoen per jaar. Tegelijk stijgt het subplafond voor televisie van €18,7 miljoen naar €22 miljoen. Het algemene reclameplafond blijft behouden op €91,7 miljoen. Hoewel VRT hiermee meer ruimte krijgt op het digitale vlak, blijven beperkingen bestaan, zoals het verbod op midrolls (reclame-onderbrekingen in video's op VRT MAX), wat door VRT als onwerkbaar werd bestempeld.

Om een breuk met de raad van bestuur van VRT te vermijden, werd in de definitieve tekst een clausule opgenomen die toelaat om vanaf 2027 alsnog midrolls in te voeren, indien blijkt dat deze essentieel zijn om het reclameplafond te halen. Bovendien hoeft VRT in 2026 en 2027 niet extra te besparen als de commerciële inkomsten onder het plafond blijven.

Naast de reclamekwestie bevat de beheersovereenkomst ook bepalingen over transparantie in exclusiviteitscontracten, de oprichting van een nieuwsacademie, en een grotere focus op vrouwensport, G-sport en minder populaire sporten. Minstens 70% van het videoaanbod op VRT MAX moet een Vlaamse (co) productie zijn. VRT mag bovendien een minderheidsbelang nemen in maximaal twee Vlaamse productiehuizen om de lokale sector te ondersteunen. Dat laatste punt stuit echter op kritiek vanuit de sector: producenten vrezen concurrentievervalsing en stellen zich vragen bij de rol van de publieke omroep als aandeelhouder in een commerciële markt.

#### 1.2.2.2 Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod

Volgens het Mediadecreet kan iedereen, mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan, private lineaire televisiediensten aanbieden. De private omroeporganisaties die een dergelijke lineaire televisiedienst willen aanbieden, moeten zich aanmelden bij de Vlaamse Regulator voor de Media. Voor zelfpromotiekanalen moet dit niet gebeuren. Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod geeft een overzicht van de televisiediensten van private televisieomroeporganisaties die eind september 2025 waren aangemeld bij de VRM.

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

In september 2024 werd het digitale platform Themax gelanceerd. Op dit moment zijn programma's van nichezenders MENT4you, Dobbit TV, PlattelandsTV, Sportmaxx en Food Channel te bekijken. Themax heeft Project On als reclameregie.

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

Er zijn ook een aantal buitenlandse zenders die zich richten op Vlaanderen. Doordat zij aangemeld zijn bij

124 De Tijd, Serrure, B., "Pleidooi voor vrijere rol VRT op reclamemarkt zet medialand onder hoogspanning", 7 juni 2025.
125 De Tijd, Serrure, B. & Bleus, D., "Vlaamse regering en VRT op ramkoers over reclameplafond", 18 juni 2025.
126 VRT NWS, De Hert, J., "Vlaamse regering bereikt akkoord over nieuwe beheersovereenkomst VRT", 18 juli 2025.
De Tijd, Bleus, D. & Serrure, B., "Vermijdt Vlaamse regering botsing? VRT mag fors meer uit digitale reclame halen", 21 juli 2025.
De Morgen, Dumon, P., "Nieuwe beheersovereenkomst – Van reclame tot vrouwensport: dit verandert bij de VRT", 22 juli 2025.

buitenlandse regulatoren worden zij hier niet vermeld. Meer info onder 3.4.2 De wereld in Vlaanderen.

## INFOFRAGMENT 8: DREIGENDE CRISIS VOOR VLAAMSE COMMERCIËLE TELEVSIE – STRUCTURELE VERLIEZEN EN ROEP OM POLITIEK INGRIJPEN

De Vlaamse commerciële omroepen VTM (DPG Media) en Play Media (Telenet) luidden eind 2024 de alarmbel over hun financiële toekomst.[127] Volgens een studie van PMP Strategy dreigen beide zendergroepen vanaf 2026 structureel verlieslatend te worden, met een verwachte gezamenlijke daling van €51 miljoen aan jaarlijkse inkomsten tegen 2029. De belangrijkste oorzaken zijn het toenemende aantal 'cord cutters' – kijkers die hun klassieke tv-abonnement opzeggen – en de verschuiving van reclame-inkomsten naar internationale techplatformen zoals Netflix, YouTube en TikTok.

De distributievergoedingen die zenders ontvangen van telecomoperatoren zoals Telenet en Proximus nemen af door het dalende aantal abonnees. Tegelijkertijd verliezen de zenders reclame-inkomsten door uitgesteld kijken, het doorspoelen van reclameblokken en de dominantie van bigtech op de advertentiemarkt. Hoewel initiatieven zoals de streamingdienst Streamz en digitale platformen als VTM GO en GoPlay enige inkomsten genereren, volstaan deze niet om het verlies uit het traditionele model te compenseren.

De gevolgen zijn voelbaar in de hele sector. Productiehuizen zoals Woestijnvis en Eyeworks signaleren dalende bestellingen en stijgende kosten, wat leidt tot ontslagen en onzekerheid over toekomstige projecten. Volgens schattingen kunnen tot 700 jobs in de sector verdwijnen als de huidige trend zich doorzet.

Om het tij te keren, vragen de zenders politieke steun. Ze pleiten voor:
- een fiscaal gunstregime voor adverteerders die investeren in lokale media, naar analogie met de bestaande taxshelterregeling voor audiovisuele producties;
- een gelijk speelveld waarbij internationale platformen onderworpen worden aan dezelfde reclame- en investeringsregels als Vlaamse zenders;
- een verplichting voor fabrikanten om apps van Vlaamse zenders standaard te installeren op smart-tv's, inclusief een prominente plaats op de afstandsbediening.

De Vlaamse Regering werkt aan regelgeving die fabrikanten van smart tv's verplicht om Vlaamse media-apps zoals VRT MAX, VTM GO, GoPlay en Streamz beter zichtbaar en toegankelijk te maken op hun toestellen. Apps van zenders met een "bijzondere impact" – een statuut toegekend door de VRM – zouden standaard voorgeïnstalleerd moeten worden of prominent worden voorgesteld bij de eerste opstart van een toestel. Andere Vlaamse apps, zoals die van regionale omroepen en radiozenders, zouden minstens makkelijk vindbaar moeten zijn.[128]

Ondanks de uitdagingen blijft er hoop. Experts benadrukken het belang van lokale content als onderscheidende factor en roepen op tot verdere innovatie en samenwerking binnen de sector.

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

127 De Morgen, Dumon, P., "VTM en Play zien rode cijfers tegemoet en trekken aan de alarmbel", 27 november 2024.
De Tijd, Bervoet, D. & Serrure, B., "Vlaamse tv vreest ondergang zonder politiek optreden tegen onlinereuzen", 27 november 2024.
De Standaard, Lemmens, K., "Minister van Media Van Achter schaart zich achter noodkreet commerciële tv-zenders, 27 november 2024.
De Morgen, Meeus, R., "Na de noodkreet van VTM en Play: Het is nog veel te vroeg om de doodsklokken te luiden", 27 november 2024.
Het Laatste Nieuws, De Bruyne, J., "Budgetten in tv-wereld krimpen en dat zal ook de kijker merken", 7 april 2025.
128 De Tijd, "Vlaamse zenders krijgen verplicht zichtbare plek op smart-tv's", 4 juli 2025.
De Standaard, "VRT MAX en VTM GO moeten binnenkort standaard op smart-tv's staan", 4 juli 2025.

## LINEAIRE TV

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD |
|---|---|---|
| Belgian Business Television nv | 461874705 | Trends Z |
| CSI Sports Media bv | 673712708 | Sport 10 |
| Dobbit Nv | 454023544 | Dobbit TV |
| DPG Media nv | 432306234 | VTM |
| | | VTM2 |
| | | VTM3 |
| | | VTM4 |
| | | VTM Gold |
| | | VTM Life |
| | | Qmusic |
| Het Halfrond vzw | 679840435 | Vlaams Parlement TV |
| Ment Media bv | 820484495 | MENT55 |
| | | MENTpop |
| Njam! nv | 830498855 | Njam! |
| | | njam! |
| Plattelands TV nv | 668376124 | PlattelandsTV |
| Proximus Media House nv | 875092626 | Proximus Pickx Showcase |
| | | Pickx+ Sports |
| | | Pickx+ |
| Play Media nv | 473307540 | Play4 |
| | | Play5 |
| | | Play6 |
| | | Play7 |
| | | Play Crime |
| | | Play 247 |
| Studio 100 TV nv | 540814788 | Studio 100 TV |
| Telenet bv | 473416418 | Play More Cinema |
| | | Play More Kicks |
| | | Play More Black |
| | | Play Sports 1 |
| | | Play Sports 2 |
| | | Play Sports 3 |
| | | Play Sports 4 |
| | | Play Sports Premier League |
| | | Play Sports Golf |
| Via Plaza nv | 818465610 | Eclips TV |

Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod

Midden januari 2023 voerde SBS Belgium nv een naamswijziging door naar Play Media nv. Het bedrijf is eigendom van Telenet bv. Eerder kregen de televisiezenders reeds een 'Play'-verwijzing. De commerciële activiteiten werden ondergebracht bij Ads & Data.[129]

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

Op 30 juni 2025 veranderde Kanaal Z van naam naar Trends Z. Deze rebranding is een strategische zet van Roularta om al haar businesscontent onder het merk Trends te verenigen.[130]

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

129 De Standaard, "SBS Belgium, mediabedrijf achter de Play-zenders, wordt Play Media", 20 januari 2023.
130 De Tijd, Broens, B., "Zakenzender Kanaal Z wordt na 26 jaar Trends Z", 25 juni 2025.

Vanaf 28 april 2025 is Play Sports, het sportaanbod van Telenet, beschikbaar voor alle Telenet-klanten, ook voor wie geen digitale tv-lijn heeft. Klanten kunnen voortaan gebruikmaken van de nieuwe Play Sports-app, waarmee ze toegang krijgen tot live sportuitzendingen, video-on-demandcontent, podcasts en gepersonaliseerde functies zoals wedstrijdschema's en profielbeheer. Deze uitbreiding kadert in Telenets bredere strategie om entertainment toegankelijker te maken via het platform MyTelenet, waar klanten ook streamingdiensten zoals Netflix, Disney+ en Streamz kunnen beheren.[131]

Daarna bleek dat Proximus en Orange afzonderlijke distributiedeals hebben gesloten met Telenet om diens sportzender Play Sports aan te bieden. Hierdoor kunnen klanten van Proximus en Orange voortaan ook wedstrijden uit de Engelse Premier League en de Duitse Bundesliga bekijken, waarvoor Telenet de exclusieve uitzendrechten bezit. Deze samenwerking is opmerkelijk, aangezien sportrechten traditioneel als een manier werden gezien om klanten exclusief aan een tv-operator te binden. Door de opkomst van streamingdiensten verandert deze strategie echter. Telenet wil zijn investeringen in sportrechten breder vermarkten, terwijl Proximus en Orange zich indekken tegen een mogelijk wegvallen van hun overeenkomst met DAZN, de huidige rechtenhouder van onder andere de Jupiler Pro League, Serie A en La Liga.[132]

## INFOFRAGMENT 9: BELGISCH VOETBAL ENKEL NOG VIA APP

De Vlaamse mediasector bevindt zich in een overgangsfase wat betreft de uitzendrechten van het Belgisch voetbal. In februari 2025 verwierf het Britse sportmediabedrijf DAZN de exclusieve rechten voor de Jupiler Pro League voor de komende vijf seizoenen. Deze deal, ter waarde van €84 miljoen per jaar, omvat zowel de live-uitzendingen als de samenvattingen en magazineprogramma's. Kort na deze aankondiging maakten VRT en Play4 bekend dat ze hun voetbalprogramma's stopzetten, verwijzend naar veranderend kijkgedrag en hoge productiekosten.[133]

De onderhandelingen tussen DAZN en telecomoperatoren zoals Telenet en Proximus zijn intussen afgesprongen. Beide spelers haalden DAZN uit hun aanbod, waardoor het Belgische voetbal enkel via de DAZN-app te bekijken is. DAZN eiste niet enkel hogere vergoedingen, maar ook een prominente plaats op het startscherm van de decoders, wat tot spanningen leidde.[134]

De situatie weerspiegelt een bredere trend: traditionele distributiemodellen verliezen terrein aan digitale platformen. Tegelijk experimenteren andere landen, zoals Frankrijk en Oostenrijk, met eigen streamingdiensten voor voetbal.[135]

De situatie stuit op weerstand. De minister van Consumentenbescherming liet de economische inspectie een onderzoek starten naar DAZN na klachten over onduidelijke communicatie en beperkte beschikbaarheid van wedstrijden. De inspectie onderzoekt of DAZN voldoet aan de wettelijke verplichtingen rond precontractuele informatie en herroepingsrecht.[136]

Daarnaast bekijkt de Belgische Mededingingsautoriteit op vraag van Testaankoop of er sprake is van een monopolie. Volgens de consumentenorganisatie heeft DAZN alle rechten en alle commerciële vrijheid, wat de markt zou kunnen ontwrichten.[137]

Ondanks de controverse sprak DAZN van ongeziene kijkcijfers tijdens de eerste speeldag van het nieuwe

131 Mediaspecs, "Play Sports vanaf nu beschikbaar voor alle Telenet-klanten en via de nieuwe Play Sports-app", https://www.mediaspecs.be/play-sports-vanaf-nu-beschikbaar-voor-alle-telenet-klanten-en-via-nieuwe-play-sports-app/, 28 april 2025.
132 De Tijd, Serrure, B., "Proximus gaat Play Sports-zenders van concurrent Telenet verdelen", 24 juni 2025.
De Tijd, Serrure, B., "Ook Orange sluit sportdeal met Telenet voor Engels en Duits voetbal", 10 juli 2025.
133 Het Laatste Nieuws, Vleminckx, N., & Doms, K., "Voorlopig vreemde situatie nu VRT en Play4 afhaken voor rechten en samenvattingen – Straks enkel via app Belgisch voetbal kijken?"; 28 mei 2025.
134 Gazet van Antwerpen, "Ook Telenet en Proximus laten Belgisch voetbal wellicht vallen", 24 juni 2025.
De Tijd, "Geen seizoensopener Belgisch voetbal op Proximus en Telenet, enkel op DAZN-platform", 14 juli 2025.
135 De Tijd, "Frans voetbal start met eigen zender, en dat zegt ook iets over België", 3 juli 2025.
136 De Tijd, Van Oost, M., "Minister Beenders beveelt onderzoek naar sportstreamer DAZN", 28 juli 2025.
137 Het Nieuwsblad, ""Het ruikt hier naar een monopolie": dubbel onderzoek naar DAZN op vraag van Testaankoop en minister", 28 juli 2025.

seizoen, met meer dan 750.000 views op acht wedstrijden. Toch blijft het afwachten of het platform voldoende abonnees zal aantrekken om het model rendabel te maken.[138]

VRT bereikte in september 2025 nog een akkoord met DAZN om fragmenten van wedstrijden te tonen in Het Journaal, Sportweekend en op zijn website. RTBF sloot eerder al een gelijkaardige overeenkomst.[139]

### 1.2.2.3 Regionale televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod

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

De regionale televisieomroeporganisaties mogen pas programma's verzorgen nadat ze daartoe door de Vlaamse Regering zijn erkend. Vlaanderen kent negen regionale televisieomroepen (sinds de fusie Focus/WTV in 2025, daarvoor tien). Deze hebben zich verenigd in de koepelorganisatie Niet-Openbare Regionale Televisieverenigingen Vlaanderen (NORTV).

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

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

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

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

Erkenningen voor regionale televisie worden uitsluitend verleend aan vzw's, die verantwoordelijk zijn voor de inhoud van de zenders. De exploitatie van de zenders gebeurt meestal door exploitatiemaatschappijen.[140] Deze maatschappijen maken het mogelijk om private investeerders aan te trekken en vormen aldus het zakelijk management van de regionale zenders. In tegenstelling tot de vzw's is het voor de exploitatiemaatschappijen wel mogelijk om banden te hebben met andere commerciële (media)bedrijven.

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBtv terecht bij de maker van Eclips TV. De Buren zal de commerciële exploitatie van de drie regionale zenders verderzetten. Met ATV en TV Oost is daarover een overeenkomst

138 Het Nieuwsblad, Heylen, J., "DAZN spreekt na speeldag 1 van "ongeziene kijkcijfers", ook komende voetbalwedstrijden alleen via app te bekijken", 30 juli 2025.
139 De Standaard, Lecluyse, W., "VRT mag dan toch fragmenten van Belgisch voetbal tonen", 18 september 2025.
140 De mogelijkheid om zonder exploitatiemaatschappij te functioneren werd door de decreetswijziging van 21/02/2014 ingeperkt. Regionale omroepen waarvan het bereik te sterk daalt zullen in de toekomst verplicht worden een overeenkomst aan te gaan met een exploitatiemaatschappij.

gesloten tot eind 2030. Met ROBtv loopt de huidige overeenkomst nog tot september 2027, maar die zou ook tot eind 2030 worden verlengd.[141] De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde op 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 wordt de commerciële exploitatie waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv, waarvan drie Limburgse familiebedrijven, namelijk Cegeka, Trixxo en Elite Group de aandeelhouders zijn. De exploitatieovereenkomst is gesloten voor de periode tot 2034.

Begin 2025 werd Focus-WTV vzw erkend als de nieuwe regionale televisieomroeporganisatie voor de provincie West-Vlaanderen. Deze erkenning volgt op de fusie van de eerder erkende omroepen Focus TV vzw en WTV-Zuid vzw, die elk actief waren in aangrenzende verzorgingsgebieden binnen dezelfde provincie. De fusie werd gerealiseerd door het overdragen van alle activiteiten, middelen en personeel van Focus TV vzw en WTV-Zuid vzw aan de nieuw opgerichte vzw Focus-WTV. De erkenning past binnen het beleid van de Vlaamse Regering, zoals uiteengezet in de conceptnota "Toekomst regionale televisieorganisaties" (2022), waarin schaalvergroting en netwerkvoordelen worden aangemoedigd om de efficiëntie en redactionele slagkracht van regionale media te versterken. De nieuwe structuur moet bijdragen aan een duurzaam verdienmodel en een fijnmaziger lokaal aanbod. De omroeporganisatie zet in op een crossmediale strategie en werkt verder met ontkoppelde journaals voor de verschillende regio's binnen West-Vlaanderen.

Op 10 juni 2025 werd de Wet tot wijziging van de tabel bedoeld in artikel 87 van het Kieswetboek om de samenstelling van bepaalde kieskantons in het Waals en Vlaams Gewest, gepubliceerd in het Staatsblad. Dit naar aanleiding van de fusie van een aantal Vlaamse gemeenten.

Daardoor wijzigt het uitzendgebied van enkele regionale omroepen:

- Zwijndrecht verdwijnt uit het arrondissement Antwerpen (ATV) door fusie van Beveren-Kruibeke-Zwijndrecht en wordt verplaatst naar arrondissement Sint-Niklaas (TV Oost)
- Moerbeke fuseerde met Lokeren en wordt verplaatst van arrondissement Gent (AVS) naar arrondissement Sint-Niklaas (TV Oost)

Bij de regionale zender RTV moesten midden 2025 vijf medewerkers vertrekken, goed voor vier voltijdse functies. Ook het aantal dagen waarop zelfstandigen worden ingezet, werd verminderd. De besparingen zijn het gevolg van dalende reclame-inkomsten, een trend die de hele mediasector treft. De ontslagen treffen medewerkers uit online, redactie en productie, maar geen schermgezichten. RTV wil efficiënter werken en blijft inzetten op regionaal nieuws voor Kempen en Rivierenland, met aparte uitzendingen. Sportverslaggeving in het weekend blijft met tweemansploegen gebeuren. De directie benadrukte dat de nieuwsconsument zo weinig mogelijk impact zal merken van de besparingen.[142]

De regionale omroepen in Vlaanderen blijven sterk gewaardeerd door het publiek. Uit een onafhankelijk onderzoek blijkt dat kijkers hun nieuwsaanbod gemiddeld een score van minstens 7 op 10 geven, waarmee ze voldoen aan de kwaliteitsnormen van de Vlaamse overheid. De waardering is vooral te danken aan de betrouwbaarheid, actualiteit en lokale verbondenheid van de berichtgeving. Jongeren tonen meer interesse in entertainment en lifestyle, en volgen regionaal nieuws steeds vaker via sociale media. Toch blijft televisie het dominante medium: meer dan 90% van de kijkers volgt het regionale nieuws nog steeds via tv.[143]

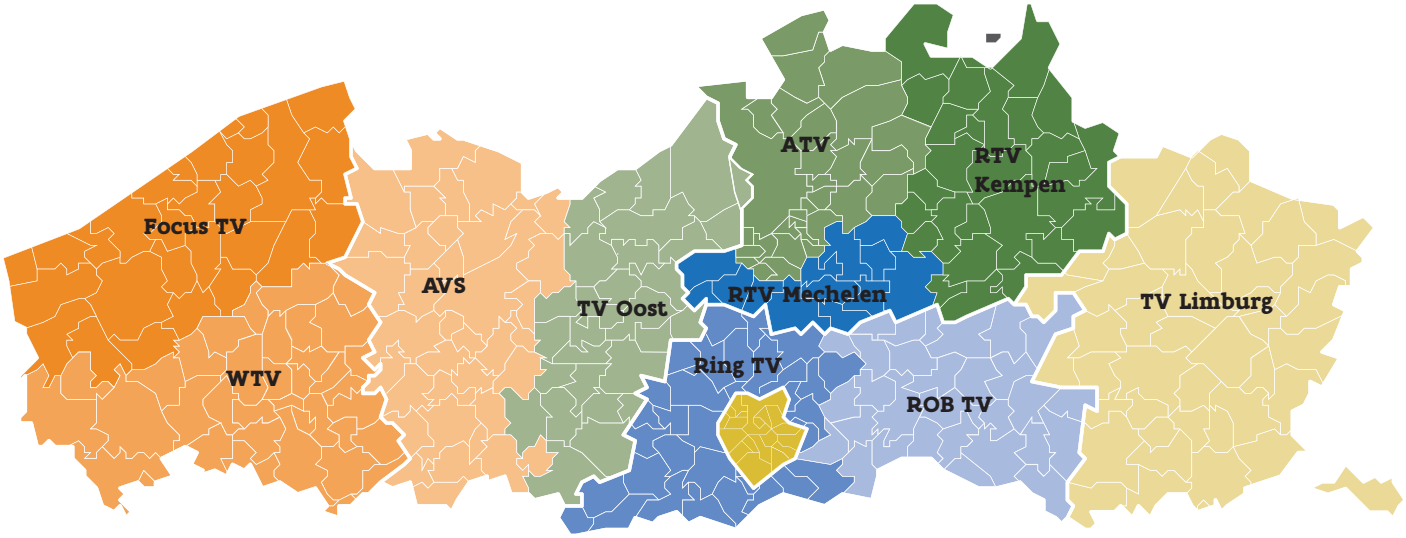
In onderstaande Tabel 15 vindt de lezer een overzicht van de regionale televisieomroepen, de erkende vzw's en de exploitatiemaatschappijen.

141 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.
142 Gazet van Antwerpen, "Regionale zender RTV moet besparen en laat vijf mensen gaan", 14 augustus 2025.
143 AVS, "Nieuwsaanbod van regionale omroepen scoort hoog bij Vlaamse kijkers", 27 januari 2025.

| VZW | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD | EXPLOITATIEMAATSCHAPPIJ | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|---|---|---|
| Antwerpse Televisie vzw | 432073038 | ATV | De Buren nv | 455948795 |
| Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie vzw | 424806847 | AVS | AVS vzw | 424806847 |
| Focus-WTV Regionale Televisie voor West-Vlaanderen | 1016229111 | Focus-WTV | Regionale Media Maatschappij nv | 475952274 |
| Regionale Omroep Brabant vzw | 433509331 | ROB TV | De Buren nv | 455948795 |
| Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie vzw | 448803063 | TV Oost | De Buren nv | 455948795 |
| Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde vzw | 451344166 | Ring TV | - | - |
| Tele-Visie-Limburg vzw | 448289854 | TVL | TV Limburg bv | 1006311058 |
| TV-Kempen en Mechelen vzw | 454986517 | RTV | - | - |
| Vlaams-Brusselse Media vzw | 547949238 | Bruzz | - | - |

Tabel 15: Regionale televisieomroeporganisaties[144] [145]

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




Figuur 6: Regionale televisieomroeporganisaties in Vlaanderen

### 1.2.2.4 Niet-lineaire televisiediensten

Naast de "klassieke" lineaire kanalen kan een televisieomroeporganisatie ook niet-lineaire televisiediensten aanbieden. Dit zijn diensten die de gebruiker de mogelijkheid bieden om audiovisuele programma's te bekijken op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus.[146] Het gaat hier dus in de eerste plaats over de zogenaamde Video-On-Demand (VOD) diensten die de omroepen aanbieden (catch-up tv zoals net gemist en ooit gemist).[147]

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

144 Regionale Media Maatschappij nv is eigendom van Focus Televisie – Regionale televisie voor het noorden van West-Vlaanderen vzw (25%) en West-Vlaamse Televisie Regio Zuid vzw (75%). Er is een transactie hangende die WTV Zuid voor 100% eigenaar zou maken, maar die is nog niet officieel bevestigd.
145 Ring TV heeft zijn reclamewerving uitbesteed aan RTR, dat onderdeel is van Roularta Media Group nv, via een regiecontract.
146 Deze definitie werd overgenomen uit het Mediadecreet.
147 Telenet en Proximus bieden nog andere programma's aan via VOD, maar deze maken geen deel uit van het Vlaamse aanbod. Daarom werden de VOD-diensten van bijvoorbeeld Discovery Channel, Karaoke Channel, La Une, La Deux, History Channel niet in dit overzicht opgenomen.

niet-lineaire omroepdiensten (streamingsplatformen) onder titel 1.2.3.6 Omroepsignalisatie via OTT.

De internationale streamingmarkt is in een nieuwe fase beland. Grote spelers als Netflix, Disney, Warner Bros. Discovery en Paramount rapporteren voor het eerst structurele winsten. Disney boekte in 2024 een globale winst van 134 miljoen dollar op 25 miljard dollar omzet, en mikt in 2025 op 1 miljard dollar operationele winst. Toch blijven de marges op streaming kleiner dan bij klassieke televisie, waardoor verdere groei in prijszetting en efficiëntie noodzakelijk blijft.[148]

Netflix blijft marktleider met meer dan 300 miljoen abonnees wereldwijd.[149] De focus verschuift van abonneegroei naar winst per gebruiker, onder meer via prijsverhogingen, live sport en reclame-ondersteunde abonnementen. Live-evenementen zoals bokswedstrijden en American football trekken miljoenen kijkers en vormen een nieuwe inkomstenbron.[150] Tegelijkertijd lanceerde Netflix nieuwe functies zoals 'Momenten', waarmee gebruikers favoriete scènes kunnen opslaan en delen.[151]

In juni 2025 kondigde Netflix een samenwerking aan met de Franse commerciële zender TF1. Voor het eerst zal het platform lineaire televisie uitzenden. Deze stap richting het bundelen van lineaire en niet-lineaire content markeert een belangrijke koerswijziging voor Netflix, dat steeds meer op klassieke televisie begint te lijken.[152]

De dominantie van Netflix roept in Europa gemengde reacties op. Terwijl sommige landen inzetten op samenwerking, vragen Vlaamse mediabedrijven als DPG Media en Telenet om politieke bescherming tegen wat zij als oneerlijke concurrentie beschouwen. Toch blijkt uit internationale voorbeelden dat samenwerking met Netflix ook kansen biedt voor lokale producenten.[153]

Ook de TF1-deal wordt in Europa nauwlettend gevolgd. Analisten zien het als een mogelijke blauwdruk voor toekomstige samenwerkingen tussen streamingdiensten en traditionele zenders. Toch lijkt een gelijkaardige overeenkomst in Vlaanderen voorlopig onwaarschijnlijk, gezien de focus op eigen platformen zoals Streamz.

In Vlaanderen blijft Netflix dominant, maar lokale spelers winnen terrein. Uit onderzoek van imec-SMIT (VUB)[154] blijkt dat VRT MAX, VTM GO en Streamz sterk geassocieerd worden met Vlaamse content, terwijl internationale platformen vooral geassocieerd worden met ontspanning en verrassing. Streamz kende in 2024 een groei van 52% in kijktijd, met een top 10 die volledig uit Vlaamse reeksen bestaat.[155] 80% van de kijktijd op het platform gaat naar lokale producties. Streamz blijft inzetten op Vlaamse fictie en non-fictie, en wil in 2025 voor het eerst break-even draaien.

Ook VTM GO breidt zijn strategie uit. In 2025 lanceerde het platform 'VTM GO Cinema', waarmee gebruikers films kunnen huren of kopen zonder abonnement. Daarmee positioneert DPG Media zich als lokaal alternatief voor internationale spelers als Apple en Amazon.[156]

De Vlaamse SVOD-markt is intussen stabiel: 57% van de Vlamingen heeft een abonnement, maar churn (klantenverloop) en abonnementswissels blijven hoog.[157] Streamz blijkt het meest succesvol in het aantrekken van nieuwe abonnees, terwijl Netflix uitblinkt in retentie (het behouden van abonnees). De strijd om marktaandeel is dus nog lang niet gestreden.

Daarnaast wijst de Belgian Video Monitor van GroupM op de groeiende rol van geconnecteerde televisie. 74% van de Belgische bevolking beschikt over een toestel dat verbonden is met het internet. BVOD-platformen (zoals VRT MAX, VTM GO en GoPlay) winnen aan terrein en bieden een waardevolle aanvulling op

148 De Tijd, Serrure, B., "Streaming hijst zich op het droge, maar moet nog een berg op", 16 november 2024.
149 VRT NWS, Cardoen, S., "Netflix rondt kaap van 300 miljoen abonnees dankzij live sport en toptitels als Squid Game, 22 januari 2025.
150 De Tijd, Bervoet, D., "Worstelen met abonnees bij Netflix, 20 januari 2025.
151 De Morgen, "Netflix lanceert Momenten-functie: voor het opslaan, herbeleven en delen van je favoriete scènes", 28 oktober 2024.
152 VRT NWS, Lecluyse, L., "Netflix sluit opmerkelijke deal met commerciële Franse zender TF1 om 'gewone televisie' uit te zenden", 18 juni 2025.
De Standaard, De Moor, M., "Fransen kunnen volgend jaar op Netflix naar tv-zender TF1 kijken: volgende stap in streaming", 20 juni 2025.
153 De Tijd, Bervoet, D., "Netflix omarmen lijkt slimmer dan het bestrijden, 24 januari 2025.
154 SMIT-VUB, Peeters, J., Forest, N., & Raats, T., "Internationale versus lokale VOD-diensten: de voorkeuren en motivaties van kijkers in Vlaanderen in kaart gebracht", 29 oktober 2024.
155 VRT NWS, Cardoen, S., "Streamz groeit met 52 procent, top 10 van best bekeken reeksen is voor het eerst volledig Vlaams", 22 januari 2025.
156 De Tijd, Serrure, B., "Vlaamse streamer VTM GO ontpopt zich als digitale videotheek", 14 januari 2025.
157 Mediaspecs, "Seen from Space: SVOD in Vlaanderen, een matuur landschap", https://www.mediaspecs.be/insights/seen-from-space-svod-in-vlaanderen-een-matuur-landschap/, 25 maart 2025.

internationale spelers zoals YouTube. Samen bereiken ze 60% van de bevolking via het televisiescherm.[158] De complementariteit tussen lineair, on-demand en live content wordt steeds belangrijker, net als het AVOD-model (advertising-based video on demand), dat in België aan populariteit wint.

Het CIM heeft einde februari 2025 een belangrijke update gedaan, waardoor de complementariteit van BVOD ten opzichte van lineaire tv nu veel beter in kaart wordt gebracht. De BVOD-platformen, zoals VRT MAX, VTM GO of GoPlay, bereiken in Vlaanderen 12% extra mensen die je met gewone televisie niet bereikt.[159] Deze cijfers geven de goede gezondheid van de BVOD-platformen bij het Vlaamse publiek aan. Ze compenseren de langzame erosie van het lineaire tv-bereik, houden het totale bereik van een standaard TV-campagne op ongeveer 60% en leveren een belangrijke bijdrage aan het vernieuwen van het kijkerspubliek.

De markt lijkt een plateau te bereiken: het gemiddeld aantal streamingabonnementen per gezin daalt licht, en het aantal "nomadic subscribers" – mensen die tijdelijk opzeggen en later terugkeren – stijgt. De toekomst ligt in slimme bundeling, lokale verankering, technologische innovatie en een evenwichtige mix van abonnements- en advertentiemodellen.

Steeds meer streamingdiensten verbieden het delen van accounts buiten het eigen huishouden. Netflix nam in 2023 het voortouw en zag het aantal abonnees sterk stijgen na de invoering van deze maatregel. Disney+ volgde in 2024 met een gelijkaardig beleid, waarbij extra gebruikers enkel tegen betaling kunnen worden toegevoegd. In juni 2025 sloot ook het Vlaamse Streamz zich aan bij deze trend. Gebruikers moeten een vaste thuislocatie instellen en kunnen enkel via een omweg elders kijken. De maatregel moet bijdragen aan de financiering van kwalitatieve content, maar roept vragen op over gebruiksgemak en klanttevredenheid.[160]

Bijna 40 bibliotheken in Vlaanderen en Brussel lanceerden Cinébib in het voorjaar van 2025. Op dat streamingplatform staan al zo'n 1.500 titels. Het aanbod varieert van (arthouse) langspeelfilms, documentaires, jeugdfilms tot Belgische auteurscinema. Het streamingplatform wordt ook gratis aangeboden aan leden van de bibliotheken.[161]

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

158 Mediaspecs, "GroupM – Belgian Video Monitor: is geconnecteerde televisie het nieuwe goud voor de lokale televisiebedrijven", https://www.mediaspecs.be/insights/groupm-belgian-video-monitor-is-geconnecteerde-televisie-het-nieuwe-goud-voor-de-lokale-televisiebedrijven/, 22 mei 2025.
159 VIA, "Het incremental bereik van BVOD-platformen blijft groeien", 1 april 2025.
160 Het Laatste Nieuws, "Na Netflix is nu ook abonnement op Disney+ niet meer te delen met mensen buiten eigen huishouden", 26 september 2024. De Standaard, Paice, E., "Streamz gaat account delen onmogelijk maken", 30 april 2025.
161 VRT NWS, "Bijna 40 bibliotheken in Vlaanderen en Brussel lanceren vandaag gratis streamingdienst Cinébib", 14 maart 2025.

## NIET-LINEAIRE TELEVISIEDIENSTEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD |
|---|---|---|
| Belgian Business Television nv | 461874705 | Look@z |
| | | Trends Z |
| DPG Media nv | 432306234 | VTM |
| | | VTM2 |
| | | VTM3 |
| | | VTM4 |
| | | VTM Gold |
| | | VTM Life |
| | | VTM GO |
| | | VTM GO+ |
| | | Vtm.be |
| Dobbit nv | 454023544 | Dobbit TV |
| Het Halfrond vzw | 679840435 | Vlaams Parlement TV |
| Ment Media bv | 820484495 | MENT4you |
| Njam! nv | 830498855 | Njam! |
| | | njam! |
| Plattelands TV nv | 668376124 | NTV |
| Proximus Media House nv | 875092626 | Proximus Pickx Showcase |
| | | Pickx+ Sports |
| | | Pickx+ |
| Play Media nv | 473307540 | Play4 |
| | | Play5 |
| | | Play6 |
| | | Play7 |
| | | Play Crime |
| | | Goplay.be |
| Streamz bv | 749898387 | Streamz Basic |
| | | Streamz Premium |
| | | Streamz Premium+ |
| Studio 100 TV nv | 540814788 | Studio 100 tv |
| Telenet bv | 473416418 | Play More |
| | | Streamz Basic |
| | | Streamz Premium |
| | | Streamz Premium+ |
| VRT nv | 244142664 | Net gemist / ooit gemist |
| | | VRT 1 |
| | | VRT Canvas |
| | | Ketnet |
| | | VRT MAX |

Tabel 16: Niet-lineaire televisiediensten[162] [163]

### 1.2.2.5 Videoplatformdiensten

In het voorjaar van 2021 werd de herziene AVMD-Richtlijn omgezet in het Mediadecreet. Een van de wijzigingen was de introductie van videoplatformdiensten.[164] YouTube, TikTok en Instagram zijn videoplatformdiensten.

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

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

164 Een videoplatformdienst is een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarbij het hoofddoel van de dienst, een daarvan losstaand gedeelte of een essentiële functie daarvan bestaat in het aanbieden van programma's door gebruikers gegenereerde inhoud, of beide, aan het algemene publiek, waarvoor de aanbieder van het videoplatform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt, ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken en waarvan de organisatie wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform, onder meer met automatische middelen of algoritmen, namelijk

**INFOFRAGMENT 10: HERVORMING INVESTERINGSVERPLICHTING IN AUDIOVISUELE PRODUCTIES**

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw besluit goed om de audiovisuele sector te stimuleren door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken. Deze hervorming heeft tot doel de Vlaamse audiovisuele productiesector te versterken en investeringen in audiovisuele producties aan te moedigen.[165]

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

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

Google, Meta en TikTok stellen echter dat het decreet verder gaat dan Europese Richtlijnen en hebben een beroep tot (gedeeltelijke) vernietiging ingediend bij het Grondwettelijk Hof. Vlaanderen is hiermee de eerste regio in Europa die dergelijke verplichting oplegt aan aanbieders van videoplatformdiensten, wat het arrest mogelijk precedentwaarde geeft voor andere EU-lidstaten.

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

Ook op federaal niveau dient er bepaalde regelgeving nageleefd te worden.[166]

De Social Media Watchers van de VRM lijsten (niet-exhaustief) verschillende bureaus op, waaronder tientallen zonder exclusieve creators (zoals MMBSY, Oona, UPR, Yapado, Chase, So Buzzy, Efluenz) als met exclusieve creators verbonden aan die bureaus, zoals Mastr, NegenZestien, Starsky, LIS the agency, New Kith en NoStrezz.

Na het faillissement van influencerbureau Influo in 2024, werd de achterliggende technologie opgekocht door Stellar Tech, een marketingplatform. Stellar Tech nam sindsdien ook IROIN® en het Nederlandse platform Join over, dat nu fuseert met Creatorz. Samen vormen ze het grootste platform voor nano- en micro-influencers en UGC-makers in de Benelux.

Een tiental stakeholders uit de sector verenigden zich en richtten de Influencer Marketing Alliance op, de belangenvereniging van influencers. Het initiatief kwam van FeWeb. De IMA tracht de beroepsverenging te zijn voor de Vlaamse creators, over de platformen heen.

### 1.2.3 Distributie: omroepsignaaltransmissie

Er bestaan verschillende methoden om televisieomroepsignalen te distribueren. Oorspronkelijk werden tv-signalen enkel op analoge wijze via de ether (=terrestrisch) verspreid (ontvangst via antenne). Sinds de introductie van kabeltelevisie in de jaren 1960-70 is deze vorm van omroepsignaaltransmissie almaar populairder geworden, waardoor het vandaag in Vlaanderen de meest gebruikte technologie is om televisie te ontvangen. Satelliettelevisie bestaat in Vlaanderen, maar het aantal abonnees blijft beperkt. Door de

door weergeven, taggen en rangschikken.

165 Departement Cultuur, Jeugd en Media, "Nieuwe stimuleringsregeling voor audiovisuele sector", https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-stimuleringsregeling-voor-audiovisuele-sector, 17 mei 2024.

166 https://economie.fgov.be/nl/themas/verkoop/reclame/u-bent-contentcreator.

introductie van digitale terrestriële televisie en de daarop volgende analoge switch-off werd analoge terrestriële televisie volledig vervangen.[167]

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

Naast de gekende kabelomroepnetwerken (Telenet bv, Proximus nv, Orange Belgium nv, VOO SA) hebben ook Canal+ Luxembourg sàrl (TV Vlaanderen), Wyre bv, Left Brain Value nv[168], Amazon Digital UK Ltd en Digi Communications Belgium nv zich bij de VRM aangemeld als kabelomroepnetwerk.

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

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE

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

Tabel 17: Platformen voor omroepsignaaltransmissie

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

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

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

De omroepsignaaltransmissiemarkt wordt in sterke mate gekenmerkt door verticale integratie. Operatoren op de omroepmarkt zijn vaak actief in verschillende onderdelen van de waardeketen. De eigenaar van het netwerk is vaak ook verantwoordelijk voor de exploitatie ervan. Bovendien vervullen deze partijen dikwijls ook de rol van dienstenverdeler die pakketten van programma's levert aan de eindgebruiker op de retailmarkt.[169]

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

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

Op 29 juni 2018 werd de marktanalyse herzien en werden vergelijkbare toegangsverplichtingen als diegene

167 Meer informatie over de geschiedenis van de omroepsignaaltransmissie kan u terugvinden in het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 53.
168 Opening faillissement sinds 19 december 2024.
169 Een uitzondering hierop zijn onder meer satelliet- en DVB-T-omroepdiensten. De technische exploitatie van het omroepnetwerk wordt hier doorgaans verzorgd door een andere partij dan de dienstenverdeler, bv. SES/ASTRA (satelliet) en Norkring (DVB-T).

uit de vorige marktanalyse opgelegd met name de toegang tot het platform voor digitale televisie en een doorverkoopaanbod voor analoge televisie. Het doorverkoopaanbod voor analoge televisie wordt echter niet meer afzonderlijk opgelegd, maar enkel in combinatie met de toegang tot het platform voor digitale televisie.

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

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

Buiten dit verplichte aanbod bestaat ook de mogelijkheid van een onderhandeld wholesalecontract.[170]

In de loop van 2023 hadden verschillende operatoren verklaard dat het belangrijk en zelfs noodzakelijk is om samenwerkingen aan te gaan in plaats van over te gaan tot het dupliceren van glasvezelinfrastructuur, om zo de kosten voor uitrol te verlagen, en de glasvezeldekking te versnellen en/of uit te breiden. Eventuele overeenkomsten hieromtrent zouden mogelijk een impact kunnen hebben op de lopende marktanalysedossiers die het BIPT, samen met de mediaregulatoren (CSA, VRM en Medienrat), momenteel uitvoert. Het BIPT had zich in een mededeling van 10 oktober 2023 bereid verklaard om, onverminderd de toepassing van het mededingingsrecht, in samenwerking met de mediaregulatoren (CSA, VRM en Medienrat), alle overeenkomsten of ontwerpovereenkomsten te willen bestuderen die de operatoren zouden willen sluiten.[171]

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulatoren zal gevoerd worden. Het onderzoek bevat o.a. een evaluatie van toezeggingen die de operatoren voorstellen om tegemoet te komen aan bezorgdheden van de BMA betreffende de verenigbaarheid van het samenwerkingsproject met de handhaving van daadwerkelijke concurrentie. Daarover vindt vervolgens een raadpleging plaats. De uiteindelijke beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.[172]

Recent hebben ook Proximus en Orange Belgium een gelijkaardige intentieverklaring ondertekend voor Franstalig België. Deze samenwerking beoogt de uitrol van FTTH in minder dichtbevolkte gebieden van het Waalse Gewest, met als doel bijna 1,4 miljoen gezinnen en bedrijven te bereiken. In zones met lage bevolkingsdichtheid zullen de operatoren hun krachten bundelen, terwijl ze in stedelijke gebieden hun netwerken onafhankelijk blijven uitrollen. De samenwerking moet leiden tot een efficiënte, inclusieve en duurzame digitale ontwikkeling in Wallonië, en zal eveneens vooraf besproken worden met de Belgische Mededingingsautoriteit en het BIPT.[173]

Sinds 2017 bestaat de Easy Switch-procedure, wat het o.a. voor consumenten van bundels met digitale televisie eenvoudiger maakt om van operator te veranderen. De operatoren moeten de overschakeling zelf regelen, net zoals energieleveranciers. In verhouding tot het totaal aantal huishoudens die in 2022 nieuwe klant werden van een andere operator steeg het aandeel van Easy Switch ten opzichte van 2021, namelijk 21,5% in 2021 en 23,9% in 2022.[174]

In 2022 werden hervormingen doorgevoerd om de Easy Switch procedure beter te laten werken, teneinde het klantenverloop verder te verhogen en de concurrentie te stimuleren. Dit omvat o.a. een hogere compensatie

170 bijvoorbeeld het in 2015 stopgezette triple playaanbod Snow van dienstenverdeler Base Company (op het Belgacomnetwerk).

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

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

173 Proximus (2025, 25 juli). Proximus en Orange Belgium ondertekenen een Memorandum of Understandig om de fiberuitrol en de toegang tot gigabitnetwerken in Wallonië uit te breiden. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2025/202507-proximus-and-orange-belgium-boost-gigabit-wallonia.html

174 BIPT, "Status van de elektronische communicatie- en televisiemarkt in 2022", https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2022.pdf, p.4, 14 juni 2023.

wanneer de installateur niet komt opdagen en een hervorming van de "Easy Switch ID". Het desbetreffende koninklijk besluit trad op 1 november 2023 in werking.[175] Eind 2023 kreeg Telenet door het BIPT een boete van €1.000.000 opgelegd omdat het deze procedure niet of onvoldoende aanbiedt.[176]

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

## INFOFRAGMENT 11: STRIJD TEGEN ILLEGALE STREAMING VAN SPORTINHOUD

Inbreuken tegen auteursrechten betreffen voornamelijk een federale materie. In die zin is er op Belgisch niveau sinds 1 juni 2024 een nieuwe procedure die het mogelijk maakt om de voorzitter van de Ondernemingsrechtbank van Brussel te benaderen om bij hoogdringendheid voorlopige maatregelen te nemen om een einde te maken aan een duidelijke en aanzienlijke inbreuk op een auteursrecht. Hij kan snel beslissen om tussenpersonen die gebruikt worden door illegale streamingswebsites (zoals een hostingbedrijf, een zoekmotor of een internetprovider) te verplichten om mee te werken aan een blokkering van die websites. Op die manier krijgt de Dienst "Anti-Piracy"[177] bij de FOD Economie een mandaat waarmee zij deze tussenpersonen kunnen vragen om de toegang tot de illegale streamingswebsites en hun mirror sites (dat zijn kopieën van de websites) te blokkeren.[178]

In maart 2025 verkregen The 12th Player (rechtenhouder van de Belgische Pro League) en DAZN (internationaal sportstreamingplatform) via een kort geding bij de voorzitter van de Franstalige ondernemingsrechtbank van Brussel een beschikking waarmee ze de illegale online verspreiding van sportwedstrijden kunnen tegengaan.[179]

In voorliggend geval werden met name VOO, ORANGE BELGIUM, PROXIMUS, TELENET, DIGI COMMUNICATIONS BELGIUM, CLOUDFLARE, GOOGLE LLC en GOOGLE IRELAND LTD, CISCO SYSTEMS en CISCO OPENDNS, in hun hoedanigheid van tussenpersoon gelast om (dynamische) DNS-blokkeringsmaatregelen te implementeren die de toegang vanaf het Belgische grondgebied verhinderen tot de betreffende illegale streamingswebsites.[180] Dit houdt in dat niet alleen bestaande piratensites moeten worden geblokkeerd, maar ook toekomstige kopieën, spiegelwebsites en domeinen die de blokkades proberen te omzeilen.

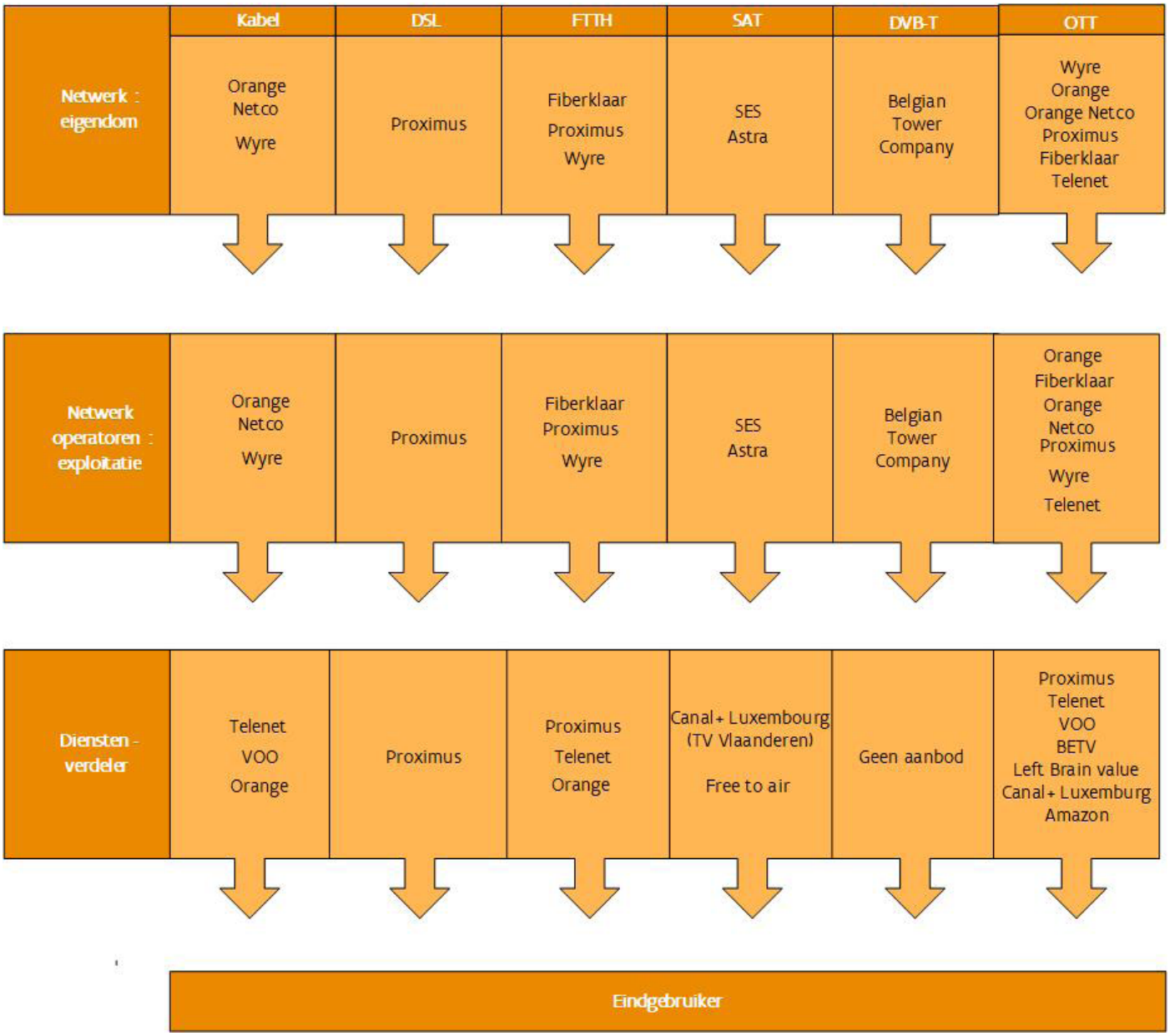
De uitspraak onderstreept het groeiende belang van juridische samenwerking tussen mediarechtenhouders en digitale tussenpersonen in de strijd tegen online piraterij. Ze illustreert ook hoe mediaconcentratie – in dit geval via exclusieve rechten en internationale samenwerking – gepaard gaat met een versterkte juridische en technische controle op de distributie van content.

De problematiek van piraterij speelt daarnaast op verschillende beleidsniveaus. Op Europees vlak werd in mei 2023 een Aanbeveling over de bestrijding van online piraterij van sport- en andere live-evenementen[181] aangenomen (waarvan de Europese Commissie uiterlijk op 17 november 2025 de effecten moet beoordelen[182]), en ook de DSA bevat bepalingen die relevant kunnen zijn in de context van piraterij (van live-evenementen). Het federale BIPT publiceerde bv. een studie over het aanbod en de prijzen van legale audiovisuele media in België, vanuit de vraag of het prijsniveau voor consumenten een motivatie vormt om gebruik te maken van

175 BIPT, "Status van de elektronische communicatie- en televisiemarkt in 2022", https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2022.pdf, p.57, 14 juni 2023.
176 BIPT, "BIPT legt Telenet een boete op van 1 miljoen euro", https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/bipt-legt-telenet-een-boete-op-van-1-miljoen-euro, 21 december 2023.
177 Zie https://economie.fgov.be/nl/themas/intellectuele-eigendom/intellectuele-eigendomsrechten/auteursrecht-en-naburige/sancties-en-gerechtelijke/online-piraterij.
178 Zie https://news.economie.fgov.be/250728-halt-aan-illegale-streaming-bijna-150-websites-ontoegankelijk-gemaakt-in-een-jaar/?utm_campaign=Newsletter+Consumenten+NL+-+3+juli+2025&utm_content=Newsroom+illegale+streaming&utm_medium=email&utm_source=webpower
179 Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles. (2025, 28 maart). Ordonnance sur requête unilatérale – RR/25/00020. [Gerechtelijk document].
180 Zie https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Intellectual-property/Beslissing-250401-BAPO-D-FR-001-NL.pdf.
181 Aanbeveling over de bestrijding van online piraterij van sport- en andere live-evenementen | Shaping Europe's digital future
182 Zie https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/news/commission-launches-call-evidence-view-assessment-recommendation-combatting-online-piracy-sports

een illegaal aanbod.[183] De Franstalige CSA werkte een sensibiliseringscampagne uit, en zocht daarbij draagvlak bij een aantal overheidsinstanties en marktspelers.

Op Vlaams niveau kwam de problematiek o.a. aan bod in het Vlaams parlement,[184] waarbij ook verwezen werd naar passages in het regeerakkoord en de beleidsnota van de minister voor media.




Figuur 7: Waardeketen omroepsignaaltransmissiemarkt[185] [186]

### 1.2.3.1 Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel

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

183 BIPT, "Mededeling van de Raad van het BIPT van 4 juni 2025 betreffende de studie over de kenmerken en prijzen van audiovisuele media in België en een vergelijking met het aanbod in Frankrijk en Nederland".
184 Zie: Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media donderdag 13 maart 2025, 14 uur | Vlaams Parlement
185 Bewerking door VRM van CRC, "Beslissing van de CRC van 1 juli 2011 betreffende de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied", http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/20110718_-_televisieomroepmarkt_-_non_conf_-_ondertekende_versie.pdf, 1 juli 2011, p. 18.
186 De vierde mobiele speler, DIGI, is aangekondigd, maar nog niet operationeel. Daarom is deze nog niet opgenomen in bovenstaande tabel.

Momenteel zijn er in Vlaanderen nog slechts twee kabelbedrijven actief. Orange Netco bedient Voeren[187], alle andere Vlaamse gemeenten worden van kabel voorzien door Wyre. Na de stopzetting van Coditel Brabant bvba en het commercieel aanbod SFR in 2019 treedt Telenet in Drogenbos en Wemmel op als dienstenverdeler. Sinds 2022 wordt op de coaxkabel trouwens uitsluitend interactieve digitale televisie aangeboden nadat analoge televisie werd stopgezet.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA COAXKABEL

| NETWERKBEHEERDER | ONDERNEMINGSNUMMER | DIENSTENVERDELER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD |
|---|---|---|---|---|
| Orange Netco nv | 1022514315 | Orange Belgium nv | 456810810 | VOO |
| | | | | Orange |
| Wyre bv | 787805690 | Telenet bv | 473416418 | Telenet |
| Wyre bv | 787805690 | Orange Belgium nv | 456810810 | Orange |

Tabel 18: Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel

Sinds 1 juli 2023 is Telenet geen rechtstreekse netwerkbeheerder meer. Dat is het gevolg van de transactie met Fluvius waarbij Wyre, de gezamenlijke dochteronderneming van beide partijen, juridisch eigenaar werd van hun bestaande netwerken. Telenet blijft wel diensten aanbieden via dit netwerk.

Orange Belgium heeft op 1 oktober 2025 de integratie van telecomoperator VOO afgerond. Het personeel van VOO werd al op 1 juli overgedragen aan Orange Belgium via een conventionele bedrijfsoverdracht. De netwerkactiva van VOO zijn op 1 oktober overgegaan naar Orange Netco, een dochteronderneming van Orange Belgium die op 18 april werd opgericht. De overige activa zijn geïntegreerd in Orange Belgium, waardoor VOO ophoudt te bestaan als zelfstandige juridische entiteit.

De overname van VOO door Orange Belgium werd in 2021 aangekondigd en begin juni 2023 volledig afgerond, nadat de Europese Commissie eind maart 2023 groen licht gaf onder bepaalde voorwaarden. Zo moet Telenet minstens tien jaar toegang krijgen tot het vaste netwerk van VOO en tot het toekomstige glasvezelnetwerk van Orange. In de praktijk sloten Telenet en Orange eind januari 2023 al een overeenkomst voor vijftien jaar. Hierdoor kan Telenet zijn activiteiten uitbreiden naar Wallonië en het resterende derde van Brussel. In ruil krijgt Orange toegang tot het kabelnetwerk van Telenet en wordt het klant van het glasvezelnetwerk van Wyre.

Intussen breidde Telenet in 2024 het aanbod van zijn mobiele submerk BASE uit met internet en televisie, waarbij het de prijzen verlaagde. Dit initiatief heeft een dubbel doel: enerzijds wil Telenet voet aan de grond krijgen in Wallonië, anderzijds lanceert het het budgetaanbod ook in Vlaanderen, waar het zal concurreren met het eigen Telenet-merk.

Tot slot ontwikkelen dienstenverdelers steeds vaker aanbiedingen zonder decoder. Zo introduceerden Telenet en Orange in 2021 respectievelijk Flow TV en TV Lite, als voorbeelden van deze trend.

### 1.2.3.2 Omroepsignaaltransmissie via DSL

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

Via het Proximusnetwerk was ook Proximusdochter Scarlet actief. Sinds 1 oktober 2022 is Scarlet Belgium echter stopgezet na fusie door overneming. Proximus heeft Scarlet volledig opgeslorpt, maar het merk Scarlet blijft bestaan.

187 Voorheen werd Voeren bediend door intercommunale Intermosane. Op 17 december 2009 fuseerden de CVBA NewCo en Tecteo (door opslorping van NewCo door Tecteo).

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA DSL

| NETWERKBEHEERDER | ONDERNEMINGSNUMMER | DIENSTENVERDELER | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|---|---|
| Proximus nv | 202239951 | Proximus nv | 202239951 |

Tabel 19: Omroepsignaaltransmissie via DSL

### 1.2.3.3 Omroepsignaaltransmissie via FTTH

Proximus begon in 2017 met het aanleggen van FTTH-infrastructuur. In de grote Belgische steden rolt Proximus haar glasvezelnetwerk in eigen beheer uit. Daarbuiten werkt het samen met het Zweedse EQT Infrastructure onder de naam "Fiberklaar".

In juli 2024 bereikte Proximus een akkoord om het meerderheidsbelang van EQT Infrastructure in Fiberklaar over te nemen voor €246 miljoen. Hierdoor wordt Proximus de enige eigenaar van Fiberklaar, wat hen meer strategische autonomie en flexibiliteit biedt bij de fiber-uitrol in Vlaanderen. Fiberklaar blijft als zelfstandige entiteit binnen de Proximus Groep opereren, geleid door het huidige managementteam.[188]

Telenet van haar kant rolt samen met netbeheerder Fluvius haar glasvezelnetwerk uit. Eind april 2023 zette de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) het onderzoek hierover stop nadat zowel Telenet als Fluvius een pakket bindende maatregelen afspraken om belangenconflicten te vermijden.[189] Eind mei 2023 gaf vervolgens de Europese Commissie groen licht voor de oprichting van de joint venture nadat uit onderzoek bleek dat de geplande transactie geen concurrentieprobleem zou opleveren. En zo, drie jaar na de eerste gesprekken, was de joint venture tussen Telenet (66,8% aandeelhouder) en Fluvius (33,2% aandeelhouder) eindelijk een feit.[190] In juni 2023 werd de naam van het nieuwe infrastructuurbedrijf bekendgemaakt: "Wyre". Het netwerk zal ook verhuurd worden aan concurrenten. Zo heeft Telenet met Orange Belgium al een deal gesloten voor vijftien jaar. In ruil mag Telenet het VOO-netwerk gebruiken dat Orange Belgium in Wallonië overnam.[191]

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

De vierde telecomspeler, Digi-Citymesh, heeft reeds aangekondigd naast mobiel internet (via een 5G-licentie) ook vaste internetdiensten en tv-diensten te zullen aanbieden. Voor de mobiele markt heeft Digi Belgium een nationaal roamingakkoord gesloten met Proximus, in afwachting van de bouw van een eigen net. Voor het vaste net (telefonie, internet en tv) zijn er voor zover bekend nog geen zulke akkoorden. Digi test wel de bouw van glasvezel in Brussel, maar dat is tot nader order maar op beperkte schaal.[192]

Zoals kort hiervoor reeds beschreven, plannen Proximus en Telenet een samenwerking rond de glasvezeluitrol in minder bevolkte gebieden, die momenteel nog door de BMA onderzocht wordt.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA FTTH

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

Tabel 20: Omroepsignaaltransmissie via FTTH

188 Proximus (2024, 25 juli). Proximus wordt volledig eigenaar van Fiberklaar. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2024/20240725-proximus-acquires-full-fiberklaar-ownership.html.
189 De Tijd, Evers, F., "Concurrentiewaakhond zet onderzoek naar fiberdeal Telenet en Fluvius stop", 19 april 2023.
190 De Tijd, Dereymaeker, F., "Europa geeft fiat voor glasvezelnetwerk van Fluvius en Telenet", 31 mei 2023.
191 VRT NWS, Schillewaert, N., "Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw "Wyre"-glasvezelnetwerk voor snel internet uit", 09 juni 2023.
192 De Tijd, Serrure, B., "Nieuwe telecomspeler Digi: 'We komen met ongeziene prijzen Belgische markt op'", 16 mei 2024.

### 1.2.3.4 Omroepsignaaltransmissie via de ether (terrestrieel)

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

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

In juni 2009 kende de Vlaamse Regulator voor de Media de licenties voor het aanbieden van een televisie- en radio-omroepnetwerk en het gebruik van de bijhorende digitale frequentiepakketten toe aan Norkring België. Eind 2022 trok de VRM echter de licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk in voor wat betreft de frequentiekanalen 49, 53 en 59.[193]

Sinds eind 2017 verzorgde TV Vlaanderen (Canal+ Luxembourg S.a.r.l.) een tv-abonnement via antenne in Vlaanderen en Brussel. Het aanbod bestond uit een tiental zenders, waaronder de zenders van de drie grote Vlaamse televisieomroeporganisaties (VRT, DPG Media en Play Media). De VRT-zenders zijn echter maar in 2018 opgenomen in het DVB-T aanbod.[194]

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

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA DE ETHER -VAST

| NETWERKBEHEERDER | ONDERNEMINGSNUMMER | DIENSTENVERDELER | ONDERNEMINGSNUMMER | AAM AANBOD |
|---|---|---|---|---|
| Belgian Tower Company nv | 808922491 | Belgian Tower Company nv | 808922491 | Geen commercieel aanbod |

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

Een andere vorm van terrestriële televisie is terug te vinden in mobiele televisie waarbij televisiesignalen ontvangen kunnen worden via een gsm of smartphone. Momenteel wordt hier echter geen gebruik meer van gemaakt.[195]

### 1.2.3.5 Omroepsignaaltransmissie via satelliet

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

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

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

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

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

195 Voor meer informatie, zie het Mediaconcentratierapport 2022, pagina 59.

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

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE VIA SATELLIET

| NETWERKBEHEERDER | ONDERNEMINGSNUMMER | DIENSTENVERDELER | ONDERNEMINGSNUMMER | NAAM AANBOD |
|---|---|---|---|---|
| SES Astra | Luxemburg | Canal+ Luxembourg, marketing via Evisio nv | 426496231 | TV Vlaanderen |

Tabel 22: Omroepsignaaltransmissie via satelliet

### 1.2.3.6 Omroepsignaaltransmissie via OTT

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

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

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

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

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

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

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

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE WEB-TV

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

Tabel 23: Web tv-toepassingen in Vlaanderen

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

Voorbeelden van zulke geconnecteerde-tv-toepassingen zijn de Telenet TV flow-app (Telenet), Orange TV Lite (Orange) en App TV (TV Vlaanderen), zie Tabel 24. Via de Telenet TV flow-app van Telenet kunnen Telenetklanten live tv-kijken op smartphone, tablet of computer. Eenzelfde principe geldt voor de diensten van Orange of TV Vlaanderen. In 2019 lanceerde Telenet het televisieaanbod 'Tadaam', dat via IP-techniek aangeboden wordt in combinatie met een mobiel breedband abonnement, en via een tv-app beschikbaar is. Via deze tv-app kan de klant momenteel toegang krijgen tot een 30-tal televisie omroepprogramma's. Telenet breidde in 2024 het aanbod van zijn mobiele submerk BASE uit met internet en televisie en zette daarbij het mes in de prijzen. De telecomgroep wil zo het zuiden van het land veroveren, en kan met het budgetmerk een dam opwerpen tegen nieuwkomer Digi. BASE heeft ook een geconnecteerde-tv-toepassing.

## OMROEPSIGNAALTRANSMISSIE OTT

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

Tabel 24: omroepsignaaltransmissie OTT

## 1.3 GESCHREVEN PERS

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

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

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

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

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

In de digitale markt, waar de aggregatie centraal staat, worden de klassieke spelers zoals uitgevers steeds meer verdrongen door spelers die van oorsprong distributeurs waren. De uitgeverijen controleren nog een aanzienlijk deel van deze markt via hun verschillende websites en apps (directe toegang), maar ervaren dus concurrentie. Enerzijds vinden lezers nieuws namelijk steeds meer via sociale media (indirecte toegang / side door). Anderzijds zijn er digitale nieuwsaggregatoren (bv. Google News Showcase) en AI-toepassingen (bv. ChatGPT).

Uit het Digital News Report blijkt dat Vlaamse nieuwsgebruikers over het algemeen positief staan tegenover personalisatie in het nieuws. De helft van deze gebruikers voelt zich echter niet op zijn gemak bij artificiële intelligentie als nieuwsproducent.[196]

Eind 2024 bereikte Google een akkoord met de Vlaamse uitgevers DPG Media, Mediahuis en Roularta om een selectie van hun artikels gratis op zijn nieuwsplatform Google News Showcase te mogen publiceren.[197] In 2023 bereikte Google al een akkoord met de Waalse uitgevers en Mediafin.

Soortgelijke overeenkomsten met internationale AI-bedrijven (bv. OpenAI) zijn er nog niet. De meeste AI-chatbots en -systemen zijn echter getraind op grote hoeveelheden internetdata, waaronder auteursrechtelijk beschermd werk, en kunnen samenvattingen maken van actueel nieuws. In het buitenland spannen sommige uitgevers daarom rechtszaken aan, anderen sluiten overeenkomsten.

Volgens de Europese federatie European News Media dreigt er een kloof te ontstaan tussen grote (internationale) uitgevers en kleinere (nationale / lokale) uitgevers. De grote uitgevers worden namelijk als eerste benaderd door bijvoorbeeld Google of OpenAI en kunnen via deze overeenkomsten extra middelen binnenhalen. Volgens de federatie kan dat problematisch worden voor de pluriformiteit van de nieuwsvoorziening in Europa. In Nederland zijn de uitgevers van plan om gezamenlijk te onderhandelen. In

196 Truyens, P., Vis, S., Van de Wouwer, S., & Picone, I. (juni 2025). Policy Brief #86 Digital News Report 2025: Flemish news use remains stable but challenged by information overload, AI and concerns about disinformation. VUB SMIT. https://smit.research.vub.be/en/policy-brief-86-digital-news-report-2025-flemish-news-use-remains-stable-but-challenged-by

197 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.

Vlaanderen ontbreekt (momenteel) eenzelfde aanpak.[198]

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

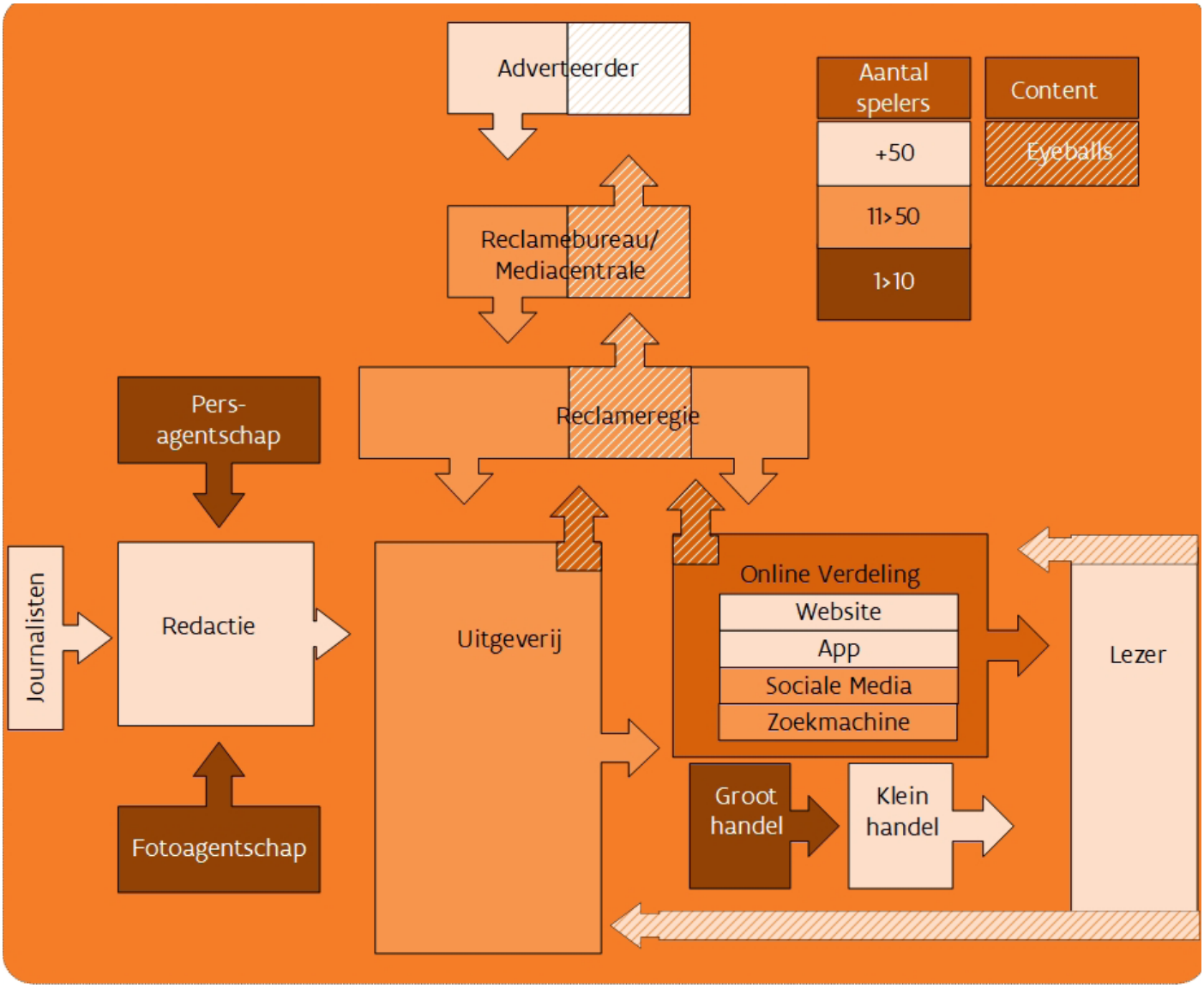
Een mediacentrale verdeelt het budget van de adverteerder tussen de reclameruimten binnen de verschillende mediavormen (internet, pers, radio, televisie ...) opdat de adverteerder het juiste doelpubliek bereikt. Op basis van deze verdeling worden door de mediacentrales afspraken gemaakt met de reclameregies.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

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

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

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

198 De Standaard, Deckmyn, D., "Vlaamse uitgevers: "Nog geen deal met AI-bedrijven in zicht"", 20 februari 2025.




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

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

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

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

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

### 1.3.1 Contentleveranciers

Een publicatie wordt samengesteld uit verschillende redactionele bijdragen. Deze vormen het voornaamste

onderdeel van een dagblad of magazine. Enerzijds zorgen eigen redacties en (freelance) journalisten zelf voor de aanlevering van het nieuws. Anderzijds doen kranten en tijdschriften beroep op (inter)nationale persbureaus en fotoagentschappen.

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

#### 1.3.1.1 Redacties

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

Een redactie heeft vaak meerdere deelredacties. Traditioneel bestaan er deelredacties voor onder meer politiek, binnenland, buitenland, cultuur, economie en sport. Aangezien artikels ook voor websites gebruikt worden, werd vroeger vaak een opsplitsing gemaakt tussen redacties die zich enkel bezighouden met geschreven media en deze gericht op online media. Vandaag de dag zien we echter een inkanteling van deze redacties. DPG Media nam het voortouw met News City, de geïntegreerde redactiestructuur boven Het Laatste Nieuws, HLN.be, VTM en de radiozenders en magazines van de groep. Mediahuis volgde dit jaar door zijn kranten Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen onder één algemene hoofdredacteur te brengen. Dit leidde tot bezorgdheid bij de GvA-redactie over het verlies van eigenheid en mogelijke ontslagen.[199]

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

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

Elke vijf jaar wordt het profiel van de Belgische journalisten in kaart gebracht. Uit de meest recente resultaten (2023) blijkt dat de gemiddelde journalist een blanke man van middelbare leeftijd met een hoog opleidingsniveau blijft.[200]

**INFOFRAGMENT 12: SOORTEN JOURNALISTEN**

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

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

In 2025 waren er 2.519 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten en 171 journalisten van beroep (vakpers/ periodieke pers). Deze kunnen verder onderverdeeld worden als volgt:

- Dagbladjournalisten: 611 (enkel loontrekkenden)

199 VRT NWS, Van Chaze, S., & Vandekeybus, B., "Liesbeth Van Impe wordt hoofdredacteur van Het Nieuwsblad én Gazet van Antwerpen, redactie uit bezorgdheid in open brief", 23 april 2025.
200 VVJ, "NIEUWE PROFIELSCHETS VAN DE BELGISCHE JOURNALIST", https://journalist.be/2023/06/nieuwe-profielschets-van-de-belgische-journalist, 21 juni 2023.

- Magazinejournalisten: 253 (enkel loontrekkenden), waarvan 87 journalisten van beroep
- Omroepjournalisten: 568 (enkel loontrekkenden)
- Freelance: 633 beroepsjournalisten en 64 journalisten van beroep
- Andere (persagentschappen, productiehuizen, autonome nieuwssites…): 454 beroepsjournalisten en 20 journalisten van beroep

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

Het samenvoegen van de twee statuten staat reeds enige tijd op de (politieke) agenda.[201] Tot op heden laat het eengemaakte beroepsstatuut echter op zich wachten.

Uit het jaarverslag van de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ)[202] blijkt dat in 2024 zowel het aantal beroepsjournalisten (2497) als het aantal journalisten van beroep (182) gestegen is ten opzichte van vorig jaar, met respectievelijk 80 en 10 journalisten. Ook ten opzichte van 2019 ligt het aantal beroepsjournalisten hoger in 2024 (+69 journalisten).[203] Het aantal stagiairs in 2024 (78) ligt dan weer iets lager zowel ten opzichte van 2023 (89 stagiairs) als 2019 (84 stagiairs).

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

## INFOFRAGMENT 13: PERSVRIJHEID IN EUROPA OP EEN KRITIEK PUNT

Dit jaar zakt België twee plaatsen naar de 18de plaats in de World Press Freedom Index[204] van Reporters Sans Frontières (RSF). Meer algemeen stelt RSF dat de persvrijheid in Europa een kritiek punt heeft bereikt. Zo staan journalisten onder toenemende druk door oorlogsgeweld, politieke beïnvloeding, strategische rechtszaken (SLAPP (Strategic Lawsuit against Public Participation)) en nieuwere technieken (bv. spywareschandalen).[205]

SLAPP verwijst naar het misbruiken van rechtsprocedures tegen o.a. (onderzoeks)journalisten, milieu- en mensenrechtenactivisten, burgerinitiatieven en academici. Om dit tegen te gaan, heeft de Europese Unie in 2024 de anti-SLAPP-richtlijn 2024/1069 aangenomen. Hierdoor zijn lidstaten verplicht om tegen 7 mei 2026 deze richtlijn in hun nationale wetgeving om te zetten. In België wordt hier al werk van gemaakt: een werkgroep heeft een modelwet opgesteld voor de minister van Justitie.[206] Meer informatie over deze werkgroep is terug te vinden op zijn website.[207]

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

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

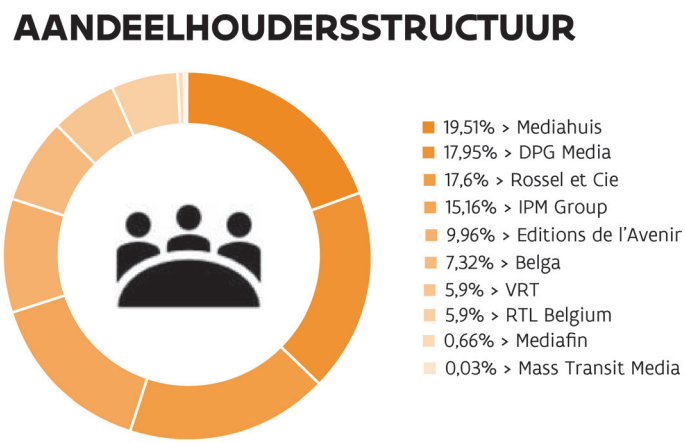
201 Journalistenloket, "Journalist van Beroep", https://www.journalistenloket.be/wie-is-journalist/
202 VVJ (2024), Jaarverslag 2024, https://www.journalist.be/sites/default/files/2024-12/VVJ-jaarverslag%202024.pdf
203 Een vergelijking bij het aantal journalisten van beroep ten opzichte van 2019 is niet mogelijk wegens geen historische cijfergegevens.
204 Reporters Sans Frontières, 2025, https://rsf.org/en/country/belgium.
205 VRT NWS, Van Immerzeele, L., "Persvrijheid in Europa onder druk: oorlog, politiek en rechtszaken bedreigen journalisten", 5 maart 2025.
206 Wolters Kluwer, "Anti-SLAPP-wetgeving", 17 maart 2025, https://www.wolterskluwer.com/nl-be/expert-insights/slapp
207 https://www.slapp.be/nl/over-ons

In 2023 keurde de Raad voor de Journalistiek nieuwe richtlijnen goed over het gebruik van artificiële intelligentie (AI) in de journalistiek. Er werd ook een nieuw artikel over transparantie omtrent het gebruik van AI toegevoegd aan hun Code.[208]

### 1.3.1.2 Pers- en fotoagentschappen

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

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




Figuur 9: Aandeelhoudersstructuur Persagentschap Belga nv
Bron: Belga

Een overzicht van de belangrijkste[209] persagentschappen is te vinden in Tabel 25.

**PERSAGENTSCHAPPEN**

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

Tabel 25: Persagentschappen in Vlaanderen

In Tabel 26 worden de belangrijkste[210] fotoagentschappen verzameld.

208 Raad voor de Journalistiek, "Nieuwe richtlijn over het gebruik van artificiële intelligentie in de journalistiek", https://www.rvdj.be/nieuws/nieuwe-richtlijn-over-het-gebruik-van-artificiele-intelligentie-de-journalistiek.
209 Deze tabel is gebaseerd op de informatie op de websites van de Raad van de Journalistiek (http://www.rvdj.be/pagina/persagentschappen) en de VVJ (https://journalist.be/mediahuizen)
210 Gebaseerd op informatie op de websites van de Raad van de Journalistiek (http://www.rvdj.be/pagina/persagentschappen) en de VVJ (https://journalist.be/mediahuizen)

## FOTOAGENTSCHAPPEN

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

Tabel 26: Fotoagentschappen in Vlaanderen

### 1.3.1.3 Reclameregies en mediacentrales

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

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

Van 2014 tot begin 2021 werkten alle Vlaamse dagbladen met een interne regie. Een aantal jaren geleden deden er zich echter enkele belangrijke veranderingen voor. Ongeveer gelijktijdig kondigden enerzijds Roularta, Rossel en DPG Media en anderzijds Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media nieuwe samenwerkingen op vlak van advertentieverwerving aan.

Telenet (44,4%), Mediahuis (44,4%), Proximus (11,2%) en Pebble Media (geen aandeelhouder) richtten in 2022 de nieuwe nationale reclameregie Ads & Data op. Binnen de joint venture brengen de partijen hun portfolio's samen, wat resulteert in een aanzienlijk crossmediaal aanbod in televisie, video, audio, print, offline en online. De samenwerking is voornamelijk bedoeld als antwoord op DPG Media en de internationale platformen zoals Google en Facebook op de markt van digitale advertenties. Roularta, Rossel en DPG Media bundelden dan weer de krachten binnen een verenigd nationaal advertentieaanbod voor magazines onder de koepelnaam 'Magixx'. Begin 2025 trad het Waalse mediabedrijf IPM toe tot het Magixx-platform.[211]

In Tabel 27 staan de huidige reclameregies opgesomd.

## RECLAMEREGIE DAGBLADEN

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

Tabel 27: Reclameregies voor de Vlaamse betalende dagbladen

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

211 Mediaspecs, "Magixx verwelkomt IPM en lanceert TV-pakket", https://www.mediaspecs.be/magixx-voegt-ipm-toe-en-lanceert-tv-pakket/, 13 februari 2025.

De meeste gratis bladen zorgen intern voor de reclameregie.

Voor de volledigheid lijst Tabel 28 de mediacentrales in België op.[212] Een mediacentrale verdeelt het budget van de adverteerder tussen de reclameruimten binnen de verschillende mediavormen (internet, pers, radio, televisie, cinema, out of home...). Sommigen zijn, als business unit of als dochteronderneming, deel van een groep. Tussen haakjes staan de groepen waartoe ze behoren.

In januari 2024 werden MediaCom en EssenceMediacom geïntegreerd in één team.[213] Op 30 juli 2024 werd MediaCom (MediaCom Belgium nv) stopgezet wegens fusie door overneming.

Op 31 december 2023 zette Zigt Media Backoffice (buitenlandse entiteit) zijn Belgische activiteiten stop.

Op 1 juli 2025 veranderde GroupM Belgium nv van naam naar WPP Media Belgium nv.

## MEDIACENTRALES

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|
| Billups nv (-) | 464972765 |
| Dentsu Belgium bv (Dentsu) | 766997311 |
| EssenceMediacom Belgium nv (Group M) | 867332329 |
| Havas Media Belgium nv (-) | 476461723 |
| Initiative (Mediabrands Belgium nv) | 430415229 |
| IO Group nv (-) | 712677311 |
| Mediaplus Belgium nv (Serviceplan) | 661635416 |
| MindShare nv (Group M) | 427832356 |
| MMS Communications Belgium bv (Publicis Groupe- | 427878975 |
| OMD nv (Omnicom Media Group) | 439836503 |
| Omnicom Media Group bv (Omnicom Media Group) | 439833038 |
| PHD Media nv (Omnicom Media Group) | 461882326 |
| Rapport (Mediabrands Belgium nv) | 430415229 |
| Reprise (Mediabrands Belgium nv) | 430415229 |
| Semetis bv (Omnicom Media Group) | 810426189 |
| Space nv (-) | 431666727 |
| Universal Media (Mediabrands Belgium nv) | 430415229 |
| Wavemaker nv (Group M) | 449462069 |
| WPP Media Belgium nv (GroupM) | 808488961 |

Tabel 28: Mediacentrales in België[214]

### 1.3.2 Aggregatie: uitgevers

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

#### 1.3.2.1 Uitgeverijen van dagbladen

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

Elk dagblad heeft ook een digitale editie, een nieuwswebsite en -app, en is aanwezig op sociale media.

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

213 Mediaspecs, "MediaCom en EssenceMediacom voortaan één geïntegreerd team", https://www.mediaspecs.be/mediacom-en-essencemediacom-voortaan-een-geinte-greerd-team/, 18 januari 2024.

214 Deze tabel is gebaseerd op de bureaus en filialen die bijdroegen aan de cijfers van het UMA-totaal in de UMA-UBA Digital Benchmark 2024.

Tegenwoordig kan je je abonneren op de papieren krant, de digitale krant en/of een mobiel abonnement dat toegang geeft tot alle betalende content op de website en de app. Deze abonnementsmogelijkheden kunnen ook gecombineerd worden.

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

De Tijd, hoewel gespecialiseerd in economische berichtgeving, levert ook inspanningen in de richting van algemenere berichtgeving en zou dan ook tot de categorie van "kwaliteitskranten" gerekend kunnen worden. In haar beslissing van mei 2017 met betrekking tot de uitbreiding van de activiteiten van Mediahuis nv, rekent de Belgische Mededingingsautoriteit De Tijd tot een aparte categorie 'zakenkranten'.[215]

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

Kranten die tot dezelfde mediagroep behoren delen vaak bepaalde inhoud. Zo wordt er veel content van Het Nieuwsblad gebruikt in Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. Mediahuis bundelt sinds 2022 online ook haar Antwerpse regionale media Gazet van Antwerpen en ATV. De twee delen voortaan site en app.[216] Sinds begin 2025 staan Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen onder één algemene hoofdredacteur. Gazet van Antwerpen behoudt wel een eigen hoofdredacteur en het blijven twee aparte titels.[217]

Uit een recente dataduik van Mediapunt blijkt dat in het algemeen de nieuwsdiversiteit tussen 2013 en 2023 is toegenomen, maar dat kranten die tot dezelfde mediagroep behoren meer overlap vertonen in welke nieuwsverhalen ze brengen. Zo is de gemiddelde inhoudelijke overlap tussen de Mediahuis-kranten, in tegenstelling tot de andere mediagroepen, gestegen. Voornamelijk Het Nieuwsblad – Gazet van Antwerpen – Het Belang van Limburg tonen een significante overlap. De overlap tussen De Standaard en Het Nieuwsblad daalde daarentegen.[218]

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

De krantensector heeft enige tijd geleden enkele grote wijzigingen ondergaan. Na de aandelenoverdracht in Medialaan van Roularta aan De Persgroep, werd Medialaan integraal deel van De Persgroep, dat nu DPG Media noemt. In ruil droeg De Persgroep (DPG Media) haar aandelen in Mediafin, uitgever van De Tijd, over aan Roularta.[219] Momenteel zijn er dus drie bedrijven actief, met name Mediahuis, DPG Media en Roularta.

In navolging van deze wijzigingen bracht DPG Media in 2018 al haar nieuwsredacties, waaronder Het Laatste Nieuws, HLN.be, Dag Allemaal en VTM Nieuws onder in News City.[220]

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

215 BMA, "17-CC-14 Mediahuis 3.0", https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/17-cc-14-mediahuis-30.
216 De Tijd, Serrure, B., "Mediahuis schuift Antwerpse media online in elkaar", 22 maart 2022.
217 VRT NWS, Van Chaze, S., & Vandekeybus, B., "Liesbeth Van Impe wordt hoofdredacteur van Het Nieuwsblad én Gazet van Antwerpen, redactie uit bezorgdheid in open brief", 23 april 2025.
218 Thys, J. (4 juli 2025). Meer mediaconcentratie, minder nieuwsdiversiteit. Of toch niet?. Mediapunt. https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/meer-mediaconcentratie-minder-nieuwsdiversiteit-of-toch-niet
219 Meer informatie hieromtrent is terug te vinden in het Mediaconcentratierapport 2019, pagina 64
220 De Tijd, Smolders, T., "Redacties De Persgroep en Medialaan smelten samen", 22 maart 2018.

## UITGEVERIJEN BETALENDE DAGBLADEN

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

Tabel 29: Uitgeverijen betalende dagbladen

Eind november 2024 lanceerde De Tijd (Mediafin) een nieuw format: De Tijd Shorts. Met korte, informatieve video's wil het zijn publiek snel en grondig informeren over een onderwerp.[221]

Eind december 2024 nam Mediafin het onafhankelijke marktonderzoeksbureau Profacts over.[222]

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

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

Mediahuis lanceerde in 2023 het jongerenabonnement "-26 plus" waarbij het jongeren van 18 t.e.m. 25 jaar poogt warm te maken voor een nieuwsabonnement. In de formule krijgen jongeren voor €1 per week online toegang tot alle Vlaamse kranten van de Mediahuisgroep. Deze toegang omvat zowel de website als de digitale versie van de kranten.[223]

Uit de meest recente Digimeter[224] blijkt dat van deze doelgroep 68% (+ 3 procentpunten (pp) t.o.v. vorig jaar) dagelijks nieuws volgt. Algemeen is dit 88% van de Vlamingen. 72% van de 18-24-jarigen (+3 pp) vindt het belangrijk om het nieuws te volgen.

Uit een andere studie, de tweejaarlijkse Nieuwsbarometer[225] die peilt naar nieuwsgebruik en mediawijsheid van Vlaamse jongeren tussen 12 en 26 jaar, blijkt dat 55% van de jongeren actief met nieuws bezig is en 43% de weg vindt naar nieuwsapps en -sites. Het gebruik van papieren kranten en tijdschriften daalt opnieuw, met slechts 14% van de jongeren die dit nieuwskanaal gebruikt op wekelijkse basis.

## AANTAL REGIONALE EDITIES NATIONALE KRANTEN

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

Tabel 30: aantal regionale edities nationale kranten
Bron: belga.press

221 Mediaspecs, "Lancering van De Tijd Shorts: korte video's, grote inzichten", https://www.mediaspecs.be/lancering-van-de-tijd-shorts-korte-videos-grote-inzichten/, 29 november 2024.
222 Mediaspecs, "Mediafin neemt Profacts over", https://www.mediaspecs.be/mediafin-neemt-profacts-over/, 20 december 2024.
223 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis lanceert jongerenabonnement: 'Kranten zijn belangrijk tegen desinformatie'", 21 september 2023.
224 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. p. 33. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.
225 Boesman, J., De Vooght, E., Desimpelaere, L., Denecker, F. (2025). Nieuwsbarometer 2025, p. 25. Arteveldehogeschool.

DPG Media, Mediahuis en Mediafin, die samen de zeven bovenstaande betalende kranten uitgeven, hebben zich verenigd in de Vlaamse Nieuwsmedia. Dit is de associatie van de Vlaamse nieuwsuitgevers, met als doel de promotie van de Vlaamse nieuwsindustrie als innovatieve en duurzame groeisector met een bijzondere culturele en economische waarde. Daarnaast bevordert ze de economische, commerciële en financiële belangen van de bedrijven die ze vertegenwoordigt. De Vlaamse Nieuwsmedia is als vereniging op haar beurt aangesloten bij de Vereniging van de Raad voor de Journalistiek.[226]

Het enige gratis dagblad, Metro, stopte eind 2023 omdat het businessmodel niet langer financieel haalbaar was. Boosdoeners waren de snel veranderende advertentiemarkt en het verminderde aantal treinpendelaars.[227] Uitgever Mass Transit Media nv is stopgezet op 12 november 2024.

#### 1.3.2.2 Uitgeverijen van tijdschriften

Er bestaat in Vlaanderen een gevarieerd aanbod van honderden periodieke bladen, uitgebracht door verschillende uitgeverijen. Tijdschriften kunnen in verschillende categorieën worden ondergebracht. Magazinefederatie We Media organiseert zich in vier departementen.[228]

- Business-to-consumer press: publieksbladen en gespecialiseerde pers
- Business-to-business press: vakbladen
- Free press: huis-aan-huisbladen, gratis magazines en gratis kranten
- Community & cultural press: ledenbladen en socio-culturele magazines

In 2024 kondigden de tijdschriftenuitgevers Roularta, IPM, Rossel en DPG Media hun vertrek aan bij magazinefederatie We Media als gevolg van een aantal gewijzigde noden en behoeften. Zij sloten zich met hun magazines aan bij de krantenfederaties VNM en Lapresse.be. In navolging hiervan vernieuwde We Media eind 2024 zijn structuur en zijn Raad van Bestuur.[229]

In mei 2025 zetten bovenstaande tijdschriftenuitgevers, aangevuld met Mediahuis, een nieuw samenwerkingsverband op poten: de Belgian Publishing Experience (BPX). Hiermee willen ze het belang en de impact van lokale nieuwsmedia en magazines opnieuw onder de aandacht brengen bij adverteerders. Volgens BPX zijn kwalitatieve, betrouwbare en lokaal verankerde media essentieel voor een goed functionerende democratie, zeker in tijden van desinformatie.[230] Midden juli 2025 publiceerde BPX een open brief in alle Belgische dagbladen met als doel Belgische adverteerders en mediaplanners aan te moedigen om te adverteren in Belgische lokale media.[231]

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

Omdat het onmogelijk is de volledige markt voor publieke tijdschriften overzichtelijk op te nemen in dit rapport, bevat Tabel 31 een selectie van de belangrijkste uitgeverijen van publieksbladen in Vlaanderen en de titels die ze uitgeven. De selectie is gebaseerd op de aangesloten leden van We Media en werd verder aangevuld met enkele andere populaire periodieke bladen.[232] Sommige periodieke bladen zijn bijlagen van kranten. Ze zijn hier ook opgenomen omdat ze wel degelijk concurreren met andere periodieke bladen (vooral wat advertentie-inkomsten betreft) en soms los van de krant gedistribueerd worden. Roularta verdeelt ook enkele vakbladen, deze zijn voor de volledigheid ook in de tabel opgenomen.

226 Vlaamse Nieuwsmedia, https://www.vlaamsenieuwsmedia.be/, 17 juni 2025.
227 VRT NWS, Gebruers, S., ""Het verdienmodel staat al lang sterk onder druk": hoe de val van Metro bij experten niet als een verrassing kwam", 23 oktober 2023.
228 We Media, "Organisatie", https://wemedia.be/organisatie/, 17 juni 2025.
229 Mediaspecs, "Nieuwe structuur van WE MEDIA", https://www.mediaspecs.be/nieuwe-structuur-we-media/, 29 november 2024.
230 Mediaspecs, "Lancering van BPX: Belgische uitgevers werken samen en benadrukken de kracht van goede journalistiek", https://www.mediaspecs.be/lancering-van-bpx-belgische-uitgevers-werken-samen-en-benadrukken-de-kracht-van-goede-journalistiek/, 23 mei 2025.
231 Mediaspecs, "Open brief van BPX in de Belgische dagbladen", https://www.mediaspecs.be/open-brief-van-bpx-wakker-worden-het-is-tijd-voor-de-belgische-droom/, 19 juli 2025.
232 We Media, "Members", https://wemedia.be/b2c/members/, 16 juni 2025.

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

In het verleden waren er enkele crossmediale initiatieven op de magazinemarkt waarbij getracht werd om het magazinegevoel door te trekken op andere platformen zoals website en sociale media. Voorbeelden hiervan zijn Story FM en Libelle TV van het vroegere Sanoma (door herstructureringen zijn deze activiteiten afgestoten) of Vitaya magazine van Medialaan (nu DPG Media; Vitaya magazine ging op in het magazine Goed Gevoel). Doe-het-zelf-merk Dobbit heeft wel nog magazines en een tv-zender. Een ander voorbeeld is de omdoping van Roularta's zakenzender Kanaal Z in Trends Z[233] dit jaar nadat het in 2022 de redacties van Trends en Kanaal Z samenvoegde tot één redactie voor het weekblad, de website en de zender.

De coronacrisis versnelde de convergentie tussen het papieren en digitale medium bij tijdschriften, al verloopt dit nog steeds minder vlot dan bij de kranten. Zo hebben digitale edities van tijdschriften beduidend lagere verkoopcijfers. Uitgevers zoals Roularta (met Mijn Magazines)[234] en DPG Media (met Tijdschrift.be)[235] lanceerden platformen, bereikbaar via website en app, die via één abonnement toegang geven tot tientallen digitale magazines.

Hieronder geven we enkele voorbeelden van magazines die de voorbije jaren verdwenen of opgingen in elkaar.[236] Een bewijs van de druk die er op de magazinemarkt rust.

Eind 2021 stopte DPG Media met het maandblad Ik Ga Bouwen en verving het door haar digitale services.

In 2022 werden de recent opgerichte tijdschriften Wilfried en Eddy stopgezet wegens verlieslatend. Tevens doekte Roularta dat jaar het gezondheidsblad Bodytalk op en fuseerden Autogids en Autowereld tot één magazine.

In 2023 stopte Roularta met het maandblad Sport/Voetbalmagazine wegens moeilijke marktomstandigheden. Ook magazine La Maison Victor deed dat jaar de boeken toe. Verder besliste Mediageuzen om Culinaire Ambiance enkel nog digitaal uit te brengen, met digitale hulp op basis van artificiële intelligentie om personalisatie aan te bieden.

In 2024 smolten de twee bijlages van Het Belang van Limburg (HBvL Plus en Goesting) samen tot één papieren weekendbijlage (WKND Limburg). Professional Media Group nam de vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication over van Roularta. DPG Media herzag zijn woon- en decomagazines met een samensmelting (van Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en Eigen Huis & Interieur in Stijlvol Wonen) en een nieuwe benaming (Wonen Landelijke Stijl werd vtwonen Landelijk). Ventures Media haalde het tijdschrift Forbes naar België en Luxemburg. Tot slot verving Tertio Millennio met het gedrukte weekblad door een magazine.

In 2025 gaf Gemex Publishing te kennen dat de magazines Landelijk Wonen, Tijdloos Wonen en To The Point niet langer in zijn bezit zijn. Verder gaf MediaNation aan dat het zijn print magazines (Goodbye en Gezond) niet langer uitgeeft. Mediahuis vernieuwde dan weer zijn weekendaanbod met WKND, een bijlage die NU en Check samenbrengt, als een volgende stap in de digitale transformatie van de krant Het Nieuwsblad.[237] Dit jaar kocht Professional Media Group opnieuw drie vakbladen over van Roularta Media Group, met name Artsenkrant, De Apotheker en AK – Hospitals. Roularta zag er binnen het eigen portfolio te weinig groeimogelijkheden voor.[238] Roularta besliste ook om de Nederlandse en Belgische versies van Plus Magazine dichter bij elkaar te brengen waardoor er zeven ontslagen waren op de redactie van Plus Magazine.[239] Eind augustus verkocht Roularta nog eens vijf gespecialiseerde tijdschriften, waaronder Fiscoloog, aan de Brusselse juridische uitgeverij LeA Group.[240] Tot slot breidt L'Eventail (eigendom van High Level Communication & l'éventail) zijn aanbod uit met een Nederlandstalige component. Het festivaldossier dat gewijd is aan Knokke alsook de website zijn voor het eerst

233 De Tijd, Broens, B., "Zakenzender Kanaal Z wordt na 26 jaar Trends Z", 25 juni 2025.
234 Voor meer informatie, zie: https://www.mijnmagazines.be/
235 Voor meer informatie, zie: https://www.tijdschrift.be/
236 Voor meer informatie over de veranderingen en de bijhorende bronverwijzing kan u best het mediaconcentratierapport van dat jaar raadplegen.
237 Mediaspecs, "Nieuwsblad lanceert nieuwe weekendbijlage WKND", https://www.mediaspecs.be/nieuwsblad-lanceert-nieuwe-weekendbijlage-wknd/, 24 april 2025.
238 De Tijd, Broens, B., "Roularta verkoopt Artsenkrant en twee andere vakbladen aan PMG", 19 maart 2025.
239 Gazet van Antwerpen, "Zeven ontslagen op redactie van Plus Magazine", 6 juni 2025.
240 De Tijd, Schoofs, N., Nerinckx, E., & Broens, B., "Roularta: 'Een beursexit is geen prioriteit meer'", 22 augustus 2025.

in het Nederlands beschikbaar.[241]

## UITGEVERIJEN PERIODIEKE BLADEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | RECLAMEREGIE | PUBLICATIE | FREQUENTIE |
|---|---|---|---|---|
| Bloom bv | 430009908 | Intern | Bloom | 8 nummers per jaar |
| Blue Pixl Media bv | 735567727 | Intern | Clickx | 12 nummers per jaar |
| | | | Shoot | 8 nummers per jaar |
| De Deeluitgeverij bv | 725510411 | Intern | #ByYou Magazine | 13 nummers per jaar |
| | | | Bahamontes | 4 nummers per jaar |
| | | | Motoren & Toerisme | 7 nummers per jaar |
| De Werktitel cv | 841795989 | n.v.t | Apache Magazine | 4 nummers per jaar |
| Dobbit nv | 454023544 | Intern | Dobbit Magazine | 6 nummers per jaar |
| DPG Media nv | 432306234 | Intern | Dag Allemaal | weekblad |
| | | | Goed Gevoel / Vitaya Magazine | maandblad |
| | | | Humo | weekblad |
| | | | Magazine | weekblad |
| | | | Nina | weekblad |
| | | | Primo magazine en TV gids | weekblad |
| | | | Stijlvol Wonen | maandblad |
| | | | Story | weekblad |
| | | | TeVe-Blad | weekblad |
| | | | TV Familie/Blik | weekblad |
| | | | Vtwonen | 13 nummers per jaar |
| | | | Vtwonen Landelijk | maandblad |
| Edition Ventures Woman nv | 480152077 | Intern | Elle (met submerken Elle Decoration, Elle Eten en Elle Gezondheid) | 9 nummers per jaar |
| | | | L'officiel | 5 nummers per jaar |
| | | | Marie-Claire | 9 nummers per jaar |
| Editions Maglife bv | 821495770 | Intern | Fifty & Me Magazine | 4 nummers per jaar |
| Eos Wetenschap vzw | 725701837 | Extern (De Deeluitgeverij bv 725510411) | Eos Psyche & Brein | 6 nummers per jaar |
| | | | Eos Wetenschap / Specials | 11 nummers per jaar |
| Gemex Publishing bv | 432747187 | Intern | Special Bloemschikken | 5 nummers per jaar |
| High Level Communication & l'éventail nv | 862612981 | Intern | Gentleman & Ladies | 4 nummers per jaar |
| | | | L'Eventail | 1 nummer per jaar |
| | | | Play Golf | 4 nummers per jaar |
| | | | Play Tennis & Padel | 2 nummers per jaar |
| | | | Zoute Paper | 3 nummers per jaar |
| Katholieke Mediagroep nv | 405998646 | Extern (Trevi Plus bv 807842427) | Kerk en Leven | weekblad |
| Mediafin nv | 404800301 | Intern | De Belegger | weekblad |
| | | | De Tijd – Mijn Geld | 4 nummers per jaar |
| | | | Fonds | Maandblad |
| | | | Sabato | weekblad |
| | | | Wealth | 2 nummers per jaar |
| Mediahuis nv | 439849666 | Extern (Ads & Data nv 809309701) | Billie | weekblad |
| | | | Citta | weekblad |
| | | | De Markt | weekblad |
| | | | De Standaard Magazine | weekblad |
| | | | DS Weekblad | weekblad |
| | | | Go For Happy Magazine | 4 nummers per jaar |
| | | | WKND Limburg | weekblad |
| | | | WKND | weekblad |

241 Mediaspecs, "L'Eventail breidt uit met Nederlandstalig aanbod", https://www.mediaspecs.be/leventail-magazine-breidt-uit-met-nederlandstalig-aanbod/, 15 april 2025.

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | RECLAMEREGIE | PUBLICATIE | FREQUENTIE |
|---|---|---|---|---|
| Motorrijder bv | 888211083 | Intern | Motorrijder | Maandelijks |
| Perruptio bv i.s.m. Stem int kapittel vzw | 715631158 i.s.m. 521886427 | Intern | Doorbraak Magazine | 4 nummers per jaar |
| Produpress nv | 650876928 | Intern | Autogids / Miles | maandblad |
| Professional Media Editions nv | 440681985 | Extern (Professional Media Regie nv 456390839) | AK Hospitals | 3 nummers per jaar |
| | | | Artsenkrant | 20 nummers per jaar |
| | | | De Apotheker | 4 nummers per jaar |
| | | | Grafisch Nieuws | 9 nummers per jaar |
| | | | Media & Communication | 4 nummers per jaar |
| | | | Verpakking & Label | 4 nummers per jaar |
| Psycho Media Belgium nv | 426759715 | Intern (Ventures Media) | Psychologies | 4 nummers per jaar |
| rekto:verso vzw | 862153915 | Intern | rekto:verso | 4 nummers per jaar |
| Roularta Media Group nv | 434278896 | Intern | Datanews | maandelijks |
| | | | Feeling | maandelijks |
| | | | Flair | weekblad |
| | | | Knack | weekblad |
| | | | Knack Extra | 9 nummers per jaar |
| | | | Knack Focus | weekblad |
| | | | Knack Weekend (met sub-merk Weekend Black) | weekblad |
| | | | Krant van West-Vlaanderen | weekblad |
| | | | Libelle (met submerken Libelle Mama, Libelle Nest en Libelle Lekker) | weekblad |
| | | | Plus Magazine | maandelijks |
| | | | Sterck Magazine | 5 nummers per jaar |
| | | | Trends | weekblad |
| | | | Trends Style | 10 nummers per jaar |
| Tertio Millennio cvba | 467287404 | Extern (Trevi Plus bv 807842427) | Tertio | 11 nummers per jaar |
| Ventures Media nv | 437339742 | Intern | Actief Wonen | 4 nummers per jaar |
| | | | Farmassistent(e) | 9 nummers per jaar |
| | | | Forbes België | 4 nummers per jaar |
| | | | Forbes Luxemburg | 4 nummers per jaar |
| | | | Ideat | 4 nummers per jaar |
| | | | KH Magazine | 3 nummers per jaar |
| | | | Play Hockey | 1 nummer per jaar |
| | | | Top Santé | maandblad |
| Villas Decoration bv | 713865857 | Intern | VILLAS | 4 nummers per jaar |
| Wereldmediahuis vzw | 479817230 | Extern (Ademar bv 477885940) | Mo*Magazine | 4 nummers per jaar |

Tabel 31: Uitgeverijen periodieke bladen[242 243 244 245 246 247 248 249]

## INFOFRAGMENT 14: POGING OM ROULARTA VAN DE BEURS TE HALEN MISLUKT

Midden maart 2025 meldde de familie De Nolf dat het met haar investeringsvehikel Koinon de mediagroep Roularta Media Group, waar het samen met aanverwante personen en vennootschappen reeds 87,6% van in handen had, na 27 jaar van de beurs wou halen tegen een biedprijs van €15,50 per aandeel. Het bod

242 Als onafhankelijk nieuwsmedium aanvaardt Apache geen advertenties. Zij halen hun inkomsten uit abonnementen en coöperanten.
243 Dobbit NV maakt deel uit van de PMG-groep, de belangrijkste Vlaamse uitgever van B-to-B bladen. De VRM-administratie heeft er echter bewust voor gekozen om geen categorie business-to-business press op te nemen. Daarom vallen de meeste van hun publicaties buiten het opzet van het rapport.
244 De drie grootste magazinespelers, DPG Media, Roularta en Rossel, bieden adverteerders de mogelijkheid om vanuit één nationaal aanbod genaamd Magixx de lezers van hun magazinetitels te bereiken.
245 De abonnee kan zelf kiezen of de Eos Specials inbegrepen zijn in het abonnement op het Eos Magazine. Eos Specials verschijnen 4 keer per jaar.
246 L'Eventail verschijnt 9 keer per jaar in het Frans. Aangezien enkel het festivaldossier gelinkt aan Knokke in het Nederlands verschijnt wordt enkel dit nummer opgenomen in de tabel.
247 Het magazine Miles wordt verspreid in samenwerking met het magazine Auto Gids waarbij Miles als bijlage in Auto Gids is opgenomen.
248 Psycho Media Belgium nv is voor 100% in het bezit van Ventures Media nv (437339742).
249 Tertio Millennio cvba is stopgezet op 23 juni 2025. Het magazine wordt nu uitgegeven door Tertio Millennio vzw.

waardeerde Roularta op bijna €216 miljoen.[250]

De minderheidsaandeelhouders vonden het bod te laag, zeker omdat volgens hen de waarde van Roularta's belang van 50% in Mediafin (uitgever van De Tijd), onderschat wordt in de boekhouding van Roularta.[251]

Na afloop van de eerste biedronde midden juni 2025, haalde de familie De Nolf 93,13% van de Roularta-aandelen binnen, wat te weinig was om een uitkoopbod te doen. Daarvoor had het minstens 95% van de aandelen nodig én 90% van de aandelen waarop het bod betrekking had.[252]

Het bod werd heropend in een tweede biedronde, tegen dezelfde prijs, maar helaas zonder het verhoopte resultaat. Uiteindelijk kreeg de familie De Nolf en de met haar verbonden personen 93,61% van de aandelen in handen. Roularta blijft dus vooralsnog op de beurs.[253]

#### 1.3.2.3 Uitgeverijen van gratis bladen

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

Begin 2025 verdrievoudigde uitgever Themamedia het aantal edities van Passe-Partout opnieuw, naar 15 in totaal, om hyperlokaal te kunnen werken.[254] In hoofdstuk 3 gaan we dieper in op lokale nieuwsberichtgeving.

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

In 2022 werd BD Media de nieuwe eigenaar van De Grensverspreider. De overname betrof enkel de distributieactiviteiten. De krant van De Grensverspreider, de Grenskrant, bleef in eigendom van De Grensverspreider. Deze onderneming werd in 2024 stopgezet waarna een natuurlijk persoon de activiteit verder zette. Per 1 januari 2025 werd ook deze activiteit echter stopgezet vanwege de stijgende kosten voor papier, drukwerk, distributie en gemeentetaksen.

In 2025 stopte ook de huis-aan-huisbladen Content en MAXzine (Uitgeverij Intermedia) en Tips (uitgeverij Tips). Tips bestond 60 jaar, maar stopt omwille van bovenstaande redenen. Als hoofdreden wordt wel het maatschappelijk veralgemeend gebruik van het internet en de sociale media aangehaald.

In 2023 en 2024 breidde DB Media zijn portefeuille verder uit met de overnames van respectievelijk Folderbezorging Kempen en Paperboy.[255]

250 De Tijd, De Schamphelaere, J., & Sephiha, M., "Familie De Nolf wil mediagroep Roularta na 27 jaar van de beurs halen", 14 maart 2025.
251 De Tijd, Nerinckx, E., "Aandeelhouders kanten zich tegen 'te laag' overnamebod op Roularta", 21 maart 2025.
252 De Tijd, Nerinckx, E., "Minder dan helft aandeelhouders gaat in op overnamebod Roularta", 17 juni 2025.
253 De Tijd, Vermorgen, E., "Familie De Nolf mist opnieuw drempel om Roularta van beurs te halen", 30 juli 2025.
254 Mediaspecs, "Passe-Partout gaat hyperlokaal en verdriedubbelt aantal edities", https://www.mediaspecs.be/passe-partout-gaat-hyperlokaal-en-verdriedubbelt-aantal-edities/, 16 januari 2025.
255 Mediaspecs, "BD Media neemt West-Vlaamse folderbedeler Paperboy over", https://www.mediaspecs.be/bd-media-neemt-west-vlaamse-folderbedeler-paperboy-over/, 28 november 2024.

## UITGEVERIJEN GRATIS PERS

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | AANBOD |
|---|---|---|
| Bode van Schoten bv | 426062503 | Bode Van Schoten |
| | | Regionaal Magazine |
| Crescendo nv | 423685211 | Elite Reklaam |
| GDA bv | 456979866 | Goeiedag |
| Impuls Media bv | 883918636 | 't Gazetje |
| | | Aankondigingsblad |
| | | Etalage |
| | | Impuls |
| | | Kreatief |
| | | Standing |
| Roularta Media Group nv | 434278896 | De Zondag |
| | | DZ Magazine |
| | | Tam-Tam |
| Thema Media nv | 891510766 | De Nieuwe Omroeper |
| | | Passe-Partout |
| | | Rondom |
| Uitgeverij Intermedia nv | 449163250 | INuwGEMEENTE |
| | | Kempenklok |
| Vlaamse-Brusselse Media vzw | 547949238 | BRUZZ |

Tabel 32: Uitgeverijen gratis pers[256] [257]

### 1.3.3 Distributie: geschreven pers

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

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

In het geval van een abonnement brengt een postverdeler of een dagbladhandelaar het dagblad of tijdschrift rechtstreeks tot bij de consument aan huis. Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een vijfjarig krantenconcessie tussen de Belgische Staat en Bpost. Door mogelijke onregelmatigheden, zie het infofragment hieronder, ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. Sinds 1 juli 2024 is een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

#### INFOFRAGMENT 15: GESJOEMEL BIJ KRANTENCONCESSIE

De federale regering besliste in 2022 om de jaarlijkse subsidie voor de krantenbedeling te beperken, wat leidde tot een nieuwe aanbesteding. De Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) stelde echter mogelijke belangenvermenging vast tussen Bpost, DPG Media, Mediahuis en PPP. Het onderzoek leidde tot het stopzetten van de oorspronkelijke procedure en uiteindelijk werd beslist om geen nieuwe concessie te gunnen. In plaats daarvan werd een tijdelijk subsidiemodel ingevoerd. Dit model is gebaseerd op de bevolkingsdichtheid per gewest en loopt tot en met 2026.

De Vlaamse uitgevers DPG Media, Mediahuis en Mediafin kwamen in 2024 met Bpost overeen dat het gedurende

256 Uitgeverij Tips nv bestaat nog op het moment van redactie, maar aangezien het zonder aanbod is, wordt het niet langer vermeld in de tabel.
257 Het stadsmagazine Bruzz is gratis voor inwoners van het Brussels gewest. Wie buiten het gewest, België of Europa woont, betaalt respectievelijk €29, €162 of €192 per jaar.

deze tijdelijke regeling 70% van het totale volume van de distributie van kranten in de Vlaamse markt voor zijn rekening neemt. Concurrent PPP krijgt de overige 30%. Sinds september 2024 schuift Bpost deze verdeling geleidelijk door naar dochterbedrijf AMP, dat onderaannemers inschakelt. Dat houdt een kostendrukking in, wat een belangrijke eis was van de Vlaamse uitgevers.[258]

Deze manier van werken veroorzaakte echter ernstige leveringsproblemen, voornamelijk maar niet uitsluitend bij PPP en in Oost-Vlaanderen, met klachten over laattijdige of ontbrekende kranten. De voornaamste reden is een tekort aan krantenbezorgers. De Vlaamse uitgevers namen enkele noodmaatregelen zoals kiosken en krantencheques.[259]

Begin maart 2025 betrad BD Group, die reeds ervaring heeft met het verdelen van een aantal magazines van Roularta, de markt van krantenverdeling en boekte betere resultaten in enkele testzones.[260] Toch wordt verwacht dat de problemen pas tegen eind 2026 volledig opgelost zullen zijn.[261]

Naast de praktische problemen zijn er ook de juridische onderzoeken. De BMA voert sinds eind 2022 een onderzoek naar de mogelijk illegale marktafspraken. Het wil daarbij niet alleen ondernemingen vervolgen, maar voor het eerst ook individuen.[262] Daarnaast voert ook het Brusselse parket een onderzoek, al wacht het daarvoor eerst de uitspraak van het BMA-onderzoek af.[263]

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

In 2021 zette Bpost Ubiway Retail opnieuw te koop omdat het niet langer in zijn strategie paste.[264] In 2022 verkocht Bpost 170 winkels van Press Shop en Relay aan het gokbedrijf Golden Palace. Door kritiek uit politieke hoek werd de verkoopovereenkomst aangepast op vlak van gokactiviteiten waardoor deze in de krantenwinkels een nevenactiviteit moeten blijven.[265]

In 2024 rondde Bpost de overname van Staci Group, een Franse logistieke speler, af.[266]

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

## VERDELERS

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|
| AMP nv | 403482188 |
| Bpost nv | 214596464 |
| Imapress nv | 435810607 |
| PPP Belgium bv | 451600326 |
| Vlaamse Post nv | 846768527 |

Tabel 33: Verdelers van dagbladen en periodieke bladen[267]

VFP, de Vlaamse Federatie van Persverkopers, is de voornaamste beroepsorganisatie van de krantenwinkels.

258 Dit infofragment bouwt verder op eerdere informatie zoals vermeld in infofragment 7 van het mediaconcentratierapport 2024 (p. 75). De lezer kan voor meer gedetailleerde, historische informatie en bijhorende bronvermelding dit infofragment raadplegen.
259 VRT NWS, Uyttersprot, M., "Het blijft klachten regenen over sputterende krantenverdeling: "Deze week kreeg ik maar één keer mijn krant"", 13 maart 2025.
260 De Standaard, Dendooven, P., "BD is de hoop van geplaagde krantenabonnees", 8 maart 2025.
261 VRT NWS, Kesteleyn, E., ""Problemen met krantenbedeling pas tegen eind 2026 opgelost", volgens verdelers", 25 maart 2025.
262 VRT NWS, Santens, T., "Concurrentiewaakhond wil voor het eerst individuen vervolgen in zaak rond manipulatie bpost-subsidies", 21 september 2024.
263 De Tijd, Balboni, J., & Keszei, N., "Brussels parket onderzoekt wanpraktijken bij Bpost", 7 oktober 2023.
264 De Tijd, Sephiha, M., "Bpost zet Press Shops en Relays in de etalage", 29 april 2021.
265 VRT NWS, "Minister De Sutter laat deal tussen Bpost en Golden Palace aanpassen: "Voorkomen dat krantenwinkels goktenten worden"", 16 februari 2022.
266 Bpost Group (2024, 2 augustus). Staci maakt vanaf nu deel uit van bpostgroup en versterkt zo de Europese logistiekstrategie. [Persbericht]. http://prez.ly/r7Qc
267 AMP is voor 100% in handen van Bpost. In 2022 kocht AMP de Nederlandse persdistributeur Aldipress over.

Perstablo is de Vereniging voor Pers-, Tabak- en Kansspelverkopers.

Uit een parlementaire vraag in 2024 blijkt dat er eind 2023 bijna 20% minder krantenwinkels waren in Vlaanderen ten opzichte van eind 2018. Er werd daarom gepleit voor een actieplan om de sector te redden.[268]

Gratis bladen kunnen verspreid worden op verschillende wijzen. Sommige bladen worden verdeeld in displays die opgesteld staan in het straatbeeld of in winkels. Andere gratis bladen worden via huis-aan-huis-bedeling verdeeld.

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

## VERDELERS

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

Tabel 34: Verdelers gratis pers[269] [270]

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

Ook online kan een lezer kiezen voor ofwel een abonnement ofwel losse verkoop, al ligt het zwaartepunt heel sterk bij abonnementenverkoop. Sommige mediahuizen hebben de verkoop van de abonnementen of losse verkoop bij magazines gecentreerd op één of meerdere platformen, bijvoorbeeld Roularta (met Mijn Magazines) en DPG Media (met Tijdschrift.be). Hierdoor zijn er nog maar (zeer) weinig aparte apps voor de digitale edities van tijdschriften.

De meeste krantentitels hebben daarentegen wel nog afzonderlijke apps. Vaak is er een app voor hun digitale editie en nog een tweede app waar de lezer gratis/betalende nieuwsberichten kan lezen, vergelijkbaar met de website van de krant. Verschillende kranten sturen bovendien ook nieuwsupdates via mail en pushberichten via de browser of smartphone. Om de app bij de lezer te brengen, moet de uitgever via een derde partij werken, namelijk een appstore (of applicatiewinkel). De belangrijkste appstores zijn deze van de grote Amerikaanse bedrijven Google (Google Play) en Apple (App Store).

In 2022 trad een nieuwe auteurswet in werking, door de omzetting van de Europese DSM-richtlijn in Belgisch recht, die onder meer een persuitgeversrecht creëert. Dit recht stelt persuitgevers in staat hun nieuwsaanbod beter te valoriseren tegenover platforms zoals Google en Facebook. Deze platforms genereren aanzienlijke verkeer- en reclame-inkomsten dankzij nieuwsberichten van professionele media. Het persuitgeversrecht verplicht toestemming en een gepaste vergoeding voor het gebruik van journalistieke content, hoewel 'zeer korte fragmenten' hiervan zijn vrijgesteld. Uitgevers moeten vergoedingen delen met auteurs zoals journalisten en fotografen, en een commissie zal bemiddelen bij geschillen. Google en Meta hebben de wet aangevochten bij het Grondwettelijk Hof.

268 Het Laatste Nieuws, "Bijna vijfde minder krantenwinkels op 5 jaar tijd", 17 december 2024.
269 AMP is eigendom van Bpost.
270 Flyerco I is het voormalige Belgische Distributiedienst nv (BD Group nv).

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

De Belgische wetgever voerde niet alleen dit nieuw naburig recht in, maar bepaalde ook dat persuitgevers en zogenaamde dienstenverleners in de informatiemaatschappij (in het Engels "Information Society Service Providers" of ISSPs) te goeder trouw moeten onderhandelen over de verschuldigde vergoeding. Als er binnen vier maanden geen overeenstemming wordt bereikt, kan een van de partijen zich wenden tot het Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie (BIPT), dat zal beslissen over de hoogte van de vergoeding. De beslissingen van het BIPT kunnen worden aangevochten voor de lokale rechtbanken. Bovendien zijn ISSPs verplicht om persuitgevers actuele, relevante en volledige informatie te verstrekken over de exploitatie van perspublicaties binnen 1 maand na ontvangst van een desbetreffend verzoek.

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

Tevens wordt opgeworpen dat persartikels vaak achter betaalmuren worden gepubliceerd en dat ISSPs worden gedwongen om te betalen voor persartikels die niet eens toegankelijk zijn voor hun gebruikers.

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

Desondanks bereikte Google eind 2024 een akkoord met de Vlaamse uitgevers DPG Media, Mediahuis en Roularta om een selectie van hun artikels gratis op zijn nieuwsplatform (Google News Showcase) te mogen publiceren.[271] In 2023 bereikte Google al een akkoord met de Waalse uitgevers en Mediafin.

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

Tot slot worden steeds meer krantenwebsites voorzien van videosecties. Deze trend kadert binnen een convergentie tussen krantenwebsites en audiovisuele media. Met de omzetting van de AVMD-richtlijn in het decreet van 19 maart 2021 (Belgisch Staatsblad, 29 april 2021) vallen dergelijke afgescheiden videosecties onder het toepassingsgebied van het Mediadecreet (art 2, 26° a). Een losstaand gedeelte van een dienst, waarvan het hoofddoel het leveren van programma's is, zoals een op zichzelf staand deel van een online krant dat audiovisuele programma's bevat, kan namelijk als een niet-lineaire omroepdienst geclassificeerd worden. Bovendien werd de definitie van 'een programma' in het Mediadecreet aangepast waardoor short-form videoclips[272] hieronder vallen (art 2, 31°).

271 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.
272 Audiovisuele videocontent die minder dan tien minuten duurt.

## 1.4 INTERNET

Haast alle traditionele Vlaamse mediaspelers zijn aanwezig op het internet, minimaal in de vorm van een informatieve website. Er zijn ook nieuwssites en magazines die enkel een internetbestaan hebben zoals bijvoorbeeld DeWereldMorgen of Newsmonkey. Het is echter niet zo dat alle internettoepassingen tot de mediasector gerekend kunnen worden.

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

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

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

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

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

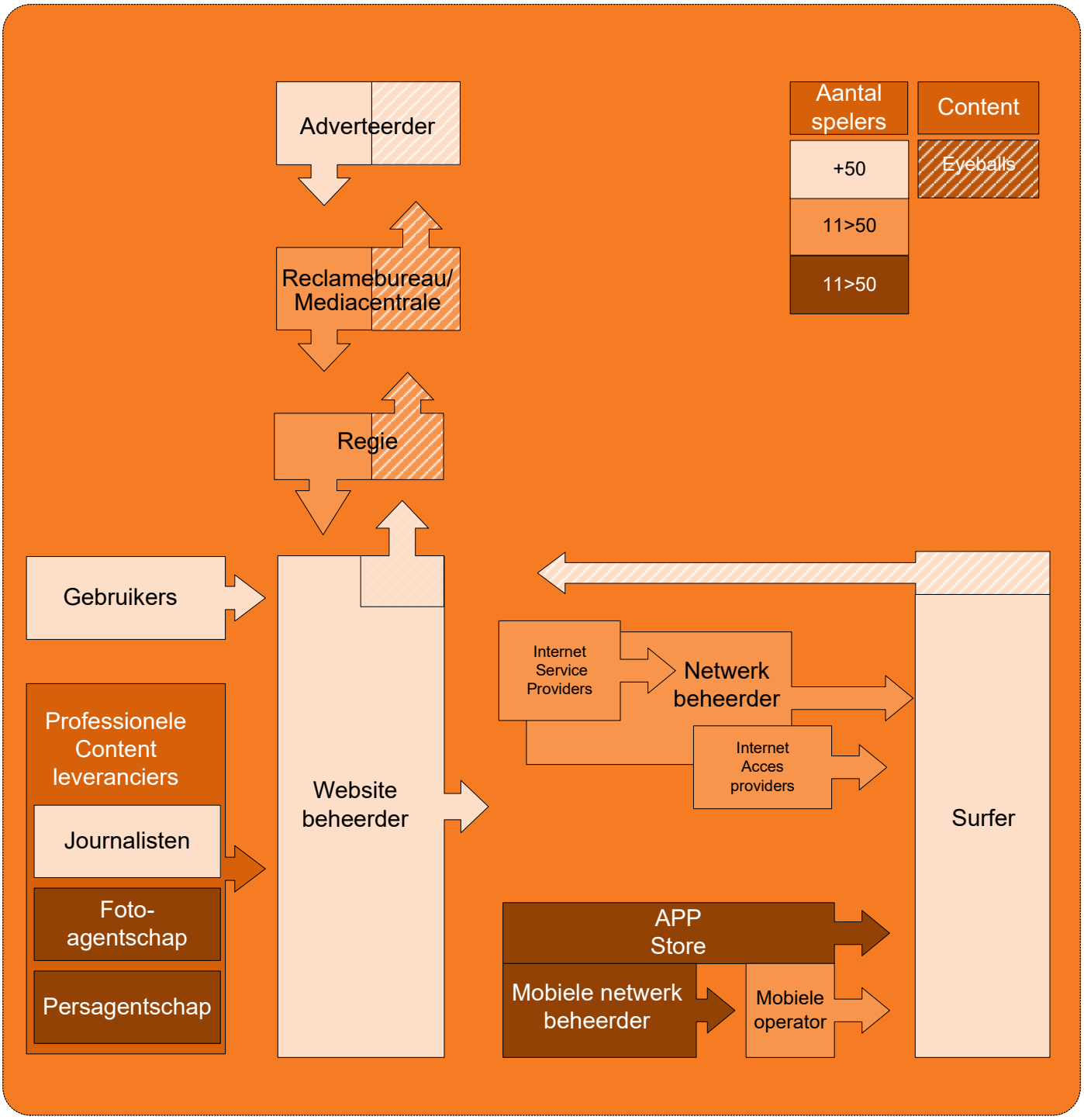
Bij sociale media is dit een bijzondere situatie. De VRM beschouwt hier het platform “Facebook” of “X” als de schakel ”aggregator”. Dit zijn echter Amerikaanse bedrijven. De traditionele Vlaamse media die aanwezig zijn op deze sites, hebben dus geen invloed op de aggregatieschakel. Net zoals de andere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

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

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

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

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




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

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

Door de aanpassing van artikel 218 § 2. 8° van het Mediadecreet, door het decreet ter (gedeeltelijke) omzetting van het Europees Wetboek voor Elektronische Communicatie (EWEC) van 2 juli 2021 (Belgisch Staatsblad 4 augustus 2021) werd de verplichting van de VRM om concentraties in de Vlaamse mediasector in kaart te brengen uitgebreid met de rapportering over de toestand van de markt voor elektronische communicatie. De VRM rapporteerde hierover reeds in het Mediaconcentratierapport, zij het louter voor de elementen die onder zijn bevoegdheid (Media) vallen. De federale regulator BIPT, die door de bevoegdheidsverdeling in België bevoegd is voor telecommunicatie, rapporteert hierover meer uitgebreid.

### 1.4.1 Contentleveranciers

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

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

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

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

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

Een opvallende buitenlandse mediatrend is dat politici en machthebbers steeds vaker klassieke media mijden en hun boodschap rechtstreeks brengen via sociale media en populaire online persoonlijkheden (bv. influencers en podcasters). Zo bereiken ze een groeiend, voornamelijk jong, deel van de bevolking, die nieuwsfluencers volgen. Experts waarschuwen echter dat onwaarheden zich op die manier, zonder kritische (tegen)vragen en factchecks, kunnen verspreiden, wat kan leiden tot informatiebubbels.[273] Om dit probleem te counteren werd de Verordening (EU) 2024/900 van het Europees Parlement en de Raad van 13 maart 2024 betreffende transparantie en gerichte politieke reclame aangenomen.

Uit de meest recente SMI Barometer[274] van Arteveldehogeschool en handelsfederatie Comeos, naar socialemediagebruik in België, blijkt dat het vertrouwen in commerciële influencer-marketing afneemt, maar de effectiviteit van influencers opvallend groot blijft. Zo ontdekte 47,2% van de jongeren een product via influencercontent. Omtrent sociale media als nieuwsbron blijkt dan weer dat jonge gebruikers (16-24 jaar) vaker Instagram en TikTok raadplegen. Meer algemeen blijkt dat enkel TikTok en WhatsApp het voorbije jaar meer gebruikers aantrokken, al blijft Instagram de populairste sociale media-app in ons land.

In augustus 2025 raakte bekend dat TikTok zijn volledige contentmoderatieteam in Berlijn wil ontslaan. De 150 werknemers, inclusief de Nederlandstalige moderatoren, zullen worden vervangen door artificiële intelligentie en onderaannemers.[275] Ook in Groot-Brittannië staan om dezelfde redenen honderden jobs op de helling.[276]

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

273 De Tijd, Serrure, B., "Vergeet de journalist, hier is de nieuwsfluencer", 8 januari 2025.
274 De Veirman, M., Desimpelaere, L., & Mollaert, E. (2025). SMI Barometer 2025. Social Media & Influencer Marketing Insights. Arteveldehogeschool.
275 De Standaard, "Tiktok ontslaat moderators in Berlijn", 2 augustus 2025.
276 Het Nieuwsblad, "Honderden jobs bij TikTok bedreigd in Groot-Brittannië, AI moet taken overnemen", 22 augustus 2025.

## VLAAMSE CONTENT CREATORS

| PLATFORM | NAAM | AANTAL VOLGERS | VOERTAAL |
|---|---|---|---|
| YouTube | Celine Dept | 51.400.000 | Engels |
| | CEMI (Celine Dept en Michiel Callebaut) | 13.900.000 | Nederlands |
| | Maureen Naudts MakeUpArtist | 4.030.000 | Engels |
| | OussiFooty | 3.590.000 | Engels |
| | PressTube | 2.950.000 | Engels |
| Instagram | Celine Dept | 1.200.000 | Engels |
| | Oussifooty | 1.000.000 | Engels |
| | Average Rob | 873.000 | Engels |
| | Jenna Steeno | 762.000 | Engels |
| | Karen Damen | 631.000 | Nederlands |
| TikTok | Celine Dept | 17.800.000 | Engels |
| | Chris Lobanzo | 6.600.000 | Engels |
| | Kalinbrothers | 5.800.000 | Engels |
| | Timothy Tancré | 5.800.000 | NVT |
| | Stien Edlund | 5.600.000 | Nederlands |
| Twitch | Dakillzor | 249.000 | Engels |
| | Praha_victus | 77.000 | Nederlands |
| | Chloe__IRL | 46.000 | Engels |
| | Joaquimblaze | 46.000 | Nederlands |
| | Brekk1e | 34.000 | Engels |

Tabel 35: Vlaamse content creators[277]
Bron: VRM

Celine Dept is populair in Vlaanderen. Ze staat bij 3 van de 4 platformen op de eerste plaats.

Op YouTube is zij dankzij haar Engelstalige voetbalcontent 's wereld meest bekeken vrouwelijke YouTuber. Ook OussiFooty scoort wereldwijd met gelijkaardige content. Grote creators kiezen vaak Engels om het Vlaamse taalgebied te overstijgen. Celine verschijnt 2 keren in de tabel bij YouTube: 1 keer met haar eigen kanaal en 1 keer samen met Michiel Callebaut als CEMI, gericht op jongeren. De top 3 wordt vervolledigd door Maureen Naudts (make-up) en Presstube (vlogs/experimenten).

Op Instagram staat Celine Dept opnieuw eerste, OussiFooty is tweede en Average Rob is mooi derde.

Ook op TikTok domineert Celine Dept. Christopher Lobanzo en de KalinBrothers vervolledigen de top 3.

Twitch Vlaanderen blijft in absolute aantallen klein, maar streamers op dit platform groeien gestaag. Marketeers weten hen ook stilaan te vinden. Ondernemingen weten aan welke regels zij zich moeten houden dankzij de publicatie van het Communicatie Centrum omtrent influencer marketing en de Code over de herkenbaarheid van native advertising. De Jury voor Ethische Praktijken (JEP) ziet toe op de controle en de naleving van deze regels.[278]

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

277 Dit is een momentopname, genomen in het najaar van 2025. Het aantal volgers werd afgerond. Wijzigingen zijn dus niet uitgesloten.
278 Raad voor de Reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert een code over native advertising", 8 januari 2019.
Raad voor de Reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert aanbevelingen", 8 oktober 2018.

creators, vloggers en influencers. Voor alle informatie, zie: https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/content-creator-protocol.

In 2022 publiceerde het Communicatie Centrum nieuwe aanbevelingen om de JEP beter in staat te stellen commerciële relaties tussen adverteerders en influencers te identificeren.[279] Tegelijkertijd bracht de FOD Economie best practices uit voor content creators, zodat consumenten reclameboodschappen beter kunnen herkennen.[280] Deze richtlijnen verplichten influencers onder andere om een vestigingsadres te vermelden, wat vaak hun privéadres is. Hier kwam protest tegen. Als oplossing mogen de leden van koepelorganisatie Content Creators Platform het adres van Feweb vermelden op hun socialemediakanalen.

In 2023 lanceerde het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse overheid een influencerFAQ waar influencers terechtkunnen voor antwoorden op ondernemende, maatschappelijke en/of ethische vragen.[281]

Sinds 2025 gelden er strengere regels voor alcoholreclame in België, vastgelegd in een vernieuwd alcoholconvenant dat de reclame-, media- en alcoholsector zelf opstelden. Concreet wordt onder andere alcoholreclame nabij scholen en op sociale media met veel minderjarige gebruikers verboden. Er is ook een luik voorzien voor influencers. Zij kunnen een opleiding volgen over de nieuwe regels en een certificaat behalen. Bij overtredingen kan dit worden ingetrokken. De JEP zal toezien op de regels. Naast alcoholreclame werkt de sector ook aan strengere regels voor snoep- en frisdrankreclame.[282] Het Vlaams expertisecentrum voor Alcohol en andere Drugs (VAD) uitte hierop kritiek en pleit voor een totaalverbod op alcoholreclame, zoals ook de Hoge Gezondheidsraad aanbeveelt.[283]

Los van dit convenant stelt de federale minister van Volksgezondheid midden juli 2025 een koninklijk besluit (KB) op dat alcoholreclame strenger wil reguleren, zeker voor minderjarigen.[284] De Raad voor Reclame riep de federale regering alvast op om eerst in overleg te gaan met de reclame- en mediasector alvorens het nieuwe KB goed te keuren.[285] Verder legt ook de Belgische voedingsindustrie zichzelf strengere regels op voor reclame voor ongezonde voeding gericht op jongeren. Zo zullen deze bedrijven vanaf 2026 ongezonde producten niet meer adverteren bij kinderen tot 16 jaar op affiches nabij scholen, in tv-spots en op sociale media.[286]

Eind juni 2025 onthulde VRT NWS dat Ventures Media artificiële intelligentie (AI) gebruikte om online artikels te publiceren onder verzonnen auteursnamen bij titels als Elle, Marie Claire, Forbes en Psychologies. Volgens het bedrijf ging het om een beperkte test zonder redactionele controle.[287] De Psychologencommissie reageerde verontwaardigd vanwege mogelijk misbruik van de wettelijk beschermde titel 'psycholoog' en diende een klacht in bij de Raad voor de Journalistiek. Ook de Vlaamse Vereniging voor Journalisten (VVJ) benadrukte het belang van journalistieke kwaliteit en vooral transparantie bij AI-gebruik.[288] In de papieren versies werden de valse profielen niet aangetroffen.

### 1.4.2 Reclameregies en mediacentrales

Als websites "gratis" toegankelijk zijn, verricht de eindgebruiker geen betaling die rechtstreeks naar de website-eigenaar vloeit. Een websitebeheerder haalt zijn inkomsten dan grotendeels uit reclame. Gedeelten van de ruimte op websites worden dan ook vrijgehouden voor allerlei vormen van online reclame.
Het Europees Audiovisueel Observatorium[289] onderscheidt 6 verschillende online advertentieformaten:

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

279 Mediaspecs, "Het Communicatie Centrum publiceert nieuwe aanbevelingen inzake influencer marketing", https://www.mediaspecs.be/het-communicatie-centrum-publiceert-nieuwe-aanbevelingen-inzake-influencer-marketing/, 25 april 2022.
280 FOD Economie, "Contentcreators moeten reclame duidelijk kenbaar maken", https://news.economie.fgov.be/213090-contentcreators-moeten-reclame-duidelijk-kenbaar-maken, 25 april 2022.
281 InfluencerFAQ, 2023, https://www.deinfluencerfaq.be/wat-is-de-influencerfaq.
282 De Tijd, De Preter, W., "Geen alcoholreclame meer rond scholen en op TikTok", 26 november 2024.
283 De Standaard, Mayda, K., "Verbod op alcoholreclame bij scholen en op sociale media is "ruimschoots onvoldoende"", 26 november 2024.
284 De Standaard, Dobbelaere, B., "Strengere regels op komst voor alcoholreclame: voortaan schaadt alcohol altijd de gezondheid, niet alleen bij misbruik", 15 juli 2025.
285 Mediaspecs, "Raad voor Reclame vraagt overleg over nieuw voorstel voor alcoholreclame", https://www.mediaspecs.be/raad-voor-reclame-vraagt-overleg-over-nieuw-voorstel-voor-alcoholreclame/, 17 juli 2025.
286 De Tijd, De Schampelaere, J., "Geen reclame voor ongezonde voeding meer voor jongeren", 27 mei 2025.
287 VRT NWS, Buytaert, T., Vandendriessche, B., & Nicolay, D., "Sophie Vermeulen bestaat niet, maar schreef wel 403 artikels voor magazine Elle, blijkt uit onderzoek van VRT NWS", 28 juni 2025.
288 Het Nieuwsblad, "Psychologencommissie dient klacht in bij Raad voor de Journalistiek over AI-artikels", 30 juni 2025.
289 Cappello M. (ed.), New actors and risks in online advertising, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2022.

Google of Bing
- Native ads volgen de natuurlijke vorm en functie van de gebruikservaring waarin de advertentie geplaatst wordt
- Social media ads zijn advertenties die getoond worden op sociale mediaplatformen zoals Facebook of Instagram
- Rich-media ads zijn advertenties met geavanceerde kenmerken zoals video of audio
- Email ads zijn advertenties die verschijnen in digitale nieuwsbrieven, email marketing campagnes en andere commerciële mail communicatie

Online advertenties worden dikwijls getargeted. Dit wil zeggen dat deze worden afgestemd op basis van de voorkeuren van een gebruiker. Informatie omtrent deze voorkeuren kan op verschillende manieren verzameld worden. Dat gaat van browsegeschiedenisgegevens, zoekgeschiedenis, mediaconsumptiegegevens (bv. bekeken video's), app-gebruiksgegevens, aankopen, doorklikreacties op advertenties en posts en interacties op sociale media. Om gegevens te verzamelen over het surfgedrag van consumenten, maakten bedrijven tot vorig jaar vaak gebruik van tracking cookies.

Er bestaat ook zoiets als contextuele advertenties. Bij dit type targeting worden advertenties weergegeven die niet zijn gebaseerd op gedrag of een kenmerk van de consument, maar op de inhoud die ze bekijken. Dit bouwt voort op de veronderstelling dat de inhoudsvoorkeuren van consumenten hun interesses en productvoorkeuren aangeven. Deze vorm van adverteren is al decennia gebruikelijk, maar het wint aan populariteit omdat het niet gaat om het verwerken van de persoonlijke gegevens van consumenten.

Verder is er ook look-a-like adverteren. Deze modellen maken identificatie van nieuwe doelgroepen mogelijk op basis van een gebruikersset waarvan geweten is dat die geïnteresseerd zijn in de advertentie. Dergelijke targeting is gebaseerd op het idee dat gebruikersovereenkomsten correleren met de waarschijnlijkheid om positief te reageren op een advertentie. Gebruikers die gelijken op andere gebruikers op bepaalde parameters krijgen dan advertenties te zien die werkten bij die andere gebruikers. Look-a-like advertenties worden vaak toegepast op sociale media waar een organisatie een aangepaste doelgroep kan maken op basis van informatie die ze hebben over hun klanten.

Online advertentieruimtes zijn dan ook zeer populair. Ook Vlaamse bedrijven maken hier intensief gebruik van door online te adverteren. Deze ruimtes, die terug te vinden zijn op socialemediaplatformen, videodiensten, zoekmachines en websites, zijn veelal in handen van vijf grote internationale spelers: Google, Amazon, Facebook, Apple en Microsoft (acroniem: GAFAM). Voornamelijk Google en Facebook zijn sterk aanwezig op de (inter)nationale advertentiemarkt.

## INFOFRAGMENT 16: EVOLUTIES OMTRENT THIRD-PARTY COOKIES

Third-party cookies staan onder druk door strengere privacywetgeving zoals de GDPR en een groeiend bewustzijn rond online privacy. Browsers zoals Safari, Firefox en Edge hebben deze cookies al geblokkeerd. Google stelde aanvankelijk een uitfasering van deze cookies voor in Chrome voor 2024, maar trok dit plan in 2025 in onder druk van adverteerders. In plaats daarvan geeft Google nu prioriteit aan gebruikerscontrole via Privacy Sandbox.[290]

De afbouw van third-party cookies biedt ook kansen. Adverteerders kunnen overstappen op first-party data, data clean rooms en contextuele advertenties. DPG Media lanceerde in 2023 daarom het platform Ad Manager om rechtstreeks advertenties te verkopen en zo minder afhankelijk te zijn van Google en Facebook.[291] Eind september 2025 werd de AI-gedreven versie, Ad Manager+, gelanceerd.[292]

290 Mediaspecs, "Google trekt zich terug van beslissing om cookies af te schaffen", https://www.mediaspecs.be/google-trekt-zich-terug-van-beslissing-om-cookies-af-te-schaffen/, 23 april 2025.
291 De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.
292 DPG Media. (2025, 19 september). Slim, lokaal en volledige controle: DPG Media lanceert Ad Manager+ [Persbericht]. Geraadpleegd op 2 oktober 2025, van https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/adverteren/inspiratie-en-inzichten-lp/overzicht-nieuws/lancering-ad-manager-plus-belgie

In 2024 legde de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) Mediahuis nog dwangsommen op wegens het foute gebruik van cookiebanners op zijn vier nieuwssites.[293] Mede als reactie hierop testte DPG Media, als eerste in België, op kleine schaal het pay-or-consentmodel uit waarbij gebruikers moeten kiezen tussen cookies accepteren of een maandelijkse bijdrage betalen. Dit model is al ingeburgerd in andere Europese landen, maar roept juridische vragen op over de geldigheid van toestemming als betalen het enige alternatief is. Zowel het Europese privacyorgaan European Data Protection Board (EDPB) als het Europees Hof van Justitie spraken zich hieromtrent al uit.[294]

In het kader van bovenstaande evolutie schakelde het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) in 2025 over op de Joint Audience Recognition (JAR)-methode die gebruikmaakt van first party cookies om het internetbereik (juister) in te schatten.[295]

Er wordt ook op andere manieren teruggevochten tegen de machtspositie van de GAFAM's.
In het verleden sloten Vlaamse mediabedrijven die zelf (online) advertentieruimten aanbieden twee samenwerkingsakkoorden af op het vlak van advertentiewerving: Magixx en Ads & Data.

In 2024 spanden meer dan 30 Europese mediabedrijven, waaronder DPG Media, Mediahuis en Roularta, een rechtszaak aan tegen Google's Ad Tech.[296] Begin september 2025 legde de Europese Commissie Google een boete op van €2,95 miljard wegens misbruik van zijn dominante positie op de online advertentiemarkt. Naast de boete eist de Commissie ook dat Google stopt met deze praktijken.[297]

Eind 2024 werd een witboek uitgebracht door het CIM en de Raad voor Reclame waaruit bleek dat de Belgische reclamesector tot €140 miljoen extra omzet verwacht te genereren dankzij een nieuw meetsysteem voor reclamebereik, de CIM ONE. Met de CIM ONE worden bestaande studies over kijk-, luister-, en surfgedrag gecombineerd in één geïntegreerd onderzoek. De lancering ervan staat gepland voor 2026.[298]

In 2025 verscheen een studie[299], uitgevoerd in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media, waaruit blijkt dat internationale techgiganten steeds meer reclamegeld weghalen uit Vlaanderen. Dit zet de inkomsten van lokale omroepen onder druk. Om het tij te keren worden vijf maatregelen geopperd, met name: 1) erosie beperken in traditionele reclamemarkten (zoals radio en televisie); 2) het digitale bereik en de beschikbare advertentie-inventaris voor Vlaamse spelers vergroten; 3) meer focus op meetbare resultaten van campagnes; 4) een gezamenlijke infrastructuur voor Vlaamse digitale platformen uitbouwen; en 5) continu innoveren op het vlak van digitaal aanbod, metingen en technologie.

Nog in 2025 raakte bekend dat de Ierse tak van uitgever Mediahuis juridische stappen zet tegen het socialemediaplatform X. Dat zou niets ondernemen tegen nepadvertenties die zich voordoen als artikelen van de krant Irish Independent.[300]

In Tabel 36 wordt een overzicht gegeven van de ondernemingen die actief zijn op vlak van reclameregie voor websites. In dit overzicht staan enkel Vlaamse reclameregies. Er ontstaan ook meer en meer influencer marketingbureaus, zoals bv. MASTR, Starsky, Next Chapter, …. Zij brengen bedrijven in contact met content creators voor campagnes. Deze bureaus worden niet opgenomen in onderstaande tabel.

Zoals bekend hebben Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media hun reclameregies samengebracht in de joint venture Ads & Data nv. Deze samenwerking resulteert in een nationale reclameregie met een crossmediaal aanbod waaronder ook websites.

293 De Tijd, De Preter, W., "Uitgever Mediahuis krijgt dwangsommen opgelegd wegens cookiebeleid", 6 september 2024.
294 De Tijd, Serrure, B., "Geen cookies? Dat is dan 3,99 euro per maand, overweegt DPG Media", 2 december 2024.
295 Mediaspecs, "CIM vernieuwt internetstudie", https://www.mediaspecs.be/cim-vernieuwt-de-internetstudie/, 5 februari 2025.
296 De Tijd, Vanacker, L., "Vlaamse mediabedrijven sluiten zich aan bij claim van 2,1 miljard tegen Google", 28 februari 2024.
297 Europese Commissie, "Commission fines Google €2.95 billion over abusive practices in online advertising technology", https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_25_1992, 5 september 2025.
298 De Tijd, De Preter, W., "Belgische reclamesector hoopt op 140 miljoen extra omzet met nieuw meetsysteem", 11 december 2024.
299 Departement Cultuur, Jeugd en Media, "Samenwerking Vlaamse Mediasector als dam tegen internationale spelers", https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/samenwerking-vlaamse-mediasector-als-dam-tegen-internationale-spelers, 19 mei 2025.
300 Het Nieuwsblad, "Ierse krant van Mediahuis klaagt X aan om nepadvertenties", 19 februari 2025.

Door de overname van RTL Belgium door DPG Media en Rossel is de reclameregie van IP Belgium in Vlaanderen geïntegreerd in DPG Media Advertising.

In 2024 sloten Produpress en Proxistore een akkoord om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken.[301] Daarnaast breiden Azerion en Produpress hun partnerschap verder uit.[302]

In 2025 besliste de ondernemingsrechtbank van Waals-Brabant dat Google €76 miljoen moet betalen aan Proxistore. De aanleiding is een commercieel geschil waarbij Google begin 2025 meerdere advertentiecampagnes van Proxistore urenlang blokkeerde. De rechtbank liet beslag leggen op het bedrag op de bankrekening in Ierland, waar de hoofdzetel van Google is gevestigd.[303] Aangezien er geen reactie kwam van het Ierse ministerie van Justitie, stapte de advocaten van Proxistore naar de Europese Commissie én diende het drie nieuwe klachten in tegen Google.[304]

Midden 2025 kondigde de Raad voor Reclame aan dat het in samenspraak met spelers uit de sector 12 richtlijnen heeft opgesteld voor Belgische adverteerders rond het gebruik van artificiële intelligentie in reclame. Het gaat om principes rond inclusie, privacy, milieu-impact en transparantie.[305]

Eind juni 2025 stopte AutoScout24 zijn samenwerking met externe reclameregie ProduPress om vanaf 1 september 2025 zelf de volledige commercialisering van zijn digitale advertentieruimte in België en Luxemburg te verzorgen.[306]

301 Mediaspecs, "Produpress Advertising komt tot een akkoord met Proxistore om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken", https://www.mediaspecs.be/produpress-advertising-komt-tot-een-akkoord-met-proxistore-om-het-aanbod-van-doelgerichte-reclame-te-versterken/, 24 augustus 2024.
302 Mediaspecs, "Azerion en ProduPress breiden hun partnerschap uit om leiders te worden in autoreclame in België", https://www.mediaspecs.be/azerion-en-produpress-breiden-strategisch-partnerschap-uit-om-leiders-te-worden-in-autoreclame-in-belgie/, 12 december 2024.
303 Data News, "Google moet 76 miljoen euro betalen aan Belgische start-up Proxistore", https://datanews.knack.be/nieuws/belgie/google-moet-76-miljoen-euro-betalen-aan-belgische-start-up-proxistore/, 17 maart 2025.
304 Data News, "Belgische Proxistore opent nog meer fronten tegen Google", https://datanews.knack.be/nieuws/belgie/wetgeving-belgie/belgische-proxistore-opent-nog-meer-fronten-tegen-google/, 21 maart 2025.
305 VRT NWS, Laermans, S., "Reclamesector komt zelf met richtlijnen over AI: "Mens moet steeds centraal staan"", 8 augustus 2025.
306 Mediaspecs, "AutoScout24 stelt Eric van der Haegen aan als verantwoordelijke voor de interne sales", https://www.mediaspecs.be/autoscout24-stelt-eric-van-der-haegen-aan-als-verantwoordelijke-voor-de-interne-sales/, 1 september 2025.

## RECLAMEREGIES INTERNET

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | WEBSITE |
|---|---|---|
| Ademar bv | 477885940 | Mo.be |
| Ads & Data nv | 809309701 | Bruzz, Business AM, Dagelijkse Kost, De Standaard, Gazet van Antwerpen, GoPlay, HBO MAX, Het Belang van Limburg, Het Nieuwsblad, Inmemoriam.be, Made-In.be, Newsmonkey, Njam.tv, Playsports.be, Snapchat, Sporza, VRT MAX, Zimmo.be |
| Autoscout24 Belgium nv | 465301773 | Autoscout24.be |
| B.G.-Consulting nv | 439278356 | Stadsradiovlaanderen.be |
| Blue Pixl Media bv | 735567727 | Clickx.be, Shoot.be, Techpulse.be (met subsite Business Techpulse), Techradar.com |
| Connected Media bv | 772911044 | Beursduivel.be, Forbes.be, Goodbye.be |
| DPG Media Advertising Belgium nv | 432306234 (business unit DPG Media nv) | De Morgen, HLN, Humo.be, Immoweb.be, Jobat.be, Joe, Livios.be, Mijnvergelijker.be, Qmusic, Spaargids.be, Streamz, Tweakers.net, VTM GO, Vtwonen.be, Willy |
| Produpress nv | 650876928 | Autogids.be |
| Professional Media Regie nv | 456390839 | Artsenkrant (met subsites De Apotheker en Ak Hospitals), Grafisch Nieuws, Media & Communication, Verpakking & Label |
| Proxistore nv | 534497219 | Proxistore is gespecialiseerd in regionale en lokale online reclame via gelokalisatie. Verschillende mediadiensten maken gebruik van hun diensten. Roularta bezit 14,04% van de aandelen in deze onderneming. |
| Psycho Media Belgium nv | 426759715 | Psychologies.be |
| Roularta Media Group nv | 434278896 | Dezondag.be (met subsite De Zondag Jobs), Feeling.be, Flair.be, Gezondheid.be, Gocar.be, Immoscoop.be, Knack.be (met subsites Datanews, Focus, Knack Weekend, Trends, Trends Beleggen, Trends Style, Trends Top en Trends Z), Kw.be, Libelle.be (met subsites Libelle Lekker, Libelle Nest en Libelle Mama), Plusmagazine.be, |
| Trustmedia België | 404800301 (business unit Mediafin nv) | Tijd.be (met subsite Mijn Geld) |
| VAR nv | 441331984 | Playnostalgie.be (met subsite Nostalgie Plus), Nrj.be |

Tabel 36: Reclameregies voor websites[307]

In 2022 kreeg IAB Europe, de Europese vakorganisatie van digitale advertentiebedrijven, een boete van €250.000 van de Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) omdat het Transparency and Consent Framework (TCF) niet voldeed aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). IAB Europe ging in beroep bij het Marktenhof, dat prejudiciële vragen stelde aan het Hof van Justitie van de Europese Unie (HvJ-EU). In 2024 oordeelde HvJ-EU dat IAB Europe als (gezamenlijke) verwerkingsverantwoordelijke kan worden beschouwd en dat de "TC String" een persoonsgegeven is.[308] In mei 2025 deed het Marktenhof een uitspraak in deze zaak. Het vernietigde de beslissing van de GBA uit 2022 om procedurele redenen, maar onderschrijft wel de redenering van de GBA en bevestigt de opgelegde boete van €250.000. Verder verwerpt het Marktenhof de conclusie van de GBA dat IAB Europe als (gezamenlijke) verwerkingsverantwoordelijke optreedt voor de verwerkingen die volledig binnen het OpenRTB-protocol plaatsvinden.[309]

Naast samenwerkingsverbanden op vlak van reclame, werken verschillende bedrijven ook samen om hun inkomsten te diversifiëren en dus risico's te spreiden. Belfius werkt bijvoorbeeld samen met Proximus, waarbij de klanten van beide bedrijven een voordeligere toegang krijgen tot elkaars diensten via het bankenpakket (met telecomaanbod) Beats van Belfius en de bank Banx.[310] Beats lijkt het goed te doen. Banx werd op 1 januari 2025 stopgezet.[311]

### 1.4.3 Aggregatie: website-eigenaars

De websitebeheerder zorgt ervoor dat de website vorm krijgt en visualiseert de inhoud die de

307 Psycho Media Belgium nv is voor 100% in bezit van Ventures Media (437339742)
308 Voor meer gedetailleerde, historische informatie en bijhorende bronvermelding kan de lezer het mediaconcentratierapport 2024 (p. 86-87) raadplegen.
309 GBA, "Het Marktenhof doet uitspraak in de zaak IAB Europe", https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/het-marktenhof-doet-uitspraak-in-de-zaak-iab, 14 mei 2025.
310 Het Nieuwsblad, "Belfius gaat nu ook telefoonabonnementen verkopen", 30 december 2020.
311 De Tijd, Suy, P., "Belfius en Proximus trekken stekker uit ambitieuze app Banx", 30 september 2024.

contentleverancier aanlevert.

Om het internetsegment dat tot de Vlaamse mediasector gerekend kan worden af te bakenen zullen er een aantal keuzes gemaakt moeten worden. Er zijn in augustus 2025 maar liefst 1.707.205 geregistreerde '.be" websites en 5.536 ".vlaanderen" websites.[312]

In het mediaconcentratierapport worden volgende criteria gehanteerd:

- De domeinnaam moet eigendom zijn van een Vlaamse onderneming.
- De op het Vlaamse publiek gerichte informatie die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op een andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector, ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een "klassiek" mediaproduct.

In Tabel 37 worden de belangrijkste websites en ondernemingen die beantwoorden aan de eerste delen van bovenstaande definitie samengebracht. Deze tabel is niet exhaustief. Het gaat om websites die het equivalent zijn van klassieke mediaproducten en/of aangeboden worden door ondernemingen die reeds op een andere wijze actief zijn in de Vlaamse mediasector. De Franstalige websites worden hier niet in opgenomen. Ook websites van lokale radio's, regionale tv en gratis pers zijn hier niet opgenomen, terwijl ze er quasi allemaal wel een hebben. De websites die geen eigendom zijn van een klassiek mediabedrijf, maar wel als een Vlaamse mediawebsite beschouwd kunnen worden, zijn in Tabel 38 opgelijst.

Vlaamse burgers kijken steeds meer naar (Vlaamse) programma's op lokale of internationale platformen waar en wanneer ze willen ("on demand"). Om aan deze veranderende noden te voldoen, bouwen de Vlaamse mediabedrijven DPG Media, Play Media en VRT, maar ook internationale spelers, hun platform verder uit: nieuwe formats, experimenten met (goedkopere) abonnementen en samenwerking op vlak van platformificatie zijn enkele opties. Zo ontstaat een nieuw front in de strijd om de kijker, die zich meer afspeelt op het scherm van de smartphone dan op de klassieke televisie.

Uit de tweejaarlijkse Nieuwsbarometer blijkt dat de gemiddelde jongere nieuws consumeert via drie verschillende kanalen, waarvan sociale media (84%), televisie of streaming (64%) en radio (51%) de belangrijkste zijn. Op het vlak van desinformatie worden jongeren ook kritischer.[313]

Sinds de publicatie van het vorige Mediaconcentratierapport waren er ook enkele wijzigingen.
Nadat de websites van Stubru, MNM en Klara vorig jaar zijn opgegaan in VRT MAX, volgden dit jaar de websites van Ketnet, Radio1 en Radio2. De publieke omroep geeft het platform steeds meer vorm als belevingsbestemming.

Verder kwam Roularta Media Group een aantal keer in het nieuws dit jaar. Zo verkocht het opnieuw drie vakbladen aan Professional Media Group (Artsenkrant, De Apotheker en AK – Hospitals).[314] Het verkocht verder haar belang in vastgoedplatform Immovlan aan Rossel om een strategisch partnerschap aan te gaan met concurrent Immoscoop.[315] Tot slot hernoemde het haar zakenzender Kanaal Z (en de Franstalige tegenhanger Canal Z) naar Trends Z.[316]

312 DNS Belgium, "Geregistreerde domeinnamen", www.dnsbelgium.be, 25 augustus 2025.
313 Boesman, J., De Vooght, E., Desimpelaere, L., Denecker, F. (2025). Nieuwsbarometer 2025. Arteveldehogeschool.
314 De Tijd, Broens, B., "Roularta verkoopt Artsenkrant en twee andere vakbladen aan PMG", 19 maart 2025.
315 De Tijd, Serrure, B., "Roularta verkoopt belang in Immovlan en gaat in zeer met Immoscoop", 24 april 2025.
316 De Tijd, Broens, B., "Zakenzender Kanaal Z wordt na 26 jaar Trends Z", 25 juni 2025.

# WEBSITES VLAAMSE MEDIASECTOR

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | WEBSITE |
|---|---|---|
| Autoscout24 Belgium nv | 465301773 | Autoscout24.be |
| B.G.-Consulting nv | 439278356 | stadsradiovlaanderen.be |
| Bloom bv | 430009908 | bloom.be |
| Blue Pixl Media bv | 735567727 | clickx.be, shoot.be, techpulse.be (met subsite Business Techpulse), techradar.com |
| CSI Sports Media bv | 673712708 | sport10.be |
| De Deeluitgeverij bv | 725510411 | bahamontes.be, by-you-magazine.be, motoren-toerisme.be |
| Dobbit nv | 454023544 | dobbit.be, themax.be |
| DPG Media nv | 432306234 | dagallemaal.be, demorgen.be, goedgevoel.be, hln.be (met subsites nieuws en nina), humo.be, jobat.be, joe.be, livios.be, mijnvergelijker.be (met subsites energie, financiën, verzekeringen, telecom en ziekenfondsen), primo.be, qmusic.be, spaargids.be, story.be, teveblad.be, tijdschrift.be, tvfamilie.be, tweakers.net, vtm.be (met subsite VTM Koken), vtmgo.be, vtwonen.be (met subsites vtwonen landelijk, stijlvol wonen en feeling wonen), willy.radio |
| Edition Ventures Woman nv | 480152077 | elle.be, lofficiel.be, marieclaire.be |
| Editions Maglife bv | 821495770 | fiftyandmemagazine.be |
| Eos Wetenschap vzw | 725701837 | eostrace.be, eoswetenschap.eu, iedereenwetenschapper.be |
| Het Halfrond vzw | 679840435 | vlaamsparlement.tv |
| High Level Communication & l'éventail nv | 862612981 | highlevelcom.be (met subsites l'éventail, gentlemen & ladies, the address book, zoute paper, lobby, play tennis & padel en play golf) |
| Katholieke Mediagroep nv | 405998646 | otheo.be |
| Mediafin nv | 404800301 | tijd.be (met subsite De Belegger, Mijn Geld, Sabato) |
| Mediageuzen nv | 446586614 | culinaireambiance.com, p-magazine.com |
| Mediahuis nv | 439849666 | billie.be, gva.be, hbvl.be, inmemoriam.be, jellow.be, jobat.be, made-in.be, nieuwsblad.be, standaard.be, zabun.be, zimmo.be |
| Ment Media bv | 820484495 | ment55.be, mentpop.be, themax.be |
| Motorrijder bv | 888211083 | motorrijder.be |
| Njam! nv | 830498855 | njam.tv |
| Plattelands TV nv | 668376124 | plattelandstv.be, themax.be |
| Play Media nv | 473307540 | goplay.be |
| Produpress nv | 650876928 | autogids.be |
| Professional Media Editions nv | 440681985 | artsenkrant.be (met subsites De Apotheker en Ak Hospitals), grafischnieuws.be, mediaandcommunications.be, verpakkingenlabel.be |
| Proximus nvpr | 202239951 | Proximus.be (met als subsite Pickx) |
| Psycho Media Belgium nv | 426759715 | psychologies.be |
| rekto:verso vzw | 862153915 | rektoverso.be |
| Roularta Media Group nv | 434278896 | dezondag.be (met subsite de zondag jobs), feeling.be, flair.be, gezondheid.be, gocar.be, imoscoop.be, itjobonly.be, knack.be (met subsites datanews, focus, trends z, trends, trends style, trends beleggen, trends top, knack weekend), kw.be, libelle.be (met subsite Nest), libelle-lekker.be, libellemama.be, mijnmagazines.be, plusmagazine.be, sterck-magazine.be |
| Vlaanderen Twee nv | 470302619 | nrj.be |
| Streamz bv | 749898387 | streamz.be |
| Studio 100 TV nv | 540814788 | studio100.com |
| Telenet bv | 473416418 | playsports.be, netweters.be, telenet.tv |
| Tertio Millennio vzw | 467287404 | tertio.be |
| Topradio nv | 465147365 | topradio.be |
| Universciné Belgium nv | 821741636 | sooner.be |
| Ventures Media nv | 437339742 | actiefwonen.be, forbes.be, ideat.be |
| Via Plaza nv | 818465610 | eclipstv.be |
| Vlaanderen Eén nv | 890243036 | playnostalgie.be |
| VRT nvpr | 244142664 | sporza.be, vrt.be (met subsite VRT NWS en VRT MAX) |
| Wereldmediahuis vzw | 479817230 | mo.be |

Tabel 37: Websites in de Vlaamse mediasector per 1 oktober 2025[317] [318]

317 Psycho Media Belgium nv is voor 100% in bezit van Ventures Media (437339742

318 In de loop van 2021 en 2022 waren er enkele wijzigingen bij Het Halfrond vzw. Zo werd o.a. de eigen website www.vlaamsparlement.tv, inclusief de niet-lineaire dienst, stopgezet en ingekanteld in de website van het Vlaams Parlement zelf (www.vlaamsparlement.be). Het Halfrond vzw bracht de VRM hier niet formeel van op de

Kamelego.be zet dagelijks de zeven Vlaamse kranten om naar een audiobestand zodat iedereen met een leesbeperking ook kan genieten van journalistiek. Daarnaast zijn de audiokranten ook elke ochtend digitaal beschikbaar op www.anderslezen.be of via de app 'anderslezen' voor zowel iOS als Android. Tot slot maakt DPG Media sinds 2025 de artikelen in zijn nieuwsapps (HLN en De Morgen) ook beluisterbaar.[319]

Naast de in Tabel 37 aangehaalde (nieuws)websites, zijn er tevens meerdere Vlaamse nieuwssites die uitsluitend op het internet bestaan en geen link hebben met een ander mediaproduct. In Tabel 38 geven we een overzicht van de organisaties achter enkele websites die we tot de Vlaamse media kunnen rekenen, maar niet behoren tot een grotere mediagroep. Deze lijst is niet-exhaustief, aangezien het onmogelijk is om alle Vlaamse nieuwssites op te lijsten. Er zijn ook veel Vlaamse nieuwssites met een lokaal karakter. Dit komt aan bod onder 3.5 Onderzoek lokale journalistiek waarin de Vlaamse lokale nieuwsinitiatieven worden onderzocht.

Enkele van de Vlaamse nieuwswebsites hebben zich verenigd onder de koepel Media.21 en ijveren voor een mediabeleid dat zich richt op digitale innovatie.[320]

## VLAAMSE NIEUWSWEBSITES

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | WEBSITE |
|---|---|---|
| De Werktitel cv | 841795989 | apache.be |
| Freddy De Pauw | Natuurlijk persoon | uitpers.be |
| GetBasic vzw | 457355493 | DeWereldMorgen.be |
| Golazo Media nv | 478190796 | running.be |
| IEX Media bv | Buitenland | beursduivel.be |
| Joetz vzw | 480604316 | zapmagazine.be |
| Kerk en Media vzw | 410730068 | kerknet.be |
| MediaNation nv | 464231310 | businessam.be, goodbye.be, newsmonkey.be |
| Pala vzw | 480407940 | pala.be |
| Perruptio bv i.s.m. Stem in't kapittel vzw | 715631158 i.s.m. 521886427 | doorbraak.be |
| ProMedia BE bv | 781746556 | flows.be |
| Rabona bv | 685729325 | voetbal24.be, nieuws365.be, showbizztime.be |
| Showcomm bv | 675681313 | showbizzsite.be, entertainment-today.be, showbiznieuws247.be |
| Tagmag bv | 673520785 | tagmag.news |
| Telinco bv | 865996697 | voetbalnieuws.be, wielernieuws.be, gpinfo.com |
| Uitgeverij 't Pallieterke nv | 404788324 | pal.be |
| Voetbalprimeur bv | Buitenland | voetbalprimeur.be |

Tabel 38: Vlaamse (nieuws)sites niet gelieerd aan een andere mediavorm[321]

In 2024 werden twee belangrijke Europese verordeningen die betrekking hebben op digitale diensten en met name ook grote internationale internetbedrijven volledig van toepassing: de Digitaledienstenverordening en de Digitalemarktenverordening. Beiden zijn beter bekend onder hun Engelse benamingen, respectievelijk de Digital Services Act (hierna: DSA) en de Digital Markets Act (hierna: DMA). Hieronder wordt ingegaan op de DSA. De DMA komt uitgebreid aan bod in titel 1.4.5 Distributie: mobiel internet: distributieplatformen applicaties.

De DSA heeft als hoofddoel om een veiligere online omgeving te creëren door het aanpakken van illegale inhoud. De DSA verplicht met name onlineplatforms (ruimer 'tussenhandeldiensten') tot grotere transparantie over inhoudsbeheer en geeft eindgebruikers meer inspraak en beroepsmogelijkheden.[322]

Onlineplatforms en -zoekmachines met meer dan 45 miljoen gebruikers per maand in de EU worden onder

hoogte, enkel van de naamswijziging, waardoor het nog in deze tabel is vermeld.

319 De Morgen, "Nieuw in de app van De Morgen: vanaf nu kan je onze artikels ook beluisteren", 6 juni 2025.

320 Media21 bestaat uit Apache, DeWereldMorgen.be, Doorbraak.be, Eos, MediaNation, MO*/MO.be, rekto:verso en StampMedia.

321 Kerknet, Kerk & leven en Halewijn uitgeverij zijn één geworden. Alle inhoud wordt gebundeld op Otheo.be. De website www.kerknet.be is nog actief en wordt daarom in bovenstaande tabel vermeld.

322 Europese Commissie, "The Digital Services Act package", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package, geraadpleegd op 12 juli 2024.

de DSA geclassificeerd als zeer grote onlineplatforms (VLOP's) of zeer grote onlinezoekmachines (VLOSE's).[323] Momenteel gaat het over 25 diensten van 20 bedrijven. De Europese Commissie wijst hen formeel aan en houdt exclusief toezicht op de naleving door deze VLOP'S en VLOSE's van hun specifieke DSA-verplichtingen met betrekking tot 'systeemrisico's' die een maatschappelijke impact kunnen hebben.[324]

Sinds 17 februari 2024 is de DSA rechtstreeks van toepassing in de EU, inclusief België en Vlaanderen, waardoor tussenhandeldiensten (zoals onlineplatforms en -zoekmachines) die worden aangeboden in de EU onder het toezicht vallen van de EU-lidstaat waar hun Europese hoofdkantoor of wettelijke vertegenwoordiger is gevestigd (met zoals aangegeven de VLOP's en VLOSE's hoofdzakelijk onder het toezicht van de Europese Commissie). Elke lidstaat duidt daartoe bevoegde autoriteiten en een digitaledienstencoördinator (DDC) aan. Daarenboven wordt voor de handhaving ook in grote mate gerekend op gebruikers, onderzoekers en 'betrouwbare flaggers' om de inhoud op en de werking van onlineplatforms in de gaten te houden en desgevallend ook inbreuken op de Digitaledienstenverordening (DDV) aan te kaarten.

In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als 'bevoegde autoriteiten'. Het BIPT fungeert daarenboven als de Belgische DDC. Naast handhaving en toezicht op de naleving van de zorgvuldigheidsverplichtingen, oefenen de bevoegde autoriteiten ook administratieve taken uit in het kader van de DDV, zoals certificeren van buitengerechtelijke geschillenbeslechtingsorganen, aanwijzen van 'betrouwbare flaggers' en erkennen van onderzoekers voor toegang tot platformgegevens. Eindgebruikers en gebruikersverenigingen kunnen klachten indienen bij de DDC over schendingen van de DSA.

De berichtenapp Telegram, die zelf aangeeft minder dan 45 miljoen gebruikers in de EU te bereiken, koos voor EDSR in Brussel als wettelijke vertegenwoordiger onder de DSA.[325] Hierdoor wordt België de bevoegde lidstaat voor het toezicht op en de handhaving van diens DSA-verplichtingen.[326]

Eind juli 2024 startte de Europese Commissie een inbreukprocedure op tegen zes lidstaten, waaronder België, wegens het niet voldoen aan de DSA, met name door het niet aanwijzen (en/of niet machtigen) van hun DDC. Op 3 mei 2024 werd een samenwerkingsakkoord tussen de Federale Staat en de drie gemeenschappen gepubliceerd. Dit trad in werking op 9 januari 2025.[327]

323 Europese Commissie, "DSA: Very large online platforms and search engines", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops, geraadpleegd op 12 juli 2024.
324 Europese Commissie, "Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses, geraadpleegd op 9 juli 2025.
325 Zie https://telegram.org/tos/eu-dsa#contact-points-for-competent-authorities-in-eu-countries.
326 VRT NWS, Maerevoet, E., "Berichten-app Telegram komt in Europa onder Belgisch toezicht", 6 mei 2024.
327 Voor meer informatie, zie: https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/digitaledienstenverordening-dsa

## SOCIALE NETWERKEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | COMMERCIEEL AANBOD | VLOP OF VLOSE |
|---|---|---|---|
| AliExpress International (Netherlands) bv | Buitenland | AliExpress | VLOP |
| Amazon Services Europe s.à.r.l. | Buitenland | Amazon Store | VLOP |
| Apple Distribution International limited | Buitenland | App Store | VLOP |
| Aylo Freesites limited | Buitenland | Pornhub | VLOP |
| Booking.com bv | Buitenland | Booking.com | VLOP |
| Booking.com bv | Buitenland | Booking.com | VLOP |
| Google Ireland limited | Buitenland | Google Search | VLOSE |
| | | Google Play | VLOP |
| | | Google Maps | VLOP |
| | | Google Shopping | VLOP |
| | | YouTube | VLOP |
| Infinite Styles Services Co, limited | Buitenland | Shein | VLOP |
| LinkedIn Ireland Unlimited Company | Buitenland | LinkedIn | VLOP |
| Meta Platforms Ireland limited (MPIL) | Buitenland | Facebook | VLOP |
| | | Instagram | VLOP |
| Microsoft Ireland Operations limited | Buitenland | Bing | VLOSE |
| NKL Associates s.r.o | Buitenland | XNXX | VLOP |
| Pinterest Europe limited | Buitenland | Pinterest | VLOP |
| Snap bv | Buitenland | Snapchat | VLOP |
| Technius limited | Buitenland | Stripchat | VLOP |
| TikTok Technology limited | Buitenland | TikTok | VLOP |
| Twitter International Unlimited Company (TIUC) | Buitenland | X | VLOP |
| Whaleco Technology limited | Buitenland | Temu | VLOP |
| WebGroup Czech Republic | Buitenland | XVideos | VLOP |
| Wikimedia Foundation Inc 3**** | Buitenland | Wikipedia | VLOP |
| Zalando SE | Buitenland | Zalando | VLOP |

Tabel 39: Grootste online platformen en zoekmachines in Europa
Bron: Europese Commissie[328]

Eind 2023 opende de Europese Commissie een onderzoek naar X (voorheen Twitter) inzake inbreuken op de DSA. Midden juli 2024 bracht de Commissie X in kennis van haar voorlopig bevindingen, met name dat X inbreuken pleegt op de DSA op gebieden die verband houden met zogenaamde 'dark patterns', transparantie van reclame en (geen) toegang tot gegevens voor onderzoekers.[329] Het onderzoek tegen X is nog lopende.[330]

Eind oktober 2024 startte de Commissie ook een formele procedure om te beoordelen of Temu mogelijk de DSA heeft overtreden, meer bepaald inzake illegale producten op en het verslavende karakter van het platform.[331] Uit de voorlopige resultaten blijkt dat alvast het geval te zijn. Temu krijgt nu de mogelijkheid om zijn recht van verweer uit te oefenen en de inbreuken te verhelpen.[332]

Naast bovenstaande werkzaamheden op Europees niveau, was op Vlaams niveau in 2024 het herwerkingsproces van de vernieuwde stimuleringsregeling voltooid. Daardoor moeten naast dienstenverdelers en niet-lineaire televisieomroeporganisaties, nu ook videosharingplatforms zoals Facebook, Instagram en TikTok investeren in kwaliteitsvolle Vlaamse content. In 2025 werd deze vernieuwde stimuleringsregeling een eerste maal toegepast.

Jaarlijks brengt AdLens, een collectief dat politieke advertenties onderzoekt op sociale media, de uitgaven van

328 Via https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses, geraadpleegd op 9 juli 2025.
329 Europese Commissie, "Commission sends preliminary findings to X for breach of the Digital Services Act", https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3761, 12 juli 2024.
330 Politico, Gkritsi, E., "The EU has fined Meta and Apple. What happened to X?", https://www.politico.eu/article/eu-meta-apple-x-fines-digital-antitrust-rules-digital-services-act-elon-musk/, 23 april 2025.
331 VRT NWS, Schillewaert, N., "Europa opent onderzoek naar "illegale producten" op Chinese shoppingapp Temu en neemt "verslavende karakter" van app onder de loep", 31 oktober 2024.
332 VRT NWS, Decré, H., ""Groot risico" op illegale producten op Chinese shoppingapp Temu, blijkt uit Europees onderzoek", 28 juli 2025.

Belgische partijen in kaart. In het verkiezingsjaar 2024 gaven Belgische partijen €15 miljoen uit aan politieke advertenties op de platformen van Meta en Google, een recordbedrag. In vijf jaar tijd is dat meer dan een verdubbeling. De top 3 bestaat uit Vlaams Belang, PVDA/PTB en Vooruit. Er waren ook verkiezingen in andere Europese landen. In die Europese context zitten Vlaamse partijen en kandidaten eveneens bij de top qua uitgaven aan digitale advertenties, met Vlaams Belang als eerste Vlaamse partij op plaats 4.[333] Verder berekende het onafhankelijk nieuwsmedium Apache dat de Vlaamse partijen €27 miljoen uitgaven aan de lokale verkiezingen.[334]

Op 13 maart 2024 werd de Europese verordening (EU) 2024/900 over transparantie en gerichte politieke reclame aangenomen. Het treedt grotendeels in werking op 10 oktober 2025. Google meldde in november 2024 al dat het daarom niet langer politieke reclame zal tonen op zijn platformen in de Europese Unie. Een exacte datum is nog niet bekend.[335] Eind juli 2025 kwam Meta met eenzelfde boodschap.[336] Op sommige platformen (bv. TikTok) zijn politieke advertenties al langer verboden, terwijl het op andere platformen (bv. X) wel nog kan.

In 2024 ontving VRT NWS een Europees kwaliteitslabel voor factchecks. Dat is een officiële erkenning van het European Fact-Checking Standards Network (EFCSN).[337]

Begin 2025 zette Meta de samenwerking met factcheckers in de Verenigde Staten stop.[338] In de Europese Unie is dit vooralsnog niet het geval.

In het kader van de DSA bieden organen voor buitengerechtelijke geschillenbeslechting gebruikers een extra mogelijkheid om geschillen voor inhoudsmoderatie met onlineplatforms op te lossen. In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van deze organen.

## BUITENGERECHTELIJKE GESCHILLENBESLECHTING

| NAAM | CERTIFICERING VAN DE DIGITALEDIENSTENCOÖRDINATOR (DDC) | DATUM VAN CERTIFICERING |
|---|---|---|
| ADROIT | Malta – Communicatieautoriteit | 10 juli 2024 |
| Gebruikersrechten GmbH | Duitsland – Bundesnetzagentur | 12 augustus 2024 |
| Online platform Vitarendező Tanács | Hongarije – Nemzeti Média – és Hírközlési Hatóság | 29 augustus 2024 |
| Beroepscentrum Europa | Ierland – Coimisiún na Meán | 26 september 2024 |
| RTR-GmbH, Fachbereich Medien | Oostenrijk – KommOostenrijk | 24 oktober 2024 |
| ADR-centrum | Italië – AGCOM | 18 december 2024 |
| ADR-punt | Griekenland - Griekse Commissie voor Telecommunicatie en Post | 23 juni 2025 (geldig tot 23 juni 2030) |

Tabel 40: Overzicht instanties voor buitengerechtelijke geschillenbeslechting in het kader van de DSA (wet inzake digitale diensten)
Bron: Europese Commissie[339]

In het kader van een nieuwe Belgische wet die de verspreiding van niet-consensuele naaktbeelden verbiedt, komt er voor het eerst in België een correctioneel proces tegen een socialenetwerksite. Twitter International Unlimited Company moet zich verantwoorden voor het verspreiden van seksueel getinte content na een klacht van het Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen. De pleidooien in het proces zullen plaatsvinden op 20 februari 2026.[340]

### 1.4.4 Distributie vast internet

Zowel websitebeheerders als -bezoekers hebben diensten van internet service providers nodig. Om verwarring te vermijden, maken we hier het onderscheid tussen enerzijds internetdienstenleveranciers (internet service

333 VRT NWS, Verheyden, T., Wouters, J., & Vanmeldert, D., "Belgische politiek gaf in verkiezingsjaar 15 miljoen euro uit aan advertenties op Facebook, Instagram en Google", 14 januari 2025.
334 Apache, Van Cauwenberge, D., "Vlaamse partijen gaven 27 miljoen euro uit aan lokale verkiezingspropaganda", https://apache.be/2024/11/28/vlaamse-partijen-gaven-27-miljoen-euro-uit-aan-lokale-verkiezingspropaganda, 28 november 2024.
335 Van Monsjou, D. (2024, 15 november). Google gaat in EU stoppen met politieke advertenties. Tweakers. Geraadpleegd op 25 juli 2025, van https://tweakers.net/nieuws/228762/google-gaat-in-eu-stoppen-met-politieke-advertenties.html
336 VRT NWS, Willems, J., "Meta verbiedt vanaf oktober politieke advertenties op Facebook en Instagram in Europese Unie", 25 juli 2025.
337 VRT, "VRT NWS krijgt Europees kwaliteitslabel voor factchecks", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/16/vrt-nws-krijgt-europees-kwaliteitslabel-voor-factchecks/, 12 juli 2024.
338 De Morgen, Debusschere, B., "Factcheckers - 'Zuckerberg liegt door ons te beschuldigen van censuur'", 09 januari 2025.
339 Via https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/policies/dsa-out-court-dispute-settlement, geraadpleegd op 25 augustus 2025.
340 Het Laatste Nieuws, Hertogs, W., "Proces tegen X over verkrachtingsvideo wordt in februari gepleit", 12 september 2025.

providers) die de websites toegankelijk maken en anderzijds internettoegangsleveranciers (internet access providers) die het mogelijk maken voor gebruikers om toegang te krijgen tot het internet. In de praktijk worden deze termen echter vaak door elkaar gebruikt en is de term "internetdienstenleverancier" een soort van koepelterm.

De websitebeheerder of website-eigenaar maakt gebruik van de diensten van een internetdienstenleverancier om zijn website toegankelijk te maken. Deze leverancier zorgt ervoor dat de website op het web beschikbaar is en wordt soms ook een internet hosting provider genoemd.

Een gebruiker van vast internet heeft een breedbandverbinding nodig om van het internet gebruik te kunnen maken. Het is de internettoegangsleverancier die ervoor zorgt dat de surfer toegang tot het internet heeft. Tussen de internetdienstenleverancier en de internettoegangsleverancier staat de netwerkbeheerder. De netwerkbeheerder zorgt voor het transport van data tussen beide spelers. De fysieke aaneenschakeling van deelnetwerken staat onder beheer van de netwerkbeheerder. De diensten van de internetdienstenleverancier, netwerkbeheerder en internettoegangsleverancier kunnen in grote mate geïntegreerd zijn.

In Tabel 41 wordt een overzicht gegeven van de internetdienstenleveranciers, internettoegangsleveranciers en netwerkbeheerders die aangesloten zijn bij beroepsvereniging ISPA. Dit gaat om zo'n 90% van de Belgische netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers. Er bestaan honderden internetdienstenleveranciers die webhosting en domeinnamen aanbieden. Dit gaat soms om heel kleine bedrijfjes. Het is dan ook onmogelijk om een volledig overzicht te geven.

Edpnet vroeg eind 2022 bescherming tegen schuldeisers. Proximus nam het bedrijf over in maart 2023, maar verkocht het eind datzelfde jaar aan Citymesh. Die integreerde vooral het personeel en de IT-systemen, maar houdt Edpnet buiten Digi Belgium.[341]

Midden 2023 rondde Orange Belgium de overname van VOO (75% min één aandeel voor €1,8 miljard) af. De overige 25% plus één aandeel blijven bij verkoper Nethys. Tijdens het verkoopproces sloten Orange Belgium en Telenet een overeenkomst om elkaar vijftien jaar lang toegang te geven tot hun glasvezelnetwerk. Een jaar na de overname ruilde Nethys haar VOO-aandelen in voor een belang van 11,08% in Orange Belgium, zonder haar bestuursrechten te verliezen.[342]

In 2023 werd Telenet volledig overgenomen door Liberty Global waarna het Telenet van de beurs haalde.[343]

Het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT), de federale regulator voor de elektronische communicatie, stelt in zijn jaarlijks cijferrapport van de elektronische communicatiemarkt[344] vast dat op het vlak van gigabitconnectiviteit de uitrol hoger ligt dan het gebruik ervan. In januari 2025 was er een dekking van 94,57% van de Belgische huishoudens, maar bleef de effectieve benutting beperkt. Eind 2024 maakten gigabitdiensten slechts 5,8% (302.000 lijnen) uit van het totaal aantal vaste breedbandverbindingen. De meeste consumenten kiezen momenteel breedbandverbindingen met snelheden tussen 100 Mbps en 1 Gbps (73,8%).

Verder groeide de residentiële bundelmarkt in 2024 opnieuw, na een daling in 2023, aldus het BIPT. De integratie van mobiele diensten in bundels nam toe, terwijl vaste breedband en televisie geleidelijk aan belang verloren als bundelcomponent. 3-play bundels blijven populair, goed voor 44% (1.520.000 bundels) van het totale aantal bundels.

Eind 2023 publiceerde het BIPT een besluit waarin het netwerkaansluitpunt (NTP) voor vaste netwerken werd vastlegt. Het NTP bepaalt vanaf welk punt de gebruiker zeggenschap heeft over zijn internetverbinding. Het BIPT aanziet modems en routers als een onderdeel van de eindapparatuur van de eindgebruiker waardoor deze

341 De Tijd, Broens, B., "Nieuwe telecomoperator Digi gaat in België voor totaalpakket diensten", 28 februari 2024.
342 De Tijd, Serrure, B., "Nethys krijgt 11 procent van Orange Belgium in handen", 29 maart 2024.
343 De Tijd, Vermorgen, E. & De Schamphelaere, J., "Telenet verdwijnt op 13 oktober van de beurs", 20 september 2023.
344 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 juli 2025 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2024), via https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024

vrij te kiezen zijn voor breedband en internettelefonie.[345]

Dankzij de marktanalyse van de CRC (de Conferentie van telecommunicatie- en mediaregulatoren, namelijk het BIPT, de CSA, de Medienrat en de VRM) van 29 juni 2018 zijn de kabeloperatoren verplicht om toegang te verlenen tot een alleenstaande breedbanddienst los van hun televisiedienst. Zo kunnen op retailniveau nieuwe aanbiedingen ontstaan die gericht zijn op breedbandinternet via de kabel. Voordien moesten de kabeloperatoren enkel toegang verlenen tot een doorverkoopaanbod van breedband én televisie. Het glasvezelnetwerk van Proximus dat geleidelijk aan het kopernetwerk vervangt moet ook worden opengesteld.[346]

Het doel van de CRC-beslissingen, de tarieven en de transparantieverplichtingen is steeds om enerzijds concurrentie op de retailmarkt in het voordeel van de consument te ontwikkelen en anderzijds om een correcte vergoeding te voorzien voor de toegang tot het kabelnetwerk van de netwerkoperatoren. Eind 2021 werd er gestart met de voorbereidingen voor een nieuwe marktanalyse.

De verglazing van de netwerken in Vlaanderen is één van de belangrijkste investeringsprojecten sinds jaren m.b.t. de distributie van vast internet. In de vorige rapporten werden uitgebreide duidingen gegeven[347]. Hieronder volgt een beknopte samenvatting van de feiten, aangevuld met nieuwe elementen en een kort infofragment van de werkzaamheden van nieuwe telecomoperator Digi op vlak van de distributie van vast internet.

Proximus richtte twee joint ventures op: Fiberklaar (met EQT Infrastructure in Vlaanderen) en Unifiber (met Eurofiber in Wallonië). Enige tijd later kocht Proximus EQT Infrastructure volledig uit en integreerde het Fiberklaar in zijn groepstructuur. Telenet werkt dan weer samen met Fluvius in de joint venture Wyre, terwijl Orange Belgium na de overname van VOO een overeenkomst sloot met Telenet (Wyre) om elkaars glasvezelnetwerken te gebruiken.

Midden 2024 ondertekenden Proximus/Fiberklaar en Telenet/Wyre een samenwerkingsakkoord. In deze samenwerking willen de betrokken partijen samen Fiber-to-the-home (FTTH) netwerken in Vlaanderen uitrollen in gebieden met lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid en elkaar wederzijdse toegang geven tot hun (glasvezel)netwerken.

De Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) startte vervolgens een onderzoek op, in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulatoren, om na te gaan of het akkoord de mededinging tussen aanbieders van telecommunicatiediensten ongunstig kan beïnvloeden. Meer bepaald staan de voorwaarden centraal waartegen concurrenten toegang kunnen krijgen tot onder meer het gezamenlijke glasvezelnet dat bovenstaande operatoren willen bouwen. Het onderzoek bevat o.a. een evaluatie van toezeggingen die de operatoren voorstellen om tegemoet te komen aan bezorgdheden van de BMA betreffende de verenigbaarheid van het samenwerkingsproject met de handhaving van daadwerkelijke concurrentie. Daarover vindt vervolgens een raadpleging plaats. Dit onderzoek is bij het afsluiten van de redactie nog lopende. Het resultaat vormt een belangrijk gegeven voor de komende marktanalyse.

Bij een definitieve overeenkomst, die voldoet aan de voorwaarden gesteld door het BIPT, de mediaregulatoren en de BMA, zal het waarschijnlijk niet langer nodig zijn om de groothandelsmarkten voor breedband in de geografische gebieden waarop de samenwerking betrekking hebben, te reguleren. Bij het voorbereidende werk van de volgende marktanalyse zal rekening gehouden worden met het vooruitzicht van die overeenkomst.

Eind juli 2025 sloten Proximus en Orange Belgium een soortgelijk samenwerkingsakkoord voor Wallonië.[348]

Sinds midden 2024 biedt Telenet (als reactie op de komst van Digi) ook vastelijnsdiensten internet en televisie

345 BIPT (2023, 11 oktober). Het BIPT opent de markt voor modems. [Persbericht]. https://www.bipt.be/consumenten/publication/het-bipt-opent-de-markt-voor-modems

346 CRC, "Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied", 29 juni 2018.

347 Voor meer informatie, zie Infofragment 8: Glasvezel in Vlaanderen, in het mediaconcentratierapport 2023 en pagina's 97-98 in het mediaconcentratierapport 2024.

348 De Tijd, Serrure, B., "Proximus en Orange sluiten akkoord over gedeelde fibertuitrol in Wallonië", 25 juli 2025.

aan via zijn mobiele dochter BASE. BASE wordt zo een volwaardig alternatief naast Telenet, vergelijkbaar met Scarlet (Proximus) en Hey! (Orange Belgium). Dankzij een netwerkdeal met Orange Belgium mikt Telenet op een marktaandeel van 10% binnen acht jaar in Wallonië en Brussel.[349]

Eind 2024 lanceerde Orange Belgium satellietinternet in België met als doel afgelegen gebieden die niet in aanmerking komen voor HFC- (Hybrid Fiber Coax) of glasvezelverbindingen te voorzien van breedbandinternet.[350] Verder raakte die periode ook bekend dat Proximus zijn mobiele zendmasten in Luxenburg heeft verkocht. Op deze manier wil het geld vrijmaken om de dure uitrol van 5G en glasvezel in ons land te financieren.[351]

Begin mei 2025 verbood het hof van beroep in Antwerpen Orange Belgium om de termen 'fiber', 'fibre' en 'glasvezel' te gebruiken zonder te vermelden dat het netwerk waarvan Orange gebruik maakt, een gemengd (HFC) netwerk is. De uitspraak volgt na een klacht van Proximus in 2023.[352]

Uit het meest recente evaluatierapport van de Europese Commissie rond "2030 Digital Decade"[353] blijkt dat België het oké doet in zijn digitale transformatie. Voor 5G behoren we met een dekkingsgraad van 97% van het grondgebied zelfs tot de Europese top. De uitrol van glasvezel blijft ondanks de geboekte vooruitgang (van 25% naar 30,7% dekkingsgraad), echter ver achter op het Europese gemiddelde (69,2% dekkingsgraad).

Gezien de omvang van de glasvezeluitrol zijn klachten onvermijdelijk. Het meest recente jaarrapport van de Ombudsdienst voor Telecommunicatie[354] bevestigt dit. Zo gingen de meeste klachten in 2024 over het overschakelen naar een andere provider en schade aan privégevels tijdens de installatie van glasvezelkabels. Opvallend is dat de ombudsdienst in 2024 7,5% minder klachten kreeg dan in 2023. De daling is te wijten aan de opgeloste IT-problemen bij Telenet.

In Brussel moeten Digi en Proximus dan weer duizenden internetverdeelkasten aan gevels vervangen, na een klacht van een burger, omdat ze niet voldoen aan de bouwvoorschriften.[355]

### INFOFRAGMENT 17: GLASVEZELUITROL DOOR DIGI VERLOOPT MOEIZAAM

Bij zijn intrede als vierde telecomoperator in België focust Digi Belgium zich voornamelijk op de mobiele markt. Voor vast internet (glasvezel) focust het zich op de grote steden met het doel om over vijf jaar twee miljoen huishoudens aansluitbaar te maken. Op het moment van redactie bouwt Digi zijn glasvezelnet uit in Brussel, Charleroi en Gent.[356]

Begin dit jaar rezen er vraagtekens bij de arbeidsomstandigheden van de werknemers die het netwerk bouwen.[357] De sociale-inspectiediensten besloten daarom een controle uit te voeren.[358]

Midden dit jaar veroordeelde de Brusselse ondernemingsrechtbank Digi voor het overtreden van veiligheidsregels en het ontbreken van stedenbouwkundige vergunningen bij de aanleg van zijn glasvezelnetwerk in Brussel. Digi riskeert een dwangsom van €3000 per inbreuk en moest deze installaties binnen de maand verwijderen. Het was Proximus die klacht indiende tegen Digi wegens oneerlijke concurrentie.[359]

349 De Tijd, Serrure, B., "Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi", 28 mei 2024.
350 Orange Belgium. [2024, 16 december]. Orange Belgium lanceert internetsatellietdienst. [Persbericht]. Geraadpleegd op 15 juli 2025, van https://corporate.orange.be/nl/news-medias/orange-belgium-lanceert-internetsatellietdienst
351 De Tijd, Serrure, B., "Proximus vangt 108 miljoen voor Luxemburgse zendmasten", 22 november 2024.
352 De Tijd, "Hof fluit telecomoperator Orange terug voor term 'fiber'", 1 mei 2025.
353 Europese Commissie, "Digital Decade 2025: Progress report on multi-country projects", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2025-progress-report-multi-country-projects, 16 juni 2025.
354 VRT NWS, Kesteleyn E., "Aantal klachten bij ombudsdienst Telecom gedaald, vooral problemen met moeizame switch tussen providers en glasvezelwerken", 19 maart 2025.
355 VRT NWS, "Telecomoperatoren Digi en Proximus moeten in Brussel duizenden internetkastjes aan gevels vervangen", 14 januari 2025.
356 De Tijd, Broens, B., "Startende telecomoperator Digi lanceert nieuw bodemtarief", 4 juni 2025.
357 Het Laatste Nieuws, Nuyts, J., "Hoe telecombedrijf DIGI Vlaanderen verovert met extreem lage prijzen, maar daarvoor grote risico's neemt: "Vroeg of laat loopt dit fout af"", 24 februari 2025.
358 De Tijd, Broens, B., "Sociale-inspectiediensten gaan controle uitvoeren bij nieuw telecombedrijf Digi", 24 februari 2025.
359 Het Nieuwsblad, "Digi leeft regelgeving bij uitrol glasvezel niet na, alle installaties zonder vergunning moeten weg", 6 juni 2025.

## INTERNETDISTRIBUTIE

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER |
|---|---|
| Belnet | 875396690 |
| Cybernet nv | 460526504 |
| Destiny nv | 442894476 |
| EDPNET Belgium bv | 799091641 |
| Eurofiber nv | 435204851 |
| Google Belgium nv | 878065378 |
| Meta | Buitenland |
| Microsoft nv | 437910359 |
| NV Verizon Belgium Luxembourg nv | 452182326 |
| Orange Belgium nv | 456810810 |
| Perceval Technologies nv | 439308248 |
| Portima cv | 428775335 |
| Proximus nvpr | 202239951 |
| Telenet bv | 473416418 |

Tabel 41: Internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers[360]
Bron: Gebaseerd op leden ISPA, "Wie we zijn", https://www.ispa.be/nl/about, geraadpleegd op 15 juli 2025.

Eind 2023 werd een wet gestemd die bepaalt dat consumenten een compensatie moeten krijgen bij telecompannes van minstens 8 uur. In november 2024 werd de wet van kracht. Telecomoperator Proximus trok hierop naar het Grondwettelijk Hof. Andere operatoren (Orange Belgium en Wyre) steunen de procedure.[361] Bij het afsluiten van de redactie was de procedure nog lopende.

### 1.4.5 Distributie: mobiel internet: distributieplatformen applicaties

Hoewel veel traditionele media een website hebben, kiezen ze er ook voor om een app te ontwikkelen.

Deze apps worden aangeboden via app stores, een soort online softwarewinkels. De bekendste zijn de besturingssysteemgebonden appwinkels van de fabrikanten. Maar er zijn ook verschillende onafhankelijke app stores. Er bestaan echter geen 'Vlaamse' distributieplatformen voor applicaties. De bekendste app stores waar Vlaamse gebruikers hun applicaties kunnen afnemen, staan vermeld in Tabel 42. Deze tabel is niet exhaustief.

## APP STORES

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | APP STORE |
|---|---|---|
| Amazon | Buitenland | Amazon Appstore |
| Apple | Buitenland | Apple App Store |
| Getjar | Buitenland | GetJar |
| Google | Buitenland | Google Play |
| Huawei | Buitenland | Huawei AppGallery |
| Microsoft | Buitenland | Microsoft Store |
| Samsung | Buitenland | Samsung Galaxy Store |
| Xiaomi | Buitenland | GetApps |

Tabel 42: Een selectie van app stores beschikbaar in Vlaanderen

In titel 1.4.3 "Aggregatie: website-eigenaars" werd reeds vermeld dat er naast de Digital Services Act (DSA) ook de Digital Markets Act (DMA) is. De DMA-verplichtingen zijn sinds 6 maart 2024 van toepassing op techbedrijven die omwille van hun omvang een sleutelpositie innemen op de markt (zogenaamde poortwachters die kernplatformdiensten verrichten) waardoor kleinere bedrijven van hen afhankelijk zijn en consumenten

360 Volgens de website wordt de dienst Edpnet aangeboden door EDPNET Belgium bv (0799.091.641) en niet langer door EDPNET nv (0466.070.845). Laatstgenoemde bevindt zich sinds 7 februari 2024 in de opening van een faillissement.
361 Het Laatste Nieuws, Van Geyte, J., "Telecombedrijven willen geen compensatie geven bij pannes", 12 februari 2025.

moeilijk om hun diensten heen kunnen. De DMA heeft dan ook tot doel meer bescherming te bieden aan deze bedrijven en consumenten die de platformen van de poortwachters gebruiken. Momenteel zijn 7 bedrijven aangeduid als poortwachter voor in totaal 23 kernplatformdiensten.[362]

Eind 2023 lanceerde Meta (Facebook en Instagram) een 'pay or consent' model als reactie op eerdere boetes die waren opgelegd door de Europese Commissie. De Commissie opende daarom in maart 2024 een nieuw onderzoek tegen Meta in het kader van de DMA. In november 2024 introduceerde Meta een nieuw model. Desondanks legde de Commissie Meta in april 2025 een boete op van €200 miljoen voor het model tussen maart en november 2024. Meta had 60 dagen de tijd om de beslissing te implementeren of er zouden nieuwe, periodieke boetes volgen.[363]

In maart 2024 werden ook onderzoeken ingesteld tegen Alphabet (Google) en Apple, eveneens voor inbreuken tegen de DMA.[364] Een jaar later formuleerde de Commissie drie aanklachten.[365]

De twee aanklachten tegen Alphabet gaan enerzijds over het feit dat het de doorverwijzing van zijn gebruikers van Google naar kanalen van externe partijen belemmert en anderzijds dat Google zijn eigen diensten voor consumenten systematisch bevoordeelt. De Commissie bracht Alphabet midden maart 2025 op de hoogte van haar voorlopige bevindingen. Alphabet kreeg de mogelijkheid om zijn recht van verweer uit te oefenen.[366]

De aanklacht tegen Apple is dezelfde als de eerste aanklacht tegen Alphabet, met name de belemmering van de doorverwijzing van de App Store gebruikers naar kanalen van externe partijen. Eind april 2025 legde de Commissie Apple daarom een boete op van €500 miljoen.[367] Eind juni 2025 deed Apple voorstellen om zijn App Store grondig te herzien en zo een nieuwe boete te vermijden.[368]

In Tabel 43 geven we een overzicht van de apps die de verschillende Vlaamse mediabedrijven in eigendom hebben. Deze lijst is niet exhaustief.

Eind maart 2025 kondigde De Standaard aan zijn drie aparte apps (krant, nieuws en podcast) te zullen bundelen in één app, zijn nieuwsapp, om de versnippering van de digitale leeservaring tegen te gaan.[369] Op het moment van de redactie van dit rapport konden de drie apps nog gedownload worden waardoor ze in onderstaande tabel nog apart worden vermeld.

362 Europese Commissie, "Gatekeepers", https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en, geraadpleegd op 9 juli 2025.
363 Europese Commissie, "Commission finds Apple and Meta in breach of the Digital Markets Act", https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_1085, 23 april 2025.
364 Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., "Europese Commissie opent onderzoeken naar Meta, Google en Apple: "Ze kunnen zware boetes krijgen"", 25 maart 2024.
365 De Tijd, De Preter, W., "Google en Apple riskeren boetes na Europese klachten", 19 maart 2025.
366 Europese Commissie, "Commission sends preliminary findings to Alphabet under the Digital Markets Act", https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_811, 19 maart 2025.
367 Zie bronvermelding van de opgelegde boete aan Meta.
368 Het Laatste Nieuws, "Apple doet Brussel voorstellen App Store te verbeteren", 27 juni 2025.
369 De Standaard, Verhoeven, K., "De Standaard bundelt alles voortaan in 1 app", 25 maart 2025.

## APPS VLAAMSE MEDIABEDRIJVEN

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | APP STORE |
|---|---|---|
| Belga News Agency nv | 403481693 | BelgaBox, BelgaGov, BelgaNews, Belgapress |
| De Deeluitgeverij bv | 725510411 | Eos Wetenschap, Motoren & Toerisme |
| Dobbit nv i.s.m. Ment Media bv, Plattelands TV nv en Sportmax bv | 454023544 i.s.m. 820484495, 668376124 en 842132224 | Themax |
| DPG Media nv | 432306234 | Dag Allemaal, De Morgen print editie, De Morgen: nieuws & duiding, Goed Gevoel, Het Laatste Nieuws, HLN.be, Humo, Humo Magazine, Jobat, Joe, Puzzelfit België, Qmusic – Live Radio, Story, Streamz, Tijdschrift.be, TV Familie, VTM GO, Willy |
| FamilyRadio Vlaanderen vzw | 533971538 | FamilyRadio |
| Hellohelloradio.com bv | 837015473 | Tomorrowland (en afgeleiden) |
| Mediafin nv | 404800301 | De Belegger, De Tijd |
| Mediageuzen nv | 446586614 | Culinaire Ambiance, P-magazine |
| Mediahuis nv | 439849666 | De Standaard: Podcasts, DS Krant, DS Nieuws, Gazet van Antwerpen - Krant, GVA Nieuws, HBVL Nieuws, Het Belang van Limburg - Krant, Jobat, Nieuwsblad, Nieuwsblad Krant, Zabun, Zimmo |
| Orange Belgium nv | 456810810 | Cloud Telephony Belgium, Mobile Serenity Plus, Mobile Serenity Plus Child, My Livebox Fiber Belgium, My hey!, My Orange BE, Orange TV Go Belgium, Orange Data Transfer, Orange Device Manager, Orange Smart Home, Orange TV BE |
| Play Media nv | 473307540 | GoPlay |
| Proximus nvpr | 202239951 | Business Booster, Doktr – Medische Consultaties, Fixed Mobile Unification, Forum 500-0 FMC, Lens On Ghent, MyScarlet, Pickx, Proximus Cloud, Proximus Mail, Proximus Pickx, Proximus SOS Kabel, Proximus Webphone, Proximus+: telecom en meer, SSM, SSM-Acceptance, Voice Continuity, VPN Health checker |
| Radio Maria vzw | 833066979 | Radio Maria België |
| Roularta Media Group nv | 434278896 | Libelle Lekker, Mijn Magazines |
| Studio 100 nv | 457622640 | Studio 100 GO – fun voor kids |
| Telenet bv | 473416418 | MyTelenet, Safespot, Safespot Guard, Tadaam, Telenet TV |
| Telinco bv | 865996697 | VoetbalNieuws.be, WielerNieuws |
| Topradio nv | 465147365 | Topradio BE |
| Universciné Belgium nv | 821741636 | Sooner: Stream Different |
| Vlaanderen Eén nv | 890243036 | Play Nostalgie |
| Voetbalprimeur bv | Buitenland | Voetbalprimeur |
| VRT nvpr | 244142664 | Dagelijkse kost, Ketnet Junior, Klara, MNM, Sporza, Studio Brussel, VRT MAX, VRT NWS, VRT PodWalks, VRT Radio 1, VRT Radio 2 |

Tabel 43: Apps Vlaamse mediabedrijven: gegevens verzameld 16 juli 2025[370] [371]

### 1.4.6 Distributie: mobiel internet: mobiele telefonie aanbieders

Opdat de klant mobiel kan surfen dient hij over een geschikt mobiel toestel en een mobiele aansluiting te beschikken. Er kan ofwel via draadloos internet (WIFI) gesurft worden, ofwel door gebruik te maken van een mobiel netwerk. Proximus, Telenet en Orange Belgium beschikken over een eigen mobiel netwerk. Digi Belgium is bezig met de bouw van zijn eigen mobiel netwerk (zie onderstaand infofragment).

Verschillende ondernemingen kunnen van de infrastructuur van één van de drie (binnenkort vier) bovenstaande mobiele netwerk operatoren (MNO's) in België gebruikmaken als zogenaamde MVNO's (Mobile Virtual Network Operator) en zelf diensten aanbieden. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen 'light MVNO' en 'full MVNO', afhankelijk van hoeveel diensten de MVNO in eigen beheer uitvoert.[372]

370 Op de appstore van Google Play staan zowel de app "Artsenkrant" als "Sport/Voetbalmagazine" nog vermeld bij Roularta Media Group. De titel "Artsenkrant" werd echter begin maart 2025 verkocht aan Professional Media Group. De titel "Sport/Voetbalmagazine" werd in 2023 stopgezet wegens moeilijke marktomstandigheden. Om die redenen worden beide apps niet meer vermeld in bovenstaande tabel.

371 Studio 100 GO wordt vermarkt door Wanagogo nv.

372 Een full MVNO is een alternatieve operator die netwerkcapaciteit huurt bij één van de drie mobiele netwerkoperatoren. Hij hangt alleen af van de mobiele netwerkoperator voor het netwerk van antennes en creëert met eigen infrastructuur een kernnetwerk. Een light MVNO delegeert het operationele beheer van zijn netwerk aan de hostoperator.

## INFOFRAGMENT 18: DIGI KENT MOEILIJKE START MAAR WAKKERT CONCURRENTIESTRIJD AAN

In 2022 haalde Citymesh Mobile, de joint venture tussen het Roemeense Digi en het Belgische Citymesh de nodige spectrumrechten binnen om een eigen netwerk voor particulieren uit te bouwen.

In december 2024 betrad Digi Communications Belgium nv (hierna: Digi) de Belgische telecommarkt als aanbieder van vaste internetdiensten via een eigen glasvezelnetwerk (zie Infofragment 17 onder titel 1.4.4 van dit rapport) én als mobiele operator voor de residentiële markt in België. Verder wil het op termijn ook televisiediensten aanbieden.

Terwijl Digi samen met Citymesh zijn eigen mobiel netwerk op basis van 5G-technologie uitbouwt, werd reeds in 2023 een akkoord met Proximus gesloten voor de levering van 4G-wholesalediensten gedurende een periode van vijf jaar. Daarenboven heeft Proximus in dat kader ook antennesites ter overname beschikbaar gesteld aan InSky, het bedrijf dat verantwoordelijk is voor de uitrol van de infrastructuur van Digi en CityMesh.[373]

Midden december 2024 lanceerde Digi uiteindelijk zijn mobiel aanbod. Het dook ver onder de prijzen van concurrenten Telenet, Proximus en Orange Belgium.[374]

De drie concurrenten reageerden voornamelijk via hun B-merken. Orange Belgium reageerde onmiddellijk met Hey!.[375] Proximus volgde enkele dagen later, eerst met Mobile Vikings[376] en vervolgens Scarlet[377]. Tot slot volgde ook BASE van Telenet midden januari 2025.[378] Als reactie werd ofwel het Digi-aanbod geëvenaard ofwel het huidige aanbod verbeterd voor dezelfde prijs (bv. meer mobiel datavolume, aangepast tarief dataverbruik buiten abonnement en/of gratis bellen en sms'en). Opmerkelijk is dat de premiummerken soms hogere datavolumes kregen, maar ook prijsindexaties.[379]

De consument toonde alvast veel interesse. Het BIPT zag het gemiddeld aantal bezoekers van zijn vergelijkingswebsite "bestetarief.be" sterk toenemen.[380]

Eind januari 2025 waren er echter al veel klachten, bv. geen vlotte overschakeling, onbereikbaarheid nieuwe klanten, instabiele netwerkverbinding en moeilijk te bereiken klantendienst. De Ombudsman voor telecom tikte Digi op de vingers.[381] Digi erkende de problemen, maar gaf aan tevreden te zijn over de vraag naar zijn product.[382] Kort daarna kwamen er allerhande onthullingen boven in de krant Het Laatste Nieuws.[383] Dit leidde tot een controle door de sociale-inspectiediensten.[384] Eind februari 2025 zette Digi de helft van het management aan de deur.[385]

Verschillende concurrenten gaven aan weinig impact te ondervinden van de komst van Digi.[386] Orange Belgium stopte midden mei 2025 zelfs het aanbod van Hey! waarmee het Digi in de eerste uren na zijn lancering evenaarde.[387] De klachten van consumenten over Digi hielden ondertussen aan. Dat leidde tot een nieuwe tik op de vingers, dit keer van de federale minister van telecom, en een nieuwe herstructurering.[388]

373 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 juli 2025 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2024), p. 36, via https://www.ibpt.be/operatoren/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024
374 De Tijd, Serrure, B., & Broens, B., "Digi gooit clusterbom in telecomland", 11 december 2024.
375 De Tijd, Broens, B., "Orange Belgium evenaart mobiel tarief van Digi meteen met nevenmerk Hey!", 11 december 2024.
376 VRT NWS, Michiels, C., "DIGI zwengelt concurrentie op telecommarkt aan: Mobile Vikings-klanten krijgen dubbel zoveel mobiele data voor dezelfde prijs", 16 december 2024.
377 De Tijd, Broens, B., "Proximus pareert komst Digi ook met budgetmerk Scarlet", 8 januari 2025.
378 De Tijd, Broens, B., "Telenet duikt met BASE voor zware dataverbruikers onder tarieven Digi", 13 januari 2025.
379 Het Nieuwsblad, Deblaere, J., "Opvallende conclusies op telecommarkt na één week Digi: "Wat ze geven bij budgetmerk, nemen ze terug bij hoofdmerk"", 19 december 2024.
380 Het Laatste Nieuws, "Sinds komst van vierde telecomoperator - Fors meer Belgen op zoek naar goedkoopste gsm-abonnement", 8 januari 2025.
381 VRT NWS, Scheerlinck, H., "Ombudsman telecom tikt nieuwkomer Digi op de vingers: "Snel herpakken zodat het kinderziektes blijven"", 22 januari 2025.
382 De Tijd, Broens, B., "Nieuwe telecomoperator Digi 'tevreden over de vraag'", 21 februari 2025.
383 Het Laatste Nieuws, Nuyts, J., "Hoe telecombedrijf DIGI Vlaanderen verovert met extreem lage prijzen, maar daarvoor grote risico's neemt: "Vroeg of laat loopt dit fout af"", 24 februari 2025.
384 De Tijd, Broens, B., "Sociale-inspectiediensten gaan controle uitvoeren bij nieuw telecombedrijf Digi", 24 februari 2025.
385 De Tijd, Serrure, B., ""Telecomoperator Digi Belgium zet helft management aan de deur"", 27 februari 2025.
386 De Tijd, Broens, B., "Nog geen effect van lancering Digi op klantencijfers Orange", 7 februari 2025.
De Tijd, Serrure, B., "Proximus heeft weinig last van Digi", 9 mei 2025.
387 De Tijd, Broens, B., "Telecomoperator Orange stopt met verkoop antwoord op Digi", 12 mei 2025.
388 Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., & Nuyts, J., "Problemen stapelen zich op bij jongste telecomspeler DIGI: nieuwe ontslagronde en minister is boos over vele consumentenklachten", 9 mei 2025.

Ondanks de moeilijke opstart, had Digi eind maart 2025 53.000 klanten en eind juni 2025 62.000 klanten.[389]

Verder is er weldegelijk een effect op de prijzen. De meest recente prijzenstudie van het BIPT[390] toont dat Digi de goedkoopste mobiele operator is (behalve voor de grootste dataverbruikers), al biedt het dus (nog) geen toegang tot 5G. Desondanks blijft de Belg honkvast en verknocht aan bundels (vast internet, vaste telefonie, mobiele telefonie en/of televisie in 1 pakket). Eenmaal Digi een gevestigde waarde is met een volledig aanbod (i.e. bundelaanbod), kan er een groter effect zijn op de Belgische telecommarkt. Dat het Digi menens is, blijkt uit het nieuwe abonnement dat begin juni 2025 werd gelanceerd.[391]

Elk jaar geeft het BIPT een status van de elektronische communicatie- en TV markt.

Volgens de meest recente status[392] telde de Belgische mobiele markt eind 2024 drie operatoren met een eigen mobiel netwerk en maar één full MVNO meer, Lycamobile, dat actief is op het netwerk van Telenet. Vectone is niet langer actief als (full) MVNO.

In 2022 zijn de gebruikers van full MVNO Mobile Vikings overgezet op het Proxiums-netwerk ten gevolge van de overname in 2020. In 2023 zijn de gebruikers van full MVNO VOO overgezet op het Orange-netwerk ten gevolge van de overname datzelfde jaar.

Sinds begin 2024 is Mega Telecom, dochteronderneming van energieleverancier Mega, actief als MVNO op het Orange-netwerk.[393] Enkele maanden later kocht Proximus de 5G-licentie over van NRB, de IT-dochter van Ethias. Proximus vergrootte zo, na voorafgaand akkoord van het BIPT, zijn mobiele capaciteit naar 120 MHz. NRB behoudt de ambitie om 5G-diensten aan te bieden, maar dan als MVNO op het Proximus-netwerk.[394]

Omtrent de algemene uitrol van 5G duidt het BIPT in zijn status dat 39,8% van de actieve datasimkaarten van individuen in 2024 5G datatrafiek genereerde tegenover 27,4% in 2023. In februari 2025 had 99,78% van de Belgische huishoudens toegang tot 5G, vergeleken met 87,5% begin 2024.

Eind vorig jaar zette Proximus zijn 3G-diensten stop om plaats te maken voor de 4G- en 5G-netwerken, dewelke bovendien energiezuiniger zijn. Telenet en Orange volgden in de loop van dit jaar. De 2G-netwerken blijven nog tot uiterlijk 2029 bestaan aangezien het gebruikt wordt voor machine-to-machine toepassingen (M2M). In 2029 moeten deze toepassingen overschakelen op 4G-netwerken.[395]

Tabel 44 geeft een lijst van de mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren.

Sinds april 2025 heeft Telenet-dochter Tadaam nu ook een aanbod voor mobiele telefonie, naast tv en internet.[396]

389 De Tijd, De Schamphelaere, J., "Telecomnieuwkomer Digi groeit amper in België", 14 augustus 2025.
390 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 27 mei 2025 over de resultaten van de vergelijking van de tarieven voor mobiele (postpaid) telecommunicatiediensten in België [tarieven gehanteerd in het tweede kwartaal van 2025], via https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/resultaten-van-de-vergelijking-van-de-tarieven-voor-mobiele-diensten-in-belgie-tarieven-gehanteerd-in-q2-2025
391 De Tijd, Broens, B., "Startende telecomoperator Digi lanceert nieuw bodemtarief", 4 juni 2025.
392 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 juli 2025 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2024), via https://www.ibpt.be/operatoren/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024
393 Het Laatste Nieuws, "Energieleverancier Mega biedt ook telecom aan", 1 februari 2024.
394 De Tijd, Dereymaeker, F., "Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over", 18 april 2024.
395 VRT NWS, Wijns, L., "Proximus stopt binnenkort met 3G: "Goede zaak, want inefficiënte technologie"", 20 november 2024.
396 Het Nieuwsblad, "Telenet-dochter Tadaam lanceert aanbod voor mobiele telefonie", 3 april 2025.

# MOBIELE OPERATOREN EN HUN NETWERK

| AANBIEDER | ONDERNEMINGSNUMMER | MERKNAAM | VIA NETWERK |
|---|---|---|---|
| EDPNET Belgium bv | 779091641 | Edpnet Mobile | Orange Belgium nv |
| Mega Telco nv | 788562092 | Mega | Orange Belgium nv |
| Neibo cv | 696686860 | Neibo | Orange Belgium nv |
| Orange Belgium nv | 456810810 | Orange | Orange Belgium nv |
| Orange Belgium nv | 456810810 | Hey! | Orange Belgium nv |
| Orange Belgium nv | 456810810 | VOO Mobile | Orange Belgium nv |
| Undo bv | 788352652 | Undo | Orange Belgium nv |
| Cybernet nv | 460526504 | Cybernet | Proximus nvpr |
| DIGI Communications Belgium nv | 803299956 | DIGI | Proximus nvpr |
| IPTELECOM bv | 732566863 | IP Telecom | Proximus nvpr |
| Mobile Vikings nv | 886946917 | JIM Mobile | Proximus nvpr |
| Mobile Vikings nv | 886946917 | Mobile Vikings | Proximus nvpr |
| NETCOM ICT bv | 627660670 | Netcom | Proximus nvpr |
| Proximus nvpr | 202239951 | Proximus | Proximus nvpr |
| Proximus nvpr | 202239951 | Scarlet | Proximus nvpr |
| TCHAMBA – REFINDER bv | 846369342 | Tchamba Telecom | Proximus nvpr |
| Yoin nv | 754793919 | Yoin | Proximus nvpr |
| Carrefour Belgium nv | 448826918 | Carrefour Mobile | Telenet Group nv |
| Centrea bv (Belgian Telecom) | 478734986 | FASTfiber Mobile | Telenet Group nv |
| Lycamobile bv | 887848918 | Lycamobile | Telenet Group nv |
| Telenet Group nv | 462925669 | Telenet | Telenet Group nv |
| Telenet Group nv | 462925669 | Base | Telenet Group nv |
| Telenet Group nv | 462925669 | Tadaam | Telenet Group nv |
| United Telecom nv | 446133484 | United Telecom | Telenet Group nv |
| United Telecom nv | 446133484 | Ello Mobile | Telenet Group nv |

Tabel 44: Overzicht mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren (zakelijke markt uitgezonderd)[397] [398] [399]

397 Deze lijst is gebaseerd op de lijst van de mobiele operatoren van het BIPT, via: https://www.bipt.be/consumenten/lijst-van-de-mobiele-operatoren, en voor het laatst geraadpleegd op 18 juli 2025.
398 United Telecom nv bevindt zich sinds 12 december 2024 in de rechtstoestand: opening faillissement.
399 Begin 2021 trad Youfone toe tot de Belgische markt. Midden 2024 onderging het een rebranding en veranderde de naam naar "Yoin".

## 1.5 BESLUIT HOOFDSTUK 1

In dit eerste hoofdstuk werd de Vlaamse mediasector afgebakend door na te gaan welke spelers in welke mediasegmenten actief zijn.

Wat radio betreft, valt op dat de VAR, de reclameregie van VRT, sinds 2024 ook de reclameverkoop verzorgt voor commerciële zenders zoals Play Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus. Deze uitbreiding markeert een significante verschuiving in de strategie van de VAR, die traditioneel de reclame voor alleen de eigen VRT-netwerken verzorgde. Deze stap kan gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt. Vanaf 1 april 2025 verzorgt de regie ook de reclamewerving voor alle podcasts van Mediahuis.

Ook Transfer en het Nederlandse Switch Media breidden hun radioaanbod in Vlaanderen uit, wat de diversiteit aan reclameregies vergroot.

De netwerkradio's ondergingen belangrijke wijzigingen. NRJ Vlaanderen werd eind 2023 op de FM-band vervangen door Nostalgie Plus. SBS Media Belgium kreeg meerdere boetes van de VRM wegens niet-naleving van het Mediadecreet, maar wist zich in 2025 te regulariseren. De aandeelhoudersstructuur van SBS Media Belgium wijzigde, waarbij Mediahuis de enige aandeelhouder werd en de statutaire naam veranderde naar Vlaanderen Twee.

MENT startte begin 2025 met een nieuwe radiozender, MENTpop-radio, als aanvulling op hun tv-zenders MENT55 en MENTpop. Het is te beluisteren via DAB+ in Vlaanderen.

De podcastmarkt blijft groeien, met sterke cijfers voor nieuwsgerichte podcasts. Toch blijven structurele uitdagingen bestaan, zoals het gebrek aan een duurzaam verdienmodel. Het gezamenlijke platform Podgrond werd stopgezet, terwijl internationale spelers zoals Spotify hun positie versterken via nieuwe advertentiemodellen.

De geplande afschakeling van de FM-band tegen 2031 werd uitgesteld, maar de penetratie van DAB+ blijft toenemen. Cellnex Broadcast Partners versterkte zijn positie als zendoperator, en de samenwerking tussen DPG Media en SBS Media Belgium leidde tot tijdelijke licenties om etherstilte te vermijden. Frequentiekanalen 5A/5D kunnen op die manier vrijgehouden worden voor bovenlokale DAB+-dekking.

Wat televisie betreft, nam de Europese Commissie de afgelopen jaren verschillende regelgevende initiatieven die een directe impact hebben op het mediabeleid, waaronder de Europese Verordening Mediavrijheid, de Europese Verordening Politieke Reclame en de AI-verordening.

In 2023 kende de Vlaamse audiovisuele productiesector nog een recordjaar, met meer reeksen en hogere budgetten dan ooit. Streamz groeide uit tot het belangrijkste platform voor private producties. Ondanks dit succes blijft de sector sterk afhankelijk van publieke financiering en kampt ze met stijgende kosten, beperkte budgetgroei en toenemende financiële druk. Productiehuizen waarschuwen voor faillissementen en besparingen, zoals bij Woestijnvis, dit illustreert de toekomstige uitdagingen.

In 2024 keerde Sabam een recordbedrag van €35 miljoen aan auteursrechten uit, mede dankzij nieuwe akkoorden met technologiebedrijven zoals Meta. Tegelijk waarschuwt Sabam voor de negatieve impact van generatieve AI, die tegen 2028 mogelijk €22 miljard aan inkomsten voor creatieve makers kan doen verdwijnen. AI-content verdringt menselijke creaties en zet beroepen zoals stemacteurs en ondertitelaars onder druk. Sabam en andere beheersvennootschappen hekelen ook het gebruik van creatieve werken door platformen zonder proportionele vergoeding en roepen op tot duidelijke regelgeving ter bescherming van auteurs.

2025 is een belangrijk jaar voor het XMP cross media panel van CIM en XMC, gesteund door de Vlaamse overheid. Het wil dit jaar het volledige mediagebruik van Vlamingen in kaart brengen.

De Vlaamse Regering en VRT sloten een nieuwe beheersovereenkomst af die de koers van de openbare omroep tot 2030 vastlegt. Er was veel discussie over de subplafonds, beperkingen op reclame-inkomsten uit specifieke media zoals televisie of digitaal. Uiteindelijk komt er een verhoging van de subplafonds voor digitale en tv-reclame, maar het algemene reclameplafond bleef behouden. Hoewel VRT meer ruimte krijgt op digitaal vlak, blijven beperkingen zoals het verbod op midrolls voorlopig gelden. De overeenkomst bevat ook afspraken over transparantie, sportaanbod, Vlaamse content en participatie in productiehuizen.

De Vlaamse commerciële zenders VTM en Play Media staan onder druk door structurele verliezen vanaf 2026, veroorzaakt door dalende tv-abonnementen en verschuivende reclame-inkomsten naar internationale platformen zoals Netflix en YouTube. Ondanks digitale initiatieven zoals Streamz en VTM GO, blijven de inkomsten ontoereikend. De sector waarschuwt voor het verlies van tot 700 jobs en vraagt politieke steun, waaronder fiscale voordelen voor adverteerders en verplichtingen voor smart-tv-fabrikanten. De Vlaamse Regering maakt werk van regelgeving om Vlaamse media-apps prominenter te maken op smart-tv's.

Vanaf 28 april 2025 is Play Sports van Telenet beschikbaar voor alle klanten via een nieuwe app, ongeacht of ze digitale tv hebben. De app biedt live sport, video-on-demand, podcasts en gepersonaliseerde functies. Proximus en Orange sloten aparte deals met Telenet, waardoor hun klanten ook toegang krijgen tot exclusieve competities zoals de Premier League en Bundesliga. Intussen verwierf DAZN de uitzendrechten van de Jupiler Pro League, waardoor Belgisch voetbal enkel nog via hun app te bekijken is. Traditionele tv-verdeling maakt plaats voor digitale platformen, wat leidt tot onzekerheid over het nieuwe verdienmodel.

Begin 2025 werd Focus-WTV vzw erkend als de nieuwe regionale televisieomroep voor West-Vlaanderen, na een fusie van Focus TV vzw en WTV-Zuid vzw. Deze schaalvergroting past binnen het Vlaamse mediabeleid om regionale zenders efficiënter en redactioneel sterker te maken.

De internationale streamingmarkt is volwassen aan het worden: grote spelers zoals Netflix en Disney boeken voor het eerst structurele winsten, al blijven de marges kleiner dan bij klassieke televisie. Netflix blijft marktleider met meer dan 300 miljoen abonnees en verschuift de focus naar winst per gebruiker via prijsverhogingen, reclame en live sport. In Europa roept de dominantie van Netflix gemengde reacties op: sommige landen zoeken samenwerking, terwijl Vlaamse mediabedrijven politieke bescherming vragen.

In Vlaanderen groeit Streamz sterk, met 80% kijktijd naar lokale content en een stijging van 52% in 2024. Ook VTM GO breidt uit met een filmverhuurplatform. De Vlaamse SVOD-markt is stabiel, maar kent veel abonnementswissels. BVOD-platformen zoals VRT MAX en GoPlay winnen terrein dankzij geconnecteerde tv's en bereiken 12% extra kijkers die lineaire tv niet bereikt.

Tegelijk voeren steeds meer diensten, waaronder Streamz, beperkingen in op accountdeling buiten het huishouden. De toekomst ligt in slimme bundeling, lokale verankering en een mix van abonnements- en advertentiemodellen.

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

Google, Meta en TikTok stellen echter dat het decreet verder gaat dan Europese Richtlijnen en hebben een beroep tot (gedeeltelijke) vernietiging ingediend bij het Grondwettelijk Hof. Vlaanderen is hiermee de eerste regio in Europa die dergelijke verplichting oplegt aan aanbieders van videoplatformdiensten, wat het arrest mogelijk precedentwaarde geeft voor andere EU-lidstaten.

In maart 2025 kregen The 12th Player en DAZN via de Brusselse ondernemingsrechtbank een bevel om illegale sportstreams te blokkeren. Dit leidde tot een dynamisch DNS-blokkadesysteem dat ook toekomstige piratensites en omzeilingspogingen aanpakt. De maatregel richt zich op Belgische providers én internationale DNS-diensten zoals Google en Cloudflare.

De uitspraak benadrukt de nood aan samenwerking tussen rechtenhouders en digitale tussenpersonen.

Intussen onderzocht het BIPT het legale media-aanbod in België: hoewel het aanbod ruim is, blijft illegale IPTV populair (5,4% van de Belgen), vooral door de wens naar exclusieve content zoals sport. Prijs blijkt niet de hoofdreden voor piraterij; het sportaanbod is in België geconcentreerd bij één speler (DAZN), wat de toegang beperkt.

Op 1 oktober 2025 is de integratie van VOO in Orange Belgium afgerond. Het personeel van VOO werd op 1 juli overgedragen aan Orange Belgium via een conventionele bedrijfsoverdracht. De netwerkactiva van VOO zijn op 1 oktober overgedragen aan Orange Netco, een dochteronderneming van Orange Belgium die op 18 april werd opgericht. Niet-overgedragen activa zijn geïntegreerd in Orange Belgium. VOO houdt op te bestaan als zelfstandige juridische entiteit.

Wat geschreven pers betreft, zijn de titels op de Vlaamse betalende krantenmarkt niet gewijzigd. Naast het feit dat Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen nu onder één algemene hoofdredacteur staan, zijn er geen andere significante stappen gezet in de convergentietendens tussen redacties en mediavormen van de afgelopen jaren.

De VVJ meldt dat zowel het aantal beroepsjournalisten als journalisten van beroep gestegen is ten opzichte van 2023. Het aantal stagiairs ligt dan weer iets lager.

België daalt in de World Press Freedom Index 2025 van Reporters Sans Frontières (RSF) naar de 18de plaats (16de vorig jaar). Algemeen stelt RSF dat de persvrijheid in Europa een kritiek punt heeft bereikt door oorlogsgeweld, politieke beïnvloeding, strategische rechtszaken (SLAPP) en nieuwere technieken (bv. spywareschandalen). In 2024 heeft de Europese Unie een anti-SLAPP-richtlijn aangenomen, die tegen midden 2026 moet worden omgezet in nationale wetgeving. In België heeft een werkgroep alvast een modelwet hieromtrent opgesteld voor de minister van Justitie.

Eind 2024 sloot Google een akkoord met DPG Media, Mediahuis en Roularta rond het publiceren van een selectie van hun artikels op Google News Showcase. Soortgelijke overeenkomsten met internationale AI-bedrijven zijn er nog niet. De bezorgdheden rond het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk bij het trainen van AI-chatbots en -systemen blijven dus bestaan. Verder waarschuwt de Europese federatie European News Media voor er een kloof tussen grote (internationale) uitgevers en kleinere (nationale/lokale) uitgevers wat betreft het sluiten van akkoorden. In Vlaanderen zijn de uitgevers (nog) niet van plan om gezamenlijk te onderhandelen met de AI-bedrijven.

De reclamesector kenmerkt zich door samenwerkingen omtrent advertentiewerving, bv. Magixx (Roularta, Rossel en DPG Media) en Ads & Data (Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media).

De magazinemarkt blijft het moeilijk hebben, veelal door tegenvallende resultaten en stijgende kosten. Zo geeft MediaNation niet langer de print magazines Goodbye en Gezond uit. Verder vernieuwde Mediahuis zijn weekendaanbod met WKND, een bijlage die NU en Check samenbrengt, als een volgende stap in de digitale transformatie van Het Nieuwsblad. Tot slot verkocht Roularta Media Group opnieuw drie vakbladen aan Professional Media Group omdat het er te weinig groeimogelijkheden voor zag in het eigen portfolio.

In 2024 vertrokken Roularta, IPM, Rossel en DPG Media bij magazinefederatie We Media en sloten zich aan bij de krantenfederaties VNM en Lapresse.be. In 2025 zetten zij, aangevuld met Mediahuis, het samenwerkingsverband Belgian Publishing Experience (BPX) op poten om het belang en de impact van lokale nieuwsmedia en magazines opnieuw onder de aandacht te brengen van adverteerders.

Ondanks initiatieven van Roularta (Mijn Magazines) en DPG Media (Tijdschrift.be) blijft de convergentie tussen de papieren en digitale magazinemarkt duidelijk minder vlot verlopen dan bij de kranten.

Gratis bladen hebben het zowaar nog moeilijker dan magazines. In 2025 stopten De Grensverspreider, Content, MAXzine en Tips om dezelfde redenen: stijgende kosten voor papier, drukwerk, distributie en gemeentetaksen in combinatie met maatschappelijk veralgemeend gebruik van het internet en de sociale media.

Door het gesjoemel bij de toewijzing van de krantenconcessie werd deze concessie stopgezet en geldt er tot en met 2026 een subsidiemodel met steun op basis van bevolkingsdichtheid per gewest. De juridische onderzoeken zijn nog lopende. Na een akkoord met de Vlaamse uitgevers schuift Bpost sinds midden 2024 de verdeling door naar AMP en PPP. Dit veroorzaakte ernstige leveringsproblemen door een tekort aan krantenbezorgers. De Vlaamse uitgevers namen noodmaatregelen. Vermoedelijk zullen de problemen pas tegen eind 2026 opgelost zijn.

In 2022 trad tot slot een nieuwe auteurswet in werking, dewelke een persuitgeversrecht creëert. Persuitgevers kunnen hun nieuwsaanbod zo beter valoriseren tegenover platformen. Google en Meta vochten de wet aan bij het Grondwettelijk Hof, die hierover drie prejudiciële vragen stelde aan het Europees Hof van Justitie.

Wat internet betreft, wordt op verschillende manieren weerwerk geboden tegen de machtsposities van grote internationale internetbedrijven. Met name via samenwerking (bv. Magixx en Ads & Data op reclamevlak), rechtszaken (bv. 30 Europese mediabedrijven tegen Google's Ad Tech of Proxistore tegen Google) en onderzoek (bv. een witboek van CIM omtrent het nieuwe meetsysteem CIM ONE).

De tweejaarlijkse Nieuwsbarometer leert dat de gemiddelde jongere nieuws consumeert via verschillende kanalen, met televisie of streaming op de tweede plaats.

In 2024 werden twee belangrijke Europese verordening die betrekking hebben op digitale diensten volledig van toepassing: de verordening digitale diensten (DSA) en de verordening digitale markten (DMA). Onder de DSA heeft de Europese Commissie momenteel 20 bedrijven geclassificeerd als zeer grote online platformen (VLOP's) of zoekmachines (VLOSE's). Het houdt hier exclusief toezicht op. Bedrijven met minder dan 45 miljoen gebruikers per maand in de Europese Unie vallen onder de verantwoordelijkheid van de mediaregulator van het land waar de hoofdzetel gevestigd is. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT is de Belgische digitaledienstencoördinator. Verder heeft de Europese Commissie onder de DMA momenteel 7 bedrijven aangeduid als poortwachter. Daarnaast heeft de Commissie meerdere onderzoeken opgestart naar mogelijke inbreuken tegen de DSA en de DMA. Sommige zijn nog lopende, andere zijn afgerond met veelal boetes tot gevolg.

Op Vlaams niveau werd vorig jaar het herwerkingsproces van de vernieuwde stimuleringsregeling voltooid. Daardoor moeten dienstenverdelers, niet-lineaire televisieomroeporganisaties en aanbieders van videoplatformdiensten investeren in kwaliteitsvolle Vlaamse content. In 2025 werd deze regelgeving voor het eerst toegepast.

In 2024 waren er verkiezingen. AdLens becijferde dat Belgische partijen €15 miljoen uitgaven aan politieke advertenties op de platformen van Meta en Google. Apache berekende dan weer dat de Vlaamse partijen €27 miljoen uitgaven aan de lokale verkiezingen. Midden 2025 meldde Meta dat het, in navolging van Google vorig jaar, vanaf oktober 2025 niet langer politieke advertenties zal toelaten in de Europese Unie vanwege de Europese verordening over transparantie en gerichte politieke reclame.

Centraal in de telecomwereld stond de komst van de vierde telecomspeler, Digi Belgium, eind 2024. Naast het aanbieden van vastelijndiensten (glasvezel in enkele grote steden en op termijn televisie), focust Digi zich vooral op zijn mobiel aanbod waarmee het bij de lancering ver onder de prijzen van zijn concurrenten dook. Zij reageerden via hun B-merken. Digi kende een moeizaam vervolg, met veel klachten en verschillende tikken op de vingers alsook een controle van de sociale-inspectiediensten na onthullingen over praktijken bij zijn glasvezeluitrol. Verschillende concurrenten gaven aan weinig impact te ondervinden van Digi. Desondanks ziet het BIPT weldegelijk een effect op de prijzen in zijn meest recente prijzenstudie. De Belg is echter honkvast en verknocht aan bundels. Van zodra Digi een gevestigde waarde is met een volledig bundelaanbod, kan er een groter effect zijn op de Belgische telecommarkt.

Dat bundels belangrijk zijn, blijkt ook uit het jaarlijks cijferrapport van het BIPT omtrent de elektronische communicatiemarkt. Datzelfde rapport stelt dat op vlak van gigabitconnectiviteit de uitrol hoger ligt dan het

gebruik ervan. Er is een hoge dekkingsgraad, maar de effectieve benutting blijft beperkt.

Midden 2024 sloten Proximus/Fiberklaar en Telenet/Wyre een samenwerkingsakkoord voor de uitrol van glasvezel in gebieden met een lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid in Vlaanderen. Midden 2025 sloten Proximus en Orange Belgium een soortgelijk akkoord voor Wallonië. De BMA startte een onderzoek op in samenwerking met het BIPT. Dit loopt nog. Bij een positief resultaat en latere definitieve overeenkomsten die alle gestelde voorwaarden respecteren, lijkt de regulering van de groothandelsmarkten voor breedband in deze gebieden niet langer noodzakelijk.

Wat de uitrol van 5G betreft, meldt het BIPT nog in zijn jaarlijks cijferrapport dat bijna 40% van de datasimkaarten van individuen in 2024 5G datatrafiek genereerde tegenover ongeveer 27% in 2023. Verder zetten Proximus, Telenet en Orange Belgium hun 3G-diensten definitief stop om plaats te maken voor hun 4G- en 5G-netwerken. 2G blijft nog uiterlijk tot 2029 bestaan aangezien het gebruikt wordt voor machine-to-machine toepassingen.

Tot slot geeft het recentste evaluatierapport van de Europese Commissie rond “2030 Digital Decade” aan dat België het vrij goed doet in zijn digitale transformatie. Voor 5G behoren we tot de Europese top, maar bij de uitrol van glasvezel blijven we ondank de geboekte vooruitgang ver achter op het Europese gemiddelde.

Convergentie en crossmedialiteit zijn een courante zaak geworden in het Vlaamse medialandschap. Merken zijn de belangrijkste ankerpunten geworden en worden probleemloos van de ene mediavorm naar de andere geëxporteerd. Om dit te illustreren wordt in Tabel 45 een overzicht gegeven van een aantal Vlaamse multimediale merken en de vormen waarin zij geconsumeerd kunnen worden, gegroepeerd volgens eerste verschijningsvorm (radio/tv/geschreven pers/website/app en sociale media). TikTok geraakt stevig ingeburgerd bij verschillende mediamerken, maar roept ondertussen ook bezorgdheden om privacy op. Bij de merken van VRT zien we een shift van een eigen website voor elk merk, naar een eigen plaats op VRT MAX. We zien ook dat verschillende magazines van Roularta veelal geen eigen app meer hebben, maar vervat zitten in de Mijn Magazines-app.

## MULTIMEDIALE MERKEN

| Radio | TV | Geschreven pers | Website | Eigen app | Sociale media | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Facebook | X | Instagram | YouTube | TikTok |
| Joe | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Klara | x | - | - | x | x | x | x | x | - |
| MNM | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Nostalgie | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Qmusic | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Radio 1 | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Radio 2 | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Sporza | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Studio Brussel | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| - | VRT Canvas | - | - | - | x | x | x | x | - |
| - | VRT 1 | - | - | - | x | x | x | x | x |
| x | Ketnet | - | - | x | x | x | x | x | x |
| - | Ketnet Jr. | - | - | x | x | - | x | x | x |
| - | VRT MAX | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | Play4 | - | - | - | x | x | x | - | - |
| - | Play5 | - | - | - | x | x | x | - | - |
| - | Play6 | - | - | - | x | - | - | - | - |
| - | Play7 | - | - | - | x | - | x | - | - |
| - | GoPlay | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | VTM | - | x | - | x | x | x | x | - |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| - | Streamz (basic / premium (+)) | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | VTM GO | - | x | x | x | - | x | x | x |
| - | - | De Gazet van Antwerpen | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Morgen | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Standaard | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Tijd | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Nieuwsblad | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Belang van Limburg | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Laatste Nieuws | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Feeling | x | - | x | - | x | x | x |
| - | - | Flair | x | - | x | x | x | x | x |
| - | - | Humo | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Knack | x | - | x | x | x | x | x |
| - | - | Libelle | x | - | x | - | x | x | x |
| - | - | Libelle Lekker | x | x | x | - | x | x | x |
| - | - | Story | x | x | x | - | x | x | - |
| - | - | Trends | x | - | x | x | x | x | - |

Tabel 45: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen

Louter op basis van de deelnemers op het speelveld hebben we reeds indicaties dat de verticale en crossmediale integratie in de Vlaamse mediasector toeneemt. Distributeurs doen aan contentcreatie en aggregatie. Aggregatoren, zoals VRT, DPG Media en Play Media, blijven hun platformen verder ontwikkelen (bv. VTM GO+ of de GoPlay-app voor Android TV) om zo rechtstreeks naar de kijker te gaan. Radio-omroepen hebben veelal nog een eigen website en app, televisieomroepen niet. Al gaat dit bij radio-omroepen ook stilaan achteruit. De zenders worden geëtaleerd op VRT MAX, VTM GO(+) of GoPlay.

Op vlak van reclame werken regies dan weer samen om zoveel mogelijk data en aggregatoren te kunnen bundelen. Ads & Data lanceerde het “total tv – ecosystem”, een koppeling tussen het ecosysteem van settopboxen en dat van de online wereld, waardoor het de eerste speler op de Vlaamse markt is die telco data integreert en koppelt met online data en data van de adverteerder. Met het XMP-systeem komt er ook voor de eerste keer een crossmediaal meetsysteem. Dit is ook nodig, want internationaal introduceerden o.a. Netflix en Disney+ goedkopere abonnementsformules mét reclame (combinatie van AVOD en SVOD). Streamz volgde als eerste Vlaamse speler dat voorbeeld.

Tot slot worden telecomoperatoren gedwongen om samenwerkingen aan te gaan omdat investeren in een nieuw glasvezelnetwerk erg veel geld kost. Zo richtten zowel Proximus als Telenet joint ventures op met respectievelijk EQT Infrastructure en Fluvius als partner. Proximus nam het belang van EQT Infrastructure in de joint venture Fiberklaar over. Midden 2024 sloten Proximus en Telenet een samenwerkingsovereenkomst met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken in een deel van Vlaanderen. Eind juli 2025 sloten Proximus en Orange Belgium een soortgelijk akkoord voor Wallonië. De Belgische Mededingingsautoriteit startte hierover telkens een onderzoek, dewelke nog lopende zijn.

In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties op basis van het aantal aanwezige spelers die doorheen het hoofdstuk werden bestudeerd.

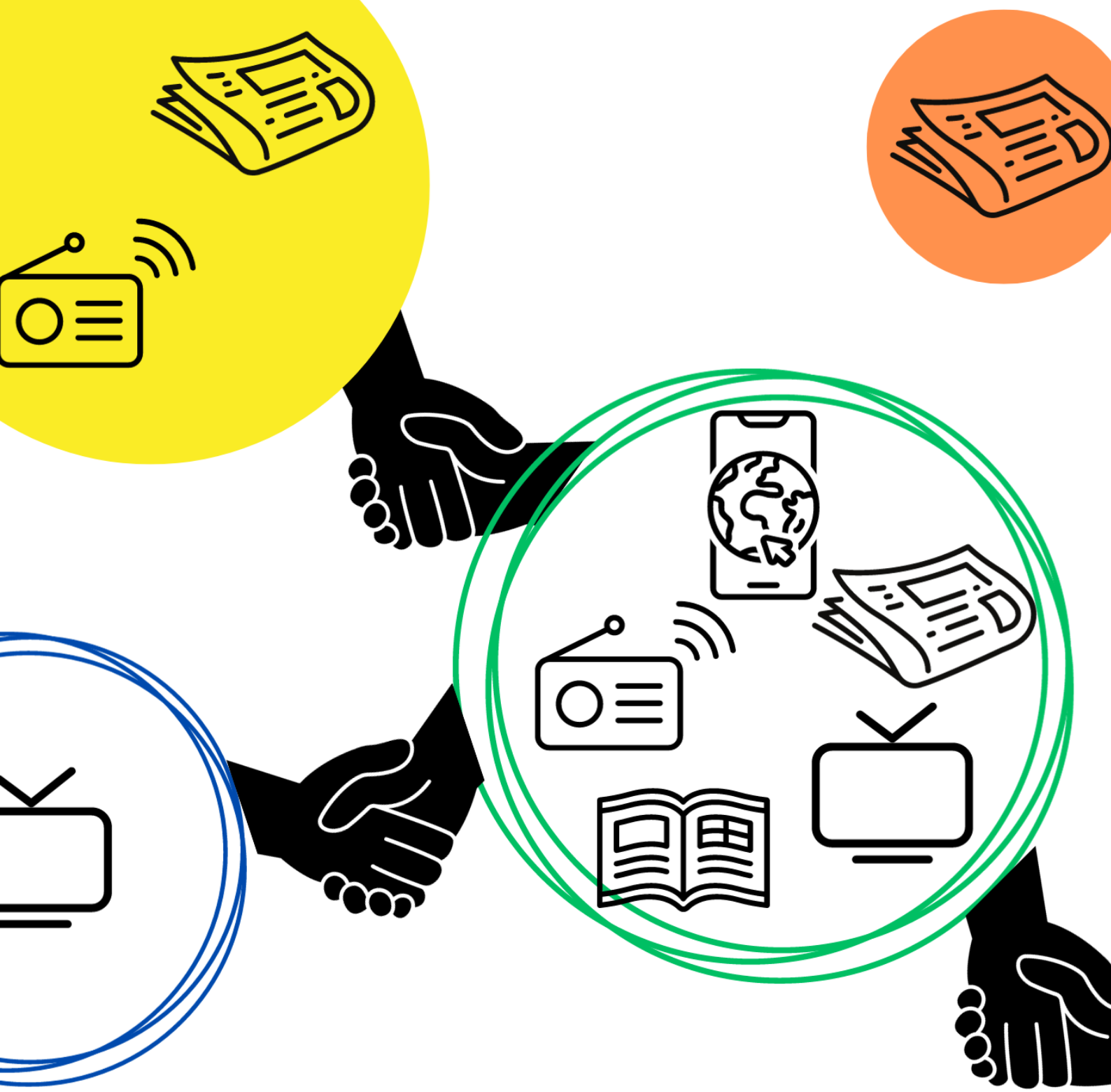
# HORIZONTALE CONCENTRATIE

| MEDIUM | CONTENT | AGGREGATIE | DISTRIBUTIE |
|---|---|---|---|
| Radio | | Landelijke radio-omroeporganisaties | Radiosignaaltransmissie |
| | | Netwerkradio-omroeporganisaties | |
| | | Lokale radio-omroeporganisaties | |
| Televisie | Facilitaire bedrijven | Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair) | Dienstenverdelers & netwerkbeheerders |
| | Productiehuizen | Exploitatiemaatschappijen regionale televisie | |
| Geschreven pers | Pers- en fotoag-entschappen | Uitgevers dagbladen | Distributeurs pers |
| | Reclameregies | Uitgevers gratis pers | |
| | Mediacentrales | Uitgevers periodieke bladen | |
| Internet | Content creators | Bedrijven achter websites in de Vlaamse mediasector en nieuwswebsites | ISP/netwerkaanbieders |
| | | Socialemedia-accounts | Mobiele operatoren |
| | Reclameregie | Apps Vlaamse mediabedrijven | Socialemedianetwerken |
| | | | App stores |

Tabel 46: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen

Legende:

| Aantal spelers |
|---|
| >50 |
| 11-50 |
| 1-10 |



# Hoofdstuk 2

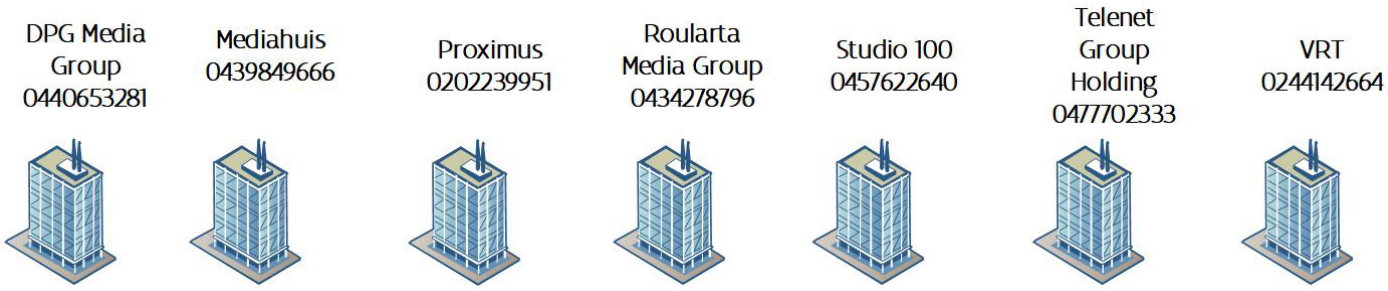
## Mediagroepen in Vlaanderen

# 2. MEDIAGROEPEN

De evolutie naar meer crossmedialiteit zoals die doorheen hoofdstuk 1 aan bod kwam maakt deel uit van een lange historische ontwikkeling. Zo ontstonden in Vlaanderen een aantal mediagroepen die via verschillende dochterondernemingen mediacontent onder diverse vormen aanbieden.

In dit tweede hoofdstuk geven we een overzicht van de voornaamste mediagroepen die in Vlaanderen in meerdere mediatakken actief zijn.

Door consolidaties is het aantal Vlaamse mediagroepen gedurende de voorbije jaren sterk verminderd, en daar waar vroeger een aantal groepen deel uitmaakten van verschillende andere overkoepelende groepen, is dit nu (bijna) niet meer het geval. Wanneer zij hun werkveld willen uitbreiden, gaan groepen nu eerder voor overnames, dan voor strategische allianties.




Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen
Bron: VRM

In dit hoofdstuk wordt voor elke mediagroep apart een toelichting gegeven bij het aandeelhouderschap, de groepsstructuur en het productaanbod.

In zoverre nagegaan kan worden welke eigenaars een bepaalde groep controleren, wordt hier melding van gemaakt. Het is niet steeds mogelijk om het aandeelhouderschap tot 100% samen te stellen, b.v. wanneer het beursgenoteerde ondernemingen betreft.

Elke groepsstructuur wordt weergegeven onder de vorm van een organigram dat in eerste instantie werd samengesteld op basis van de informatie die in 2025 werd neergelegd bij de Nationale Bank van België (NBB) en die gegevens bevat over het boekjaar 2024. Deze informatie werd vervolgens afgetoetst bij de betrokken groepen.

Voor de verschillende groepen wordt een overzichtsschema gemaakt met de merken waarmee de groep binnen de schakels contentproductie / aggregatie / distributie van de waardeketens voor radio, televisie, geschreven pers en internet in Vlaanderen aanwezig is.

Ook bijkomende activiteiten die voor interactie met het media-aanbod kunnen zorgen, en het buitenlands aanbod worden opgenomen in het overzicht.

Hieronder vindt u de legende voor de merkenoverzichtsschema's:

## LEGENDE PRODUCTOVERZICHT

| | |
|---|---|
| **Naam** | Product of activiteit die volledig gecontroleerd wordt door de groep |
| **(Naam)** | Product of activiteit die na het afsluiten van de jaarrekening naar een andere groep overgedragen werd |
| **Naam** | Product of activiteit waarin de groep participeert |
|  | Product dat beschikbaar is in / zich richt tot een beperkt deel van de Vlaamse Gemeenschap (bv. regionale televisie) |
|  | Product dat gericht is op / beschikbaar is in de hele Vlaamse Gemeenschap |
|  | Product dat een Franstalig equivalent kent en/of ook gericht is op de Belgische markt |
|  | Product dat gericht is op een buitenlandse markt |

Tabel 47: Legende productoverzicht per groep

Hoewel websites wereldwijd raadpleegbaar zijn, worden ze hier in het merendeel van de gevallen als Vlaams gekwalificeerd aangezien ze duidelijk op de Vlaamse mediaconsument gericht zijn. Hoewel reguliere sites ook via mobiel internet raadpleegbaar zijn rekenen we onder aggregatie van mobiel internet enkel apps.

Nadat de diverse mediagroepen apart zijn toegelicht, wordt een globaal overzicht gegeven van de mate waarin crossmedialiteit speelt binnen de Vlaamse mediagroepen. Daarna wordt weergegeven hoe sommige mediagroepen onderling allianties aangaan om gezamenlijk mediaproducten op de markt te brengen, wat tot verstrengeling leidt.

Ten slotte wordt nagegaan hoe het met de concentratie van mandaten bij personen gesteld is. Dit werd bestudeerd op basis van de gegevens van de bestuurders, zaakvoerders en commissarissen die worden vermeld in de jaarrekeningen die neergelegd zijn bij de Nationale Bank.

## 2.1 DPG MEDIA GROUP NV

### 2.1.1 Structuur en aandeelhouders

DPG Media Group (tot in 2019 De Persgroep) ontstond vanuit de activiteiten rond Het Laatste Nieuws. Deze krant werd in 1888 voor het eerst uitgegeven door de familie Hoste.

In de jaren '70 van de twintigste eeuw trad de familie Van Thillo toe tot de aandeelhouders en in 1987 nam zij in eerste instantie 66%, en daarna het volledige kapitaal over via Epifin NV.

Vanaf 1998 werd De Persgroep samen met Roularta Media Group eigenaar van de in 1987 opgerichte Vlaamse Televisie Maatschappij . Via een aantal tussenstappen kwam deze -intussen tot Medialaan, en ten slotte DPG Media - hernoemde omroep integraal in handen van DPG Media Group. Medialaan lanceerde met Qmusic ook de eerste private landelijke radio in Vlaanderen.

In 2018 werden de nieuwsredacties van Medialaan en De Persgroep Publishing samengebracht onder de naam News City (met uitzondering van de redacties van De Morgen en Humo). Daarbij behield elke redactie wel zijn eigen hoofdredacteur en eigenheid.

In het najaar van 2019 vestigde het bedrijf en de verschillende redacties zich onder 1 dak in Antwerpen. Er volgde een volledige integratie van de publishingactiviteiten van De Persgroep Publishing (nu DPG Media Services) in Medialaan. De media-activiteiten werden volledig overgedragen aan Medialaan, dat sinds dan DPG Media heet .

DPG Media biedt ook online services aan, zoals bv. mijnenergie.be, een vergelijkingssite voor energiecontracten, en Independer.be, een online vergelijker en makelaar inzake verzekeringen.

DPG Media is sinds 2003 tevens actief in Nederland, via een aantal zuster vennootschappen binnen de groepsstructuur, actief in kranten, magazines, online services en radio. Sinds 1 juli 2025 is DPG Media in Nederland ook actief op de televisie- en streamingmarkt als gevolg van de overname van RTL Nederland. De belangrijkste mediamerken van RTL Nederland zijn de TV- zenders RTL, RTL5, RTL7, RTL8 en RTLZ, de streamingdienst Videoland en de app Buienradar. In Amsterdam bouwde DPG Media er het Mediavaert-gebouw, met verschillende redacties en ook werkruimtes voor ondersteunende diensten, testlabs, radio-opnamestudio's voor Qmusic en JOE , vergaderzalen, restaurants, een espressobar en een eventlocatie.[400] Daarnaast waren er tot het najaar 2024 de Deense activiteiten van Berlingske Media, die in december 2024 verkocht werden aan het Noorse Amedia.

Op 20 november 2018 bundelden VRT, Medialaan en Mediahuis de krachten om via één website en één app al hun radiozenders aan te bieden. Hiervoor werd Digitale Radio Vlaanderen cvba opgericht, waarin DPG Media voor 33.33% participeert.

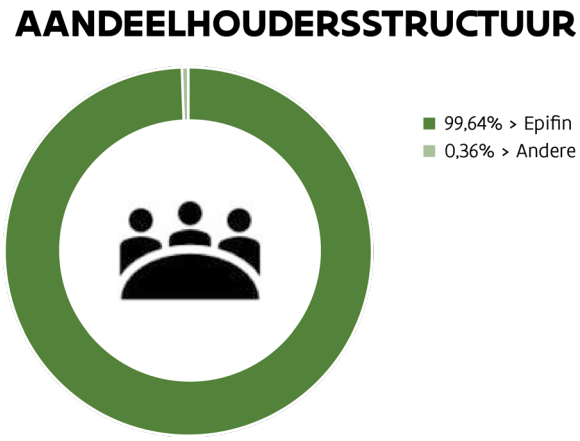
Op 12 augustus 2020 gaf de Europese Commissie groen licht voor een nieuwe videostreamingdienst, Streamz, een samenwerking tussen DPG Media en Telenet. Op 14 september 2020 ging de joint venture Streamz bv van start.

In juni 2021 werd een overeenkomst bereikt met Groupe Rossel en RTL Group betreffende de overname van Audiopresse nv, op haar beurt aandeelhouder van RTL Belgium. Groupe Rossel en DPG Media, die sinds vele jaren samenwerken op de advertentiemarkt en tot 2017 partners waren in Mediafin, werden elk voor 50% aandeelhouder.

Op 15 december 2023 kondigde DPG Media Group een akkoord aan met RTL Group over de overname van RTL Nederland voor een bedrag van 1,1 miljard euro. De overname werd goedgekeurd door de Ondernemingsraad van RTL Nederland en de ACM, de Nederlandse mededingingsautoriteit.

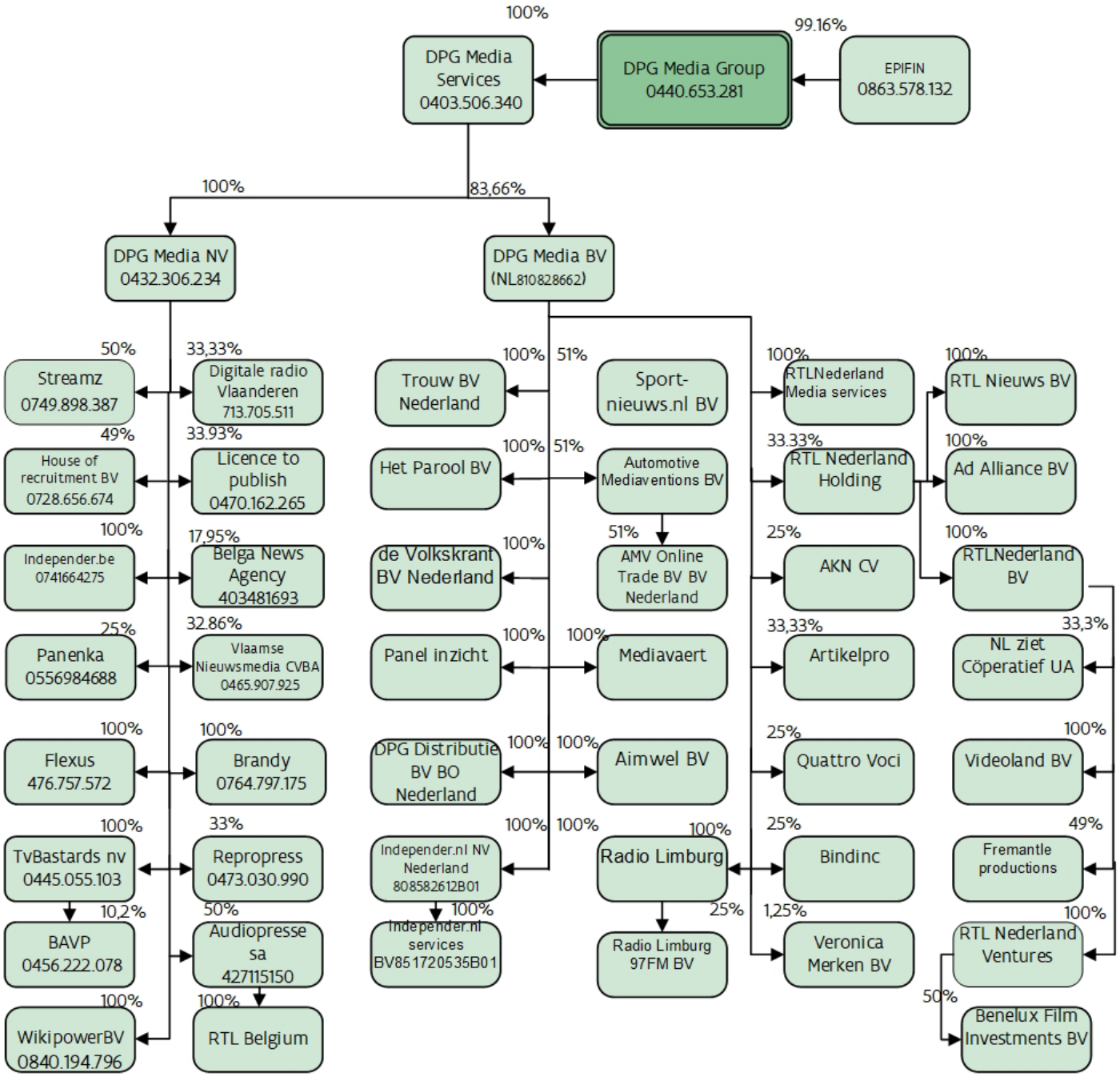
400 Het Laatste Nieuws, "DPG Media en Besix bouwen hout-hybride kantoor in Nederland", 8 oktober 2021

DPG Media sloot in het voorjaar van 2025 een lening van 120 miljoen euro af bij de Europese Investeringsbank, boven op de lening van 100 miljoen die het mediabedrijf twee jaar geleden al kreeg. Het geld moet dienen om verder te innoveren en te digitaliseren. DPG wil onder meer verder expertise opbouwen op het gebied van artificiële intelligentie en contentdistributie.[401]




Figuur 12: Aandeelhouders DPG Media Group nv
Bron: VRM op basis van NBB, jaarrekening Epifin 2024

401 De Tijd, "DPG Media krijgt nieuwe lening van 120 miljoen van Europese Investeringsbank", 11 februari 2025.




Figuur 13: Organigram DPG Media Group nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie DPG

## 2.1.2 Aanbod DPG Media Group nv

### 2.1.2.1 Radio

DPG Media lanceerde de landelijke private FM-radiozenders Qmusic en Joe. Sinds 1 september 2018 zijn deze radio's ook via DAB+ te beluisteren.

Daarnaast werden er nog een aantal extra DAB+-zenders gelanceerd. Momenteel zijn dat Qmusic, Q -Foute Radio en Q-Allstars. JOE heeft JOE, JOE easy, JOE gold en JOE 80's en JOE 90's.

Uit de radiocijfers van het CIM van februari 2025 blijkt dat DPG-zenders JOE en Willy records braken, en Qmusic bevestigde haar positie als tweede grootste zender in Vlaanderen.[402]

402 Het Laatste Nieuws, "Radio2 vergroot marktleiderschap, Studio Brussel herstelt en JOE en Willy breken records", 19 februari 2025.

Waar de redacties binnen News City naar Antwerpen verhuisden, bleven de radiostudio's van DPG Media gevestigd in Vilvoorde[403].

Samen met de openbare omroep en Mediahuis werd in 2018 de cvba Digitale Radio Vlaanderen opgericht. Die sloot zich aan bij Radioplayer Worldwide, een non-profitorganisatie.[404]

#### 2.1.2.2 Televisie

Met het productiehuis TvBastards was DPG Media actief in TV-productie. Sinds 2017 wordt non-fictie niet langer door TvBastards maar door het nieuwe interne productiehuis PIT geproduceerd.

DPG Media is ook voor 25% aandeelhouder van productiehuis Panenka.

Als volgende stap in de televisiewaardeketen (aggregatie) zijn er de volgende televisiediensten: (al dan niet lineair en niet-lineair, of beide) : VTM , VTM 2, VTM 3, VTM 4, VTM Gold, VTM Go, VTM Non-Stop 90's.

Einde 2024 was er het tijdelijke VTM X-mas, waar kerstfilms non-stop te zien waren, Vanaf 6 januari 2025 werd VTM X-mas vervangen door VTM Life, waar de kijker een uiteenlopende verzameling aan films, series en realitysoaps vindt[405].

VTM zorgt samen met Studio 100 sinds december 2023 voor een veelzijdig aanbod voor kinderen op VTM GO.[406]

VTM GO biedt met VTM GO Cinema sinds januari 2025 ook films te huur en te koop aan. Het kadert in een bredere strategie van DPG Media om van het platform een alles-in-éénbestemming te maken voor video[407].

In samenwerking met Telenet werd vanaf het najaar 2020 streamingdienst "Streamz" gelanceerd.

Streamz was oorspronkelijk te bekijken via Telenet of standalone (OTT) via Streamz zelf. Streamz is recent ook geïntegreerd in VTM GO waardoor een kijker op het VTM GO-platform toegang heeft tot de Streamz-content waarvoor hij een abonnement heeft.

#### 2.1.2.3 Geschreven pers

Als historische krantenuitgever heeft DPG Media een uitgebreid aanbod van dagbladen en magazines in portefeuille.

Zo is het bedrijf de uitgever van de kranten Het Laatste Nieuws en De Morgen, waarbij een aantal weekendmagazines aangeboden worden: Nina (de weekendbijlage bij Het Laatste Nieuws) en Magazine (De Morgen).

In februari 2025 werd aangekondigd dat de krant Het Laatste Nieuws het voortaan met negen redactieleden minder moet stellen. DPG Media wijst naar de dure bedeling van kranten.[408] [409]

In de app van HLN zit sinds februari 2025, en in die van de Morgen sinds juni 2025, een nieuwe functie waarmee je elk artikel heel eenvoudig kunt beluisteren.[410]

Verder zijn er de magazines Dag Allemaal/Expres, Goed Gevoel, Humo, Story, TeVe-Blad, TV Familie/Blik en Primo.

403 De Persgroep, "Medialaan investeert in gloednieuwe radiostudio's voor Qmusic en Joe in Vilvoorde", https://www.persgroep.be/nl/news/medialaan-investeert-gloednieuwe-radiostudio%E2%80%99s-voor-qmusic-en-joe-vilvoorde, 14 juni 2018.
404 VRT NWS, "VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan digitale radiospeler", 19 januari 2018.
405 Het Nieuwsblad, "VTM ruilt kerstzender in voor VTM Life met focus op romantiek en drama", 30 december 2024.
406 Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., "Studio 100 krijgt eigen omgeving in streaming-app: Plop, K3 en Maya de bij verhuizen naar VTM GO", 22 december 2022.
407 De Morgen, "Lineaire zender VTM Kids verdwijnt, jonge kijkers worden naar streamingplatform VTM GO geleid", 23 december 2022
408 De Standaard, "Negen ontslagen op de redactie van Het Laatste Nieuws", 18/02/2025.
409 De Morgen, "Nieuw in de app van De Morgen: vanaf nu kan je onze artikels ook beluisteren", 06 juni 2025.
410 Het Laatste Nieuws, "Nieuw in de HLN app: luister naar élk artikel: "Je kan nu ook perfect in de auto of op de fiets HLN volgen", 14 februari 2025.

In 2017 nam De Persgroep Publishing (nu DPG Media Services) het naslagwerk Verstandig Bouwen en Renoveren en het print-on-demand magazine Mijn Verstandige Verbouwing over. Deze activiteit is nu geïntegreerd in deze van livios.be van DPG Media.

Een aantal tijdschriften werden in juni 2018 door de overname van Uitgeverij Cascade opgenomen in het DPG-aanbod. Nadat Cascade werd ontmanteld bleef enkel TvGids/ Primo in de portefeuille van DPG Media. De andere titels werden overgedragen aan derden.

Door de overname van Sanoma Media Netherlands in april 2020 kwamen ook diens Belgische titels bij DPG Media terecht, zoals Feeling Wonen, Wonen Landelijke Stijl, Stijlvol Wonen, Ik Ga Bouwen, en vtwonen.[411]

Daarnaast lanceerde Jobat, de joint venture tussen Mediahuis en DPG Media, het nieuwe magazine Go for Happy Magazine, dat het eerdere MARK Magazine vervangt[412]. Go for Happy Magazine richt zich op werkgevers en kandidaat-werknemers en werd digitaal geïntegreerd op Jobat.be en de zes nieuwssites van DPG Media en Mediahuis.

Eind december 2021 lanceerde DPG Media de website tijdschrift.be en de bijhorende app. Voor 9,99 euro per maand krijgt de lezer onbeperkte toegang tot verschillende Nederlandse en Belgische magazines waaronder Humo, Dag Allemaal, Story, AutoWeek en National Geographic.[413]

Roularta Media Group nam eind 2023 Flow Magazine over van DPG Media Nederland via haar dochteronderneming in Nederland.[414]

De woon- en decomagazines van DPG Media, bestaande uit Feeling Wonen, Stijlvol Wonen en Eigen Huis & Interieur, smolten in juli 2024 samen onder de titel Stijlvol Wonen.[415]

#### 2.1.2.4 Internet

DPG Media heeft ook websites en apps die aansluiten bij haar kranten en magazines. De app HLN is daarvan de belangrijkste. De nieuwsmerken zijn ook aanwezig op sociale media. De website van VTM Nieuws is echter opgegaan in hln.be, in het kader van hun samenwerking binnen News City . Daarnaast heeft DPG Media ook de sites independer.be, livios.be, jobat.be, spaargids.be (en guide-epargne.be), mijnenergie.be (en monenergie.be), wikipower.be en tweakers.net in het aanbod. In 2024 werden de vergelijkingsactiviteiten inzake energie, financiën, verzekeringen, telecom en ziekenfondsen geaggregeerd op één website, mijnvergelijker.be.

De jobs die vroeger gepubliceerd werden op regiojobs.be, worden sinds enige tijd getoond op de regiopagina's van HLN.

Nadat DPG Media en Mediahuis aangekondigd hadden hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt (gevoerd onder de merken Vacature en Jobat) onder te brengen in een gezamenlijke joint venture, werd Jobat in oktober 2019 vernieuwd.

DPG Media lanceerde in 2021 Independer.be als onafhankelijke online vergelijke, waarop thans het aanbod van Corona Direct, Ethias en Yuzzu in België kan worden vergeleken. Particulieren kunnen via die site een auto-, brand-, schuldsaldo- of uitvaartverzekering afsluiten nadat ze prijzen en andere relevante kenmerken hebben vergeleken. Later werd het gamma aan verzekeringsproducten verruimd met de producten van Flora, Optimco, Dela, Aviza, EfiAsca en April Belgium.

DPG Media is met haar merken ook actief op sociale media.

411 Mediaspecs, "Overname van Nederlandse activiteiten Sanoma door DPG Media Nederland krijgt groen licht", https://www.mediaspecs.be/overname-van-nederlandse-activiteiten-sanoma-door-dpg-media-nederland-krijgt-groen-licht/, 14 april 2020.
412 Mediaspecs, "Jobat lanceert Go for Happy Magazine", https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/, 23 februari 2021.
413 Het Laatste Nieuws, "DPG Media start met Netflix-formule voor magazines", 12 Januari 2022.
414 Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereglementeerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0
415 Mediaspecs, "DPG Media herziet zijn woon- en decomagazines", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-herziet-zijn-home-deco-magazines/, 17 juli 2024.

Adverteerders kunnen sinds het najaar van 2023 bij de merken van DPG Media adverteren via een nieuw online platform "DPG Media Ad Manager". Daarmee hoopt de uitgever een antwoord te bieden op grote verschuivingen in de reclamewereld en terrein terug te winnen op Google en Facebook.[416]

#### 2.1.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

De afdeling "DPG Media Advertising" verzorgt de regie voor kranten, magazines, websites, radio en televisie. Het bedrijf lanceerde ook een eigen trading desk voor programmatic advertising: Trusted Web.

DPG Media Advertising en Mediahuis Advertising bundelen hun krachten via Dailymetrie, de dagelijkse meting van het multimediaal bereik van nieuwsmerken in België, om adverteerders en mediaprofessionals inzichten te bieden over het bereik van de nieuwsmerken via al hun platformen. Ten gevolge de overname van RTL Belgium werden de commerciële teams van IP Belgium, de reclameregie van RTL Belgium, vanaf mei 2022 verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising.[417]

Met puz zel fit lanceerden HLN en de Morgen in mei 2025 ook een puzzelapp, met dagelijks 20 nieuwe woord- en cijferpuzzels, exclusief en gratis voor de meeste abonnees - met uitzondering van Digitaal Basis abonnees.[418]

Samen met Roularta en Rossel, en sinds februari 2025 ook IPM biedt DPG Media adverteerders de mogelijkheid om vanuit één nationaal aanbod, genaamd Magixx, de lezers van hun magazinetitels te bereiken.

Premium Newsbrands United, kortweg PNU, vernieuwt. Samen met Rossel Advertising wil DPG Media Advertising op een gemakkelijke manier digitale campagnes in het hele land aanbieden.[419]

Met het nieuwe Full Connected TV (Full CTV) aanbod bij DPG Media kan de adverteerder zijn digitale videocampagne uitrollen naar televisie. Zo is het mogelijk om zowel traditionele televisiekijkers als streamers te bereiken binnen één campagne.[420]

Samen met andere Vlaamse uitgevers Mediahuis en Roularta heeft DPG Media een akkoord bereikt met Google over een licentie voor hun nieuwsartikels in uitvoering van het nieuwe persuitgeversrecht. Daarnaast sloten Google en DPG Media een overeenkomst aangaande het nieuwsplatform Google Showcase, dat gratis toegang geeft tot enkele artikels die normaal gezien achter een betaalmuur staan.[421]

#### 2.1.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

DPG Media Group is sinds 2003 actief in Nederland door de overname van de Amsterdamse krant Het Parool. Vandaag is zij met haar Nederlandse dochter DPG Media bv de grootste krantenuitgever op de Nederlandse markt. DPG Media bv werd er in 2009 eigenaar van de dagbladen De Volkskrant, Trouw en AD. Vervolgens werd het in 2015 ook eigenaar van zeven regionale kranten en ongeveer 200 huis-aan-huisbladen. Deze behoorden vroeger tot de groep Wegener, maar werden door de overname van Mecom (het moederbedrijf van Wegener) eigendom van De Persgroep en geïntegreerd in De Persgroep Nederland. De Persgroep Nederland kocht eind 2016 het online videoplatform Makers Channel.

In 2017 kocht De Persgroep onlineplatform reclamefolder.nl van onder meer RTL Ventures en H2 Equity Partners.

In 2019 besloten DPG Media en Mediahuis hun krachten te bundelen binnen het automotive domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden Autot rack.nl en Gaspedaal.nl ondergebracht in het nieuwe Automotive

416 De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.
417 Mediaspecs, "Salesteam van IP Belgium wordt verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising", https://www.mediaspecs.be/salesteam-van-ip-belgium-wordt-verdeeld-tussen-dpg-media-advertising-en-rossel-advertising/, 22 april 2022.
418 Het Laatste Nieuws, "HLN lanceert grootste puzzelapp van Vlaanderen: voortaan elke dag 20 nieuwe puzzels", 12 mei 2025.
419 Mediaspecs, "DPG Media en Rossel vernieuwen het PNU-aanbod", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-en-rossel-vernieuwen-het-pnu-aanbod/, 12 mei 2023.
420 Mediaspecs, "DPG Media Advertising breidt hun aanbod uit met Full CTV", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-advertising-breidt-hun-aanbod-uit-met-full-ctv/, 17 oktober 2024.
421 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.

Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.[422]

DPG Media Group nam op 20 april 2020 Sanoma Media Netherlands over, de grootste uitgever van magazines in Nederland met bekende titels zoals onder andere Libelle, Donald Duck, vtwonen en Veronica Magazine. Het is daarnaast ook eigenaar van de grootste nieuwssite in Nederland, het nieuwsplatform NU.nl.

Voorts is DPG Media bv ook de oprichter en eigenaar van radiozender Qmusic Nederland. Bij de meest recente frequentieveiling haalde DPG een extra frequentie binnen. In september 2023 lanceerde het JOE als tweede commerciële FM-radiozender.

Door de overname van RTL Belgium (in joint venture met Rossel & Cie.) in 2021 werd DPG Media actief in Franstalig België: RTL Belgium heeft er 3 tv-zenders: RTL-TVI, Club RTL en Plug RTL. De zenders zijn samen goed voor ruim een derde van de markt in Franstalig België. Behalve met televisie is RTL België ook actief met radio (Bel RTL, Radio Contact en het digitale station Mint), RTL Play (streaming) en de nieuwswebsite RTLInfo.be.[423]

Goed anderhalf jaar nadat DPG Media liet weten dat het de zendergroep RTL Nederland wou kopen, kreeg de deal groen licht van de Nederlandse Autoriteit Consument & Markt (ACM).[424]

Met Mecom verwierf DPG Media indertijd de Deense mediagroep Berlingske Media, die o.a. dagbladen, weekbladen, nationale en lokale radiozenders en digitale platformen bezit. De Deense activiteiten werden niet ondergebracht onder de handelsnaam DPG Media, en in december 2024 werd Berlingske verkocht aan het Noorse Amedia.[425]

Zowel independer.be, spaargids.be, mijnenergie.be als livios.be hebben een Franstalige evenknie onder de namen independer.be, guide-epargne.be, monenergie.be, livios.be en renoveretconstruire.be. Ook Het Hofjournaal, de driemaandelijkse uitgave van De Persgroep, kreeg in 2017 een versie in Franstalig België onder de naam Le Journal Royal. 7sur7.be, de Franstalige nieuwswebsite voor het brede publiek, is ook van DPG Media.

DPG Media heeft in december 2022 de Waalse organisator van groepsaankopen voor energie Wikipower overgenomen. Daarmee breidt de mediagroep haar dienstenaanbod rond energie verder uit.[426]

422 Mediahuis, "Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl", https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/, 7 oktober 2019.
423 VRT NWS, Grommen, S., "Franstalige mediamarkt opgeschud: DPG Media en Rossel nemen samen RTL België over", 28 juni 2021.
424 De Tijd, "Witte rook: DPG Media mag RTL Nederland eindelijk inlijven", 27 juni 2025.
425 DPG Media. (2024, 2 november). DPG Media verkoopt Berlingske Media aan Amedia. [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 november 2024, van https://www.dpgmedia-group.com/nl-BE/over-dpg-media/nieuws/dpg-media-verkoopt-berlingske-media-aan-amedia
426 De Tijd, Adriaen, D. & Souris, S., "Groepsaankoper Wikipower in handen van DPG Media", 3 maart 2023.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Q-music,/ qmusic.be (en afgeleiden) | ✓ | | ✓ | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Joe (en afgeleiden) | ✓ | | ✓ | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Willy (en afgeleiden) | ✓ | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Radioplayer Worldwide | | ✓ | | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| TVBastards | | | ✓ | | | | | | | | | | |
| VTM (vtm.be/ VTM2/VTM3/ VTM4/VTM Gold/ VTM non-stop/VTM KOKEN/VTM GO) | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Streamz (Basic/ Premium(+)) | | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| hln.be/VTM NIEUWS | | | ✓ | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Het Laatste Nieuws | | | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | | |
| Nina | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | |
| De Morgen | | | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | | |
| DMmagazine | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | |
| Dag Allemaal/ Expres/dagallemaal.be | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | ✓ |
| Goed gevoel/Vitaya Magazine/ Goedgevoel.be | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | |
| Humo/Humo.be | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | |
| Story | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | |
| Teve-Blad | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | |
| TV-Familie/Blik | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | |
| Primo Magazine en TV Gids | | | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | |
| Stijlvol Wonen | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | |
| VTwonen | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | |
| tweakers.net | | | | | | | | ✓ | | | | | |
| spaargids.be | | | | | | | | ✓ | | | | | |
| livios.be | | | | | | | | ✓ | | | | | |

# OVERZICHT MERKEN

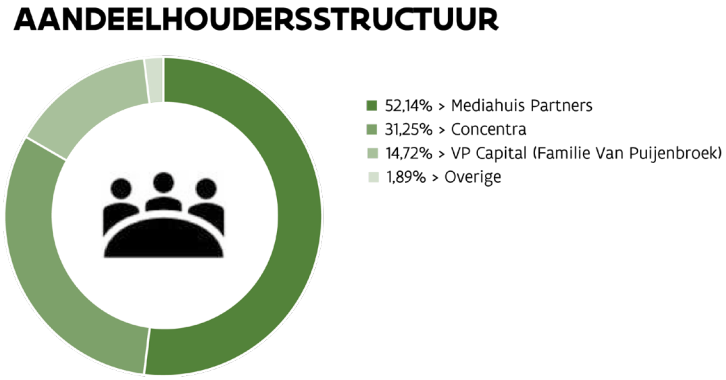
| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| mijnenergie.be | | | | | | | |  | | | | | |
| mijntelco.be | | | | | | | |  | | | | | |
| jobat.be | | | | | | | |  | | | | | |
| Independer.be | | | | | | | |  | | | | | |
| Go for Happy | | | | | | | |  | | | | | |
| Dailymetrie | | | | | | | | | | | | |  |
| Magixx | | | | | | | | | | | |  | |

Tabel 48: Overzicht merken DPG Media Group nv

## 2.2 MEDIAHUIS NV

### 2.2.1 Structuur en aandeelhouders

De oprichting van Mediahuis dateert van 2013 en de groep bouwde voort op een eerder samenwerkingsverband tussen de printing-activiteiten van 2 vroegere mediagroepen Corelio (vandaag Mediahuis Partners) en Concentra. Op 19 oktober 2016 werd het merendeel van de resterende media-activiteiten van Mediahuis Partners en Concentra bij Mediahuis ondergebracht.




Figuur 14: Aandeelhouders Mediahuis nv
Bron: VRM op basis van NBB

Deze inbreng door Mediahuis Partners en Concentra en de inbreng door de familie van Puijenbroek van haar belang in Telegraaf Media Groep (vandaag Mediahuis Nederland), zorgden voor enkele verschuivingen in het aandeelhouderschap van Mediahuis. Daarbij deed VP Capital (familie van Puijenbroek) haar intrede als nieuwe aandeelhouder van Mediahuis.

In 2017 verwierf Mediahuis de controle over Telegraaf Media Groep (TMG), uitgever van o.a. De Telegraaf, Noordhollands Dagblad, … , dat sinds eind 2019 Mediahuis Nederland heet.

Op 13 mei 2019 verkocht Mediahuis zijn belang in televisiegroep De Vijver Media aan Telenet.

Sinds 1 april 2021 hebben de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun krachten gebundeld in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Deze joint venture bestaat uit Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) en combineert hun portfolio, kennis en teams.

In 2020 is het resterende derdenbelang in Bedrock BV overgenomen. Op 7 februari 2019 heeft de Groep 91,48% van de aandelen van Immo Proxio overgenomen, de minderheidsbelangen behouden 8,52% van de aandelen.

In juli 2019 hebben DPG Media en Mediahuis hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt ondergebracht in House of Recruitment Solutions. De Groep houdt met 51% van de aandelen controle over de nieuw opgerichte vennootschap.

Sinds enkele jaren zoekt Mediahuis internationale horizonten op.

Het nam in 2018 Wayne Parker Kent (WPK) over, een Nederlands digitaal mediabedrijf waarvan de werking vandaag geïntegreerd is binnen Mediahuis Nederland.

In 2019 was er de overname van de grootste krantenuitgever van Ierland, Independent News & Media, die sinds mei 2021 verder gaat onder de naam Mediahuis Ireland. Sinds de overname door Mediahuis in 2019 onderging het mediabedrijf een aanzienlijke digitale transformatie en deed het diverse internationale overnames.

In 2020 was er de overname van de Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg.[427] Zowat een jaar na de overname wijzigde de naam Saint-Paul Luxembourg in Mediahuis Luxembourg.

In juni 2020 investeerde Mediahuis €5 miljoen in Lepaya, een Nederlandse scale-up gespecialiseerd in het aanbieden van blended soft skill trainingen.

Mediahuis Ventures, de venture capital poot van Mediahuis, investeerde in maart 2021 samen met investeringspartners M13 en Atlantic Labs €1 miljoen in de New Yorks-Berlijnse startup BUNCH.

Mediahuis Nederland heeft in 2019 de aandelen van Wayne Parker Kent Holding BV overgenomen.

In 2022 nam Mediahuis het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) over. Daardoor werd het meerderheidsaandeelhouder (70%) van Medienhaus Aachen, uitgever van de krant Aachener Zeitung. In januari 2024 heeft Mediahuis ook de overige 30% in handen gekregen.[428]

Samen met het Media Development & Investment Fund (MDIF), de Koning Boudewijnstichting en Tinius Trust investeert Mediahuis in Pluralis, een investeringsfonds dat onafhankelijke journalistiek en een pluriforme berichtgeving wil helpen vrijwaren in Europese landen waar dit vandaag niet altijd vanzelfsprekend is. Ook enkele andere Europese mediabedrijven, filantropische stichtingen, impactinvesteerders en familiale investeringsvehikels hebben geld gestoken in het fonds.[429] [430]

Perlego, 's werelds grootste online abonnementendienst voor studieboeken, kondigde in maart 2022 de closing aan van een Series B-financieringsronde van $50 miljoen. Deze financieringsronde werd geleid door Mediahuis Ventures, met participatie van Raine Ventures (de venture capital-afdeling van Raine Group) en Evli Growth Partners.

Met haar durfkapitaaltak Mediahuis Ventures stapte de Belgische mediagroep Mediahuis ook in de Finse start-up Skenariolabs, die actief is in vastgoedtechnologie.[431] Daarnaast leidde Mediahuis Ventures een financieringsronde van €3,4 miljoen in het Duitse Tomorrow's Education, een remote-first universiteit.

In oktober 2022 investeerde Mediahuis Ventures in het Berlijnse hiring intelligence platform HiPeople. In 2023 breiden de activiteiten van Mediahuis Ventures zich verder uit met achtereenvolgens investeringen in:

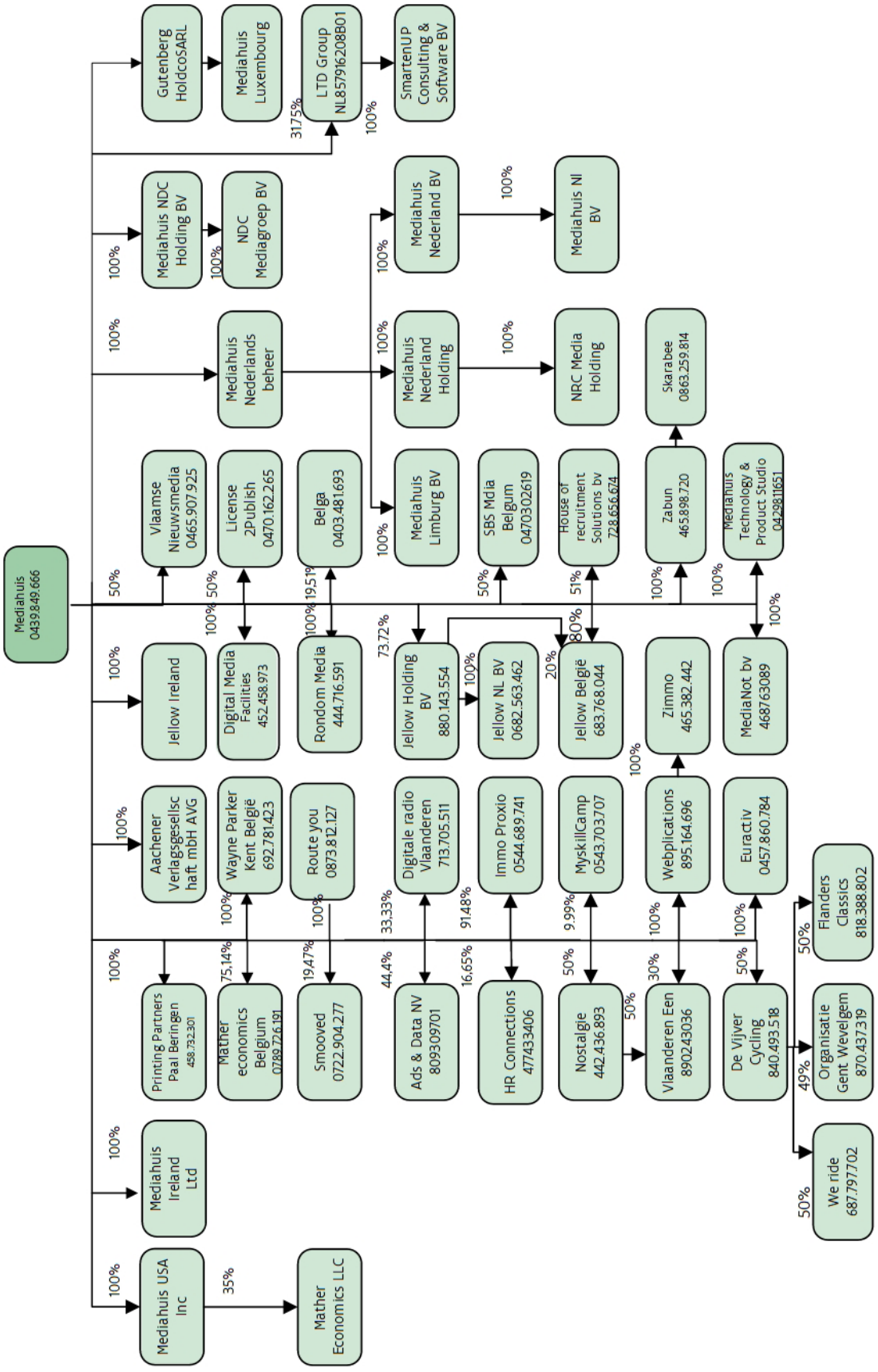
- Smooved, een PropTech scale-up die innovatieve softwareoplossingen biedt aan vastgoedmakelaars;
- Settly, een HR-platform dat internationale werknemers begeleid met hun verhuizing;
- CareerFairy, een snelgroeiende Zwitserse recruitmenttechnologie scale-up die studenten en afgestudeerden van Europese universiteiten koppelt aan bedrijven die dit jonge potentieel willen bereiken;
- En Swap Language, een in Denemarken gevestigde aanbieder van B2B taalopleidingen.

In 2024 breidde Mediahuis haar ventureportfolio uit met investeringen in:

- HR scale-up Alleo, een platform gericht op het optimaliseren van werknemer compensatie;
- Taskbase, een Zwitsers technologiebedrijf dat gespecialiseerd is in AI voor het onderwijs;
- WorkerHero, een in München gevestigde HR-tech startup die een oplossing biedt voor het tekort aan geschoolde arbeidskrachten;
- En het Zwitserse Impactpool, wereldwijd leider in het matchen van professionals met organisaties die zich inzetten voor betekenisvolle verandering en bijdragen aan duurzame ontwikkeling.

In januari 2025 maakte Mediahuis haar plannen bekend voor de overname van DGN Groep, de groep achter de succesvolle vergelijkingsplatformen ZorgKiezer.nl, EnergieKiezer.nl en DeGoedkoopsteNotaris.nl. Na goedkeuring van de Autoriteit Financiële Markten (AFM) werd de overname in juni 2025 succesvol afgerond.

427 Mediahuis, "Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg.", https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/, 21 april 2020.
428 Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.
429 De Standaard, "Mediahuis investeert in Europese persvrijheid", 30 november 2021.
430 Mediaspecs, "The Bulletin viert 60-jarig jubileum en wordt onafhankelijke uitgever", https://www.mediaspecs.be/the-bulletin-viert-60-jarig-jubileum-en-wordt-onafhankelijke-uitgever/, 15 maart 2022.
431 De Tijd, Serrure, B., "Mediahuis waagt zich aan vastgoedtech", 8 april 2022.




Figuur 15: Organigram Mediahuis nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Mediahuis

### 2.2.2 Aanbod Mediahuis nv

#### 2.2.2.1 Radio

Mediahuis participeert zowel in de Vlaamse als de Franstalige versie van radio Nostalgie en dit samen met de Franse NRJ-groep. In februari 2023 verkocht Mediahuis 20% van haar aandelen in Vlaanderen Eén, aan Telenet Group. Mediahuis dat oorspronkelijk - rechtstreeks en onrechtstreeks - 75% van de aandelen in radiozender Nostalgie Vlaanderen in handen had, blijft na de verkoop meerderheidsaandeelhouder met (rechtstreeks en onrechtstreeks) 55% van de aandelen. Midden juli 2023 gaf de Europese Commissie groen licht voor de transactie. Enkele weken later werd de landelijke radio-omroep Nostalgie (Vlaanderen) hernoemd tot Play Nostalgie. In februari 2022 verkreeg Nostalgie van de Vlaamse Regering de licentie om ook de komende jaren landelijke radio te mogen maken op de FM-band.

Sinds 27 juni 2025 is Telenet niet langer aandeelhouder van SBS Media Belgium.

Sinds 2023 liep een procedure van de VRM tegen SBS Media Belgium, de rechtspersoon achter de netwerkradio NRJ, om zich te conformeren aan de regelgeving.

Nostalgie Plus heeft ondertussen voldoende bijgestuurd, zo stelde de VRM vast bij een nieuw luisteronderzoek. Zo zijn er bijkomende liveprogramma's in het zendschema toegevoegd, is er een grotere redactionele inbreng, en is er meer interactie met luisteraars.[432]

Samen met de openbare omroep en Medialaan werd een cvba opgericht die aansloot bij Radioplayer Worldwide.[433] Sinds 24 juli 2019 kunnen een aantal Mediahuiszenders, die als "Andere radio-omroeporganisaties" aangemeld zijn bij de VRM beluisterd worden via radioplayer.be: Nostalgie Extra 80's, Nostalgie Extra 90's, Nostalgie Extra Relax, Nostalgie Extra (Christmas/CT2021), Nostalgie Extra New Wave, Nostalgie Extra Disco, Nostalgie Extra Rock en Nostalgie Extra. De zenders van het Franstalige Nostalgie, waarin Mediahuis voor 50% participeert, zijn ook beluisterbaar via Radioplayer.

Eind 2020 richtte Mediahuis in België het podcast-productiehuis Uitgesproken op.

Mediahuis onderzocht sinds december 2022 samen met DPG Media, Play en de openbare omroep VRT de mogelijke gezamenlijke ontwikkeling van een Vlaams podcastplatform onder de werknaam 'Podgrond'. Het onderzoeksproject kreeg steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht. In oktober 2024 werd echter aangekondigd dat het project werd stopgezet.[434]

#### 2.2.2.2 Televisie

De televisieactiviteiten van Concentra en Corelio die bij Mediahuis ondergebracht werden, plooiden na de verkoop van de participatie in Woestijnvis in eerste instantie terug op de exploitatie van de regionale tv-zenders ATV, TV Limburg, TV Oost (alle drie via De Buren nv) en ROBtv (vroeger Vlaams Brabantse Mediamaatschappij nv, sinds 19 september 2018 De Buren nv).

Maar op 17 april 2024 verkocht Mediahuis zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee kwam de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBtv terecht bij de maker van Eclips TV.

Dit volgde op de beslissing van TV Limburg om vanaf eind 2024 met een andere exploitant in zee te gaan, waardoor de synergie met de andere regionale zenders (ATV, TV Oost en ROBtv) volgens Mediahuis verloren ging. Met ATV en TV Oost is daarover een overeenkomst gesloten tot eind 2030. Met ROBtv loopt de huidige overeenkomst nog tot september 2027, maar die zou ook tot eind 2030 worden verlengd. De zenders zelf behoren toe aan vzw's, maar de commerciële exploitatie werd samengebracht in De Buren.[435]

432 Vlaamse Regulator voor de Media, "Procedure tegen nv SBS Media Belgium stopgezet (Nostalgie+)", https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/procedure-tegen-nv-sbs-media-belgium-stopgezet-nostalgie, 28 april 2025.
433 VRT NWS, "VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan digitale radiospeler", 19 januari 2018.
434 De Standaard, De Moor, M., "Vlaams podcastplatform 'Podgrond' "is commercieel niet levensvatbaar"", 17 oktober 2024.
435 De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.

### 2.2.2.3 Geschreven pers

Mediahuis bundelt de vroegere printactiviteiten van Mediahuis Partners en Concentra nv. Het betreft de kranten het Nieuwsblad/De Gentenaar, De Standaard, Het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen en de bijhorende wekelijkse publicaties De Standaard Weekblad, WKND, en De Markt. De Luxemburgse titel Luxemburger Wort, het Duitse Aachener Zeitung en de Nederlandse krant NRC worden ook in België (Paal-Beringen) gedrukt.[436]

Wie een abonnement heeft op een van de Mediahuistitels, kan zich vanaf 22 oktober 2022 gratis registreren als +PLUS-abonnee. Hij of zij krijgt dan, bovenop het bestaande abonnement op de digitale of papieren krant, gratis toegang tot alle plusartikels op de websites en in de apps van de andere Mediahuiskranten.

Zoals hierboven reeds vermeld, bundelen de Antwerpse regionale Mediahuismerken Gazet van Antwerpen en ATV sinds maart 2022 de krachten op online vlak (site en app).

Ten gevolge van de problemen met de verdeling van de kranten na het stopzetten van het Bpost contract, heeft Mediahuis tijdelijke krantenkiosken geplaatst in de Oost-Vlaamse gemeenten Wetteren, Berlare, Kalken, Lede, Mariakerke en Aalter. De regio's rond die gemeenten waren het zwaarst getroffen door de problemen bij de nieuwe krantenbedeling. Abonnees die geen krant meer kregen, konden hun krant ophalen in zo'n kiosk. Op die manier was Mediahuis tijdelijk actief in het segment distributie van de waardeketen.[437]

Het enige huis-aan huis-magazine dat Mediahuis nog in portefeuille had, Jet, werd in maart 2022 stopgezet. Jobat, de joint venture tussen Mediahuis en DPG Media, lanceerde het nieuwe magazine Go for Happy, dat het eerdere MARK Magazine vervangt.[438] Go for Happy Magazine richt zich op werkgevers en kandidaat-werknemers en verschijnt zes maal per jaar als bijlage in Het Nieuwsblad en De Standaard. De content wordt digitaal geïntegreerd op Jobat.be en de zes nieuwssites van DPG Media en Mediahuis.

De aankondiging in het voorjaar 2025 dat Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen nauwer zouden gaan samenwerken, leidde tot enige bezorgdheid over jobverlies en mogelijke verschraling van het aanbod.[439] [440] Inmiddels is duidelijk dat Gazet van Antwerpen en Nieuwsblad als twee aparte titels blijven bestaan, elk met hun eigen DNA en tone of voice. Gazet van Antwerpen behoudt ook een eigen hoofdredacteur die waakt over de redactionele lijn en de sterke verankering van de krant in de Antwerpse regio. Het samenbrengen van beide titels binnen één gezamenlijke redactionele werking leidde uiteindelijk tot het verdwijnen van 8 arbeidsplaatsen.

### 2.2.2.4 Internet

Mediahuis deelt zijn productaanbod onder in nieuwsmerken (incl. magazines), marketplaces, radio en wielerevenementen.

Onder de eerste categorie vallen de online versies van de dagbladen standaard.be, nieuwsblad.be, gva.be en hbvl.be.

Onder marketplaces worden jobat.be, zimmo.be, jellow.be en immemoriam.be gerekend. In oktober 2019 werd Jobat vernieuwd, nadat DPG Media en Mediahuis aangekondigd hadden hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt onder te brengen in een gezamenlijke joint venture House of Recruitment Solutions. Made in, het digitaal platform dat gerichte bedrijfsinformatie brengt over en voor de verschillende economische regio's in Vlaanderen, wordt tot de Mediahuis magazines en platformen gerekend.

436 Grafisch Nieuws, Riccardi, A., "Mediahuis Luxembourg verhuist drukkerijactiviteiten naar België", https://grafisch-nieuws.knack.be/grafisch-nieuws/mediahuis-luxembourg-verhuist-drukkerijactiviteiten-naar-belgie/article-normal-1867513.html, 16 mei 2022.
437 VRT NWS, "Mediahuis plaatst tijdelijke krantenkiosken in Oost-Vlaanderen, waar problemen met krantenbedeling het grootst zijn", 30 oktober 2024.
438 Mediaspecs, "Jobat lanceert Go for Happy Magazine", https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/, 23 februari 2021.
439 VRT NWS, "Bezorgdheid over nauwere samenwerking Het Nieuwsblad en Gazet Van Antwerpen: "Minder diversiteit voor Vlaamse lezer"", 23 april 2025.
440 De Standaard, "Mediahuis schrapt mogelijk veertien jobs bij integratie 'Gazet van Antwerpen' en het 'Nieuwsblad'", 22 mei 2025.

Ook de websites van radiozenders Play Nostalgie en NRJ behoren via participaties tot Mediahuis.

#### 2.2.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

De advertentieregies van Mediahuis en DPG Media bundelen hun krachten via Dailymetrie, de dagelijkse meting van het multimediaal bereik van nieuwsmerken in België,. Op deze manier bieden ze adverteerders en mediaprofessionals inzichten in het bereik van de nieuwsmerken via al hun platformen.om adverteerders en mediaprofessionals inzichten te bieden over het bereik van de nieuwsmerken via al hun platformen.

The Pool, ontstaan als crossmediale reclameregie van SBS Belgium en Mediahuis, werd inmiddels ondergebracht bij Ads & Data.

Verder is Mediahuis via Flanders Classics (cycling) voor 50% eigenaar van enkele Vlaamse wielerklassiekers zoals De Ronde van Vlaanderen en Omloop Het Nieuwsblad.

In 2019 vergrootte Mediahuis zijn voetafdruk op de dienstverlening voor de vastgoedmarkt door 4 All Solutions, een softwarebedrijf voor de vastgoedsector, over te nemen en een meerderheidsbelang te nemen in Immo Proxio, een vastgoedzoekertjessite.[441] Onder de naam Zabun, een samengaan van Max-Immo en Fortissimmo, biedt Mediahuis ook software aan voor vastgoedprofessionals en bouwt het websites voor hen.

Sinds 1 april 2021 hebben de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun krachten gebundeld in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Deze joint venture bestaat uit Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) en combineert hun portfolio, kennis en teams.

Podcasts worden steeds belangrijker in de nieuwsconsumptie en Mediahuis is ook op dat vlak actief.[442]

Mediahuis nam in november 2023 RouteYou over, een navigatieplatform voor recreatieve fiets-, loop- en wandelroutes. Vandaag beschikt het platform over meer dan 7 miljoen routes gemaakt door een actieve gemeenschap van 15 miljoen unieke bezoekers per jaar.[443] De abonnees van de Mediahuiskranten krijgen onbeperkt en gratis toegang tot de betalende versie van RouteYou.

Samen met andere Vlaamse uitgevers DPG en Roularta heeft Mediahuis een akkoord bereikt met Google over een licentie voor hun nieuwsartikels. Google betaalt de uitgeverijen om op het nieuwsplatform News Showcase gratis toegang te kunnen geven tot enkele artikels die normaal gezien achter een betaalmuur staan.[444]

#### 2.2.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Nederland is de voornaamste buitenlandse markt voor Mediahuis. Dankzij een aantal overnames werd Mediahuis de tweede grootste uitgever in Nederland.

Mediahuis investeert ook €5 miljoen in Lepaya, een jong Nederlands bedrijf dat sterk groeit in het ontwikkelen van persoonlijke vaardigheden.[445]

In 2019 besloten Mediahuis en DPG Media hun krachten te bundelen binnen het automotive domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden AutoTrack en Gaspedaal.nl ondergebracht in het nieuwe Automotive Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.[446]

Mediahuis kocht in het voorjaar 2023 ook vier Nederlandse radiozenders: Radio Veronica van Talpa Network en

441 De Tijd, Broens, B., "Mediahuis slaat dubbelslag in vastgoedsector", 12 februari 2019.
442 De Standaard, Dendooven, P., "Mediahuis nestelt zich in club van miljardenbedrijven", 25 februari 2022.
443 De Tijd, "Mediahuis koopt wandel- en fietsapp RouteYou, 20 november 2023.
444 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.
445 Mediahuis, "Mediahuis investeert 5 mio. euro in Nederlandse scale-up Lepaya.", https://www.mediahuis.be/mediahuis-investeert-5-mio-euro-in-nederlandse-scale-up-lepaya/, 15 juni 2020.
446 Mediahuis, "Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl", https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/, 7 oktober 2019.

drie zenders van het mediabedrijf RadioCorp.[447] In juli 2023 liep de veiling van de Nederlandse FM-radiolicenties. Daarbij haalde Mediahuis twee licenties binnen. Die zullen worden gebruikt voor Radio Veronica en 100%NL. De andere twee radiozenders, SLAM! en Sublime, verhuizen naar de DAB-frequentieband.[448]

De participatie van 50% in het Nostalgie Belgique-radionetwerk dat de Franstalige Nostalgie uitbaat, heeft Mediahuis in 2017 overgenomen van Mediahuis Partners. Via Radioplayer kunnen zo'n 30-tal Franstalige zenders beluisterd worden.

Eind 2017 nam Mediahuis een minderheidsparticipatie in Jellow, een Nederlandse jobwebsite waar freelancers en opdrachtgevers elkaar vinden.[449]

In 2019 nam Mediahuis het Ierse Independent News & Media over. Dit is de groep boven Irish Independent (de best verkochte krant in Ierland), Sunday Independent, The Herald, de tabloid Sunday World, Belfast Telegraph en de Sunday Life.[450] Reach Group, een dochteronderneming van Mediahuis Ierland, en een specialist op het gebied van logistiek en toeleveringsketens kondigde in mei 2021 de overname aan van Delpac Ltd, een toonaangevende leverancier van op maat gemaakte verpakkingsproducten.

In april 2020 nam Mediahuis Saint-Paul Luxembourg over, uitgever van verschillende titels, waaronder Luxemburger Wort, de oudste krant van Luxemburg en als kwaliteitskrant afgetekend marktleider.[451] Zowat een jaar na de overname wijzigde de naam Saint-Paul Luxembourg in Mediahuis Luxembourg.

In januari 2022 nam Mediahuis het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) over. Deze overname maakte Mediahuis tot meerderheidsaandeelhouder (70%) van Medienhaus Aachen, uitgever van de krant Aachener Zeitung. In januari 2024 heeft Mediahuis ook de overige 30% in handen gekregen.[452]

Mediahuis nam in oktober 2022 het Ierse autoplatform Carzone over voor €30 miljoen, en creëert zo in combinatie met CarsIreland, Cartell en Carzone de grootste automarktplaats van Ierland.[453] In november 2022 volgde de overname van vergelijkingswebsite voor energie, telecom, leningen en hypotheken Switcher.ie.[454]

Zimmo.be, de immowebsite van Mediahuis, kocht in mei 2023 het vastgoedzoekertjesplatform logic-immo.be van de Franstalige mediagroep IPM over.[455] In juni 2025 nam Zimmo het verhuis- en reviewplatform Smooved over.

Mediahuis heeft in 2023 ook het Europese online nieuwsmerk Euractiv overgenomen. Dat is een merk dat in franchise wordt gegeven aan aangesloten partners. Journalistieke partners in heel Europa vertalen het Europese nieuws naar een lokale context of berichten terug vanuit hun land. Inkomsten komen vooral uit sponsoring, reclame, subsidies, een jobsite en events. Er is ook een premiumaanbod voor abonnees.

Via het Media Development Investment Fund (MDIF), een non-profit investeringsfonds gevestigd in New York en partner in Pluralis, verleent Mediahuis financiële steun ten behoeve van vijf onafhankelijke Oekraïense nieuwsmedia die in de moeilijke omstandigheden zijn blijven opereren en verslaggeving zijn blijven verzorgen. Deze nieuwsmedia zijn Liga, Melitopolske Vedomosti, Grivna, Molodoy Bukovinetz en de grootste Oekraïense krant Express.

In juni 2025 lanceerde Mediahuis SPIL in de Nederlandse markt, een digitaal nieuwsmerk gericht op de jongere generaties.

447 De Tijd, Neirynck, P., "Mediahuis neemt Radio Veronica en drie andere zenders over", 3 april 2023.
448 De Tijd, Dereymaeker, F., "Mediahuis verliest twee FM-radiolicenties in Nederland", 8 juli 2023.
449 De Tijd, De Groote, P., "De Standaard-uitgeverij koopt grootste krant van Ierland en wordt miljardenbedrijf", 30 april 2019.
450 De Tijd, De Groote, P., "De Standaard-uitgever koopt grootste krant van Ierland en wordt miljardenbedrijf", 30 april 2019.
451 Mediahuis, "Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg.", https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/, 21 april 2020.
452 Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.
453 De Tijd, Sephiha, M., "Mediahuis koopt Ierse autowebsite Carzone", 24 oktober 2022.
454 De Tijd, Evers, F., "Mediahuis neemt Iers vergelijkingsplatform over", 2 november 2022.
455 Het Nieuwsblad, "Mediahuis koopt immowebsite van IPM over", 10 mei 2023.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Nostalgie en afgeleiden/ nl.nostalgie.be | ● | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Nostalgie Plus | | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Radioplayer Worldwide | | ● | | | | | | ● | | ● | | | |
| Uitgesproken | | | | | | | | | | | | | ● |
| De Standaard + De Standaard Magazine + De Standaard Weekblad | | | | | | ● | ● | ● | | ● | | | |
| Het Nieuwsblad/ De Gentenaar + Check + BILLIE | | | | | | ● | ● | ● | | ● | | | |
| Het Belang van Limburg + BILLIE + De Markt + Goesting | | | | | | ▲ | ▲ | ▲ | | ▲ | | | |
| Gazet van Antwerpen + CITTA + De Markt + BILLIE | | | | | | ▲ | ▲ | ▲ | | ▲ | | | |
| Zimmo | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Flanders Classics | | | | | | | | | | | | | ● |
| inmemoriam.be | | | | | | | | ● | | | | | |
| jobat.be | | | | | | | | ● | | | | | |
| Go for Happy | | | | | | | | ● | | | | | |
| madein[....].be | | | | | | | | ▲ | | ▲ | | | |
| Jellow | | | | | | | | | | | | | ● |
| Routeyou | | | | | | | | ■ | | | | | |
| Ads & Data | | | | | | | | | | | | ● | |
| Mobilepremium | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Zabun | | | | | | | | | | | | | ■ |
| 4 All Solutions | | | | | | | | | | | | | ● |
| Immo Proxio | | | | | | | | | | | | | ■ |
| Magixx | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Dailymetrie | | | | | | | | | | | | | ● |

Tabel 49: Overzicht merken Mediahuis nv

## 2.3 PROXIMUS NV

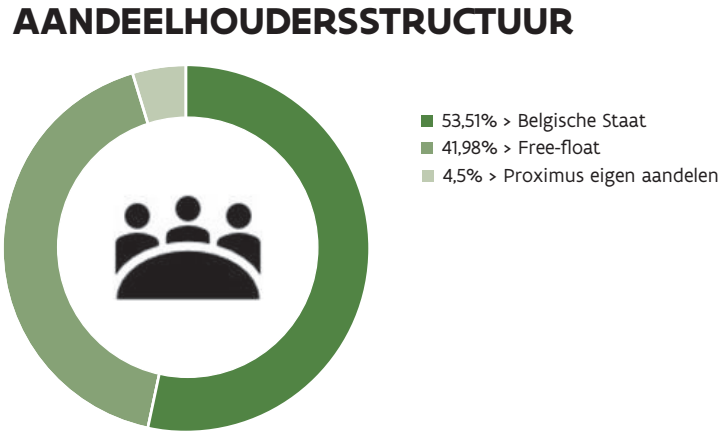
### 2.3.1 Structuur en aandeelhouders

Proximus ontstond in 1992 onder de naam "Belgacom nv" voortkomend uit de overheidsdienst "Regie van Telegrafie en Telefonie" (RTT). Aanvankelijk was het louter een telecomoperator. Pas later bracht de onderneming ook mediaproducten op de markt.

In 1994 werd Belgacom getransformeerd van autonoom overheidsbedrijf tot 'naamloze vennootschap van publiek recht'. In 1996 verkocht de Belgische regering 50% min 1 van de aandelen van Belgacom aan het consortium ADSB Telecommunications. In 2004 deed Belgacom zijn intrede op de beurs.

De laatste jaren bleven de wijzigingen in de aandeelhoudersstructuur zeer beperkt. Hieronder wordt een overzicht van de aandeelhoudersstructuur gegeven.

Belgacom hanteerde vanaf 29 september 2014 nog slechts één commercieel merk, nl. Proximus, voor vaste en mobiele communicatie, tv en IT-oplossingen. Op 22 juni 2015 veranderde ook de naam van de onderneming zelf naar Proximus nv van publiek recht.




Figuur 16: Aandeelhoudersstructuur Proximus nv
Bron: https://www.proximus.com/nl/investors/shareholder-structure.html, geraadpleegd op 31 augustus 2025

De structuur van de Proximus-groep volgt de specifieke activiteiten van de dochterondernemingen.

Deze werden onder meer opgericht voor de buitenlandse activiteiten van de groep. Zo werd de groepsstructuur eind 2017 uitgebreid dankzij de overname van het Amerikaanse "Communication Platform as a Service (CPaaS)" bedrijf Telesign door Belgacom International Carrier Services.

In 2017 nam Proximus het Antwerpse Davinsi Labs over, een bedrijf dat zich toelegt op de detectie van kwetsbaarheden in IT-infrastructuur. ION-IP werd in januari 2019 gefusioneerd met Telindus Isit NV.

In juni 2018 nam Proximus het Nederlandse bedrijf Umbrio over dat gespecialiseerd is in het in kaart brengen van complexe dataflows in bedrijven.[456] In juli 2018 nam het het Belgische IT-bedrijf Codit over dat professionele klanten ondersteunt in hun digitale transformatie.[457]

In juli 2023 heeft Proximus alle aandelen van Belgacom International carrier services (BICS) overgenomen.

In 2021 werd een light MVNO-overeenkomst gesloten met One Bill Global (OBG), een bedrijf dat verschillende soorten nutsdiensten aanbiedt via een geautomatiseerd en interactief platform.

In juni 2021 nam Proximus Mobile Vikings over (inclusief het merk JIM Mobile).

456 De Tijd, De Preter, W., "Proximus koopt Nederlandse datacruncher Umbrio", 1 juni 2018.
457 De Standaard, Dendooven, P., "Proximus neemt Gents bedrijf met 160 werknemers over", 13 juli 2018.

Via dochtermaatschappij Doktr werkt Proximus sinds juni 2021 aan een e-Health innovatie, met een patiëntgerichte teleconsultatie-app.

Op 20 september 2021 kondigde Proximus een partnerschap aan met BESIX voor de overname van i.Leco, een leider in slimme gebouwen en energietransitie. Op 30 juni 2023 werd de naam gewijzigd naar aug.e. Aug.e is een applicatieplatform voor slimme gebouwen dat hun respectieve expertise op het gebied van gebouwen, ICT en energie combineert.

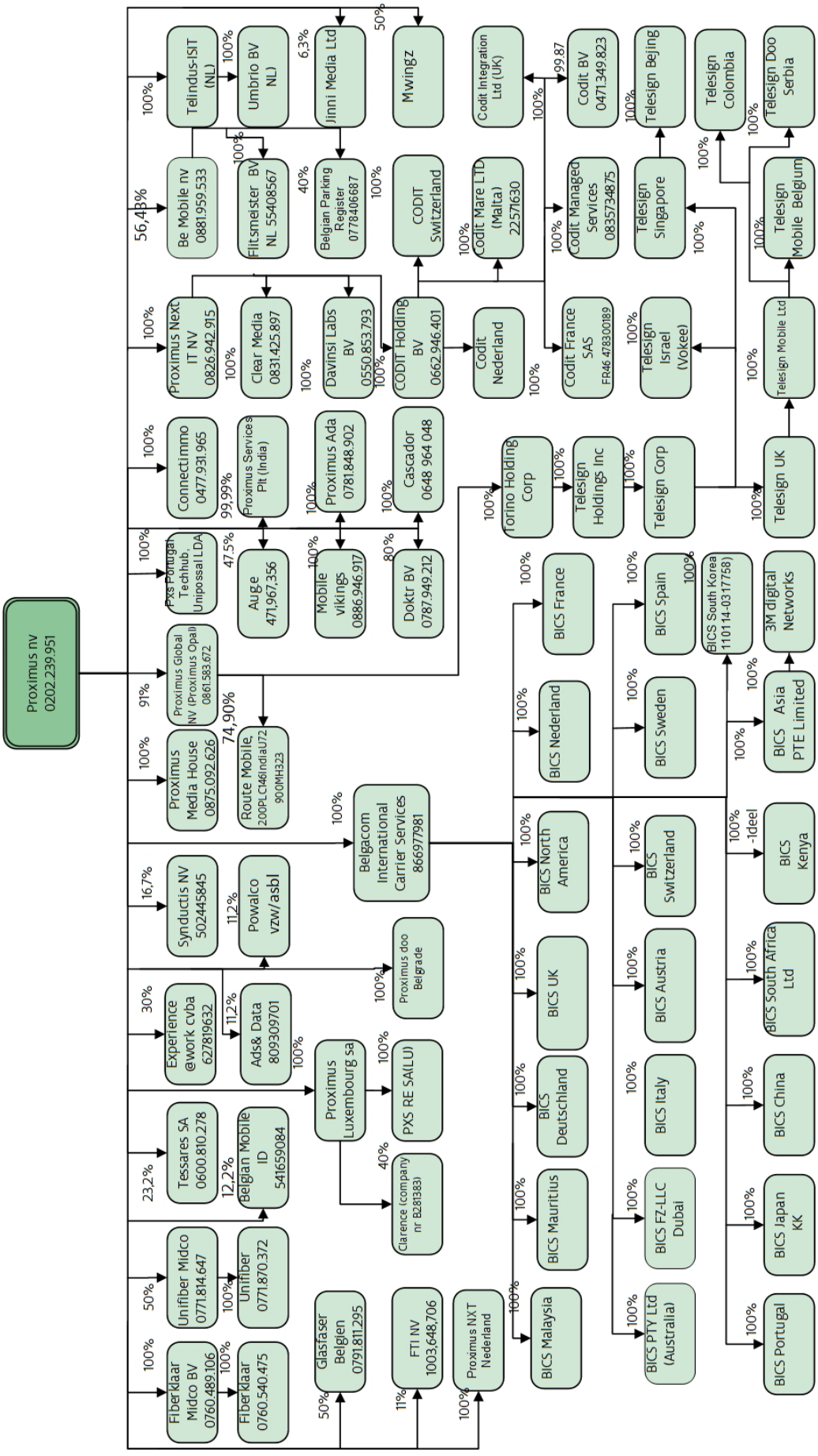
Dertien jaar na de overname in 2008, werd low cost telecomoperator Scarlet volledig geïntegreerd binnen Proximus. Scarlet bleef al die tijd als aparte juridisch entiteit bestaan.[458]

Proximus kreeg in maart 2023 groen licht van de ondernemingsrechtbank in Oudenaarde om de Wase telecomoperator Edpnet over te nemen. De Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) startte een onderzoek naar mogelijk machtsmisbruik bij de overname. Eind 2023 heeft Citymesh dan Edpnet overgenomen van Proximus.

Proximus nam in 2024 de netwerkspeler Fiberklaar volledig over. Dat bedrijf werd in 2021 opgericht als een joint venture tussen Proximus en de investeerder EQT Infrastructure. Proximus koopt die laatste, die iets meer dan de helft van de aandelen had, nu uit voor €246 miljoen.[459]

De Proximus Groep heeft in juli 2023 een definitieve overeenkomst ondertekend voor het verwerven, door Proximus Opal (het huidige Proximus Global), van een belang van ~58% in Route Mobile. Route Mobile is een wereldwijde speler in CPaaS-diensten ("Platform as a service"). Het is genoteerd op de beurs van Mumbai in India (NSE en BSE) met een beurswaardering van €1,1 miljard. In overeenstemming met de Indiase regelgeving leidde de overeenkomst om het initiële belang in Route Mobile te verwerven tot een verplicht overnamebod (mandatory tender offer of MTO) op maximaal 26% van de totale uitstaande aandelen tegen dezelfde prijs per aandeel. Na goedkeuring door de mededingingsautoriteiten en voltooiing van het MTO-proces werd de transactie met Route Mobile afgerond. De MTO-aandelen, samen met de aandelen die werden overgenomen van de stichtende aandeelhouders, brengen het totale belang van Proximus Global in Route Mobile op 74,90%. Als onderdeel van de overeenkomst hebben enkele van de stichtende aandeelhouders van Route Mobile geherinvesteerd in een minderheidsbelang in Proximus Global, een filiaal van de Proximus Groep en eigenaar van onder andere Telesign, Proximus' Amerikaanse filiaal en BICS NV. Voortbouwend op de gecombineerde sterktes van Route Mobile, BICS en Telesign, effent de Groep het pad om een van de wereldleiders te worden in de domeinen van digitale communicatie (CPaas) en digitale identiteit (DI).

458 DataNews Knack, "Proximus slorpt Scarlet volledig op", https://datanews.knack.be/ict/nieuws/proximus-slorpt-scarlet-volledig-op/article-news-1813743.html, 17 december 2021.
459 De Tijd, "Proximus en Telenet plannen samen 2,7 miljoen gezinnen van supersnel internet te voorzien", 26 juli 2024.




Figuur 17: Organigram Proximus nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Proximus

### 2.3.2 Aanbod Proximus nv

#### 2.3.2.1 Radio

Proximus is wat radio betreft enkel actief als distributeur. Het signaal van de radiostations wordt doorgegeven via het Proximus Pickx Tv-aanbod.

#### 2.3.2.2 Televisie

Proximus startte zijn activiteiten in de televisiewaardeketen binnen het distributiesegment. Het bedrijf was in 2005 de eerste onderneming die in Vlaanderen digitale interactieve televisie op de markt bracht.

Op het vlak van contentproductie is Proximus actief binnen de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector. Die voorziet dat dienstenverdelers ofwel een bijdrage storten in het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) ofwel opteren voor co-productieproject(en). Proximus koos sinds 2014 telkens voor deze laatste optie. In 2025 zal Proximus op die manier 7 coproductieprojecten steunen.

Naast het standaardaanbod heeft Proximus een aantal bundels in de aanbieding: o.a. Pickx Mix, Pickx+, Pickx Sports, Adult, Pickx All Stars, Pickx All Stars & Sports, en commercialiseert het ook "Aanbiedingen van partners", zoals de Studio 100 Go Pass of Streamz.

De dochtermaatschappij Proximus Media House[460] is ook actief als televisieomroeporganisatie (lineair en niet-lineair) met als aanbod Proximus Showcase, Pickx+ Sports, Pickx+ en Video Op Aanvraag.

Proximus biedt een platform aan onder andere Be tv en Netflix om hun diensten aan te bieden.

Sinds 2020 had Proximus een akkoord over de distributie van de nieuwe Pro League-kanalen van Eleven Sports (nu DAZN). Dat omvatte de live-uitzending van alle Belgische voetbalwedstrijden in de Jupiler Pro League en 1B (nu challenger Pro League) op alle mogelijke schermen via Pickx, en dit voor de komende vijf seizoenen. Op het moment van redactie was er nog geen nieuw akkoord over een eventuele verlenging voor het seizoen 2025-2026.

De wedstrijden in het vernieuwde format van de Champions League zijn in België de komende drie seizoenen te zien bij VTM, RTL, Proximus en Telenet. Dat betekent dat de huidige rechtenhouder Proximus zijn exclusiviteit opgeeft.[461]

Vanaf het volgende voetbalseizoen kunnen sportfans die abonnee zijn bij Proximus Pickx ook matchen uit de Premier League en de Bundesliga bekijken. Proximus sloot daarvoor een overeenkomst met aartsrivaal Telenet, dat de exclusieve uitzendrechten heeft voor België.[462]

Het Proximus-netwerk wordt ook via het televisieaanbod van Proximus-submerk Scarlet vermarkt.

#### 2.3.2.3 Geschreven pers

Proximus is niet actief op de markt voor dagbladen en periodieke publicaties.

Sinds 1 december 2019 biedt Proximus aan zijn klanten wel een digitaal abonnement aan op Het Laatste Nieuws als onderdeel van sommige types internetabonnement.Dit gebeurt onder de naam My e-press. Het telecombedrijf is daarvoor een samenwerking aangegaan met DPG Media.

#### 2.3.2.4 Internet

460 In mei 2019 werd een naamsverandering van Skynet iMotion Activities naar Proximus Media House ter kennisgeving ingediend bij de VRM.
461 De Tijd, "Belgische tv-rechten Champions League gereshuffeld", 28 november 2023.
462 De Tijd, Serrure, B., "Proximus gaat Play Sports-zenders van concurrent Telenet verdelen", 24 juni 2025.

Proximus treedt op als internet service provider, netwerkbeheerder en internet access provider.

De vroegere dochtermaatschappij Scarlet, een telecomprovider die zowel vaste als mobiele telefoniediensten, internet en digitale televisie aanbiedt, werd volledig geïntegreerd in de moederonderneming. Het aanbod blijft wel bestaan.

Ook Mobile Vikings heeft abonnementen voor mobiel bellen en surfen en vast internet thuis in de aanbieding. Proximus is een van de operatoren die in 2022 een 5G-frequentie binnenhaalde tijdens de 5G-veiling.

Het bedrijf kondigde eind 2024 aan het 3G-netwerk af te zullen schakelen. De vrijgekomen bandbreedte en infrastructuur zal de telecomoperator aanwenden om de snellere 4G- en 5G-netwerken verder te versterken.[463]

De Belgische telecomoperator Citymesh heeft internetprovider Edpnet overgenomen van Proximus. Proximus had in maart 2023 Edpnet overgenomen nadat het bedrijf eerder in financiële problemen was gekomen.[464]

Proximus heeft de 5G-licentie van het Belgische IT-bedrijf NRB overgenomen. Daardoor vergroot de telecomoperator zijn mobiele capaciteit, maar het opent ook de weg naar onder meer een hogere surfsnelheid.[465]

Telecombedrijven Telenet, Proximus en Wyre en Fiberklaar, die elk bezig zijn met de aanleg van een glasvezelnetwerk in Vlaanderen, hebben in juli 2024 een "memorandum of understanding" ondertekend waarin ze de belangrijkste voorwaarden vastlegden voor een mogelijke toekomstige samenwerking.[466] In juli 2025 volgde een soortgelijk principesakkoord met Orange Belgium voor het Franstalige landsgedeelte.

#### 2.3.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

Proximus is eerder een telecomgroep dan een mediagroep. Het is een belangrijke aanbieder van vaste telefonie, mobiele telefonie en breedbandverbindingen (als apart product of gecombineerd in pack).

Eind 2024 zette Proximus zijn 3G-diensten stop. Het zal het vrijgekomen spectrum en de infrastructuur gebruiken om de 4G- en 5G-netwerken te versterken.[467]

De crossmedialiteit van Proximus is terug te vinden op verschillende niveaus. Enerzijds worden de productbundels waarbij de consument televisie, telefonie en internet kan combineren in een pack alsmaar populairder. Anderzijds wordt er ook toenadering gezocht tot gespecialiseerde technologie of dienstenleveranciers.

Sinds 1 april 2021 werd de Skynet regie activiteit geïntegreerd binnen Ads & Data, de nationale regie van Telenet/Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus/Skynet. De joint venture heeft Proximus (11,2%), Mediahuis (44,4%) en Telenet (44,4%) als aandeelhouders.

Proximus Advertising focust zich sindsdien op het verder ontwikkelen en uitbaten van dataoplossingen en het platform voor gerichte tv-reclame op Proximus Pickx. Dit op basis van de data waarover Proximus beschikt van zijn klanten. De gerichte tv-reclame is beschikbaar op de kanalen van Play Media, DPG, IP Belgium en RMB en dit zowel tijdens live televisie als uitgesteld kijken en zowel op tv als via de applicatie of het web.

Begin 2018 werd het Studio 100 Go-project gelanceerd. Dit is de vervanger van het eerdere multimediale platform Wanagogo en is een app waarin kinderen spelletjes kunnen spelen, e-boeken lezen en programma's bekijken. Er bestaat zowel een gratis versie als een betaalversie (Studio 100 GO Pass).

Proximus lanceerde in 2018 drie gamingkampioenschappen in België. Proximus organiseerde niet enkel de

463 De Morgen, "Ook Proximus schakelt af, het tijdperk van 3G lijkt definitief voorbij", 1 december 2022.
464 De Tijd, "Telecomoperator Edpnet belandt bij Citymesh na deal met Proximus", 6 november 2023.
465 De Tijd, Dereymaeker, F., "Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over", 18 april 2024.
466 VRT NWS, "Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen", 25 juli 2024.
467 Het Laatste Nieuws, "Proximus trekt tegen eind dit jaar stekker uit 3G, Telenet en Orange in loop van 2025", 6 november 2024.

wedstrijden, maar zond ze ook uit op het kanaal EsportsTV.[468] Proximus was de naamgevend sponsor van de Proximus ePro League, maar dit werd beëindigd in juni 2025. Momenteel is Proximus sponsor van het eDevils-team van de KBVB.

Proximus en Orange sloten in juli 2019 een principeakkoord om samen te werken en hun radiotoegangsnetwerken met elkaar te delen. Het gezamenlijke netwerk zal worden ondergebracht in een 50/50 joint venture, met vestiging in Brussel. De producten en diensten van beide bedrijven blijven strikt gescheiden.[469]

Proximus werkte ook een tijd nauw samen met banken.[470] Drie jaar nadat ze Banx hadden voorgesteld, stelden Proximus en Belfius eind 2024 vast dat hun gezamenlijke bankenapp de steile ambities nooit kon inlossen. Banx werd stopgezet, maar Belfius en Proximus blijven samenwerken.[471] Via Belgian Mobile ID – een consortium van Belfius, BNP Paribas Fortis, KBC, ING, Orange, Proximus en Telenet – ligt Proximus mee aan de basis van Itsme. Itsme werd in 2017 gelanceerd en is ondertussen goed ingeburgerd. Al meer dan 7 miljoen Belgen maakten een account, meer dan acht op de tien volwassenen.[472]

Proximus is bezig de uitrol van zijn open fibernetwerk uit te breiden en sterk te versnellen. Tegen 2032 wil Proximus 95% van de Belgische gezinnen uitrusten met glasvezel.[473]

Nadat Proximus voor Vlaanderen eerder al in zee ging met Telenet, doet het voor de uitrol van een glasvezelnetwerk in minder drukbevolkte gebieden in het zuiden van het land nu hetzelfde met Orange Belgium. De twee operatoren tekenden daarover in juli 2025 een principepsakkoord, dat weliswaar nog goedgekeurd moet worden door de mededingingsautoriteiten en telecomregulator BIPT.[474]

Proximus (in het "6th NeTWorK consortium") timmert samen met de start-up Dronematrix en luchtverkeersleider Skeyes (via SkeyDrone) ook aan een platform voor zakelijke dronediensten. Die werd begin 2022 door de haven van Antwerpen uitgekozen voor de uitrol van een groot opgezet en innovatief droneproject.

Doktr is een app van Proximus voor videoconsultaties bij huisartsen.

Naast dit overzicht van diensten aan particuliere klanten biedt Proximus nog andere diensten, aan professionele klanten.

#### 2.3.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Proximus is via verschillende dochterondernemingen in de sector van telecommunicatie (bv BICS of Telesign) actief in het buitenland.

Proximus is in Luxemburg actief als mobiele operator onder de merknaam Tango en als ICT-dienstenbedrijf als Proximus NXT. Proximus verkocht einde 2024 zijn mobiele zendmasten in Luxemburg voor €108 miljoen.

De verkoop past in een breder desinvesteringsprogramma, dat moet helpen de dure uitrol van glasvezel te financieren. De groep blijft een belangrijk huurder van de infrastructuur via een langdurige overeenkomst, die de dienstverlening en mobiele dekking moet garanderen.[475]

468 De Standaard, "Proximus lanceert gamecompetities", 19 mei 2018.
469 De Tijd, Rousseau, S., "Proximus en Orange Belgium gaan 5G-factuur delen", 12 juli 2019.
470 De Tijd, "Neobank Banx van Proximus en Belfius staat op de helling", 07 oktober 2023.
471 De Tijd, Suy, P., "Belfius en Proximus trekken stekker uit ambitieuze app Banx", 30 september 2024.
472 Het Laatste Nieuws, "Vlaamse overheid zet turbo op itsme: "Binnenkort onderteken je alles met app, zelfs schoolrapport van je kind"", 29 januari 2025.
473 Proximus (2022, 29 juni). Proximus kondigt ambitie aan om dekkingsgraad voor fiber uit te breiden tot 95% van de Belgische woningen en bedrijven, met de ambitie om 100% gigabit coverage te bereiken tegen 2032. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2022/20220629-fiber-rollout.html.
474 De Tijd, Serrure, B., "Proximus en Orange sluiten akkoord over gedeelde fibertuitrol in Wallonië", 25 juli 2025.
475 De Tijd, Serrure, B., "Proximus vangt 108 miljoen voor Luxemburgse zendmasten", 22 november 2024.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Mobilus | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | |
| Flex+ Packs | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | | | |
| Pack Internet Start + Telephony + TV/ Pack Internet + Telephony | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | | | ✓ |
| Internet productgamma | | | | | | | | | ✓ | | | | |
| Proximus opties | | | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Pay & Go | | | | | | | | | | | ✓ | | ✓ |
| Phone Line | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Co-producties | | | ✓ | | | | | | | | | | |
| Pickx Sports | | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Proximus Showcase | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | |
| Pickx+ | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | |
| skynet.be | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Proximus Pickx | | | | | ✓ | | | ✓ | ✓ | | | | |
| Scarlet | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Ads & Data | | | | | | | | | | | | ✓ | |
| Proximuscenters | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Buitenlandse telecomactiviteiten | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Internet of things (LoRa netwerk) | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Beats | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Doktr | | | | | | | | ✓ | | | | | |

Tabel 50: Overzicht merken Proximus nv[476]

476 Wat betreft skynet.be, ondanks de stopzetting van de website behouden klanten hun skynet.be emailadres.

## 2.4 ROULARTA MEDIA GROUP NV

### 2.4.1 Structuur en aandeelhouders

Roularta Media Group werd in 1954 opgericht door Willy De Nolf. De familie De Nolf is nog steeds de voornaamste aandeelhouder (via Koinon NV (voorheen een commanditaire vennootschap op aandelen), en sinds 1998 is de onderneming ook beursgenoteerd. De tweede belangrijkste aandeelhouder was tot recent SA West Investment Holding, een vennootschap in handen van de familie Claeys.

Het bedrijf begon als uitgever van lokale weekbladen. Daarna breidde het zijn activiteiten systematisch uit waardoor er steeds meer titels werden opgenomen in de portfolio. Vanaf begin jaren negentig zette Roularta zijn internationale expansie verder, met titels in Nederland, Duitsland, Slovenië, Servië, maar voornamelijk in Frankrijk (die in juni 2015 echter alle verkocht werden).

Op 1 juli 2015 werden de honderd procent dochtervennootschappen van Roularta Media Group NV, gefusioneerd met de moedervennootschap, in het kader van een vereenvoudiging van de groepsstructuur en ter bewerkstelling van efficiëntie.

Op 2 oktober 2017 maakt Roularta Media Group bekend dat zij haar belang van 50% in de audiovisuele onderneming Medialaan verkoopt aan haar mede-aandeelhouder De Persgroep. Daarnaast koopt Roularta de helft van de aandelen van Mediafin die De Persgroep in portefeuille heeft. De andere helft is in handen van Groep Rossel. Mediafin is de uitgever van de zakelijke media De Tijd en L'Echo.

In 2018 werden een aantal Sanoma-merken vooral gericht op een vrouwelijke doelgroep, met voornaamste weekbladen Libelle/Femmes d'Aujourd'hui en Flair (N/F), alsook de maandbladen Feeling/Gaël, Libelle Lekker en Libelle Nest (N/F). overgenomen door Roularta Media Group.

Sedert de start van Plus Magazine in 1986, had RMG als mede-oprichter een participatie van 50% in Senior Publications SA. In maart 2020 nam Roularta de overige 50% van de aandelen in Senior Publications SA over van de Franse mediagroep Bayard Presse. Per 1 juli 2020 werd de NV Senior Publications gefusioneerd met de NV Roularta Media Group.

Eind maart 2021 werd Roularta 100% eigenaar van o.a. de magazines Télépro, Plus Magazine Nederland en G-Geschiedenis via de overname van Belgomedia SA en Senior Publications Nederland. Naar aanleiding van deze transactie verwierf RMG ook 100% van de aandelen van Press Partners (Gezondheidsnet). Via de dochterondernemingen zijn o.a. ook de Duitse merken Plus Magazine Duitsland, Frau im Leben en G-Geschichte volledig in handen van Roularta gekomen. Eind oktober 2024 heeft Roularta Roularta Media Group een akkoord bereikt met Herder Verlag en Agentur2 rond de overname van G-Geschichte, Plus Magazin en Frau Im Leben. In het bijhorend persbericht geeft de mediagroep aan haar focus te willen richten op de verdere strategische groei in de twee kernmarkten: België en Nederland.[477]

Op 22 december 2021 werd bekendgemaakt dat Roularta New skool media overnam, en zo de op één na grootste uitgever van magazinemerken in Nederland werd.[478] In het kader van een vereenvoudiging van de Nederlandse groepsstructuur werden alle 100% Nederlandse dochtervennootschappen op 20 januari 2023 gefusioneerd met Roularta Media Nederland BV.

Eind September 2023 neemt Roularta Media Nederland BV ( de 100% dochteronderneming van Roularta Media Group NV), alle aandelen over van WPG Media, de magazine-afdeling van (en 100% dochteronderneming van) WPG Uitgevers BV. Met deze overname wordt Roularta Media Group eigenaar van drie toonaangevende magazinemerken in het mindfullness-segment (Happinez, Yoga by Happinez en Psychologie Magazine) in Nederland.

477 Roularta Media Group (2024, 6 november). Roularta Media Group verkoopt Duitse magazines. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-media-group-verkoopt-duitse-magazines

478 Roularta Media Group (2021, 22 december). Roularta neemt new skool media over en wordt de op één na grootste uitgever van magazinemerken in nederland. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereglementeerde-informatie-roularta-neemt-new-skool-media-over-wordt-de.

Wat later in  2023 neemt Roularta Media Group Flow Magazine over van DPG Media via haar dochteronderneming in Nederland, Roularta Media Nederland. De overname past bij de ambitie van Roularta Media Group om haar positie op de Nederlandse magazinemarkt verder uit te bouwen en zorgt voor een verdere versteviging van het mindfulness-aanbod.

Met de overname van Gezondheid NV in maart 2022 werd de groep eigenaar van de grootste gezondheidswebsites in België, namelijk gezondheid.be, passionsanté.be en minimi.be.[479]

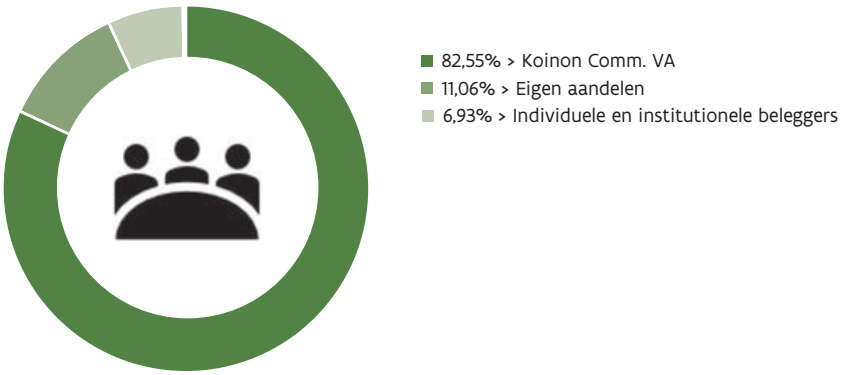
In oktober 2020 nam Belfius 30% van de aandelen over van een nieuwe vennootschap BV Immovlan waarin de activiteiten van Immovlan en Vacancesweb werden ondergebracht. Op 24 april 2025 kondigde RMG het afgesloten partnership met het Vlaamse vastgoedplatform Immoscoop aan. Hiermee beëindigde RMG ook haar commerciële samenwerking met de BV Immovlan en heeft RMG ook haar aandeel in de BV Immovlan overgedragen aan haar medeaandeelhouder Rossel.

Trends Business Information, de afdeling handelsinformatie van Roularta Media Group (RMG), nam in juli 2021 de B2B-activiteiten van Black Tiger Belgium (vroeger Bisnode Belgium) over.[480]

Roularta Media Group heeft op 4 juli 2024 een akkoord bereikt met Professional Media Group (PMG) rond de overname van de vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication.

Op 14 maart 2025 kondigde het FSMA aan dat Koinon NV, de moederholding van Roularta Media Group NV (een vennootschap onder controle van de familie De Nolf, die al 72 procent van Roularta in handen had) een vrijwillig en voorwaardelijk openbaar overnamebod , wenste uit te brengen op de aandelen van de NV Roularta Media Group aan een prijs van 15,50 euro per aandeel om zo het mediabedrijf van de beurs te halen. Zo zou er een punt worden gezet achter een beurscarrière van 27 jaar.[481] Na afloop van de derde heropening van het bod, bezit de NV Koinon en de met haar verbonden personen 93,61% van de aandelen in Roularta Media Group NV (goed voor 13.042.087 aandelen).Ook na de derde heropening van het vrijwillig en openbaar overnamebod, is het niet gelukt om voldoende aandelen in handen te krijgen om de mediagroep Roularta van de beurs te halen en blijft Roularta Media Group NV aldus verder beursgenoteerd.[482]

## AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR

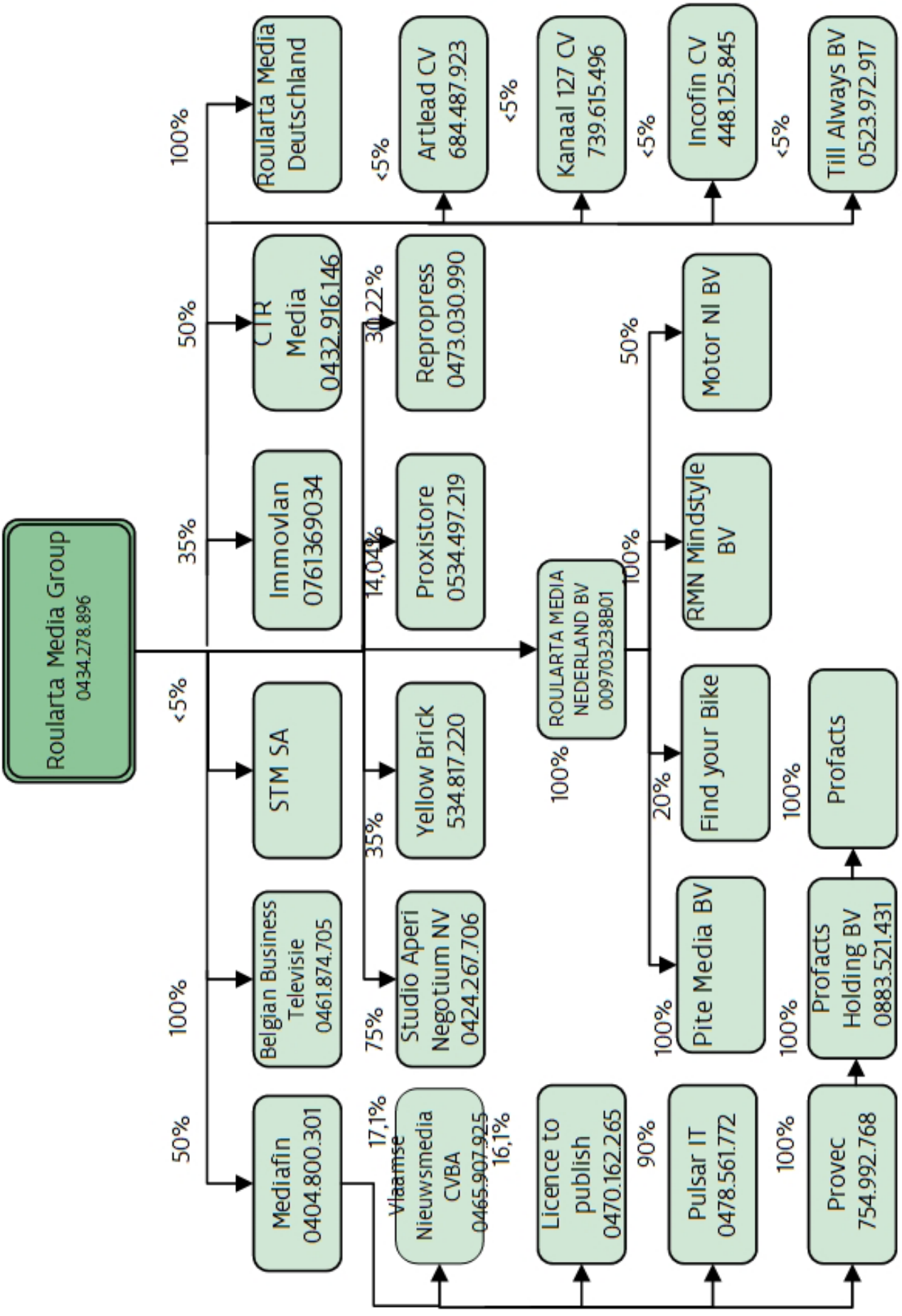



Figuur 18: Aandeelhouders Roularta Media Group nv
Bron: https://www.roularta.be/nl/roularta-op-de-beurs/het-aandeel/aandeelhoudersstructuur, geraadpleegd op 17 september 2025

Op 19 maart 2025 Op 19 maart heeft Roularta Media Group (RMG) een akkoord bereikt met Professional Media Group (PMG) inzake de overname van de vakbladen Artsenkrant, De Apotheker en Ak Hospitals (= de Healthcare activiteiten).

479 Roularta Media Group (2022, 29 maart). ROULARTA NEEMT GEZONDHEID.BE EN PASSIONSANTÉ.BE OVER. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-neemt-gezondheidbe-passionsant%C3%A9be-over.
480 Roularta Media Group (2021, 19 juli). VOORWETENSCHAP: ROULARTA NEEMT DE AFDELING HANDELSINFORMATIE VAN BLACK TIGER BELGIUM OVER. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/persbericht-voorwetenschap-roularta-neemt-de-afdeling-handelsinformatie
481 De Tijd, De Schamphelaere, J., & Sephiha, M., "Familie De Nolf wil mediagroep Roularta na 27 jaar van de beurs halen", 14 maart 2025.
482 De Tijd, Vermorgen, E., "Familie De Nolf mist opnieuw drempel om Roularta van beurs te halen", 30 juli 2025.

Op 1 oktober 2025 worden de fiscaal-juridische nieuwsbrieven (zoals Fiscoloog/Fiscologue, enz.) en gerelateerde activiteiten door Roularta Media Group NV overgedragen aan de SA Anthemis. SA Anthemis is een Belgische uitgeverij die juridische informatie van hoge kwaliteit verspreidt. Sinds haar oprichting richt het zich op professionals op het gebied van recht, economie en management, evenals studenten, in België, Luxemburg en Frankrijk.




Figuur 19: Organigram Roularta Media Group nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Roularta

### 2.4.2 Aanbod Roularta Media Group nv

#### 2.4.2.1 Radio

Door de verkoop van het aandeel in dochtermaatschappij Medialaan in 2018 kwam een einde aan de radioactiviteiten van Roularta Media Group.

#### 2.4.2.2 Televisie

Tot voor de verkoop van het aandeel in dochtermaatschappij Medialaan in 2018 was Roularta Media Group betrokken bij VTM. Nadien verminderde het belang van de TV-poot van de groep.

De zakelijke zender Kanaal Z is voor 100% in handen van Roularta Media Group (via Belgian Business Television nv). De naam van de in 1999 gelanceerde zender Kanaal Z werd in juni 2025 gewijzigd in Trends Z, aansluitend bij de naam van het financieel-economische weekblad van Roularta.[483]

Begin 2022 werden reeds de redacties van tv-zender Kanaal Z en van het weekblad Trends samengebracht in de kantoren van mediabedrijf Roularta in Evere. Bedoeling was één redactie te vormen voor het weekblad, de website en de zender.[484]

#### 2.4.2.3 Geschreven pers

Roularta Media Group staat vooral bekend als de uitgever van periodieke bladen.

Met een bereik van 3,7 miljoen lezers over een breed scala aan publicaties bekleedt Roularta Media Group (RMG) een leidende rol in het Belgische medialandschap.[485]

De Krant van West-Vlaanderen (KW) ligt aan de oorsprong van Roularta Media Group.

Vandaag is dat een hybride krant die dagelijks non stop (24/7) zorgt voor actuele berichtgeving en op vrijdag een pakket publiceert dat bestaat uit twee delen: KW De Krant van West-Vlaanderen, een krant voor de hele provincie en per regio een lokaal traditioneel weekblad.

Roularta nam in 2018 de deelname in Mediafin (50%) over van de Persgroep, waardoor sindsdien ook de krant De Tijd/l'Echo (samen met Rossel) en het magazine De Belegger /l'Investisseur tot het portfolio van Roularta worden gerekend.

Roularta Media Group is uitgever van een aantal Belgische magazines.[486] Voor een uitgebreide bespreking van het portfolio van de merken in portefeuille, verwijzen we graag naar de website van Roularta Media Group via volgende link https://www.roularta.be/nl/merken-2.

Onder News valt met name Knack (Franstalige tegenhanger: Le Vif/L'Express).

Onder de noemer Business vallen Trends, Data News en de B2B-bladen zoals Fiscoloog, Sterck, en Trends Top. De redacties van het weekblad Trends werden begin 2022 samengebracht met die van tv-zender Trends Z in de kantoren van mediabedrijf Roularta in Evere. Bedoeling is één redactie te vormen voor het weekblad, de website en de zender.

Lifestyle bevat Knack/Le Vif Weekend (NL/FR), Sabato en Trends Style.

---

483 De Tijd, Broens, B., "Zakenzender Kanaal Z wordt na 26 jaar Trends Z", 25 juni 2025.
484 TrendsTop Knack, "REDACTIES TRENDS EN KANAAL Z WORDEN SAMENGEVOEGD", https://trendstop.knack.be/nl/ontop/ondernemen/redacties-trends-en-kanaal-z-worden-samengevoegd-1067-1480380.aspx, 23 februari 2022.
485 PUB, "CIM Pers: Belgische consument bevestigt vertrouwen in nieuwsmedia", https://pub.be/nl/cim-pers-belgische-consument-bevestigt-vertrouwen-in-nieuwsmedia/, 12 november 2024.
486 https://www.roularta.be/nl/onze-merken/magazines/magazines-belgi%C3%AB

Feeling, Flair (NL/FR), Libelle, Femmes d'Aujourdhui, Libelle mama, Libelle Nest, Libelle Lekker en Plusmagazine vallen onder de noemer Women Brands.

Entertainment bevat Knack Focus, Focus Vif en Télépro.

Onder Roularta HealthCare ressorteerden de Artsenkrant, de Apotheker, Belgian Oncology News en Healthcare Magazine (het vroegere Ziekenhuis- en Zorgkrant[487]). In het voorjaar 2024 deze drie vakbladen aan de uitgever Professional Media Group verkocht.[488]

Knack, Focus Knack en Knack Weekend verschijnen in één pakket.

Roularta Media Group is ook uitgever van gratis mediatitels De Zondag (met lifestylemagazine DZ magazine als maandelijkse bijlage) en Tam-Tam (verdeeld in Knokke Heist.) De Zondag en DZ magazine verschijnen in 16 regionale edities. Zo krijgt elke regio content op maat en kunnen adverteerders heel gericht gaan targetten.[489]

Roularta Media Group nam in het najaar 2023 Flow Magazine over van DPG Media via haar dochteronderneming in Nederland, Roularta Media Nederland, en zorgt zo voor een verdere versteviging van het mindfulness-aanbod, na de overname van WPG Media en daarmee de mindfulness-titels Happinez, Yoga by Happinez en Psychologie Magazine.[490]

Roularta kocht eind 2023 ook sportblad Helden Magazine. De bijbehorende podcast telt ruim 20.000 luisteraars per maand.[491]

Bij Roularta Printing worden zowel de eigen titels als opdrachtwerk voor derden gedrukt. Internationaal gerenommeerde namen vinden al langer hun weg naar Roeselare. Zo drukt Roularta al titels als The Economist en Bloomberg BusinessWeek.[492] Ook de internationaal toonaangevende zakenkrant Financial Times (FT) klopte eind 2023 aan in Roeselare om zijn magazines gedrukt te krijgen voor de FT-magazines voor het Europese continent en het Midden-Oosten.

De vakbladen Grafisch Nieuws, Verpakking & Label en Media & Communication Roularta werden dan weer verkocht aan de eveneens West-Vlaamse bladenuitgever Professional Media Group, meldt het beursgenoteerde Roularta.[493]

Vanaf 1 oktober 2025 verdwijnen ook de fiscaal-juridische nieuwsbrieven (zoals Fiscoloog/Fiscologue, enz.) en gerelateerde activiteiten uit het portfolio van Roularta Media Group NV. Deze worden overgedragen aan de SA Anthemis.

#### 2.4.2.4 Internet

Roularta Media Group heeft een groot aantal websites in haar portfolio. Deze worden onderverdeeld in verschillende categorieën.[494] [495]

Via de website mijnmagazines.be en de Mijn Magazines-app biedt Roularta een soort Spotify voor magazines aan.

Mijn Stad TV is een netwerk van digitale schermen in drukbezochte handelszaken in en rond de stad. Het

487 Mediaspecs, "Ziekenhuis- en Zorgkrant wijzigt naar HealthCare Magazine en er komt een Franstalige versie", https://www.mediaspecs.be/ziekenhuis-en-zorgkrant-wijzigt-naar-healthcare-magazine-en-er-komt-een-franstalige-versie/, 6 februari 2015.
488 De Tijd, Broens, B., "Roularta verkoopt Artsenkrant en twee andere vakbladen aan PMG", 19 maart 2025.
489 Mediaspecs, "ROULARTA KOMT MET NIEUW LIFESTYLEMAGAZINE 'DZ MAGAZINE'", https://www.mediaspecs.be/roularta-komt-met-nieuw-lifestylemagazine-dz-magazine/, 14 december 2021.
490 Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereglementeerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0
491 De Tijd, "Roularta koopt Nederlands sportmagazine Helden", 16 oktober 2023.
492 De Tijd, "Financial Times laat magazines drukken bij Roularta", 23 oktober 2023.
493 De Tijd, "Mediagroep Roularta verkoopt drie vakbladen aan PMG uit Zedelgem", 5 juli 2024.
494 Roularta Media Group, "Websites", https://www.roulartamedia.be/nl/merken/digitaal/websites.
495 Roularta Media Group, "Digitaal", https://www.roularta.be/nl/onze-merken/digitaal.

concept brengt content in lusvorm op schermen tot bij de wachtende klanten.[496]

Gocar.be (in joint venture met Rossel), datanewsjobs en de zondag jobs.be worden aangeduid als classified websites.

Businesswebsites zijn  trends.be, datanews.be, Trends-Z.be, insidebeleggen.be en trendstop.be.

News websites groepeert Knack, Le Vif,  KW en  De Zondag.

Weekend (Knack en Le Vif), Trends Style, Plusmagazine, ressorteren onder de Lifestyle websites; Focus Knack en Focus Le Vif onder Entertainment en Trends Business Information en Trends Top onder data.

Het segment Women omvat de websites feeling.be, gael.be, flair.be, libelle.be, femmesdaujourdhui.be, libellemama.be, mamans.femmesdaujourdhui.be, libelle-lekker.be en delicesdefemmesdaujourdhui.be.
Onder de noemer Gezondheid vallen de sites gezondheid.be, passionsanté.be.

De belangrijkste titels uit de portefeuille hebben elk ook hun app en een aanwezigheid op de sociale media.

De grote Vlaamse uitgevers DPG Media, Mediahuis en Roularta hebben een akkoord bereikt met Google over een licentie voor hun nieuwsartikels. Google betaalt de uitgeverijen om op het nieuwsplatform News Showcase gratis toegang te kunnen geven tot enkele artikels die normaal gezien achter een betaalmuur staan.[497]

#### 2.4.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

Roularta Media Group nv heeft zijn eigen nationale reclameregie en een regionaal salesteam Roularta Local Media en Roularta Digital.

Roularta Advertising herschikte in januari 2025 haar organisatie en integreert de salesteams van dataplatform Trends Top en nieuwszender Kanaal Z. Op deze manier zorgt de nationale regie van Roularta Media Group voor een grotere focus op klantensegmenten en een meer geïntegreerd crossmediaal en datagedreven aanbod voor adverteerders. De advertising-salesteams van Trends Top en Kanaal Z worden geïntegreerd in de nationale regie.[498]

Roularta Media Group past een 360°-strategie toe waaronder line extensions, seminaries en events begrepen worden. Line extensions zijn bijvoorbeeld bijzondere uitgaves van een blad, reizen, boeken, cd's, dvd's, wijn of andere 'plusproducten'. Roularta Media Group organiseert elk jaar een honderdtal events, bijvoorbeeld Trends Manager van het Jaar, Trends Gazellen, Trends Summer University ….

Roularta Media Group is aandeelhouder van de jaarlijkse Open Bedrijvendag, samen met Voka, het Vlaams netwerk van ondernemingen.

Trends Business Information (vroeger Roularta Business Information) biedt bedrijfsinformatie aan.

Roularta Media Group heeft een participatie in Yellowbrick, dat een parkeer-app commercialiseert.

Via de business unit Roularta Digital helpt Roularta Local Media handelszaken reclame te maken via het web.

In 2016 startte Roularta Media samen met De Persgroep Advertising, Mediahuis Advertising, IPM Advertising, Pebble Media, Proximus Skynet Advertising, Rossel Advertising en Trustmedia een geautomatiseerd aankoopplatform voor digitale media: buymedia.be, dat intussen werd stopgezet.

In september 2016 werd in samenwerking met Duval Union een acceleratorprogramma voor start-ups die bezig

496 Roularta Media Group, "Mijn Stad TV", https://www.roulartalocalmedia.be/nl/merken/mijn-stad/mijn-stad-tv.
497 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.
498 Mediaspecs, "Roularta Advertising herschikt organisatie", https://www.mediaspecs.be/roularta-advertising-herschikt-organisatie/, 22 januari 2025.

zijn met 'media tech' opgericht: Roularta Mediatech Accelerator.

In 2018 bundelde Roularta al haar opgebouwde expertise inzake native advertising, crossmediale creativiteit en content marketing in één competentiecenter dat op die manier totaaloplossingen kan uitwerken voor de adverteerder: Roularta Brand Studio. Roularta Brand Studio ontstaat uit het samengaan van de Ideeënfabriek (de creatieve crossmediale cel van Roularta, die voor adverteerders projecten op maat uitrolt) en Roularta Custom Media (de content marketing afdeling van Roularta).[499]

Voorheen bundelden mediagroepen Rossel en Roularta de krachten met Belfius om de zoekertjessite Immovlan een boost te geven. Roularta beëindigde echter haar commerciële samenwerking met Immovlan en heeft recent haar aandeel in de BV Immovlan overgedragen aan haar medeaandeelhouder Rossel.[500] Roularta Media Group zette in april 2025 een strategisch partnership op met Immoscoop, een Vlaams vastgoedplatform Immoscoop.

De redactie van Knack zet sinds 2012 in op factchecking. Knacks rubriek 'Factcheck' werd zowel in print als digitaal uitgebouwd. Ook maakt Knack deel uit van het International Fact-Checking Network (IFCN), de internationale autoriteit in factchecking. Het project 'Eerste Hulp Bij Twijfel' (EHBT), een project dat strijdt tegen desinformatie, krijgt voortaan financiële steun van de Vlaamse Regering. 'Eerste Hulp Bij Twijfel' is een samenwerking tussen de journalisten en factcheckers van Knack en VRTNWS, het factcheckplatform deCheckers, technologiespeler TextGain en de universiteiten UA, VUB en KUL. De Vlaamse Regering geeft ruim 3 miljoen aan 5 projecten die de verspreiding van desinformatie proberen te verhinderen.[501]

Samen met DPG en Rossel, en sinds februari 2025 ook IPM[502], biedt DPG Media adverteerders de mogelijkheid om vanuit één nationaal aanbod, genaamd Magixx, de lezers van hun magazinetitels te bereiken.

Samen met andere Vlaamse uitgevers DPG en Mediahuis heeft Roularta een akkoord bereikt met Google over een licentie voor hun nieuwsartikels. Google betaalt de uitgeverijen om op het nieuwsplatform News Showcase gratis toegang te kunnen geven tot enkele artikels die normaal gezien achter een betaalmuur staan.[503]

#### 2.4.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Hoewel Roularta Media Group in het verleden en ook recent een aantal buitenlandse activiteiten heeft afgestoten, blijft de groep vertegenwoordigd in markten buiten Vlaanderen.

RMG geeft vooraanstaande magazinemerken uit in Wallonië: Le Vif L'Express (met Le Vif Weekend en Le Vif Focus), Femme d'Aujourd'hui, Trends-Tendances, Flair, Télépro, Plus, Gaël, Datanews, ...

RMG exploiteert ook de Waalse zakenzender Canal Z, die recent werd omgedoopt tot Trends Z en heeft ook een participatie van 50% in Mediafin, de uitgever van o.a. L'Echo, Sabato en De Tijd.

Via Roularta Media Nederland is Roularta Media Group ook een zeer sterke en grote speler op de markt van magazine publishing geworden met de overname van New Skool Media, begin 2022.Roularta Media Nederland is 'best of both worlds' in het medialandschap. Het brengt sterke en marktleidende general interest bereikstitels als Plus Magazine, Landleven, EW (voormalig Elsevier Weekblad) en de 50PlusBeurs samen met special interest-merken als Fiets, delicious., Roots en KIJK. Daarmee bereiken ze zowel de massa als de niche, waarbij de combinatie van kwaliteitscontent en kennis van de loyale doelgroep altijd centraal staat.

Begin 2022 nam Roularta Media Nederland de circa 20 special interest-merken van New Skool Media over. Deze publisher, opgericht in 2014, heeft een focus op niches en loyale klant-communities. Tot het portfolio behoren kwaliteitsmerken als EW, Knipmode, Beleggers Belangen, Columbus Travel, Formule1, Truckstar en Vorsten.

499 Roularta Media Group (2018, 27 augustus). Roularta creëert Roularta Brand Studio en trekt Veerle Neyens aan. [Persbericht]. https://www.roulartamedia.be/nl/nieuws/roularta-cre%C3%ABert-roularta-brand-studio-trekt-veerle-neyens-aan.

500 Mediaspecs, "Roularta media group en Immoscoop sluiten strategisch partnership", https://www.mediaspecs.be/roularta-media-group-en-immoscoop-sluiten-strategisch-partnership/, 24 april 2025.

501 Mediaspecs, "Roularta strijdt tegen desinformatie met project 'Eerste Hulp Bij Twijfel'", https://www.mediaspecs.be/roularta-strijdt-tegen-desinformatie-met-project-eerste-hulp-bij-twijfel/, 21 oktober 2022.

502 Mediaspecs, "Magixx verwelkomt IPM en lanceert TV-pakket", https://www.mediaspecs.be/magixx-voegt-ipm-toe-en-lanceert-tv-pakket/, 13 februari 2025.

503 VRT NWS, Grommen, S., "Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen", 20 december 2024.

Het Nederlandse Bigtwin Magazine en de Bigtwin Bikeshow & Expo, die zich richten tot liefhebbers van custom bikes, choppers en zelfbouw, werden in 2023 samen met de andere activiteiten van Motive Media en Interbike Events overgenomen door Motor.NL Media Company.

In  het najaar van 2023 werd het merkenporfolio van Roularta Media Nederland als gevolg van een aantal overnames uitgebreid met de mindfulness-titels Happinez, Yoga by Happinez, Psychologie Magazine en Flow. Met de overname van de titel Helde Magazine versterkte Roularta Media Nederland haar markpositie in het sportsegment in Nederland.

De huisdrukkerij van Roularta Printing werkt 50% voor (buitenlandse) klanten.

Roularta Media Group meldde in november 2024 een akkoord te hebben bereikt met de Duitse bedrijven Herder Verlag en Agentur2 over de overname van de Duitse bladen G-Geschichte, Plus Magazin en Frau Im Leben. De mediagroep stootte de Duitse magazines af om te focussen op de groei in haar twee kernmarkten, België en Nederland.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Kanaal Z/ Look@z (Franstalige tegenhanger Canal Z) | | | ● | ● | | | | ● | | | | | |
| Knack/Knack Weekend/Knack Focus Knack.be (Franstalige tegenhanger Le Vif) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Flair | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Libelle (Franstalige tegenhanger Femmes d'Aujourd'hui) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Libelle Lekker (Franstalige tegenhanger Délices Femmes d'Aujourd'hui) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Libelle Mama | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Feeling (Franstalige tegenhanger Gael) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| SheDeals | | | | | | | | ● | | | | | |
| Libelle Nest | | | | | | | ● | ● | | | | | |
| Plusmagazine | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Trends/ Trends Style (Franstalige tegenhanger Tendances) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Sabato | | | | | | | ● | ● | | | | | |
| Datanews | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Fiscoloog (Franstalige tegenhanger le fiscologue) | | | | | | | ● | ● | | ● | | | |
| Sterck | | | | | | | ● | ● | | | | | |
| De Zondag | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| DZ Magazine | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| De Krant van West-Vlaanderen | | | | | | | ■ | ■ | | ■ | | | |
| Roularta Digital | | | | | | | | | | | | | ● |
| Roularta Local Media | | | | | | | | | | | | | ● |

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Immovlan | | | | | | | |  | |  | | | |
| TRV & RPS | | | | | | | |  | | | | | |
| Balans (Franstalige tegenhanger Bilan) | | | | | | | |  | | | | | |
| Gocar | | | | | | | |  | | | | | |
| G-Geschiedenis | | | | | | | | | |  | | | |
| De Zondag Jobs | | | | | | | |  | | | | | |
| Mijn Magazines | | | | | | | |  | |  | | | |
| Mijn Stad | | | | | | | |  | |  | | | |
| Insidebeleggen.be | | | | | | | |  | | | | | |
| Fashionista.be | | | | | | | |  | | | | | |
| gezondheid.be (Franstalige tegenhanger passionsante.be) | | | | | | | |  | | | | | |
| minimi.be | | | | | | | |  | | | | | |
| De Tijd (Franstalige tegenhanger l'Echo) | | | | | |  | |  | |  | | | |
| De Belegger | | | | | | |  |  | | | | | |
| Mobilepremium | | | | | | | | | | | |  | |
| Magixx | | | | | | | | | | | |  | |

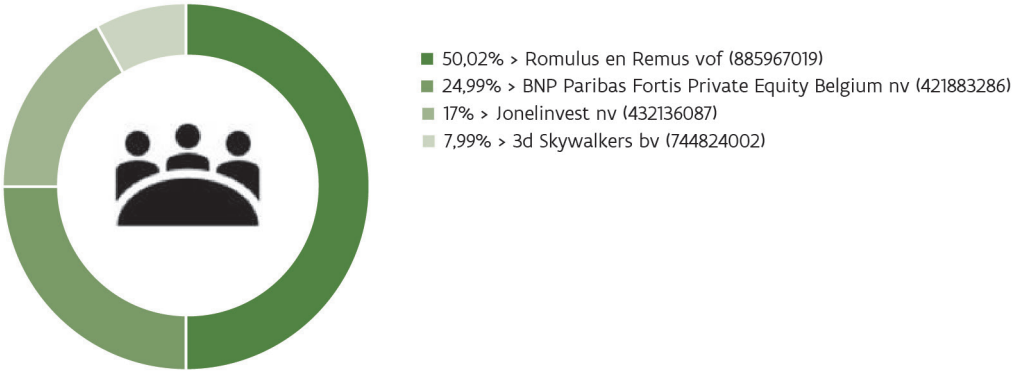
Tabel 51: Overzicht merken Roularta Media Group nv

## 2.5 STUDIO 100 NV

### 2.5.1 Structuur en aandeelhouders

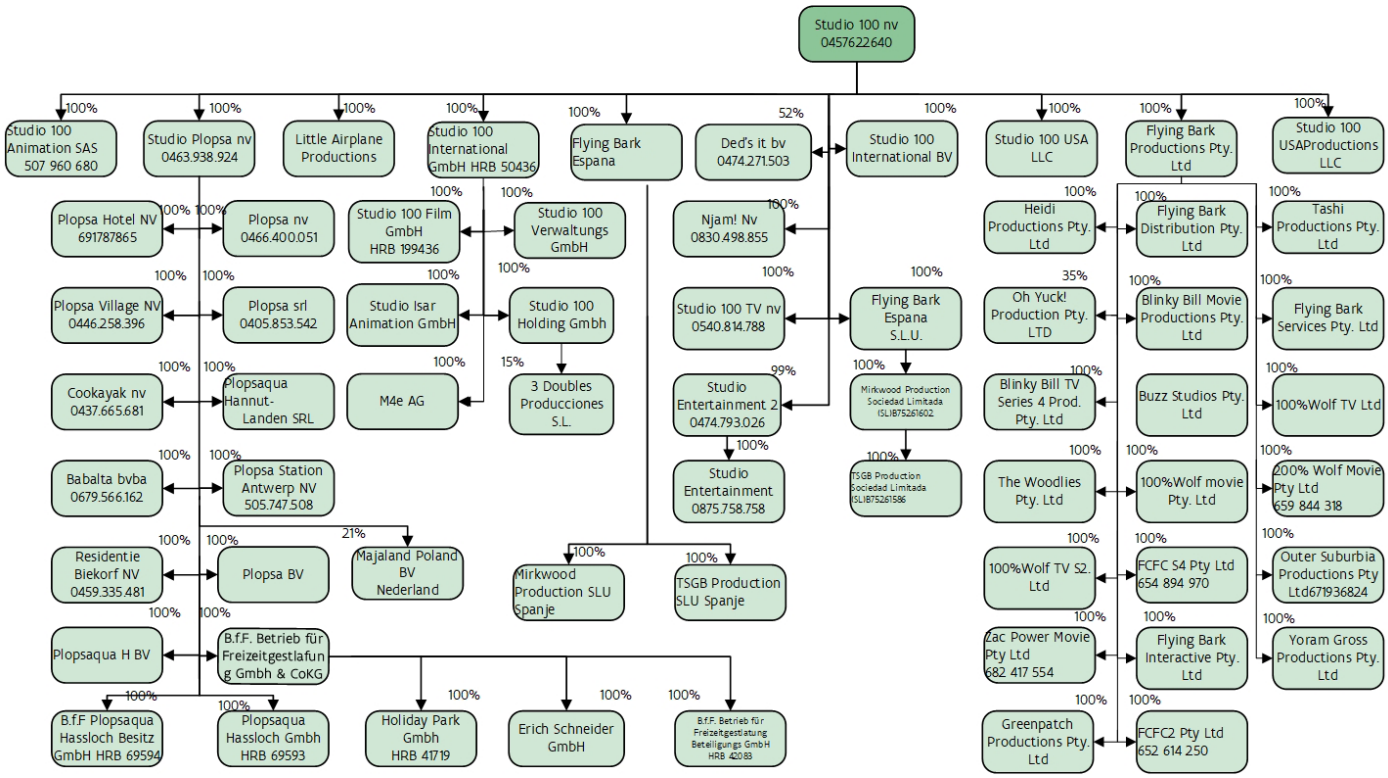
Studio 100 nv werd in 1996 opgericht als producent van tv-programma's door Gert Verhulst, Hans Bourlon en Danny Verbiest, die in 2006 vervangen werd door Fortis Private Equity. De drie bestaande aandeelhouders van Studio 100 verkochten in maart 2020 25% van de aandelen. Vic Swerts, de oprichter van lijmen- en siliconenproducent Soudal, en 3D Investors kochten respectievelijk 17% en 8% van het bedrijf.[504] Studio 100 en haar dochterondernemingen zijn een wereldwijde speler met vestigingen in België, Nederland, Duitsland, Frankrijk, Polen, de Verenigde Staten en Australië.

**AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR**




Figuur 20: Aandeelhouders Studio 100 nv
Bron: jaarrekening Studio 100 nv 2024

Studio 100 nv houdt rechtstreeks of onrechtstreeks een deel in het kapitaal aan van volgende vennootschappen:




Figuur 21: Organigram Studio 100 nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Studio 100

504 VRT NWS, Truyts, J., "Nieuwe aandeelhouders Studio 100 bekend: ondernemer Vic Swerts (Soudal) en investeringsgroep 3d investors", 7 februari 2020.

## 2.5.2 Aanbod Studio 100 nv

### 2.5.2.1 Radio

Studio 100 produceert muziek en dus content, die wordt geïntegreerd in radioprogramma's en wordt verspreid via traditionele (CD, digital streaming en downloads) en andere wegen (clips op Youtube en eigen zenders, live entertainment,...). De muziek, voornamelijk gericht op kinderen, krijgt relatief weinig airplay op de bestaande radiozenders. De vergoeding als producent int Studio 100 via de beheersmaatschappij SIMIM.

### 2.5.2.2 Televisie

Studio 100 is ontstaan als producent van tv-programma's, en is nog steeds erg actief in dit segment van de waardeketen. De onderneming maakt voornamelijk kinderprogramma's voor binnen- en buitenlandse omroepen. Via haar joint venture Dedsit met James Cooke en Bob Jennes als co-aandeelhouder) worden ook non-fictie programma's voor volwassenen geproduceerd (bv. De Verhulstjes).

Daarnaast is de groep ook eigenaar van twee lineaire private tv-omroepen gericht op het Vlaamse publiek: de op kinderen gerichte muziekzender Studio 100 TV, en njam! dat voornamelijk kookprogramma's brengt. Deze laatste is ook in Nederland beschikbaar.

De muziekbetaalzender Studio 100 Hits werd stopgezet.

Verder is er een samenwerking met DPG waarbij er Studio 100- programma's in het ochtendblok van VTM worden geprogrammeerd met daarnaast een aparte Studio 100-zone binnen VTM GO. Ook bij Proximus en Streamz is er een ruim aanbod van Studio 100-kindercontent in hun VOD aanbod.

### 2.5.2.3 Geschreven pers

Studio 100 geeft een eigen gratis magazine uit: Studio 100 magazine, dat te verkrijgen is onder andere in Plopsaland en bij Brussels Airlines, en in vestigingen van winkelketens zoals JBC, Pizza Hut.

Studio 100 is ook uitgever van haar eigen boeken. Standaard Boekhandel heeft een licentie voor de strips van de Studio 100-figuren.

### 2.5.2.4 Internet

De op het publiek gerichte site Studio100.com bevat een contentaanbod rond en informatie over de Studio 100-figuren, terwijl Studio100group.com de site met bedrijfsinformatie over de groep is.

Studio 100 GO is het digitaal platform van Studio 100, deels gratis, deels betalend. Kinderen kunnen er spelletjes spelen, e-books lezen, films, tv-programma's, clips en musicals bekijken. Studio 100 GO kan via een mobiele app, laptop en via digitale tv van Proximus bezocht worden. Er bestaat zowel een gratis versie als een betaalversie (Studio 100 GO Pass). De betaalversie is beschikbaar via Proximus.

VTM en Studio 100 zorgen sinds december 2022 voor een veelzijdig aanbod voor kinderen. De jongste fans vinden hun programma's terug via de app van VTM GO.[505]

Njam.tv is het online kookkanaal van dochteronderneming njam!. Er zijn receptenvideo's te bekijken (via een link naar YouTube) en keukenweetjes te vinden.

Daarnaast bestaan er veel apps die geënt zijn op de Studio 100-figuren, zoals Bumba, K3, Samson ... en diverse informatieve bedrijfswebsites.

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

### 2.5.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

Studio 100 ontplooit een breed gamma aan activiteiten rond de Studio 100-figuren, zoals pretparken, shows, musicals, een artiestenbureau en merchandising.

Zo werd in het najaar 2024 in samenwerking met VTM een musical rond het populaire VTM-programma 'Tien om te zien' gespeeld.[506]

Na zeven jaar sloot Studio 100 midden juni 2025 zijn Pop-Up Theater in Puurs, de plek waar het de voorbije zeven jaar meer dan 2 miljoen bezoekers voor zijn spektakelmusicals ontving. Op dat moment moet het ook de tijdelijke structuur afbreken waarin het theater gehuisvest is.[507]

### 2.5.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Njam! wordt sinds 2019 ook verdeeld in Nederland. Het crossmediaal aanbod wordt ook wereldwijd aangeboden via de internationale organisaties in Breda en München. Daarnaast behoren vier animatieproductiestudio's in München, Parijs, New York, Los Angeles en Sydney tot de groep. Studio 100 nam in 2017 een meerderheidsbelang in het Duitse M4e, dat onder andere de producent en distributeur is van Wissper en Mia and Me. Alle aandelen van M4E werden ondertussen overgenomen.

Flying Bark, de animatiestudio van Studio 100, krijgt een extra vestiging. Naast de bestaande studio's in Sydney en Los Angeles opent het bedrijf ook nog een nieuwe studio in Madrid.[508]

Studio 100 voert sinds september 2024 de grootschalige spektakel-musical 40-45 ook in Nederland op. Plopsa heeft ook pretparken in Tsjechië en Polen.[509]

In samenwerking met Samsung werden in Nederland in de loop van 2023 3 FAST channels opgestart: Proef njam!, Studio 100 TV en Studio 100 Hits.

## OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Studio 100 producties | | | ● | | | | ● | ● | | ● | | | ● |
| Studio 100 TV | | | ● | ● | | | | ● | | | | | |
| Studio 100 Hits | | | ● | ● | | | | ● | | | | | |
| Njam/ Njam.tv | | | ● | ● | | | | ● | | | | | |
| Studio 100 Go | | | | | | | | ● | | ● | | | ● |

Tabel 52: Overzicht merken Studio 100 nv

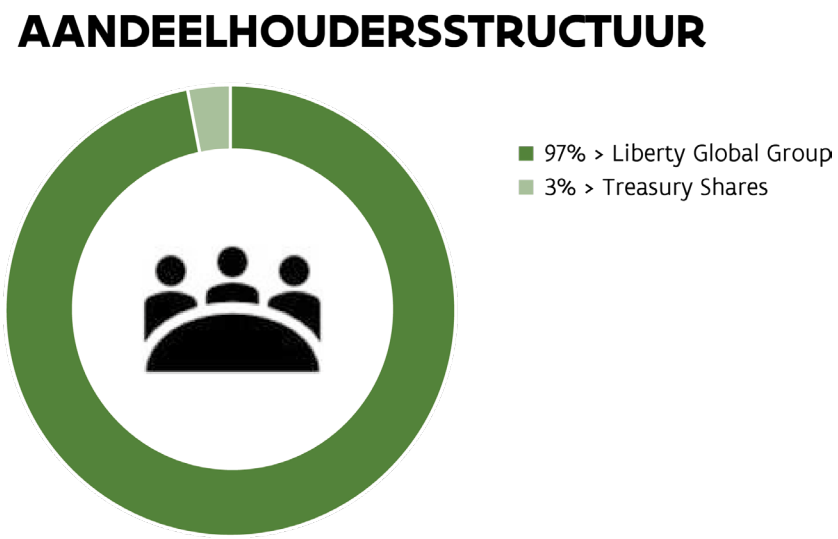
506 Gazet van Antwerpen, "Studio 100 en VTM slaan handen in elkaar voor 'Tien om te zien'-musical", 09 februari 2024.
507 De Tijd, "Studio 100 maakt stevige groeisprong in 2024: 'Op naar de 300 miljoen'", 03 juni 2025.
508 Het Laatste Nieuws, "Internationale animatiestudio van Studio 100 krijgt extra studio in Madrid: "We zijn heel trots op deze nieuwe stap"", 25 juni 2024.
509 De Tijd, "Plopsa strijkt neer in Tsjechië", 30 december 2021.

## 2.6 TELENET GROUP HOLDING NV

### 2.6.1 Structuur en aandeelhouders

Telecomoperator en kabelmaatschappij Telenet werd oorspronkelijk opgericht als initiatief van de Vlaamse overheid. De Gewestelijke Investeringsmaatschappij Vlaanderen (Gimv), Amerikaanse media- en telecomgroep US West, een consortium van uitgevers, enkele financiële groepen en de intercommunale kabelbedrijven investeerden in Telenet NV. Bij de beursgang van Telenet Group Holding NV verkochten onder meer de Gimv en de intercommunale kabelbedrijven het merendeel van hun aandelen. Gradueel verwierf Liberty Global plc de meerderheid van de aandelen.

Liberty Global plc, thans Liberty Global Ltd., (via haar dochtervennootschap Liberty Global Belgium Holding B.V.) kondigde in maart 2023 aan een vrijwillig openbaar overnamebod in contanten te lanceren om alle aandelen in het Vlaamse telecombedrijf die Liberty Global of Telenet Group Holding NV nog niet in haar bezit hadden aan te kopen. Op 20 september 2023 deelde Telenet mee dat het 100% eigendom van Liberty Global werd. Telenet aandelen werden geschrapt van notering bij sluiting van de beurs op 13 oktober 2023.




Figuur 22: Aandeelhouders Telenet Group Holding nv
Bron: Telenet

De groepsstructuur van de Telenet groep werd de laatste jaren regelmatig herschikt.

In 2015 nam Telenet een participatie van 50% in het kapitaal van de audiovisuele mediagroep De Vijver Media, die o.a. productiehuis Woestijnvis omvat, om daarna, in maart 2018, de volledige controle te verwerven. De Vijver Media werd eind 2021 overgenomen door Woestijnvis NV. Woestijnvis voerde eind 2024 een kapitaalvermindering door van ongeveer €34,12 miljoen en bracht zo zijn kapitaal terug tot het minimumniveau van €61.500. De operatie gebeurde 'om het kapitaal van de vennootschap in overeenstemming te brengen met haar huidige en toekomstige noden'.[510]

SBS Belgium NV, de vennootschap die de Vlaamse Play-zenders uitbaat, veranderde begin 2023 van benaming en werd Play Media NV.[511]

In 2020 gingen Telenet Group NV en DPG Media NV een joint venture aan, met de bedoeling om subscription video on demand (SVOD) aan te bieden. Hiertoe werd Streamz BV opgericht.

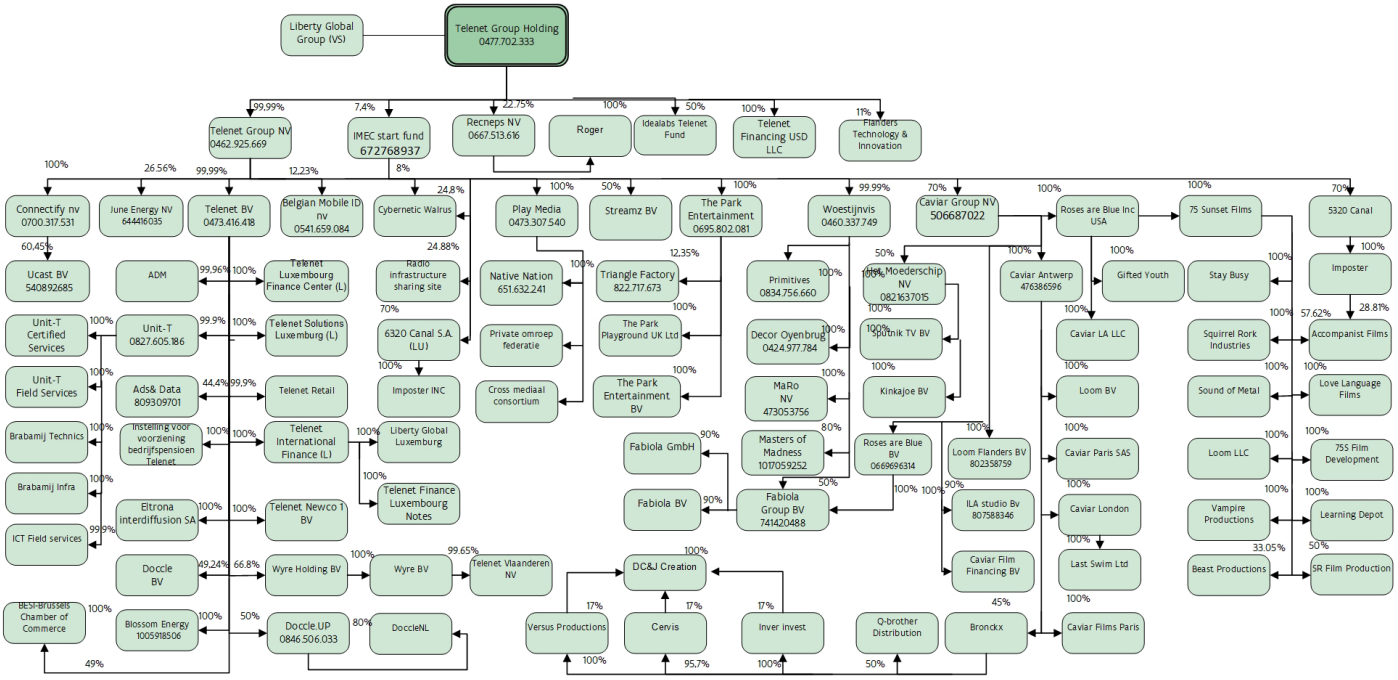
Telenet nam in 31 maart 2021 een participatie van 49% in productiehuis Caviar Group NV[512], inmiddels verder

510 De Tijd, "Productiehuis Woestijnvis keert 34 miljoen uit aan Telenet", 04 november 2024.
511 De Standaard, "SBS Belgium, mediabedrijf achter de Play-zenders, wordt Play Media", 20 januari 2023.
512 Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. [Persbericht]. https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#.

uitgebreid tot 70%. Caviar heeft op zijn beurt 50% van de aandelen van Het Moederschip NV overgenomen.[513] In het najaar 2024 stelde Telenet echter een volledige of gedeeltelijke verkoop van Caviar te overwegen.[514]

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, het toenmalige Pebble Media en Proximus hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/Play Media (44,4%) en Proximus (11,2%).

Infrastructuurbedrijf Wyre, een samenwerking tussen Telenet en netbeheerder Fluvius omtrent de aanleg van Fiber ging van start in het voorjaar 2023. Telenet BV houdt een participatie van 66,8% in Wyre Holding BV, terwijl Fluvius System Operator CV de resterende 33,2% houdt.[515]




Figuur 23: Organigram Telenet Group Holding nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie Telenet

## 2.6.2 Aanbod Telenet bv

### 2.6.2.1 Radio

Op het vlak van radio was Telenet oorspronkelijk enkel actief als distributeur van kabelradio. Het signaal van verschillende radiostations wordt doorgegeven via het Telenet televisieaanbod.

Telenet kocht in februari 2023 een belang van 20% in Vlaanderen Eén, de vennootschap die de radiozender Nostalgie (Vlaanderen) uitbaat. Mediahuis blijft meerderheidsaandeelhouder van Nostalgie. De naam van de zender veranderde tussentijds nog even naar Play Nostalgie.[516] In februari 2022 verkreeg Nostalgie van de Vlaamse Regering de licentie om ook de komende jaren landelijke radio te mogen maken op de FM-band.

Eind september 2023 verving SBS Media Belgium NV, de rechtspersoon achter de netwerkradio NRJ, netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.[1] NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal te beluisteren. Sinds 2023 liep een procedure van de VRM tegen SBS Media Belgium NV (thans Vlaanderen Twee NV) om zich te conformeren aan de regelgeving. De VRM besloot dat SBS Media Belgium met de uitzendingen van Nostalgie+ niet voldeed aan haar specifieke opdracht als erkende netwerkradio-omroeporganisatie voldeed. Nostalgie+ heeft ondertussen voldoende bijgestuurd, zo stelde de VRM vast bij

513 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.
514 De Tijd, "Telenet zet met Caviar grootste productiehuis van België in de etalage", 26 september 2024.
515 VRT NWS, Schillewaert, N., "Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw "Wyre"-glasvezelnetwerk voor snel internet uit", 9 juni 2023.
516 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

een nieuw luisteronderzoek. Zo zijn er bijkomende liveprogramma's in het zendschema toegevoegd, is er een grotere redactionele inbreng, en is er meer interactie met luisteraars.[517]

Sinds 27 juni 2025 is Telenet niet langer aandeelhouder van SBS Media Belgium.

Play Media onderzocht sinds december 2022 samen met DPG Media, Mediahuis en de openbare omroep VRT de mogelijke gezamenlijke ontwikkeling van een Vlaams podcastplatform onder de werknaam 'Podgrond'. Het onderzoeksproject kreeg steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht. In oktober 2024 werd echter aangekondigd dat het project werd stopgezet.[518]

#### 2.6.2.2 Televisie

Oorspronkelijk beperkten de televisieactiviteiten van Telenet zich tot kabeldistributie. Aan de hand van enkele nieuwe initiatieven breidde de kabeloperator zijn werkgebied uit naar andere schakels van de televisiewaardeketen en werd een bredere televisiespeler.

In 2012 had Telenet reeds het STAP-fonds opgericht voor de ontwikkeling en investering in contentproductie. Daarmee werd o.a. reeds geïnvesteerd in films en in eigen reeksen. De stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector voorziet dat dienstenverdelers ofwel een bijdrage storten in het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) ofwel opteren voor een co-productieproject. Sinds 2016 kiest Telenet voor investeringen in co-productieprojecten die uitgezonden worden via verschillende Vlaamse tv -zenders.

Door de participatie in De Vijver Media werd Telenet nog meer actief in het segment productie en aggregatie. De Vijver Media controleerde productiehuis Woestijnvis. In 2011 nam De Vijver Media de activiteiten van SBS Belgium (ondertussen Play Media) over en werd daardoor de derde grote speler op de televisieomroepmarkt in Vlaanderen (naast de openbare omroep en de Vlaamse Media Maatschappij-Medialaan- intussen DPG Media). Na de benodigde mededingingsrechtelijke goedkeuring, heeft Telenet door de overname van de resterende aandelen in De Vijver Media ondertussen de volledige controle over deze zenders en het productiehuis verworven. In 2020 werden de zenders van SBS geheroriënteerd naar Play4, Play5, Play6 en in 2021 werd ook de zender Play7 opgestart. In 2024 kwam ook Play Crime erbij. Via GoPlay.be is de content van de Play-kanalen ook digitaal en on-demand te bekijken online. Play Media verrijkt tot slot haar aanbod verder met live entertainmentactiviteiten onder de naam 'Play Zuid'. In 2021 werd de Vijver Media NV overgenomen door Woestijnvis NV, bij wijze van fusie door overname.

Telenet nam in 2021 een participatie in productiehuis Caviar, dat begon als Vlaams productiehuis en uitgroeide tot een internationale content studio die actief is in het produceren van zowel tv-content (bv een reeks als Clan, succesvol internationaal herwerkt tot Bad Sisters, en tv-formats als De Code van Coppens, Durf Te Vragen en Down The Road), fictie (films) en reclamecampagnes. Internationaal werkt Caviar Group voor grote adverteerders als Apple, Coca-Cola en Hermes.[519] In het najaar 2024 stelde Telenet echter een volledige of gedeeltelijke verkoop van Caviar te overwegen.[520]

Met dochtermaatschappijen Fabiola Group BV (joint venture van Woestijnvis NV en Roses are Blue BV), Fabiola B.V. en Fabiola GmbH worden tv-formats internationaal vermarktin Nederland en Duitsland.[521]

Telenet brengt naast het basisaanbod (Telenet TV iconic) en streamingpakket Telenet TV Flow een aantal betaalpakketten (Play More, Play Sports) uit met onder andere de eigen zenders Play More Cinema HD, Play More Kicks HD, Play More Black HD, terugkijk tv, extra kanalen met ongeziene camerastandpunten, en de mogelijkheid om meerdere kanalen tegelijk te bekijken met multiview.

In 2019 voegde Telenet de Netflix- en YouTube-app toe aan hun tv-boxen. Op die manier werden zoveel

517 Vlaamse Regulator voor de Media, "Procedure tegen nv SBS Media Belgium stopgezet (Nostalgie+)", https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/procedure-tegen-nv-sbs-media-belgium-stopgezet-nostalgie, 28 april 2025.
518 De Standaard, De Moor, M., "Vlaams podcastplatform 'Podgrond' "is commercieel niet levensvatbaar"", 17 oktober 2024.
519 Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. [Persbericht]. https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#.
520 De Tijd, "Telenet zet met Caviar grootste productiehuis van België in de etalage", 26 september 2024.
521 De Tijd, Serrure, B., "Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-onderonsje", 09 januari 2023.

mogelijk video-apps op een eenvoudige manier aan de klant aangeboden. In de jaren erna werden ook andere apps, waaronder de Prime Video-app, Disney+ en Apple TV+ toegevoegd.

In samenwerking met DPG Media heeft Telenet vanaf het najaar 2020 streamingdienst "Streamz" opgezet.

Als tv-aanbod heeft Telenet TV iconic met TV-box, en TV Flow zonder TV-box. Deze kunnen stand alone afgenomen worden, of in pakket met andere diensten.

Sinds 3 juni 2024 biedt ook BASE TV de mogelijkheid om programma's te bekijken via de BASE TV-box of via de BASE TV-app. Base biedt daarbij wat de programma's betreft, de populairste zenders aan: 28 Franstalige en 28 Nederlandstalige zenders. De klanten kiezen de gewenste taalversie, maar er is ook een optie om de twee te combineren.[522]

Telenet brengt sinds 13 augustus 2024 het aanbod van de gratis sportzender Play Sports Open, die enkel Telenet-klanten konden bekijken, onder bij de bestaande Play-zender Play 6.[523] Door de content van het Play Sports Open-kanaal te integreren in Play6 wordt deze toegankelijk in het basistelevisieaanbod van zowel Telenet- als niet-Telenet-klanten.

Door de perikelen rond de verkoop van voetbalrechten door DAZN brengt Telenet voorlopig geen Belgisch eersteklassevoetbal op de buis.[524]

De aparte zender "Play Sports Open" verdwijnt hierdoor, maar Telenet en Play Media beloven een minstens evenwaardige sportbeleving aan te bieden via Play 6, verder aangevuld met actie & fictie en dit allemaal samengebundeld op één kanaal.

Vanaf het volgende voetbalseizoen kunnen sportfans die abonnee zijn bij Proximus Pickx of Orange ook matchen uit de Premier League en de Bundesliga bekijken. Proximus en Orange sloten daarvoor een overeenkomst met Telenet, dat de exclusieve uitzendrechten heeft voor België.[525] [526]

#### 2.6.2.3 Geschreven pers

Telenet heeft geen geschreven perstitels in portefeuille.

#### 2.6.2.4 Internet

Telenet beheert natuurlijk de eigen klantensite telenet.be, maar ook de websites verbonden aan de televisiezenders en live-entertainment activiteiten van haar dochteronderneming Play Media.

Verder is Telenet in het internetdistributiesegment aanwezig als internet service provider, netwerkbeheerder en internet access provider.

Met de firma Wyre, in partnership met Fluvius[527], is het doel van Wyre om tegen 2038 voor 78% van de woningen in Vlaanderen en delen van Brussel glasvezel uit te rollen.[528]

In 2016 kocht Telenet de vennootschap Base Company NV over en heeft op deze manier een eigen mobiel netwerk verworven. Telenet kreeg naar aanleiding van de in 2022 door BIPT georganiseerde multibandveiling gebruiksrechten toegewezen in de 700MHz, 3600MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz en 1400MHz-banden.[529]

522 Telenet (z.d.). BASE lanceert zich op de markt voor vast internet en televisie in heel België. [Persbericht]. https://press.telenet.be/base-lanceert-zich-op-de-markt-voor-vast-internet-en-televisie-in-heel-belgie.
523 Het Nieuwsblad, "Telenet doekt sportzender Play Sports Open op", 11 juli 2024.
524 Het Laatste Nieuws, Vleminckx, N., & Doms, K., "Voorlopig vreemde situatie nu VRT en Play4 afhaken voor rechten en samenvattingen – Straks enkel via app Belgisch voetbal kijken?"; 28 mei 2025.
525 De Tijd, Serrure, B., "Proximus gaat Play Sports-zenders van concurrent Telenet verdelen", 24 juni 2025.
526 De Tijd, Serrure, B., "Ook Orange sluit sportdeal met Telenet voor Engels en Duits voetbal", 10 juli 2025.
527 Voor meer informatie, zie: https://press.telenet.be/telenet-partners-with-fluvius-to-realize-the-data-network-of-the-future-creating-a-separate-fully-funded-infrastructure-company.
528 VRT NWS, Schillewaert, N., "Telenet en Fluvius rollen vanaf juli samen nieuw "Wyre"-glasvezelnetwerk voor snel internet uit", 9 juni 2023.
529 BIPT (z.d.), "Resultaten van de multibandveiling van 2022", https://www.bipt.be/operatoren/resultaten-van-de-multibandveiling-van-2022.

Telenet heeft verschillende apps verbonden met haar tv- en mobiele telefoniediensten zoals bijvoorbeeld Telenet en Safespot.

In maart 2022 verkocht Telenet zijn zendmastenpark aan DigitalBridge.[530]

Sinds 2019 biedt Tadaam internet en tv aan via het mobiele netwerk. Sinds november 2022 wordt daarvoor de vernieuwde Tadaam-modem, die 5G omzet in wifi, gebruikt.[531] Telenet breidde de diensten van zijn dochtermerk Tadaam in 2025 uit. Naast tv en internet biedt Tadaam nu ook een abonnement voor mobiele telefonie aan.[532]

Telenet breidde in juni 2024 het aanbod van zijn mobiele dochter BASE uit met internet en televisie en zet daarbij het mes in de prijzen. De telecomgroep wil zo het zuiden van het land veroveren, en kan met het 'budgetmerk' tegelijk een dam opwerpen tegen nieuwkomer Digi.[533]

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met het BIPT zal gevoerd worden. De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.[534]

#### 2.6.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

Sinds 1 april 2021 bundelen de reclameregies van SBS Belgium (nu Play Media), Mediahuis, Pebble Media en Proximus hun portfolio, expertise en teams in één nieuwe nationale regie: Ads & Data. Ads & Data is een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/Play Media (44,4%) en Proximus (11,2%).

Ads & Data verzorgt de regie voor het platform Goplay en de zenders Play4, Play5, Play6, Play7, Play Crime en Play Sports. Ads & Data is ook de regie voor de externe zenders BBC First, History, TLC, njam!, de Warner Bros Discovery zenders, en regionale zenders ATV, ROB TV, TV Limburg en TV Oost. Ads & Data is ook de reclameregie voor de websites van de openbare omroep.

SBS (nu Play Media) nam in 2020 influencer marketing agency Native Nation over.

Telenet is een belangrijke telecomspeler met een aanbod van televisie, breedband internet en (mobiele en vaste) telefonie. In 2025 ging Telenet voor de afschakeling van 3G.[535]

Met zijn budgetmerk BASE trachtte Telenet een antwoord te formuleren op de bradeerprijzen van nieuwkomer Digi Belgium. Klanten kregen midden januari 'meer data' voor dezelfde prijs.[536]

De Telenet-klant krijgt de mogelijkheid om in te tekenen op aparte diensten, maar kan ook bundels aanschaffen bestaande uit internet, digitale tv en (vaste en mobiele) telefonie.

De meest recente bundel, waarin "ongelimiteerde" WIFI en 5G gecombineerd worden, heet one(up).

Ten gevolge van de Marktanalysebesluiten van de Conferentie van Regulatoren voor de elektronische Communicatiesector (CRC), moest Telenet kabeltelevisie en kabelbreedbanddiensten in combinatie met kabeltelevisie doorverkopen aan alternatieve dienstenverdelers. Op 1 maart 2016 lanceerde Orange zijn aanbod via de Telenetkabel.

530 De Tijd, Serrure, B. & Evers, F., "Telenet spijst oorlogskas met verkoop zendmasten", 26 maart 2022.
531 De Tijd, "Telenet-dochter Tadaam lanceert internet thuis via 5G", 15 november 2022.
532 Het Nieuwsblad, "Telenet-dochter Tadaam lanceert aanbod voor mobiele telefonie", 03 april 2025.
533 De Tijd, Serrure, B., "Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi", 28 mei 2024.
534 Vlaamse Regulator voor de Media, "Mededeling van de Raad van het BIPT over samenwerking bij de uitrol van FTTH-netwerken", https://www.vlaamseregulator-media.be/nl/nieuws/2023/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken, 13 oktober 2023.
535 Het Laatste Nieuws, "Proximus trekt tegen eind dit jaar stekker uit 3G, Telenet en Orange in loop van 2025", 06 november 2024.
536 De Tijd, "Ook BASE (Telenet) komt 'midden januari' met antwoord op Digi", 18 december 2024.

Via Belgian Mobile ID – een consortium van Belfius, BNP, Paribas Fortis, KBC, ING, Orange, Proximus en Telenet – ligt Telenet mee aan de basis van Itsme. Itsme werd in 2017 gelanceerd en is ondertussen goed ingeburgerd. Al meer dan 7 miljoen Belgen maakten een account, meer dan acht op de tien volwassenen.[537]

Op 31 oktober 2017 heeft Telenet de Belgische ICT-integrator NEXTEL overgenomen met de bedoeling om bijkomende expertise in huis te halen om totaaloplossingen voor bedrijven te ontwerpen, te bouwen en te beheren.

In het voorjaar van 2018 richtte Telenet een joint venture op met het Franse Solutions 30 die zich richt op technische ondersteuning van digitale technologie, met op termijn internet of things.[538] Momenteel is de hoofdactiviteit nog altijd installatie en onderhoud van het kabelnetwerk/kabelklanten. Bovendien lanceerde Telenet enkele maanden later een merk Tinx voor de bedrijvenmarkt dat een totaaloplossing moet bieden om het netwerk rond slimme apparaten te beheren.[539]

Sinds juni 2018 baat Telenet 'The Park' uit, waar games in virtual reality gespeeld kunnen worden. In België zijn er vestigingen in Antwerpen, Gent, Hasselt, Leuven en Kortrijk. Er zijn ook vestigingen in Nederland (Den Haag, Amsterdam en Eindhoven) en Portugal (Porto).The Park Entertainment NV Het wil ook investeren in eigen gamingcontent.[540] The Park Entertainment NV nam ook een participatie in gameontwikkelaar Triangle Factory om sneller in te kunnen spelen op nieuwe trends en om eigen content te kunnen creëren.[541]

Telenet lanceert ook Blossom, een platform met laadpalen en software om thuis te laden, wat past in de 360 gradenbenadering van het digitale huis.[542]

#### 2.6.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

Het aanbod van Telenet was in oorsprong vooral gericht op de Vlaamse markt. Na de overname van BASE breidde dit uit tot België via het mobiel netwerk. Voor residentiële diensten was Telenet buiten Vlaanderen actief in een aantal Brusselse gemeenten en in de gemeente Komen in het Waals Gewest. Door de overname van Coditel Brabant BV en haar dochtervennootschap Coditel S.à.r.l. is hier verandering in gekomen. Voor B2B-diensten is Telenet ook actief in heel België en in Luxemburg.

Sinds einde 2022 is Telenet eveneens de enige aandeelhouder van het telecombedrijf Eltrona Interdiffusion S.A. in het Groothertogdom Luxemburg.

Telenet heeft een principeakkoord met concurrent Orange om toegang te krijgen tot het Waalse kabelnetwerk.[543] Sinds juni 2024 commercialiseert Telenet daar een aanbod onder de merknaam Base.

Telenet is via moedermaatschappij Liberty Global onrechtstreeks verbonden met verschillende Europese kabeloperators (bijvoorbeeld Vodafone/Ziggo in Nederland of Virgin Media/O2 in het Verenigd Koninkrijk).

Play Media en Woestijnvis richten zich vooral op Vlaanderen. Een aantal van de succesvolle formats die door productiehuis Woestijnvis bedacht werden, worden ook in andere landen verkocht, via Primitives NV. Voorbeelden zijn 'Man bijt hond' en 'Wie is de mol?'. Met de investering in Caviar is het de bedoeling dat de internationale activiteiten van dat productiehuis verder uitgebreid kunnen worden.

537 Het Laatste Nieuws, "Vlaamse overheid zet turbo op itsme: "Binnenkort onderteken je alles met app, zelfs schoolrapport van je kind"", 29 januari 2025.
538 De Tijd, "Telenet lonkt naar internet der dingen", 27 april 2018.
539 De Tijd, Haeck, P., "Telenet lanceert platform voor slimme apparaten", 5 juni 2018.
540 De Tijd, Broens, B., "Telenet stapt in gamingindustrie", 15 mei 2018.
541 Telenet (z.d.). TELENET BRENGT VIA THE PARK VR-ACTIVITEITEN NAAR DE HUISKAMER. [Persbericht]. https://press.telenet.be/telenet-brengt-via-the-park-vr-activiteiten-naar-de-huiskamer.
542 De Standaard, "Telenet zoekt heil in markt elektrische laadpalen", 18 maart 2024.
543 De Tijd, "Telenet mag stuk van Waalse kabel huren", 3 november 2022.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| One (up) | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Wigo | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Yugo | | | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Basic internet + Telenet tv/ All-Internet + Telenet tv | | ✓ | | | ✓ | | | | ✓ | | | | |
| Basic internet/ All-internet | | | | | | | | | ✓ | | | | |
| Telenet Safespot (Guard) | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| PHUB'D | | | | | | | | | | ✓ | | | |
| De slimme entrée | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| King/Kong | | | | | | | | | | | ✓ | | |
| Freephone Business | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Tadaam | | | | |  | | | | | |  | | |
| Tinx | | | | | | | | | | | | |  |
| Base | | | | | | | | | | |  | |  |
| Woestijnvis | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | | |
| Sputnik Media | | | ✓ | | | | | | | | | | |
| Caviar | | |  | | | | | | | | | | |
| Co-producties | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | | |
| Play4, Play5, Play6, Play7, Play Crime | | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | | | | |
| Play Zuid | | | | | | | | | | | | | ✓ |
| Goplay.be | | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Nostalgie | ✓ | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Telenet TV | | ✓ | | | ✓ | | | | | | | | |
| Streamz (Basic/ Premium(+)) | | | | ✓ | | | | | | | | | |
| Play More | | | | ✓ | | | | | | | | | |
| Play Sports | | | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | | | |
| Play Sports Go | | | | | ✓ | | | | | | | | |

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| netweters.be | | | | | | | | | | | | | |
| The Park | | | | | | | | | | | | | |
| Ads & Data | | | | | | | | | | | | | |
| DRIE | | | | | | | | | | | | | Boeken |

Tabel 53: Overzicht merken Telenet Group Holding nv

## 2.7 VLAAMSE RADIO– EN TELEVISIEOMROEPORGANISATIE (VRT NV)

### 2.7.1 Structuur en aandeelhouders

De openbare omroep Vlaamse Radio– en Televisieomroeporganisatie (VRT) is een naamloze vennootschap van publiek recht. De Vlaamse overheid is de enige aandeelhouder.

De Vlaamse Regering bepaalt zo de samenstelling van de raad van bestuur bij de VRT.[544] Het aantal politieke vertegenwoordigers in de raad werd in 2022 verlaagd van twaalf naar acht. In de plaats kwamen er daarnaast vier onafhankelijke bestuurders. In januari 2025 werd een nieuwe raad samengesteld.

Conform artikel 16 van het Mediadecreet worden de nadere afspraken omtrent de uitvoering van de publieke omroepopdracht van VRT vastgelegd in een beheersovereenkomst tussen VRT en de Vlaamse Regering. Op 10 december 2020 keurde de Vlaamse Regering de lopende beheersovereenkomst met VRT goed. Deze beheersovereenkomst heeft betrekking op de periode 2021-2025 en bevat de strategische doelstellingen van VRT, meer concrete operationele doelstellingen en KPI's. De VRM voert een jaarlijks toezicht uit op de naleving van de beheersovereenkomst door de VRT.

In de zomer van 2025 werd een nieuwe beheersovereenkomst vastgelegd.

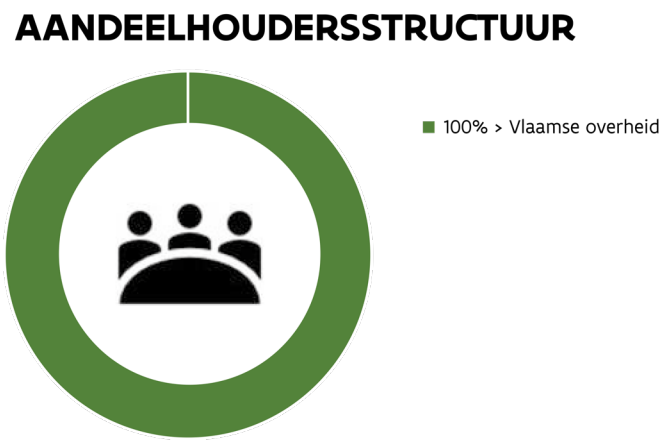
Die bepaalt o.a. dat VRT de komende vijf jaar een minderheidsbelang mag nemen in maximum twee Vlaamse productiehuizen. In de beheersovereenkomst wordt dit gesitueerd in het kader van het stimuleren van de duurzame verankering van productiehuizen in Vlaanderen.[545]

VRT heeft een 100% dochtermaatschappij, de reclameregie Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR).

VRT en de Participatiemaatschappij Vlaanderen richtten in april 2018 een joint venture op, Media Invest Vlaanderen nv, die beloftevolle ondernemingen in de mediasector zal ondersteunen en financieren. Media Invest Vlaanderen zal in bedrijven investeren die actief zijn in mediatech en mediacontent.

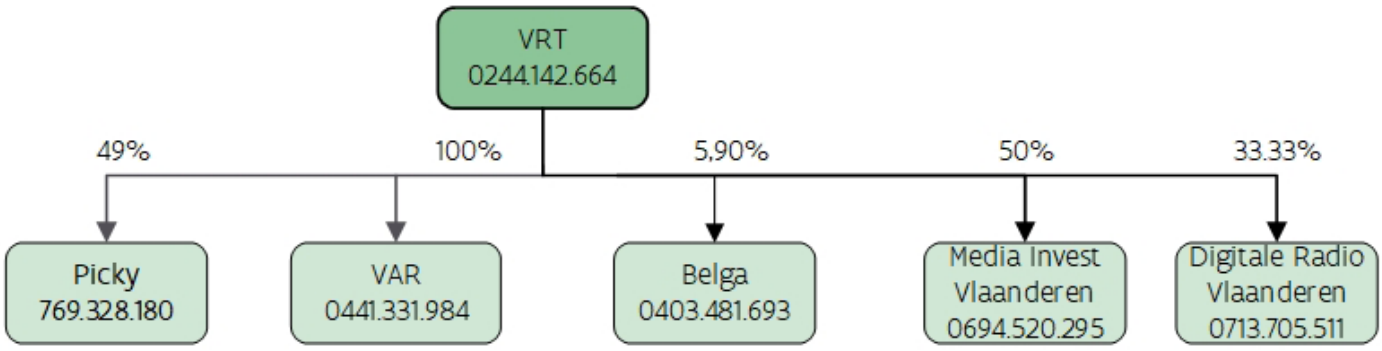
Op 20 november 2018 bundelden VRT, Medialaan (thans DPG Media) en Mediahuis de krachten om via één website en één app al hun radiozenders aan te bieden. Hiervoor werd Digitale Radio Vlaanderen cvba opgericht, waarin de VRT voor 33,33% participeert.

VRT participeert ook in de vennootschap Picky. Dit IT-bedrijf levert o.a.. diensten voor de app van Dagelijkse Kost.




Figuur 24: Aandeelhouders VRT nv

544 De Morgen, "Vlaamse regering kondigt nieuwe samenstelling raad van bestuur VRT aan: geen plaats meer voor Open Vld, Groen en PVDA", 10 januari 2025.
545 VRT, "Beheersovereenkomst", https://www.vrt.be/nl/over-ons/onze-opdracht/beheersovereenkomst, pp. 14-47.



Figuur 25: Organigram VRT nv
Bron: VRM op basis van NBB en informatie VRT

## 2.7.2 Aanbod VRT nv

### 2.7.2.1 Radio

VRT beschikt over vier radionetten met landelijke invulling: Radio 1, MNM, Studio Brussel en Klara. Radio 2 heeft een landelijk bereik maar sommige tijdsvensters zijn regionaal ontkoppeld.

VRT maakt gebruik van het multimediale merk Sporza om o.a. op Radio 1 aan live sportverslaggeving te doen. VRT produceert het gros van haar audioproducties intern, maar investeert conform haar beheersovereenkomst ook in externe audioproducties.

De radionetten Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM worden verspreid via de klassieke FM-etherdistributie.

Ook via DAB+-technologie zijn VRT radio-uitzendingen beluisterbaar.

Dankzij DAB+ kan er een breder aanbod verstrekt worden dan via FM, namelijk Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel De Tijdloze, Radio 1, sinds 1 juli 2024 VRT Radio Bene , (voordien Radio 2 Bene Bene)[546], Radio 2 Antwerpen, Radio 2 Limburg, Radio 2 Oost-Vlaanderen, Radio 2 Vlaams-Brabant, Radio 2 West-Vlaanderen en VRT NWS.

Naast ontvangst via FM en DAB+ zijn deze radionetten, inclusief de "extra radiostromen" ook te beluisteren op internet, via digitale TV, op mobiele toestellen via de apps, enz,....

Naast de "aanbodmerken" (bv. Canvas, Studio Brussel, Klara, enz.) zijn er ook de submerken die connecteren rond schermgezichten, programma's of thema's. Bijvoorbeeld UNTZ, Vuurland, de Jaren Nul en Zware gitaren zijn submerken van het aanbodmerk Studio Brussel. Zij concentreren zich rond bepaalde thema's, i.c. een bepaald muziekgenre of sluiten aan bij een bepaald programma.

De openbare omroep is samen met DPG en Mediahuis ook betrokken partij in het initiatief m.b.t. de Radioplayer Vlaanderen. Daartoe werd een cvba opgericht die aansloot bij de Radioplayer Worldwide.

De merkenportfolio is dynamisch en evolueert in functie van het scherper stellen van de publieke waarde van haar aanbod. Op het moment van afsluiten van redactie van dit rapport waren volgende titels gekend.

Radio 1, Radio 1 – Classics, Radio 2: Radio 2 (Antwerpen, Limburg, Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen , Vlaams Brabant), Radio 2 – Unwind, VRT NWS, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel, Studio Brussel De Jaren Nul, De Tijdloze, Studio Brussel UNTZ, Studio Brussel Vuurland, Studio Brussel Zware Gitaren en Ketnet Hits.

546 Mediaspecs, "Radio2 Benebene maakt nieuwe start als VRT Radio Bene", https://www.mediaspecs.be/radio2-benebene-maakt-nieuwe-start-als-vrt-radio-bene/, 01 juli 2024.

VRT onderzocht sinds december 2022 samen met DPG Media, Mediahuis en Play de mogelijke gezamenlijke ontwikkeling van een Vlaams podcastplatform onder de werknaam 'Podgrond'. Het onderzoeksproject kreeg steun van de Vlaamse Regering in het kader van het relanceplan Vlaamse Veerkracht. In oktober 2024 werd echter aangekondigd dat het project werd stopgezet.[547]

VRT wil de komende jaren "de opportuniteit voor een lokaal streamingalternatief voor audio" onderzoeken. VRT wil zo tegemoetkomen aan de Vlaamse muzieksector, die op bigtechplatformen als Spotify, Apple Music of Amazon moeite heeft om lokale muziek onder de aandacht te brengen.[548] De VRT NWS-podcast 'Het kwartier' was in februari 2025 de meest beluisterde podcast in Vlaanderen met meer dan 570.000 luisterbeurten.

Dat blijkt uit het eerste rapport van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) waarin maandelijkse bereikcijfers over podcasts en het uitgesteld beluisteren van radioprogramma's gepubliceerd worden. In deze meting zijn enkel data meegenomen van de zenders die ook deelnemen aan de CIM-radiostudie. Het is de bedoeling om hier op termijn ook uitgevers en onafhankelijke podcastmakers mee in op te nemen. In de maand februari hebben Vlamingen 5,4 miljoen keer een podcast, fragment of een al uitgezonden programma van VRT (her)beluisterd. Vooral fragmenten van Radio 1 en de nieuwsbulletins van VRT NWS worden vaak herbeluisterd.[549]

#### 2.7.2.2 Televisie

VRT heeft een intern productiehuis (VRT studio's) dat een belangrijk volume aan audio- en videoproducties produceert zowel voor het lineair als niet-lineair aanbod van VRT. In het kader van het Transformatieplan van 2022 werd beslist om fictie niet langer intern te produceren. VRT heeft op basis van haar beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid een investeringsplicht met betrekking tot externe producties en de facilitaire sector.

Intern bestaat een apart productiehuis dat zorgt voor de productie van de audio- en videocontent voor het aanbod inzake nieuws en sport.

VRT beschikt over een eigen afdeling CREW die intern de toelevering van productie- en facilitaire diensten aan de interne productie verzorgt.

VRT biedt onder haar aanbodsmerken VRT 1, VRT Canvas en Ketnet lineaire en niet-lineaire televisiediensten aan. Het Ketnet-kanaal wordt na 20.00 uur nog gebruikt als uitwijk- en servicekanaal voor VRT 1 en VRT Canvas. Sinds eind 2016 zendt VRT Het Journaal met Vlaamse gebarentaal uit op dit kanaal.

In september 2022 gebeurde een rebranding van haar (video)platform VRT NU. Dat werd VRT MAX. De dienst laat de gebruiker toe om alle lineaire kanalen (audio en video) live te beluisteren, en biedt ook een volwaardig audio en video on demand aanbod aan (inclusief podcasts).

Onder de vlag van het multimediale merk Sporza brengt VRT de rechtstreekse verslaggeving van sportevenementen en een overzicht van alle andere sporthoogtepunten op tv, naast sportnieuws en -duiding. Wat Teletekst betreft, bleef na het afscheid van Teletekst in 2016 enkel de ondertitelingspagina (888) behouden.

#### 2.7.2.3 Geschreven pers

De VRT is niet actief op de markt voor geschreven pers.

#### 2.7.2.4 Internet

VRT biedt content aan via het internet en dit hoofdzakelijk via VRT MAX (voormalig VRT Nu) en VRT NWS. VRT heeft een aantal netwebsites en projectwebsites (zoals bv langzullenwelezen) afgebouwd. VRT biedt ook content aan via mobiele toepassingen, apps en sociale media.

547 De Standaard, De Moor, M., "Vlaams podcastplatform 'Podgrond' "is commercieel niet levensvatbaar"", 17 oktober 2024.
548 De Standaard, "VRT wil 'Vlaamse Spotify' onderzoeken", 10 januari 2025.
549 VRT NWS, "Het kwartier meest beluisterde podcast in Vlaanderen in februari in nieuwe CIM-meting", 25 maart 2025.

De corporate website geeft info over VRT, haar merken, producties,....

Verder zijn er de internetradiospelers radioplus.be,en radioplayer.be.

Vrtnws.be is de nieuwssite van VRT. Nwsnwsnws is een specifiek aanbod via Instagram gericht op jongeren. VRT is ook actief op TikTok (https://www.tiktok.com/@vrt.be).

VRT biedt aparte applicaties aan voor mobiel gebruik.: Het aanbod dat valt onder de opdracht van de openbare omroep (zoals bijvoorbeeld de apps van de VRT-radiozenders, VRT NWS en Sporza) wordt gratis ter beschikking gesteld. Als VRT een commerciële afgeleide van een programma als app ontwikkelt, zal een marktcomforme prijs worden gevraagd.[550]

VRT MAX kan je ook op smartphone en tablet bekijken. De app is bruikbaar voor geregistreerde Vlamingen in Europa. De TV-app van VRT MAX kan ook worden gebruikt op smarttv's (zoals Android, Apple-TV , Samsung, LG, Philips, ...) en de TV-settopboxen van de TV-distributeurs (Telenet, Proximus, Orange, TADAAM). Ook het live beluisteren van alle radionetten, herbeluisteren van radio-uitzendingen en het beluisteren van alle podcasts kan via VRT MAX.

Voor VRT MAX, VRT NWS en Sporza is er ook een app specifiek voor gebruik via het dashboard in de wagen.

De radiomerken van VRT, Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM, hebben elk hun eigen app, waarmee je naar de radio kan luisteren en nog meer informatie ontdekken over hun aanbod.

In de apps zijn er ook non-stop muziekprogramma's die enkel digitaal te beluisteren zijn. Zo is er non-stop klassieke muziek op Klara Continuo, en non-stop hitmuziek op MNM Hits en Ketnet Hits. Studio Brussel biedt daarnaast non-stop Zware gitaren, UNTZ, Vuurland en De Tijdloze aan, terwijl MNM R&Beats en Throwback aanbiedt. Bij Radio 1 is er Classics en de Lage Landenlijst. Ook Sporza en VRTNws hebben een podcastaanbod.

Ketnet verhuisde in het najaar 2024 van de eigen website en app naar VRT MAX. Voortaan is alles van de kinderzender op het streamingsplatform van VRT te vinden: van programma's tot spelletjes. De Ketnet Junior-app voor de allerkleinsten blijft wel bestaan en is voor de gelegenheid vernieuwd.[551]

Via VRT NWS krijg je de meest recente nieuwsbulletins en het overzicht van de kranten. Mobiele gebruikers kunnen ook naar vrtnws.be surfen. De website is aangepast voor optimaal gebruiksgemak op mobiele toestellen. De Sporza-app is gratis beschikbaar op zowat alle mobiele toestellen, zowel voor iOS als Android. Sporza voetbal-app geeft de voetbaluitslagen in binnen- en buitenland. In de Ketnet Junior-app ontdekken peuters en kleuters samen met Kaatje en Kamiel, Bumba, Uki, Musti, Bob de Bouwer en nog vele andere Ketnet-vriendjes de wereld op een veilige, leuke en leerrijke manier.

In het gratis aanbod zijn er ook apps die gebonden zijn aan specifieke programma's zoals de Switch-app, de Thuis-stickers, Klaslokaal abnormaal. Naast het gratis aanbod is er ook een betalend aanbod zoals de Dagelijkse kost app.

#### 2.7.2.5 Divers en crossmediaal aanbod

VRT heeft een 100% dochtervennootschap VAR nv die fungeert als reclameregie voor haar aanbod. Tot nu toe werkte de VAR exclusief voor de VRT-merken, maar eind juni 2023 raakte bekend dat VAR, vanaf 1 januari 2024 ook de nationale advertentieverkoop van Nostalgie Vlaanderen, Nostalgie+ en NRJ zal verzorgen.[552]

VAR heeft in juni 2023 bekendgemaakt dat haar bestaande samenwerking met Ads & Data[553] werd uitgebreid

550 Voor meer informatie, zie: https://www.vrt.be/nl/aanbod/kijk-en-luister/extra-aanbod/apps/
551 VRT NWS, "Vernieuwd Ketnet verhuist integraal naar VRT MAX, alleen Ketnet Junior blijft aparte app", 23 oktober 2024.
552 De Tijd, Serrure, B., "Reclamedeal VRT en Nostalgie zet kwaad bloed in radioland", 29 juni 2023.
553 De opvolger van Pebble Media, die thans in handen is van Play Media, Mediahuis, Proximus en Telenet.

en dat Ads & Data voortaan de prerolls bij het videoaanbod op VRT MAX. zal commercialiseren.[554] Sinds 2025 verkoopt Ads & Data in haar BVOD-campagnes digitale advertentieruimte voor opnames van programma's op VRT 1 en VRT Canvas (via Telenet en Proximus) in één advertentienetwerk samen met deze op VRT MAX, GoPlay, HBO Max en Paramount. Enkele jaren geleden werd dit reclamemodel reeds geïntroduceerd bij DPG Media en de Play-zenders. Dit aanbod werd sinds 2025 ook geïntroduceerd voor de digitale advertentieruimte bij opnames op de kanalen VRT 1 en VRT Canvas via Telenet en Proximus.[555]

Daarnaast brengt VRT ook commerciële afgeleiden op de markt. Dit zijn commerciële producten (zoals cd's en boeken) en evenementen die zijn afgeleid van de VRT-programma's.

Met Red flag brengt de openbare omroep een fictiereeks uit op TikTok-maat: verticaal gefilmd, en verspreid op sociale media.[556]

Jongeren in beweging krijgen, aan de hand van wetenschappelijk onderbouwde trainings- en voedingsschema's is het opzet van In Form, een nieuw format van VRT MAX op sociale media TikTok en Instagram.[557]

VRT voert een crossmediaal aanbod met al haar merken, inclusief VRT NWS en Sporza.

Er werd door de publieke omroep VRT, de landelijke commerciële radiovergunninghouders DPG Media NV en Nostalgie NV en de multiplex vergunninghouder en operator Norkring NV[558] een samenwerkingsverband opgezet om DAB+ en digitale radio in het algemeen gezamenlijk in de Vlaamse markt te zetten. Hiervoor werd in november 2018 de zgn. ronde tafel Digitale radio opgericht en hebben de omroepen de coöperatieve vennootschap met beperkte aansprakelijkheid Digitale Radio Vlaanderen opgericht.

Via een samenwerking tussen VRT en KBC krijgen de gebruikers van KBC Mobile elke dag een geselecteerde portie financieel-economisch nieuws voorgeschoteld.[559]

VRT biedt samen met onder meer Toerisme Vlaanderen een app aan die een verhalende manier van wandelen in Vlaanderen introduceert: VRT PodWalks.[560]

Eén van de manieren waarop VRT innoveert is door actief samen te werken met start-ups en scale-ups. Dat gebeurt via de interne accelerator VRT Sandbox, die de ideale match zoekt tussen deze groeibedrijven en VRT. Door samen technologieën te testen kan VRT efficiënt experimenteren en innoveren. Tegelijkertijd kunnen Vlaamse en Europese start-ups hun producten gerichter afstemmen op de noden van de mediasector, en zo ook succesvoller worden.[561]

Om dit op een duurzame manier te doen leidde VRT de afgelopen jaren het Europese project 'STADIEM'. Binnen dat programma kunnen start-ups samen met Europese mediaorganisaties relevante mediaoplossingen uitwerken. Geselecteerde start-ups krijgen daarvoor toegang tot financiering, coaching en een internationaal netwerk – geleid door VRT en RTBF. De impact van zo'n programma is gebleken. Tijdens het project steeg het inkomen van deelnemende start-ups met gemiddeld 25%. Drie start-ups gingen een commerciële samenwerking aan met VRT en twee start-ups werden betrokken in een Vlaams relanceproject, waarvoor ze ook financiering verkregen.

De minister van Media liet weten dat ze wenst dat de VRT werk maakt van een uitgebreide archieffunctie. Ze nam die vraag op in de onderhandelingen over de nieuwe beheersovereenkomst.[562] In de nieuwe

554 Ads & Data, "Reclameregie Ads & Data breidt samenwerking met Var uit" https://www.adsanddata.be/nieuws/reclameregie-ads-data-breidt-samenwerking-met-var-uit/

555 Mediaspecs, "Ads & Data implementeert pre-roll reclame voor opgenomen programma's nu ook bij VRT", https://www.mediaspecs.be/ads-data-implementeert-pre-roll-reclame-voor-opgenomen-programmas-nu-ook-bij-vrt/, 07 oktober 2024.

556 De Standaard, "VRT lanceert verticaal gefilmde fictiereeks op Tiktok: "Ons publiek zit daar, wij volgen"", 07 april 2025.

557 Gazet van Antwerpen, "Met Stien Edlund en Bavo Mortier: VRT MAX lanceert sportkanaal op TikTok en Instagram", 18 juni 2025.

558 Norkring is geen lid van de cvba, wel van de ronde tafel, wat een initiatief is van de minister van Media.

559 De Tijd, Serrure, B., "KBC-app wordt ook financieel nieuwskanaal", 21 december 2021.

560 Voor meer informatie, zie: https://www.vrt.be/nl/over-ons/nieuws-over-vrt/arnout-hauben-gidst-je-dwars-door-vlaanderen-met-nieuwe-vrt-podwalks-app

561 VRT, "Meer dan 80 media start-ups groeien door dankzij Europese accelerator geleid door VRT", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/12/07/meer-dan-80-media-start-ups-groeien-door-dankzij-europees-projec/, 7 december 2023.

562 VRT NWS, "Minister van Media wil dat VRT werk maakt van archieffunctie VRT MAX", 06 februari 2025.

beheersovereenkomst 2026-2030 is inderdaad opgenomen dat VRT haar rijke archief ontsluit, onder meer in relatie tot de actualiteit of specifieke thema's.[563]

Samen met KU Leuven en 28 andere Europese partners zet VRT haar schouders mee onder ELLIOT: een 4-jarig onderzoeksproject dat de ontwikkeling van betrouwbare artificiële intelligentie in Europa wil versnellen. Zo wil VRT AI-toepassingen in de media verkennen. Het project brengt 30 organisaties uit 12 Europese landen samen, en wordt gefinancierd door de Europese Commissie.[564]

#### 2.7.2.6 Aanbod buiten Vlaanderen

VRT neemt als lid van de European Broadcasting Union (EBU), de vereniging van Europese openbare radio- en televisieomroepen, actief deel aan de Eurovisie- en Euroradio-uitwisselingen.

Na de stopzetting in 2021 van de samenwerking tussen de Vlaamse overheid en de Nederlandse overheid rond BVN, het beste van Vlaanderen en Nederland, kreeg VRT van de Vlaamse overheid de opdracht om haar aanbod op VRT Max ook beschikbaar te stellen voor Vlamingen in het buitenland.

VRT richt zich ook op buitenlanders zodat zij op de hoogte zijn van het nieuws in Vlaanderen. Een selectie van VRT NWS is dan ook beschikbaar in het Frans, Duits en Engels.

563 VRT, "Beheersovereenkomst", https://www.vrt.be/nl/over-ons/onze-opdracht/beheersovereenkomst, pp. 11-47.
564 VRT NWS, "VRT werkt mee aan Europees AI-project om toepassingen in de media te verkennen", 19 juni 2025.

# OVERZICHT MERKEN

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| Radio 1 (en afgeleiden) | ● | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Radio 2 (en afgeleiden) | ■ | | | | | | | ● | | ● | | | |
| MNM (en afgeleiden) | ● | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Studio Brussel (en afgeleiden) | ● | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Klara (en afgeleiden) | ● | | | | | | | ● | | ● | | | |
| Radioplayer Worldwide | | ● | | | | | | ● | | ● | | | |
| VRT NWS | ● | | ● | | | | | ● | | ● | | | |
| VRT MAX | | ● | | | ● | | | ● | | ● | | | |
| Sporza | ● | | ● | | | | | ● | | ● | | | |
| VRT 1 | | | | ● | | | | ● | | | | | |
| VRT Canvas | | | | ● | | | | ● | | | | | |
| Ooit Gemist | | | | ● | | | | | | | | | |
| Ketnet / Ketnet Junior / Ketnet Hits | ● | | | ● | | | | ● | | ● | | | ● |
| Buck the Game | | | | | | | | | | ● | | | |
| Submerken, zoals De Kampioenen, Kaatje | | | ● | | | | | ● | | ● | | | ● |
| VAR | | | | | | | | | | | | ● | |
| creatieve en content partnerships | | | | | | | | | | | | | ● |

Tabel 54: Overzicht merken VRT nv

## 2.8 CROSSMEDIALITEIT EN VERSTRENGELING VAN HET AANBOD VAN DE VLAAMSE MEDIAGROEPEN

Zoals hiervoor uitvoerig geïllustreerd, hebben de Vlaamse mediagroepen een crossmediaal aanbod.

Ze bieden producten en diensten aan in meerdere segmenten van de markt en in meerdere fasen van de toegevoegde waardecreatie.

Daarnaast gaan ze ook onderling strategische allianties aan om samen producten te commercialiseren.

### 2.8.1 Crossmedialiteit van het aanbod

Tabel 55: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod geeft een overzicht van hoe gediversifieerd het aanbod van de verschillende groepen is.

Voorheen ontplooiden de groepen die uit print ontstaan zijn (Concentra nv en Corelio nv, ondertussen gegroepeerd in Mediahuis, evenals De Persgroep (nu DPG Media Group) en Roularta Media nv) allen dezelfde activiteiten (vooral contentcreatie en aggregatie van verschillende mediasoorten, maar geen distributie). Via VTM GO(+) en het, samen met Telenet, opgerichte SVOD-platform Streamz gaat DPG Media met zijn content rechtstreeks naar de kijker.

Tegelijkertijd werden Telenet (en in mindere mate Proximus) steeds meer actief in contentproductie.

Roularta daarentegen plooide zich meer terug op print en is niet langer actief in radio en distributie van tv en internet door de uitstap uit Medialaan (nu DPG Media).

De laatste jaren merken we ook dat er binnen de mediagroepen extra synergieën gezocht worden tussen producten uit verschillende productgroepen. Zo zijn er bv. de gezamenlijk websites HLN.BE voor Het Laatste Nieuws en VTM bij DPG, en voegde Mediahuis de websites van Gazet Van Antwerpen en regionale TV-omroep ATV samen.

**AANBOD MEDIAGROEPEN**

| MERKNAAM | RADIO | | TELEVISIE | | | DAGBLADEN | PERIODIEKE BLADEN | INTERNET | | MOBIEL INTERNET | | REGIE | ANDERE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Content + aggregatie | Distributie | Content | Aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Content + aggregatie | Distributie | Content + aggregatie | Distributie | | |
| DPG Media nv | x | - | x | x | - | x | x | x | - | x | | x | x |
| Mediahuis nv | x | - | x | x | - | x | x | x | - | x | - | x | - |
| Roularta Media Group nv | - | - | x | x | - | x | x | x | - | x | - | x | x |
| Proximus nv | - | x | x | x | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Studio 100 nv | Enkel content | - | x | x | - | - | x | x | - | x | - | - | x |
| Telenet Group Holding nv | x | x | x | x | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| VRT nv | x | - | x | x | - | - | - | x | - | x | - | x | x |

Tabel 55: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod

### 2.8.2 Verstrengeling van de mediagroepen

Zoals eerder vermeld beperken mediagroepen zich niet tot één specifieke mediavorm, maar zijn uitgegroeid tot aanbieders van een breed gamma aan mediaproducten.

Om een aanvulling van hun aanbod te realiseren gaan ze strategische allianties aan met andere mediagroepen.

In het verleden ontstonden uit de samenwerking soms nieuwe groepen. De laatste jaren werden deze samenwerkingsverbanden terug ontbonden en ontstonden er andere samenwerkingen om nieuwe media-initiatieven te ontplooien, of om te reageren op nieuwe media-ontwikkelingen.

Soms hebben deze samenwerkingsverbanden betrekking op innovatieve projecten die mogelijkerwijze worden gestimuleerd vanuit de overheid. Ook voor reclamewerving worden er vaak gemeenschappelijke initiatieven gestart, onder de vorm van reclamesynergieën. Het meest significante recente voorbeeld daarvan is Ads & Data, een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) waarin vanaf 1 april 2021 de reclameregies van Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams bundelen in één nieuwe nationale regie.

Mediahuis en DPG Media hebben besloten hun activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt, met name Jobat en Vacature.com, onder te brengen in een nieuwe joint venture.[565]

In 2019 besloten DPG Media en Mediahuis hun krachten te bundelen binnen het automotive domein in de Nederlandse markt. Hierbij werden AutoTrack en Gaspedaal.nl ondergebracht in Automotive Mediaventions. In oktober 2019 werd daar AutoWereld.nl aan toegevoegd.

Er werd door de VRT, Medialaan (ondertussen DPG), Mediahuis en de multiplex vergunninghouder en operator Norkring NV een samenwerkingsverband opgezet om DAB+ gezamenlijk in de Vlaamse markt te zetten.

De openbare omroep is samen met DPG en Mediahuis ook betrokken partij in het initiatief m.b.t. de Radioplayer Vlaanderen. Daartoe werd een cvba opgericht die aansloot bij de Radioplayer Worldwide, een non-profitorganisatie.

Groupe Rossel en DPG Media, die sinds vele jaren samenwerken op de advertentiemarkt en tot 2017 partners waren in Mediafin, bereikten met RTL Group een overeenkomst betreffende de overname van RTL Belgium en werden elk voor 50% aandeelhouder.

Er wordt ook meer en meer samengewerkt met bedrijven buiten de mediasector om bepaalde 'niet direct aan media te linken'-projecten op te starten, bv. met banken of bouwgroep Willemen.

Daarnaast zoeken telecombedrijven ook (financiële) partners om te kunnen blijven investeren in hun netwerk. Een belangrijk nieuw gegeven is dat Telecombedrijven Telenet, Proximus en Wyre en Fiberklaar, die elk bezig zijn met de aanleg van een glasvezelnetwerk in Vlaanderen, in juli 2024 een "memorandum of understanding" ondertekend hebben waarin ze de belangrijkste voorwaarden vastlegden voor een mogelijke toekomstige samenwerking.[566] In juli 2025 volgde langs Franstalige zijde een soortgelijke MOU tussen Proximus en Orange/VOO. De Belgische Mededingingsautoriteit heeft besloten om hierover een onderzoek te starten. De beslissing van de Belgische mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse van BIPT, CSA, VRM en Medienrat.[567]

In Figuur 26: Verstrengeling mediagroepen in Vlaanderen werden de samenwerkingsverbanden tussen de verschillende mediagroepen uitgetekend. De figuur geeft per mediagroep via iconen aan of de groep actief is in pers, reclameregie, televisiezenders, productiehuizen, omroepsignaaltransmissiediensten, radio, websites of apps.

(In de productoverzichten op de voorgaande pagina's vindt de lezer terug over welke producten het gaat).

Producten waarvoor er samengewerkt wordt bevinden zich in de intersecties van één of meerdere groepen.

565 Mediahuis (2019, 8 oktober). Mediahuis en DPG Media lanceren JOBAT, het talentnetwerk. [Persbericht]. https://www.mediahuis.be/mediahuis-en-dpg-media-lanceren-jobat-het-talentnetwerk/.

566 VRT NWS, "Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen", 25 juli 2024.

567 Vlaamse Regulator voor de Media, "Mededeling van de Raad van het BIPT over samenwerking bij de uitrol van FTTH-netwerken", https://www.vlaamseregulator-media.be/nl/nieuws/2023/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken, 13 oktober 2023.

Figuur 26: Verstrengeling mediagroepen in Vlaanderen
Bron: VRM

## 2.9 WETTELIJKE FUNCTIEHOUDERS

Sinds 2016 rapporteert de VRM over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouder bij mediaondernemingen optreden.

Vermits bij een rapportering over personen bepaalde privacyregels moeten gerespecteerd worden, diende de gegevensverzameling en –verwerking in overleg met de Vlaamse Toezichtcommissie voor het elektronische bestuurlijke gegevensverkeer te gebeuren.

De VRM verkreeg vanwege e-government een lijst met per KBO-nr. een uniek nummer voor de personen die genoteerd staan als

- Voorzitter
- Zaakvoerder
- Bestuurder
- Gedelegeerd bestuurder
- Vaste vertegenwoordiger
- Wettelijk vertegenwoordiger
- Oprichter van een onderneming natuurlijk persoon
- Algemeen lasthebber
- Vennoot of lid
- Persoon belast met dagelijks bestuur

Deze functies kunnen zowel door natuurlijke als door rechtspersonen bekleed worden. In onderstaande tabel wordt opgesplitst hoeveel natuurlijke en rechtspersonen in 1, 2, 3, 4 of 5 of meer bedrijven een functie bekleden.

### FUNCTIEHOUDERS

| | |
|---|---|
| Aantal bedrijven | 425 |
| Aantal unieke mandaathouders | 1452 |
| 1 mandaat | 1324 |
| 2 mandaten | 92 |
| 3 mandaten | 19 |
| 4 mandaten | 11 |
| 5 of meer mandaten | 6 |

Tabel 56: Overzicht functiehouders
Bron: VRM op basis van VKBO

Bij de natuurlijke – of rechtspersonen met verschillende mandaten zijn er geen uitschieters, in tegenstelling tot enkele jaren geleden. Dit komt voornamelijk doordat er decretaal ingegrepen werd in de mogelijkheid om zeer veel mandaten te betrekken in de lokale radiosector. De 'mandatenkampioenen' oefenen functies uit in verschillende ondernemingen die instaan voor een gevarieerd media-aanbod.

In hoofdstuk 3 wordt de cumulatie van mandaten per productketen verder geïllustreerd.

## 2.10 BESLUIT HOOFDSTUK 2

In dit hoofdstuk werden de Vlaamse mediagroepen bestudeerd. In een wijzigend medialandschap proberen deze groepen op verschillende vlakken steeds sterkere posities te verwerven. Daar waar vroeger (wisselende) strategische allianties aangegaan werden, werd er in de periode 2017-2019 vooral gekozen voor integratie.

Een aantal Vlaamse mediagroepen slaagt er al enkele jaren in om hun posities buiten de taal- en landsgrenzen te vergroten. Het gaat dan vooral over de uitbreiding van het portfolio aan geschreven perstitels.

Om nieuwe media-initiatieven te ontplooien, meestal als reactie op internationale concurrentie, ontstaan er opnieuw andere samenwerkingen.

Het meest significante recente voorbeeld daarvan is Ads & Data, een joint venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus Skynet (11,2%) waarin vanaf 1 april 2021 de reclameregies van Play Media, Mediahuis, Pebble Media en Proximus Skynet hun portfolio, expertise en teams bundelen in één nieuwe nationale regie.

Een ander recent voorbeeld is Streamz, een in 2020 opgerichte joint venture tussen DPG Media en Telenet om een subscription video on demand (SVOD) dienst aan te bieden. Maar ook de activiteiten binnen de Belgische job- en rekruteringsmarkt, met name Jobat en Vacature.com, werden door DPG Media en Mediahuis ondergebracht in een nieuwe joint venture.

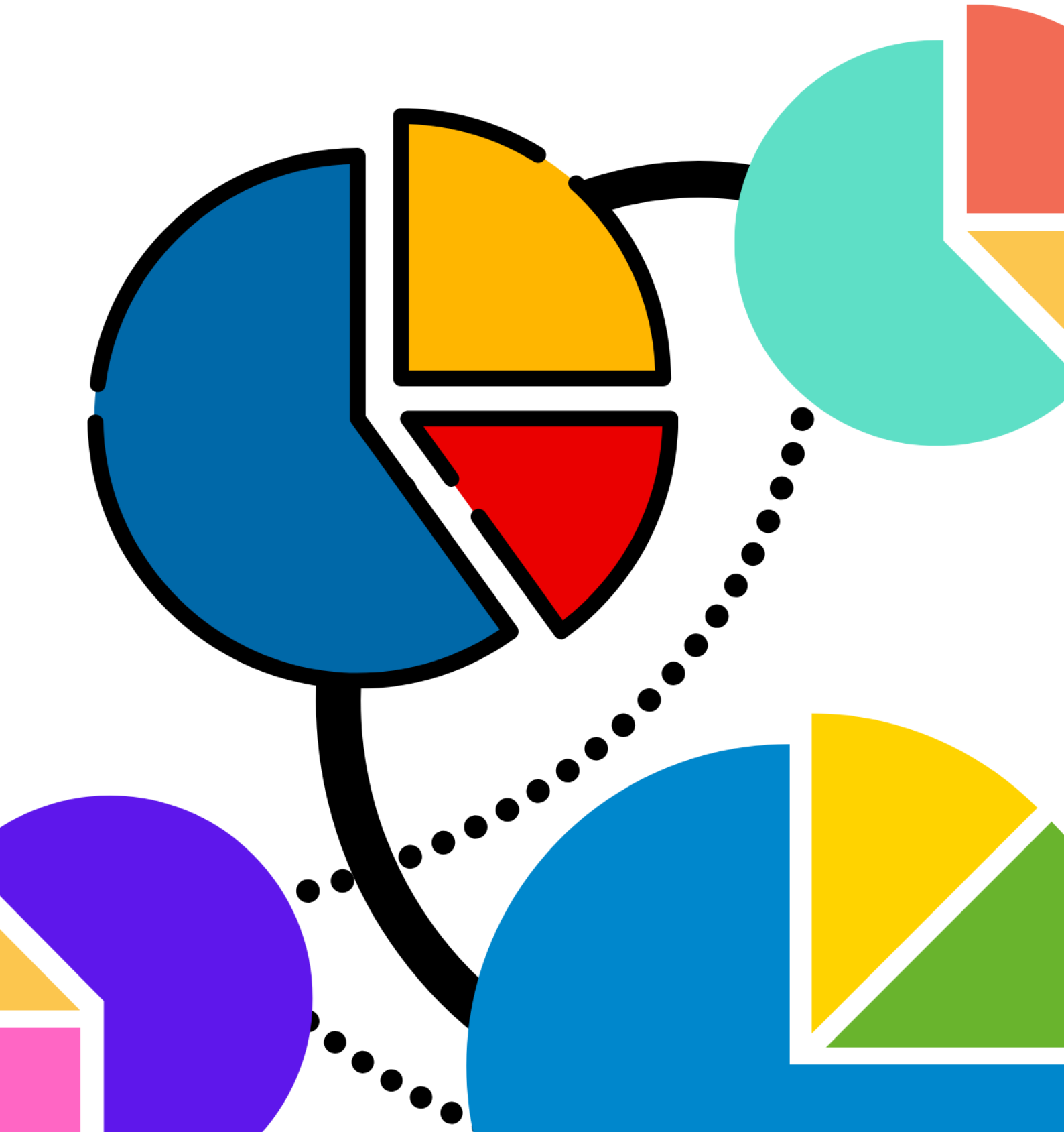
Een andere manier waarop groepen verder trachten hun positie te versterken is door verticale integratie, d.i. het innemen van posities in andere schakels van de waardeketen. Zo zien we dat Telenet en Proximus, die oorspronkelijk enkel in de distributiesector actief waren, ook acties ondernemen in de contentproductie en/of aggregatie. Telenet neemt hier het voortouw, met bv. de integratie van De Vijver Media en rebranding van de Playzenders, en de verdere participatie in productiehuizen Caviar en Sputnik media. Aggregatoren zoals VRT of DPG Media proberen dan weer rechtstreeks contact te houden met de kijker via eigen platformen als VRT MAX en VTM GO(+).

De VRM rapporteert in dit hoofdstuk ook over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouder bij mediaondernemingen optreden.

Bij de natuurlijke of rechtspersonen met verschillende mandaten zijn er geen uitschieters, in tegenstelling tot enkele jaren geleden. Dit komt voornamelijk doordat er decretaal ingegrepen werd in de mogelijkheid om zeer veel mandaten te betrekken in de lokale radiosector. Van de 1452 unieke mandaathouders die vermeld zijn in de in 2025 neergelegde jaarrekeningen over 2024 zijn er slechts 6 die 5 of meer mandaten bekleden. Deze ‘mandatenkampioenen’ oefenen functies uit in verschillende ondernemingen die instaan voor een gevarieerd media-aanbod.

# Hoofdstuk 3

## Informatie over mediaconcentratie



# 3. INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE

De informatie in dit derde hoofdstuk geeft aan hoe het met de concentratie binnen de Vlaamse mediasector gesteld is. Dit wordt eerst bestudeerd voor de in hoofdstuk 1 afgebakende mediavormen. Daarna komen de in hoofdstuk 2 vermelde mediagroepen aan bod. Vervolgens worden een aantal prijsevoluties onder de loep genomen en daarna wordt de Vlaamse mediasector kort in een internationale context geplaatst. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een onderzoek naar de lokale journalistiek.

## 3.1 INFORMATIE OVER MEDIACONCENTRATIE PER MEDIAVORM

Voor elke mediavorm wordt de mate van verticale, horizontale en crossmediale integratie geschetst, worden financiële gegevens verstrekt en worden de marktverhoudingen op basis van populariteit (oplages, kijk- en luistercijfers, aantal hits...) weergegeven.

De financiële gegevens werden verkregen door de in 2025 neergelegde jaarrapporteringen bij de Nationale Bank van België te raadplegen. Deze jaarrekeningen slaan op 2024.

Voor cijfers betreffende voorgaande jaren wordt verwezen naar eerdere rapporten van de VRM. In dit rapport staan de financiële cijfers voor het jaar 2024 (voor zover beschikbaar). Er wordt een overzicht gegeven van:

| CODE | OMSCHRIJVING |
|---|---|
| 10/15 | Eigen vermogen |
| 20/58 | Activa |
| 70 | Omzet |
| 70/76A | Bedrijfsopbrengsten |
| 9901 | Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) |
| 9903 | Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting |
| 9087 | Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten |

De VRM-dataset staat ons toe om een ontwikkeling op langere termijn in kaart te brengen.

Voor een aantal schakels wordt voor de financiële gegevens een procentuele evolutie van de gemiddelde waarden (voor alle ondernemingen waarvoor de VRM activiteiten binnen de desbetreffende schakel heeft genoteerd, dus niet enkel voor de 10 grootste ondernemingen) uiteengezet in een grafiek. Als beginwaarde dient de gemiddelde waarde van 2015.

Deze oefening werd gemaakt voor de codes:

| CODE | OMSCHRIJVING |
|---|---|
| 70 | Omzet |
| 9901 | Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) |
| 9903 | Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting |
| 9087 | Werknemers ingeschreven in het personeelsregister - Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten |

Daarnaast wordt ter vergelijking, voor sommige codes, een naar 2015 herrekende index voor de consumptieprijzen (hierna CPI) geplaatst.

Voor de marktverhoudingen op basis van populariteit (kijk- en luistercijfers, oplage, aantal hits...) wordt vaak gewerkt met informatie die verzameld werd door het Centrum voor Informatie over de Media (CIM). Sinds 2020 worden het aantal websitebezoeken van juni van het betreffende jaar gebruikt. Voor dit jaar is dit dus juni 2025. De cijfers in verband met sociale media en het aantal downloads van apps werden door de VRM

opgezocht in augustus en september 2025. Wat de app stores betreft, geeft enkel Google Play een aanduiding van het aantal downloads van een app. Van de andere grote app store, de App Store van Apple, is geen informatie beschikbaar. We baseerden onze cijfers daarom uitsluitend op de gegevens van Google Play.

Deze informatie werd door de VRM in grafieken verwerkt. Aan de hand van een aantal indicatoren (zoals C4 en Herfindahl (HHI)) zal de eigenlijke concentratie gemeten worden.

## INFOFRAGMENT 19: C3/C4 EN HERFINDAHL (HHI)

C3/C4 en Herfindahl zijn traditionele indicatoren voor het meten van concentratie in een sector.

Ze werden ook in de Europese studie over indicatoren voor mediapluralisme naar voor geschoven als indicatoren voor het meten van concentratie in de mediasector.[568]

Deze indicatoren kunnen per productcategorie berekend worden, zowel op basis van financiële gegevens zoals omzet, als op basis van CIM-cijfers zoals oplages.

C4: geeft de som van het marktaandeel van de 4 grootste aanbieders uitgedrukt in %. De waarde varieert tussen 0 en 100%. Hoe hoger de waarde, hoe groter de concentratie. Bij een zeer groot aantal aanbieders met elk een klein marktaandeel, benadert deze index 0. Wanneer de vier grootste spelers samen de volledige markt beheren, is de waarde 1. De C4-indicator heeft als voordeel dat hij eenvoudig te berekenen is. Als nadeel geldt dat de onderlinge verhoudingen tussen de eerste vier marktspelers niet in beeld worden gebracht.

Herfindahl-index (of HHI, Herfindahl-Hirschman-index): deze index bestaat uit de som van de kwadraten van de percentages marktaandeel. Hoe groter het aandeel van de totale omzet bij één enkele aanbieder, hoe hoger dus de index. De maximale score is 1, hetgeen bereikt wordt als er slechts één aanbieder is die 100% van de markt bereikt. Bij een groot aantal aanbieders, met ongeveer gelijke marktaandelen, benadert deze index 0.

De indicatie van concentratie zal op basis van de HHI-index visueel aangegeven worden door de volgende kleurencode te hanteren:

- Groen: niet geconcentreerd (waarde <0,15)
- Oranje: matig geconcentreerd (waarde $0,15 \leq x \leq 0,25$)
- Rood: sterk geconcentreerd (waarde >0,25)

Op het einde van het hoofdstuk worden deze waarden voor horizontale concentratie voor de verschillende mediavormen samengebracht in een overzichtstabel.

Sinds 2016 wordt in dit hoofdstuk ook de concentratie van mandaten bij personen in kaart gebracht. In hoofdstuk 2 werden de mandaten in de hele mediasector bestudeerd. In dit hoofdstuk zoomen we in op de verschillende mediavormen: radio, tv en geschreven pers. Dit wordt bestudeerd op basis van de gegevens die worden vermeld in de jaarrekeningen die neergelegd zijn bij de Nationale Bank. De figuren bevatten drie soorten elementen:

- Rode bol met ondernemingsnaam: een mediaonderneming
- Rode bol zonder ondernemingsnaam: onderneming die zetelt in een raad van bestuur
- Grijze bol: natuurlijke persoon die zetelt in een raad van bestuur

Sinds 2018 onderzoeken we in dit hoofdstuk ook de stand van de lokale journalistiek in Vlaanderen. We onderzochten de evolutie van het aantal regionale katernen van de nationale kranten en bevroegen de

568 ICRI K.U.Leuven, Central European University, Jönköping International Business School en Ernst & Young Belgium, "Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach", Study for the European Commission, 2009, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm.
De Europese Monitor Mediapluralisme werd inmiddels geïmplementeerd in alle Europese lidstaten via diverse pilootprojecten uitgevoerd tussen 2014 en 2017 door het CMPF aan het European University Institute in Firenze. Voor meer informatie, zie: http://monitor.cmpf.eui.eu/.

communicatiediensten van de 285 gemeentes in Vlaanderen over het aanbod lokale nieuwsmedia in hun gemeente. Meer hierover vindt u onder punt 3.5.

### 3.1.1 Radio

#### 3.1.1.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

Met uitzondering van een aantal gastprogramma's verzorgen de meeste radio-omroeporganisaties de productie van hun eigen programma's. Radiozenders zijn dan ook verticaal geïntegreerde ondernemingen. Voor de reclameregie en omroepsignaaltransmissie doen sommige radio's wel beroep op andere ondernemingen. Reclameregies gaan ook in zee met elkaar om zo crossmediale reclamecampagnes te kunnen aanbieden over radio, tv en internet.

De VAR, de reclameregie van VRT neemt sinds 2024 de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Vanaf 1 april 2025 verzorgt de regie ook de reclamewerving voor alle podcasts van Mediahuis. Deze samenwerking tussen de VAR en de commerciële spelers is een opmerkelijke ontwikkeling in de Vlaamse radiomarkt. Het weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen. Deze stap kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Transfer Media, een thematische reclameregie, die zich eerder voornamelijk op tv concentreerde, lanceerde in april 2024 een nieuw radioaanbod. In samenwerking met Mediabrouwers rolde Transfer Media een radioaanbod uit dat een netwerk van een 45-tal regionale en onafhankelijke radio-omroepen in Vlaanderen omvat.

Het Nederlandse radionetwerk Switch Media opende eind 2024 haar advertentienetwerk in Vlaanderen met 18 radiozenders. In Nederland is het bedrijf al succesvol met 38 zenders. Switch richt zich primair op de Vlaamse markt, maar heeft ook plannen om uit te breiden naar Wallonië.[569]

De concentratietendensen die al enige tijd bezig zijn in de markt voor tv-reclame bereiken nu dus ook de markt voor radioreclame.

Wat betreft de horizontale integratie zijn er op landelijk vlak zeer weinig spelers en is er dus hoge concentratie. Door de introductie van de vier netwerkradio's, die in de loop van 2018 opgestart werden, hoopt het beleid om de concentratie te verminderen. Temeer vermits de netwerkradio's sinds 1 september 2019 op DAB+ moeten uitzenden, waardoor zij de facto landelijke spelers geworden zijn. In 2023 werden extra FM-frequenties toegekend aan de drie nog bestaande netwerkradio-omroeporganisaties waardoor de (theoretische) dekkingsgraad wordt verhoogd, wat de leefbaarheid van de netwerkradio's ten goede moet komen. Op lokaal vlak zijn er in totaal veel spelers (132 frequentiepakketten), maar aangezien ze elk actief zijn binnen kleinere zendgebieden, kunnen we toch vaak van een geografisch monopolie spreken. Door de aanpassing van het Mediadecreet is wel niet langer sprake van de gaandeweg gegroeide ketenvorming binnen het lokale radiolandschap.

Er bestaat een grote mate van crossmediale integratie: VRT en DPG Media bieden nog tal van andere producten en diensten aan die losstaan van de radiomarkt. Bovendien werd Vlaanderen Eén opgenomen in de Mediahuisgroep en exploiteerde SBS Media Belgium (toen nog Play Media en Mediahuis) van 2018 tot en met eind september 2023 NRJ Vlaanderen op FM als netwerkradio.[570] Eind 2021 heeft Play Media (toen SBS Belgium) een participatie genomen in SBS Media Belgium.[571] Midden 2023 werd deze participatie, van 20 %, gefinaliseerd.[572] In mei 2025 werd Mediahuis alleen aandeelhouder van SBS Media Belgium en veranderde het zijn naam naar Vlaanderen Twee. Daarnaast zijn alle radiozenders online aanwezig via websites, sociale mediaprofielen en de mobiele applicatiemarkt.

569 Mediaspecs, "Radio advertentienetwerk Switch komt naar Vlaanderen", https://www.mediaspecs.be/radio-advertentienetwerk-switch-komt-naar-vlaanderen/, 19 november 2024.
570 Eind september 2023 werd NRJ namelijk vervangen door Nostalgie Plus als netwerkradio.
571 SBS Belgium nv (2022). Jaarverslag 2021, p. 42.
572 De Tijd, Vermorgen, E., "Europees groen licht voor instap Telenet in radiozender Nostalgie", 15 juli 2023.

Lokale radio's zijn in het merendeel van de gevallen minder crossmediaal geïntegreerd en focussen veeleer op radio-omroepactiviteiten, hoewel sommige lokale radio's gelinkt zijn aan lokale reclamebureaus en/of een website hebben.

Wat de distributieschakel betreft, waren er vroeger drie zendoperatoren actief in de markt, maar het lijkt er op dat Cellnex Broadcast Partners het merendeel van de spelers naar zich heeft toegetrokken. Dit komt o.a. omdat Belgian Tower Company (BTC) in het voorjaar van 2025 besloot om haar zendlicentie voor het frequentieblok 5A/5D vroegtijdig in te leveren. Deze licentie, oorspronkelijk toegekend tot 2033, werd stopgezet wegens een gebrek aan rendabiliteit en beperkte benutting van de capaciteit, wat wijst op economische risico's in de distributieschakel van radio. Bij klassieke radio is er dus nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. Dit in tegenstelling tot de televisiemarkt. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Al bieden bijvoorbeeld podcasts wel kansen voor meer onafhankelijke productie.

De horizontale concentratie onder de radiozenders wordt aangepakt door meer ruimte te creëren voor verschillende spelers. Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

Zolang er een stevige muur tussen de redactie en de marketingafdeling staat, hoeft dit niet meteen een groot probleem te zijn. Het bestuur van de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) waarschuwde in 2021 echter voor de toenemende verstrengeling tussen het nieuwsaanbod en commerciële content in sommige mediabedrijven.[573] In 2023 bracht het online nieuwsmedium Apache een artikel uit over de cumul- en nevenactiviteiten van voornamelijk VRT-schermgezichten.[574] De VVJ wees toen op de erkenningsvoorwaarden voor beroepsjournalisten, waarin is opgenomen dat commerciële nevenactiviteiten worden uitgesloten. Beroepsjournalisten mogen bijklussen, maar enkel als de opdrachten losstaan van het journalistieke werk.

### 3.1.1.2 Analyse op basis van financiële gegevens

Door de verregaande vormen van verticale en crossmediale integratie is het niet mogelijk financiële gegevens te presenteren voor de verschillende segmenten van de waardeketen. De financiële gegevens slaan namelijk op alle activiteiten van de onderneming en niet enkel op de radio-omroepactiviteiten. Dit probleem wordt nog vergroot doordat – door de integratie van Medialaan en De Persgroep Publishing in DPG Media – nu ook de resultaten van geschreven persactiviteiten verrekend zijn met radio en tv.

Er wordt in dit rapport een onderscheid gemaakt tussen publieke en private omroeporganisaties.

De tabel en grafiek voor publieke omroeporganisaties geven enkel de financiële situatie van VRT weer aangezien dit de enige speler is in deze categorie.

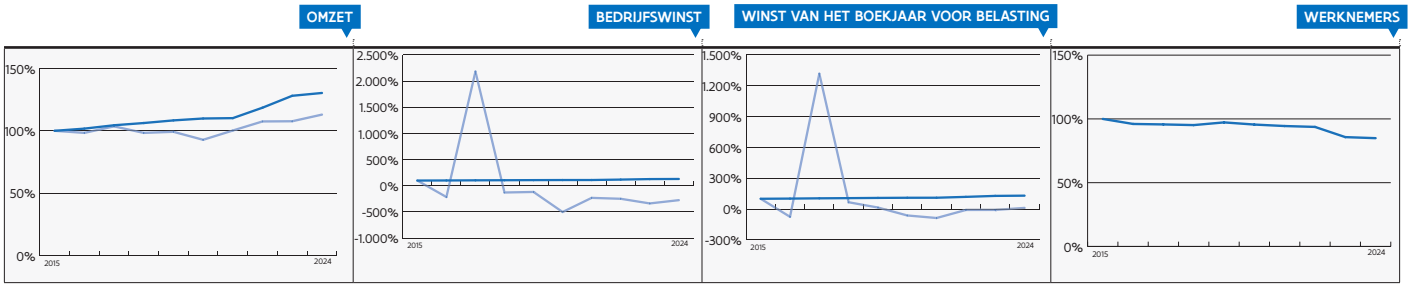
## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| VRT nv | 280.686.160 | 736.190.153 | 488.358.980 | 500.385.778 | -7.719.703 | 545.260 | 1.890,3 |

Tabel 57: Financiële gegevens 2024 publieke landelijke radio

573 Voor meer informatie, zie: https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciele-content.
574 Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij., https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 27: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 publieke landelijke radio
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Algemeen gezien is de omzet van de publieke radio-omroeporganisatie vrij stabiel, al blijft deze achter op de evolutie van de consumptieprijzen. Dit valt deels te verklaren doordat de dotaties voor VRT voor langere periodes vastgelegd worden. In 2020 is er een omzetdip door de coronapandemie. De jaren daarna stijgt de omzet wel, maar in 2023 slechts zeer beperkt.

In het jaarverslag 2024[575] meldt VRT een omzetstijging van 4,9%, voornamelijk door drie factoren. Ten eerste werd een dotatie van €8,9 miljoen als opbrengst geboekt, dankzij het uitstellen van delen van de werkingstoelage in 2022, 2023 en 2025, wat leidde tot een netto stijging van €13,1 miljoen. Daarnaast zorgde de overschrijding van de spilindex in april 2024 voor een loonkostcompensatie van €2,7 miljoen, aangevuld met eerdere indexkredieten, waardoor de totale compensatie €5,9 miljoen hoger lag dan in 2023. Tot slot steeg het plafond voor commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut door een marktindex van 0,8%, wat de inkomsten op dit vlak met 4,7% deed toenemen tot €84,9 miljoen.

In de grafiek springt het jaar 2017 in het oog wegens erg winstgevend. De opvallende bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen in 2017 komt door de meerwaarde op de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite.[576]

Het aantal werknemers daalde t.o.v. 2015 met 336,4 voltijdsequivalenten (hierna VTE), namelijk van 2.226,7 VTE's naar 1.890,3 VTE's.

De opsplitsing tussen de financiële gegevens van radio en televisie kan niet exact gemaakt worden. VRT geeft echter in haar jaarverslag aan hoe de kosten tussen de verschillende mediaplatformen worden verdeeld. Voor de radio-aanbodsmerken bedroeg het aandeel in de kosten voor 2024 14,6% (t.o.v. 17,1% in 2023).[577]

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| • DPG Media nv | 194.536.161 | 571.903.552 | 5.712.577.511 | 609.914.217 | 74.247.013 | 618.139.187 | 1187,9 |
| • Vlaanderen Eén nv | 1.033.325 | 3.013.342 | 13.089.156 | 13.393.332 | -927.617 | -950.197 | 32,7 |

Tabel 58: Financiële gegevens 2024 private landelijke radio

Op 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we sinds 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben.

DPG Media boekte een lichte omzetgroei. Deze groei werd vooral gedragen door sterke resultaten in radio, digitale diensten en streamingplatformen. Toch kampt de mediagroep met stijgende kosten die de winst onder

575 VRT nv (2025). Jaarverslag 2024, p. 56.
576 VRT nv (2018). Jaarverslag 2017, p. 160.
577 VRT nv (2025). Jaarverslag 2024, p. 81.

druk zetten.[578]

Volgens CEO Erik Roddenhof waren vooral de radiozenders Qmusic en Joe succesrijk, met een groeiend marktaandeel in Vlaanderen en een advertentieomzet die met 15% steeg.

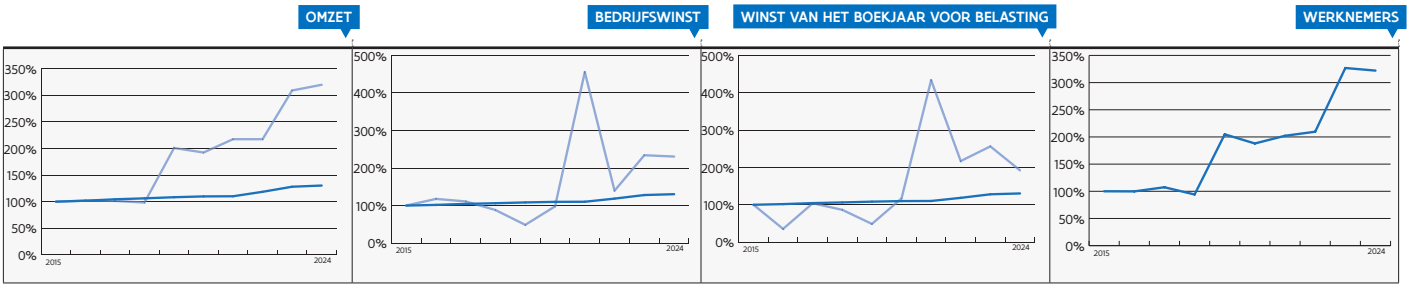
De tv-business blijft kwetsbaar door de verschuiving van lineair kijken naar streaming en de concurrentie van internationale spelers.

De nieuwsmedia van DPG hielden stand, dankzij een toename van digitale abonnementen.

Ondanks de omzetgroei zien we geen gelijkaardige groei in de winstgevendheid. De oorzaak ligt vooral bij de stijgende loonkosten en extra distributiekosten voor kranten.

Vlaanderen Eén kende een daling van de omzet, wat resulteerde in verliescijfers. Naar aanleiding van de toenemende luistercijfers verwachten ze wel dat de omzet alsook de bedrijfswinst van de vennootschap zal verbeteren in de komende jaren.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 28: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 private landelijke radio
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Op 31 december 2022 werd JOEfm nv opgeslorpt door DPG Media nv, waardoor we sinds 2023 nog maar twee landelijke private radio-omroeporganisaties hebben. Dit is al een grote verklaring voor de stijging in de curves van 2022 naar 2023. Wat alleszins al jaren opvalt, is dat de curves ver boven de evolutie van de CPI liggen.

De piek van de bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen in 2021 kwamen voornamelijk door DPG Media en waren toe te wijzen aan andere mediavormen dan radio.

Bij de interpretatie van de grafiek met de evolutie van de waarden voor private landelijke radio-omroeporganisaties dient opgemerkt te worden dat de activiteiten van DPG Media naast radio ook geschreven pers en tv omvatten. Bovendien weegt DPG Media door zijn grootte zeer sterk door in deze figuur. De sterke stijging van het aantal werknemers en de omzet in 2019[579] alsook de pieken van de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen (zie hierboven) zijn dus grotendeels toe te schrijven aan DPG Media.

### 3.1.1.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Radio blijft populair in Vlaanderen: 82% is een actieve gebruiker, 62% luistert dagelijks. Toch verliest het medium terrein bij jongeren. FM/AM blijft dominant (57%), maar DAB+ groeit (49%), vooral bij 18-24-jarigen. De smartphone wint aan belang als toegangspoort tot muziek, maar minder voor radio. Podcasts blijven groeien: 29% luistert actief, met sterke stijgingen bij -45-jarigen. Spotify blijft het populairste platform voor muziek en podcasts, en ook de betalingsbereidheid voor streamingdiensten neemt toe, vooral bij jongeren.[580]

Volgens de vierde editie van de CIM Audio Time studie daalt de totale audioconsumptie licht tot gemiddeld 270

578 De Tijd, Serrure, B., "Stijgende kosten wegen op winst bij DPG Media", 17 april 2025.
Mediaspecs, "DPG Media ziet omzet stijgen, maar ook kosten oplopen", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-ziet-omzet-stijgen-maar-ook-kosten-oplopen/, 18 april 2025.
579 Door de volledige overname van Medialaan door De Persgroep werden alle media-activiteiten bij DPG Media ondergebracht in 2019.
580 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

minuten per dag (-2%). Live radio blijft dominant met 63% van de luistertijd, gevolgd door streamingdiensten (20%) en muziek via videoplatformen (10%). FM verliest verder terrein binnen live radio, terwijl DAB+ blijft groeien. Digitaal luisteren via apps, websites of radioplatformen blijft stabiel op 15%. Opvallend is de stijging van luisteren via het televisietoestel (12%, +3 procentpunten (hierna pp)). Klassieke toestellen zoals radio's en autoradio's blijven belangrijk, maar smartphones, computers en smart speakers nemen samen 35% van de luistertijd in.[581]

Uit de nieuwste Audio Time-studie van het CIM[582] blijkt dat FM-radio voor het eerst minder dan de helft van de live radioconsumptie uitmaakt (49%). Digitale alternatieven zoals DAB+ (26%) en online radio via apps en websites (15%) winnen terrein.

Hoewel liveradio nog steeds 63% van de totale luistertijd inneemt, groeit het aandeel van streamingdiensten zoals Spotify (van 17% naar 20%). Spotify's gratis versie staat nu zelfs in de top 10 van audiomerken bij 18- tot 54-jarigen. Klassieke radiotoestellen verliezen terrein, terwijl luisteren via tv-toestellen stijgt van 9% naar 12%. De meeste audioconsumptie gebeurt thuis (58%).

Volgens een tweejaarlijks onderzoek door Ipsos, uitgevoerd in opdracht van de Vlaamse overheid, gebeurt bijna de helft (49%) van het radioluisteren nu digitaal. Dat is een stijging ten opzichte van 41% in 2021. DAB+ ziet een groei van 19% naar 30% in luistertijd, vooral in de auto waar het gebruik steeg van 34% naar 48%.[583]

Het Digital News Report 2025[584] stelt dat wereldwijd het vertrouwen in nieuws al drie jaar stagneert rond de 40%. De vertrouwenskloof tussen Vlaanderen (51%) en Wallonië (35%) blijft. De Vlaming blijft tegenover de rest van de wereld relatief goed scoren wat betreft vertrouwen in nieuws. Specifiek voor radiozenders drukken voor Joe 63% (+3 pp), Qmusic 66% (+5 pp), Radio 2 75% (+4 pp) en Radio 1 75% (+2 pp) van de Vlamingen hun vertrouwen uit.[585]

Volgens Statistiek Vlaanderen vertrouwt 64% van de Vlamingen het nieuws op de radio.[586]

## INFOFRAGMENT 20: EUROPESE SAMENWERKING VOOR EERLIJKE EN TRANSPARANTE PUBLIEKSMETING

In het kader van de implementatie van de European Media Freedom Act (EMFA) groeit de aandacht voor onafhankelijke en transparante publieksmeting in Europa. In januari 2025 kondigde het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) aan dat het toetreedt tot de nieuwe Audience Measurement Coalition (AMC), een samenwerkingsverband van Europese Joint Industry Committees (JIC's), Media Owner Committees en onderzoeksinstellingen. De AMC wil optreden als centrale gesprekspartner voor Europese beleidsmakers rond bereikmeting, in het kader van de European Freedom Act. De coalitie streeft naar de erkenning van onafhankelijke en transparante publieksmeting als hoeksteen van mediabeleid en marktwerking in Europa.[587]

In maart 2025 publiceerden drie prominente organisaties uit de Europese mediasector – de Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe (ACT), de European Broadcasting Union (EBU) en egta, de internationale vereniging van commerciële en publieke tv- en audiobedrijven – een gezamenlijke verklaring over de implementatie van de Europese verordening mediavrijheid, met bijzondere aandacht voor publieksmeting.

De verklaring benadrukt dat betrouwbare publieksmeting cruciaal is voor mediaorganisaties om hun publiek te begrijpen, hun redactionele keuzes af te stemmen en hun maatschappelijke rol te vervullen. In Europa

581 CIM, "CIM Audio Time 2025: zo luistert de Belg naar audio", https://www.cim.be/nl/nieuws/2197-nl-cim-audio-time-2025-zo-luistert-de-belg-naar-audio, 28 januari 2025.
582 CIM. (2025). CIM Audio Time 2025 (4th ed.). https://www.cim.be/resources/news_images/CIMAudioTime_2025.pdf
583 Ipsos, oktober 2023.
584 Pikone, I., e.a., "Digital News Report", juni 2025.
585 Meer informatie over het Digital News Report 2025 via nieuwsgebruik.be.
586 Statistiek Vlaanderen, "Vertrouwen in media", https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/vertrouwen-in-media, 19 maart 2025.
587 Centrum voor Informatie over de Media. (2025, 27 januari). Het CIM stapt in de Audience Measurement Coalition.[Persbericht]. https://www.cim.be/nl/nieuws/2196-persbericht-het-cim-stapt-in-de-audience-measurement-coalition.

bestaan hiervoor al robuuste systemen via samenwerkingen tussen mediabedrijven, adverteerders en onderzoeksbureaus (zoals Joint Industry Committees en Media Owner Committees).

De organisaties waarschuwen echter voor grote online platformen zoals Google en Meta, die eigen meetsystemen hanteren zonder transparantie of onafhankelijke controle. Dit ondermijnt eerlijke concurrentie en kan leiden tot misleidende cijfers.

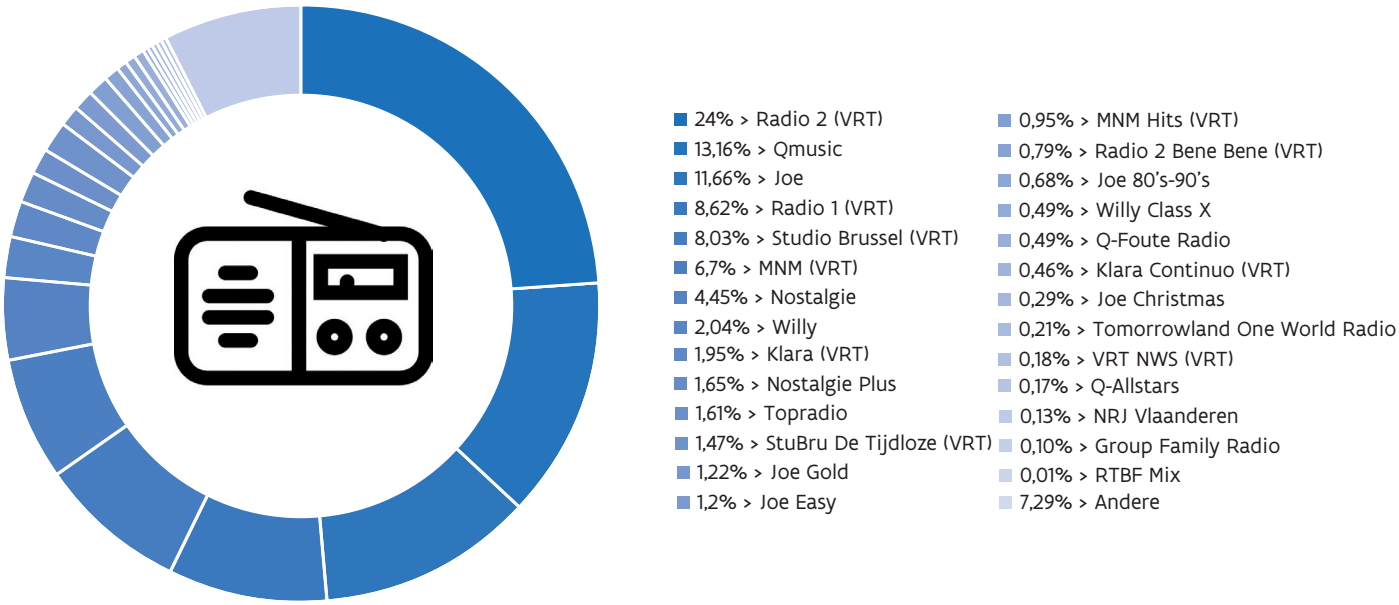
De Europese verordening mediavrijheid legt principes vast zoals transparantie, onpartijdigheid en verifieerbaarheid, maar laat ruimte voor interpretatie. Daarom vragen de ondertekenaars om duidelijke richtsnoeren van de Europese Commissie.

Ze doen ook concrete aanbevelingen: standaardisatie van meetmethodes, accreditatie van meetsystemen, verplichte onafhankelijke audits en transparantie bij dataverwerking. Tot slot roepen ze op tot structurele dialoog tussen sector en beleid om publieksmeting betrouwbaar en toekomstbestendig te houden.

#### 3.1.1.3.1 Luistercijfers

De marktverhoudingen tussen de verschillende radio-omroeporganisaties kunnen geschetst worden aan de hand van luistercijfers. Deze worden door het CIM in golven geregistreerd. In 2018 ging CIM van start met een nieuwe studie die belangrijke methodologische wijzigingen inhoudt in vergelijking met de CIM radiostudie 2011-2017.

Voor de vergelijking van de marktaandelen doorheen de jaren keken we meestal naar de resultaten van de golf maart-juni. Door de coronacrisis werd het CIM in 2020 echter geconfronteerd met de onmogelijkheid om face-to-face interviews uit te voeren. Daarom moest een nieuwe aanpak worden uitgerold. Dit proces resulteerde in de publicatie van een analysegolf van vier maanden, namelijk de periode van januari tot midden maart, gecombineerd met de periode mei-juni. In 2021 werd er weer overgeschakeld naar de golf maart-juni. In 2022 opteerde het CIM ervoor om de golf januari-april te meten om beter aan de behoefte van de markt en hun intekenaars te voldoen. Het CIM publiceert nu nog 3 golven per jaar (jan-apr, mei-aug en sept-dec). In ons rapport brengen we verslag uit over de golf januari-april.

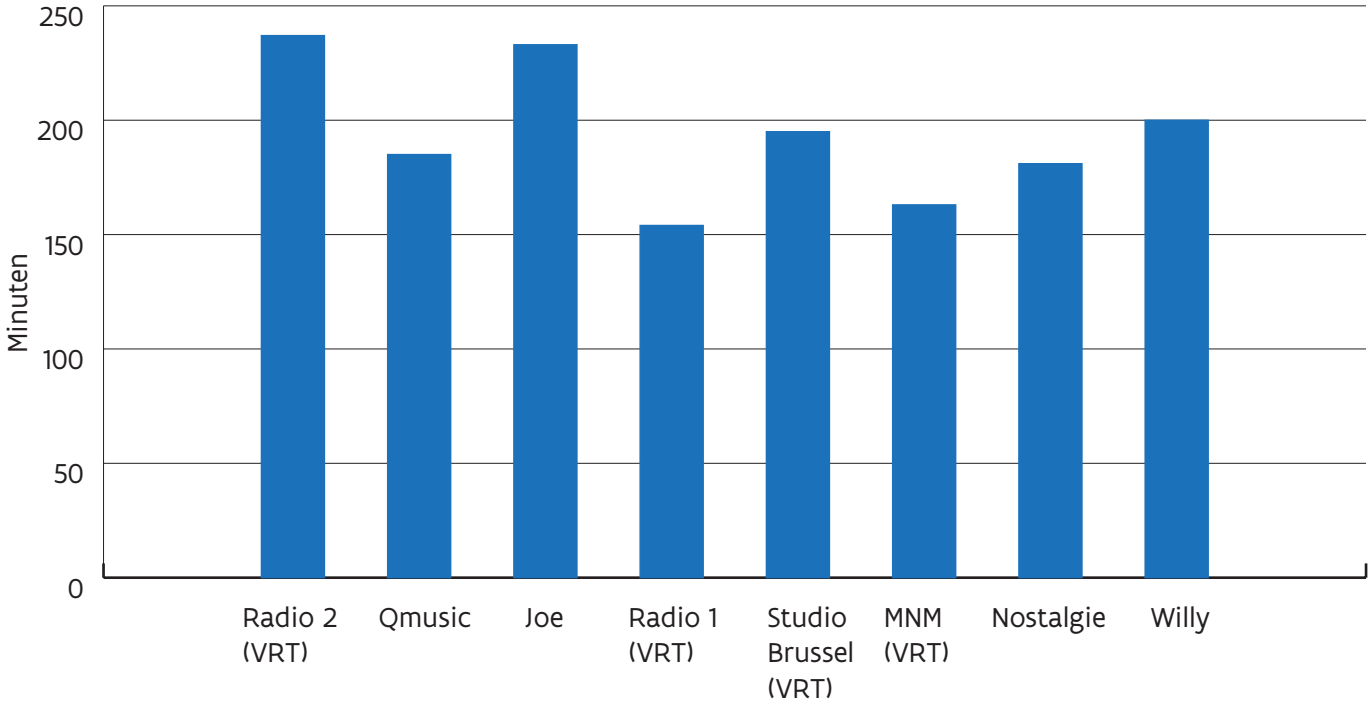



Figuur 29: Marktaandeel per zender - Golf 2025 Jan - Apr
Bron: CIM, geconsulteerd op 16/07/2025

Net zoals de afgelopen jaren is de top drie ongewijzigd. Radio 2 blijft met een marktaandeel van 24% (-1,21 pp) de zender die dagelijks het grootste aantal luisteraars weet te bereiken. De zender is bijna dubbel zo groot

als zijn eerste achtervolger. Qmusic staat op plaats twee met 13,16% marktaandeel (+0,41 pp), Joe op drie met 11,66% (+0,19 pp). Radio 1 doet haasje over met Studio Brussel en springt zo naar de vierde plek. Vooral de daling bij Play Nostalgie[588] (-3,07 pp) is frappant. Radio 2 en Studio Brussel (-0,9 pp) zijn de grootste dalers, terwijl Play Nostalgie de helft van zijn fameuze daling vorig jaar weer goedmaakt (+1,45 pp).

We focussen ook nog even op de gemiddelde tijd die een persoon besteedt aan een radiozender. In onderstaande figuur bekijken we de gemiddelde luistertijd per zender (ook voor Golf 2025 Jan-Apr). Van de zenders in de top acht qua marktaandeel, steekt Radio 2 Joe nipt de loef af met een gemiddelde dagelijkse luisterduur van 237 minuten tegenover 233 minuten.

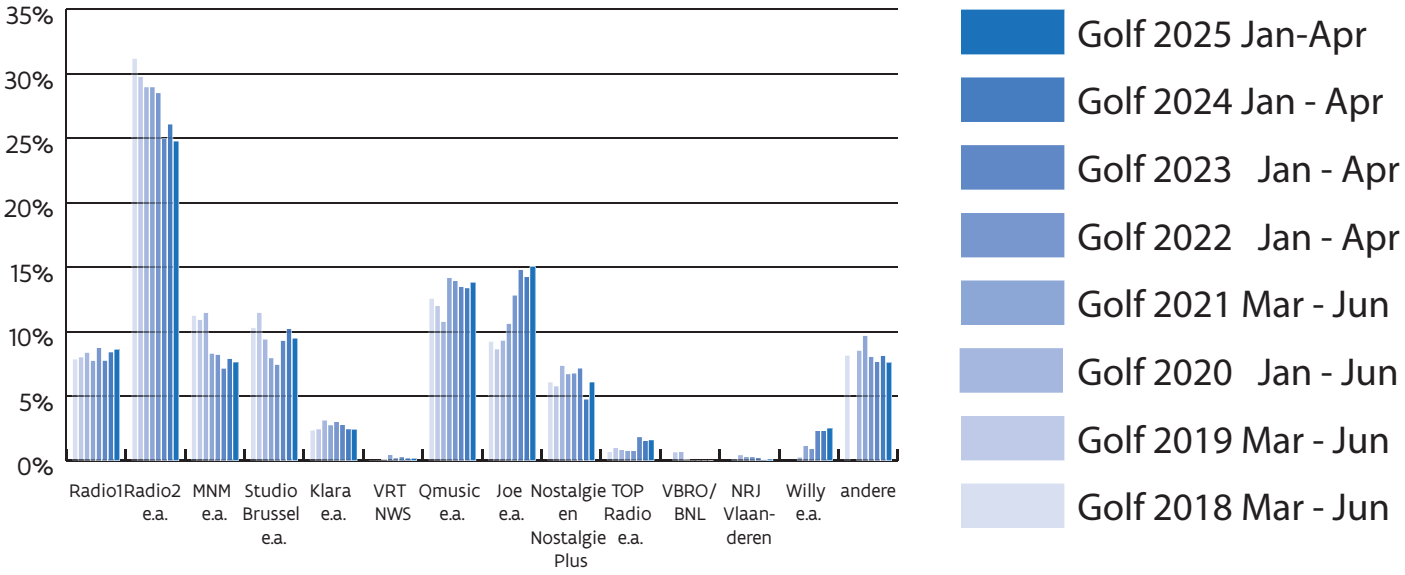



Figuur 30: Gemiddelde luistertijd per zender - Golf 2025 Jan - Apr
Bron: CIM, geconsulteerd op 16/07/2025

Omdat de nieuwe CIM-studie in 2018 van start ging, wordt de Golf 2018 Mar-Jun gehanteerd als nieuwe nulmeting. In het rapport Mediaconcentratie 2017, p. 157 – Figuur 37 kunt u het historisch overzicht terugvinden van de marktaandelen radio o.b.v. luistercijfers voor de periode 2008-2017, alsook de evolutie van de verhouding tussen publieke en private radio op basis van luistercijfers.

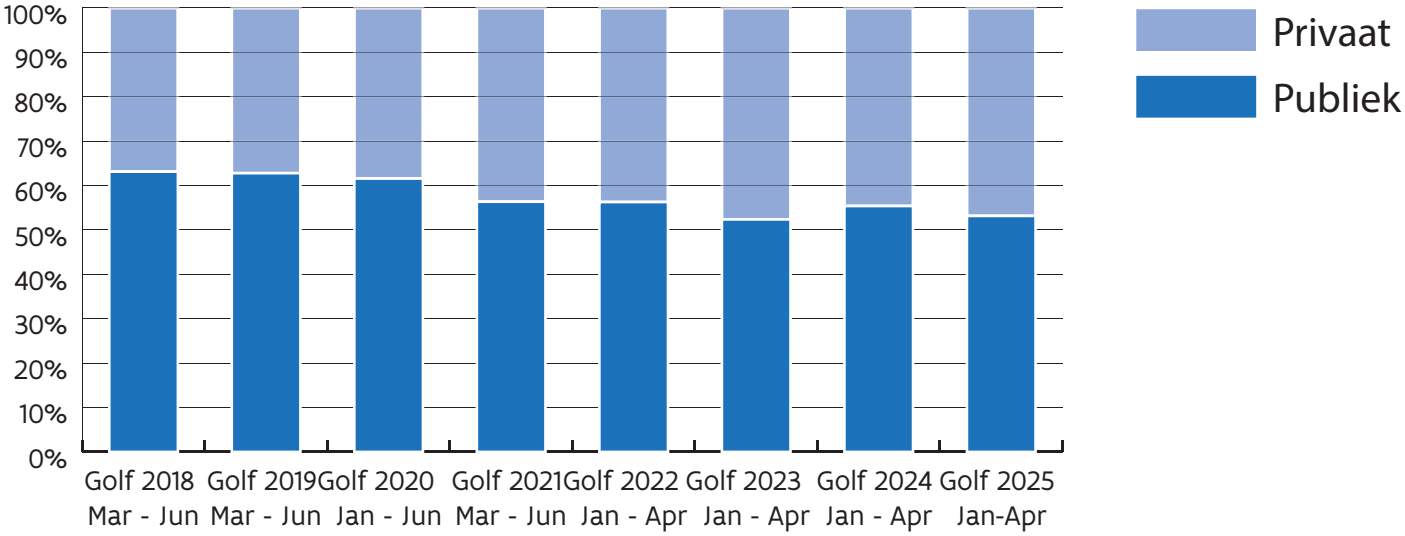
Hieronder wordt in de eerste grafiek de evolutie van de marktaandelen tussen de Golf Mar-Jun 2018 en 2019, Jan-Jun 2020, Mar-Jun 2021, Jan-Apr 2022, Jan-Apr 2023, Jan-Apr 2024 en Jan-Apr 2025 getoond en in de tweede grafiek de evolutie van de verhouding publieke en private radio.

588 Ondertussen werd de naam opnieuw gewijzigd naar Nostalgie, maar in dit deel van het hoofdstuk blijven we refereren naar Play Nostalgie omdat het tijdens deze periode (jan-apr 2025) nog zo noemde.




Figuur 31: Evolutie marktaandelen Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan – Apr
Bron: Bewerking CIM Radiostudie: 12+, maandag tot zondag, 5-17u.

Na een korte heropleving in 2024, zakt het marktaandeel van de publieke omroep weer van 55,38% naar 53,15%, voornamelijk omwille van dalingen bij Radio 2 en Studio Brussel. Bij de private radiozenders komt de winst op conto van Play Nostalgie, Qmusic en Joe.




Figuur 32: Evolutie verhouding publieke en private radio - Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan - Apr
Bron: Bewerking CIM Radiostudie: 12+, maandag tot zondag, 5-17u.

Omwille van de twee grote spelers op de radio-omroepmarkt, VRT en DPG Media, wordt naast de C4 ook de C2 berekend. Dit is de som van de marktaandelen op basis van de luistercijfers van beide. De concentratiewaarde van C2 lag dicht bij deze van C4, tot de opkomst van Nostalgie (Mediahuis-groep), waardoor er nu een verschil is tussen beide indexen.

Verder toont ook de HHI de gewijzigde verhouding tussen de groepen VRT en DPG Media. In de periode 2018 – 2025 daalt de index van 0,45 naar 0,39.

Als we kijken naar de concentratie-indexen op zenderniveau, zien we dat de HHI in 2020 voor het eerst sinds de tellingen onder de drempel van 0,15 duikt. Dit komt doordat er, vnl. dankzij DAB+, meer landelijke radiozenders ontstaan. In 2025 daalt de index verder tot 0,11.

Nadat de C4 volgens groep in 2018 rond 92% zat door het stijgend marktaandeel van de DPG Media-radio's en Nostalgie, zakte de curve in 2019 licht, om tot 2021 rond de 90% te blijven. In 2022 steeg de C4 opnieuw tot 92%, in de daaropvolgende jaren stabiliseerde de C4 zich daarrond. De afstand tot de C2 verkleint echter doordat Play Nostalgie vooral marktaandeel verliest. De HHI volgens groep blijft stabiel rond de 0,40.

Op zenderniveau stijgt de C4 licht doordat de grote radiozenders het goed doen. De HHI daalt wel doordat het verlies voornamelijk bij Play Nostalgie zit en andere kleinere zenders het wel goed doen. Momenteel is er op zenderniveau sprake van een lage concentratie.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

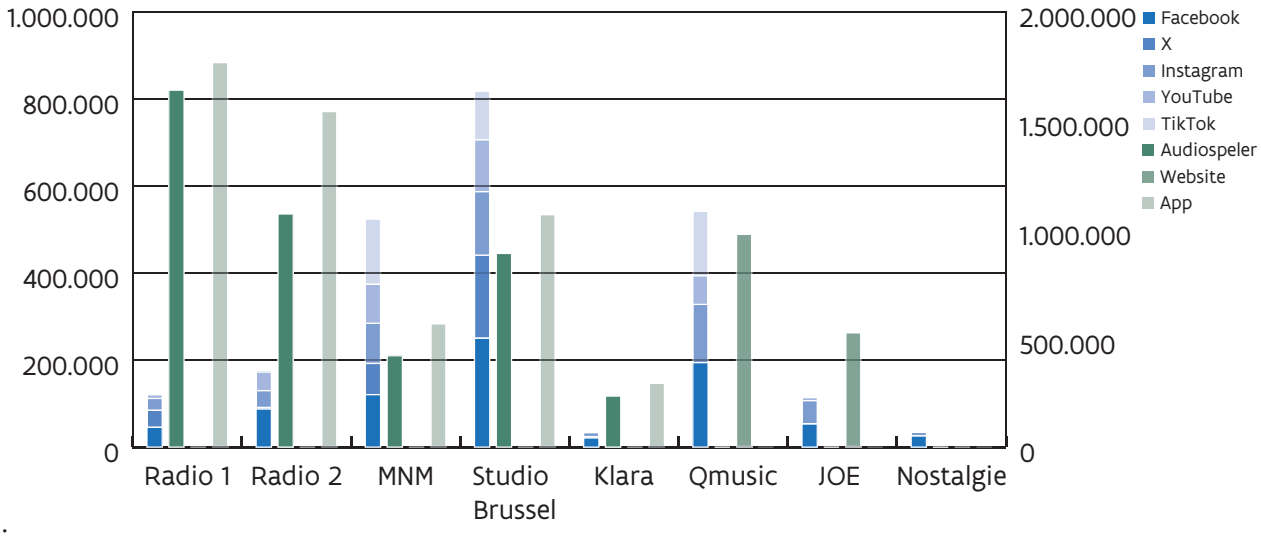
| OP BASIS VAN ZENDERS | GOLF 2018 | GOLF 2019 | GOLF 2020 | GOLF 2021 | GOLF 2022 | GOLF 2023 | GOLF 2024 | GOLF 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 65% | 64% | 61% | 62% | 64% | 63% | 64% | 63% |
| HHI | 0,1626 | 0,1557 | 0,1352 | 0,1435 | 0,1379 | 0,1198 | 0,1153 | 0,1110 |

| VOLGENS GROEP | GOLF 2018 | GOLF 2019 | GOLF 2020 | GOLF 2021 | GOLF 2022 | GOLF 2023 | GOLF 2024 | GOLF 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 92% | 90% | 91% | 90% | 92% | 92% | 92% | 92% |
| C2 | 85% | 83% | 82% | 82% | 84% | 83% | 85% | 85% |
| HHI | 0,4500 | 0,4406 | 0,4271 | 0,3904 | 0,3988 | 0,3932 | 0,3995 | 0,3852 |

Tabel 59: Concentratie-indexen zenders en groepen op basis van luistercijfers (Golf 2018 Maa - Jun, Golf 2019 Maa - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan - Apr)
Bron: VRM op basis van CIM

### 3.1.1.3.2 Online populariteit van radiomerken

Onderstaande figuur geeft de absolute cijfers van de audiospelers, websitebezoeken, appbezoeken en het aantal volgers op sociale media van de landelijke Nederlandstalige radiozenders waarover het CIM bericht.[589] Het gebruik van de audiospeler, het aantal website- en appbezoeken staan op de primaire as (links) en het aantal volgers op sociale media op de secundaire as (rechts).




Figuur 33: Online populariteit radiozenders
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken, cijfers zomer 2025

Wat betreft de individuele audiospelers kunnen we enkel de publieke omroep in kaart brengen. Voor DPG Media geeft het CIM enkel overkoepelende cijfers omtrent hun short form en audiospeler. Omdat dit de cijfers zou vertekenen, nemen we dit hier niet mee op. De audiospeler van Radio 1 wordt het meest gebruikt. Op

589 In vorige mediaconcentratierapporten werd er gerapporteerd over het gemiddelde dagelijks aantal websitebezoeken over een bepaalde periode. Nu wordt er gerapporteerd over het maandelijks aantal websitebezoeken omdat er geen gemiddelde dagelijkse aantallen beschikbaar zijn bij de openbare gegevens van het CIM.

ruime afstand gevolgd door die van Radio 2 en Studio Brussel.

Het CIM publiceert ook cijfers over andere audiospelers, die niet opgenomen zijn in de grafiek. Daaruit leren we dat de audiospeler van VRT NWS ongeveer evenveel beluisterd wordt als die van Studio Brussel, die van VRT MAX ongeveer evenveel als die van MNM en dat de audiospelers van Sporza en Mediahuis slechts door ca. 30.000 luisteraars per maand gebruikt worden.

Wat betreft websitebezoekers kunnen we enkel de commerciële omroepen in kaart brengen. De radiozenders van de publieke omroep hebben immers geen aparte websites meer. Qmusic haalt ongeveer dubbel zoveel websitebezoekers als Joe, maar het aantal websitebezoekers van Qmusic krijgt wel een knauw, terwijl die van Joe stijgen t.o.v. een jaar eerder.

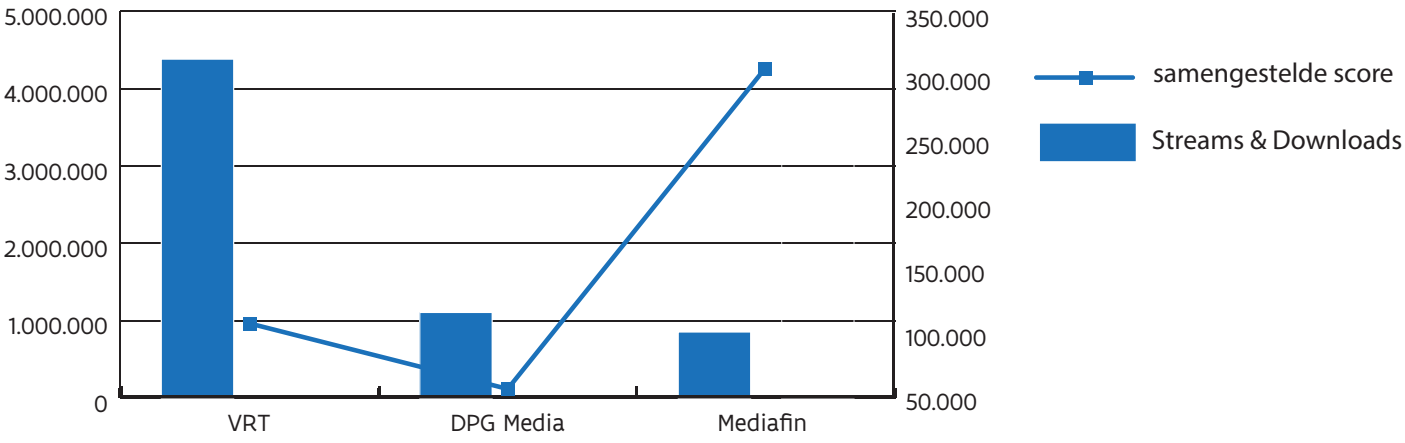
Een duidelijk verschil in strategie hier tussen de publieke en commerciële speler(s). De commerciële radiozenders behouden hun aparte websites, terwijl de publieke omroep alles van radio en tv bundelt op VRT MAX.

Sinds 2021 brengt het CIM de appbezoeken van de VRT-zenders in kaart. De appbezoeken van de commerciële radiozenders in deze oefening worden echter niet in kaart gebracht. Het aantal appbezoekers stijgt voor alle zenders. Radio 1 heeft de populairste app, gevolgd door Radio 2 en Studio Brussel.

Als we de populariteit op sociale media bekijken, zien we volgende top drie: Studio Brussel afgetekend op één, gevolgd door Qmusic en MNM, net zoals de afgelopen jaren. Radio 2 heeft naast een algemeen profiel vaak ook aparte profielen voor zijn regionale ontkoppeling (Radio 2 West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen, Antwerpen, Limburg en Vlaams-Brabant). Deze zijn niet meegenomen in de berekeningen. We kunnen concluderen dat radio-omroepen die zich richten op een jong publiek het meeste volgers hebben op sociale media. In 2025 zijn op basis van de beschikbare gegevens dit de marktleiders: Radio 1 (audiospelers en appbezoeken), Qmusic (websitebezoeken) en Studio Brussel (sociale media).

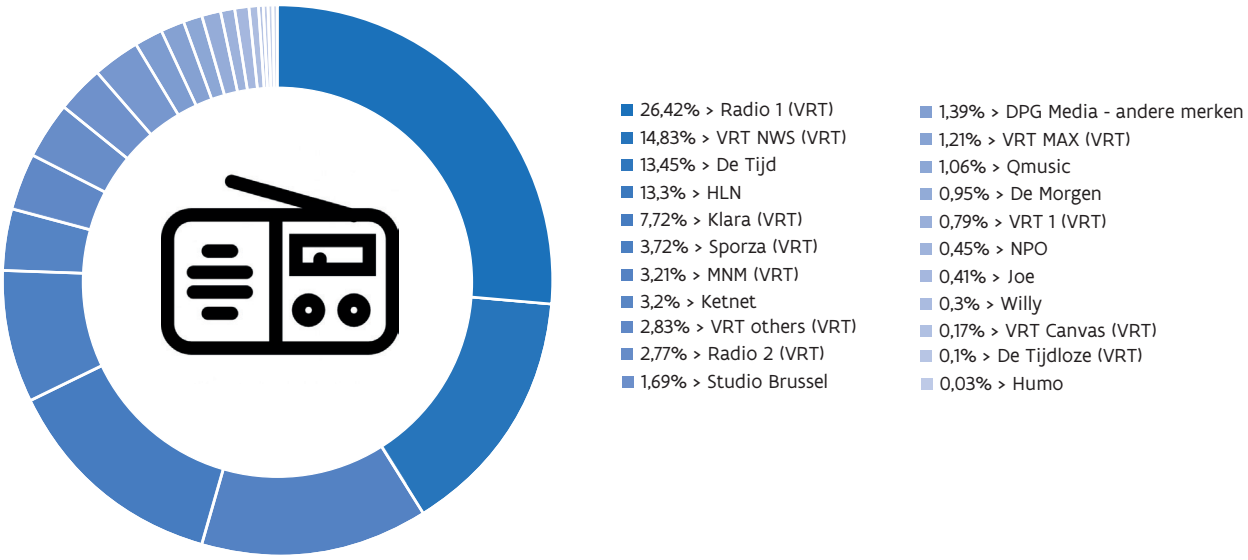
Voor het eerst brengt het CIM ook audio on demand, zeg maar podcasts, in kaart. Op het niveau van mediagroepen publiceert het CIM streams & downloads van VRT, DPG Media en Mediafin. Omdat er grote verschillen zijn bij deze drie mediagroepen op het vlak van mediamerken, programma's en afleveringen, gebruiken we in onderstaande grafiek ook een samengestelde score, gebaseerd op een gelijk gewogen gemiddelde van het gemiddelde aantal streams & downloads per merk, per programma en per aflevering. Dit om wat meer nuance toe te voegen aan de cijfers.

In de samengestelde score zien we dat Mediafin het hoogst scoort, vooral omdat het met weinig programma's en afleveringen een groot aantal streams & downloads behaalt. DPG Media scoort gemiddeld, met een gebalanceerd profiel. VRT heeft een groot volume, maar lagere gemiddelden per eenheid, wat de samengestelde score drukt, maar nog altijd hoger blijft dan DPG Media.




Figuur 34: Populariteit podcasts per mediagroep
Bron: Cim – Audio On Demand (https://www.cim.be/nl/audioondemand)

Wanneer we kijken naar de marktaandelen per mediamerk, zien we dat Radio 1 op kop rijdt met 26,42% gevolgd door VRT NWS (14,83%) en De Tijd (13,45%).




Figuur 35: Aantal streams & downloads per mediamerk
Bron: Cim – Audio On Demand (https://www.cim.be/nl/audioondemand)

Hieronder geven we ook nog de top 10 van podcasts in juni 2025 mee. VRT is breed vertegenwoordigd in de top 10, terwijl Mediafin en DPG Media respectievelijk eerste en tweede staan.

## PODCASTS

| NAAM | AANBIEDER | STREAMS & DOWNLOADS IN JUNI 2025 |
|---|---|---|
| De 7 | Mediafin | 748.402 |
| Het HLN-nieuws | DPG Media | 568.130 |
| Het kwartier | VRT | 448.221 |
| Nieuwe Feiten | VRT | 258.811 |
| De wereld van Sofie | VRT | 222.043 |
| De Ochtend | VRT | 200.939 |
| Het Fortuin Carlier | VRT | 158.362 |
| De afspraak | VRT | 143.212 |
| Stoute schoenen | VRT | 132.433 |
| 22 Minuten Stomme Vragen | VRT | 125.840 |

Tabel 60: Top 10 van podcasts in juni 2025
Bron: Cim – Audio On Demand (https://www.cim.be/nl/audioondemand)

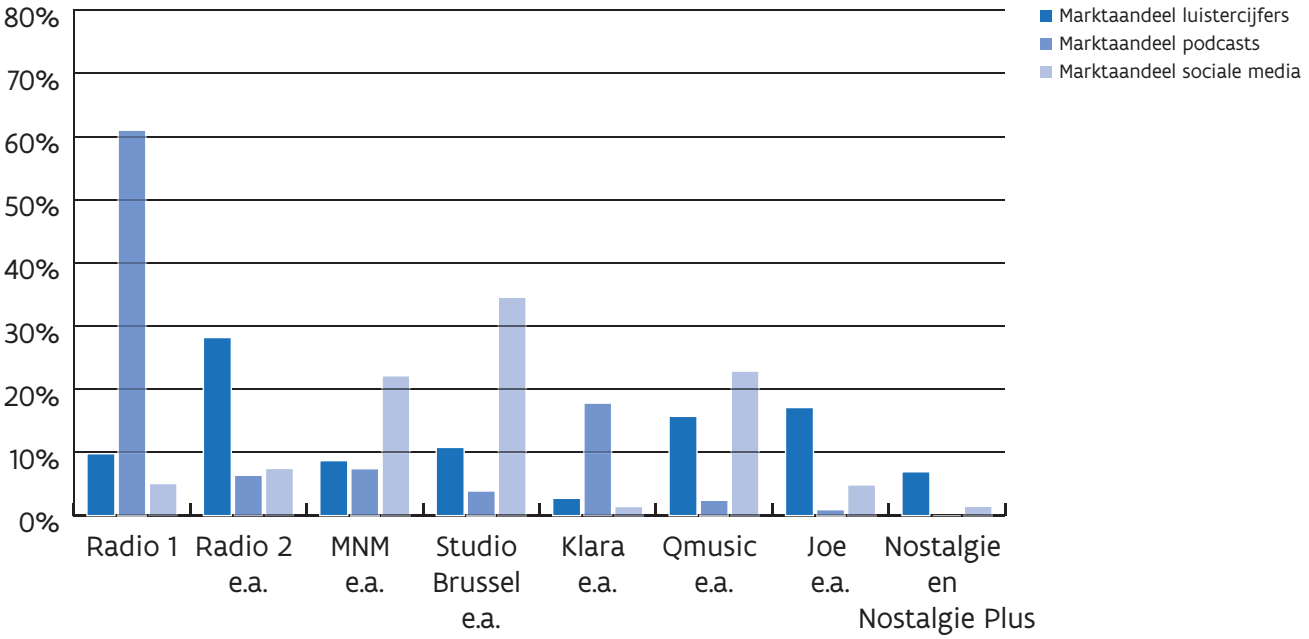
Wat apps betreft, kunnen we ook het aantal installaties belichten. Zoals in de inleiding van dit hoofdstuk vermeld, stelt enkel Google Play gegevens beschikbaar omtrent het aantal installaties van een app, die dan nog indicatief zijn en niet specifiek, bv. 1K+, 5K+, 10K+, 50K+, 100K+ of 500K+. De App Store van Apple stelt geen gegevens beschikbaar.

## APPLICATIES

| NAAM | AANBIEDER | AANTAL INSTALLATIES AUGUSTUS 2025 |
|---|---|---|
| Qmusic – Live Radio | DPG Media | 500.000-1.000.000 |
| Radio België FM - radio online | AppMind – Radio FM, Radio Online | 500.000-1.000.000 |
| Joe | DPG Media | 100.000-500.000 |
| Klara | VRT | 100.000-500.000 |
| MNM | VRT | 100.000-500.000 |
| Play Nostalgie | Nostalgie | 100.000-500.000 |
| Radio België FM online | Radioworld FM | 100.000-500.000 |
| Radio België FM: Online Radio | RadioFMapp | 100.000-500.000 |
| Radio Belgium | Simon Schellaert | 100.000-500.000 |
| Studio Brussel | VRT | 100.000-500.000 |
| VRT Radio 1 | VRT | 100.000-500.000 |
| VRT Radio 2 | VRT | 100.000-500.000 |
| België.FM – Radio | Nederland.FM | 50.000-100.000 |
| Willy | DPG Media | 50.000-100.000 |
| TOPradio be | Topradio | 50.000-100.000 |

Tabel 61: Aantal installaties applicaties radio via Google Play
Bron: VRM op basis van Google Play

Vervolgens zoomen we in op de acht landelijke Nederlandstalige radiozenders en hun nevenzenders. In onderstaande figuur[590] zijn de marktaandelen tussen de verschillende zenders opgenomen op basis van de luistercijfers, podcasts en hun volgers op sociale media.



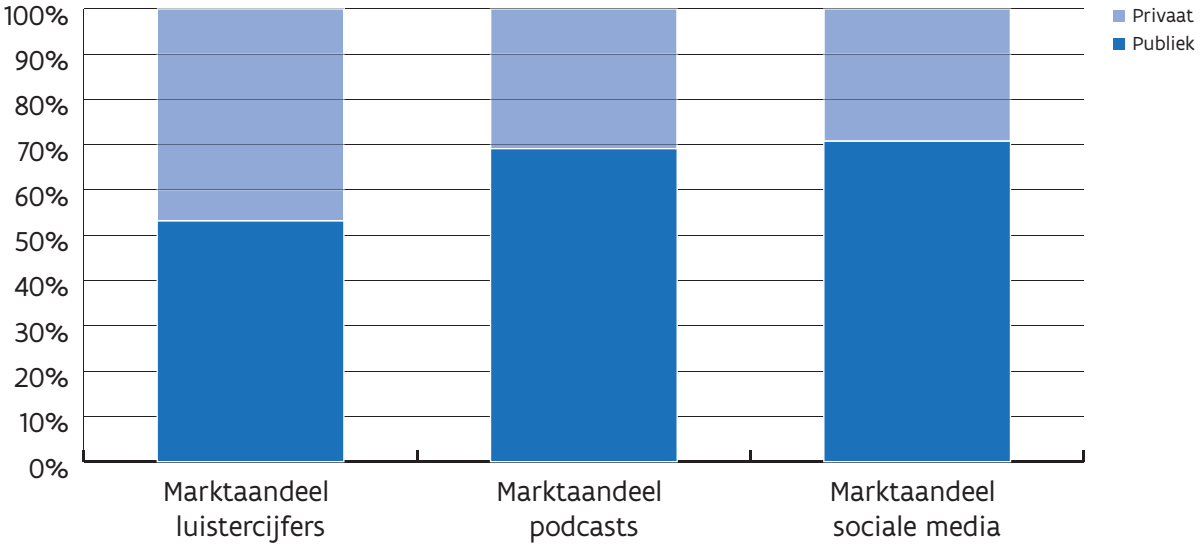

Figuur 36: Marktaandelen landelijke radiozenders
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Wanneer we naar de verhouding tussen publieke en private radio kijken op basis van het aantal volgers op sociale media enerzijds en het marktaandeel van luistercijfers anderzijds zien we dat deze verhoudingen tegenover vorig jaar vrij stabiel blijven. Deze bedragen respectievelijk 70-30 en 53-47, telkens in het voordeel van de publieke omroep.

Doordat de publieke radiozenders geen aparte websites meer hebben, maar zijn opgegaan in VRT MAX, is het niet meer mogelijk om relevante marktaandelen op basis van websitebezoeken te verschaffen, zoals de

590 Dit gaat enkel over de marktaandelen van de Nederlandstalige landelijke radiozenders. Netwerk-, lokale, internet-, buitenlandse of andere radiozenders zijn hier niet in opgenomen.

afgelopen jaren. In de plaats daarvan presenteren we de marktaandelen op basis van podcasts. Hier zitten ook cijfers in van niet-radiomerken, in tegenstelling tot de cijfers hierboven. Toch valt de dominantie van de publieke omroep op, voornamelijk door de hoeveelheid podcasts die zij produceert.

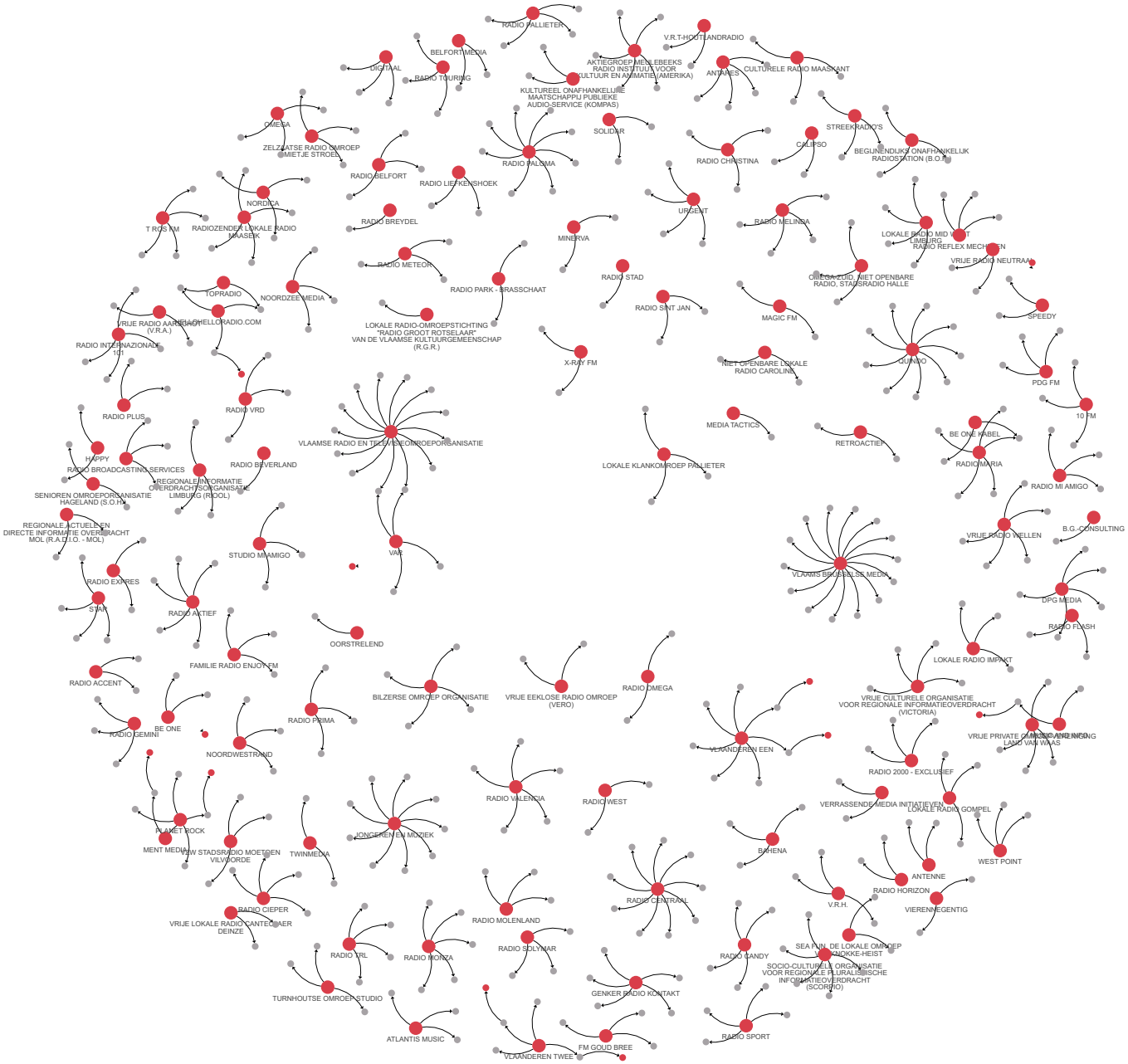



Figuur 37: Verhouding marktaandelen landelijke publieke versus private radio
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

### 3.1.1.4 Mandatenconcentratie in de radiosector

In de figuur hieronder kijken we naar de cumulatie van mandaten in de radiosector. Als we vergelijken met zeven jaar geleden zit de macht veel minder geconcentreerd dan vroeger. Dit komt door het sindsdien gewijzigde frequentieplan, dat op basis van deze gegevens zeker zijn ambitie heeft waargemaakt. We maakten gebruik van de informatie uit de jaarrekeningen over 2024 die in 2025 ingediend werden. Niet alle lokale radio's zitten in deze figuur omdat niet elke radio deze gegevens indient bij de Nationale Bank.

Hoe lees je deze figuur? Bijvoorbeeld centraal zie je dat VRT bestuurlijke banden heeft met de VAR. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via www.vlaamseregulatormedia.be kan je deze figuur duidelijker bekijken.




Figuur 38: Mandatenconcentratie in de radiosector
Bron: VRM op basis van informatie NBB

### 3.1.2 Televisie

#### 3.1.2.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

Veel spelers in het Vlaamse televisielandschap beperken zich niet tot activiteiten binnen één schakel van de waardeketen en sommige spelers zijn ook via andere mediavormen actief.

Doordat ze hun eigen intern productiehuis hebben, zijn de meeste omroepen verticaal geïntegreerd over de schakels contentproductie en aggregatie.

Volgens de nieuwe beheersovereenkomst mag VRT strategisch investeren in maximaal twee productiehuizen. Het gaat om minderheidsbelangen, wat betekent dat VRT geen controle krijgt over deze bedrijven, maar wel invloed kan uitoefenen. De bedoeling is om innovatieve samenwerking te stimuleren en de kwaliteit van Vlaamse content te versterken. Het is de bedoeling dat VRT zo kwalitatieve, lokale content kan stimuleren en dat deze samenwerking kan leiden tot technologische innovatie, nieuwe vertelvormen en kansen voor jong talent.

Er zijn echter ook enkele risico's. Zo uiten onafhankelijke producenten hun bezorgdheid. Als VRT investeert in bepaalde productiehuizen, kunnen die een voorkeursbehandeling krijgen bij opdrachten, coproducties of zendtijd. Dat kan leiden tot oneerlijke concurrentie. Als VRT nauwer samenwerkt met twee productiehuizen, kan dit de inhoudelijke diversiteit van programma's beperken. Bovendien wordt de Vlaamse mediamarkt al gedomineerd door een handvol spelers. Extra concentratie kan de machtsbalans verder verstoren, waardoor kleinere spelers het moeilijker krijgen om te overleven. Tot slot bestaat er het risico dat de onafhankelijkheid van de openbare omroep onder druk komt, wanneer VRT nauwer verbonden raakt met commerciële spelers. Sommige omroepen hebben ook een interne reclameregie, anderen werken met een externe.

Reclameregies gaan ook in zee met elkaar om zo crossmediale reclamecampagnes te kunnen aanbieden over radio, tv en internet. Een voorbeeld hiervan is de nationale reclameregie Ads & Data (van Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media). Maar omroepen maken ook afspraken om nieuwe advertentiemodellen te implementeren. Een voorbeeld hiervan is de implementatie van 1 minuut niet-doorspoelbare reclame bij het bekijken van een opgenomen programma. Deze modellen zijn een reactie op het groeiende probleem van uitgesteld kijken en het massaal doorspoelen van reclame, wat leidt tot dalende inkomsten voor zenders. De Vlaamse commerciële zenders VTM (DPG Media) en Play Media (Telenet) luidden recent de alarmbel over hun financiële toekomst. Door het toenemende aantal 'cord cutters' en de verschuiving van reclame-inkomsten naar internationale techplatformen zoals Netflix, YouTube en TikTok, dreigen ze vanaf 2026 structureel verlieslatend te worden. Ook het crossmediaal XMP-meetsysteem is hier een reactie op.

De voordelen van zulke concentratietendensen in de tv-reclamemarkt zijn duidelijk: efficiëntie en schaalvoordelen, weerbaarheid tegen internationale platformen en innovatie in advertentiemodellen. Maar er zijn ook risico's aan verbonden. Er bestaat het risico van beperking van markttoegang voor kleinere spelers, wat het voor hen moeilijker maakt om advertentie-inkomsten te genereren. Er is ook een risico met betrekking tot prijszetting en onderhandelingsmacht, indien bepaalde spelers prijzen en voorwaarden kunnen dicteren aan adverteerders. Er bestaat ook een risico dat commerciële belangen een grotere rol gaan spelen in redactionele keuzes. Dit kan het journalistieke onafhankelijkheidsprincipe onder druk zetten.

Een bijkomende uitdaging voor Vlaamse zenders is het verlies van de uitzendrechten van het Belgisch voetbal. In 2025 verwierf het internationale sportmediabedrijf DAZN opnieuw de exclusieve rechten voor de Jupiler Pro League. Aanvankelijk werden er geen overeenkomsten gesloten met lokale mediabedrijven, waardoor programma's zoals Extra Time en Sports Late Night verdwenen. Intussen heeft VRT wel een principeakkoord bereikt om fragmenten van wedstrijden te tonen in Het Journaal, Sportweekend en online.

Deze ontwikkeling toont aan hoe internationale spelers met sterke verticale integratie – DAZN bezit zowel de rechten als het distributieplatform – lokale mediabedrijven kunnen verdringen, zelfs al ontstaan er later beperkte samenwerkingen. De volledige wedstrijden blijven exclusief beschikbaar via de DAZN-app, terwijl

onderhandelingen met distributeurs zoals Telenet en Proximus aanslepen. Daarbij draait het niet alleen om prijs, maar ook om bundeling met buitenlandse competities, wat de operatoren niet zien zitten.

Ook op de bredere streamingmarkt is de impact van verticale integratie voelbaar. Grote internationale spelers zoals Netflix, Disney en Warner Bros. Discovery controleren zowel de productie als de distributie van content via hun eigen platformen. Deze verticale integratie maakt het voor lokale spelers moeilijk om te concurreren, zeker nu deze giganten voor het eerst structurele winsten rapporteren.

Mediahuis verkocht in 2024 zijn belang in De Buren aan Via Plaza. Daarmee komt de exploitatie van de regionale zenders ATV, TV Oost en ROBtv terecht bij de maker van Eclips TV. De exploitatieovereenkomst tussen De Buren en TV Limburg kwam ten einde en de commerciële exploitatie wordt momenteel waargenomen door de recent opgerichte exploitatiemaatschappij TV Limburg bv. De integratie tussen enkele regionale tv-omroepen en Mediahuis wordt dus teruggedraaid. TV Limburg gaat hier het verst in.

Er is bij de regionale omroepen wel extra horizontale concentratie. De nieuwe samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse overheid mikt immers op schaalvergroting. Zo wordt de weg vrijgemaakt voor de fusie van de regionale omroepen in West-Vlaanderen (WTV en Focus TV) en Oost-Vlaanderen (AVS en TV Oost), zodat er in 2026 in beide provincies nog één regionale mediaorganisatie actief zou zijn.

Begin 2025 werd dan Focus-WTV vzw erkend als de nieuwe regionale televisieomroeporganisatie voor de provincie West-Vlaanderen. Deze erkenning volgde op de fusie van Focus TV vzw en WTV-Zuid vzw, die elk actief waren in aangrenzende verzorgingsgebieden. De fusie van AVS en TV Oost sprong (voorlopig) af.

Telenet en Proximus zijn telecombedrijven die televisie, telefonie en breedbandinternet aanbieden. Beide bedrijven zijn op diverse terreinen van de waardeketen van televisie actief. Hoewel zij initieel enkel omroepsignaaltransmissiediensten aanboden, zijn beide ondernemingen stelselmatig actiever geworden als televisieomroeporganisatie in de schakel aggregatie en zetten zij steeds verdere stappen in de voorliggende productieschakel. Telenet gaat hier veel verder in dan Proximus, denk bijvoorbeeld aan de volledige overname van De Vijver Media door Telenet waardoor zowel de televisiezenders als het productiehuis zo volledig in handen van Telenet kwamen. Daarnaast is er ook de Telenet-participatie in het productiehuis Caviar. In 2022 werd dit belang opgetrokken naar 70%. Maar sinds de volledige overname van Telenet door Liberty Global staat de participatie in Caviar te koop. Sommigen zien hierin een signaal dat de creatieve nevenactiviteiten van de kabelaar onder druk staan. Een recente ontwikkeling versterkt dat beeld: productiehuis Woestijnvis, dat deel uitmaakt van de Telenet-groep via SBS Belgium, keerde in 2024 een uitzonderlijk dividend van €34 miljoen uit aan Telenet. Die uitkering volgde op een kapitaalvermindering bij Woestijnvis, waarbij het bedrijf een deel van zijn reserves liquideerde. Volgens analisten wijst dit op een strategische heroriëntatie waarbij Telenet zich mogelijk terugplooit op zijn kernactiviteiten en minder inzet op creatieve contentproductie.

In 2024 werd de verticale concentratie wel wat teruggedraaid doordat Telenet zijn kabelinfrastructuur onderbracht in Wyre, een joint venture met Fluvius.

Telenet probeert wel zijn positie als televisiedienstenverdeler te versterken door de introductie van zijn nieuwe lagekostenmerk 'Base'. Dit lijkt een antwoord op de toekomstige betreding van de televisiemarkt door Digi, dat al aankondigde zijn aanbod aan lage prijzen in de markt te zetten. Deze introductie van een nieuwe speler zal de horizontale concentratie waarschijnlijk verder verlagen.

Door het Marktanalysebesluit van 1 juli 2011 biedt Orange ook televisie, telefonie en breedbandinternet aan in Vlaanderen.

Na de verkoop van 75% min één aandeel van telecomoperator VOO aan Orange Belgium in 2021 heeft Orange Belgium begin juni 2023 de overname helemaal afgerond nadat het eerder groen licht kreeg van de Europese Commissie omtrent deze overname, mits voorwaarden.

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet aangekondigd dat ze een ontwerpovereenkomst gesloten

hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen. Dit zou een toename van de concentratie kunnen inhouden, en daarom heeft de Belgische Mededingingsautoriteit besloten om hierover een onderzoek te starten, dat in nauwe samenwerking met de telecom (federaal)- en omroepregulatoren (op het niveau van de gemeenschappen) zal gevoerd worden. De beslissing van de Belgische Mededingingsautoriteit zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse. Recent hebben ook Proximus en Orange Belgium een gelijkaardige intentieverklaring ondertekend voor Franstalig België.

Een bijkomende factor vormen de activiteiten binnen het kader van de stimuleringsregeling, waarbij dienstenverdelers verplicht zijn te participeren in de productie van Vlaamse audiovisuele content (via een bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds of door middel van cofinanciering van producties). Deze regeling startte in 2014 en is momenteel op verschillende dienstenverdelers van toepassing (Telenet, Proximus, Orange Belgium, VOO en Canal+ Luxembourg). Daarnaast geldt er sinds 2019 een investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties in Vlaanderen. Momenteel vallen hier verschillende (inter)nationale spelers onder zoals Netflix, Disney, Amazon, Google, Apple en Streamz. Beide financiële regelingen werden herwerkt tot een eengemaakt stimuleringsregeling die in 2025 in voege ging. In de nieuwe regeling worden ook aanbieders van videoplatformdiensten, zoals Meta en TikTok, meegenomen.

De Vlaamse ondernemingen die aanwezig zijn op de televisiemarkt hebben vaak ook activiteiten die zich buiten de televisiewereld afspelen. De meeste combineren al langer televisie met internetactiviteiten. Op radiogebied zijn VRT en DPG Media, alsook Telenet (Play Media) en Mediahuis (via Play Nostalgie) reeds lang actief. De erkenning van NRJ Vlaanderen werd toegekend aan SBS Media Belgium. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ op de FM-band door Nostalgie Plus. In 2023 kocht Telenet via Play Media 20% van de aandelen in Vlaanderen Eén nv over van Mediahuis, dat wel meerderheidsaandeelhouder blijft. Vlaanderen Eén is de vennootschap boven de radiozender Play Nostalgie en zusterzender Nostalgie Plus (via SBS Media Belgium). In mei 2025 stelde SBS Media Belgium nv een wijziging voor in haar aandeelhoudersstructuur. Zowel Mediahuis als Play Media zullen (een deel van) hun openstaande vorderingen op SBS Media Belgium inbrengen in ruil voor nieuwe aandelen. Deze nieuwe aandelen, samen met de bestaande aandelen van Play Media, worden volledig overgedragen aan Mediahuis, waardoor Mediahuis de enige aandeelhouder wordt. De statutaire naam verandert van SBS Media Belgium naar Vlaanderen Twee, terwijl de commerciële naam Nostalgie Plus behouden blijft.

Studio 100, van oorsprong louter productiehuis, haalt belangrijke verdiensten uit merchandising en andere vormen van entertainment, zoals pretparken. Het is ook actief op de buitenlandse markt. Studio 100 en Streamz kwamen bovendien overeen een aparte kidszone te voorzien op het VTM GO (+)-platform.

De verticale integratie is dus erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuizen verzwakken. Al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuizen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en een publieke omroep. Het is tegelijk opvallend dat Telenet en DPG Media toenadering zoeken tot elkaar, wat zich uitte in de oprichting van een Vlaams streamingalternatief, Streamz. In ieder geval zijn er indicaties dat verschillende productiehuizen en commerciële tv-omroepen in financieel zwaar weer zitten.

Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

Hiervoor wordt teruggegrepen naar het sterkste omroepmerk, waarrond zenders worden gebouwd. VRT kiest zo voor het merk VRT (VRT 1 en VRT Canvas), terwijl DPG Media opteert voor het merk VTM. Telenet / SBS Belgium (nu Play Media) kiest voor het merk Play om de link te maken naar de moedergroep Telenet. Bovendien werken de dienstenverdelers en de private televisieomroeporganisaties actief samen rond een uniform model voor televisiereclame.

Zolang er een stevige muur tussen de redactie en de marketingafdeling staat, hoeft dit niet meteen een groot probleem te zijn. Het VVJ-bestuur waarschuwde in 2021 echter voor de toenemende verstrengeling tussen het nieuwsaanbod en commerciële content in sommige mediabedrijven.[591] Ook onderzoek van de VUB over de band tussen mediaconcentratie en zelfpromotie illustreert dit risico.[592] In 2023 bracht het online nieuwsmedium Apache nog een artikel uit over de cumul- en nevenactiviteiten van voornamelijk VRT-schermgezichten.[593]

De Media.Monitor van Mediapunt[594] onderzoekt crossmediagebruik vanuit het standpunt van de consument. Het stelt dat de coronapandemie het crossmediagebruik een serieuze boost heeft gegeven. De digitalisering kwam in een stroomversnelling en het merendeel van de Vlamingen maakt frequenter gebruik van allerhande platformen en kanalen. Deze stijging in crossmediagebruik zorgt voor een stijging in crossmediaproductie (en/of omgekeerd). Gebruikers consumeren media op allerhande platformen, (nieuws)mediaorganisaties kunnen niet anders dan volgen. Nieuws neemt in het mediarepertoire van het merendeel van de Vlamingen wel geen vooraanstaande plaats in. De meesten zijn wel op de hoogte van het belangrijkste nieuws. Dit gebeurt niet altijd via hun mediagebruik, maar eerder via hun netwerk.

.

### 3.1.2.2 Analyse op basis van financiële gegevens

Hieronder volgen enkele overzichten van de meest recente financiële gegevens voor de belangrijkste facilitaire bedrijven, productiehuizen, publieke en private omroeporganisaties, exploitatiemaatschappijen voor regionale televisie en netwerkbeheerders/operatoren. De jaarrekeningen omvatten de financiële gegevens van alle activiteiten van een onderneming zonder daarbij een onderscheid te maken tussen de verschillende producten en diensten waarmee ze op de markt vertegenwoordigd zijn. Het is dus niet mogelijk om op basis van louter omzetcijfers of andere financiële gegevens eenduidige conclusies te trekken betreffende concentraties in de televisiemarkt.

#### 3.1.2.2.1 Facilitaire bedrijven

In de volgende tabel vindt u een selectie uit de financiële rapportering van de tien grootste facilitaire bedrijven.

## FINANCIËLE GEGEVENS

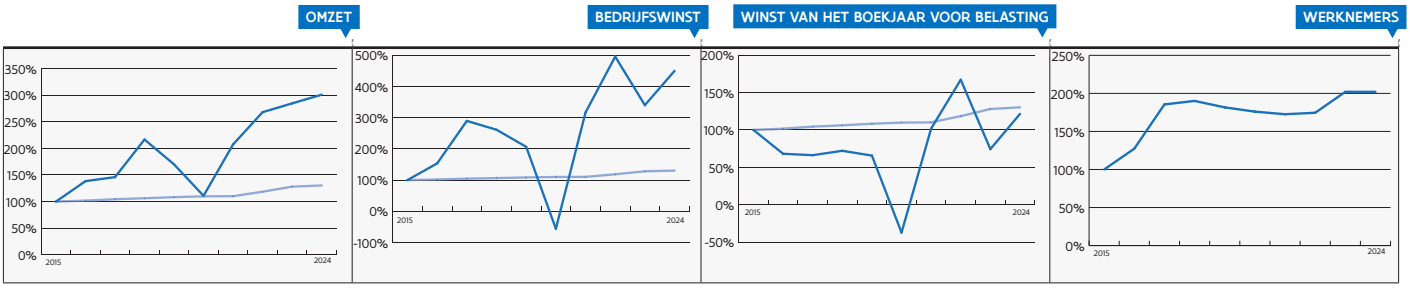
| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| EMG Belgium (Videohouse) | 34.122.586 | 74.684.663 | 84.935.475 | 87.231.036 | 2.897.744 | 2.951.115 | 287,1 |
| LITES (FAC'S) | 10.919.188 | 29.680.056 | - | - | 1.765.490 | 1.165.533 | 16,6 |
| DIGITAL MEDIAFACILITIES (DMF) | 5.907.065 | 7.288.910 | 688.243 | 10.645.770 | 393.800 | 349.242 | - |
| Cyborn | 3.672.337 | 6.996.802 | - | - | -137.506 | -175.910 | 19 |
| DB Video Productions | 3.284.267 | 11.939.740 | 18.738.197 | 18.862.107 | 2.083.034 | 2.150.377 | 37,6 |
| Warner Bros. International Television | 3.213.358 | 4.602.845 | 6.737.879 | 5.494.284 | 265.234 | 263.404 | 15,6 |
| Ampli | 2.643.618 | 3.209.072 | - | - | 785.927 | 808.652 | 15,8 |
| Eurogrip | 2.415.455 | 2.875.722 | - | - | 484.397 | 477.403 | 7,2 |
| Watts | 2.154.390 | 3.220.050 | - | - | 676.912 | 667.877 | 4,1 |
| NEP Belgium | 1.805.141 | 16.759.088 | 23.115.513 | 26.205.104 | 922.886 | 93.771 | 78,7 |

Tabel 62: Financiële gegevens 2024 grootste facilitaire bedrijven[595]

591 Voor meer informatie, zie: https://journalist.be/2021/09/vvj-ongerust-over-vermenging-journalistiek-en-commerciele-content.
592 Gepresenteerd tijdens een hoorzitting in de Commissie media over mediaconcentratie en journalistieke zelfpromotie op 12 november 2020.
593 Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij. https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij
594 Mediapunt, "Mediamonitor: de stand van mediaonderzoek in Vlaanderen anno 2023", https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/mediamonitor2023, 21 mei 2024.
595 In deze lijst ontbreekt PRG Projects omwille van de laattijdige indiening van hun jaarrekening bij de Nationale Bank.

Algemeen gesproken kunnen we stellen dat de tien grootste facilitaire bedrijven, waarvoor financiële cijfergegevens uit 2024 beschikbaar zijn, degelijke financiële resultaten kunnen voorleggen.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 39 : Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – facilitaire bedrijven[596]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Deze grafiek toont de evolutie van de waarden t.o.v. 2015. In 2020 zien we een duidelijk verlies ten gevolge van corona. In 2021 en 2022 zien we een herstel. In 2023 is er opnieuw een neergang van de winstgevendheid, vermoedelijk door de inflatie, want de omzet stijgt bijvoorbeeld gewoon door. In 2024 herstelt de winstgevendheid zich.

### 3.1.2.2.2 Productiehuizen

Hieronder bevindt zich een selectie uit de financiële rapportering van de vijftien grootste productiehuizen.

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Studio 100 | 66.342.245 | 286.326.533 | 107.198.969 | 105.783.615 | 6.379.799 | 22.970.004 | 175,1 |
| Caviar Group | 23.619.198 | 27.860.546 | - | 159.400 | -26.075 | -961.970 | - |
| Woestijnvis | 15.130.959 | 30.860.871 | 60.815.508 | 62.994.295 | 4.083.125 | 5.934.682 | 141,4 |
| Warner Bros. International Television Production België Specials | 14.300.188 | 17.069.593 | 3.178.673 | 3.267.903 | -111.397 | 330.953 | 19,7 |
| De Mensen | 9.466.859 | 21.644.769 | 17.444.230 | 20.174.883 | 933.547 | 1.136.766 | 60 |
| Eyeworks Film & TV Drama | 9.154.060 | 20.532.739 | 14.558.145 | 13.878.862 | 2.151.164 | 2.032.479 | 17,7 |
| Menuetto | 7.842.123 | 17.194.301 | | | 623.484 | 141.982 | 0,2 |
| Banijay Belgium | 7.071.952 | 21.399.232 | 23.949.675 | 26.750.696 | -2.565.839 | 1.662.023 | 80,1 |
| Menuet | 6.888.292 | 7.335.860 | - | - | -354.245 | -47.847 | 0,8 |
| Lunanime | 5.425.274 | 16.374.512 | 851.947 | 6.203.981 | -1.484.372 | -640.764 | 6 |
| JonnyDePony | 5.174.417 | 10.733.519 | - | - | -430.665 | 1.477.080 | 10 |
| Caviar Antwerp | 4.137.036 | 13.842.294 | 16.275.550 | 9.331.383 | 567.984 | -444.197 | 6,9 |
| Heartmade Media | 3.090.737 | 11.730.919 | - | - | -1.034.478 | 197.002 | 11,1 |
| Panenka | 3.058.773 | 30.703.724 | 14.535.524 | 25.992.806 | 1.818.801 | 1.913.737 | 23,8 |
| Vivi Film | 2.745.795 | 10.756.302 | - | - | -324.646 | 238.730 | - |

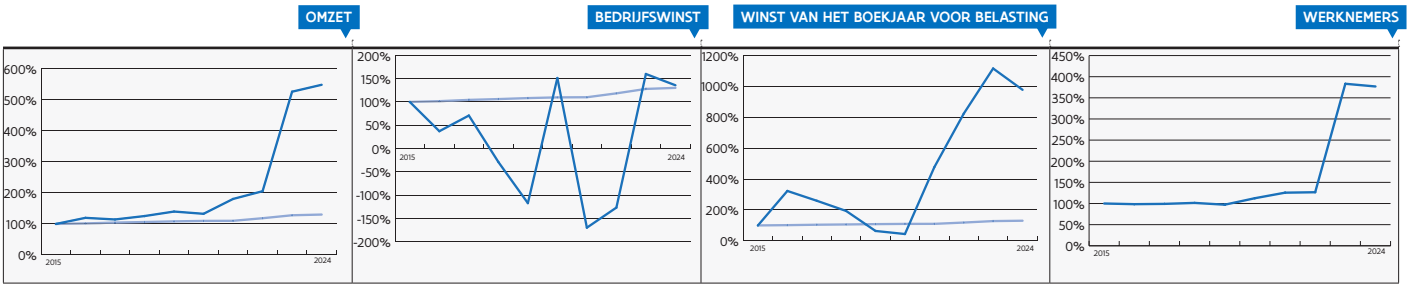
Tabel 63: Financiële gegevens 2024 productiehuizen

De top vijf van grootste productiehuizen is gelijkaardig aan die van vorig jaar. Studio 100 heeft uiteraard ook nog veel andere activiteiten binnen de Benelux (bv. productie en distributie van tv-programma's en films, productie en exploitatie van theatervoorstelling, etc.). Tegelijk fungeert de vennootschap ook als

596 In deze grafiek ontbreken financiële gegevens van verschillende facilitaire bedrijven omwille van de laattijdige indiening van hun jaarrekeningen bij de Nationale Bank.

holdingmaatschappij van Studio 100 Groep.[597] Woestijnvis, dat deel uitmaakt van de Telenet-groep via SBS Belgium, keerde in 2024 een uitzonderlijk dividend van €34 miljoen uit aan Telenet. Die uitkering volgde op een kapitaalvermindering bij Woestijnvis, waarbij het bedrijf een deel van zijn reserves liquideerde.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 40: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – productiehuizen[598]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

De markt kende een sterke omzetgroei, vooral vanaf 2022, maar de bedrijfswinst bleef lange tijd achter. Pas in 2023 en 2024 is er sprake van herstel. De winst voor belasting is sterk gestegen, wat niet volledig in lijn is met de bedrijfswinst. Dit suggereert dat andere factoren dan operationele winst hier een rol in spelen. De toename van werknemers vanaf 2022 wijst op schaalvergroting, maar kan ook druk zetten op de winstgevendheid.

Deze combinatie van groei, personeelsuitbreiding, volatiele winstgevendheid en boekhoudkundige winstpieken is consistent met sectoren die consolideren.

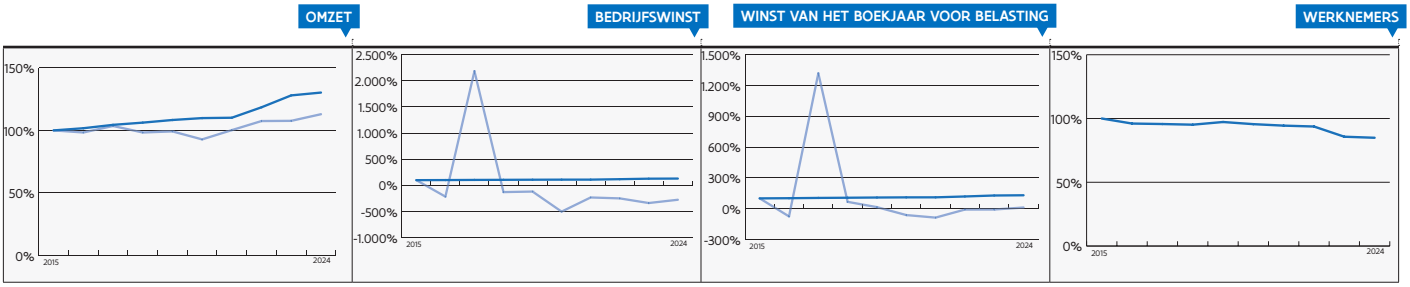
### 3.1.2.2.3 Openbare omroep en landelijke televisie

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| ● VRT nv | 280.686.160 | 736.190.153 | 488.358.980 | 500.385.778 | -7.719.703 | 545.260 | 1.890,3 |

Tabel 64: Financiële gegevens 2024 publieke televisieomroeporganisatie

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 41: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 publieke televisieomroep
Bron: VRM op basis van informatie NBB

De financiële gegevens van de publieke radio- en televisieomroeporganisatie VRT werden reeds besproken onder titel 3.1.1.2 van dit rapport.

De opsplitsing tussen de financiële gegevens van radio en televisie kan niet exact gemaakt worden. VRT geeft echter in haar jaarverslag aan hoe de kosten tussen de verschillende mediaplatformen worden verdeeld. Voor

597 Studio 100 nv (2025). Jaarrekening 2024, p. 46.
598 In deze grafiek ontbreken financiële gegevens van verschillende productiehuizen omwille van de laattijdige indiening van hun jaarrekeningen bij de Nationale Bank.

de tv-aanbodsmerken bedroeg het aandeel in de kosten voor 2024 36,1%, wat een daling is t.o.v. vorig jaar (2023: 39,4%).[599]

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| DPG Media nv | 194.536.161 | 571.903.552 | 571.257.751 | 609.914.217 | 74.247.013 | 61.813.919 | 1.187,9 |
| Streamz bv | 29.551.001 | 65.453.234 | 56.107.075 | 57.117.946 | -3.539.050 | -4.253.155 | 36,9 |
| Proximus Media House nv | 9.947.652 | 44.007.692 | 48.558.765 | 51.351.128 | 3.397.542 | 3.601.455 | 57,6 |
| Play Media | 6.902.126 | 102.400.381 | 108.144.656 | 112.195.720 | -6.897.614 | -7.490.052 | 91,3 |
| Dobbit nv | 6.502.464 | 6.867.712 | 2.295.032 | 2.451.539 | 34.870 | 84.065 | 11,5 |
| Studio 100 TV nv | 5.963.648 | 6.806.204 | - | - | 257.604 | 426.041 | - |
| Via Plaza nv | 1.571.145 | 2.090.999 | - | - | 748.225 | 747.530 | 0,5 |
| Ment Media | 367.792 | 405.912 | - | - | 42.962 | 43.077 | - |
| CSI Sports Media bv | -226.560 | 110.444 | - | - | -3.020 | 1.898 | - |
| Plattelands TV nv | -396.992 | 4.021.909 | - | - | -269.435 | -272.605 | 9,2 |
| Njam! nv | -1.221.819 | 3.321.451 | - | - | 237.128 | 151.789 | - |
| BELGIAN BUSINESS TELEVISIE nv | -10.955.109 | 581.274 | - | - | 607.275 | 126.695 | 11,4 |

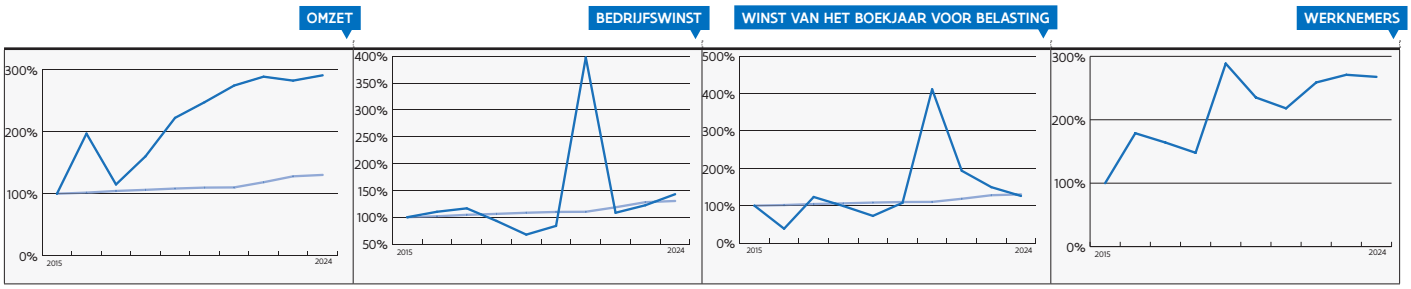
Tabel 65: Financiële gegevens 2024 private omroeporganisaties

DPG Media staat steevast stevig op de eerste plaats. De financiële gegevens van DPG Media werden reeds besproken onder titel 3.1.1.2 van dit rapport.

Streamz, de tweede in rij, onderging in 2023 een kapitaalsverhoging door beide aandeelhouders van €33 miljoen, waarvan €21 miljoen omzetting van bestaande leningen. Dat zou moeten zorgen voor een sterke financiële buffer die Streamz in staat stelt het verlies van 2023 op te vangen en zijn verdere groeiambities te ondersteunen.[600] Dit kapitaal vormt nog steeds een voldoende sterke financiële buffer ongeacht het verlies van 2024. Het gerealiseerde verlies was bovendien beter dan budgettair voorzien.[601]

Play Media tekende weer stevige verliescijfers op, net als vorig jaar. Toen ontvingen de bestuurders van Play Media nv een letter of financial support van Telenet Group nv. Door deze brief heeft de ultieme aandeelhouder Telenet Group nv onherroepelijk en onvoorwaardelijk toegezegd financiële steun te verlenen, hetzij direct, hetzij indirect. Dit moet de vennootschap Play Media nv in staat stellen aan al haar wettelijke en operationele verplichtingen te voldoen. Op deze manier moet de continuïteit gegarandeerd worden tot aan de algemene vergadering die de rekeningen goedkeurt van het boekjaar eindigend op 31 december 2025.[602]

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 42: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – private omroeporganisaties
Bron: VRM op basis van informatie NBB

599 VRT nv (2025). Jaarverslag 2024, p. 81.
600 Streamz (2024), jaarrekening 2023, p. 34.
601 Streamz (2025), jaarrekening 2024, p. 37.
602 Play Media nv (2025). Jaarrekening 2024, p. 45.

Voor de berekening van de gemiddelden in deze grafiek werd geen rekening gehouden met de gegevens van Telenet, aangezien omroepactiviteiten slechts een fractie van zijn activiteiten omvat en ze dus buitenproportioneel sterk zouden doorwegen in de gemiddelden. De gegevens van deze onderneming wordt opgenomen in Tabel 66. Bovendien zitten de dochterbedrijven van Telenet en Proximus, respectievelijk Play Media en Proximus Media House (die zich eerder focussen op omroepactiviteiten), wel in deze grafiek.

Door de volledige overname van Medialaan door De Persgroep in 2019 veranderde de naam naar DPG Media en werden alle media-activiteiten (dus ook o.a. geschreven pers) hierin ondergebracht. Dat verklaart de sterke stijging van de curves van de omzet en het aantal werknemers in 2019. Daarna groeide de omzet ook nog stevig door. Wat het aantal werknemers betreft, steeg de curve in 2022 voor het eerst sinds 2019 en lag op hetzelfde niveau als voor de coronacrisis. In 2023 steeg deze verder door om in 2024 te stagneren.

DPG Media (en in tweede orde Streamz, Play Media en Proximus Media House) zijn grote spelers, daling of stijging van hun cijfers wegen dus sterk door in het gemiddeld resultaat. Dit verklaart ook de piek van de bedrijfswinst en de winst voor belastingen in 2021. Beide pieken zijn toe te schrijven aan de geboekte resultaten van DPG Media.

Globaal kende de markt een sterke groei in omzet en personeel, gevolgd door een periode van stabilisatie. De combinatie van stijgende bedrijfswinst en stabiliserende personeelsgroei suggereert dat bedrijven efficiënter zijn geworden na 2021.

### 3.1.2.2.4 Regionale omroeporganisaties

## FINANCIËLE GEGEVENS

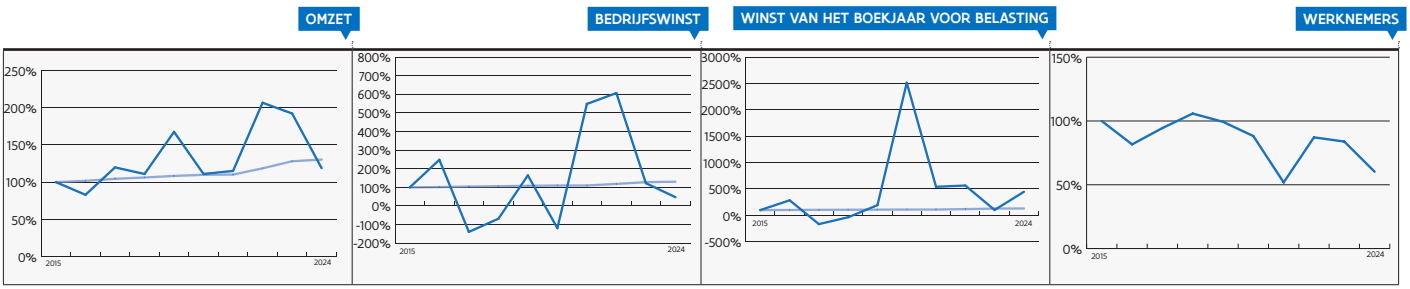
| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (–) | WINST (–) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Regionale Media Maatschappij | 2.030.588 | 2.932.367 | - | - | 484.236 | 472.562 | 19,7 |
| De Buren | 1.842.164 | 2.856.995 | 5.975.330 | 6.710.524 | -527.134 | -530.190 | 17,6 |
| RTV | -172.442 | 568.037 | - | - | -5.562 | -471.444 | 4,7 |

Tabel 66: Financiële gegevens 2024 exploitatiemaatschappijen regionale televisie[603]

De Buren heeft het al vier jaar moeilijk, met vrij stevige verliezen tot gevolg, terwijl de Regionale Media Maatschappij al vier jaar op rij winstgevend is.

RTV kende in 2024 een zwaar verlies van het boekjaar voor belastingen, waardoor het eigen vermogen in de min gaat. In augustus 2025 kwam er dan het bericht dat er in de kosten gesneden zal worden, o. a. door personeelsafvloeiingen.[604]

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 43: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – exploitatiemaatschappijen regionale tv[605]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

603 Bij het afsluiten van de redactie was de jaarrekening van AVS nog niet beschikbaar.
604 Gazet van Antwerpen, "Regionale zender RTV moet besparen en laat vijf mensen gaan", 14 augustus 2025.
605 In deze grafiek ontbreken voor 2024 de gegevens van AVS.

Het is belangrijk om op te merken dat de gemiddelde bedrijfswinst en de gemiddelde winst van het boekjaar voor belastingen in 2015 negatief was, waardoor een stijging van de curve, negatief is. De piek van de curves in 2020 is toe te schrijven aan AVS, dat toen een stevig verlies leed.

Zowel bedrijfswinst als winst voor belasting tonen extreme pieken en dalen, waarbij een stijging een verergering van het verlies betekent. Er is duidelijk sprake van financiële instabiliteit. De omzet is niet stabiel, wat wijst op een kwetsbare marktpositie. De daling in het aantal werknemers wijst op structurele ingrepen van bedrijven om de organisatie financieel leefbaar te houden.

## INFOFRAGMENT 21: VERGOEDING VANWEGE DE DIENSTENVERDELERS VOOR DE REGIONALE OMROEPEN

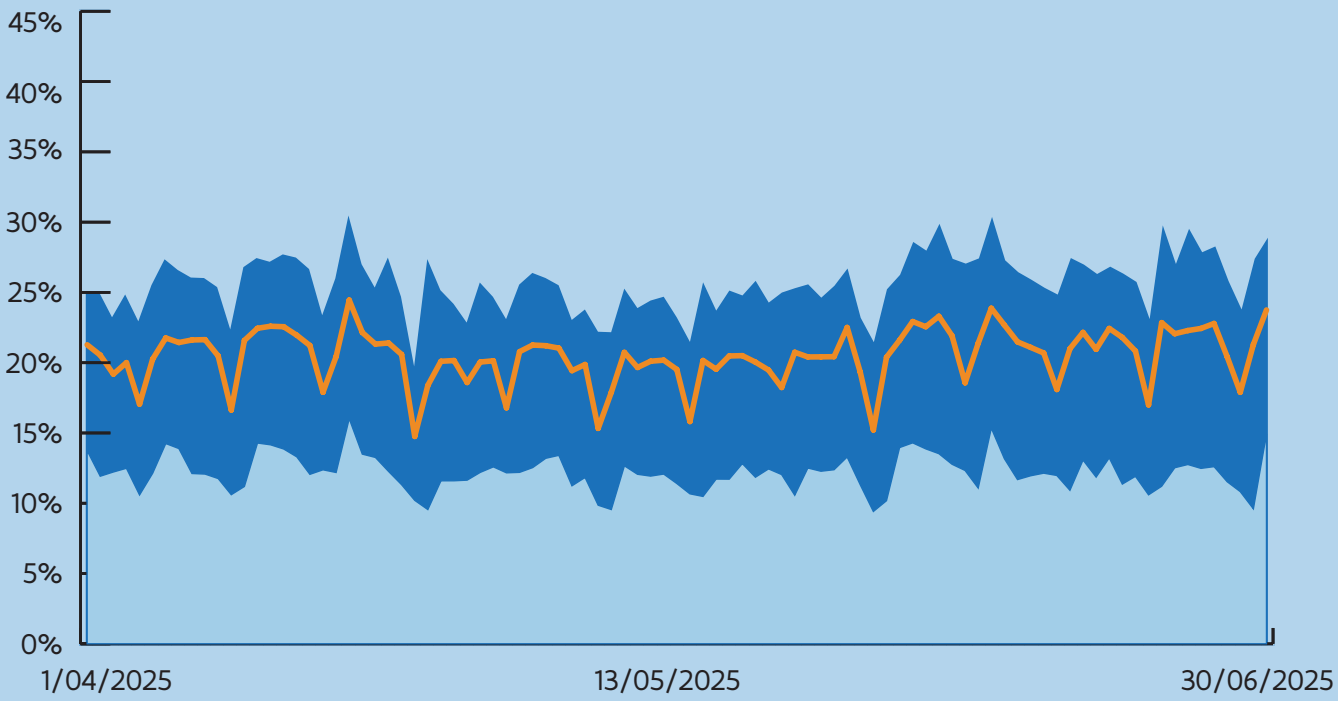
Naar aanleiding van het heronderhandelen van de overeenkomsten tussen de regionale omroepen en Telenet ontstond er in 2011 een conflictsituatie.

De kabeldistributeur wilde zich voor zijn nieuwe vergoedingen baseren op het marktaandeel van de omroepen. De regionale omroepen konden zich niet vinden in die nieuwe berekeningswijze. Zij maken immers informatieprogramma's voor een specifiek publiek in een welomschreven – beperkt – zendgebied. Deze opdracht is zo vastgelegd door de Vlaamse overheid. Hierdoor is hun marktaandeel automatisch beperkt.

Dit heeft geleid tot het decreet van 21 februari 2014 houdende wijziging van diverse bepalingen over de regionale televisieomroeporganisaties van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie en een bijhorend besluit van de Vlaamse Regering van 25 april 2014 betreffende de regionale televisieomroeporganisaties ter uitvoering van artikel 166/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

Sinds 2015 heeft elke regionale omroep recht op een bereikvergoeding vanwege de dienstenverdelers die in het Nederlandse taalgebied actief zijn.

De VRM berekent deze bereikvergoeding per kwartaal op basis van de bereikgegevens die de dienstenverdelers hem meedelen. Het procentueel dagbereik is een interessante meeteenheid van het bereik van een regionale zender. Dit cijfer geeft weer welk percentage van alle abonnees binnen het verzorgingsgebied van een regionale omroep minstens één minuut naar de regionale omroep heeft gekeken op die dag.




Figuur 44: Gemiddelde, maximum en minimum van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen voor het tweede kwartaal van 2025
Bron: VRM op basis van gegevens dienstenverdelers

In de grafiek in Figuur 44 geven we het gemiddelde van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen die vallen onder de bereikvergoedingsregeling weer, net zoals het maximum en minimum voor die dag. Het maximum en minimum worden niet elke dag door dezelfde omroep gerealiseerd.

De meeste omroepen volgen een gelijkaardige trend wat pieken en dalen van bereikcijfers betreft. Het bereik ligt wel ver uiteen: terwijl de populairste regionale omroep gemiddeld over het kwartaal quasi dagelijks meer dan 24% van haar potentiële kijkers bereikt, ligt dit van de minst populaire omroep gemiddeld op ongeveer 12%. Lokale evenementen, gebeurtenissen of rampen kunnen soms hoge pieken veroorzaken.

Als we de weektrend bekijken, dan zien we dat er niet echt een dag bovenuit steekt. Op quasi alle dagen kijken er rond de 20% van de potentiële kijkers naar een regionale omroep. Enkel zaterdag is duidelijk minder populair.

### 3.1.2.2.5 Netwerken/dienstenverdelers omroepsignaaltransmissie

## FINANCIËLE GEGEVENS

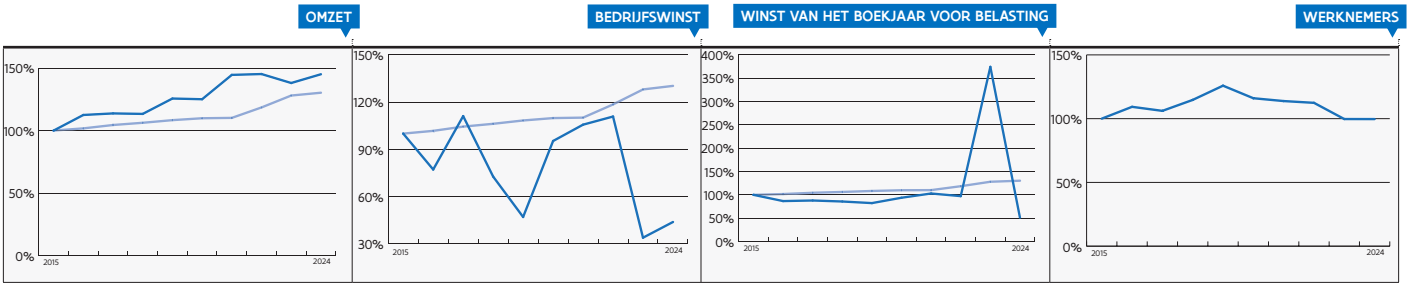
| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Telenet | 2.694.226.088 | 4.509.860.830 | 2.139.480.900 | 2.301.281.247 | 9.139.314 | -31.740.476 | 2.599,6 |
| Proximus | 1.470.179.791 | 9.814.248.369 | 3.980.971.559 | 4.503.189.665 | 130.691.675 | 388.127.914 | 8.686 |
| Orange Belgium | 874.254.301 | 3.426.371.630 | 1.419.729.310 | 1.511.251.845 | 75.977.508 | 90.272.380 | 1.543,9 |
| Voo | 705.982.327 | 1.067.902.152 | 569.514.984 | 739.953.797 | 22.756.789 | 12.562.403 | 732,7 |
| Wyre | 659.287.257 | 3.548.230.294 | 683.175.963 | 710.676.051 | 129.699.394 | 61.089.242 | 202,4 |
| Fiberklaar | 216.467.161 | 768.532.448 | 9.713.751 | 20.157.821 | -7.582.798 | -33.418.821 | 59,8 |
| BETV | 19.318.914 | 31.503.517 | 27.703.655 | 36.145.255 | -972.625 | -597.673 | 69,8 |
| Belgian Tower Company | 4.358.566 | 7.336.375 | 7.912.356 | 8.027.943 | -545.723 | -549.342 | 9,8 |

Tabel 67: Financiële gegevens 2024 netwerken/dienstenverdelers omroepsignaaltransmissie

Proximus zag zijn omzet in 2024 stijgen en in tegenstelling tot vorig jaar volgde de winstgevendheid wel. De bedrijfswinst voor 2024 bedroeg € 131 miljoen (2023: € 97 miljoen). De winst voor belastingen in 2024 bedroeg € 388 miljoen (2023: € 191 miljoen). Het aantal werknemers daalde voor het tweede jaar op rij.

De activiteiten van alle distributeurs bevinden zich voor het merendeel buiten de omroepsignaaltransmissiesector, en daarom heeft het geen zin om hier specifiek voor televisie een analyse te maken. De tabel geeft wel inzicht in de financiële toestand van de ondernemingen die ook verantwoordelijk zijn voor omroepsignaaldistributie.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 45: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – omroepsignaaltransmissie
Bron: VRM op basis van informatie NBB

De activiteiten van alle distributeurs bevinden zich voor het merendeel buiten de omroepsector, en daarom heeft het geen zin om hier specifiek voor televisie een analyse te maken. De grafieken geven wel een inzicht in de evolutie van de gemiddelde waarden voor ondernemingen die ook verantwoordelijk zijn voor omroepsignaaltransmissie.

De curve van de gemiddelde omzet stijgt stelselmatig en ligt ruim boven de evolutie van de CPI. De piek in 2021 wijst op groei in de sector, gevolgd door een stagnatie. De markt kende dus expansie, maar de stagnatie sinds 2021 kan wijzen op verzadiging, concurrentiedruk of prijsdruk.

De bedrijfswinst schommelde sterk, met een piek in 2017 en dalen in 2019 en 2023. In 2024 bleef de bedrijfswinst laag. Dit ligt vermoedelijk aan de dure investeringen in netwerken. De piek bij de winst van het boekjaar voor belastingen in 2023 ligt aan een uitzonderlijke winst voor Telenet door de Wyre-transactie.

Het gemiddeld aantal werknemers steeg tot 2019, maar daalde daarna terug tot ongeveer het niveau van 2015. De sector lijkt dus sinds 2020 te rationaliseren, mogelijk door automatisering, digitalisering of herstructureringen.

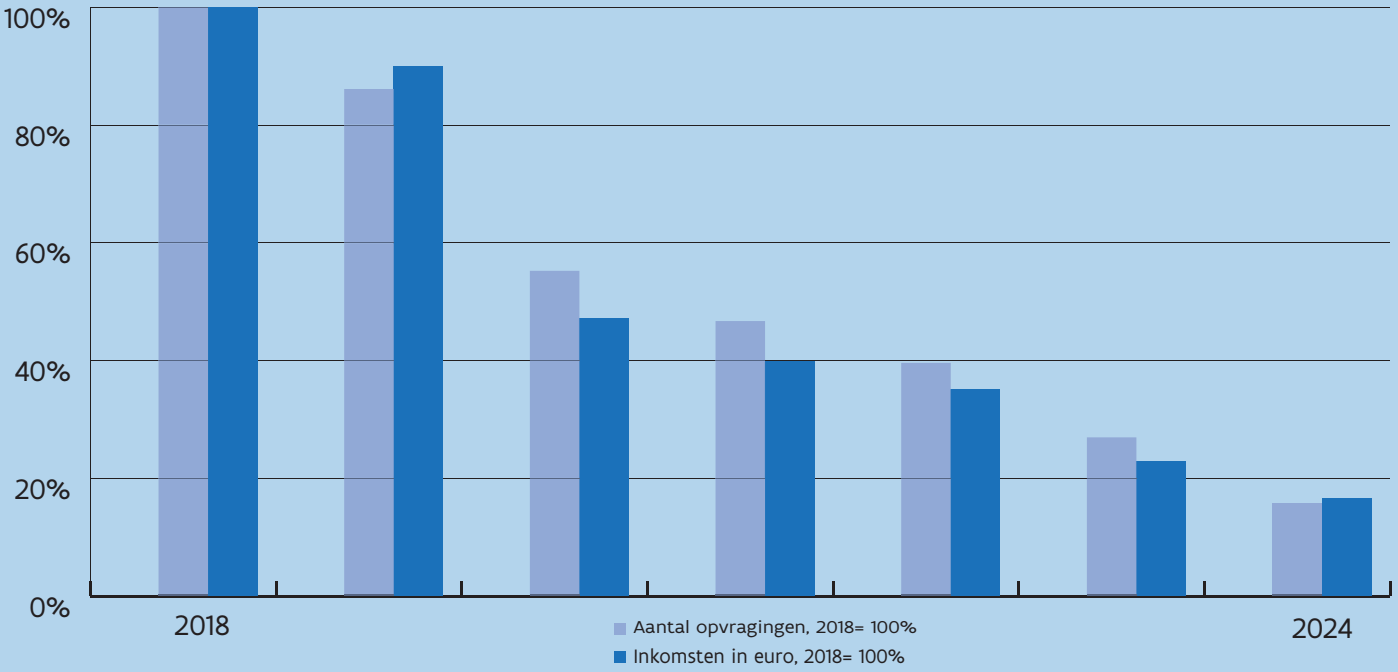
### INFOFRAGMENT 22: INKOMSTEN UIT VIDEO-ON-DEMAND

De VRM vraagt jaarlijks bij verschillende marktspelers (dienstenverdelers, omroepen, platformen) informatie op over de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand. Gezien de vertrouwelijkheid van de gegevens kan de VRM hierover uitsluitend in geaggregeerde vorm rapporteren.

Transactionele video-on-demand (TVOD)

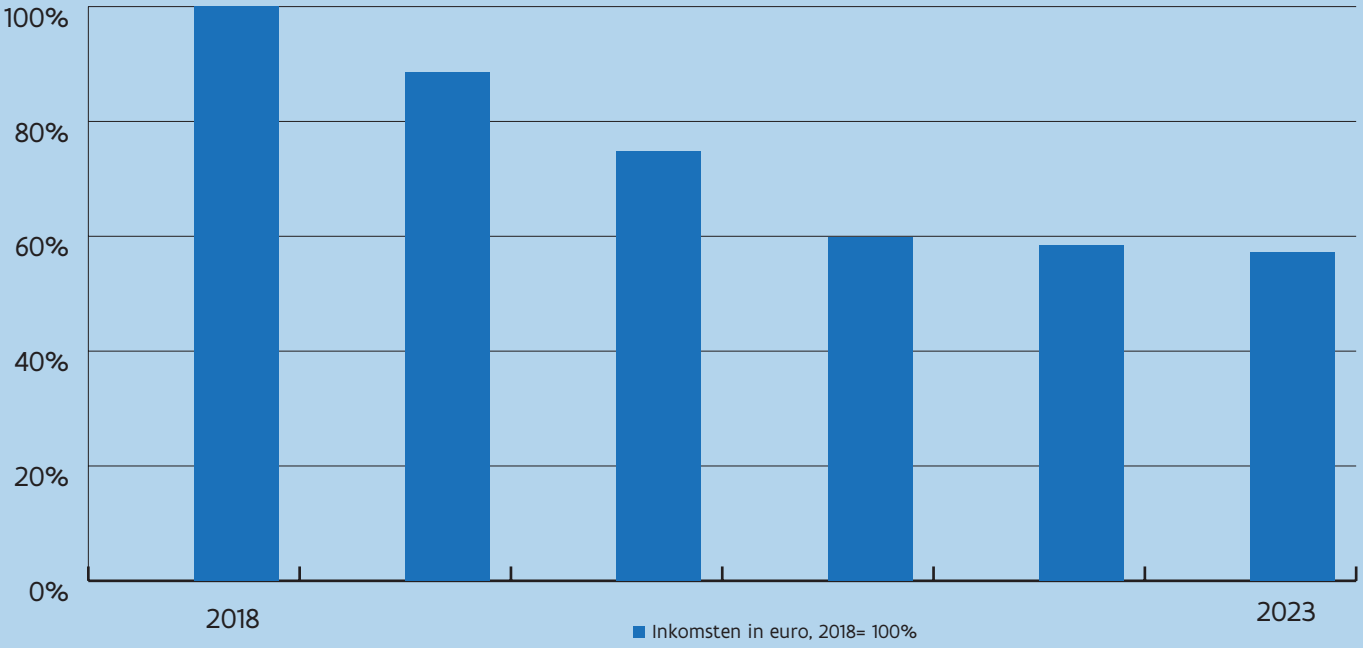
TVOD betekent het huren van bepaalde content of het kopen van het recht om bepaalde content een beperkte tijd te bekijken, en het kopen van het recht om bepaalde content onbeperkt te bekijken. Soms gebeurt dit via tussenkomst van een omroeporganisatie, voornamelijk via interactieve digitale televisie.

In vorige rapporten werd de markt bekeken sinds 2007. Door een uitgebreidere informatieverzameling, met inbegrip van meer aanbieders, bekijken we de markt nu vanaf 2018. De markt van TVOD met tussenkomst van de televisieomroepdiensten kent een duidelijke daling, zowel van het aantal opvragingen als de inkomsten. Er kan een verklaring gevonden worden in de trend dat televisieomroepdiensten meer en meer televisieprogramma's online beschikbaar stellen, alsook dat deze producten vaker inbegrepen zijn in een abonnement.




Figuur 46: Procentuele evolutie van het aantal opvragingen en inkomsten in euro met tussenkomst van de televisieomroepdiensten
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van TVOD-diensten via tussenkomst van omroeporganisaties in het Nederlandse taalgebied

De VRM brengt al vijf jaar quasi de volledige TVOD-markt in kaart, met inbegrip van aanbieders die niet in Vlaanderen gevestigd zijn, maar hier wel diensten aanbieden. Tussen 2018 en 2021 zien we een duidelijke daling. Dit kan verklaard worden door de stijgende populariteit van andere video-on-demand aanbiedingen. De laatste drie gerapporteerde jaren treedt er een stabilisatie op.



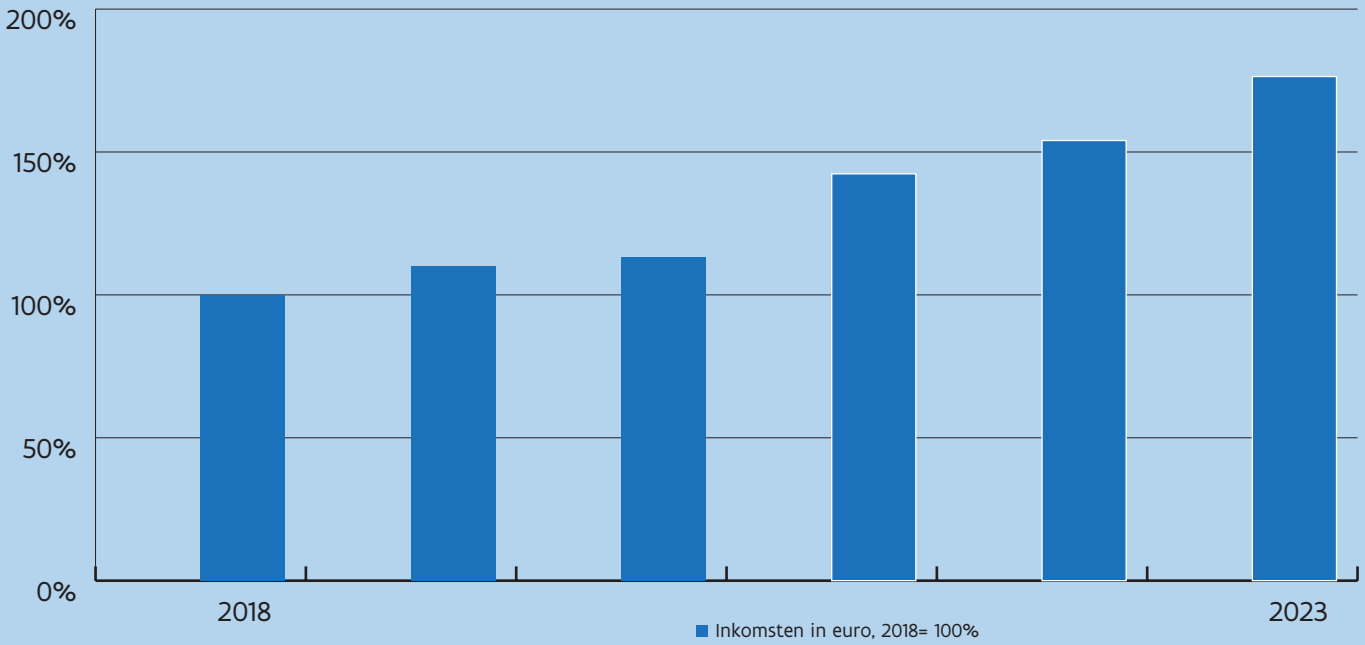

Figuur 47: Procentuele evolutie van het aantal inkomsten in euro zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten

Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van TVOD-diensten in het Nederlandse taalgebied

### Subscription video on demand (SVOD)

Bij SVOD krijg je voor een vaste som per maand toegang tot een catalogus van content waar je onbeperkt gebruik van kan maken. Tot vorig jaar werd ook hier een onderscheid gemaakt tussen met of zonder tussenkomst van een televisieomroeporganisatie, maar door de convergentie van SVOD-aanbiedingen is dit niet meer mogelijk.

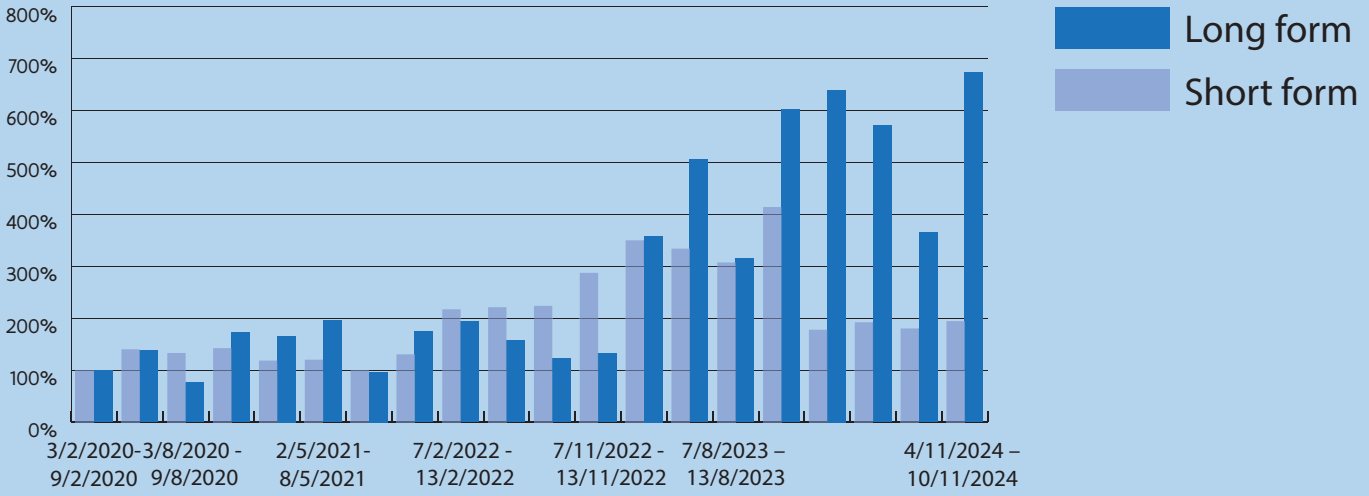
De SVOD-markt groeit nog altijd sterk.




Figuur 48: Procentuele evolutie van de inkomsten in euro's
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij aanbieders van SVOD-diensten in het Nederlandse taalgebied

### Free video-on-demand (FVOD)

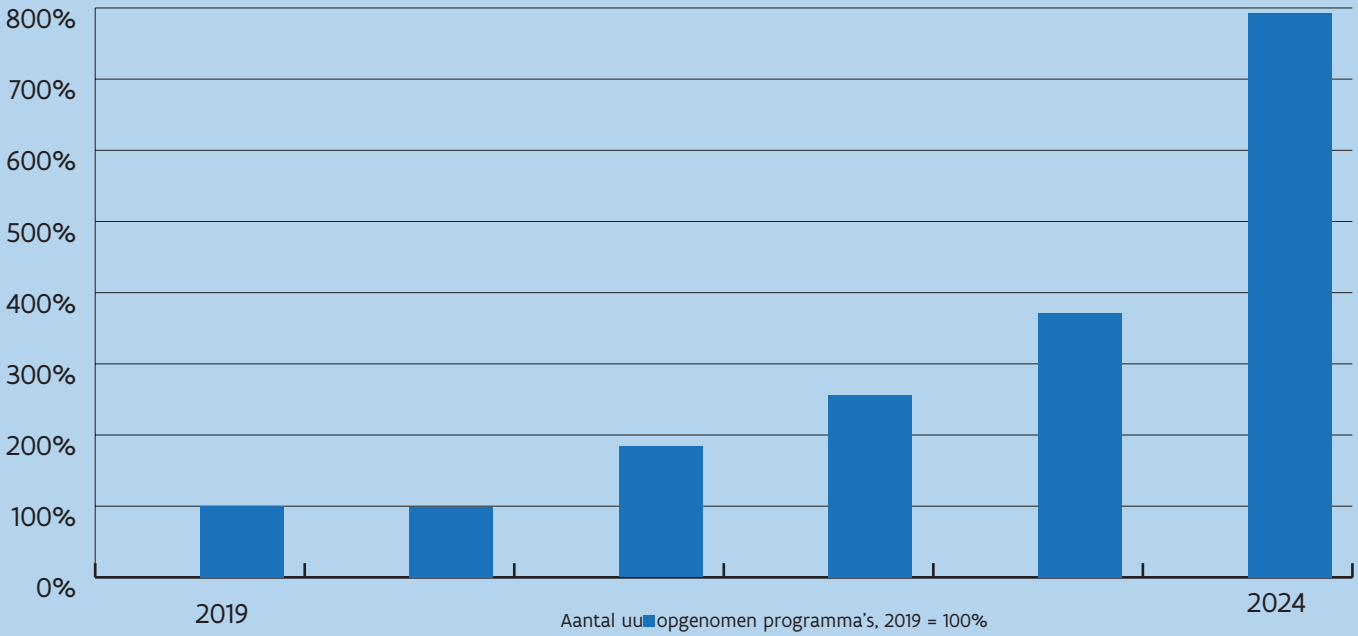
Bij FVOD kan je gratis naar videocontent kijken. Vaak wordt de content gefinancierd door het bekijken van advertenties of door publieke middelen. Hieronder wordt de evolutie bij de Vlaamse audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media weergegeven. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen short form video (minder dan tien minuten) en long form video (meer dan tien minuten). We zien in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form. In 2024 zet deze stijging zich verder voor long form video, terwijl short form video terug inzakt.




Figuur 49: Procentuele evolutie van het gemiddeld dagelijks aantal kijkers naar audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij Vlaamse aanbieders van FVOD-diensten

## Opnames

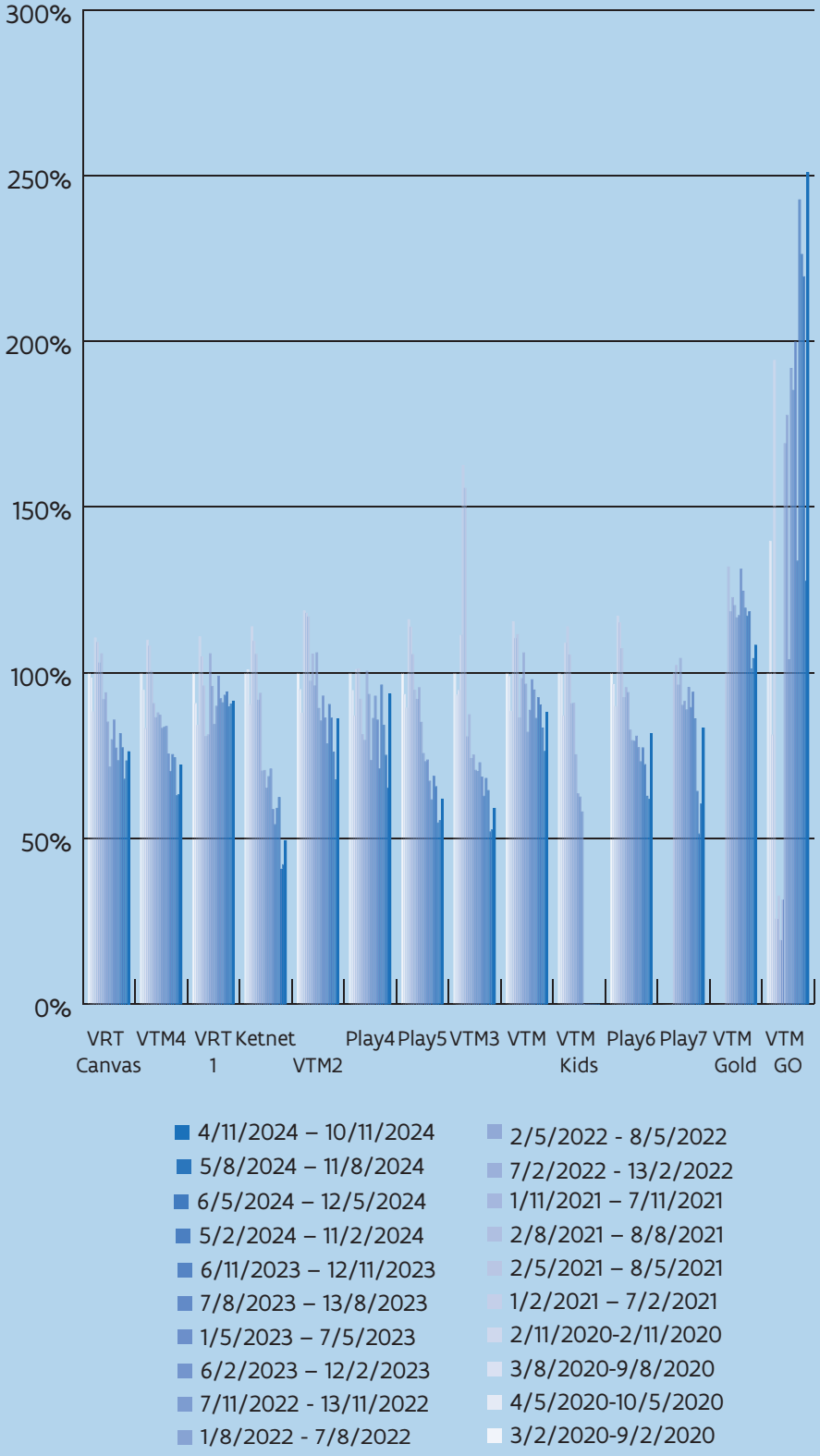
Via interactieve digitale televisie is het ook mogelijk om programma's op te nemen en uitgesteld te bekijken. Die evolutie ziet u in onderstaande figuur. We merken een enorme stijging van het aantal opnames. Dit ligt er waarschijnlijk aan dat dienstenverdelers klanten de mogelijkheid bieden om meer en eenvoudiger programma's op te nemen.




Figuur 50: Procentuele evolutie van het aantal uur opgenomen programma's
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij de dienstenverdelers

## Bereikcijfers lineaire tv

Als we dan kijken naar de cijfers omtrent lineaire tv, zien we hier duidelijk een opwaartse trend naar het najaar 2020 – voorjaar 2021. Daarna gaat het bergaf. De evolutie is zeer gelijkaardig bij alle omroepen die meegenomen werden in de oefening. Enkel VTM GO lijkt vooruit te gaan op het vlak van live streaming. De grootste zenders VRT1, VTM en Play4 houden wel het beste stand. Er werd zowel informatie ingewonnen bij de dienstenverdelers als bij de digitale platformen.




Figuur 51: Procentuele evolutie van het bereik van lineaire omroeporganisaties
Bron: VRM op basis van informatie ingewonnen bij de dienstenverdelers en de lineaire omroeporganisaties

### 3.1.2.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Uit de Digimeter 2024 blijkt dat 95% (=) van de Vlaamse huishoudens toegang heeft tot een flatscreen tv, 69% (+4 procentpunten (hierna pp)) heeft toegang tot een smart tv.[606]

606 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R., & Devos, E. (2025). Imec.digimeter 2024: Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

Volgens Statistiek Vlaanderen ligt het aandeel smart tv's lager, namelijk op 58%.[607]

Volgens de Digimeter is 75% (-1 pp) van de Vlamingen ingeschreven op digitale televisie, maar kijkt 41% (-4 pp) van de Vlamingen dagelijks lineair/live televisie. Aanvankelijk zagen we de daling van live kijken nog gecompenseerd door een stijging van uitgesteld kijken, maar sinds 2023 gaat dat niet meer op.

Het dalend engagement bij live kijken vertaalt zich jaar na jaar ook in een trage, maar gestage daling in bereik. Hiermee bedoelt de Digimeter de toename in kabelknippers. De studie spreekt over 50.000 en 100.000 huishoudens op respectievelijk 1 en 2 jaar tijd.

Het doorknippen van de kabel hoeft niet onmiddellijk gelijk te staan met het doorknippen van de navelstreng met het lokale zenderaanbod. Elk van die zenders heeft met gratis platformen als VRT MAX, VTM GO of GoPlay immers ook een online toegangspoort tot zowel live als streaming content. Voor de meerderheid van de Vlamingen zijn de gratis BVOD-zenderplatformen slechts één van de vele platformen waaruit men content kiest. In termen van bereik zijn de zenders er met deze platformen in geslaagd hun voet naast die van de betalende SVOD-platformen te plaatsen. Maar net als voor de betalende SVOD-platformen, lijken ook de gratis BVOD-zenderplatformen op een soort van bereikplafond te botsen.

'Video kijken' in sociale media won duidelijk aan belang de voorbije jaren, en representeert een tweetal verschuivingen. Een eerste verschuiving toont een toenemend engagement bij jongeren voor video kijken in sociale media. Een tweede verschuiving, die hieraan gekoppeld is, toont een verschuiving in loyaliteit van de traditionele mediamerken naar content aangeboden door influencers of content creators.

Volgens het Digital News Report blijft televisienieuws de belangrijkste nieuwsbron. Ondanks het tanende gebruik van de publieke omroep en VTM om offline nieuws te raadplegen, blijven het wel de twee meest gebruikte media om offline nieuws te raadplegen. Online staan de krantenmerken dan weer sterker. Ook qua vertrouwen scoren het VRT en VTM Nieuws hoog.[608]

Volgens Statistiek Vlaanderen vertrouwt 62% van de Vlamingen het nieuws op televisie.[609] Daarnaast blijkt dat 77% van de Vlamingen minstens wekelijks televisie kijkt.[610]

#### 3.1.2.3.1 Productiehuizen

Sommige productiehuizen werken in opdracht van meerdere televisieomroeporganisaties, sommige voor één enkele en er zijn ook interne productiehuizen. De VRM doet jaarlijks navraag bij VRT, DPG Media, Play Media (allen sinds 2019) en Streamz (sinds 2021) omtrent de bestaande, terugkerende of nieuwe programma's die in het lopende jaar op het (open) scherm (zullen) worden getoond. Daarbij wordt nagevraagd op welke zender de programma's worden uitgezonden en wie het programma produceert.

Op basis van die gegevens zien we dat in de eerste jaarhelft van 2025 (met de interne productie van de omroepen inbegrepen) er in totaal 14 productiehuizen zijn die 10 of meer producties verzorgen voor de drie grote omroepgroepen en Streamz. Zij worden weergegeven in Tabel 68. Ze verzorgden samen 387 producties.

Daarnaast werden er nog 105 productiehuizen vermeld met minder dan 10 producties: 3 productiehuizen verzorgden elk 9 producties, 1 productiehuis maakte 8 producties, 3 productiehuizen stonden in voor elk 7 producties, 4 productiehuizen verzorgden elk 6 producties, 5 productiehuizen stonden in voor elk 5 producties, 7 productiehuizen stonden in voor elk 4 producties, 9 productiehuizen verzorgden elk 3 producties, 20 productiehuizen maakten elk 2 producties en 53 productiehuizen stonden tot slot in voor elk 1 productie.

Wanneer diezelfde informatie vanuit het perspectief van de omroepen bekeken wordt, blijkt dat de openbare omroep de motor blijft voor het produceren van televisieprogramma's, zowel qua interne als externe productie. VRT doet, in vergelijking met DPG Media, Play Media en Streamz, meer een beroep op of koopt rechten van

607 Statistiek Vlaanderen, "Mediabezit", https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/mediabezit, 18 maart 2025.
608 Pikone, I., e.a. "Digital News Report", juni 2025.
609 Statistiek Vlaanderen, "Vertrouwen in media", https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/vertrouwen-in-media, 19 maart 2025.
610 Statistiek Vlaanderen, "Mediagebruik", https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/mediagebruik, 18 maart 2025.

veel verschillende externe productiehuizen. VRT heeft dan ook op basis van haar beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid een investeringsplicht met betrekking tot externe producties en de facilitaire sector. Het valt wel op dat Play Media dit jaar veel investeert in producties.

Als we tot slot kijken naar de verhouding van de interne productie op de totale productie per omroep, zien we dat VRT veruit het hoogste scoort (31,62%), voor Play Media (7,97%) en DPG Media (3,75%). Streamz maakt dit jaar gebruik van 11,63% interne en 9,3% DPG-producties.

## PRODUCTIEHUIZEN

| PRODUCTIEHUIS | AANTAL | OPDRACHTGEVERS | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | VRT | DPG Media | Play Media | Streamz |
| interne productie VRT | 95 | 92 | - | - | 3 |
| Studio 100 | 78 | 18 | - | 60 | - |
| De Mensen | 34 | 25 | 6 | 1 | 2 |
| Woestijnvis | 33 | 11 | 1 | 21 | - |
| BANIJAY BELGIUM | 22 | - | 10 | 11 | 1 |
| DOBBIT | 19 | - | - | 19 | - |
| interne productie Play Media | 18 | - | - | 18 | - |
| Fremantle Media | 15 | - | 4 | 10 | 1 |
| Hotel Hungaria | 14 | 12 | - | 1 | 1 |
| Panenka | 13 | 12 | - | 1 | - |
| Eyeworks | 12 | 7 | - | 4 | 1 |
| Roses are Blue | 12 | 7 | 2 | 3 | - |
| Dedsit | 11 | 1 | 2 | 8 | - |
| PIT | 11 | - | 11 | - | - |
| Andere | 253 | 106 | 44 | 69 | 34 |
| **Totaal** | **640** | **291** | **80** | **226** | **43** |
| **Productiehuizen** | **119** | **65** | **32** | **40** | **26** |

Tabel 68: Productiehuizen (interne inbegrepen) die in de eerste jaarhelft van 2025 10 of meer producties verzorgden[611]
Bron: VRM o.b.v. informatie VRT, DPG Media, Play Media en Streamz

Om de populariteit van het aanbod van de productiehuizen te bestuderen, werd gebruik gemaakt van de top 100 van populairste televisieprogramma's.[612] Voor elk programma werd nagegaan welk productiehuis (intern of extern) het programma heeft gemaakt.

In 2024 werden de 100 populairste programma's gemaakt door 23 productiehuizen. In totaal verzorgde VRT het hoogste aantal van de populaire programma's, gevolgd door De Mensen, Roses are Blue en Woestijnvis (alle drie evenveel producties).

Omdat een top 100 op jaarbasis een vrij beperkte dataset oplevert, werd deze oefening herhaald voor meerdere jaren. De best scorende productiehuizen werden verzameld in Tabel 69. Er moet worden opgemerkt dat top 100-noteringen slechts een deel van de volledige programmatie vertegenwoordigen. Zij geven louter een indicatie en geen absoluut bewijs over de concentratiegraad binnen de sector van productiehuizen. Toch stellen we na 2016 een significante daling vast van het aantal interne VRT-producties. Dit lijkt een gevolg te zijn van de verplichting uit de toenmalige beheersovereenkomst om meer extern te produceren. De populariteit van de programma's van productiehuizen hangt uiteraard ook af van de plaats in het programmaschema en dit wordt bepaald door de zenders. Hiermee hangt ook de plaats in de elektronische programmagids samen (mede bepaald door de distributeurs). Het merendeel van de interne VRT-producties gaat om live-uitzendingen van sportwedstrijden.

611 Er zitten verschillende coproducties in deze cijfers:
- De Dag door Woestijnvis/FBO
- Verslaafd door House of Entertainment/Woestijnvis
- De Spor door Sporthouse Group/Woestijnvis
- MID MID Meister door Sporthouse Group/Woestijnvis

612 CIM TV - Noord, 02-26h, 4+, Live+7 + gasten, 01/01 - 31/12/2023 - GfK Belgium NV
CIM Online Video, 01/01 - 31/12/2023 - Gemius

# AANTAL VERMELDINGEN TOP HONDERD

| PRODUCTIEHUIS | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VRT | 44 | 45 | 27 | 33 | 41 | 37 | 30 | 46 |
| deMensen nv | 6 | 3 | 7 | 6 | 8 | 6 | 7 | 6 |
| Roses are blue BVBA | - | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 7 | 6 |
| Woestijnvis nv | 5 | 3 | 10 | 6 | 3 | 5 | 5 | 6 |
| DPG Media/TvBastards/Shelter/PIT | 5 | 1 | 18 | 12 | 11 | 7 | 10 | 4 |
| DED's It | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| De Chinezen bvba | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 6 | 3 | 3 |
| Panenka nv | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| Bargoens (vroeger Het Nieuwshuis) | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| FremantleMedia Belgium nv | | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| Eyeworks nv | 1 | 1 | 4 | 2 | - | 1 | 3 | 2 |
| Geronimo | - | - | - | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| WBITVP Belgium bvba | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 |
| All3Media Belgium | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 2 |
| Banijay Belgium (voorheen Zodiak) | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 1 |
| Vincent TV België | - | - | - | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 |
| Dok1 Media | - | - | - | - | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Hotel Hungaria bvba | 2 | | - | - | 1 | - | 1 | 1 |
| Tivoli.tv | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 |
| Het Thuishuis | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| Buitenlandse productie | 11 | 3 | 3 | 4 | 6 | 4 | - | 1 |
| FBO | | | 2 | - | - | - | - | 1 |
| Kharkader | - | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 |
| Endemol België nv | 2 | 2 | 1 | 3 | - | - | - | - |
| Menuet bvba | 1 | | - | - | - | - | - | - |
| Skyline Entertainment nv | | 3 | 1 | 1 | - | - | - | - |
| Koeken Troef bvba | 1 | | 1 | 1 | 1 | - | - | - |
| Sylvester | 1 | 1 | - | - | - | - | - | - |
| RV Productions nv | - | 1 | - | - | - | - | - | - |
| XINIX nv | 1 | 2 | 1 | - | - | - | - | - |
| Caviar | 1 | - | - | - | - | - | - | - |
| Voices | 1 | - | - | - | - | - | - | - |
| Lecter Media | 2 | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| A private view | 1 | - | - | - | - | - | - | - |
| Hopman | 1 | 1 | - | - | - | - | - | - |
| Liefhebbers Bvba | - | 2 | 2 | 1 | 1 | - | - | - |
| Pretpraters | - | 1 | 2 | 2 | 1 | - | - | - |
| Watertover Television productions | - | 1 | - | - | - | - | - | - |
| CZAR TV | - | - | 1 | - | - | - | - | - |
| Fobic Films | - | - | 1 | - | - | - | - | - |
| Kanenas | - | - | 1 | - | - | - | - | - |
| De Hofleveranciers | - | - | - | 1 | - | - | - | - |
| Toreador | - | - | - | 1 | - | - | - | - |
| Polar Bear | - | - | - | - | 1 | - | - | - |
| EMG Belgium | - | - | - | - | - | 1 | - | - |
| Borgerhoff & Lamberigts | - | - | - | 1 | - | 1 | 2 | - |
| 100.000Volts.tv | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | - | 1 | - |
| Live Entertainment nv | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - |
| SBS Belgium/Play Media | - | - | - | - | - | - | 1 | - |
| Sputnik TV bvba | - | - | - | - | - | - | 1 | - |

## AANTAL VERMELDINGEN TOP HONDERD

| PRODUCTIEHUIS | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jonnydepony | - | - | - | 1 | - | - | 1 | - |
| Tempo Allegro | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - |
| Dingie | - | - | - | - | - | - | 1 | - |
| **Aantal Vlaamse productiehuizen** | **24** | **25** | **26** | **25** | **22** | **23** | **26** | **23** |

Tabel 69: Aantal vermeldingen in top 100 per productiehuis
Bron: VRM o.b.v. CIM, Inside TV en eigen onderzoek

Wanneer we de marktaandelen van de productiehuizen berekenen (o.b.v. aantal producties) kunnen de concentratiemaatstaven C4 en HHI berekend worden (Tabel 70). Bij de berekening van deze marktaandelen wordt geen rekening gehouden met kijkcijfers of kosten, enkel het aantal nieuwe en herhaalde producties opgetekend in de eerste zes maanden van 2025 door VRT, DPG Media, Play Media en Streamz worden gebruikt. Uit de HHI blijkt dat de markt van de productiehuizen een lage concentratiegraad kent.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

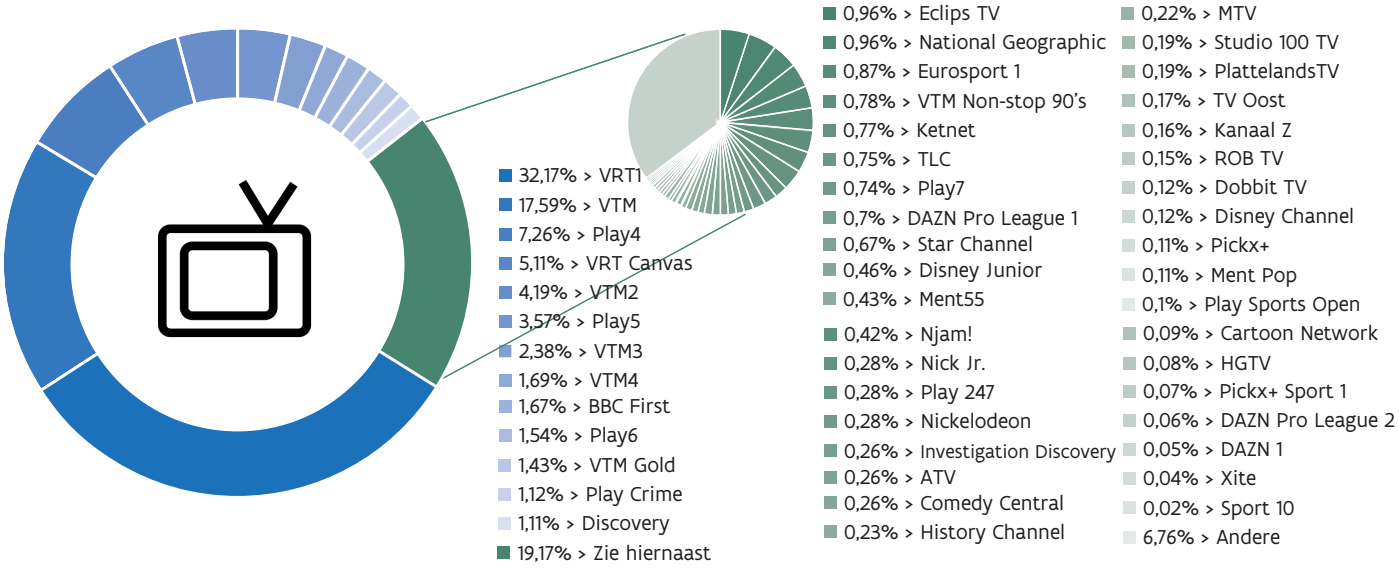
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 41,2% | 46,42% | 47,69% | 40,56% | 37,5% |
| HHI | 0,0676 | 0,1303 | 0,1402 | 0,0738 | 0,0505 |

Tabel 70: concentratie-indexen productiehuizen op basis van aantal producties
Bron: VRM o.b.v. eigen onderzoek

### 3.1.2.3.2 Televisieomroeporganisaties

#### 3.1.2.3.2.1 Kijkcijfers

De CIM-cijfers over de kijktijden voor de belangrijkste Vlaamse omroepen worden publiek gemaakt op de CIM-website. Kijktijden zijn gedefinieerd als het aantal minuten dat een Vlaming per dag naar televisie kijkt. De verdeling wordt weergegeven in de figuur hieronder.




Figuur 52: Aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd in 2024 (totale bevolking)
Bron: CIM TV – Noord, 1/1 - 31/12/2024, Live+7 + gasten - GfK Belgium NV

In Figuur 53 wordt een evolutie geschetst van het aandeel van de omroepen sinds 2015.

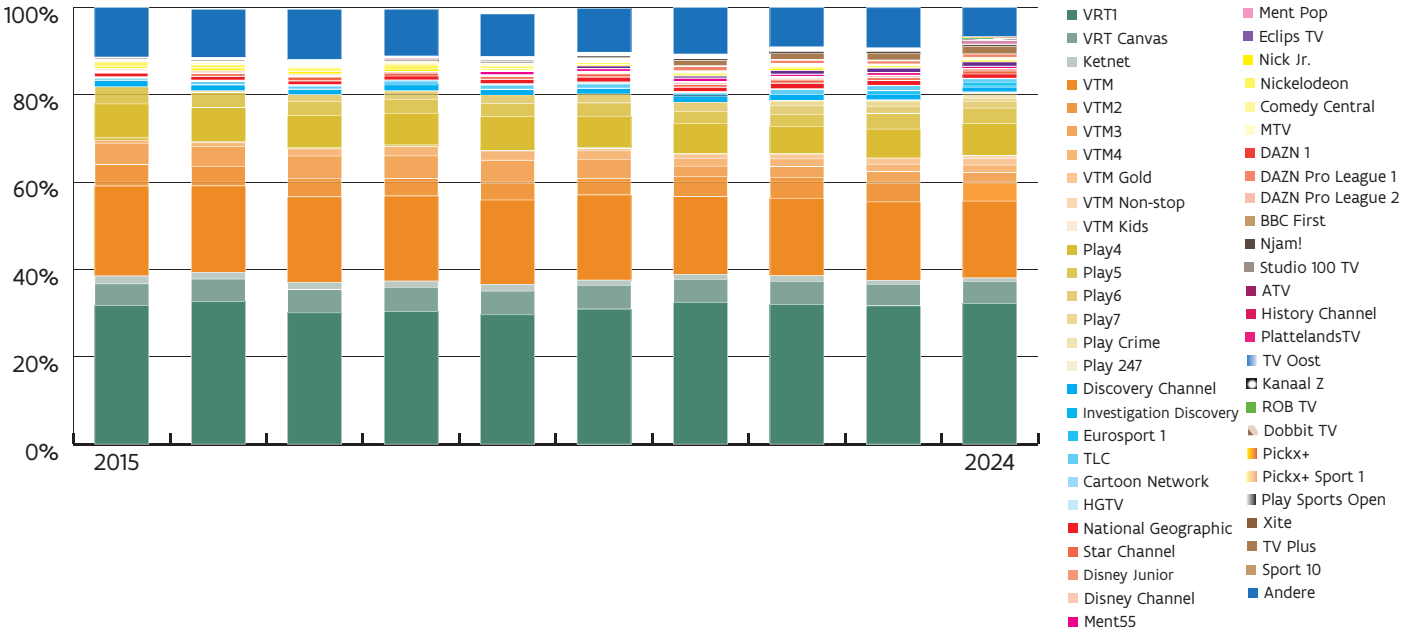
Het aandeel van VRT 1 zakte sinds 2015 niet meer onder de 30% en eindigt dit jaar op 32,17%. VRT Canvas kende in 2015 een serieuze terugval, van 9% naar 5%, en herstelde daar tot op heden (nog) niet van. Het

aandeel bedraagt dit jaar 5,11%. Ook Ketnet ziet zijn marktaandeel al meer dan tien jaar langzaam dalen tot 0,77%. Het laagste marktaandeel ooit. Alles samen haalde de openbare omroep VRT dit jaar een marktaandeel van 38,05%, wat een lichte stijging is t.o.v. vorig jaar. Volledig te danken aan VRT 1 dus.

De kijkcijfers van VTM kennen sinds 2020 een daling tot 17,59%. Het marktaandeel van de DPG Media-zenders blijft wel 28,06%, stabiel ten opzichte van de vorige jaren, na het dieptepunt van 2021 (27,71%).

Play4 hing jaren boven de 7%, maar zakte sinds 2020 er duidelijk onder. In 2024 is er een significante stijging waardoor ze er weer boven stijgen (7,26%). Ook Play5 zit in stijgende lijn, na de magere jaren 2021-2022 en komt uit op 3,57%. Het marktaandeel van de Play Media-zenders bereikt in 2024 opnieuw een recordpeil, namelijk 14,51%.

Op 1 januari 2010 werd door het CIM uitgesteld kijken of Time Shifted Viewing (TSV) geïntroduceerd in de meting van de kijkcijfers. Het CIM meet sindsdien niet enkel het kijken naar televisieprogramma's op het moment van uitzending maar ook programma's die tot en met 6 dagen later worden (her)bekeken. Vanaf 1 januari 2016 werd dit uitgebreid naar zeven dagen na uitzending. Het CIM volgt op deze manier de huidige Europese standaard van Live+7+Guests. Vanaf september 2019 rapporteert het CIM, naast de klassieke tv-kijkcijfers, ook het aantal views en de kijkduur van tv-programma's die na de uitzending online bekeken worden. Hierdoor kan de klassieke tv-rating aangevuld worden met de rating van uitgesteld bekeken online tv-programma's.




Figuur 53: Evolutie van de aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd 2015-2024
Bron: CIM TV – Noord, 1/1 – 31/12/2024, Live+7 + gasten – GfK Belgium NV

Wanneer de kijkcijfers voor de zenders per omroeporganisatie gegroepeerd worden (zie Tabel 71), kunnen de concentratiemaatstaven C4 en HHI berekend worden.

Over de periode 2015-2024 blijft de mediagroepenconcentratie nagenoeg constant. Daarbij dient opgemerkt te worden dat het gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste spelers het laagste was in 2019 (80,09%) en het hoogste in 2024 (83,78%). De HHI-index zakte sinds 2017 onder de 0,25-drempel, met een uitschieter in 2023.

Op het niveau van de zenders konden we in 2020 voor het eerst sinds de start van de metingen spreken over een niet-geconcentreerde markt. Nadat de HHI-index op zenderniveau in 2021 opnieuw net boven de 0,15-drempel sprong, bleef het de jaren daarna onder de 0,15 drempel. In 2024 kende de C4, het marktaandeel van de vier grootste zenders, een stijging.

In 2024 zien we dus dat de C4 zowel op zenderniveau als groepsniveau stijgt, terwijl de HHI op zenderniveau stabiliseert en op groepsniveau daalt. De C4-index stijgt door een toename van marktaandeel van de vier grootste zenders en dus ook bij de vier grootste zendergroepen. Echter, als de rest van de markt competitief blijft en er veel kleinere spelers zijn, kan de HHI-index dalen (of minstens stabiliseren) omdat deze index gevoeliger is voor de verdeling van marktaandelen in de gehele markt. Er zijn hiervoor verschillende verklaringen:

- De grootste tv-groepen creëren meer tv-zenders en breiden zo hun portfolio uit
- CIM geeft in 2024 meer cijfers van kleinere zenders die voorheen nog niet gerapporteerd werden
- Marktaandelen van zenders binnen dezelfde grote groepen zijn gelijkmatiger verdeeld

## CONCENTRATIE-INDEXEN

| OP BASIS VAN ZENDERS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 65,10% | 65,27% | 62,40% | 62,65% | 62,07% | 63,04% | 62,50% | 61,19% | 61,23% | 62,13% |
| HHI | 0,1717 | 0,1725 | 0,1572 | 0,1570 | 0,1505 | 0,1477 | 0,1502 | 0,1463 | 0,1452 | 0,1479 |

| VOLGENS GROEP | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C3 | 81,2% | 80,4% | 80,3% | 81,05% | 80,09% | 80,32% | 80,61% | 81,32% | 82,21% | 83,78% |
| HHI | 0,2590 | 0,2564 | 0,2444 | 0,2472 | 0,2462 | 0,2497 | 0,2425 | 0,2433 | 0,2516 | 0,2467 |

Tabel 71: Concentratie-indexen omroeporganisaties op basis van kijkcijfers 2015-2024
Bron: VRM op basis van CIM TV – Noord, 1/1 – 31/12/2024, Live+7 + gasten – GfK Belgium NV

#### 3.1.2.3.2.2 Vlaamse content

Artikel 154 van het Mediadecreet bepaalt dat regionale televisieomroeporganisaties en particuliere lineaire televisieomroeporganisaties ernaar streven om het grootste gedeelte van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te reserveren voor Europese producties. Een aanzienlijk deel ervan moet worden besteed aan Nederlandstalige Europese producties.

Artikel 155 stelt dat regionale televisieomroeporganisaties en particuliere lineaire televisieomroeporganisaties ernaar streven om ten minste 10% van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd te besteden aan Europese producties die vervaardigd zijn door van de televisieomroeporganisaties onafhankelijke producenten. Een aanzienlijk deel ervan moet worden besteed aan recente producties. Dat zijn producties die binnen een periode van vijf jaar nadat ze gemaakt zijn worden uitgezonden. Er moet voldoende ruimte worden gemaakt voor recente Nederlandstalige Europese producties.

Artikel 157 stelt dat niet-lineaire televisieomroeporganisaties in hun programmacatalogus minstens 30% Europese producties aanbieden waarvan een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties zijn. De niet-lineaire televisieomroeporganisaties zorgen voor een prominente plaats voor deze Europese producties in hun programmacatalogus.

De Vlaamse Regering kan ter uitvoering hiervan quota opleggen. Tot op heden is dat nog niet gebeurd.

De televisieomroeporganisaties bezorgen elk jaar een verslag aan de VRM over de wijze waarop aan bovenstaande bepalingen is voldaan. Sinds 2017 stelt de VRM ook vragen omtrent de hoeveelheid Vlaamse producties die televisieomroeporganisaties programmeren.

Hieronder wordt een overzicht geboden van de verzamelde gegevens.

| ONDERNEMINGSNAAM | NAAM ZENDER | % VLAAMS | % ONAFHANKELIJK |
|---|---|---|---|
| Belgian Business Television nv | Trends Z | Geen info | Geen info |
| CSI Sport Media bv | Sport10 | 85% | 65% |
| Dobbit nv | Dobbit TV | 100,00% | 11,1% |
| Het Halfrond vzw | Vlaams Parlement TV | NVT | NVT |
| DPG Media nv | VTM | 78,9% | 71,60% |
| | VTM2 | 21,73% | 0,58% |
| | VTM3 | 0,82% | 5,96% |
| | VTM4 | 4,12% | 13,12% |
| | VTM Gold | 55,54% | 0,2% |
| | VTM Life | 1,37% | 0% |
| | VTM GO | 39,48% | 90% |
| | TVOD via Telenet/Proximus | 86,4% | 85% |
| Ment Media bv | Ment55 | 49,58% | 74% |
| | MentPOP | 41,6% | 69% |
| Njam! Nv | Njam! (BE) | 81,9% | 100% |
| | Njam! (NL) | 81,9% | 100% |
| Plattelands TV nv | PlattelandsTV | 66,50% | 2,00% |
| Play Media nv | Play4 | 80,88% | 85,57% |
| | Play5 | 1,8% | 100% |
| | Play6 | 0,81% | 10,41% |
| | Play7 | 11,14% | 38,04% |
| | Play Crime | 0,1% | 100% |
| | GoPlay | 16,06% | 68,74% |
| Proximus Media House nv | Pickx+ (lineair) | 16,24% | 97% |
| | SVOD-catalogus | 19,2% | 95% |
| | TVOD catalogus | 9,44% | 93% |
| | Pickx+ Sports | NVT | NVT |
| | Proximus Pickx Live | NVT | NVT |
| Studio 100 TV nv | Studio 100 TV VL | 97,02% | 100% |
| Streamz bv | Streamz SVOD | 33,6% | 100,00% |
| Telenet bv | Play More cinema | 17,96% | 100,00% |
| | Play More Black | 23,01% | 100,00% |
| | Play More Kicks | 32,77% | 100,00% |
| | Telenet TVOD | 3,04% | 100,00% |
| Via Plaza nv | Eclips TV | 100,00% | Geen info |
| VRT nv | Eén | 82,26% | 57,1% |
| | Canvas | 78,61% | 6,6% |
| | Ketnet | 63,24% | 55,7% |
| | VRT MAX (FVOD) | 41,69% | 22,60% |

Tabel 72: Hoeveelheid Vlaamse producties die televisieomroeporganisaties programmeren[613] [614] [615] [616]

Sommige omroepen waren niet in staat de gevraagde gegevens omtrent onafhankelijke producties te bezorgen. Daarnaast dienden een aantal omroepen geen quotaverslag in. Wanneer er een laag percentage onafhankelijke Vlaamse producties gerapporteerd wordt, duidt dit erop dat de omroep in kwestie veel programma's zelf produceert.

### 3.1.2.3.2.3 Online populariteit van tv-merken

613 De regionale omroepen zenden uitsluitend programma's uit onder de noemer: informatie, nieuws, sport en reclame. Al die producties zijn Vlaamse producties. Daarom worden zij niet opgenomen in deze tabel.

614 Vlaams Parlement TV hanteert als parlementaire televisie omroep enkel zelf geproduceerde tv-formats, afgewisseld met live uitzendingen uit het Vlaams Parlement.

615 Pickx Sports zendt enkel sport uit.

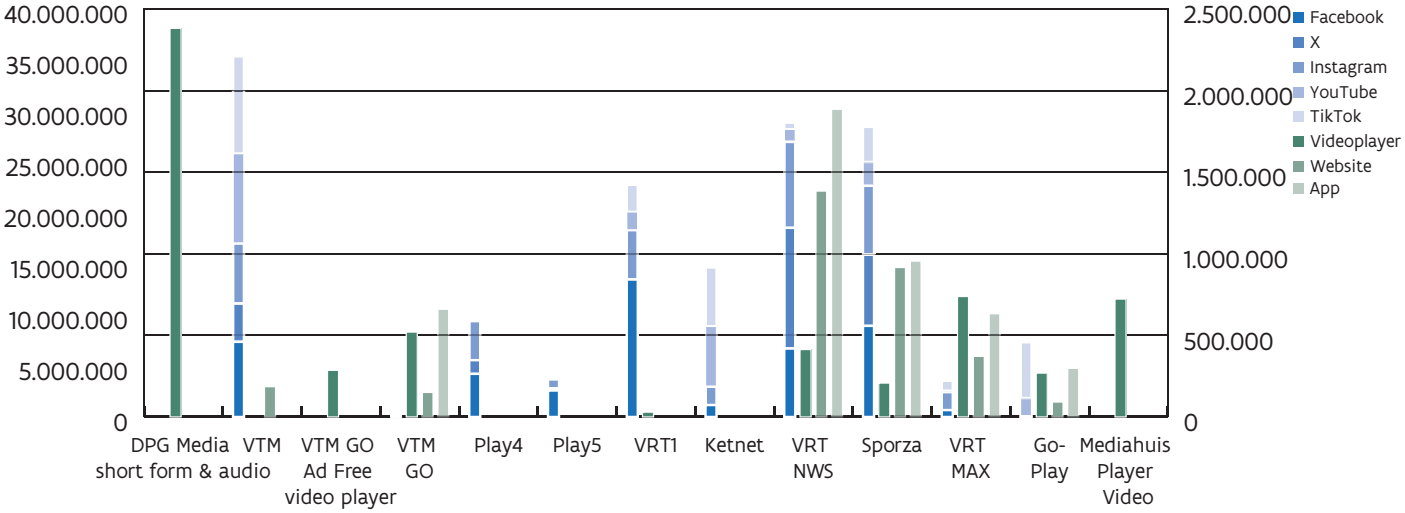
616 Pickx Live is een zelfpromotiekanaal.

Als kijker kan je steeds meer programma's bekijken op het platform van een omroep. Omroepen zijn ook actief op sociale media. De grafiek hieronder geeft een overzicht van de online populariteit van enkele Vlaamse omroepmerken. Het aantal videoplayer-, website- en appbezoeken staat op de primaire as (links) en het aantal volgers op sociale media op de secundaire as (rechts).

Wat betreft videoplayers steekt de short form video en audio player van DPG Media er met kop en schouders bovenuit. Op ruime afstand gevolgd door de videospeler van VRT MAX en de videospeler van Mediahuis. Korte filmpjes werken blijkbaar goed. Als je de ad free video player en de gewone videoplayer van VTM GO optelt, springt die naar de tweede plek. Ten opzichte van vorig jaar winnen de langere filmpjes terrein.

Wat websitebezoekers betreft, worden de websites van VTM, VRT NWS, VRT MAX en GoPlay meer bezocht dan vorig jaar, de websites van VTM GO en Sporza minder. Ook wat app-bezoekers betreft, verliest Sporza bezoekers vanwege een mindere sportzomer. De apps boomen wel duidelijk meer dan de websites en worden zelfs tot drie keer vaker bezocht, afhankelijk van welk merk. Het is belangrijk om ook hln.be in het achterhoofd te houden, omdat VTM Nieuws geïncorporeerd werd in deze website. Hln.be is ongeveer drie keer zo groot als de website VRT NWS. De app is ongeveer dubbel zo groot als de app van VRT NWS.

Drie omroepmerken springen eruit qua aantal volgers op sociale media: VTM, VRT NWS en Sporza[617]. VRT 1 is het meest populair op Facebook, VRT NWS spant de kroon op X en Instagram. VTM zet sterk in op YouTube, wat resulteert in een hoog aantal volgers op dit sociale medium en het is ook de onbetwiste TikTok-kampioen.



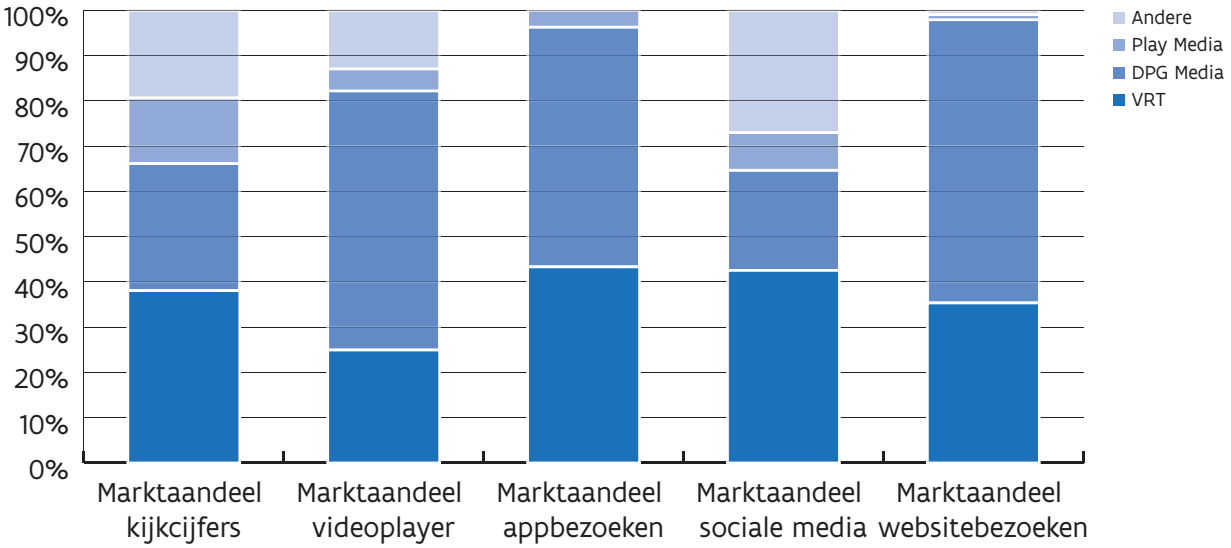

Figuur 54: Online populariteit televisieomroepmerken
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken in zomer 2025

In de figuur hieronder worden de populariteitsaandelen van de mediagroepen getoond.

We zien dat de openbare omroep en DPG Media de grootste omroepgroepen zijn. Wat betreft websitebezoeken verdelen ze de koek quasi onder elkaar, met respectievelijk 35% en 63% (idem als vorig jaar). Bij de videospelers steekt DPG Media er met kop en schouders bovenuit. Dit gaat zowel om lange filmpjes als om short form video. Ook Mediahuis behaalt hier ongeveer 13% marktaandeel (+5 pp). Volgens appbezoeken presteert VRT sterker dan bij de videospelers, ondanks dat bij DPG Media de bezoeken van hln.be ook werden meegenomen, maar DPG Media blijft wel marktleider. VTM Nieuws werd namelijk geïncorporeerd. Play Media heeft nog wel wat werk om zijn videospeler- en appbezoeken op te krikken. Door onvoldoende gegevens verschilt de categorie andere[618] bij de verschillende marktaandelen.

617 Op sociale media wordt enkel gekeken naar het aantal volgers voor het algemene Sporza-profiel. Zo wordt het aantal volgers van bijvoorbeeld Sporza Koers niet meegenomen in de telling.

618 Categorie andere bij kijkcijfers bestaat uit alle tv-zenders waarvoor het CIM kijkcijfers berekent en die niet tot VRT, DPG Media of Play Media behoren. Deze lijst vindt u op https://www.cim.be/nl/televisie?type=yearly_shares&year=2024&region=north.
Categorie andere bij videoplayer bestaat uit: Mediahuis.Categorie andere bij sociale media bestaat uit: de regionale omroepen, DAZN België, Disney+, Dobbit TV, Eclips TV, Star Channel, Trends Kanaal Z, MENT tv, Netflix, Njam!, PlattelandsTV, Play Sports, Proximus Pickx, Proximus Pickx Sports, Sport 10, Streamz, Studio 100 TV, TLC, en Xite.
Categorie andere bij websitebezoeken bestaat uit: Focus & WTV.




Figuur 55: Populariteitsaandelen mediagroepen televisie
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Momenteel zijn de meest populaire tv-apps HLN.be, Proximus Pickx, VRT MAX, VRT NWS en VTM GO. Ze hebben elk meer dan 1 miljoen downloads. We nemen de HLN-app ook op in onderstaande lijst aangezien DPG Media de app van VTM Nieuws stopte in 2019 en deze liet opgaan in de app van HLN.

De apps van Play Media (GoPlay) en Streamz (Streamz) zijn allebei meer dan 500.000 keer gedownload. VRT stopte met de Ketnet-app en verwijst door naar VRT MAX.

De app van ATV ging op in die van de Gazet van Antwerpen, daarom nemen we die app ook op in onderstaande lijst.

## APPLICATIES

| NAAM | GROEP | AANTAL INSTALLATIES 2016 |
|---|---|---|
| Hln.be | DPG Media | 1.000.000-5.000.000 |
| Proximus Pickx | Proximus | 1.000.000-5.000.000 |
| VRT MAX | VRT | 1.000.000-5.000.000 |
| VRT NWS | VRT | 1.000.000-5.000.000 |
| VTM GO | DPG Media | 1.000.000-5.000.000 |
| Telenet TV | Telenet | 500.000-1.000.000 |
| Sporza | VRT | 500.000-1.000.000 |
| GoPlay | Play Media | 500.000-1.000.000 |
| Streamz | DPG Media | 500.000-1.000.000 |
| GVA Nieuws | Mediahuis | 100.000-500.000 |
| Ketnet Junior | VRT | 100.000-500.000 |
| Orange TV BE | Orange Belgium | 100.000-500.000 |
| Studio 100 GO | Wanagogo | 100.000-500.000 |
| Tadaam | Telenet | 100.000-500.000 |
| TV Vlaanderen | Canal+ Luxembourg | 100.000-500.000 |
| VOO TV+ | VOO | 100.000-500.000 |
| Be tv Go | BETV | 100.000-500.000 |
| Orange TV Go Belgium | Orange Belgium | 100.000-500.000 |
| Focus & WTV | Regionale Media Maatschappij | 50.000-100.000 |
| BRUZZ | Vlaams-Brusselse Media | 10.000-50.000 |
| RINGtv | Regionale Media Maatschappij | 1.000-5.000 |
| AVS Nieuws | AVS Oost-Vlaamse TV | 1.000-5.000 |

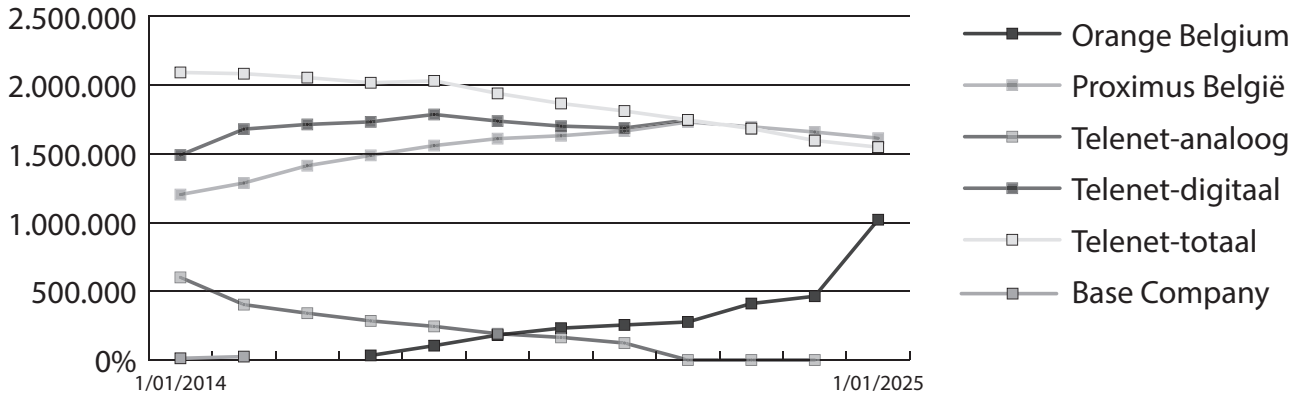
Tabel 73: Aantal installaties applicaties televisie via Google Play
Bron: VRM op basis van Google Play, geraadpleegd zomer 2025

### 3.1.2.3.2.4 Distributie

In de figuur hieronder geven we de evolutie weer van het aantal kabelabonnees.

Eind november 2021 zette Telenet zijn analoge-tv signaal definitief stop. Hierdoor zijn er vanaf 2022 geen analoge televisie-abonnees meer. De curve 'Telenet-totaal', wat de som was van het aantal digitale en analoge Telenet televisie-abonnees, valt in Figuur 56 vanaf 2022 dan ook samen met de curve 'Telenet-digitaal'.

Telenet en Proximus publiceren per kwartaal gedetailleerde financiële resultaten. Hieruit kunnen we het aantal tv-abonnees in België afleiden. Orange Belgium publiceert deze resultaten per jaarhelft en vermeldt meer algemeen het aantal kabelklanten. Vanaf 2024 wordt het klantenbestand van VOO meegenomen in de financiële resultaten.




Figuur 56: Evolutie van het aantal kabelabonnees (coax en IPTV)
Bron: VRM op basis van informatie uit jaarverslagen

Wat (al dan niet interactieve) digitale televisie betreft zijn er op verschillende platformen verschillende aanbieders actief. Alle abonneegegevens handelen over heel België. Door de overname van SFR breidde Telenet immers haar activiteiten uit naar Brussel en Wallonië. Over het hele Belgische grondgebied heeft Telenet ongeveer evenveel digitale abonnees als concurrent Proximus. Bij de cijfers van Proximus zitten ook de klanten van dochter Scarlet. In 2015 zijn bovendien de klanten van SNOW (BASE) overgestapt naar Scarlet. Dit verklaart een deel van de abonneestijging bij Proximus.

Er bestaan nog andere distributievormen dan kabel. Over-the-top (OTT) televisie, televisie via internet, is al een tijdje aan een opmars bezig, vooral bij de jongere generaties. Zowel Telenet als Proximus bieden OTT-televisie aan hun abonnees aan. DPG Media biedt samen met Telenet ook het SVOD-platform Streamz aan. Daarnaast heb je nog gratis platformen VTM GO (DPG Media), GoPlay (Play Media) en VRT MAX (VRT).

De ontwikkeling van OTT-diensten zorgt voor aanpassingen binnen de bedrijfsmodellen van traditionele distributeurs. OTT-diensten richten zich meestal tot een niche met een beperkter aanbod voor een lagere prijs, terwijl gevestigde televisieverdelers een groot aanbod hebben voor een hogere prijs. Dit zorgt ervoor dat consumenten meer mogelijkheden krijgen, distributeurs meer perspectieven hebben en rechtenhouders hun aanbod via meerdere kanalen kunnen verkopen.

## INFOFRAGMENT 23: DE FINANCIELE RELATIE TUSSEN OMROEPEN, DISTRIBUTEURS EN AUTEURS

Door de tweezijdigheid van de televisiemarkt kunnen omroeporganisaties als klant én als leverancier beschouwd worden van distributeurs en vice versa. Er kunnen dus geldstromen in beide richtingen lopen. Deze materie is complex en weinig transparant vermits de omroepen enerzijds transportkosten betalen voor de verspreiding van het signaal, maar anderzijds (samen met de auteurs) auteursrechten ontvangen.

Door allerhande belanghebbenden wordt het gebrek aan transparantie over de verdeling van de geïnde auteursrechten aangeklaagd.

De marktpartijen zijn niet geneigd informatie over deze materie openbaar te maken. Vaak zijn zij zelf tot vertrouwelijkheid gebonden in de contracten die werden aangegaan.

Sinds 2010 vraagt de VRM inzicht in de overeenkomsten die de dienstenverdelers aangingen met de omroeporganisaties en informatie over de effectief betaalde/ontvangen bedragen. Deze oefening wordt jaarlijks herhaald.

Details kunnen niet vrijgegeven worden aangezien zij op strikt vertrouwelijke basis werden meegedeeld. Oorspronkelijk werd enkel informatie opgevraagd over de transfers tussen omroepen en distributeurs. Sinds 2012 vroeg en kreeg de VRM ook de gegevens over de bedragen die aan andere rechthebbenden betaald werden.

De kabeloperatoren factureren de auteursrechten apart omdat ze, wat betreft de prijs van het basisabonnement, onder de controle van de Prijzendienst vielen. Extra's, zoals auteursrechten, worden apart op de factuur vermeld en op die manier kan iedereen berekenen hoe groot de te verdelen som is. Bij andere distributeurs (zoals Proximus) zijn de omroeptransmissiediensten en auteursrechten niet apart gefactureerd, maar inbegrepen in de prijs van een "pack". Daardoor is het voor de begunstigden niet meteen mogelijk om te berekenen hoeveel er in totaliteit uitgekeerd zou moeten worden.

De variatie binnen de aangeleverde prijsinformatie is zodanig groot dat het de VRM niet toestond er een eenduidige logica uit te distilleren.

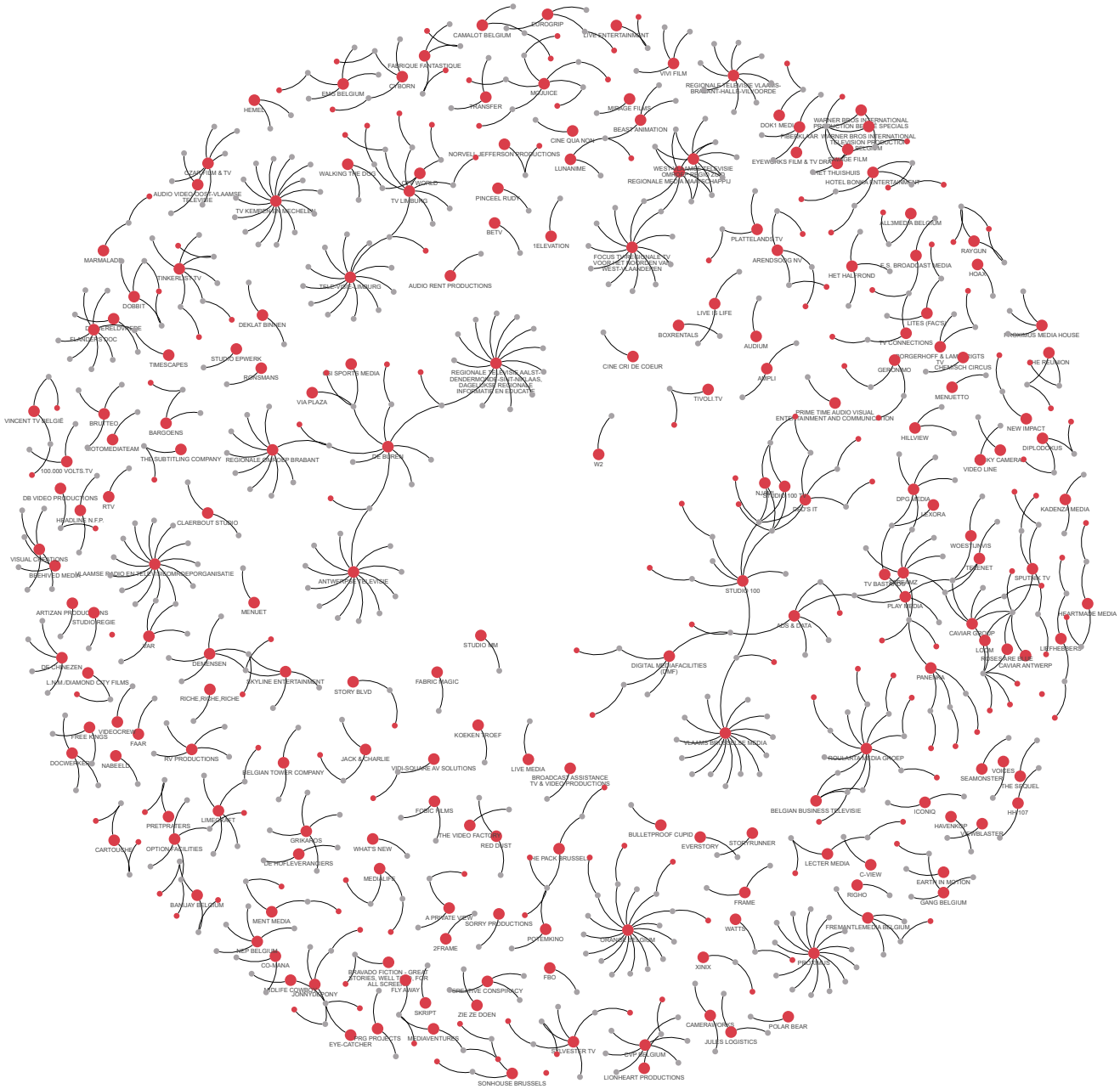
Voor sommige contracten wordt een vergoeding per abonnee per maand, gebaseerd op het marktaandeel, afgesproken, soms wordt er gewerkt met forfaitaire bedragen. In een aantal gevallen bevatten de overeenkomsten ook engagementen tot het spenderen van behoorlijk hoge advertentiebudgetten op bepaalde zenders.

De balans wijst in quasi alle gevallen in het voordeel van de omroepen, maar soms is dit omgekeerd. Deze verhouding wordt niet per se bevestigd door de populariteit van de zenders in kwestie. De betaalde bedragen schommelen tussen nul euro, over enkele duizenden euro, tot meerdere miljoenen euro.

Personalisatie dringt meer en meer binnen de mediasector. Waar de voorbije jaren in het teken stonden van de ontwikkeling van gepersonaliseerde of targeted advertising, zetten de dienstenverdelers nog een stap verder door de mogelijkheden van hun digicorders en interfaces aan te passen. Dit allemaal met als doelstelling om een zo persoonlijk mogelijk aanbod voor de consument te creëren. Dit vertaalt zich ook in de contracten, waarin er veel meer aandacht besteed wordt aan prominence, branding en look-and-feel.

#### 3.1.2.4 Mandatenconcentratie in de televisiesector

In de figuur hieronder kijken we naar de cumulatie van mandaten in de televisiesector. Het geeft een duidelijk beeld van de banden op bestuursvlak tussen mediagroepen onderling. Via www.vlaamseregulatormedia.be kan je deze figuur duidelijker bekijken.




Figuur 57: Mandatenconcentratie in de televisiesector[619]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

619 Hoe lees je deze figuur? Centraal zie je ATV, dat een mandaathouder deelt met De Buren, dat op zijn beurt mandaathouders deelt met ROB TV, Via Plaza, CSI Sports Media en TV Oost. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via www.vlaamseregulatormedia.be zal je deze figuur duidelijker kunnen bekijken.

## 3.1.3 Geschreven pers

### 3.1.3.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

De meest evidente vorm van verticale integratie bij geschreven pers is deze waarbij de contentproducenten/ redacties deel uitmaken van de uitgeverijen die deze content verwerken tot een tastbaar of digitaal blad.

Tot 2020 hadden alle grote uitgevers hun eigen reclameregie. Met de oprichting van Ads & Data als nationale reclameregie veranderde dit voor Mediahuis, Telenet, Proximus en Pebble Media. DPG Media en Mediafin behielden hun interne regie als business unit. Dankzij de overname van RTL Belgium heeft DPG Media nu een nationaal bereik met crossmediale merken, wat mede aanleiding was voor het ontstaan van Ads & Data.

Door het beperkte aantal Vlaamse uitgeverijen is er tevens sterke horizontale integratie: titels binnen één uitgeverij werken met dezelfde reclameregie en worden in pakketten aangeboden aan adverteerders en lezers (bv. Knack met Weekend en Focus). Digitaal werken deze uitgevers samen om adverteerders een breed aanbod te bieden, zelfs over concurrenten heen. Een voorbeeld hiervan is het nationale reclameaanbod 'Magixx' van DPG Media, Roularta, Rossel en IPM.

Binnen uitgeverijen zijn er samenwerkingen tussen de redacties. DPG Media nam het voortouw met News City, een geïntegreerde redactiestructuur boven Het Laatste Nieuws, HLN.be, VTM, de radiozenders en de magazines. Mediahuis volgde door Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen onder één hoofdredacteur te plaatsen.

In de distributietak centraliseren Roularta en DPG Media de toegang tot hun digitale magazines op hun platformen (Mijn Magazines en Tijdschrift.be). DPG Media, Mediahuis en Roularta sloten een overeenkomst met Google om een deel van hun artikels gratis op het nieuwsplatform Google News Showcase te publiceren.

Wat crossmediale integratie betreft, zijn de Vlaamse uitgevers sterk verweven met andere mediavormen zoals radio en tv. News City blijft hiervan het toonbeeld. Mediahuis verkocht vorig jaar zijn belang in de exploitatiemaatschappij De Buren (televisie) aan Via Plaza, maar blijft actief in de radiomarkt via de zenders Nostalgie, Nostalgie plus en NRJ. Roularta focust op de markt van de geschreven pers, maar is tevens eigenaar van de televisiezender Trends Z en is via belangen actief in de reclamewerving van Ring TV. Tot slot hebben alle kranten en tijdschriften een sterke online aanwezigheid via websites, sociale media en apps.

Bovenstaande integratietendensen, gefaciliteerd door ontwikkelingen op het vlak van artificiële intelligentie (AI), zorgen voor bepaalde (nieuwe) risico's. De gekende risico's zijn de verstrengeling van het nieuwsaanbod met commerciële content en de toenemende commerciële druk (verkoop digitale abonnementen, als eerste een nieuwsitem brengen, etc.), hetgeen kan leiden tot verschraling van nieuwsdiversiteit. Experimenten met AI, bv. in contentcreatie, kunnen de positie van (freelance) journalisten verzwakken. Verschillende ondernemingen worden geconfronteerd met stijgende kosten (loonkost, distributiekost, etc.). AI kan dan een aantrekkelijk alternatief zijn om (een deel van) het werk over te nemen. Daarenboven zijn er ook risico's rond het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk bij het trainen van (internationale) AI-chatbots en -systemen.

### 3.1.3.2 Analyse op basis van financiële gegevens

#### 3.1.3.2.1 Persagentschappen

**FINANCIËLE GEGEVENS**

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| ● Belga News Agency nv | 3.745.634 | 13.254.384 | 29.795.776 | 30.432.709 | 441.492 | 453.971 | 121,4 |
| ● Stampmedia vzw | 285.646 | 438.242 | 87.575 | - | 45.463 | 45.530 | 8,4 |
| ● Persinfo bv | 20.180 | 29.521 | - | - | 23.311 | 23.232 | - |

Tabel 74: Financiële gegevens 2024 persagentschappen

In hoofdstuk 1 stelden we dat Belga het belangrijkste Belgische persagentschap is. In 2024 bleef de omzet gelijk, maar daalde de bedrijfswinst en de winst van het boekjaar voor belastingen. Dit komt door de structurele loonindexeringen die opnieuw druk zetten op de marges. Belga ving deze druk op via tariefindexering, kostenoptimalisatie en nieuwe B2B-initiatieven.[620]

Van IPS Vlaanderen zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

### 3.1.3.2.2 Fotoagentschappen

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Imageoffice bv | 251.200 | 349.103 | - | - | 182.071 | 181.668 | - |
| Reporters nv | 243.296 | 739.594 | - | - | 18.285 | 3.149 | - |
| Photo News nv | 160.716 | 1.053.828 | - | - | 233.127 | 227.352 | - |
| Wouters & Fasseur bv | 142.144 | 191.532 | - | - | 25.281 | 25.795 | - |
| Fabulous bv | -47.710 | 163.664 | - | - | -42.236 | -42.660 | - |

Tabel 75: Financiële gegevens 2024 fotoagentschappen

Alle fotoagentschappen, op Imageoffice na, halen gelijkaardige resultaten als in 2023. Imageoffice ziet zijn bedrijfswinst en winst van het boekjaar voor belastingen dit jaar bijna verdrievoudigen.

### 3.1.3.2.3 Mediacentrales

Mediacentrales zorgen ervoor dat publiciteitsruimten in verschillende media opgevuld worden met advertenties. Ze beheren de reclamebudgetten van adverteerders en kopen hiermee reclameruimte aan.

In Tabel 76 zijn de financiële gegevens van 2024 van de belangrijkste mediacentrales weergegeven.

Van de ondernemingen Billups nv, Dentsu Belgium bv, EssenceMediacom Belgium nv, Havas Media Belgium nv, Mindshare nv, MMS Communications Belgium bv, Wavemaker nv en WPP Media Belgium nv waren op het moment van redactie geen cijfers van 2024 beschikbaar.

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| IO Group nv | 61.906.438 | 126.387.501 | 605.065 | 605.065 | -832.034 | -5.734.956 | - |
| Mediabrands Belgium nv | 14.864.405 | 120.629.613 | 210.405.528 | 213.507.916 | 968.239 | 3.433.430 | 120,1 |
| OMD nv | 2.527.216 | 17.536.857 | 70.076.275 | 70.338.948 | -1.710.834 | -1.387.396 | 24,4 |
| Omnicom Media Group bv | 2.349.649 | 60.291.049 | 139.186.281 | 144.563.687 | 171.577 | 1.272.800 | 37,2 |
| PHD Media nv | 1.973.477 | 13.326.960 | 47.586.410 | 47.603.939 | -858.803 | -625.070 | 19 |
| Space nv | 508.095 | 39.568.589 | 150.626.771 | 150.732.813 | 592.086 | 972.322 | 75,3 |
| Semetis bv | 396.117 | 4.850.503 | 12.319.928 | 12.334.107 | 1.133.454 | 1.398.227 | 40,5 |
| Mediaplus Belgium nv | 140.250 | 19.924.854 | 36.688.238 | 37.303.826 | 2.276.546 | 2.136.482 | 25,5 |

Tabel 76: Financiële gegevens 2024 mediacentrales

620 Belga nv (2025). Jaarrekening 2024, pp 37-38.

Verschillende bedrijven ervaren druk op hun marges door de hevige internationale concurrentie, gestegen operationele kosten (loonindexaties), budgetverminderingen bij klanten en een wijzigende mediamix in hun omzet. Ze diversifiëren daarom hun inkomstenbronnen door o.a. het dienstenaanbod uit te breiden en nieuwe technologieën te ontwikkelen, veelal in combinatie met kostenbeheersende maatregelen. Deel uitmaken van een grotere groep is hierbij essentieel, zeker aangezien de markt zich verder centraliseert. Internationale klanten willen hun budgetten op supranationaal niveau beheren.

#### 3.1.3.2.4 Uitgevers van dagbladen

Door de integratie van verschillende activiteiten doorheen de jaren is het moeilijker geworden om de financiële resultaten van louter krantenuitgevers te analyseren en te bespreken. De meest recente integratie is deze van de drukwerken van De Persgroep Publishing in DPG Media. Bij de analyse van onderstaande tabel dient de lezer dus rekening te houden met het feit dat deze bedragen niet louter gegenereerd zijn met uitgeversactiviteiten.

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Mediahuis nv | 692.935.147 | 1.198.856.385 | 289.439.657 | 319.501.062 | -11.135.347 | 30.670.875 | 785,9 |
| DPG Media nv | 194.536.161 | 571.903.552 | 571.257.751 | 609.914.217 | 74.247.013 | 61.813.919 | 1.187,9 |
| Mediafin nv | 6.856.328 | 40.931.818 | 88.493.907 | 91.246.230 | 12.009.972 | 12.449.013 | 288,6 |

Tabel 77: Financiële gegevens 2024 uitgevers van dagbladen

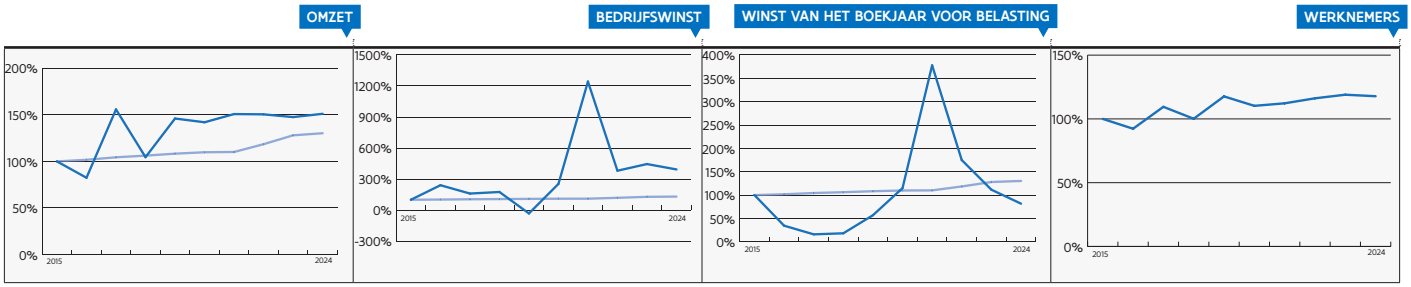
Mediahuis zag zijn bedrijfsopbrengsten licht dalen en zijn bedrijfskosten sterk stijgen, wat leidde tot een bedrijfsverlies van €11 miljoen. Dankzij een sterk financieel resultaat kan het alsnog winst van het boekjaar voor belastingen optekenen. Het bedrijf duidt dat de aanhoudende groei van digitale abonnementen de daling in print compenseerde. Het resultaat bleef op peil dankzij een stijgend aantal digitale abonnees, de indexatie van de abonnementsprijzen, een daling van de papierprijs en een strikt kostenbeheer. De lagere advertentie-inkomsten, de gestegen loonkosten (indexeringen) en de fors toegenomen distributiekosten zetten echter druk op de winstmarges. Tot slot sluit Mediahuis een boete in het kader van het BMA-onderzoek naar de krantenconcessie niet uit.[621]

DPG Media kende in 2024 opnieuw een financieel stabiel jaar. Het wijst ook op het lopende BMA-onderzoek, maar maakt geen melding van een mogelijke boete.[622]

Mediafin zag zijn bedrijfsopbrengsten stijgen met €5,72 miljoen tegenover 2023, door een combinatie van stijgende reclame-inkomsten en een stijging van abonnementen en losse verkoop. De bedrijfskosten stegen met €4,79 miljoen, wat komt door de uitbreiding/groei van het personeelsbestand en een stijging van de werkingskosten (i.e. distributiekosten) verbonden aan de groei van de onderneming. Zodoende is er een bedrijfswinst van €12 miljoen, een stijging van €1 miljoen tegenover 2023.[623]

621 Mediahuis nv (2025). Jaarrekening 2024, pp. 53-56.
622 DPG Media nv (2025). Jaarrekening 2024, p. 44.
623 Mediafin nv (2025). Jaarrekening 2024, p. 45.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 58: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers dagbladen
Bron: VRM op basis van informatie NBB

In de grafiek vallen twee curves op: de bedrijfswinst en het resultaat van het boekjaar voor belastingen. 2021 was duidelijk een grand cru jaar voor de uitgevers van dagbladen.[624] In 2022 was er een terugval door stijgende kosten. In 2024 stabiliseert de curve zich op het niveau van 2022, ondanks het stevige bedrijfsverlies van Mediahuis.

De curve van het aantal werknemers is sinds 2020 stabiel op een hoog niveau. Het gemiddeld aantal werknemers ligt in 2024 bijna 18 procentpunten boven het basisjaar.

### 3.1.3.2.5 Uitgevers van tijdschriften

Door de integratie van verschillende drukactiviteiten doorheen de jaren is het moeilijker geworden om de financiële resultaten van louter uitgevers van tijdschriften te analyseren en te bespreken. De meest recente integratie is deze van de drukwerken van De Persgroep Publishing in DPG Media. Bij de analyse van onderstaande tabel dient de lezer dus rekening te houden met het feit dat deze bedragen niet louter gegenereerd zijn met uitgeversactiviteiten.

624 Voor meer informatie, zie de toelichting onder titel 3.1.3.2.4 in het mediaconcentratierapport 2022.

# FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Mediahuis nv | 692.935.147 | 1.198.856.385 | 289.439.657 | 319.501.062 | -11.135.347 | 30.670.875 | 785,9 |
| Roularta Media Group nv | 208.162.658 | 296.340.351 | 256.796.851 | 284.768.582 | 2.424.466 | 6.005.379 | 951,9 |
| DPG Media nv | 194.536.161 | 571.903.552 | 571.257.751 | 609.914.217 | 74.247.013 | 61.813.919 | 1.187,9 |
| Mediafin nv | 6.856.328 | 40.931.818 | 88.493.907 | 91.246.230 | 12.009.972 | 12.449.013 | 288,6 |
| Dobbit nv | 6.502.464 | 6.867.712 | 2.295.032 | 2.451.539 | 34.870 | 84.065 | 11,5 |
| Katholieke mediagroep nv | 2.600.769 | 9.324.130 | 8.210.701 | 8.421.043 | -1.829.449 | -1.781.259 | 26,6 |
| High Level Communication & l'éventail nv | 1.421.081 | 1.842.153 | - | - | -97.003 | -102.385 | 7,5 |
| Ventures Media nv | 770.577 | 5.469.016 | - | - | -976.959 | -991.713 | 10 |
| Bloom bv | 735.205 | 1.335.352 | - | - | 225.484 | 203.396 | - |
| Professional Media Editions nv | 612.664 | 2.439.603 | 8.831.621 | 8.933.798 | 124.780 | 134.389 | 26,2 |
| Wereldmediahuis vzw | 400.325 | 655.135 | - | - | -82.556 | -85.265 | 9,1 |
| Editions Ventures Woman nv | 377.485 | 2.720.034 | - | - | -31.420 | -36.022 | 18,1 |
| Motorrijder bv | 193.543 | 442.631 | - | - | 93.855 | 93.137 | 3,9 |
| Perruptio bv | 171.273 | 175.993 | - | - | -512.090 | -511.186 | - |
| Gemex Publishing bv | 121.730 | 220.552 | - | - | 2.589 | -8.425 | 1,5 |
| Blue Pixl Media bv | 5.355 | 684.678 | - | - | 25.473 | 11.326 | 7 |
| De Werktitel cv | 1.071 | 707.946 | - | - | -16.174 | -24.574 | - |
| Psycho Media Belgium nv | -22.610 | 387.651 | - | - | -44.014 | -40.524 | - |
| Eos Wetenschap vzw | -172.399 | 949.426 | - | - | -45.037 | -59.795 | 9,1 |
| De Deeluitgeverij bv | -248.399 | 948.881 | - | - | -146.066 | -157.559 | 8,4 |
| Produpress nv | -1.481.502 | 3.004.537 | - | - | 1.280.130 | 1.209.236 | 18,2 |

Tabel 78: Financiële gegevens 2024 uitgevers van tijdschriften[625] [626]

DPG Media, Mediahuis en Mediafin werden hierboven al besproken.

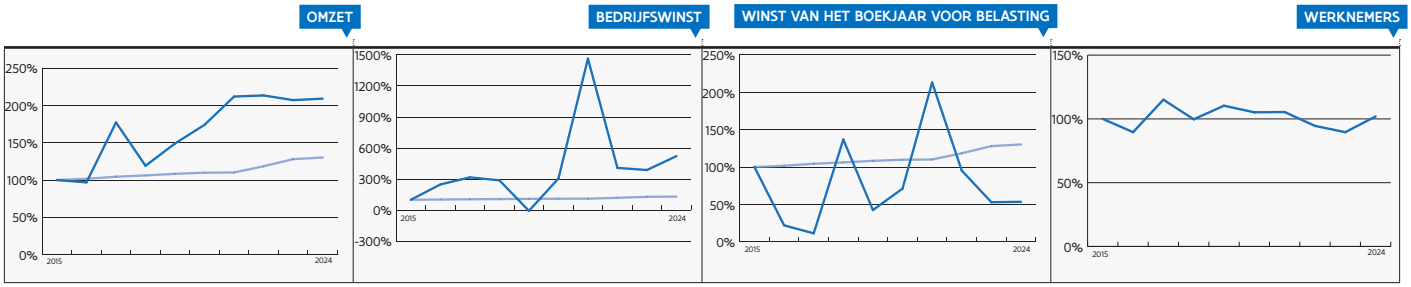
De omzet van Roularta daalde in 2024 met 4,3% door de lagere omzet van het segment Printing Services, een daling van de gerealiseerde omzet uit de lezersmarkt en het terugvallen van de advertentieomzet. De bedrijfskosten dalen door een lager volume aan drukwerk, de lagere papierprijs en een continue kostenbeheersing.[627]

625 Van rekto:verso vzw zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

626 Tertio Millennio cv heeft het boekhoudkundige jaar 2024 opgesplitst in twee delen: een eerste deel liep van 1 januari 2024 t.e.m. 27 september 2024; het tweede deel liep van 28 september 2024 t.e.m. 31 december 2024. Vermoedelijk omwille van de sluiting van vereffening. Aangezien beide delen niet zomaar bij elkaar kunnen worden opgeteld, is Tertio Millennio cv dit jaar niet meer vermeld in bovenstaande tabel.

627 Roularta nv (2025). Jaarrekening 2024, p. 50.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 59: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers weekbladen[628]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Qua omzet zien we quasi elk boekjaar een stijging door een sterke consolidatiebeweging in de markt, waardoor enkele bedrijven grotere omzetten boeken en dus zwaarder doorwegen in de berekening van het gemiddelde. De omzetdip in 2018 kwam door de lagere advertentie-inkomsten van Mediahuis dat jaar.

De curve van de bedrijfswinst evolueert sinds 2015, met uitzondering van 2019, positief en situeert zich sinds 2020 (ruim) boven het niveau van de CPI. Ook de curve van de winst van het boekjaar voor belastingen is uitsluitend positief, zij het op enkele jaren na telkens onder de CPI. De grafieken geven echter een vertekend beeld door de grote bedrijven. Als we deze buiten beschouwing laten, tekenen de overige (kleinere) uitgeverijen van tijdschriften beperkte winstcijfers of zelfs verliescijfers op, wat erop wijst dat de markt onder druk staat.

Het gemiddeld aantal werknemers steeg de afgelopen jaren dankzij de drie grote mediagroepen: Roularta Media Group, Mediahuis en DPG Media. Er waren namelijk fusies van de dochterondernemingen met de moederbedrijven en de andere mediavormen waardoor de werknemers mee werden overgenomen.[629]

### 3.1.3.2.6 Gratis pers

Hieronder presenteren we enkele financiële cijfers omtrent de gratis pers.

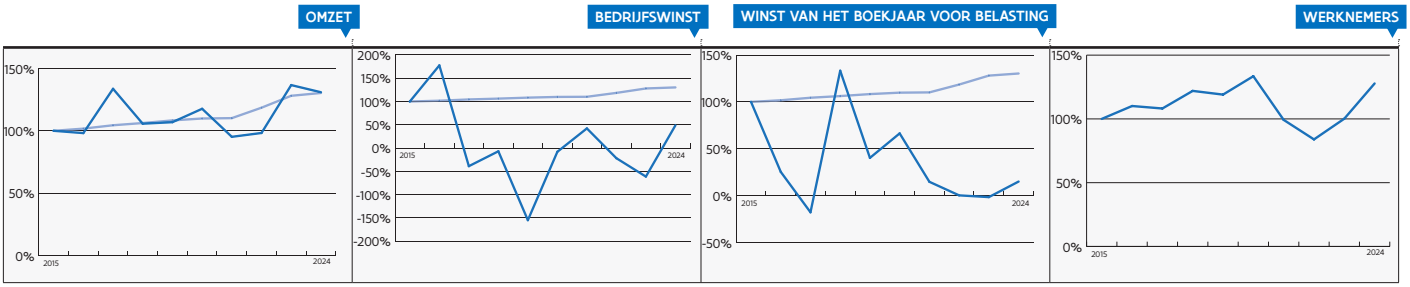
## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| ● Roularta Media Group nv | 208.162.658 | 296.340.351 | 256.796.851 | 284.768.582 | 2.424.466 | 6.005.379 | 951,9 |
| ● Vlaams Brusselse Media vzw | 3.068.573 | 4.605.279 | 2.059.846 | 11.018.247 | -731.670 | -717.953 | 53 |
| ● Uitgeverij Inter-media nv | 722.478 | 1.965.410 | - | - | 651.004 | 668.400 | 14 |
| ● Crescendo nv | 426.089 | 996.265 | - | - | -73.401 | -90.640 | 1,1 |
| ● Impuls Media bv | 425.181 | 895.788 | - | - | 39.752 | 29.736 | - |
| ● GDA bv | 349.057 | 394.107 | - | - | 2.773 | 4.013 | 1,2 |
| ● Thema Media nv | 43.717 | 798.016 | - | - | 22.575 | 26.784 | 9,7 |
| ● Bode Van Schoten bv | 16.637 | 257.619 | - | - | 51.664 | 51.542 | 4,5 |

Tabel 79: Financiële gegevens 2024 uitgevers gratis pers[630]

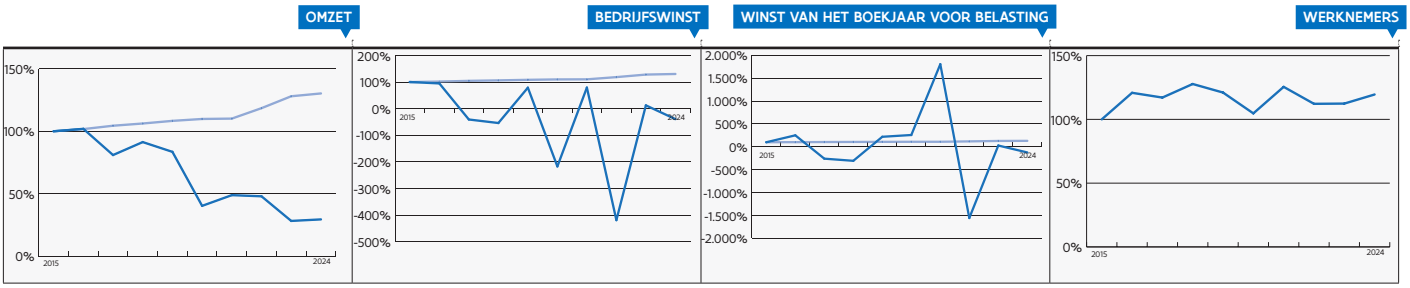
628 De jaarrekening van Produpress nv was op het moment van redactie niet beschikbaar in de balanscentrale. Van rekto:verso vzw zijn geen openbare cijfers beschikbaar.
629 Het gemiddeld aantal werknemers verdeeld over print en andere activiteiten.
630 Het boekjaar van GDA bv loopt van 1 juli 2023 tot 30 juni 2024.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 60: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers gratis pers
Bron: VRM op basis van informatie NBB

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 61: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers gratis pers (met uitzondering van Roularta Media Group)
Bron: VRM op basis van informatie NBB

In de grafiek in Figuur 60 zijn de cijfers van de uitgevers van gratis pers opgenomen, waaronder ook enkele grote spelers, zoals Roularta Media Group en historische cijfers van Mediahuis en De Persgroep Publishing, toen die nog actief waren in deze markt. Vanwege hun omvang wegen deze ondernemingen sterk door in de grafiek. Bovendien vormt gratis pers een klein deel van hun activiteiten waardoor de opgetekende winst- en verliescijfers dus slechts in beperkte mate toe te schrijven zijn aan hun activiteiten in de gratis pers. Daarom bekijken we in Figuur 61 de evolutie van de gemiddelde waarden van de uitgevers van wie de voornaamste of enige activiteit gratis pers is. Roularta Media Group wordt dus even buiten beschouwing gelaten, net zoals de historische cijfers van Mediahuis en DPG Media.

We leiden enkele zaken uit de grafiek af. Zo zitten alle curves de laatste jaren onder de CPI (waar meegenomen), wat wijst op het feit dat de markt onder druk staat. Dit jaar zien we dat de omzet een fractie (29,45%) is van wat ze in 2015 was. Nadat de curves van het bedrijfsresultaat en het resultaat van het boekjaar voor belastingen vorig jaar opnieuw (licht) positief waren, zijn deze in 2024 opnieuw negatief. Ondanks de grote druk, is de curve van het aantal werknemers sinds 2015 stabiel op een hoog niveau, weliswaar met een dipje in 2020. In 2024 ligt het gemiddeld aantal werknemers 19,51 procentpunten boven het basisjaar.

### 3.1.3.2.7 Distributie geschreven pers

## FINANCIËLE GEGEVENS

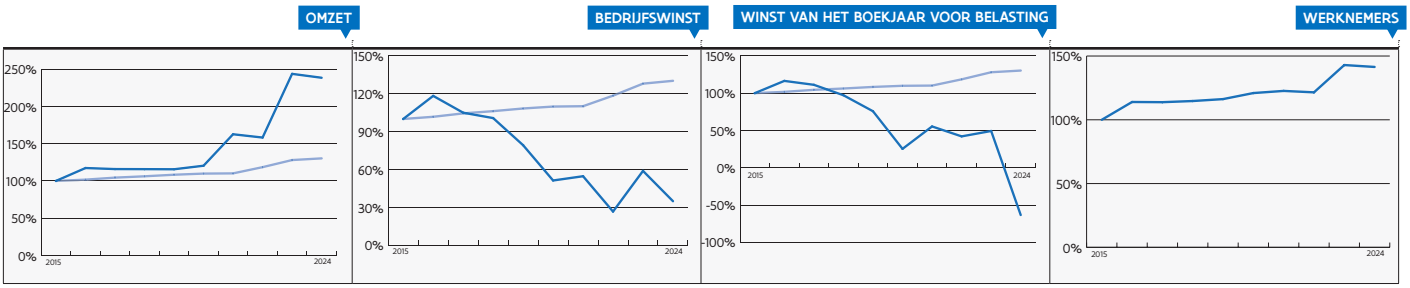
| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (–) | WINST (–) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Bpost nv | 654.042.779 | 3.808.007.432 | 2.299.789.508 | 2.341.769.065 | 109.235.837 | -202.321.752 | 24.415,4 |
| AMP nv | 25.337.247 | 93.881.057 | 219.943.472 | 274.358.223 | -1.041.845 | 542.482 | 423,3 |
| PPP Belgium bv | 841.610 | 3.546.600 | - | - | 171.238 | 123.609 | 12,6 |
| Imapress nv | 767.389 | 895.516 | - | - | 48.631 | 79.854 | 3 |
| Vlaamse Post nv | 432.984 | 1.027.997 | - | - | 154.483 | 152.581 | 1,1 |

Tabel 80: Financiële gegevens 2024 distributeurs geschreven pers[631]

631 Bij het afsluiten van de redactie was er nog geen jaarrekening van 2024 gepubliceerd voor Flyerco I nv. Van Eurokrant CommV zijn geen openbare cijfers beschikbaar.

In de onderstaand Figuur 62 wordt de evolutie van de gemiddelde waarden sinds 2015 voor de distributeurs weergegeven. Het is te vroeg om in de tabel en/of de figuur een (eventuele) verschuiving te zien bij PPP Belgium en AMP, een dochtervennootschap van Bpost. Deze privébedrijven staan nu in voor de krantenbedeling in plaats van Bpost.

## EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN




Figuur 62: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 distributeurs geschreven pers[632]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Aangezien we met gemiddelde cijfers werken en Bpost zeer sterk doorweegt in de berekeningen, kunnen pieken en dalingen in de curves voornamelijk aan Bpost worden toegeschreven. De stijging van het gemiddeld aantal werknemers in 2016 valt te verklaren door de stopzetting van Deltamedia dat jaar.

De laatste vier jaren piekt de omzet en sinds 2023 is er ook een opvallende stijging van het aantal werknemers. Ondanks de fel gestegen omzet, dalen de marges in deze sector al enkele jaren. Zo is er voor het eerst een verlies van het boekjaar voor belastingen.

In hoofdstuk 1 van dit rapport wordt er dieper ingegaan op de mogelijke onregelmatigheden bij Bpost omtrent openbare aanbestedingen van de Belgische Staat. Het risico van een boete hangt af van de bevindingen van de Belgische Mededingingsautoriteit. Voor dit dossier acht Bpost een kasuitstroom mogelijk, maar niet waarschijnlijk.[633]

Daarnaast zijn er ook onderzoeken lopende naar de vergoedingen die de Belgische staat heeft betaald voor de verwerking van verkeersboetes, het beheer van 679-rekeningen en het afgeven/schrappen van kentekenplaten. Voor deze drie dossiers acht Bpost een kasuitstroom waarschijnlijk en nam daarom een voorziening op van €89,2 miljoen in de balans 2024.[634]

### 3.1.3.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

#### 3.1.3.3.1 Dagbladen

Uit de meest recente imec.digimeter[635] blijkt dat de Vlaming nieuwsgierig blijft. Zo volgt 88% (-1 procentpunt (hierna pp)) dagelijks het nieuws via eender welke bron of toestel. De intrinsieke motivatie (het belangrijk vinden om nieuws te volgen) stijgt na jaren van daling opnieuw tot 82% (+2pp). In de manier waarop Vlamingen nieuws volgen, zien de onderzoekers dat online nieuwsconsumptie belangrijker wordt.

Het aandeel Vlamingen dat in 2024 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergaring daalt namelijk met 1pp naar 17%. Inzake welke toestellen als toegangspoort dienen naar nieuwsconsumptie, gebruikt 60% (-1pp) van de Vlamingen dagelijks de smartphone. Een percentage dat vooral bij de jongste leeftijdscategorieën (18-24 en 25-34) de afgelopen jaren sterk is gestegen. Andere schermen boeten in als toegangspoort.

632 Bij het afsluiten van de redactie was er nog geen jaarrekening van 2024 gepubliceerd voor Flyerco I nv. Van Eurokrant CommV zijn geen openbare cijfers beschikbaar.
633 Bpost (2025). Jaarrekening 2024, p. 72.
634 Bpost (2025). Jaarrekening 2024, p. 75.
635 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024, pp 33-36. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

Over die toestellen heen zien de onderzoekers een daling van het aantal mensen voor wie de zoekmachines een dagelijks toevluchtsoord zijn om de informatiehonger te stillen. In combinatie met de samenhang tussen het gebruik van artificiële intelligentie (AI) en de overtuiging dat iemand via het internet beter geïnformeerd raakt, ontwaren de onderzoekers hier mogelijks de kiem van een disruptieve impact van AI op nieuwsgaring.

Zo zien de onderzoekers het aantal Vlamingen dat zich dagelijks op nieuwswebsites (37%, -4pp) en/of apps (34%, -4pp) van de Vlaamse nieuwsmedia beroept, licht dalen. Hierbij merken ze drie evoluties op binnen de verschillende leeftijdscategorieën.

Ten eerste is er een opmars bij jongeren in dagelijkse nieuwsconsumptie via de (niet-betalende) apps van Vlaamse nieuwsmedia en sociale media. Via de mobiele apps behouden en versterken de lokale nieuwsmedia de band met jongeren. Daarenboven blijft sociale media de belangrijkste dagelijkse nieuwsbron bij 18-24-jarigen, al zijn ze zich bewust van de gevaren van fake news en hechten ze daarom veel meer belang aan de bron van het nieuws. Volgens de onderzoekers blijkt zo nogmaals het belang van aanwezigheid voor o.a. nieuwsmedia-merken op sociale media.

Ten tweede is er meer tractie voor betalende digitale krantenformules bij de ouderen. Zowel op dagelijks (16%, +4pp) als wekelijks (23%, +5pp) gebruiksniveau zien de onderzoekers bij +45-jarige Vlamingen dat zij de betalende downloadbare versie van krant of tijdschrift in toenemende mate raadplegen.

Ten derde is er een shift van tekst naar audio en video. Zo winnen audiovisuele nieuwsconsumptieformats (bv. video's op nieuwswebsites en -apps) aan terrein, wat voor 58% (+4pp) en 35% (+3pp) van de Vlamingen ondertussen respectievelijk wekelijks of dagelijks routine is geworden.

Daarnaast behandelt ook het jaarlijkse Digital News Report (DNR) de komst van AI. Zo voelt de helft van de Vlaamse nieuwsgebruikers zich niet comfortabel bij artificiële intelligentie als nieuwsproducent. Jongeren in het bijzonder staan er sceptischer tegenover. Voornamelijk de betrouwbaarheid en transparantie van de technologie worden in vraag gesteld.[636]

Tot slot blijkt dat zaken- en kwaliteitskranten De Tijd, De Standaard en De Morgen een stabiel vertrouwen genieten met respectievelijk 72% (+2pp), 72% (+1%) en 68% (+2pp). De populaire kranten Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben respectievelijk 67% (=) en 69% (+1pp).[637] Na de inhaalbeweging van vorig jaar, hebben de populaire kranten de kwaliteitskranten dus bijna bijgebeend op vlak van betrouwbaarheid.

De populariteit van de geschreven pers wordt hieronder in twee stappen besproken. Ten eerste worden de verkoopcijfers van de kranten en tijdschriften bestudeerd. Dit gaat zowel om de gedrukte versie als de digitale versie van krant of tijdschrift. Vervolgens wordt de populariteit besproken van de website, de socialemediapagina's en de apps die bij een krant of tijdschrift horen.

#### 3.1.3.3.1.1 Betaalde verspreiding en oplage

Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) geeft oplage- en verspreidingscijfers voor zowel de gedrukte als de digitale versies van de dagbladen. De VRM werkt dit jaar met de 'stated' cijfergegevens in plaats van de gecontroleerde cijfers wat betreft betaalde verspreiding. Dit komt door het feit dat bij het afsluiten van de redactie de gecontroleerde cijfergegevens nog niet beschikbaar waren. De abonnees die bij hun gedrukte krant gratis toegang krijgen tot de digitale versie van de krant, rekent het CIM enkel bij de gedrukte exemplaren. Het CIM maakt ook het onderscheid tussen de verkoop als onderdeel van een abonnement of een losse verkoop. Het doet dit sinds 2016 echter niet meer voor de digitale exemplaren.

Het CIM voorziet sinds 2020 ook cijfers rond zogenaamde 'web only' abonnementen. Dit zijn speciale abonnementen die DPG Media, Mediahuis en recent Mediafin verkopen aan lezers om hen toegang te geven tot

636 Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Vlamingen staan minder open voor AI in journalistiek dan vorig jaar. Geraadpleegd op 12 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/vlamingen-staan-minder-open-voor-ai-in-journalistiek-dan-vorig-jaar

637 Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Welke nieuwsmerken vertrouwen Vlamingen het meest?. Geraadpleegd op 12 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/monitor/welke-nieuwsmerken-vertrouwen-en-wantrouwen-vlamingen-het-meest

betalende krantenartikels op hun websites, zogenaamde plusartikels. De VRM neemt deze abonnementen mee in het digitale luik van onderstaande berekeningen en grafieken.

Een nieuwe classificatie sinds 2023 zijn de abonnementen waarbij papieren en digitale replica exemplaren worden afgewisseld. Dit wordt in onderstaande figuur aangeduid als alternerend.

Sinds dit jaar zijn de rapporteringscategorieën veranderd ten gevolge van interne wijzigingen bij het CIM.

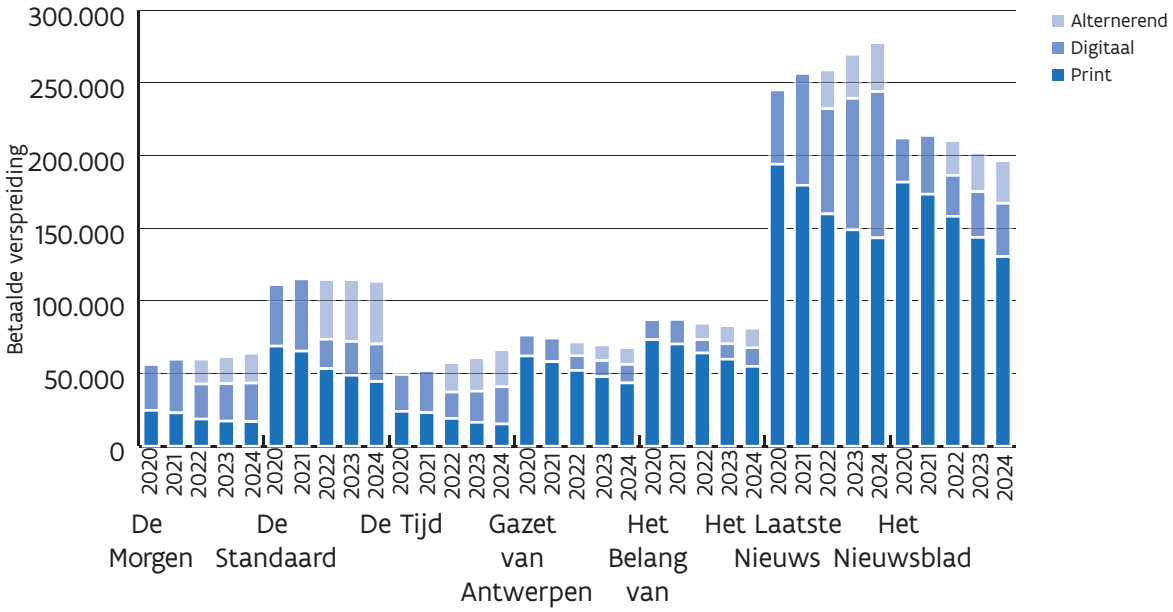
In Figuur 63 wordt de evolutie van de betaalde verspreiding van de kranten voor de periode 2020 - 2024 voorgesteld. De verkoop van de kranten Gazet van Antwerpen (-11,1%), Het Nieuwsblad (-7,4%) en Het Belang van Limburg (-6,9%) zitten in dalende lijn. De verkoop van De Tijd (+34,7%), De Morgen (+13,9%), Het Laatste Nieuws (+13,3%) en De Standaard (+2,2%) steeg daarentegen in de afgelopen vijf jaar. Uit de grafiek wordt duidelijk dat de digitale verkoop hierin een doorslaggevende rol speelt. Bij De Morgen en Het Laatste Nieuws speelde vooral de puur digitale verkoop een belangrijke rol, terwijl bij De Tijd en De Standaard de alternerende abonnementen, waarbij papieren en digitale replica exemplaren gecombineerd worden, populair zijn.

Figuur 63 toont ook dat de verkoop van gedrukte kranten voor alle titels in sterk dalende lijn zit. Als we de evolutie sinds 2020 beschouwen, dan is De Tijd de grootste daler met 36,3% minder verkochte gedrukte kranten in 2024 t.o.v. 2020. De top drie wordt verder aangevuld met De Standaard (-35,4%) en De Morgen (-31,7%).

De Tijd, De Morgen en De Standaard verkochten in 2024 meer dan de helft van hun kranten grotendeels digitaal (puur digitaal en alternerend inbegrepen), respectievelijk 77,0%, 73,7% en 60,9%. Het Laatste Nieuws nadert met 48,4% deze grens.

Bij de regionale titels (Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg) is er de afgelopen jaren een gestage groei van het aantal verkochte (grotendeels) digitale kranten. Ze zitten momenteel rond de 33%. Als we de populaire titels, Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad, vergelijken, heeft die laatste vooral veel groeimarge wat betreft het aantal puur digitale verkochte exemplaren.

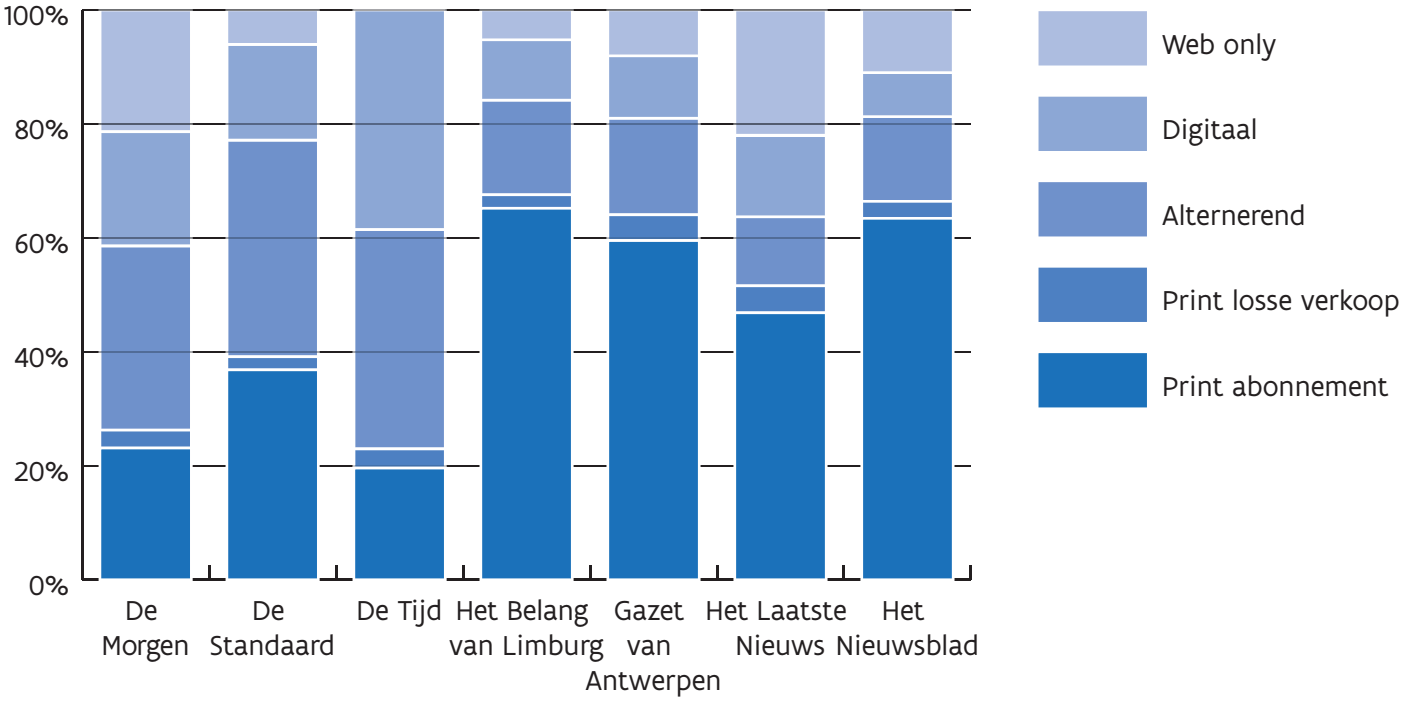
Als we tot slot de totale verkoop in 2024 vergelijken met het jaar ervoor, zien we drie stijgers, namelijk De Tijd (+8,8%), De Morgen (+3,8%) en Het Laatste Nieuws (+3,0%). Niet toevallig drie kranten die sterk presteren op het digitale vlak. De regionale kranten en Het Nieuwsblad zagen hun totale verkoop afnemen. Zij doen het ook het minst goed qua digitalisering van hun verkoop. De Standaard stagneerde.




Figuur 63: Betaalde verspreiding kranten 2020-2024
Bron: VRM op basis van CIM

Figuur 64 maakt de verhouding tussen de verschillende commerciële aanbiedingen van de kranten duidelijk. We zien dat het aandeel losse verkoop nagenoeg weggesmolten is.

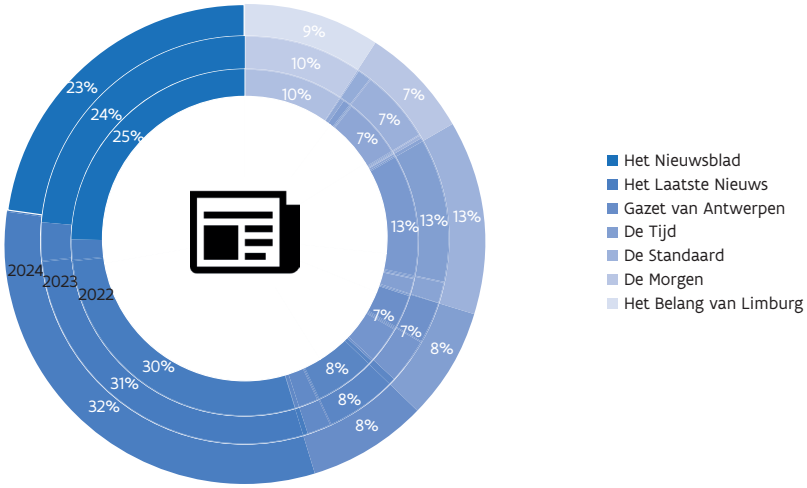
Deze grafiek toont tevens het belang van de digitale verkoop (inclusief alternerend en web only) voor De Morgen, De Standaard, De Tijd en Het Laatste Nieuws aan. De regionale kranten (Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen) en Het Nieuwsblad kennen met 32% tot 36% het kleinste aandeel digitale verkoop.




Figuur 64: Betaalde verspreiding kranten 2024: verhouding print – digitaal en abonnement – losse verkoop
Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 65 wordt de verdeling van marktaandelen van de verschillende dagbladen voorgesteld op basis van de betaalde verspreiding voor 2022, 2023 en 2024. De onderlinge verhouding wijzigt nauwelijks, Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben steevast de sterkste posities. De Morgen (7% marktaandeel) is de kleinste krant van Vlaanderen. De Tijd (8%), Gazet van Antwerpen (8%) en Het Belang van Limburg (9%) zitten daar net boven.

Als we de verhouding Mediahuis–DPG Media–Mediafin bekijken, dan zien we dat DPG Media 0,96pp en Mediafin 0,57pp afknabbelen van Mediahuis, dat 1,53pp inboet. De vier kranten van Mediahuis (De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg) zijn samen goed voor 52,93% van de betaalde verspreiding in Vlaanderen. DPG Media (De Morgen en Het Laatste Nieuws) heeft 39,42% van de markt in handen, Mediafin (De Tijd) 7,65%.




Figuur 65: Marktaandelen betaalde verspreiding per titel 2022-2024
Bron:VRM op basis van CIM

In Tabel 81: Evolutie marktaandelen dagbladen volgens oplage 2015 - 2024 wordt een overzicht gemaakt van de oplages van de dagbladen waarbij zij per mediagroep worden gesorteerd.

Van 2015 tot 2017 onderscheiden we drie mediagroepen: Mediahuis, De Persgroep en Concentra. De Tijd werd tot De Persgroep gerekend (die 50% van de aandelen had in Mediafin) en Metro tot Concentra (die 51% van de aandelen in zijn bezit had). De overige belangen in De Tijd en Metro werden aangehouden door de Franstalgie uitgeverij Rossel & Cie.

In 2017 ging het belang in Mass Transit Media (Metro) van Concentra naar Mediahuis, waardoor we dat jaar slechts twee groepen hadden: Mediahuis en De Persgroep (nu DPG Media).

In 2018 werd de participatie van De Persgroep (nu DPG Media) in Mediafin overgenomen door Roularta waardoor er opnieuw drie mediagroepen waren: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

In 2020 verkocht Mediahuis haar 50%-participatie in Mass Transit Media (Metro) aan de Franstalige uitgeverij Groupe Rossel. Hierdoor waren er voor het eerst vier onafhankelijke mediagroepen op: Mediahuis, DPG Media, Roularta en Groupe Rossel.

In 2023 stopte de gratis krant Metro en viel Groupe Rossel dus weg, waardoor er nu opnieuw drie onafhankelijke mediagroepen zijn: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

Het marktaandeel van Mediahuis daalde in 2020 met 10pp door de verkoop van haar belang in Mass Transit Media.

In 2024 daalt het marktaandeel van Mediahuis met 0,9pp tot 59,2%. Verder heeft DPG Media 36,2% marktaandeel (+0,7pp t.o.v. vorig jaar) en Roularta 4,6% (+0,1pp t.o.v. vorig jaar) marktaandeel.

## EVOLUTIE MARKTAANDELEN

| NAAM | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| De Standaard | 9,2% | 9,1% | 9,2% | 9,2% | 9,3% | 9,8% | 9,9% | 9,8% | 10,9% | 10,9% |
| Het Nieuwsblad+De Gentenaar | 24,8% | 24,3% | 24,3% | 24,0% | 24,3% | 25,2% | 25,6% | 25,5% | 27,9% | 27,5% |
| Gazet Van Antwerpen | 9,3% | 9,0% | 9,0% | 8,8% | 8,6% | 8,7% | 8,7% | 8,6% | 9,6% | 9,4% |
| Belang Van Limburg | 9,2% | 9,3% | 9,4% | 9,5% | 9,7% | 10,1% | 10,3% | 10,3% | 11,6% | 11,4% |
| Metro | 10,3% | 10,8% | 11,3% | 11,3% | 11,5% | - | - | - | - | - |
| **Concentra nv** | **10,3%** | **10,8%** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| **Mediahuis nv** | **52,6%** | **51,7%** | **63,2%** | **62,8%** | **63,4%** | **53,9** | **54,4%** | **54,2%** | **60,1%** | **59,2%** |
| Metro | - | - | - | - | - | 9,8% | 8,9% | 9,7% | - | - |
| **Groupe Rossel** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **9,8%** | **8,9%** | **9,7%** | **-** | **-** |
| Het Laatste Nieuws | 29,0% | 29,4% | 28,9% | 29,3% | 28,7% | 28,3% | 28,2% | 27,7% | 30,8% | 31,2% |
| De Morgen | 4,9% | 4,8% | 4,6% | 4,5% | 4,2% | 4,2% | 4,2% | 4,2% | 4,7% | 5,0% |
| De Tijd | 3,2% | 3,2% | 3,4% | - | - | - | - | - | - | - |
| **DPG Media nv** | **37,1%** | **37,5%** | **36,8%** | **33,8%** | **33%** | **32,4%** | **32,5%** | **31,9%** | **35,4%** | **36,2%** |
| De Tijd | - | - | - | 3,5% | 3,6% | 3,9% | 4,2% | 4,2% | 4,5% | 4,6% |
| **Roularta Media Group nv** | **-** | **-** | **-** | **3,5%** | **3,6%** | **3,9%** | **4,2%** | **4,2%** | **4,5%** | **4,6%** |

Tabel 81: Evolutie marktaandelen dagbladen volgens oplage 2015-2024
Bron: VRM op basis van CIM

De evolutie in de sector van Vlaamse dagbladen kan ook gevolgd worden aan de hand van concentratiemaatstaven C4 en HHI.

In Tabel 82 en Tabel 83 worden de concentratiemaatstaven voorgesteld voor de betaalde verspreiding (excl. Metro) en de oplage (incl. Metro) en dit zowel voor de titels als voor de mediagroepen.

De HHI op basis van titels ligt telkens tussen 0,15 en 0,25, wat wordt gecategoriseerd als 'matig geconcentreerd'. De HHI volgens groep ligt boven de 0,25 wat gezien wordt als 'sterk geconcentreerd'.

In 2017 ging Metro over van Concentra naar Mediahuis waardoor er wat oplage betreft slechts twee groepen overbleven: DPG Media en Mediahuis. De HHI bij oplage volgens groep steeg toen dan ook significant.

In 2018 werd de participatie van DPG Media in Mediafin overgenomen door Roularta. Dit zorgde voor een kleine daling van de HHI, zowel bij de betaalde verspreiding als bij de oplage volgens groep.

De HHI bij oplage volgens groep lag tussen 2017 en 2019 hoger dan de HHI bij betaalde verspreiding volgens groep, in 2019 nog respectievelijk 0,5121 en 0,4758. Dit kwam door het feit dat Metro enerzijds als gratis krant niet werd meegeteld bij de betaalde verspreiding en anderzijds bij de oplages volgens groep werd ondergebracht bij Mediahuis, omwille van haar 50%-participatie in Mass Transit Media (uitgever van Metro). De oplages van Metro werden samengenomen met de oplages van de verschillende Mediahuiskranten. Logischerwijs woog Mediahuis dus zwaarder door met als gevolg een hogere concentratie-index betreffende de HHI van de oplage volgens groep.

In 2020 was er een sterke daling van de HHI bij oplage volgens groep (van 0,5121 naar 0,4066). Dit kwam doordat Mediahuis haar participatie in Mass Transit Media verkocht aan Groupe Rossel, die de andere 50%-participatie in de joint venture bezat, waardoor deze concentratie-index aanzienlijk daalde.

Tot en met 2019 waren er dus drie mediagroepen actief op vlak van betaalde verspreiding en oplage: Mediahuis, DPG Media en Roularta. Tussen 2020 en 2022 kwam er wat betreft 'oplage' een vierde speler (Groupe Rossel, zie hierboven) bij.

In 2023 stopte Metro, wat gezien de aard van de gratis krant uitsluitend impact heeft op het gedeelte 'oplage'. Metro had namelijk geen betaalde verspreiding. Bij de berekening van het gedeelte 'oplage' was er toen telkens

één titel meer, met (behalve tussen 2017 – 2019) een lagere concentratiegraad tot gevolg.

In 2024 zijn er bij de betaalde verspreiding, zowel op basis van titels als volgens groep, een stabiele C4 (77,14%) en HHI-indexen (respectievelijk 0,1973 en 0,4414).

Bij oplage liggen de parameters sinds 2023 boven het niveau van de parameters bij betaalde verspreiding (zie toelichting hierboven). Ook hier zijn er echter, zowel op basis van titels als volgens groep, een stabiele C4 (81,04%) en HHI-indexen (respectievelijk 0,2115 en 0,4840).

Door het wegvallen van Metro wordt ook Groupe Rossel niet langer in rekening genomen. Momenteel zijn er dus zowel op vlak van betaalde verspreiding als op vlak van oplage opnieuw drie mediagroepen actief: Mediahuis, DPG Media en Roularta.

Omdat er nooit meer dan 4 mediagroepen actief zijn/waren, is de C4 volgens groep (ongeacht betaalde verspreiding of oplage) bijgevolg dus steeds 100%.

## CONCENTRATIE-INDEXEN BETAALDE VERSPREIDING (PRINT + DIGITAAL)

| OP BASIS VAN TITELS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 79,39% | 79,46% | 79,19% | 79,22% | 79,22% | 78,28% | 78,32% | 77,94% | 77,68% | 77,14% |
| HHI | 0,2069 | 0,2058 | 0,2028 | 0,2016 | 0,1992 | 0,1946 | 0,1955 | 0,1952 | 0,1966 | 0,1973 |

| VOLGENS GROEP | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| HHI | 0,5164 | 0,5150 | 0,5153 | 0,4763 | 0,4758 | 0,4709 | 0,4655 | 0,4575 | 0,4496 | 0,4414 |

Tabel 82: Concentratie-indexen dagbladen op basis van betaalde verspreiding 2015-2024
Bron: VRM op basis van CIM

## CONCENTRATIE-INDEXEN OPLAGE

| OP BASIS VAN TITELS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 73,51% | 73,55% | 73,87% | 74,11% | 74,22% | 73,39% | 73,98% | 73,31% | 81,22% | 81,04% |
| HHI | 0,1855 | 0,1857 | 0,1836 | 0,1845 | 0,1833 | 0,1838 | 0,1845 | 0,1825 | 0,2114 | 0,2115 |

| VOLGENS GROEP | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| HHI | 0,4246 | 0,4195 | 0,5347 | 0,5092 | 0,5121 | 0,4066 | 0,4113 | 0,4069 | 0,4884 | 0,4840 |

Tabel 83: Concentratie-indexen dagbladen op basis van oplage 2015-2024
Bron: VRM op basis van CIM

### 3.1.3.3.1.2 Online populariteit van krantenmerken

Krantenuitgevers zetten niet enkel in op een dagelijkse krant die zowel gedrukt als digitaal verschijnt, maar zorgen ook voor een constant geüpdatete nieuwssite en app. De populariteit van de nieuwssites en apps wordt in dit onderdeel besproken, net zoals de populariteit van de nieuwsmerken op de sociale media. Deze worden geïllustreerd in Figuur 66. Het aantal website- en appbezoeken valt af te lezen op de primaire as (linkeras), het aantal volgers op sociale media is af te lezen op de secundaire as (rechteras).

De websites van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad steken er met kop en schouders bovenuit en lokken respectievelijk 5,3 en 2,5 keer zoveel bezoekers als de derde meest populaire website, zijnde Gazet van Antwerpen.

Ten opzichte van vorig jaar kent elke website, met uitzondering van de website van Gazet van Antwerpen, een stijging in het aantal websitebezoeken. De Standaard (+15,6%), Het Laatste Nieuws (+12,7%) en De Tijd (+12,2%) zijn de grootste stijgers.

Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) monitort ook de bezoekcijfers voor de zeven nieuwsapps (apps die een gelijkaardige versie geven als de website). De apps met enkel de digitale versie van de krant zitten niet in de cijfers vervat.

De HLN-app steekt met kop en schouders boven de concurrentie uit. Het haalt meer dan drie keer zoveel bezoekers als de eerstvolgende concurrent, Het Nieuwsblad. De andere dagbladen halen slechts marginale bezoekerscijfers met hun apps in vergelijking met Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad.

Als we vergelijken met vorig jaar gaan alle apps, behalve die van Het Belang van Limburg, erop vooruit. Het aantal bezoekers van Het Laatste Nieuws (+65,7%), De Standaard (+52,7%) en De Tijd (+28,8%) kennen de grootste stijging.

Wat de volgers op sociale media betreft blijven de Vlaamse kranten in sterke mate actief op de sociale media. Het Laatste Nieuws steekt ook hier met kop en schouders boven de rest uit en kan opnieuw mooie groeicijfers voorleggen.

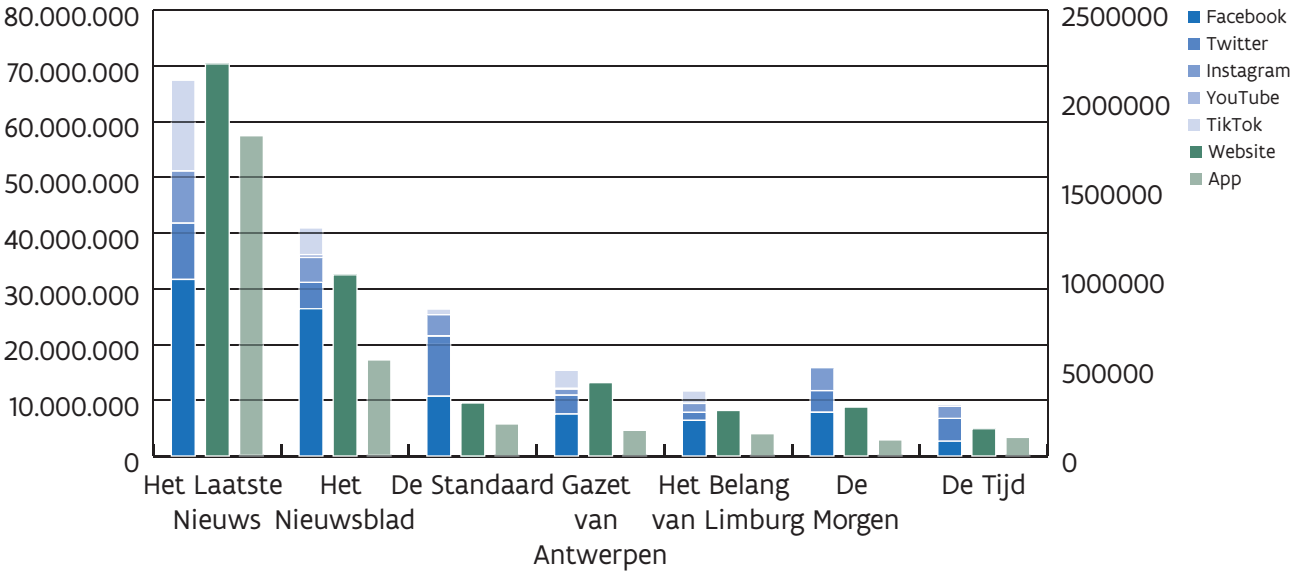
Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad hebben de meeste volgers op Facebook, de overige kranten volgen op ruime afstand. Opmerkelijk is dat alle merken stabiel blijven qua aantal volgers, wat erop kan wijzen dat het plafond op dit medium bereikt is.

Op X heeft De Standaard het grootste aantal volgers. Ook de populariteit van De Tijd op dit medium valt op. De helft van de kranten verloor (een beperkt aantal) volgers, terwijl de andere helft (een beperkt aantal) volgers won.

Alle dagbladen vergaren meer volgers op Instagram, telkens met dubble cijfers. Sterkste stijgers zijn De Tijd (+37,4%), Gazet van Antwerpen (+32,0%) en De Standaard (+31,9%).

De activiteit van de Vlaamse kranten op YouTube blijft relatief laag, net zoals het aantal abonnees. Elke krant kent wel een (lichte) aangroei van abonnees.

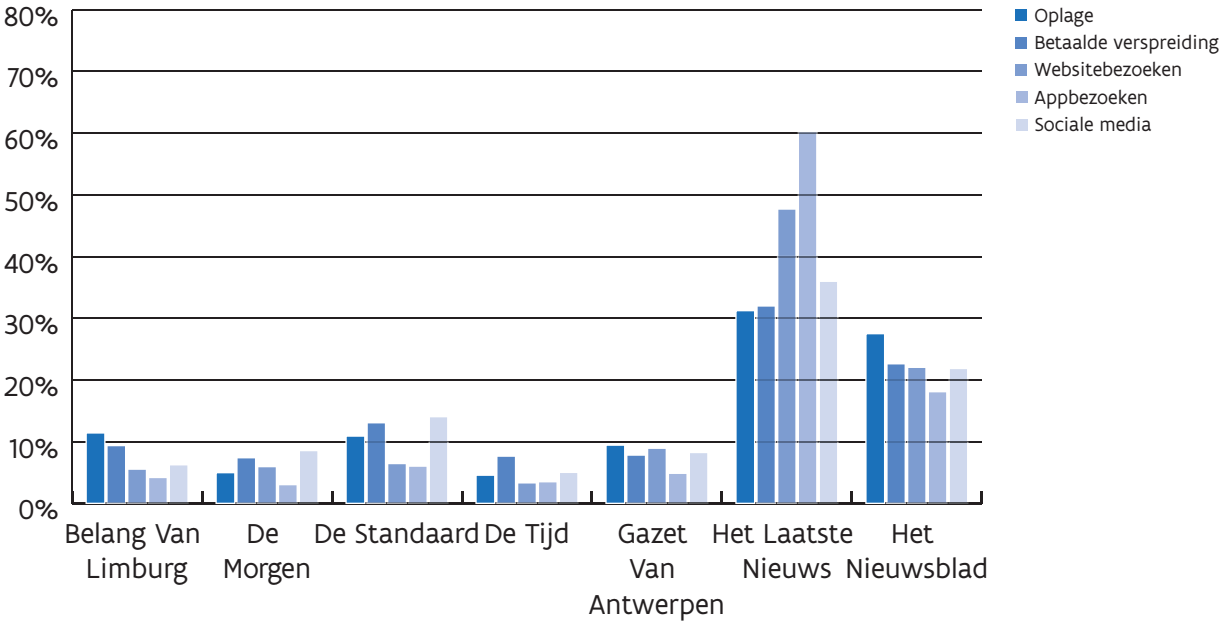
Ondertussen zijn alle kranten ook actief op TikTok. Het Laatste Nieuws blijft veruit het populairst met 507.900 volgers. Op plaats 2 en 3 staan Het Nieuwsblad (150.700 volgers) en Het Belang van Limburg (69.900 volgers).




Figuur 66: Online populariteit dagbladen
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sociale netwerken, cijfers juni 2025

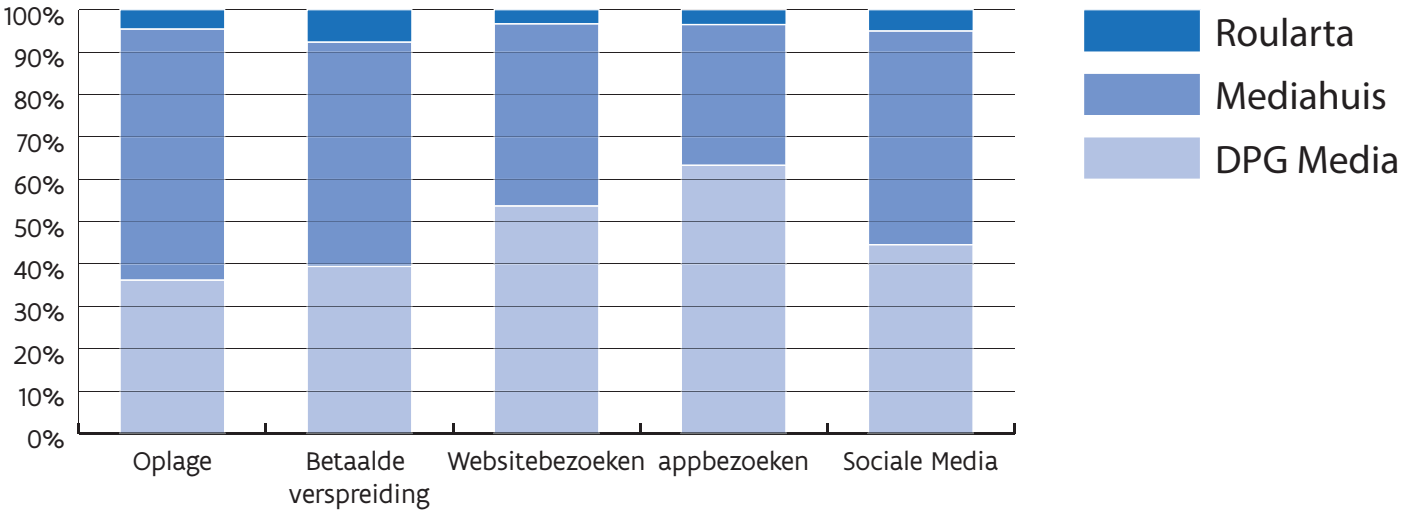
Na het apart bespreken van betaalde verspreiding en oplage, websitebezoeken, appbezoeken en socialemedia-activiteit, vergelijken we deze allemaal samen in Figuur 67. We beschouwen telkens het marktaandeel.

We zien dat Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad op alle platformen het best scoren. Opvallend zijn de pieken bij de website en de app van Het Laatste Nieuws, dewelke met voorsprong de populairste zijn. We zien dat Het Belang van Limburg haar papieren populariteit niet in online populariteit kan vertalen. De Standaard en De Morgen scoren op sociale media dan weer beter dan wat hun betaalde verspreiding en oplage zou doen vermoeden.




Figuur 67: Marktaandelen dagbladen per titel
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

In Figuur 68 worden de marktaandelen per groep weergegeven. Tot 2020 was Mediahuis op alle vlakken de grootste groep, maar de voorbije jaren heeft DPG Media Mediahuis voorbij gestoken op het vlak van website- en appbezoeken.




Figuur 68: Marktaandelen mediagroepen dagbladen
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Ten slotte zoomen we nog even in op de apps van de verschillende dagbladen. We zien dat voor elk dagblad, behalve De Tijd, er twee soorten applicaties bestaan. Op de eerste soort kunnen gebruikers gratis de nieuwsberichten lezen, vergelijkbaar met de website van de krant (in Tabel 84 gaat het om HLN.be, Nieuwsblad, DS Nieuws, De Morgen: nieuws & duiding, GVA Nieuws, HBVL Nieuws en De Tijd). In de tweede soort kunnen lezers de (mobiele) digitale editie van de krant aankopen en lezen.

Mediahuis lanceerde in 2023 de nieuwe app 'De Standaard: podcasts'.

Als we kijken naar het aantal installaties, dan zien we dat de apps van HLN.be en Nieuwslad het populairst zijn. Het zijn de enige apps in de categorie boven 1 miljoen installaties. Het aantal installaties van de apps lijkt de populariteit op andere platformen (online en gedrukt) van de kranten te weerspiegelen.

## APPLICATIES

| NAAM | GROEP | AANTAL INSTALLATIES 2018 |
|---|---|---|
| HLN.be | DPG Media | 1.000.000-5.000.000 |
| Nieuwsblad | Mediahuis | 1.000.000-5.000.000 |
| DS Nieuws | Mediahuis | 500.000 - 1.000.000 |
| De Morgen: nieuws & duiding | DPG Media | 100.000 - 500.000 |
| DS Krant | Mediahuis | 100.000 - 500.000 |
| GVA Nieuws | Mediahuis | 100.000 - 500.000 |
| HBVL Nieuws | Mediahuis | 100.000 - 500.000 |
| Het Laatste Nieuws | DPG Media | 100.000 - 500.000 |
| Nieuwsblad Krant | Mediahuis | 100.000 - 500.000 |
| Het Belang van Limburg - Krant | Mediahuis | 100.000 - 500.000 |
| De Morgen Print Editie | DPG Media | 100.000 - 500.000 |
| De Tijd | Mediafin | 100.000 - 500.000 |
| Gazet van Antwerpen - Krant | Mediahuis | 50.000 - 100.000 |
| De Standaard: Podcasts | Mediahuis | 50.000 - 100.000 |

Tabel 84: Aantal installaties applicaties dagbladen via Google Play
Bron: VRM op basis van Google Play

### 3.1.3.3.2 Periodieke bladen

De Digimeter[638] leert ons dat er meer tractie is voor betalende digitale krantenformules bij ouderen. Zowel op dagelijks (16%, +4pp) als wekelijks (23%, +5pp) gebruiksniveau zien de onderzoekers duidelijk tractie bij

638 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

de Vlaming van de betalende downloadbare versie van krant of tijdschrift. Binnen de leeftijdscategorie 45-54-jarigen leest 21% (+7pp) dagelijks een downloadbare versie van de krant of tijdschrift en geeft 28% aan te betalen voor digitaal nieuws.

Dit jaar zijn er voor het nieuwsmerk Knack opnieuw geen cijfers beschikbaar in het Digital News Report (DNR). In 2023 had 64% (-2pp t.o.v. 2022) van de respondenten vertrouwen in het nieuwsmerk.

Uit het DNR blijkt dat te veel nieuws de belangrijkste oorzaak is van nieuwsmijden. 64% van de Vlamingen geeft aan nieuws te mijden, terwijl 8% effectief afhaakt. Opgesplitst naar politieke oriëntatie geeft 19% (+7pp) van de linksgeoriënteerde Vlamingen aan de afgelopen dagen vaak actief nieuws te hebben gemeden. Voor rechts- en centrumgeoriënteerde Vlamingen is dat 9% (-1pp) en 11% (+1pp).[639]

We kijken echter vooral naar de cijfers van het CIM wat betreft betaalde verspreiding en online populariteit.

#### 3.1.3.3.2.1 Betaalde verspreiding

We bespreken de betaalde verspreiding van de populairste periodieke bladen in Vlaanderen. We werken dit jaar met de 'stated' cijfergegevens in plaats van de gecontroleerde cijfers wat betreft deze betaalde verspreiding. Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport waren de gecontroleerde cijfergegevens namelijk nog niet beschikbaar.

Sinds dit jaar zijn de rapporteringscategorieën veranderd ten gevolge van interne wijzigingen bij het CIM.

In Figuur 69 staan de verkoopcijfers van de 15 best verkopende tijdschriften van 2024 weergegeven.

Ledenbladen zoals bijvoorbeeld Pasar, Femma of Okra staan niet in dit overzicht. Voor die tijdschriften waarvoor zowel een Franstalige als een Nederlandstalige versie bestaat, kan de splitsing in de verkoopcijfers gebeuren op basis van historische informatie van het CIM.[640]

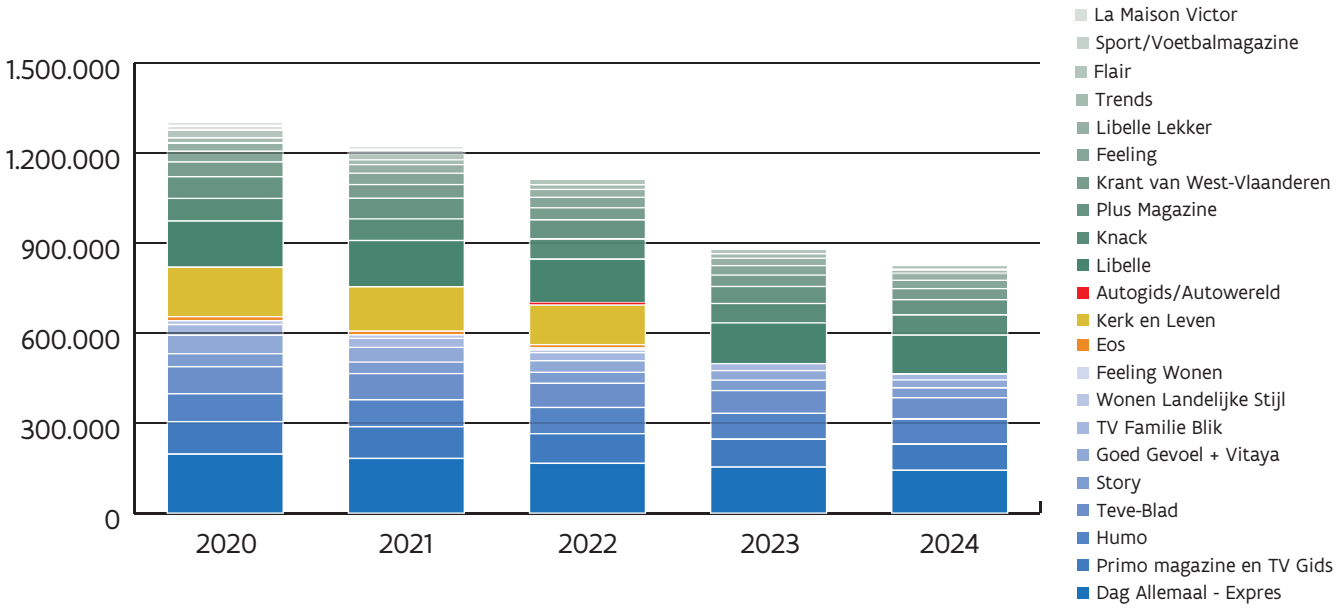
Van de 15 best verkopende tijdschriften zijn Flair (-18,58%), TV Familie / Blik (-16,13%) en Goed Gevoel / Vitaya Magazine (-15,61%) in 2024 de grootste dalers t.o.v. vorig jaar. Dit is voornamelijk te wijten aan dalingen in de losse verkoop. Voorts blijft de totale verkoop van Trends dit jaar stabiel (-0,33%) terwijl het stijgt bij Knack (+5,17%), allebei dankzij een stijging van de digitale verkoop. Bij Knack gaat het om bijna een verdrievoudiging t.o.v. vorig jaar. Beide tijdschriften steken daardoor Humo voorbij, die het historisch altijd goed deed qua digitale verkoop maar dit jaar een zeer kleine terugval kende, want het aandeel digitale verkoop in de totale verkoop is dit jaar respectievelijk: 16,74% (Knack, +10,49pp), 15,97% (Trends, +5,64pp) en 13,75% (Humo, -0,03pp). De Krant van West-Vlaanderen volgt op relatief korte afstand met 10,18% (+3,67pp). Bij alle andere tijdschriften in de top 15, met uitzondering van Flair (4,33%, een verdubbeling t.o.v. vorig jaar), is de digitale verkoop quasi onbestaande.

De top drie van best verkopende tijdschriften (totale verkoop) is identiek aan vorig jaar: Dag Allemaal, Libelle en Primo.

Als we de periode 2020 – 2024 bekijken, zien we dat geen enkel tijdschrift uit de top 15 positieve cijfers kan voorleggen. Ook hier zijn Goed Gevoel / Vitaya Magazine (-56,23%), Flair (-52,90%) en TV Familie / Blik (-46,90%) de grootste dalers, weliswaar in een andere volgorde dan in de vergelijking hierboven (2024 t.o.v. 2023). Zulke percentages zijn drastisch te noemen. In totaal is de betaalde verspreiding van de top 15 best verkopende tijdschriften in 2024 met 33,11% gedaald t.o.v. de top 15 in 2020. Deze daling is echter ook deels toe te schrijven aan de ontbrekende cijfers van Otheo (voorheen Kerk & Leven)).

639 Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Te veel nieuws is de belangrijkste oorzaak van nieuws mijden. Geraadpleegd op 13 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/te-veel-nieuws-is-de-belangrijkste-oorzaak-van-nieuws-mijden

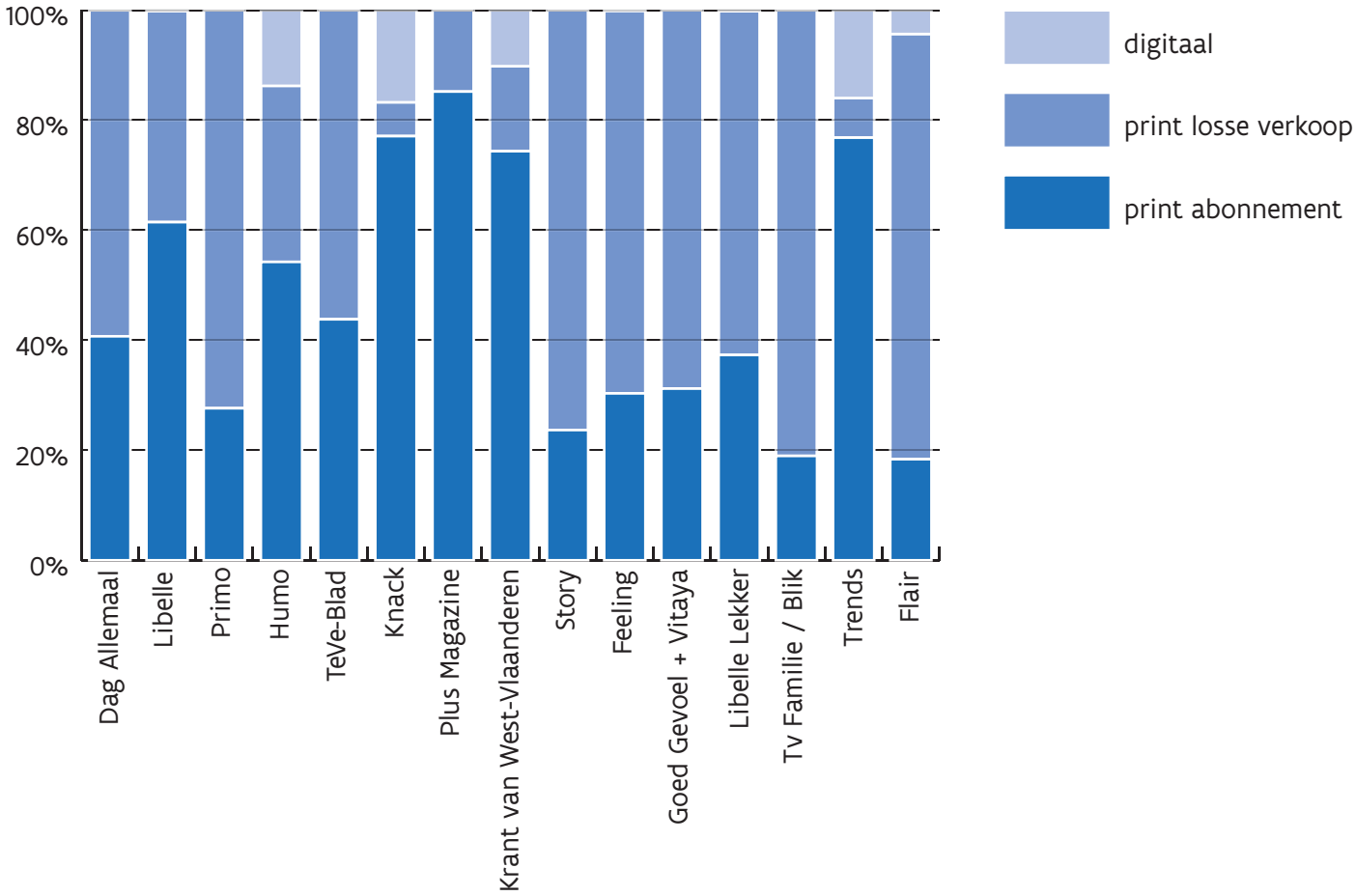
640 Tot en met 2015 gaf het CIM informatie over de verhouding in de verkoopcijfers tussen de Franstalige en de Nederlandstalige versie. Daarna niet meer. Daarom baseerde de VRM zich op de verhouding van 2015.




Figuur 69: Betaalde verspreiding tijdschriften 2020-2024
Bron: VRM op basis van CIM

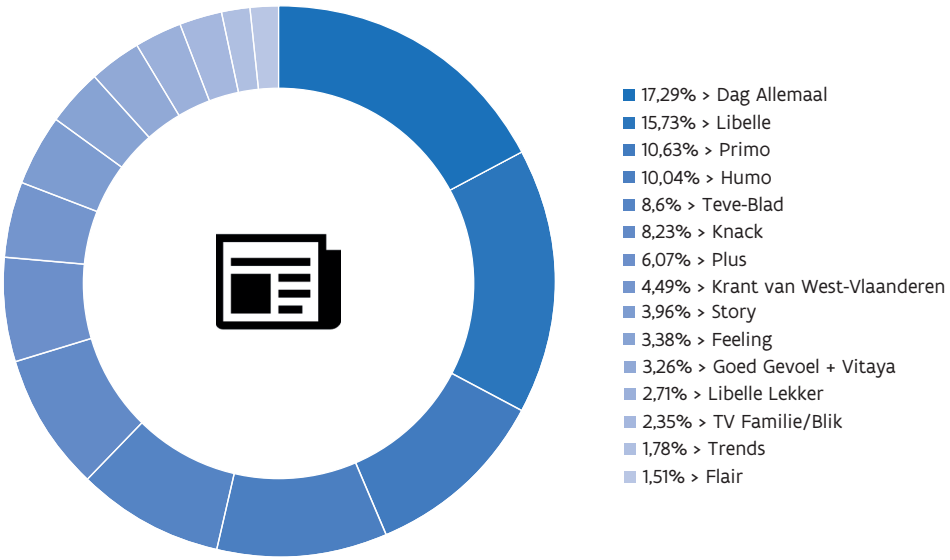
In Figuur 70 zien we de verhouding tussen abonnement en losse verkoop, zowel wat print als digitaal betreft voor het jaar 2024. We zien grote verschillen tussen de tijdschriften onderling. De verkoop van de populaire bladen zoals Story, Primo en TV Familie bestaat voor ongeveer 70% à 80% uit losse verkoop. Ook vrouwenbladen Flair, Feeling, Goed Gevoel en Libelle Lekker bestaan grotendeels uit losse verkoop. Libelle vormt hierop een uitzondering met ongeveer een 40-60 verhouding tussen losse verkoop en verkoop via abonnementen. De magazines van Roularta (Knack, Trends, Plus Magazine en De Krant van West-Vlaanderen) verkopen dan weer veel abonnementen.

We zien dat de digitale verkoop meer ingang vindt bij sommige bladen. Zoals hierboven gesteld gaat het dan om Knack, Trends, Humo en Krant van West-Vlaanderen. De digitale verkoop blijft echter klein in vergelijking met de gedrukte verkoop. Sommige tijdschriften hebben daarentegen geen digitale versie. Digitale exemplaren gelezen door abonnees op het gedrukte tijdschrift (met gratis toegang tot het digitale blad) worden hier niet meegeteld.



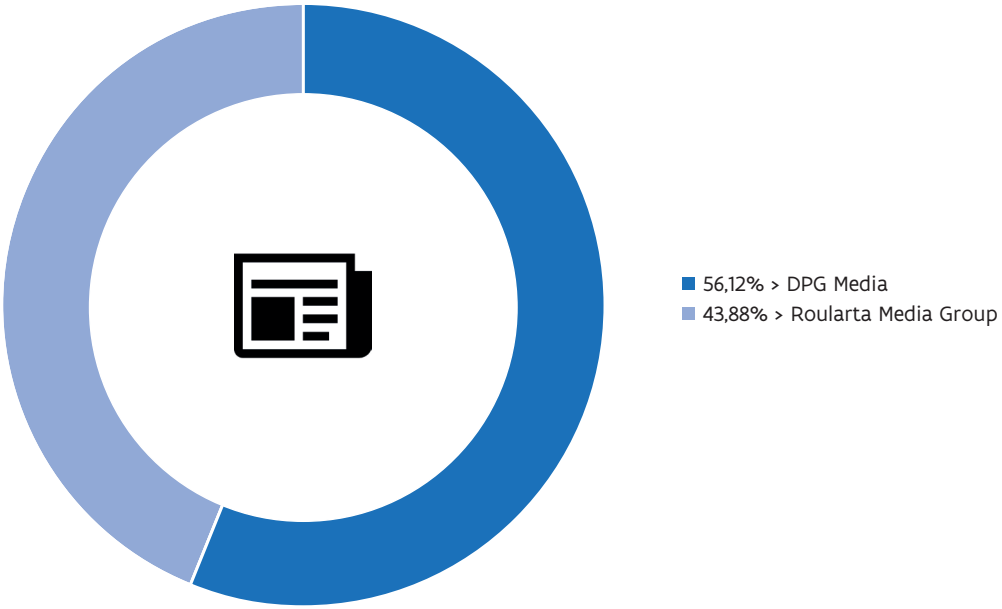

Figuur 70: Betaalde verspreiding 2024: verhouding print - digitaal en abonnement - losse verkoop
Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 71 worden de marktaandelen van de tijdschriften in de top 15 voorgesteld.




Figuur 71: Marktaandeel populairste tijdschriften 2024
Bron: VRM op basis van CIM

In Figuur 72 worden deze marktaandelen van de top 15 gegroepeerd volgens uitgever.Er zijn dit jaar opnieuw maar twe uitgeverijen in de top 15: DPG Media en Roularta. DPG Media heeft een marktaandeel van 56,12%, Roularta heeft 43,88%.




Figuur 72: Marktaandelen van top 15 tijdschriften 2024
Bron: VRM op basis van CIM

Wat tijdschriftentitels betreft, is er een lage mate van concentratie zoals blijkt uit de concentratiemaatstaven die weergegeven worden in Tabel 85. Wanneer de berekening wordt gemaakt voor de mediagroepen, constateert de VRM wel een sterke concentratie. Aangezien er dit jaar opnieuw maar 2 uitgeverijen in de top 15 zijn, is de C4 dus 100%. De HHI blijft na de stijging vorig jaar stabiel op 0,51.

In 2017 en 2018 nam de HHI volgens groep twee grote sprongen door respectievelijk de overname van de Sanoma-titels door Roularta en de ontmanteling van Cascade in combinatie met de overname van Tv Gids Primo door DPG Media. In 2020 steeg de HHI naar 0,40 door de overname van de titels van DPG Media Home Deco Holding door DPG Media. In 2021 en 2022 stabiliseerde de HHI zich.

In het algemeen blijft het concentratieniveau bij tijdschriften lager dan dat op de dagbladmarkt, zeker wat betreft titels. We zien de indexen volgens groep wel meer en meer stijgen naar dezelfde niveaus. Het is belangrijk om op te merken dat niet de volledige markt in deze concentratiemaatstaven is opgenomen, maar enkel de 15 best verkopende titels. Daarenboven zijn sinds dit jaar de rapporteringscategorieën veranderd ten gevolge van interne wijzigingen bij het CIM.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

| OP BASIS VAN TITELS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 45,97% | 45,93% | 46,13% | 46,11% | 47,74% | 47,80% | 48,18% | 48,64% | 53,31% | 53,69% |
| HHI | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,09 | 0,10 | 0,10 |

| VOLGENS GROEP | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 92,21% | 91,66% | 98,68% | 98,9% | 99,00% | 100% | 100% | 99,27% | 100% | 100% |
| HHI | 0,26 | 0,26 | 0,32 | 0,38 | 0,38 | 0,40 | 0,40 | 0,40 | 0,51 | 0,51 |

Tabel 85: Concentratie-indexen periodieke bladen op basis van betaalde verspreiding 2015-2024
Bron: VRM op basis van CIM

### 3.1.3.3.2.2 Online populariteit van de periodieke bladen

Dit jaar worden de globale cijfers van de maand juni 2025 gebruikt bij de opmaak van onderstaande figuur. We verkijgen deze cijfers via de website van het CIM.

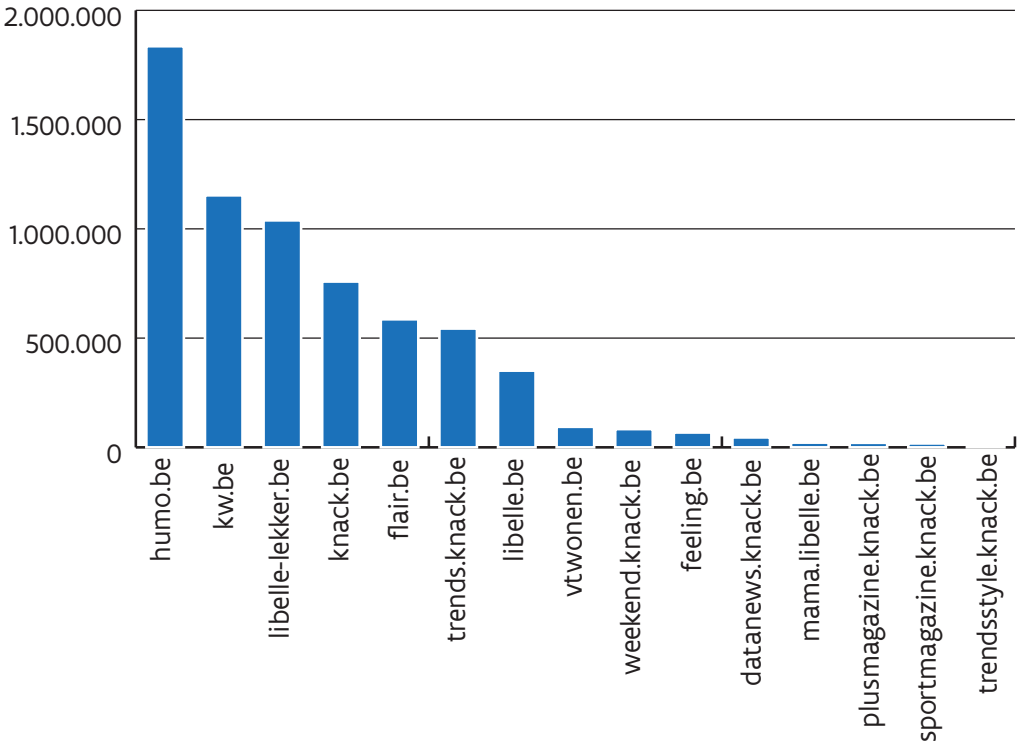
De websites van de periodieke pers worden beduidend minder vaak bezocht dan de websites van dagbladen. Vermoedelijk is dit te wijten aan het ontbreken van dagelijkse actualiteit.

Sommige periodieke bladen hebben geen website met inhoud, bijvoorbeeld Dag Allemaal, TV Familie, TeVe-Blad en Story. Hun websites omvatten enkel abonnementsgerelateerde info. De bezoekcijfers van deze websites worden niet gemeten via het CIM, net zomin als de bezoekcijfers van bijvoorbeeld Kerk en Leven, en Eos Wetenschap.

In Figuur 73 worden de 15 populairste websites van tijdschriften weergegeven. De top drie van populairste websites van de Vlaamse weekbladen is identiek aan deze van vorig jaar.

De cijfers van knack.be bevatten ook de cijfers van levif.be, de Franstalige tegenhanger. De website van Knack bestaat uit verschillende deelsites. Van deze deelwebsites kunnen voor Data News, Plusmagazine, Sportmagazine, Trends, Weekend en Trends Style afzonderlijke cijfers worden geraadpleegd bij het CIM.

Na een (logische) daling in 2021 t.o.v. het coronajaar 2020, zagen we in 2022 een stabilisatie. In 2023, 2024 en 2025 was er telkens een daling. Zo neemt het aantal websitebezoeken in 2025 t.o.v. 2024 met een derde af. Alle titels, behalve Vtwonen, tekenen dubbele verliescijfers op, met Knack Sportmagazine (-61,58pp), Feeling (-50,45pp) en Libelle Mama (-49,0pp) als grootste dalers. Vtwonen beperkt het verlies tot -6,84pp.




Figuur 73: Online populariteit periodieke bladen– websitebezoeken (juni 2025)
Bron: VRM op basis van CIM

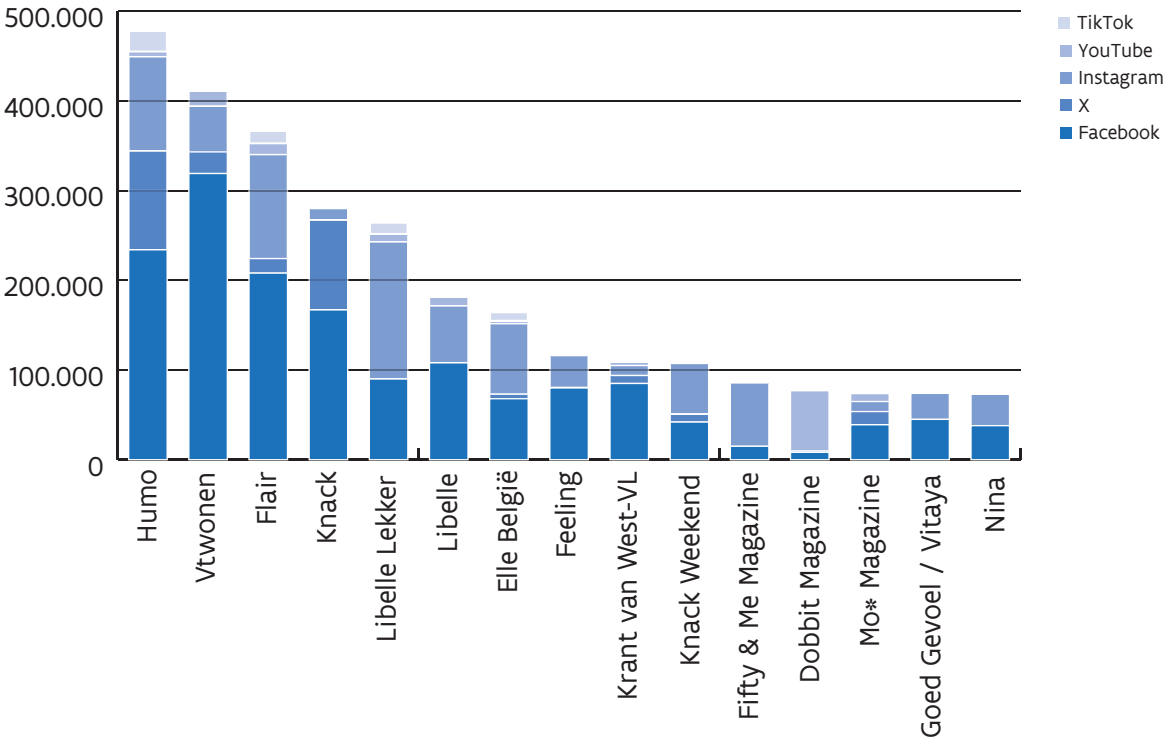
Als we kijken naar de activiteiten op sociale media van de 15 populairste tijdschriften[641], zijn er grote verschillen vast te stellen. Zo zien we dat alle periodieke bladen, met uitzondering van Dobbit, een prominente aanwezigheid op Facebook en Instagram hebben. Dobbit scoort door zijn doe-het-zelf filmpjes vooral goed op YouTube, een medium dat verder weinig populair is bij tijdschriften. TikTok begint meer ingang te vinden. Enkel Vtwonen, Libelle, Fifty & Me Magazine, Dobbit Magazine, Goed Gevoel en Nina hebben (nog) geen account.

Fifty & Me Magazine (+36,96pp), Libelle Lekker (+7,44pp) en Dobbit Magazine (+4,87pp) zijn de sterkste stijgers qua socialemediavolgers. Fifty & Me Magazine won maar liefst 23.100 volgers bij op Instagram. Ten opzichte van

641 Psychologies is niet mee opgenomen omdat hun Facebookprofiel enkel cijfers geeft over hun wereldwijd aantal likes en daardoor dus significant boven de rest uitsteekt.

2024 blijven alle populaire tijdschriften quasi stabiel of gaan erop vooruit.

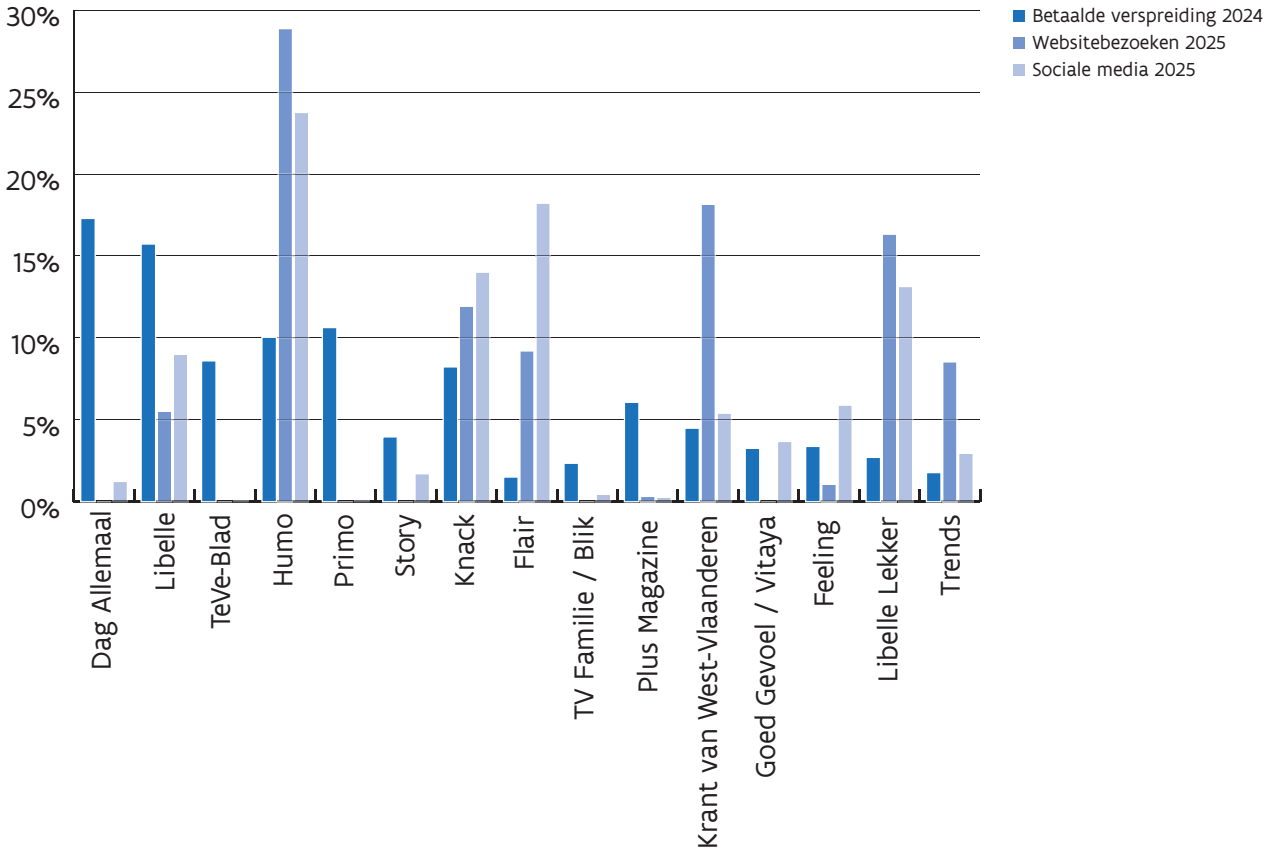
X wordt voornamelijk gebruikt door Humo en Knack. Op Instagram zijn het vooral de bladen gericht op vrouwen en lifestyle die actief zijn en heel wat volgers hebben.




Figuur 74: Online populariteit periodieke bladen – sociale media
Bron: VRM op basis van eigen onderzoek bij de betrokken sociale netwerken, cijfers augustus 2025

Net zoals bij de kranten, worden voor de tijdschriften de marktaandelen offline en online vergeleken. Zoals hierboven reeds is uitgelegd, kijken we dit jaar naar de 15 best verkopende tijdschriften van 2024 doordat de 'stated' cijfergegevens van meerdere tijdschriften niet beschikbaar waren bij het afsluiten van de redactie van dit rapport. Voor het online gedeelte maken we gebruik van de de globale cijfers van de maand juni 2025.

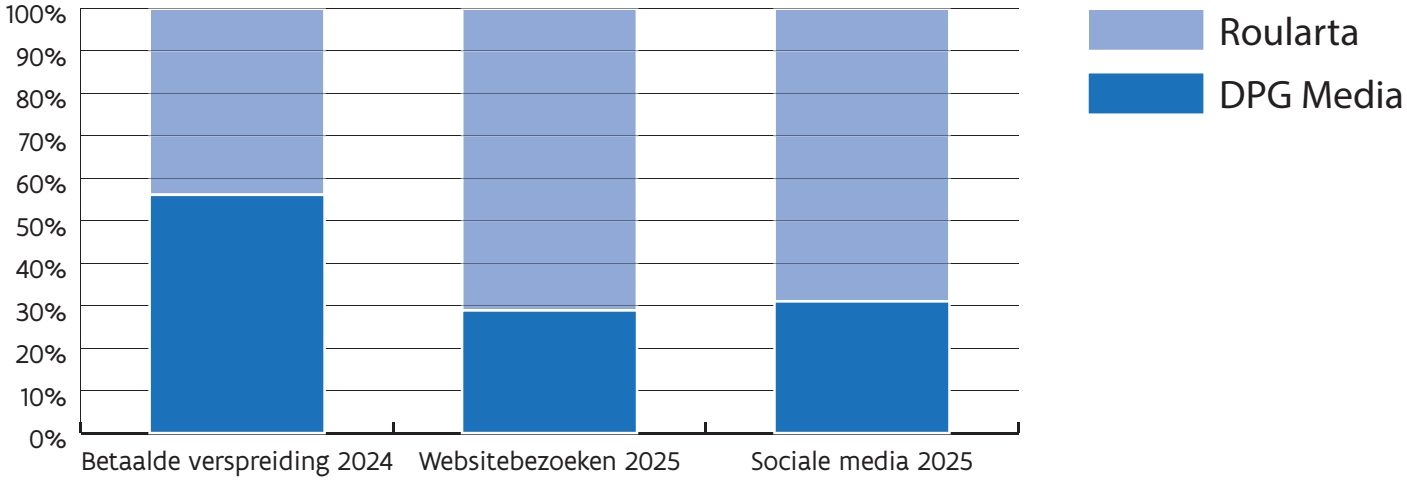
In Figuur 75 constateren we grote verschillen. Online presteren verschillende weekbladen goed. Zo valt de populariteit van Humo, Flair, Knack en Libelle Lekker op de sociale media op. Daarnaast springen ook de websites van Humo, Krant van West-Vlaanderen, Libelle Lekker en Knack in het oog. Daarentegen zien we dat de populaire gedrukte tijdschriften Dag Allemaal, Primo magazine en TeVe-Blad er amper online activiteit op nahouden. Het blijkt dus niet zo te zijn dat wie online niet aanwezig is, niet bestaat. De online activiteit en de gedrukte verkoop liggen soms ver uiteen, veel meer dan bij de dagbladen.




Figuur 75: Marktaandelen periodieke bladen per titel
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

In Figuur 76 worden de marktaandelen per groep aanschouwelijk gemaakt. Dit jaar zijn er opnieuw maar twee groepen vervat in de oefening: DPG Media en Roularta Media Groep.

Op vlak van betaalde verspreiding is DPG Media marktleider. Op vlak van websitebezoeken[642] en sociale media is Roularta marktleider.




Figuur 76: Marktaandelen mediagroepen periodieke bladen
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Als we kijken naar de applicaties verbonden met periodieke bladen, dan zien we dat de apps van Humo en Mijn Magazines het populairste zijn, met elk meer dan 100.000 installaties. De apps die daarop volgen hebben allemaal beduidend minder installaties. Het is duidelijk dat Roularta Media Group en DPG Media de plaatsen verdelen.

642 De bezoekcijfers van een aantal van de DPG Media-websites zijn niet (publiek) beschikbaar via het CIM.

De laatste jaren zijn verschillende titels niet meer beschikbaar in afzonderlijke apps, maar worden ze opgenomen in overkoepelende apps zoals Mijn Magazines en Tijdschrift.be. Zodoende moeten de mediagroepen maar één app onderhouden én kunnen de lezers kennismaken met de andere titels binnen de mediagroep.

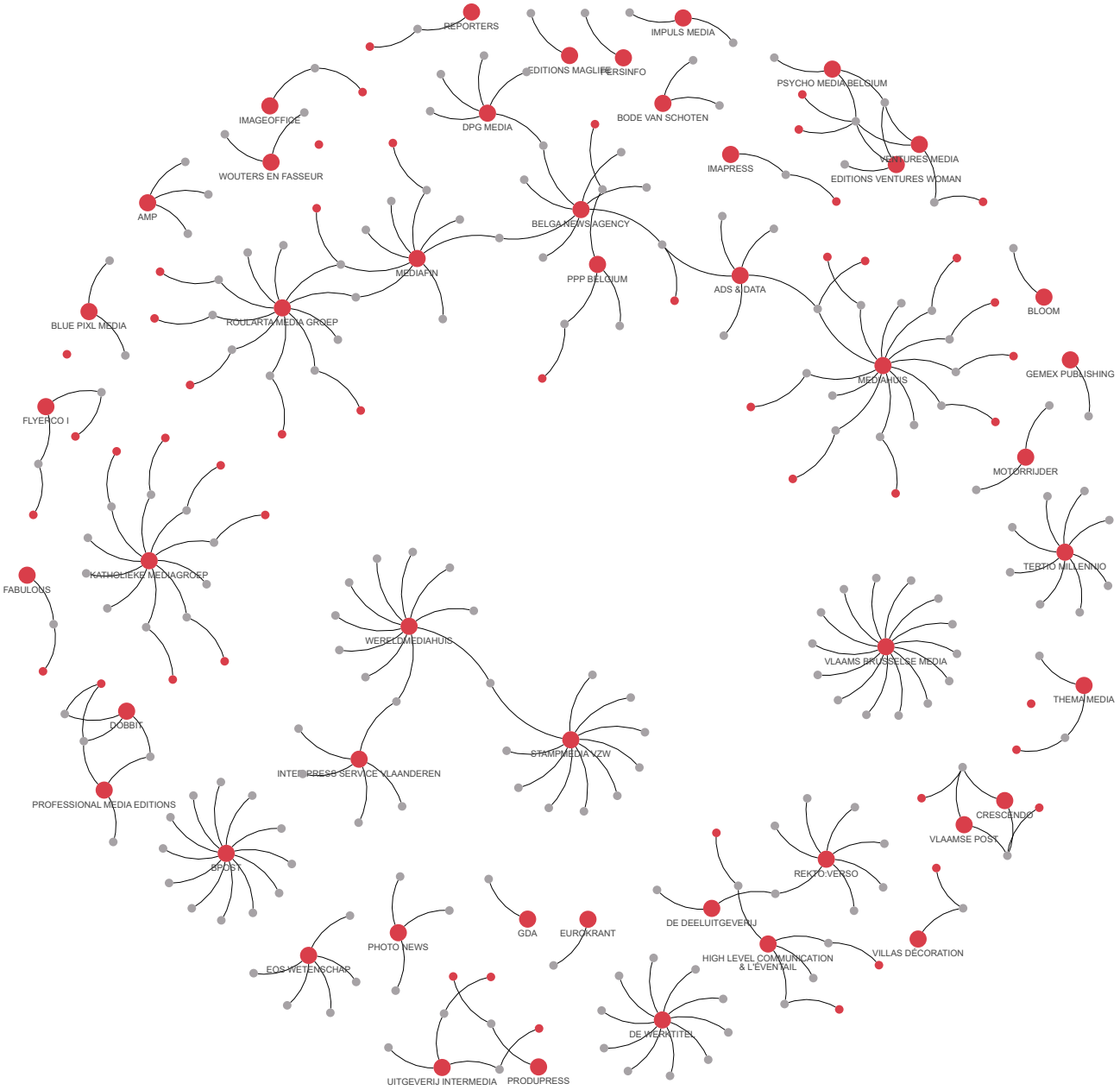
## APPLICATIES

| NAAM | GROEP | AANTAL INSTALLATIES 2025 |
|---|---|---|
| Humo | DPG Media | 100.000 - 500.000 |
| Mijn Magazines | Roularta Media Group | 100.000 - 500.000 |
| Dag Allemaal | DPG Media | 10.000 - 50.000 |
| De Belegger | Mediafin | 10.000 - 50.000 |
| Humo Magazine | DPG Media | 10.000 - 50.000 |
| Libelle Lekker | Roularta Media Group | 10.000 - 50.000 |
| Story | DPG Media | 10.000 - 50.000 |
| Tijdschrift.be | DPG Media | 10.000 - 50.000 |
| Eos Wetenschap | De Deeluitgeverij | 5.000 - 10.000 |
| Goed Gevoel | DPG Media | 5.000 - 10.000 |
| Sport/Voetbalmagazine | Roularta Media Group | 5.000 - 10.000 |
| Doorbraak Magazine | Perruptio i.s.m. Stem in 't kapittel | 1.000 - 5.000 |
| Motoren & Toerisme | De Deeluitgeverij | 1.000 - 5.000 |
| TV Familie | DPG Media | 1.000 - 5.000 |
| P-Magazine | Mediageuzen | 1.000 - 5.000 |
| Fiscoloog | Roularta Media Group | 100 - 500 |

Tabel 86: Aantal installaties applicaties periodieke bladen via Google Play
Bron: VRM op basis van Google Play

### 3.1.3.4 Mandatenconcentratie in de geschreven perssector

In de volgende figuur kijken we naar de cumulatie van mandaten in de sector van de geschreven pers. Het geeft een duidelijk beeld van de banden op bestuursvlak tussen de mediagroepen onderling. Zo zien we bijvoorbeeld dat Roularta via Mediafin bestuurlijke banden heeft met Belga News Agency, dat op zijn beurt bestuurlijke banden heeft met Mediahuis (via Ads & Data) en DPG Media. Via www.vlaamseregulatormedia.be kan je deze figuur duidelijker bekijken.




Figuur 77: Mandatenconcentratie in de sector van de geschreven pers[643]
Bron: VRM op basis van informatie NBB

643 Hoe lees je deze figuur? Centraal zie je bijvoorbeeld Ads & Data. Er zetelen vijf natuurlijke personen in hun raad van bestuur. Een van hen zetelt ook in de raad van bestuur van Mediahuis, een ander in de raad van bestuur van Belga. We zijn ons bewust van de beperkte leesbaarheid van deze figuur in gedrukte vorm. Via www.vlaamseregulatormedia.be zal je deze figuur duidelijker kunnen bekijken.

### 3.1.4 Internet

#### 3.1.4.1 Verticale, horizontale en crossmediale integratie

In veel gevallen behoren de inhoudsleverancier van een website en de websitebeheerder tot hetzelfde bedrijf of dezelfde groep. Websitebeheerders exploiteren soms meerdere titels. De VRM kan op basis hiervan echter niet concluderen dat er een grote mate van horizontale concentratie in de schakel contentcreatie is. Er is immers een zeer grote verscheidenheid aan website-aanbieders.

Reclameregies zijn soms verticaal geïntegreerd bij de websites die tot de Vlaamse mediasector kunnen gerekend worden, zoals gedefinieerd in het eerste hoofdstuk van dit rapport.

In hoofdstuk 1 werd de scope van het rapport beperkt tot "de op het Vlaamse publiek gerichte informatie die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een 'klassiek' mediaproduct".

Daardoor kunnen veel websitebeheerders die hier besproken worden automatisch tot een mediagroep gerekend worden. Bijna alle grote merken en bedrijven uit radio, tv en geschreven pers hebben een eigen website en activiteiten op sociale media. Op die manier zijn een website en/of een aanwezigheid op de sociale media de elementen die het vaakst voorkomen in een crossmediale mix. De organisatie van het mediabedrijf kan er zo op gericht zijn dat dezelfde content via verschillende platformen verspreid wordt.

In de andere richting kan ook crossmedialiteit ontstaan. Zo brengen van oorsprong zijnde internetmagazines zoals Apache of Doorbraak enkele keren per jaar een gedrukt blad uit.

Wat de risico's betreft, houden de algoritmes van socialemediaplatformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien zij geen inzage hebben in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. In 2022 werd er wel een aangescherpte Code of Practice on Disinformation ondertekend door 34 ondertekenaars, waaronder Google, Meta en TikTok, die zich aansloten bij het herzieningsproces van de code.[644]

Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat. Het verbeteren van de transparantie van media-eigendom is wel een doelstelling van de Europese wet inzake mediavrijheid.

De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap.

Tot slot houdt ook artificiële intelligentie (AI) ethische, maatschappelijke en technologische risico's in. Op vlak van ethiek en maatschappij kan AI bv. 'biased' zijn, maar er zijn ook problemen rond privacy en auteursrechtelijke beschermde werken. AI tast daarenboven ook de positie van (freelance) journalisten aan. Op technologisch vlak is er een gebrek aan transparantie, vooral wat betreft 'deep learning', wat het lastig maakt om beslissingen te verklaren en te controleren.

Op distributievlak is de nieuwe operator DIGI er nog niet in geslaagd het landschap te hertekenen. Het is afwachten wat de toekomst brengt. Midden 2024 sloten Proximus en Telenet reeds een ontwerpovereenkomst voor de uitrol van glasvezelnetwerken ("Fiber-to-the-Home" of FTTH) in een deel van Vlaanderen, wat een concentratietoename kan inhouden. Daarom heeft de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) besloten hierover een onderzoek te starten, in nauwe samenwerking met het BIPT en de mediaregulatoren. De beslissing van de BMA zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse. Recent hebben Proximus en Orange Belgium een gelijkaardige intentieverklaring ondertekend voor Franstalig België.

644 European Commission, "The 2022 Code of Practice on Disinformation", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation, 16 juni 2022.

### 3.1.4.2 Analyse op basis van financiële gegevens

Zoals in hoofdstuk 1 beschreven zijn internetdienstenverdeling, netwerkbeheer en internettoegangslevering vaak verschillende activiteiten van één en dezelfde firma. Tabel 87 geeft een overzicht van de financiële gegevens van de tien grootste onder hen (die aangesloten bij ISPA). Enkele van deze ondernemingen bieden daarnaast ook nog andere (telecom)diensten aan.

## FINANCIËLE GEGEVENS

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJSWINST (-) | WINST (-) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Telenet bv | 2.694.226.088 | 4.509.860.830 | 2.139.480.900 | 2.301.281.247 | 9.139.314 | -31.740.476 | 2.599,6 |
| Proximus nvpr | 1.470.179.791 | 9.814.248.369 | 3.980.971.559 | 4.503.189.665 | 130.691.675 | 388.127.914 | 8.686,0 |
| Orange Belgium nv | 874.254.301 | 3.426.371.630 | 1.419.729.310 | 1.511.251.845 | 75.977.508 | 90.272.380 | 1.543,9 |
| Nv Verizon Belgium Luxembourg | 176.727.975 | 241.643.840 | 30.593.419 | 37.011.646 | 1.069.118 | 3.770.587 | 65,7 |
| Microsoft nv | 111.703.098 | 1.009.860.594 | 1.359.816.974 | 1.360.409.743 | 65.832.862 | 66.865.362 | 528,8 |
| Google Belgium nv | 65.427.185 | 85.577.037 | 92.512.761 | 92.512.761 | 15.164.117 | 17.570.104 | 142,0 |
| Eurofiber nv | 37.905.736 | 209.993.284 | 38.887.935 | 43.792.657 | 3.397.228 | -2.487.476 | 77,4 |
| Portima cv | 15.146.115 | 22.844.410 | 33.946.404 | 37.955.947 | 2.419.641 | 2.277.371 | 94,6 |
| Destiny nv | 8.786.387 | 18.774.859 | 53.479.653 | 54.641.318 | 2.144.572 | 1.656.348 | 137,7 |
| EDPNET Belgium bv | 115.456 | 24.127.080 | 44.805.207 | 45.497.689 | -1.433.138 | -1.392.995 | 49,5 |

Tabel 87: Financiële gegevens 2024 grootste 10 internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers

### 3.1.4.3 Analyse op basis van populariteitscijfers

Volgens de cijfers van het Digimeterrapport, had 99% van de Vlamingen in 2024 toegang tot het internet in hun huishouden.[645] Statistiek Vlaanderen geeft aan dat 96% van de Vlamingen tussen 16 en 74 jaar minstens wekelijks het internet heeft gebruikt, 94% van hen deed dit (bijna) dagelijks.[646]

Uit het Digimeterrapport kunnen verder nog enkele conclusies getrokken worden.

Zo zetten gratis BVOD-zenderplatformen (VRT MAX, VTM GO en GoPlay) hun voet naast de streamers in termen van bereik, maar niet in termen van engagement.

Het SVOD-bereik in Vlaanderen stagneert op 6 op 10 Vlamingen (57%), qua bereik en engagement is er nog weinig groei. Netflix blijft de grootste, maar is over zijn piek. Disney+ en Streamz vervolledigen de top drie.

Verder gebruikt 86% (+2pp) van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst en/of socialemediaplatform. Een kwart (23%, -1pp) van de Vlamingen geeft aan dagelijks minstens vier of meer chatdiensten en/of socialemediaplatformen te gebruiken. De onderzoekers menen echter voor het eerst een saturatie te zien. Er is namelijk een lichte daling (64%, -2pp) in het aantal Vlamingen die zegt dagelijks sociale media te gebruiken. Bij jongeren daarentegen zien zij een verdere intensificatie en concentratie van het sociale media en chat-app gebruik.

Tot slot blijkt uit het Digital News Report dat meer Vlamingen minder verschillende nieuwsbronnen gebruiken. 16% van de Vlamingen gebruikt maximaal één bron per week (t.o.v. 5% in 2017). De helft van deze groep raadpleegt aldus de onderzoekers bovendien geen enkele nieuwsbron, maar volgt het nieuws enkel via sociale media of sociale contacten.[647]

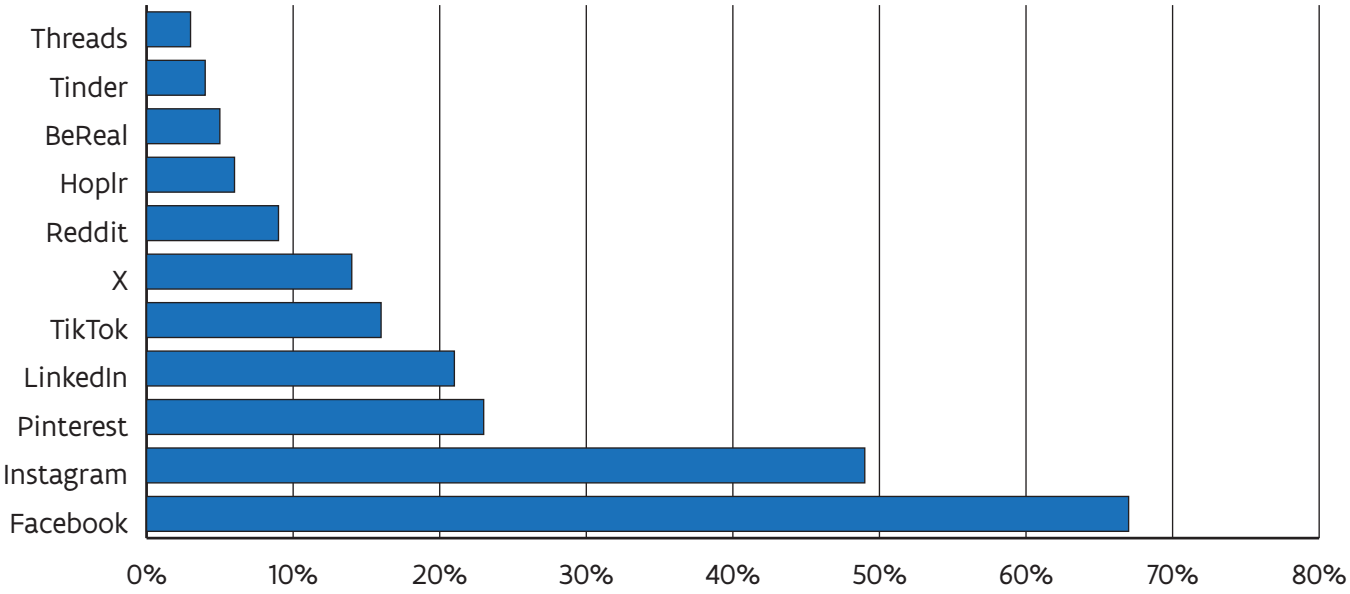
645 De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

646 Statistiek Vlaanderen, "Internetgebruik naar gebruiksfrequentie", https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/digitale-economie/internetgebruik-naar-gebruiksfrequentie, 25 februari 2025.

647 Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Meer Vlamingen gebruiken minder verschillende nieuwsbronnen. Geraadpleegd op 20 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/meer-vlamingen-gebruiken-minder-verschillende-nieuwsbronnen

De volgens het Digimeterrapport meest gebruikte sociale netwerksites in Vlaanderen zijn in Figuur 78 opgesomd.

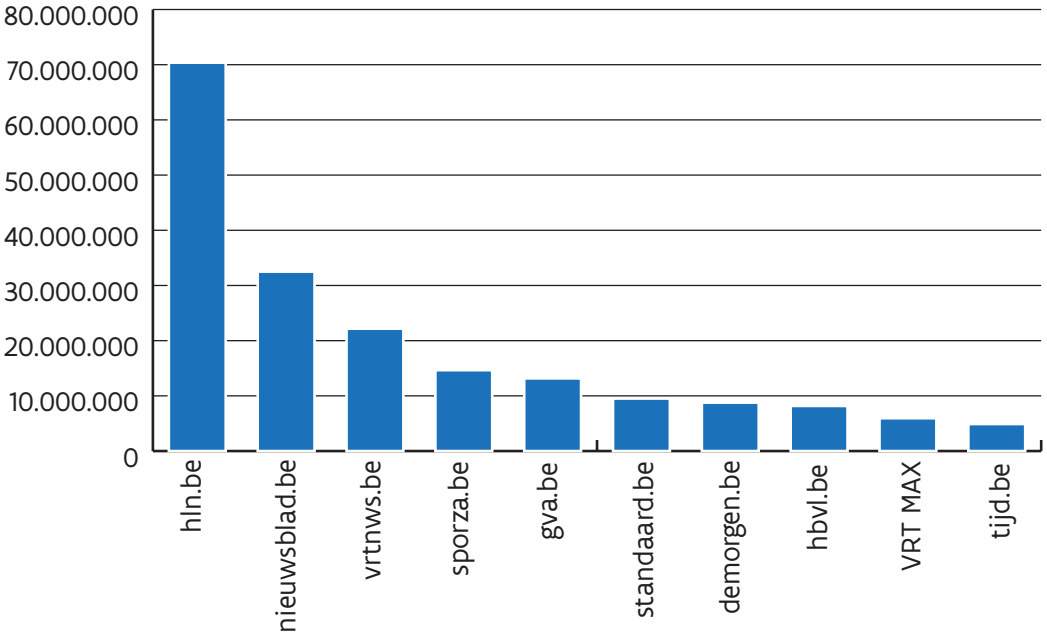
Facebook (67%, -2pp) en Instagram (49%, =) worden het vaakst gebruikt op maandbasis. Beide platformen zijn in handen van Meta. De onderzoekers stellen vast dat Meta terrein verliest met Facebook, maar zijn marktleiderschap kan behouden d.m.v. terreinwinst bij WhatsApp en Instagram. Op algemeen niveau is er verder weinig verandering bij de andere sociale media- en communicatieplatformen. TikTok scoort vooral bij de 18-24-jarigen, zeker in termen van engagement.



Figuur 78: Maandelijks gebruik sociale netwerken
Bron: VRM op basis van Digimeter

Ten slotte bekijken we alle mediamerken samen. We bestuderen de populariteit van alle Vlaamse mediawebsites en socialemedia-accounts, over de mediavormen heen.

In Figuur 79 wordt de populariteit van de mediawebsites gevisualiseerd. De top drie van populairste websites is ongewijzigd ten opzichte van 2024. Het Laatste Nieuws blijft oppermachtig, gevolgd door Het Nieuwsblad. VRT MAX doet haasje over met De Tijd van plaats tien naar negen. Alle krantenwebsites komen opnieuw in de top tien voor, zelfs regionale nieuwswebsites Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg. De overige plaatsen worden opnieuw ingenomen door VRT NWS, Sporza en VRT MAX.



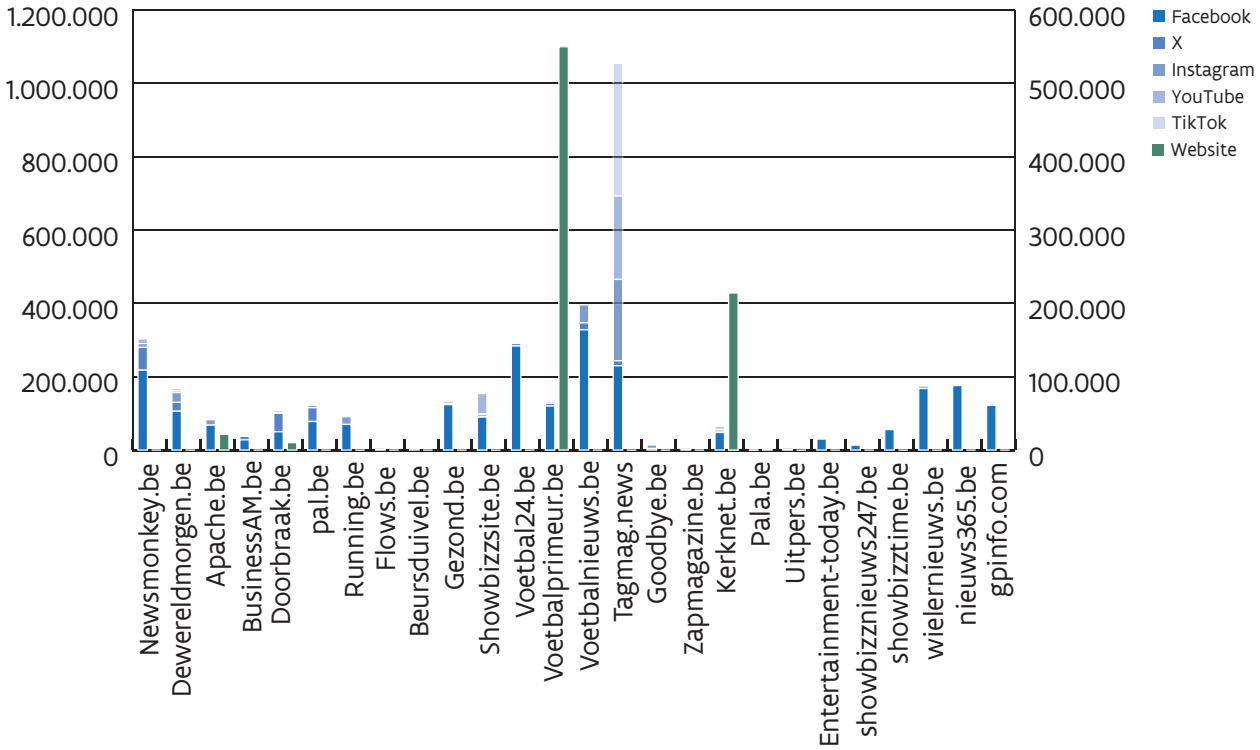

Figuur 79: Online populariteit – websites top 10
Bron: VRM op basis van CIM, cijfers juni 2025

Een aantal sites opereren zelfstandig van andere mediavormen. De populariteit van deze sites wordt in Figuur 80 toegelicht. Het aantal websitebezoeken valt af te lezen van de secundaire as (rechteras), de populariteit op de sociale media op de primaire as (linkeras).

De VRM informeerde bij deze websites naar hun bezoekcijfers van juni 2025. We kregen cijfers van apache.be, doorbraak.be, kerknet.be[648], pala.be en voetbalprimeur.be. De website voetbalprimeur.be is de populairste niet-gelieerde nieuwswebsite. Kerknet.be en apache.be volgen op plaats twee en drie. Verder dienen we bij de nieuwswebsite van Apache wel de kanttekening te maken dat het geen gratis website is, maar gebruik maakt van een abonnementenmodel. In 2025 had het ca. 6000 digitale abonnees.[649]

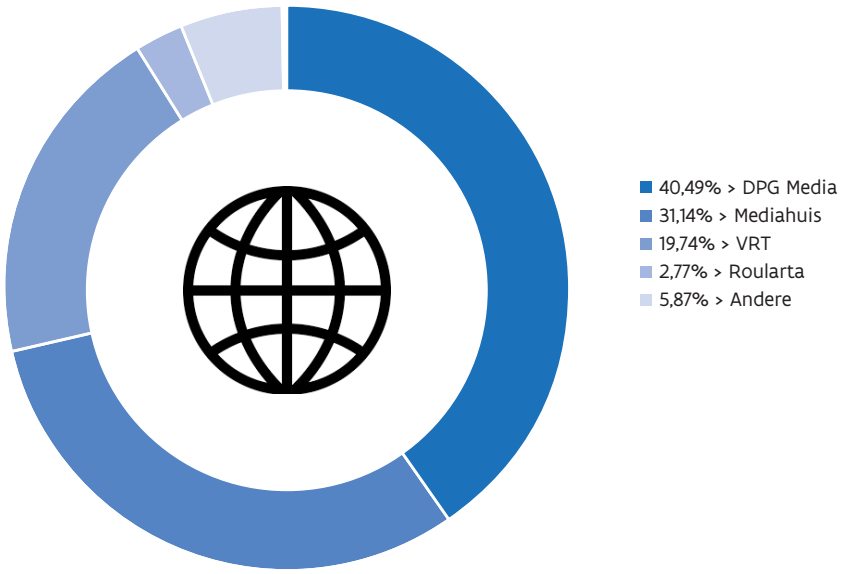
Wat sociale media betreft, is tagmag.news het meest populair, met een opmerkelijke populariteit op Facebook, Instagram, YouTube en TikTok. TikTok wordt overigens door slechts een handvol onafhankelijke nieuwssite gebruikt.

648 Katholieke Mediagroep zit momenteel in een overgangsfase waarbij zowel Kerknet.be als Otheo.be actief zijn. Het cijfer in de figuur omvat de gecombineerde bezoekcijfers van beide websites.
649 In 2025 waren er ca. 1.800 magazine abonnees.




Figuur 80: Online populariteit websites die niet gelieerd zijn aan andere media
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek bij betrokken sites, cijfers juni 2025

In Figuur 81 worden de marktaandelen per mediabedrijf, gebaseerd op websitebezoeken weergegeven.[650] DPG Media haalt het hoogste marktaandeel m.b.t. aantal websitebezoeken (40,49%) en staat op de eerste plaats. Haar populairste website is hln.be. Mediahuis (31,14%) staat op de tweede plek. De populairste website hier is nieuwsblad.be. VRT staat met 19,74% op de derde plaats. Roularta volgt met 2,77% op ruime afstand. DPG Media en Mediahuis winnen marktaandeel, VRT blijft status quo en Roularta kent een kleine daling.




Figuur 81: Marktaandelen mediagroepen internet
Bron: VRM op basis van CIM, cijfers juni 2025

650 De websites die meegenomen zijn, zijn deze uit Tabel 37 en Tabel 38 van hoofdstuk 1. Volgende websites zijn echter niet meegeteld, gezien we geen gegevens hebben: stadsradiovlaanderen.be, bloom.be, clickx.be, shoot.be, techpulse.be, techradar.com, sport10.be, bahamontes.be, by-you-magazine.be, motoren-toerisme.be, dobbit.be, themax.be, dagallemaal.be, goedgevoel.be, jobat.be, mijnvergelijker.be, primo.be, story.be, teveblad.be, tijdschrift.be, tvfamilie.be, tweakers.net, willy.radio, elle.be, lofficiel.be, marieclaire.be, fiftyandmemagazine.be, eostrace.be, eoswetenschap.eu, iedereenwetenschapper.be, vlaamsparlement.tv, highlevelcom.be, culinaireambiance.com, p-magazine.be, billie.be, inmemoriam.be, jellow.be, made-in.be, zabun.be, ment55.be, mentpop.be, motorrijder.be, njam.tv, plattelandstv.be, autogids.be, artsenkrant.be, grafischnieuws.be, mediaandcommunication.be, verpakkingenlabel.be, proximus.be, psychologies.be, rektoverso.be, dezondag.be, immoscoop.be, itjobonly.be, mijnmagazines.be, sterck-magazine.be, streamz.be, studio100.com, playsports.be, netweters.be, telenet.tv, tertio.be, topradio.be, sooner.be, actiefwonen.be, forbes.be, ideat.be, eclipst.v.be, mo.be, newsmonkey.be, dewereldmorgen.be, businessam.be, pal.be, running.be, flows.be, beursduivel.be, showbizzsite.be, voetbal24.be, voetbalnieuws.be, tagmag.news, goodbye.be, zapmagazine.be, otheo.be, uitpers.be, entertainment-today.be, showbizznieuws247.be, showbizztime.be, wielernieuws.be, nieuws365.be en gpinfo.com.

Ook voor de websites werden de concentratiemaatstaven berekend. Dezelfde websites die voor Figuur 81 werden gebruikt, zijn meegenomen. De C4 en de HHI, zowel o.b.v. websites als o.b.v. groepen, zijn licht gestegen t.o.v. vorig jaar. De HHI o.b.v. websites flirt al sinds 2023 met de drempel van matige concentratie en overstijgt dit jaar nipt de drempel.

De hoge C4 o.b.v. websites (64,30%) is een gevolg van het feit dat de websites van Het Laatste Nieuws en het Nieuwsblad enorm hoge bezoekersaantallen hebben in vergelijking met de overige websites.

Deze concentratiemaatstaven zijn natuurlijk relatief: de surfer kan veel meer websites raadplegen dan enkel de websites van de mediagroepen die hier worden besproken. Bovendien zijn de bezoekcijfers van onafhankelijke media niet terug te vinden op de website van het CIM. De VRM vraagt deze cijfergegevens daarom jaarlijks op bij de betrokken spelers, maar niet elke speler deelt deze gegevens mee.

## CONCENTRATIE-INDEXEN

| VOLGENS WEBSITE | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 58,22% | 59,07% | 53,62% | 55,11% | 57,75% | 55,91% | 52,82% | 62,39% | 64,00% | 64,30% |
| HHI | 0,1289 | 0,1284 | 0,1020 | 0,1159 | 0,1226 | 0,1100 | 0,1207 | 0,1484 | 0,1491 | 0,1534 |

| VOLGENS GROEP | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C4 | 85,13% | 88,47% | 86,8% | 90,69% | 90,68% | 86,11% | 85,67% | 90,54% | 93,42% | 94,13% |
| HHI | 0,2679 | 0,2763 | 0,2578 | 0,2549 | 0,2526 | 0,2284 | 0,2399 | 0,2744 | 0,2911 | 0,3015 |

Tabel 88: Concentratie-indexen Vlaamse mediawebsites op basis van bezoeken 2016-2025
Bron: VRM op basis van CIM en eigen onderzoek

Als we de definitie van "de op het Vlaamse publiek gerichte informatie die beschikbaar gesteld wordt via de website moet ofwel het equivalent zijn van een klassiek mediaproduct, aangeboden worden door een onderneming die reeds op andere wijze actief is in de Vlaamse mediasector ofwel moet de inhoud vergelijkbaar zijn met die van een 'klassiek' mediaproduct" loslaten, konden we tot 2020 via Alexa.com de populariteit van alle websites zien, weliswaar voor heel België.

Sinds 2020 was deze opvraging via Alexa.com niet langer mogelijk. De VRM maakte van 2020 tot en met 2023 gebruik van Similarweb.com. Sinds 2024 beroept het zich op Semrush.com.

HLN.be blijft status quo op de vierde plek. VRT.be (plek 9), Sporza.be (13) en Nieuwsblad.be (20) dalen in de ranglijst.

## POPULARITEIT WEBSITES

| RANKING | 21/08/2018 | 27/08/2019 | 21/08/2020 | 31/08/2021 | 31/08/2022 | 22/08/2023 | 30/08/2024 | 26/08/2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | google.be | google.com | google.com | Google.com | Google.com | Google.com | Google.com | Google.com |
| 2 | youtube.com | youtube.com | youtube.com | Youtube.com | Youtube.com | YouTube.com | YouTube.com | YouTube.com |
| 3 | google.com | google.be | google.be | Facebook.com | Facebook.com | Facebook.com | Facebook.com | Facebook.com |
| 4 | facebook.com | reddit.com | reddit.com | **hln.be** | **hln.be** | **Hln.be** | **Hln.be** | **Hln.be** |
| 5 | Wikipedia.org | live.com | facebook.com | Google.be | Google.be | Google.be | Wikipedia.org | Wikipedia.org |
| 6 | live.com | wikipedia.org | **hln.be** | Live.com | **Sporza.be** | **Nieuwsblad.be** | Google.be | Chatgpt.com |
| 7 | reddit.com | facebook.com | live.com | Wikipedia.org | **Nieuwsblad.be** | **Sporza.be** | **VRT.be** | Instagram.com |
| 8 | Instagram.com | netflix.com | wikipedia.org | Instagram.com | Live.com | Live.com | Bing.com | Reddit.com |
| 9 | twitter.com | livejasmin.com | livejasmin.com | **Nieuwsblad.be** | Pornhub.com | Instagram.com | Instagram.com | **VRT.be** |
| 10 | **hln.be** | **hln.be** | yahoo.com | Twitter.com | Wikipedia.org | Pornhub.com | **Sporza.be** | Belgium.be |
| 11 | yahoo.com | yahoo.com | netflix.com | Netflix.com | Twitter.com | Wikipedia.org | Belgium.be | Weather.com |
| 12 | 2dehands.be | twitch.tv | bongacams.com | Pornhub.com | Instagram.com | X.com | Live.com | Telenet.be |
| 13 | **nieuwsblad.be** | telenet.be | twitch.tv | Telenet.be | **Vrt.be** | **Vrt.be** | Pornhub.com | **Sporza.be** |
| 14 | pornhub.com | aliexpress.com | 2dehands.be | RTBF.be | Netflix.com | Telenet.be | Weather.com | Live.com |
| 15 | amazon.fr | pornhub.com | **vrt.be** | **vrt.be** | Bol.com | RTBF.be | **Nieuwsblad.be** | Google.be |
| 16 | livejasmin.com | **nieuwsblad.be** | microsoftonline.com | Sudinfo.be | Telenet.be | Bol.com | RTBF.be | Bol.com |
| 17 | Netflix.com | 2dehands.be | **nieuwsblad.be** | **Sporza.be** | Rtbf.be | Buienradar.be | Girogate.be | X.com |
| 18 | twitch.tv | vk.com | pornhub.com | Bol.com | Sudinfo.be | Sudinfo.be | Reddit.com | Anime-sama.fr |
| 19 | xhamster.com | kuleuven.be | chaturbate.com | Xnxx.com | Xnxx.com | Netflix.com | Bol.com | DuckDuckgo.com |
| 20 | 2ememain.be | rtbf.be | belgium.be | Xvideos.com | Xvideos.com | Xvideos.com | X.com | **Nieuwsblad.be** |

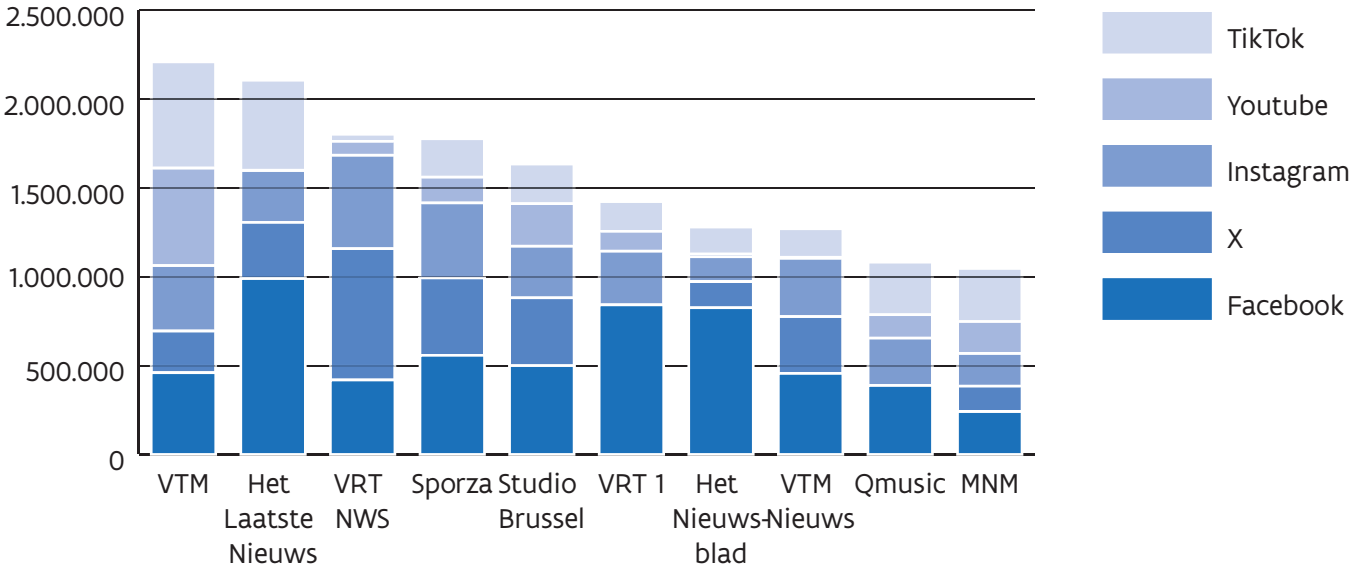
Tabel 89: Online populariteit websites België augustus 2018-2025
Bron: VRM op basis van Alexa.com, Similarweb.com en Semrush.com

Ten slotte beschouwen we de populariteit van alle mediamerken samen op sociale media. Figuur 82 toont de top 10 mediamerken op de sociale media. Dezelfde 10 merken zien we dit jaar opnieuw verschijnen, zij het in een andere volgorde. Zo springt VTM naar plaats 1, waardoor Het Laatste Nieuws en VRT NWS zakken naar plaats 2 en 3. HLN is dus niet langer de onbetwiste leider. Verder stijgt Sporza een plek naar plaats 4 en zakt Studio Brussel twee plekken naar plaats 5. Finaal wisselen VTM Nieuws en Qmusic van plaats, naar respectievelijk plaats 8 en 9.

Een eerste vaststelling is dat de mediamerken die nieuws centraal stellen het populairste zijn. Zo staan er twee websites van kranten in de top 10, naast het sportnieuwsmerk van VRT (Sporza) en VRT NWS. Een tweede vaststelling is dat de radiomerken goed vertegenwoordigd zijn met Studio Brussel, Qmusic en MNM.

Door berichten te posten op Facebook, Instagram en TikTok proberen de Vlaamse media bezoekers naar de eigen website te lokken. Extra aanwezigheid op sociale netwerken kan zorgen voor extra websitebezoeken en op die manier extra advertentie-inkomsten. Daarenboven zorgt de aanwezigheid van deze merken op platformen met veel jongeren (bv. TikTok) voor naamsbekendheid. Jongeren vinden niet altijd de weg meer naar nieuwswebsites en -apps, en zitten voornamelijk op sociale media waar fake news veelvuldig aanwezig is. Door op deze platformen te posten, bieden de Vlaamse nieuwsmerken hun kwaliteitsvolle journalistiek aan aan deze jongeren. Zodoende probeert de Vlaamse media zijn relevantie en toekomstig bestaan te verzekeren.

Het valt op dat nieuwsmerken hoog scoren op vlak van websitebezoeken en populariteit op sociale media. Voor het radiomerk Qmusic geldt het omgekeerde: dat scoort heel hoog op sociale media, maar dit vertaalt zich niet in hoge websitebezoeken. Dat laatste kan verklaard worden door het feit dat de Qmusic-app een hoog aantal downloads kent (zie tabel 90). De VRT-radiomerken (bv. Studio Brussel en MNM) hebben geen eigen website meer, maar zijn opgegaan in VRT MAX. VRT geeft het platform steeds meer vorm als belevingsbestemming, met aandacht voor radio en muziek.



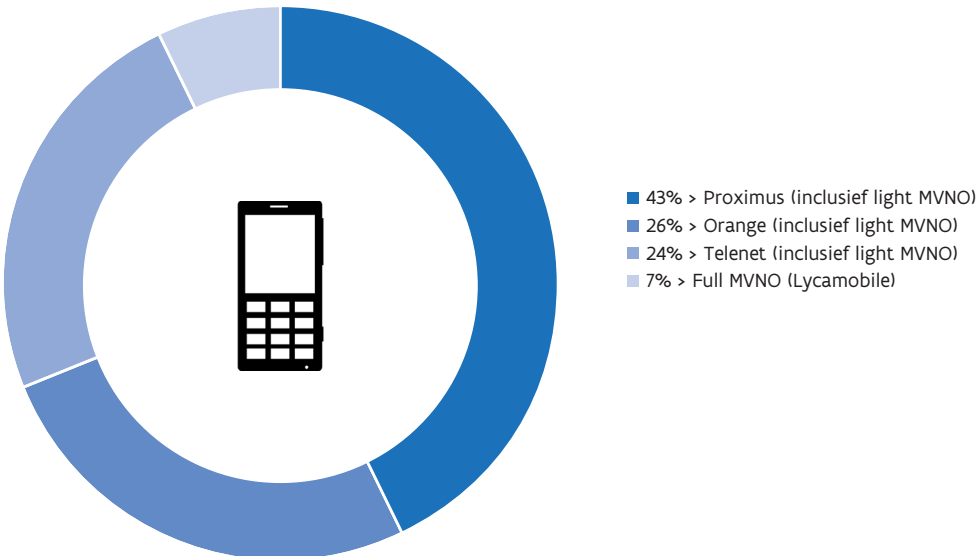

Figuur 82: Online populariteit – sociale media top 10
Bron: VRM op basis van eigen onderzoek bij de betrokken sociale netwerken, cijfers zomer 2025[651]

### 3.1.4.4 Apps/Mobiel internet

In dit laatste onderdeel geven we enkele cijfers met betrekking tot het gebruik van mobiel internet en apps. Figuur 83 toont de marktaandelen van de verschillende mobiele netwerken en MVNO's voor 2024, gebaseerd op het aantal actieve SIM-kaarten.

Inclusief hun submerken en light MVNO's zagen Proximus (+0,4pp) en Orange/VOO (+0,1pp) een toename in het aantal actieve simkaarten, terwijl Telenet een daling registreerde (-0,2pp). Ook full MVNO Lycamobile verliest actieve simkaarten (-0,4pp). Ondanks deze verschuiving blijft de algemene marktaandeelverdeling ongewijzigd: Proximus blijft de grootste speler, gevolgd door Orange/VOO en Telenet.

Eind 2024 introduceerde DIGI zijn mobiele spraak- en datadiensten voor de residentiële markt in België. Het BIPT kadert dat hierbij voorlopig gebruik wordt gemaakt van het mobiele netwerk van Proximus, op basis van een akkoord uit augustus 2023 dat 5 jaar van kracht blijft.[652]




Figuur 83: Marktaandelen mobiele operatoren in termen van actieve simkaarten in België
Bron: BIPT (2025), De status van de elektronische communicatie- en TV-markt 2024, https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024

651 Cijfers omtrent influencers kunnen geraadpleegd worden in hoofdstuk 1.
652 BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 juli 2025 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2024), via https://www.ibpt.be/operatoren/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024

Ten slotte geven we een overzicht van de meest populaire apps in Vlaanderen. De installaties op Google Play worden hier als basis genomen. De App Store van Apple geeft immers geen gegevens vrij omtrent het aantal installaties. We geven de apps weer die zich in de drie hoogste categorieën bevinden: 5.000.000 – 10.000.000, 1.000.000 – 5.000.000 en 500.000 – 1.000.000.

## APPLICATIES

| NAAM | GROEP | AANTAL INSTALLATIES 2025 |
|---|---|---|
| Proximus+: telecom en meer | Proximus | 5.000.000 - 10.000.000 |
| HLN.be | DPG Media | 1.000.000 - 5.000.000 |
| My Orange BE | Orange Belgium | 1.000.000 - 5.000.000 |
| MyTelenet | Telenet | 1.000.000 - 5.000.000 |
| Nieuwsblad | Mediahuis | 1.000.000 - 5.000.000 |
| Proximus Pickx | Proximus | 1.000.000 - 5.000.000 |
| VRT MAX | VRT | 1.000.000 - 5.000.000 |
| VRT NWS | VRT | 1.000.000 - 5.000.000 |
| VTM GO | DPG Media | 1.000.000 - 5.000.000 |
| DS Nieuws | Mediahuis | 500.000 - 1.000.000 |
| GoPlay | Play Media | 500.000 - 1.000.000 |
| Qmusic – Live Radio | DPG Media | 500.000 - 1.000.000 |
| Radio België FM - radio online | AppMind – Radio FM, Radio Online | 500.000 - 1.000.000 |
| Sporza | VRT | 500.000 - 1.000.000 |
| Streamz | DPG Media | 500.000 - 1.000.000 |
| Telenet TV | Telenet | 500.000 - 1.000.000 |
| Tomorrowland | Hellohelloradio.com | 500.000 - 1.000.000 |
| Zimmo | Mediahuis | 500.000 - 1.000.000 |

Tabel 90: Aantal installaties populairste applicaties via Google Play

Bron: VRM op basis van Google Play

## 3.2 MEDIAGROEPEN

De horizontale, verticale en crossmediale integratie van de Vlaamse mediagroepen werd uitgebreid bestudeerd in hoofdstuk 2. Daarom wordt onmiddellijk overgegaan tot de analyse op basis van financiële gegevens.

### 3.2.1 Analyse op basis van financiële gegevens

De financiële gegevens van deze groepen vindt de lezer terug in Tabel 91.

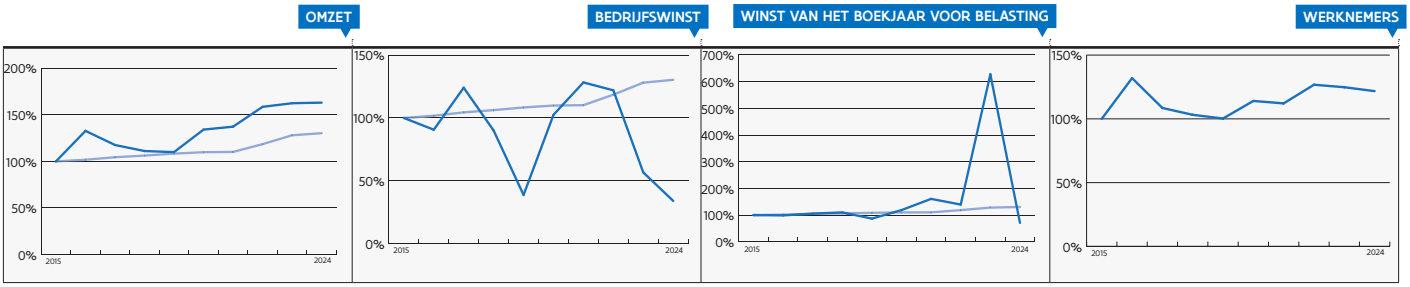
Een vergelijking op basis van de financiële gegevens is niet evident. De telecomactiviteiten van Proximus en Telenet vallen bijvoorbeeld niet exact uit de financiële gegevens te distilleren, wat de verhoudingen uiteraard vertekent. In 2019 werden DPG Media nv en Telenet bv in onderstaande tabel opgenomen in plaats van De Persgroep (nu DPG Media Group) en Telenet Group Holding. De reden hiervoor is dat De Persgroep en Telenet Group Holding holdingmaatschappijen waren die niet altijd een adequate weergaven gaven, bijvoorbeeld door een opvallend laag werknemersaantal.

**FINANCIËLE GEGEVENS**

| ONDERNEMINGS-NAAM | EIGEN VERMOGEN | ACTIVA | OMZET | BEDRIJFSOPBRENGSTEN | BEDRIJFSWINST (–) | WINST (–) VOOR BELASTING | WERKNEMERS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10/15 | 20/58 | 70 | 70/76A | 9901 | 9903 | 9087 |
| Telenet bv | 2.694.226.088 | 4.509.860.830 | 2.139.480.900 | 2.301.281.247 | 9.139.314 | -31.740.476 | 2.599,6 |
| Proximus nv | 1.470.179.791 | 9.814.248.369 | 3.980.971.559 | 4.503.189.665 | 130.691.675 | 388.127.914 | 8.686,0 |
| Mediahuis nv | 692.935.147 | 1.198.856.385 | 289.439.657 | 319.501.062 | -11.135.347 | 30.670.875 | 785,9 |
| VRT nv | 280.686.160 | 736.190.153 | 488.358.980 | 500.385.778 | -7.719.703 | 545.260 | 1.890,30 |
| Roularta Media Group nv | 208.162.658 | 296.340.351 | 256.796.851 | 284.768.582 | 2.424.466 | 6.005.379 | 951,9 |
| DPG Media nv | 194.536.161 | 571.903.552 | 571.257.751 | 609.914.217 | 74.247.013 | 61.813.919 | 1.187,9 |
| Studio 100 nv | 66.342.245 | 286.326.533 | 107.198.969 | 105.783.615 | 6.379.799 | 22.970.004 | 175,1 |

Tabel 91: Financiële gegevens 2024 mediagroepen

**EVOLUTIE GEMIDDELDE WAARDEN**




Figuur 84: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – mediagroepen
Bron: VRM op basis van informatie NBB

Op bovenstaande figuur is te zien dat de curve van de omzet de afgelopen drie jaren (2022, 2023 en 2024) een licht stijdende trend (+4,52pp) kent, terwijl de curve van het aantal werknemers in diezelfde periode een licht dalende trend (-5,03pp) kent.

De curve van de bedrijfswinst kende in 2023 een grote terugval. In 2024 daalt deze curve verder. Zo tekenen verschillende ondernemingen een bedrijfsverlies op of zien zij de bedrijfswinst sterk terugvallen omwille van de moeilijke, competitieve marktomstandigheden en de oplopende kosteninflatie. Daarenboven kregen sommigen ook te maken met fors gestegen distributiekosten. VRT zag zijn bedrijfskosten stijgen door o.a. de verkiezingen en de drukke sportzomer.[653] Samengevat dalen de marges in 2024 verder ondanks de (gemiddelde) stabilisatie van de omzet.

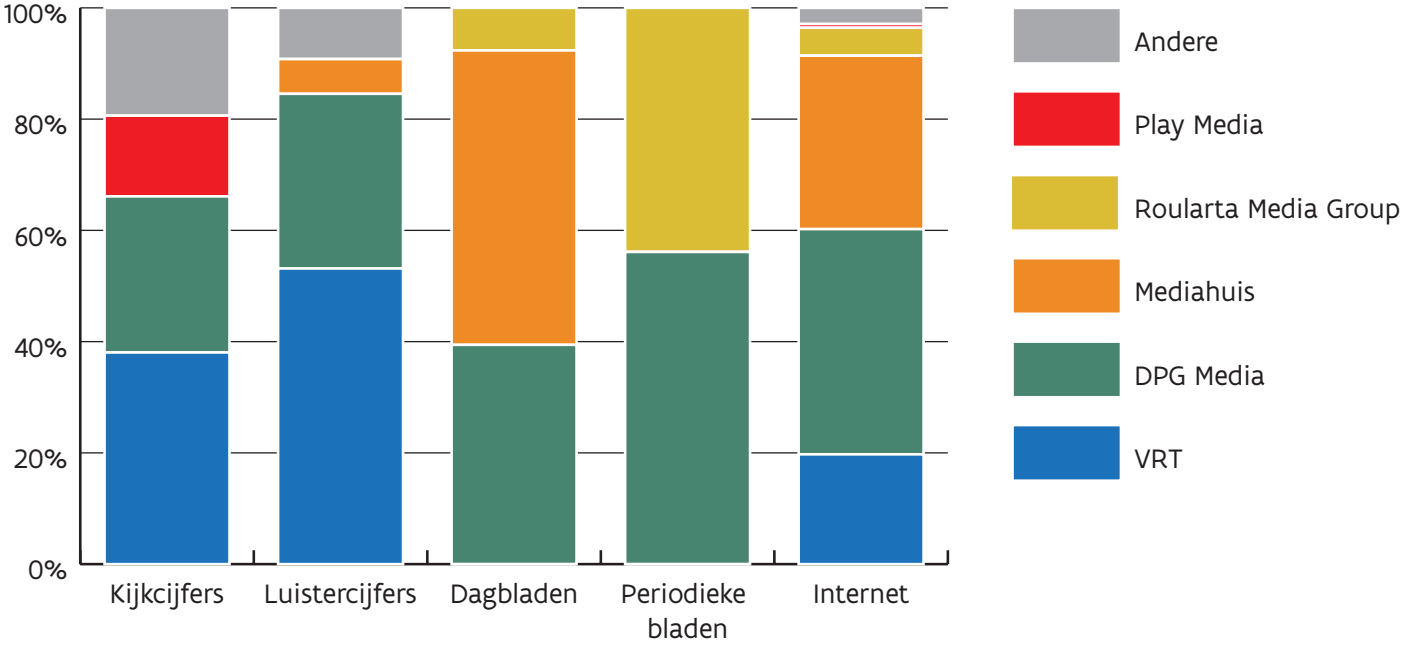
653 VRT nv (2025). Jaarverslag 2024. Pp 53-54.

De curve van de bedrijfswinst voor belastingen tot slot steeg in 2023 spectaculair vanwege het uitzonderlijk financieel resultaat van Telenet dat jaar ten gevolge van de Wyre transactie. In 2024 daalt de curve opnieuw wat enerzijds verklaard kan worden als een normalisatie en anderzijds door bovenstaande teruglopende rendabiliteit.

### 3.2.2 Analyse op basis van kijk- en luistercijfers en oplagen

In Figuur 85 (cijfers 2024 – behalve radio en internet: cijfers 2025) wordt een overzicht gegeven hoe voor de verschillende mediagroepen de marktverhoudingen liggen op basis van kijk- en luistercijfers, betaalde verspreiding voor dagbladen en tijdschriften en websitebezoeken. Hieruit blijkt dat voor de aggregatie (= omroep, uitgeverij of website) van klassieke mediaproducten 80 tot 100% van de markt in handen is van vijf groepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media.

DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep.




Figuur 85: Marktaandelen mediagroepen
Bron: VRM op basis van CIM

Op het einde van het eerste hoofdstuk werd aangetoond dat de oefening om de Vlaamse mediasector af te bakenen hoe langer hoe moeilijker wordt. We nemen in toenemende mate crossmediale en convergente tendensen waar. Dezelfde mediacontent wordt via verschillende kanalen tot bij de consument gebracht.

Het meten van crossmediale concentratie wordt hierdoor een complexe oefening. De vergelijking van kijkdichtheid of bereik over verschillende platformen is niet gemakkelijk gezien de informatie hierover op verschillende manieren wordt verzameld. Zelfs als er vergelijkbare statistieken beschikbaar zouden zijn om de mogelijke invloed te meten, kan het combineren van kijkdichtheid, tijdsgebruik, bereik of winstcijfers van alle media problematisch zijn. Dit omdat personen op verschillende manieren naar de diverse media kijken.[654]

654 De Britse regulator Ofcom stelde hiervoor de 'share of references' voor in zijn advies over "Measuring media plurality" van juni 2012. Hoewel ten tijde van de consultatie een aantal stakeholders opmerkingen maakten bij de methodiek past Ofcom deze meeteenheid reeds een aantal jaren toe. De 'share of reference' hanteert een uniforme methodologie om de invloed van een mediabedrijf te meten over de verschillende platformen (radio – televisie – kranten – internet) heen. Via een uitgebreide consumentenbevraging wordt nagegaan hoeveel 'referenties' een bepaalde dienst of kanaal krijgt als 'regelmatige bron' van nationaal en internationaal nieuws.

## 3.3 PRIJSEVOLUTIE VAN MEDIAPRODUCTEN

Over het algemeen bestaat er een verband tussen het aantal aanbieders in een productmarkt en de prijs die de consument betaalt voor een product. Binnen de verschillende schakels van een productketen kunnen verschillende graden van concentratie heersen en zoals eerder gesteld, geldt er een tweezijdigheid op de markt voor mediaproducten. Daarbij betaalt de adverteerder aan de producent van het mediaproduct, maar is de vergoeding die de consument voor zijn aandacht ontvangt niet gemonetiseerd (bv. hij krijgt in ruil kwalitatief betere programma's). Dit maakt de link tussen concentratie en prijsniveau moeilijk kwantificeerbaar.

Afhankelijk van de mediavorm bestaat de kost die een consument betaalt uit verschillende elementen. Soms is er een eenmalige investering in infrastructuur nodig, soms niet. Een schets maken van de prijsevoluties van de verschillende mediavormen vergt dus telkens een verschillende aanpak.

De informatie wordt door de FOD Economie gepubliceerd op het niveau van het Rijk (dus inclusief Frans- en Duitstalige gebieden). De methodologie die gebruikt wordt voor de indexberekening is zodanig opgesteld dat ze slechts representatief is op het nationale niveau. De wegingscoëfficiënten werden vastgelegd in functie van de nationale huishoudbudgetenquête. De gevolgde distributievormen werden eveneens op nationaal niveau gekozen.

De CPI werd in 2014 aangepast aan de nieuwe Europese COICOP-nomenclatuur (Classification of Individual Consumption by Purpose oftewel Classificatie van consumptieve uitgaven). De vroegere cijfers werden herberekend naar de nieuwe classificatie waardoor er nog steeds een evolutie teruggevonden kan worden vanaf 2006.[655]

Door de aanpassing kunnen er echter geen aparte indexcijfers meer opgelijst worden voor radio en televisie. Zij vallen nu in de consumptieprijsindextabel onder de noemer '09.4.2.3. kosten voor radio en televisie'. De indicatoren in de grafieken van geschreven pers en internet wijzigen niet.

Het meest recente basisjaar is 2013. Voor dit jaar werden de prijzen gelijkgesteld aan 100 voor een korf van producten.[656]

Voor de duidelijkheid: wanneer prijzen minder snel zouden stijgen dan de CPI, komt dit neer op een reële prijsdaling (hoewel nominaal de prijzen kunnen stijgen).

### 3.3.1 Radio en televisie

Aan het beluisteren van radioprogramma's zijn er voor de consument volgende kosten verbonden:

- de eenmalige infrastructuurkost, met name de aanschaf van een radiotoestel. De overstap naar het beluisteren via DAB+ vergt de aanschaf van een nieuw ontvangsttoestel.[657]
- een geringe elektriciteitskost
- in het geval van radiodistributie op andere manieren (bv. kabel of internet) is er een -niet gespecifieerd- gedeelte van de abonnementskost
- bepaalde categorieën luisteraars (zoals de horeca, winkels, beoefenaars van vrije beroepen, organisatoren van evenementen,...) dienen een vergoeding voor auteursrechten en een billijke vergoeding voor de uitvoerders te betalen

Ook het bekijken van tv-programma's brengt voor de consument een aantal kosten met zich mee:

- de eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een tv-toestel of ander scherm en ontvangstapparatuur (settopbox, schotelantenne, internetaansluiting ...)
- een eventuele abonnementskost voor infrastructuur (bv. huur settopbox)
- de elektriciteitskost die kan variëren afhankelijk van tv-toestel en het gekozen platform

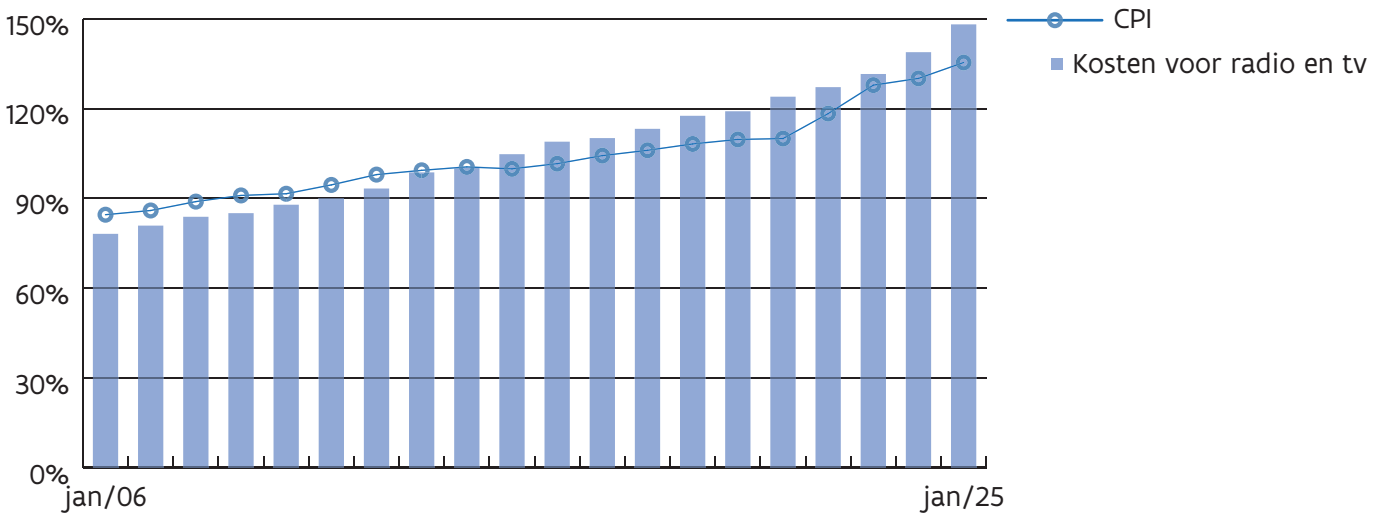
655 FOD Economie, "Consumptieprijzen (CPI)", http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/consumptieprijzen/.

656 De gehanteerde productdefinities van de indexkorf zijn strikt vertrouwelijk. Zij mogen niet aan derden worden meegedeeld noch gepubliceerd. Hiermee beoogt de indexcommissie het uitsluiten van mogelijke manipulatie van het indexcijfer. Immers, indien de productdefinities gekend zouden zijn door derden bestaat de mogelijkheid dat de prijsevolutie voor deze producten anders zou verlopen dan voor andere (aanverwante) producten die niet in de indexkorf zitten.

657 Sinds 1 januari 2023 mogen er in Vlaanderen geen toestellen zonder digitale functie meer verkocht worden.

- een eventuele abonnementskost (die uit verschillende componenten bestaat)
- een “pay per view” kost verbonden aan sommige vormen van niet-lineair tv-kijken

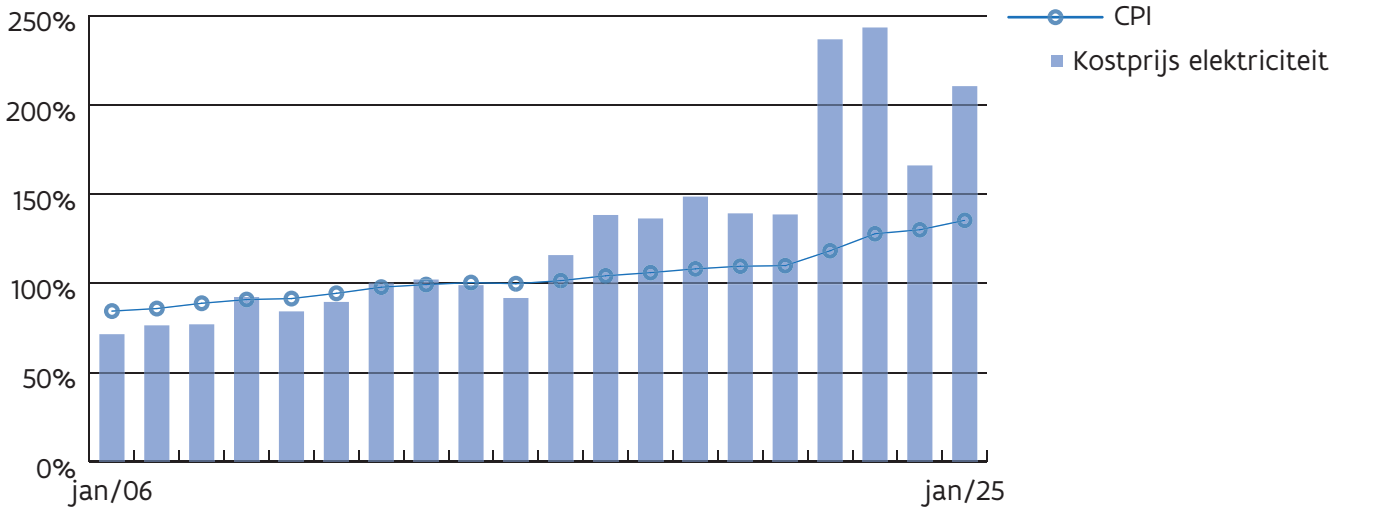
De evolutie van de kosten voor radio en televisie wordt in de figuur hieronder getoond. We zien dat de kosten voor radio en televisie de laatste jaren sneller stijgen dan de consumptieprijsindex.




Figuur 86: Evolutie kosten voor radio en televisie
Bron: Fod Economie

Het elektriciteitsverbruik waarmee een klant rekening moet houden is afhankelijk van een aantal factoren, zoals de grootte van het scherm en type toestel (oudere plasma-tv’s of LCD-televisies gebruiken meer stroom dan LED-tv’s), het feit of er al dan niet digitaal gekeken wordt (settopboxen voor digitale televisie verbruiken energie; zelfs in stand-by modus kunnen ze een aanzienlijke kost veroorzaken).

Voor de volledigheid illustreert de figuur hieronder de evolutie van de kostprijs van elektriciteit. De prijs van elektriciteit kende sinds 2016 een grote stijging. In 2022 en 2023 steeg de elektriciteitsprijs zeer fel door de oorlog in Oekraïne. In 2024 was er een sterke daling, maar in 2025 stijgt de elektriciteitsprijs weer sterk, weliswaar tot onder het niveau van 2022-2023, maar nog steeds ver boven de CPI.

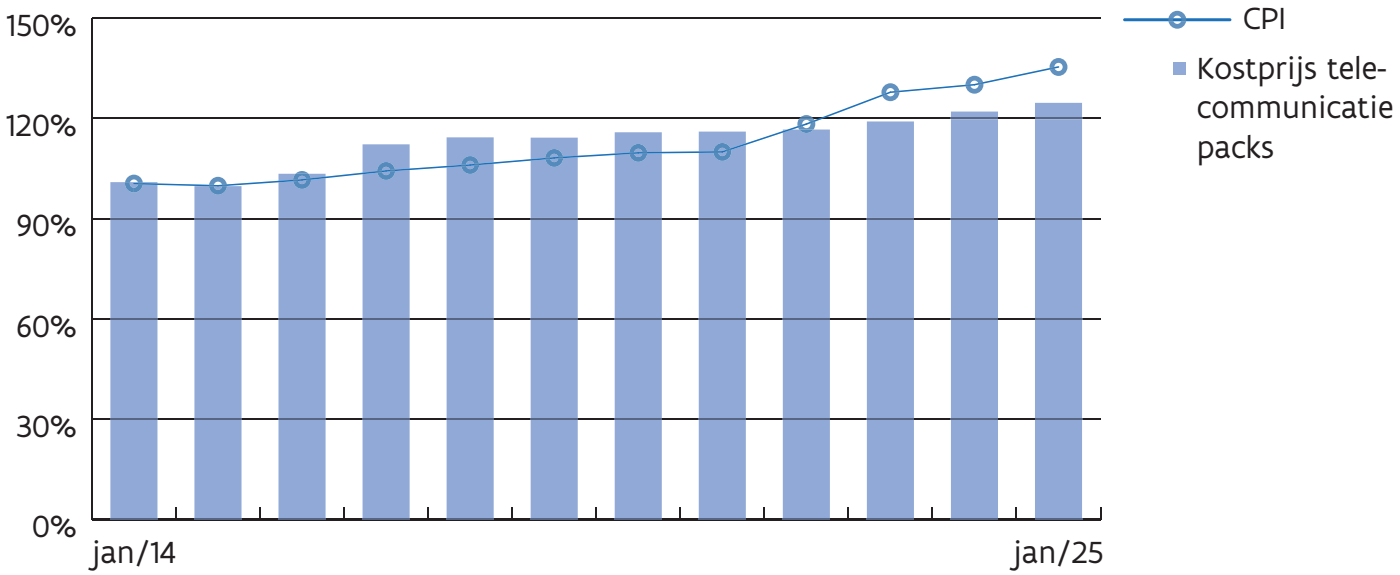



Figuur 87: Evolutie kostprijs elektriciteit
Bron: Fod Economie

Ten slotte zal de klant moeten opteren voor een tv- of internetabonnement. In vroegere rapporten gaven we de evolutie weer van de prijzen sinds 2005 die de verschillende dienstenverdelers in het Nederlandse taalgebied aanrekenen (enkel basisabonnement, geen huur digicorder of eenmalige kosten). Doordat quasi geen dienstenverdelers meer een losstaand tv-abonnement aanbieden, werd het onmogelijk om dit nog op

een correcte manier te berekenen. We gaven ook de evolutie weer voor de prijzen van het goedkoopste triple playpakket met internet, vaste telefonie en tv, maar door teveel verschillende modaliteiten in die pakketten daalde ook die relevantie.

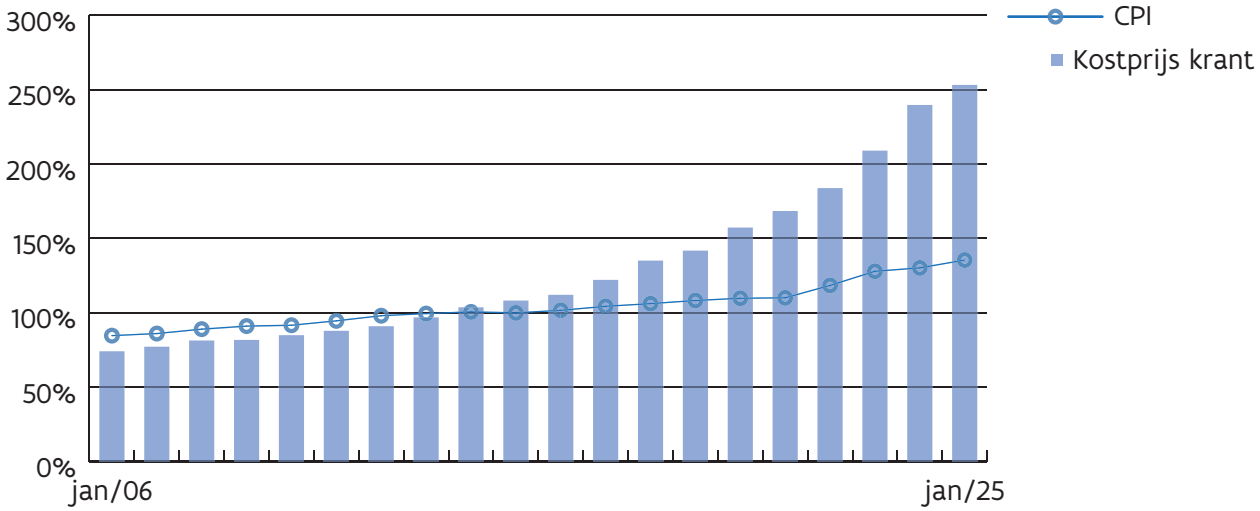
Daarom schakelden we vanaf 2021 over naar de evolutie van de consumptieprijsindextabel '08.3.0.4. Telecommunicatie packs'. De FOD Economie houdt hiervan gegevens bij sinds 2014. Van 2016 t.e.m. 2021 zien we in onderstaande figuur dat de prijzen sneller stijgen dan de CPI. De laatste vier jaar stijgt de CPI echter sterker dan de prijs van de packs zelf.



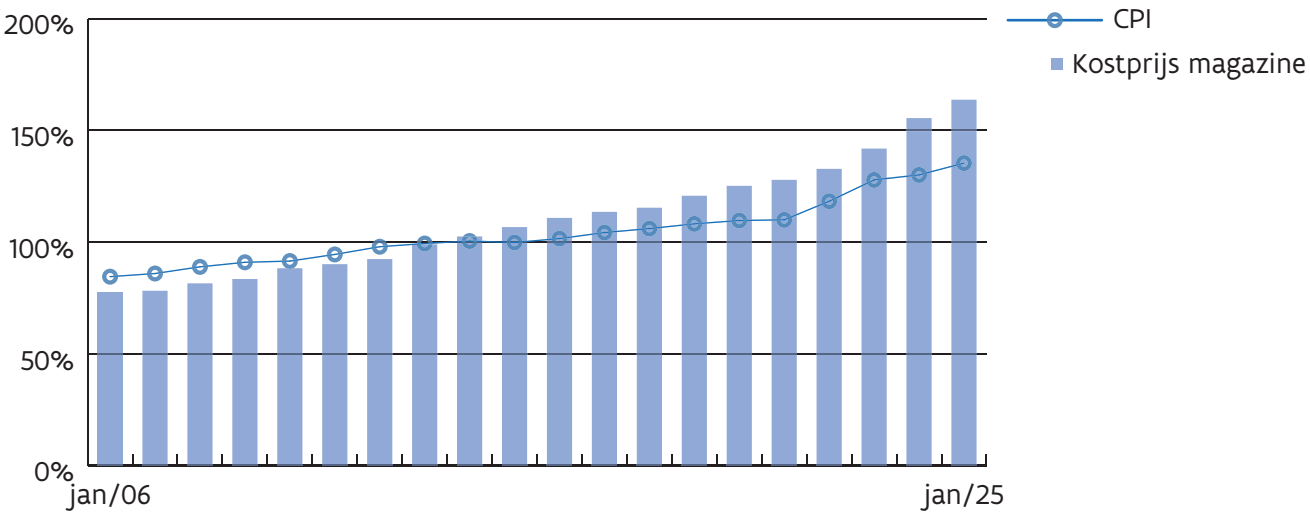

Figuur 88: Evolutie prijzen telecommunicatie packs
Bron: FOD Economie

### 3.3.2 Geschreven pers

De kostprijs voor de consument wordt volledig gedekt door de aanschafprijs van het gedrukte exemplaar van het dagblad of tijdschrift. De lezer heeft wel de keuze tussen losse verkoop of abonnementsformules. Uit de consumptieprijstabel die de FOD Economie op zijn website publiceert, kunnen de in Figuur 89 en Figuur 90 afgebeelde prijsevoluties afgeleid worden.




Figuur 89: Evolutie prijsindex kranten
Bron: FOD Economie




Figuur 90: Evolutie prijsindex magazines en tijdschriften
Bron: FOD Economie

De cijfers van de Nationale Bank van België verwijzen in het geval van tijdschriften en dagbladen niet naar de gemiddelde prijs, maar geven de indexcijfers weer en symboliseren aldus de prijsevolutie sinds 2006.[658] Deze index is voor zowel kranten als tijdschriften sinds 2014 hoger dan de consumptieprijsindex, terwijl deze voordien steeds lager was. Sinds 2018 versnelt de prijsindex van kranten, zelfs tijdens de afgelopen jaren die gekenmerkt werden door een hoge inflatie. De versnelling van magazines en tijdschriften t.o.v. de prijsindex bleef tot en met 2023 relatief beperkt, zeker in vergelijking met de kranten. Echter, sinds 2024 zien we ook hier een steeds grotere versnelling.

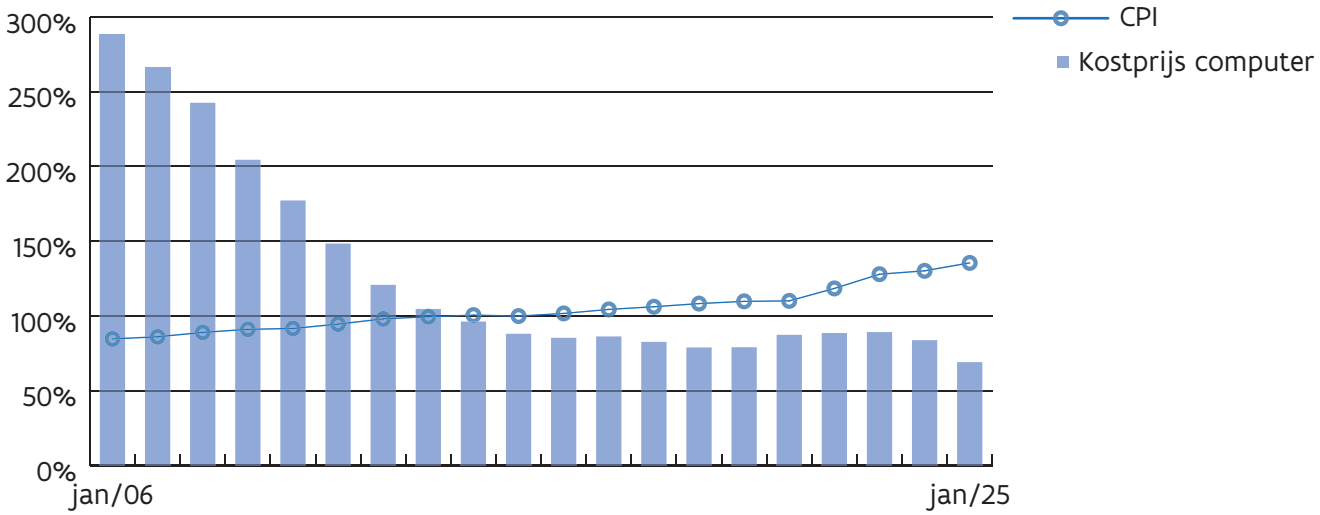
### 3.3.3 Internet

Het gebruik van internet via breedband brengt voor de consument de volgende kosten met zich mee:

- De eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een computer/laptop en modem
- Een abonnementskost, voor het gebruik van de internetverbinding
- De elektriciteitskost, die kan variëren afhankelijk van het gekozen platform
- De eventuele kost verbonden aan de toegang tot bepaalde betalende content

In Figuur 91 wordt de prijsevolutie sinds 2006 voor computers getoond. Tot en met 2020 was er een negatieve of stabiele prijsevolutie. Sinds 2014 ligt de prijsindex onder de consumptieprijsindex. Deze dalende evolutie heeft meerdere oorzaken: de leercurve bij producenten, de saturatie op de markt en de concurrentie tussen zowel producenten als met andere toestellen (tablet, smartphone). In 2021 en 2022 was er een positieve prijsevolutie, gevolgd door een stabilisatie in 2023. Dit kwam door de grote toename in de vraag naar computers t.g.v. het coronavirus en de bijhorende maatregelen (bv. verplicht telewerken en afstandsonderwijs), en later door tekorten in de toeleveringsketens. In 2024 en 2025 is er opnieuw een dalende prijsevolutie. In 2025 wordt zelfs het laagste prijsniveau sinds 2006 opgetekend.

658 De specifieke reden waarom voor een product in bepaalde gevallen (zoals voor kranten en tijdschriften) geen gemiddelde prijzen maar uitsluitend indexcijfers worden gepubliceerd, is het feit dat het gevolgde product uit de indexkorf een staal van getuigen is dat in de meeste gevallen niet homogeen is en waardoor aan een gemiddelde prijs geen echte betekenis kan gehecht worden (voorbeeld staal van de personenwagens, staal van de buitenlandse reizen, staal van kranten en tijdschriften). In dit laatste geval gaat het concreet over een mix van prijzen voor losse nummers en abonnementen.

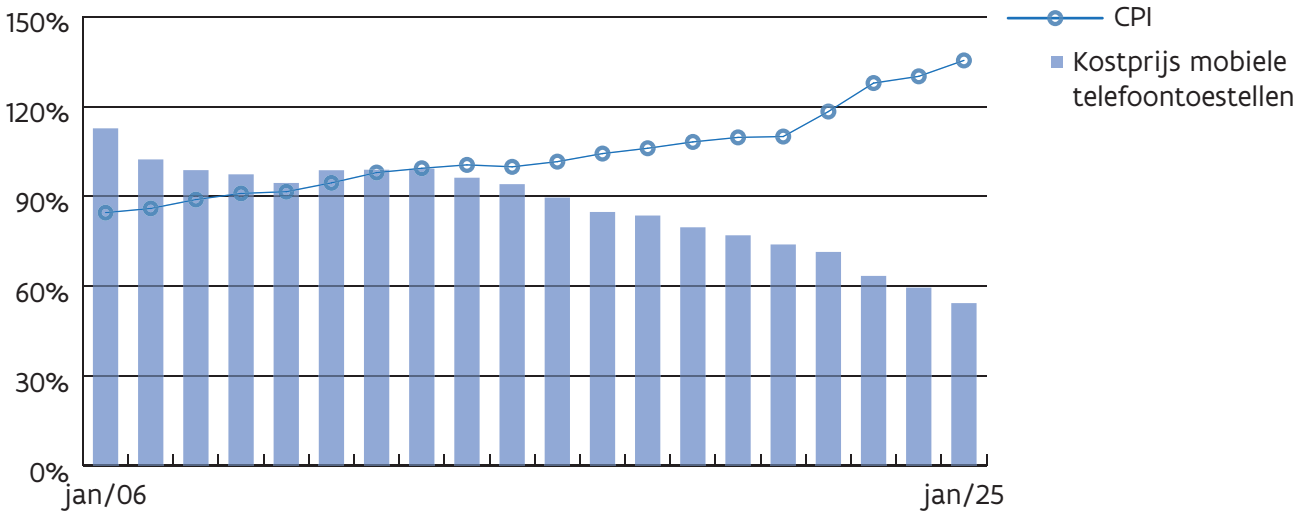



Figuur 91: Evolutie prijsindex computer
Bron: FOD Economie

Vooraleer gebruik te kunnen maken van mobiel internet dient de consument volgende uitgaven te doen:

- de eenmalige infrastructuurkost, bestaande uit de aanschaf van een tablet, pc of smartphone[659] [660]
- de elektriciteitskost voor het laden van de batterijen van het toestel
- een abonnementskost of prepaid bedrag verbonden aan het gebruik van het mobiele internet
- eventueel de aanschaf van applicaties of in-app aankopen.

Tussen 2006 en 2010 zakte het prijsniveau voor de aanschaf van een gsm-toestel elk jaar. In 2011 was er een stijging doordat ook smartphones werden opgenomen in de consumptieprijsindex. In 2012 en 2013 was er een stabilisatie van het prijsniveau. Dat niveau ligt sinds 2013 ook onder de consumptieprijsindex. Sinds 2014 zakt het prijsniveau opnieuw elk jaar. Tegelijk was er een voortdurende verbetering van de technologische mogelijkheden.




Figuur 92: Evolutie prijsindex mobiele telefoontoestellen
Bron: FOD Economie

Uit de vergelijkende internationale prijzenstudie, die het BIPT in december 2024 (net voor de lancering van de vierde operator) op zijn website[661] publiceerde, blijkt dat België duur is voor kleine mobiele abonnementen, vast internet en de zwaarste bundels. Daarentegen is ons land wel competitiever geworden voor mobiele abonnementen met middelgrote en grote databehoeften. Hoewel de mobiele markt zich sterk ontwikkelt, blijft

659 Sinds oktober 2013 wordt er ook op de verkoop van tablets een auteursrechtelijke vergoeding gevraagd van maximaal 3 euro voor thuiskopie zoals op andere digitale en audiovisuele dragers waar al zo'n vergoeding verschuldigd was.
660 Sinds de afschaffing van het verbod op koppelverkoop worden toestellen soms 'gratis' aangeboden in combinatie met een abonnement.
661 BIPT (2024, 19 december). BIPT publiceert zijn vergelijkende internationale prijzenstudie voor 2024. [Persbericht]. https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/bipt-publiceert-zijn-vergelijkende-internationale-prijzenstudie-voor-2024.

de vaste markt achter.

Met de start van de vierde mobiele operator, DIGI, en de daaropvolgende eerste reacties veranderde deze internationale vergelijkingen echter drastisch. Het BIPT duidt de impact in een tweede persbericht.[662] België positioneert zich nu dicht bij het goedkoopste land, Frankrijk. Voor vaste diensten biedt DIGI de laagste prijzen in vergelijking met de buurlanden, zowel voor standalone internet als voor 2P-combinaties met mobiel. Dit scherpe aanbod is echter niet nationaal beschikbaar. Andere operatoren reageren voornamelijk op de mobiele markt, terwijl een antwoord op de vaste markt nog uitblijft, aldus het BIPT.

Hoewel er als reactie op de marktintrede van DIGI op de mobiele markt tijdelijk een goedkoper aanbod werd gelanceerd door de concurrenten, werd dit ondertussen teruggeschroefd. Meer informatie hierover kan u terugvinden in Infofragment 18 in hoofdstuk 1 van dit rapport.

### 3.3.4 Prijsevolutie van de advertentieruimte

Aangezien de mediasector als een tweezijdige markt beschouwd wordt, dient ook de evolutie van de uitgaven langs de zijde van de adverteerder bekeken te worden.

De belangen van Belgische adverteerders worden behartigd door de Unie van Belgische Adverteerders (UBA). De UBA overlegt op regelmatige basis met de professionele belangenvereniging van de mediabureaus in België, United Media Agencies (UMA).

Samen ontwikkelen en publiceren ze een aantal gemeenschappelijke documenten die de samenwerking tussen adverteerders en mediabureaus structureren en efficiënter maken.

Het UMA publiceert een jaarlijks rapport, de "Benchmark Media Investments", van de netto digitale bestedingen in België. Net zoals de twee vorige jaren (2022 en 2023) werkte UMA voor deze benchmark samen met UBA. De bevraagde agentschappen hebben ook hun netto-investeringen gerapporteerd in offline mediacategorieën. Tevens is er een opdeling van digitale bestedingen volgens lokale en internationale spelers.[663]

Uit de benchmark 2024 blijkt dat alle digitale kanalen samen goed zijn voor 41,9% (+4,7pp t.o.v. 2023) van de reclamebestedingen in België. Alle digitale kanalen, met uitzondering van display, groeien. In zijn geheel is 'digital' voor het tweede jaar op rij groter dan televisie. In termen van individuele kanalen blijft televisie met 29,5% (-3,3pp t.o.v. 2023) het belangrijkste medium. Wat de verhouding van de bestedingen tussen internationale (GAFAM) en nationale spelers betreft, komt het dit jaar uit op 62 – 38%, in het voordeel van de GAFAM. De verhouding lijkt zich te stabiliseren. Bij offline bestedingen is dit 0 – 100% omdat GAFAM geen offline aanbiedingen hebben. Op de gehele mediamarkt bedraagt de verhouding 26 – 74%, in het voordeel van de lokale spelers.[664]

De Belgian Association of Marketing (BAM)[665] maakt melding van de AdEx Benchmark 2024 van IAB Europe. Daaruit blijkt dat België, met €886 miljoen in online advertentiebestedingen, ongeveer 0,75% van de Europese markt vertegenwoordigt. De Belgische groei lag in 2024 rond op 10%, wat een eind onder het Europese gemiddelde (16%) is.

Tot slot zijn er doorheen dit rapport al verschillende initiatieven vermeld via dewelke lokale spelers de dominantie van internationale ondernemingen op de nationale advertentiemarkten proberen counteren. We verwijzen hiervoor graag naar hoofdstukken 1 en 4 van dit rapport.

662 BIPT (2024, 19 december). Impact van de lancering van de vierde operator op de positie van België in de internationale prijsvergelijking. [Persbericht]. https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/impact-van-de-lancering-van-de-vierde-operator-op-de-positie-van-belgie-in-de-internationale-prijsvergelijking.

663 Brouns, M. (2025, Maart 25). UMA / UBA Benchmark Media Investments 2024. United Media Agencies. https://uma.be/uma-benchmark-media-investments-2024/

664 Mediaspecs, "UMA-UBA Digital Benchmark 2024: digital staat voor 42% van totaal", https://www.mediaspecs.be/uma-uba-digital-benchmark-2024-digital-staat-voor-42-van-totaal/, 25 maart 2025.

665 Lombaerts, B. (2025, Juni 24). Digital advertising: Europa breekt door €100 miljard-grens – ook België tekent voor double digit groei. https://www.marketing.be/inspire-content/iab-by-bam/digital-advertising-europa-breekt-door-100-miljard-grens-ook-belgie-tekent-voor-double-digit-groei

## RECLAME-INVESTERINGEN

| MEDIA | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TV | €1.577.482.000 | €1.746.479.000 | €1.715.410.000 | €1.754.365.000 | €1.666.997.000 | €1.498.192.000 | €1.895.727.000 | €1.801.684.000 | €1.891.645.000 | €2.052.000.000 |
| Dagbladen | €767.469.000 | €820.711.000 | €786.936.000 | €742.327.000 | €688.931.000 | €581.511.000 | €623.152.000 | €590.439.000 | €632.508.000 | €632.600.000 |
| Radio | €513.823.000 | €558.254.000 | €578.296.000 | €583.027.000 | €592.181.000 | €507.058.000 | €548.815.000 | €553.495.000 | €573.649.000 | €617.200.000 |
| Out of Home | €330.925.000 | €331.939.000 | €332.128.000 | €353.468.000 | €355.918.000 | €273.118.000 | €315.494.000 | €398.230.000 | €480.728.000 | €552.000.000 |
| Direct Mail | n/a | n/a | n/a | n/a | €279.326.000 | €236.539.000 | €245.790.000 | €236.264.000 | €221.475.000 | €210.600.000 |
| Magazines | €291.705.000 | €281.469.000 | €270.322.000 | €241.093.000 | €229.507.000 | €188.251.000 | €230.402.000 | €226.119.000 | €227.867.000 | €219.400.000 |
| Cinema | €37.457.000 | €31.600.000 | €30.743.000 | €31.277.000 | €31.281.000 | €13.085.000 | €23.104.000 | €31.280.000 | €30.988.000 | €27.500.000 |
| Gratis pers | €90.463.000 | €89.389.000 | €77.677.000 | €58.36.0005 | €44.875.000 | €19.142.000 | €11.172.000 | €5.609.000 | €4.077.000 | n/a |
| Online | n/a | n/a | €924.835.000 | €998.267.000 | €1.115.741.000 | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a |

Tabel 92: Reclame-investeringen in Vlaanderen 2015-2024[666]
Bron: VRM op basis van Nielsen

Wat de reclame-investeringen betreffen, blijkt op basis van de beschikbare gegevens dat televisie, radio en de out-of-home media het in 2024 goed doen t.o.v. 2023. Zij kunnen groeicijfers voorleggen. Dagbladen stagneren. Cinema, direct mail en magazines tekenen verliescijfers op.

De lezer dient rekening te houden met het feit dat de beschikbare kwantitatieve trackinggegevens steeds minder synchroon lopen met de evolutie van de reclamemarkt wegens de digitalisering. Het toepassingsgebied dat Nielsen opvolgt is het offline gedeelte van de media, terwijl de UMA / UBA Benchmark hierboven wijst op een groeiend aandeel digitaal in de mediabestedingen.

### INFOFRAGMENT 24: MEDIABUREAUS

Door de UMA (United Media Agencies) wordt jaarlijks een lijst opgesteld met de belangrijkste mediabureaus. De reclameruimten die zij doorverkopen beperken zich niet tot één mediavorm, maar bestaan uit een waaier van advertentieruimten en -vormen binnen heel de mediasector. Het profiel van deze mediabureaus is sterk aan het evolueren. Ze beperken zich niet meer tot het louter doorverkopen van reclameruimten maar zijn uitgegroeid tot echte consultants met kennis van communicatie- en marketingtechnieken.

In de onderstaande tabel staat de top 15 van mediabureaus van 2014-2024 op basis van de gedeclareerde omzetcijfers. Ten einde een nog meer betrouwbare weergave te bieden van de omzetten, werd de berekening van de UMA-ranking voor het jaar 2017 aangepast aan de evoluties van de commerciële praktijken in de mediasector, zoals de opheffing van de commissies en de nieuwe verdienmodellen voor programmatic buying. Vergelijkingen tussen voorgaande jaren en 2017 houden hierdoor geen steek.

666 Tot en met december 2016 werden de internetinvesteringen aan Nielsen gedeclareerd door de regies die lid waren van de DMA: een beperkte lijst van Belgische websites en enkel investeringen van display advertenties. In 2017 besloot Nielsen als basis voor de online investeringen niet langer de door de regies gedeclareerde cijfers te nemen, maar een crawlingsysteem van een lijst met url's te gebruiken. Deze nieuwe methode had als voordeel dat ook investeringen op websites die geen lid waren van de DMA mee gemeten werden. Zo werd bijvoorbeeld Youtube aan de studie toegevoegd (momenteel alleen het gedeelte video).

## ZAKENCIJFER

| MEDIABUREAUS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mindshare (Group M) | 103.717.432 € | 105.925.330 € | 105.031.834 € | 105.713.784 € | 126.195.545 € | 136.927.583 € | 164.392.782 € | 135.075.924 € | 150.114.321 € | 186.367.787 € |
| Space (-) | 186.110.699 € | 216.129.653 € | 186.383.887 € | 194.944.282 € | 166.187.119 € | 135.007.264 € | 173.393.852 € | 155.258.830 € | 140.854.510 € | 139.796.568 € |
| EssenceMediacom (Group M) | 40.296.417 € | 54.076.497 € | 38.143.421 € | 72.368.497 € | 91.049.953 € | 77.778.621 € | 88.399.577 € | 93.447.167 € | 100.268.319 € | 119.633.181 € |
| Initiative (Mediabrands) | 162.581.389 € | 149.110.914 € | 123.077.456 € | 132.452.286 € | 122.276.617 € | 100.194.109 € | 121.842.500 € | 136.292.647 € | 129.157.238 € | 118.024.544 € |
| Publicis Groupe (-) | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | 56.807.710 € | 73.911.662 € | 112.850.812 € | 128.555.261 € | 114.286.693 € |
| Wavemaker (Group M) | 69.200.793 € | 61.728.708 € | 50.646.520 € | 42.143.408 € | 63.484.606 € | 61.635.321 € | 70.167.227 € | 66.414.505 € | 86.948.288 € | 106.615.185 € |
| Havas Media (-) | 129.116.488 € | 127.747.202 € | 120.602.072 € | 84.606.386 € | 95.832.550 € | 80.224.180 € | 86.580.985 € | 97.314.759 € | 97.128.356 € | 93.669.534 € |
| UM (Mediabrands) | 82.381.438 € | 97.058.272 € | 84.672.658 € | 89.965.146 € | 108.360.441 € | 104.350.222 € | 116.915.844 € | 98.961.421 € | 96.388.352 € | 88.829.129 € |
| OMD (OmnicomMediaGroup) | 117.653.781 € | 94.312.298 € | 73.010.778 € | 62.689.871 € | 61.382.020 € | 52.453.991 € | 60.334.172 € | 78.436.754 € | 80.752.993 € | 75.687.906 € |
| Dentsu (-) | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | 67.954.181 € | 39.062.020 € | 53.143.920 € | 62.507.118 € |
| PHD Media (OmnicomMediaGroup) | 23.149.326 € | 22.842.251 € | 39.491.123 € | 41.226.004 € | 50.416.461 € | 54.642.439 € | 66.151.953 € | 86.474.222 € | 59.671.854 € | 61.454.960 € |
| Zigt (-) | n/a | n/a | 15.658.218 € | 23.135.780 € | 27.888.608 € | 39.028.749 € | 49.077.052 € | 48.565.918 € | 47.864.037 € | 50.446.740 € |
| Semetis (OmnicomMediaGroup) | n/a | 29.532.062 € | 23.715.707 € | 29.541.172 € | 28.914.098 € | n/a | n/a | 26.164.955 € | 46.239.101 € | 42.420.133 € |
| Mediaplus (Serviceplan) | 22.507.184 € | 27.343.696 € | 19.150.992 € | 25.139.762 € | 21.096.274 € | 20.045.372 € | 25.618.671 € | 31.257.978 € | 39.970.569 € | 38.109.235 € |
| iO (-) | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | 7.283.929 € | 6.714.129 € | 8.948.319 € |

Tabel 93: Zakencijfer per mediabureau 2015-2024[667]
Bron: UMA

667 United Media Agencies, "UMA Ranking 2024", https://uma.be/about-us/ranking/.

## 3.4 DE VLAAMSE MEDIASECTOR IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT

Concentratie in de Vlaamse mediasector kan niet los gezien worden van een internationale context.

Op zoek naar schaalvoordelen hebben sommige Vlaamse mediabedrijven zich de laatste decennia ontwikkeld tot internationale spelers. Deze groepen zijn soms met verschillende mediaproducten in meerdere Europese landen aanwezig. Daarnaast wordt een gedeelte van de posities in de Vlaamse mediasector ingenomen door ondernemingen van buitenlandse oorsprong.

Hieronder worden beide aspecten van de internationalisering in de Vlaamse mediasector kort toegelicht. De graad van internationalisering varieert volgens het soort mediaproduct.

### 3.4.1 Vlaanderen in de wereld

#### 3.4.1.1 Radio

In 2023 hebben verschillende Vlaamse radio-omroeporganisaties een sterkere positie ingenomen in Nederland door overnames en de Nederlandse FM-frequentieveiling.

Begin april 2023 verwierf Mediahuis vier Nederlandse radiozenders, waaronder Radio Veronica van Talpa Network. Talpa moest een zender verkopen vanwege de regels van de Nederlandse FM-frequentieveiling. Mediahuis nam ook RadioCorp over, waardoor het nu eigenaar is van 100% NL, SLAM! en Sunlite.

Van 4 tot 7 juli 2023 hield de Nederlandse overheid voor het eerst in twintig jaar een FM-frequentieveiling. Negen landelijke pakketten werden verkocht aan vijf mediagroepen, wat de overheid €152,8 miljoen opleverde. Mediahuis verkreeg twee licenties, minder dan voorheen, voor Radio Veronica en 100% NL. SLAM! en Sublime verhuizen naar de DAB-frequentieband. Mediahuis betaalde €32,8 miljoen. DPG Media kreeg ook twee licenties, waaronder Q-music en de nieuwe zender JOE, en betaalde €47,2 miljoen. De licenties zijn geldig tot 2035.

DPG Media finaliseerde eind april 2023 de overname van RTL België (samen met Groupe Rossel) na een arrest door het Brussels hof van beroep. Het verwerft hierdoor een sterkere positie ten zuiden van de taalgrens.

Mediahuis heeft nog een participatie van 50% in het Nostalgie Belgique-radionetwerk dat het Franstalige Nostalgie uitbaat.

Reclameregie Transfer Media breidde in 2025 zijn portfolio uit naar Franstalig België via Radio Z. Dit netwerk van 27 onafhankelijke radiostations, op bijna 50 aangesloten zenders, is actief via FM, DAB+ en online als radio-player en app.

#### 3.4.1.2 Televisie

Hoewel de meeste Vlaamse televisiebedrijven zich richten op het eigen regionale publiek, zijn er steeds meer uitzonderingen waarbij Vlaamse formats ook internationaal succes boeken. De Vlaamse creatieve sector blijkt bijzonder exportgericht, met een groeiend aantal programma's dat wordt verkocht aan buitenlandse zenders of wordt herwerkt tot lokale versies. Verschillende Vlaamse productiehuizen hebben de voorbije jaren formats ontwikkeld die internationaal zijn opgepikt. Voorbeelden zijn onder meer Professor T (Britse remake), Bad Sisters (Ierse remake), De Twaalf en Black-out (wereldwijd verkocht), Dertigers, Reizen Waes, Factcheckers, Out of Office en Therapie (Nederlandse remakes), Code van Coppens en Down the road (verkocht aan meerdere landen). Nieuwere voorbeelden zijn Bestemming X (verkocht aan o.a. BBC en NBC), De rugzak (opties in meerdere landen), en Kamp Jeroom, dat inmiddels verkocht is aan Nederland en Portugal.

Volgens cijfers van het internationale analysebureau The Wit stond Vlaanderen in 2024 op de vierde plaats wereldwijd qua export van tv-formats, na het VK, de VS en Nederland. Vlaamse formats worden vaak gekenmerkt door een combinatie van humor, originaliteit en een hoge productiewaarde binnen relatief

beperkte budgetten. Dit maakt ze aantrekkelijk voor buitenlandse zenders die op zoek zijn naar creatieve, kostenefficiënte oplossingen.

Distributie van deze formats gebeurt via gespecialiseerde bedrijven zoals Be-Entertainment (onderdeel van DPG Media), Primitives (dochter van Telenet), Fabiola Group, The New Flemish Primitives en Flanders Image (onderdeel van het VAF). Op de website van Flanders Image wordt jaarlijks een overzicht gepubliceerd van Vlaamse formats die internationaal verkocht zijn. Ook structurele samenwerkingen dragen bij aan deze internationale focus. Zo richtten het Vlaamse Geronimo Productions en het Nederlandse Villain Studios samen X Line Productions op, met als doel formats te ontwikkelen voor de internationale markt. Hun eerste project was de Duitse versie van Bestemming X.

De internationale verkoop is voor veel productiehuizen niet langer een bijkomstigheid, maar een essentieel onderdeel van het verdienmodel. Zeker bij duurdere producties, zoals Bestemming X, is internationale verkoop noodzakelijk om de kosten te dekken. Vlaamse zenders houden bij de ontwikkeling van nieuwe formats steeds vaker rekening met het internationale potentieel, zoals blijkt uit recente voorbeelden als Lift You Up (VTM), dat expliciet werd ontwikkeld met het oog op export.

Hoewel het succes van Vlaamse formats internationaal groeit, is het geen vanzelfsprekend traject. De concurrentie is groot en het vergt actieve inspanningen om formats succesvol te lanceren in het buitenland. Toch bevestigt de huidige trend dat Vlaanderen zich heeft gepositioneerd als een creatieve hub binnen de internationale televisiemarkt.

In 2022 vergrootte Telenet namelijk zijn belang in productiehuis Caviar Group (wereldwijd actief) naar 70%. Ondertussen staat het Telenet-belang in Caviar wel in de etalage. In 2023 vergrootte Telenet zijn belang in Fabiola Group. De groep werd opgericht door de productiehuizen Woestijnvis, Lecter Media en De Mensen met als doel de Belgische formats van de producenten internationaal te verkopen. Productiehuis De Mensen stapte uit de joint-venture, met een 50-50-verdeling tussen het resterende Woestijnvis en Lecter Media tot gevolg. Die laatste verkocht zijn aandelen aan het productiehuis Roses Are Blue, dat deel uit maakt van de Caviar Group (zie hierboven). Tevens is Telenet volledig eigenaar van Woestijnvis.[668]

Studio 100, oorspronkelijk een producent van kinderprogramma's, groeide uit tot een heus mediabedrijf dat in verschillende (buur)landen actief is. Zo wordt Njam! verdeeld in Nederland. Tot de groep behoren ook vier animatieproductiestudios (in München, Parijs, New York en Sydney), het Duitse M4e (o.a. producent en distributeur van Wissper en Mia and Me) en het Amerikaanse Little Airplane Productions (een ontwikkelaar van tv-formats voor kinderen). Het crossmediaal aanbod wordt ook wereldwijd aangeboden via de internationale organisaties in Breda en München. Studio 100 is tevens actief in de Chinese markt, waarbij het vooral samenwerkt met lokale producenten. In samenwerking met Samsung werden in Nederland in oktober 2023 drie FAST-kanalen gelanceerd: Proef njam!, Studio 100 TV en Studio 100 Hits.[669] Flying Bark Productions, de animatiestudio van Studio 100 in Sydney, produceert momenteel voor Netflix de animatieserie 'Stranger Things: Tales From '85', een spin-off van de populaire reeks.

Verder zijn er de reclameregies. De Vlaamse reclameregies voor televisie zijn niet echt actief buiten het Vlaamse grondgebied, met uitzondering van Transfer Media, dat in 2021 in samenwerking met FranceTV Publicité de internationale cel Mayonnaise Media oprichtte. Merken en adverteerders uit de Benelux hebben zo voortaan één aanspreekpunt om te adverteren op de meeste televisienetwerken over heel de wereld, waaronder ook Fashion TV en de YouTubekanalen van The Walt Disney Company.[670] DPG Media volgde dat voorbeeld en lanceerde samen met The Reference een online platform waarop de Nederlandse en Belgische merken en activiteiten worden samengebracht. Zo wordt het adverteren via één van DPG Media's kanalen (radio, televisie, kranten, magazines, websites, apps of podcasts) vergemakkelijkt.[671]

668 De Tijd, Serrure, B., "Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-onderonsje", 09 januari 2023.
669 Free Ad-Supported Streaming Television. Gratis door advertenties ondersteunde streaming televisie is een categorie van streaming televisiediensten, vergelijkbaar met lineaire televisie, vertegenwoordigd door platforms zoals Pluto TV en Samsung TV Plus.
670 Mediaspecs, "Transfer richt internationale cel Mayonnaise Media op", https://www.mediaspecs.be/transfer-richt-internationale-cel-mayonnaise-media-op/, 15 maart 2021.
671 Mediaspecs, "DPG Media lanceert nieuwe corporate website met The Reference", https://www.mediaspecs.be/dpg-media-lanceert-nieuwe-corporate-website-met-the-reference/, 11 juli 2022.

VRT werkt sinds 2024 samen met zeven andere Europese publieke omroepen onder de naam “New8”. Deze samenwerking geeft Vlaamse fictiereeksen een groter internationaal publiek en stelt VRT in staat meer internationale hitseries uit te zenden. Jaarlijks financieren de acht omroepen gezamenlijk acht nieuwe series. De “New8”-samenwerking omvat omroepen uit Vlaanderen, Nederland, Duitsland, Noorwegen, Zweden, Finland, Denemarken en IJsland.

Sommige private televisieomroepen hebben ook activiteiten in Wallonië. Naast Studio 100 (zie hierboven) zendt bv. ook Dobbit TV uit in Wallonië.

Daarnaast verhuisde Kanaal Z naar de gebouwen van EMG Belgium waardoor de redacties van Kanaal Z Nederlandstalig en Franstalig werden samengevoegd. Daardoor zullen ze nu vlotter reportages en interviews gaan uitwisselen.[672]

Begin april 2023 finaliseerde DPG Media de overname van RTL Belgium (samen met Groupe Rossel). RTL België overkoepelt de Franstalige televisiezenders RTL-TVi, Club RTL en Plug RTL.

DPG Media bereikte eind 2023 een akkoord over de overname van RTL Nederland, dat zenders zoals RTL 4 en RTL 5 en de streamingdienst Videoland bezit. De overname, ter waarde van €1,1 miljard, past in DPG’s strategie om ook in Nederland een geïntegreerd mediabedrijf uit te bouwen, vergelijkbaar met het model in België. Tegelijk wordt een strategisch partnerschap aangegaan met RTL Group op het vlak van technologie, advertentieverkoop en contentontwikkeling. Dit partnerschap omvat onder andere de verlenging van serviceovereenkomsten voor streamingtechnologie en internationale advertentieverkoop.[673]

Na een diepgaand onderzoek keurde de Nederlandse mededingingsautoriteit ACM de overname in juni 2025 goed, op voorwaarde dat DPG maatregelen neemt om de onafhankelijkheid en pluriformiteit van het nieuwsaanbod te waarborgen. Zo moeten de redacties van NU.nl en RTL Nieuws strikt gescheiden blijven en onder onafhankelijke stichtingen worden geplaatst. Ook worden de redactiestatuten aangescherpt en komt er een journalistiek handvest.[674]

De ACM had eerder zorgen geuit over de impact van de overname op de diversiteit van het nieuwsaanbod, de advertentiemarkt en de positie van journalisten. In tegenstelling tot de eerder afgekeurde fusie tussen RTL Nederland en Talpa Network, slaagt DPG met deze ‘gedragsremedies’ erin de overname alsnog te kunnen afronden.

Vervolgens is er de schakel distributie. Bij de Belgische bedrijven die instaan voor de omroepsignaaltransmissie van televisie in Vlaanderen, heeft Proximus zijn internationale activiteiten sinds 2024 gebundeld onder de nieuwe entiteit Proximus Global, waarin onder meer BICS en Telesign zijn geïntegreerd.[675] Tot slot heeft ook de overheid een belangrijke invloed op de verspreiding van Vlaamse audiovisuele werken in het buitenland. Denk hierbij aan de vernieuwde stimuleringsregeling, waaronder ook particuliere omroeporganisaties vallen die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en de tax shelter.

Binnen de vernieuwde investeringsverplichting werkt Netflix samen met onafhankelijke productiehuizen aan coproductieprojecten, dewelke nadien ook wereldwijd worden aangeboden. Voorbeelden hiervan zijn: o.a. ‘Undercover’, ‘Liberation Route’, ‘Twee Zomers’ en ‘Diamonds’.

De tax shelter is dan weer een fiscale regeling die investeringen in de productie van audiovisuele werken aanmoedigt door een belastingvrijstelling te geven. Dit zorgt ervoor dat Vlaamse mediabedrijven meewerken aan voornamelijk Europese coproducties.

672 RINGtv, “Kanaal Z en Ringtv zijn voortaan buren”, http://www.ringtv.be/nieuws/kanaal-z-en-ringtv-zijn-voortaan-buren, 3 juli 2018.
673 RTL Group, “RTL Group to sell RTL Nederland to DPG Media”, https://company.rtl.com/export/sites/rtlunited/en/media/overview/press-releases-and-news/RTL-Group-to-sell-RTL-Nederland-to-DPG-Media/, 15 december 2023.
674 ACM (2025, 27 juni). ACM stelt strenge voorwaarden aan overname RTL Nederland door DPG Media. [Persbericht]. https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-stelt-strenge-voorwaarden-aan-overname-rtl-nederland-door-dpg-media.
675 Proximus (2024, 17 december). De Proximus Groep zet zijn evolutie tot wereldleider in digitale communicatie verder met de oprichting van Proximus Global, dat de internationale activiteiten zal overkoepelen. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2024/20241217-proximus-global.html

### 3.4.1.3 Geschreven pers

De Vlaamse uitgevers zijn al enige tijd actief in het buitenland of op de Franstalige markt in België.

DPG Media en Mediahuis zijn het meest actief in Nederland. Ze zijn er zelfs de twee grootste uitgevers waarvan DPG Media onderling de grootste is (naar schatting 55%). Mediahuis volgt met naar schatting 40%. Ze bereiken dus samen bijna 95% van de Nederlandse markt voor gedrukte kranten.[676]

DPG Media Group bezit – via haar Nederlandse dochter 'DPG Media bv' - de Nederlandse dagbladen De Volkskrant, Het Parool, Trouw en AD. Daarnaast heeft ze zeven regionale kranten en tientallen huis-aan-huisbladen in haar bezit. In 2020 nam DPG Media bv concurrent Sanoma Media Netherlands over. De Belgische magazinetitels van Sanoma kwamen via DPG Media Home Deco Holding nv (wegens stopzetting) terecht bij DPG Media nv.

DPG Media Group verkocht eind 2024 haar Deense tak Berlingske Media aan de Noorse sectorgenoot Amedia. DPG kreeg het in 2015 in bezit bij de overname van Mecom, een holding waaronder zowel de Nederlandse regionalebladengroep Wegener als Berlinkske Media zaten.[677]

Het plan van de Franstalige uitgeverijen Rossel en IPM om hun uitgeefactiviteiten samen te brengen in 1 mediagroep, kan (mits akkoord van de concurrentiewaakhond BMA) indirect zorgen voor een sterke positie van DPG Media onder de taalgrens.[678] Zo bezit DPG Media 50% van RTL Belgium en biedt het daar via DPG Media Advertising advertentieruimte aan.

Verder is Mediahuis Group, via Mediahuis Nederland, dus ook actief bij onze noorderburen. Het bezit onder andere de Nederlandse kranten De Telegraaf en NRC, 9 regionale kranten, tientallen nieuws- en weekbladen, meerdere magazines (bv. VROUW en Autovisie) en verschillende online platformen (bv. Dumpert en Metro).

Mediahuis is sinds 2019 ook actief in Ierland nadat het Independent News & Media kocht. Zo kreeg het o.a. de krant Irish Independent (grootste krant van Ierland), Sunday Independent, Belfast Telegraph, Sunday World en enkele regionale titels in handen. Mediahuis is de eerste Vlaamse krantenuitgever die op de Engelse markt actief wordt.

Mediahuis is sinds 2020 ook actief in Luxemburg na de overname van de mediagroep Saint-Paul Luxemburg (later hernoemd naar Mediahuis Luxembourg), met titels als o.m. de Luxembourg Times en Luxemburger Wort.

Mediahuis nam in 2022 70% en in 2024 de resterende 30% over van het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG), de hoofdaandeelhouder van uitgeverij Medienhaus Aachen met de kranten Aachener Nachrichten en Aachener Zeitung in portfolio.

Samen met het Media Development & Investment Fund (MDIF), de Koning Boudewijnstichting en Tinius Trust investeert Mediahuis in Pluralis, een investeringsfonds dat onafhankelijke journalistiek en een pluriforme berichtgeving wil helpen vrijwaren in Europese landen waar dit vandaag niet altijd vanzelfsprekend is. Enkele andere Europese mediabedrijven, filantropische stichtingen, impactinvesteerders en familiale investeringsvehikels hebben eveneens geld gestoken in het fonds.

Roularta Media Group is dan weer zeer aanwezig in Wallonië. Het merendeel van haar tijdschriften heeft een Franstalige tegenhanger die daar wordt verspreid (Knack/Le Vif, Trends/Tendances etc.). Daarnaast kocht Roularta in 2020 de televisiebladen Moustique en Télé Pocket over van de groep L'Avenir. Roularta bezit ook het weekblad Télépro dat in Wallonië wordt uitgegeven.

Ook in Nederland is Roularta Media Group, via Roularta Media Nederland, actief. Het is er zelfs de op één na grootste uitgever van magazinemerken met een portfolio dat bladen omvat die zowel algemene interesses (bv.

676 SVDJ, Bakker, P., "Hoe Nederland een dagblad-duopolie kreeg", https://www.svdj.nl/hoe-nederland-een-dagblad-duopolie-kreeg/, 16 augustus 2021.
677 De Tijd, Sephiha, M., & Serrure, B., "DPG Media verkoopt Deense tak aan Noorse sectorgenoot", 3 december 2024.
678 De Tijd, Sephiha, M., "Naar één krantengroep in Franstalig België na alliantie Rossel en IPM", 24 juni 2025.

EW, Plus Magazine en Landleven), mindfullness (bv. Happinez en Flow Magazine) als niche-onderwerpen (bv. Fiets en Helden Magazine) bestrijken.[679]

Eind 2024 verkocht Roularta Media Group haar Duitse tijdschriften G-Geschichte enerzijds, en Plus Magazin en Frau Im Leben anderzijds aan respectievelijk Herder Verlag en Agentur2. Roularta zag in de eigen Duitse portfolio van magazinemerken te weinig groeimogelijkheden voor de drie titels.[680]

#### 3.4.1.4 Internet

De media-activiteiten via het internet van de Vlaamse bedrijven gericht op het buitenland gaan hand in hand met hun activiteiten in andere mediavormen. Zo hebben de buitenlandse magazines, kranten, radiostations en/of televisiekanalen die in het bezit zijn van Belgische mediabedrijven vaak elk eigen digitale toepassingen.

Daarnaast valt te vermelden dat DPG Media Group in Nederland eigenaar is van de websites Autotrack.nl, Intermediair.nl, NationaleVacaturebank.nl, Tweakers.net, Sportnieuws.nl en Independer.nl. Dat laatste is een digitaal vergelijkingsplatform voor verzekeringen, hypotheken, energie, bancaire producten en telecom. In 2021 lanceerde DPG Media een Belgische variant. In 2024 werd het hernoemd naar 'mijnvergelijker.be', met vergelijkingsmogelijkheden op vlak van energie, financiën, verzekeringen, telecom en ziekenfondsen. Zulke initiatieven kennen in België een gemengd succes. Het platform van DPG Media ontvangt over de laatste 6 maanden gemiddeld bijna 95.000 bezoekers per maand[681], terwijl een soortgelijke vergelijkingssite van Mediahuis in 2022 al na enkele maanden werd stopgezet wegens niet levensvatbaar.

DPG Media heeft in Nederland ook het grootste Nederlandse nieuwsplatform NU.nl in handen. In het kader van de overname van RTL Nederland door DPG Media legde de Autoriteit Consument & Markt (ACM, de Nederlandse mededingingsautoriteit) verschillende voorwaarden op. Met name dat DPG Media geen betaalmuren mag invoeren voor RTL Nieuws en NU.NL, de redacties onafhankelijk moeten blijven en er een handvest met verplichtingen voor journalistieke principes komt.[682]

Zoals hierboven gesteld, verkocht DPG Media Group eind 2024 haar Deense tak Berlingske Media, inclusief nieuwssite BT.dk, aan de Noorse sectorgenoot Amedia.

Mediahuis heeft in Nederland verschillende websites in haar bezit (bv. Metro, Dumpert en Manners). Het verkocht in 2018 het online platform GeenStijl. In 2019 ging Mediahuis een strategische samenwerking aan met het Amerikaanse consultancybedrijf Mather Economics. Het verwierf hier ook een participatie van 35% in. In 2025 nam Mediahuis de Nederlandse groep DGN over, met de vergelijkingssites ZorgKiezer.nl, EnergieKiezer.nl en DeGoedkoopsteNotaris.nl in portfolio. De overname van DGN moet nog worden goedgekeurd door ACM.[683]

In Ierland nam Mediahuis in 2022 het Ierse autoplatform Carzone over waarna het in combinatie met CarsIreland, Cartell en Carzone de grootste automarktplaats van Ierland creëerde. Datzelfde jaar nam Mediahuis ook de vergelijkingswebsite Switcher.ie (voor energie, telecom, leningen en hypotheken) over.

Mediahuis breidde in 2023 zijn online activiteiten uit. Via het vastgoedzoekertjesplatform Zimmo.be kocht het Logic-immo.be over van de Waalse mediagroep IPM. Later kocht Mediahuis het Europese nieuwsplatform Euractiv, dat opereert vanuit Nederland met kantoren in Brussel, Parijs en Berlijn, en werkt via franchisepartners in Europa.

Tot slot bezit Roularta iets meer dan een derde van de aandelen in Proxistore, dat in meerdere landen wereldwijd aan lokale online display advertising via geolocation doet. Tevens bezit Roularta 50% van de aandelen van Motor.NL Media Company, een onderneming die in 2023 het Nederlandse Bigtwin Magazine en de Bigtwin Bikeshow & Expo overnam en zich richt op motorrijders.

679 Voor meer informatie over de totstandkoming van de positie van Roularta Media Group op de Nederlandse en Duitse markt, zie het Mediaconcentratierapport 2024, pagina 269.
680 De Tijd, Broens, B., "Mediagroep Roularta verkoopt Duitse tijdschriften", 6 november 2024.
681 Zie onderaan de website: https://www.mijnvergelijker.be/
682 ACM (2025, 27 juni). ACM stelt strenge voorwaarden aan overname RTL Nederland door DPG Media. [Persbericht]. https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-stelt-strenge-voorwaarden-aan-overname-rtl-nederland-door-dpg-media.
683 De Tijd, Sephiha, M., "Mediahuis koopt Nederlandse vergelijkingssite ZorgKiezer", 30 januari 2025.

Newsmonkey heeft sinds 2016 een Franstalige website gericht op Wallonië.

### 3.4.2 De wereld in Vlaanderen

De internationalisering manifesteert zich ook in de omgekeerde richting. Doorheen de jaren hebben enkele internationale – veelal Amerikaanse/VSA – mediabedrijven zich ontwikkeld tot grote wereldwijde spelers, die ook in belangrijke mate op de Vlaamse markt actief zijn.

In Tabel 94 wordt een overzicht van de 15 grootste mediabedrijven gegeven. De ondernemingen zijn gerangschikt volgens inkomsten uit 2024.

**MEDIABEDRIJVEN**

| BEDRIJF | LAND | OPBRENGST IN MILJARD EURO |
|---|---|---|
| Alphabet Inc. (Google, YouTube) | VSA | €323,37 |
| Meta Platforms, Inc. (Facebook, WhatsApp, Instagram) | VSA | €151,98 |
| ByteDance Ltd. (TikTok) | China | €134.89 |
| Comcast Corporation (NBCUniversal, Sky) | VSA | €114,31 |
| Amazon.com, Inc. | VSA | €92,93 |
| Apple Inc. | VSA | €88,85 |
| Tencent Holdings Ltd. | China | €84,79 |
| The Walt Disney Company | VSA | €84,41 |
| Charter Communications Inc. | VSA | €50,91 |
| Microsoft Corporation | VSA | €46,61 |
| Sony Corporation | Japan | €45,04 |
| Warner Bros. Discovery | VSA | €36,33 |
| Netflix | VSA | €36,03 |
| Paramount Global | VSA | €26,99 |
| News Corp./New Fox | VSA | €22,23 |

Tabel 94: De grootste mediabedrijven en hun inkomsten in 2024
Bron: mediadb.eu

#### 3.4.2.1 Radio

De belangrijkste radio-omroeporganisaties in Vlaanderen zijn in Vlaamse handen. Op het leveren van de muziek na, zijn er voorlopig geen grote internationale radiospelers aanwezig in de eerste schakels van de radiowaardeketen in Vlaanderen.

Wel is sinds september 2018 een Vlaamse poot, NRJ Vlaanderen, van het Franse commercieel Radiostation NRJ aanwezig. Eind september 2023 verving SBS Media Belgium netwerkradio NRJ Vlaanderen op de FM-band door Nostalgie+.[684] NRJ blijft bestaan, maar is voortaan alleen nog digitaal[685] te beluisteren.

Radiogolven stoppen niet bij de landsgrenzen en daarom zijn buitenlandse radio-omroepen via de middengolf reeds lang in Vlaanderen beluisterbaar. Ook via het internet zijn er zeer veel buitenlandse radio's te beluisteren. Cellnex Broadcast Partners zendt bijvoorbeeld de Engelstalige BBC World Service radio uit op het Vlaamse DAB+-netwerk.

In de radiodistributiemarkt zijn wel buitenlandse ondernemingen actief, bv. Cellnex Broadcast Partners. Daarnaast zijn er ook buitenlandse streamingsdiensten aanwezig in België.

684 De VRM ontving een kennisgeving van SBS Media Belgium op 28 september 2023.
685 Bij het afsluiten van de redactie van dit rapport is NRJ nog steeds beschikbaar via DAB+.

### 3.4.2.2 Televisie

Vlaanderen kent een grote variëteit aan onafhankelijke productiehuizen, en de lokaal geproduceerde content is erg populair. De laatste jaren neemt de buitenlandse invloed in deze schakel echter toe.

Productiehuis Woestijnvis was vroeger voor een derde in Finse handen via de participatie van Sanoma Oyj in De Vijver Media. De Vijver Media was de holding boven het productiehuis Woestijnvis en de tv-omroep SBS Belgium. Eind 2021 nam Woestijnvis De Vijver Media over. Beide ondernemingen zijn in handen van Telenet, dat op zijn beurt gecontroleerd wordt door het Amerikaanse Liberty Global. Op 13 oktober 2023 werd Telenet definitief van de beurs gehaald, nadat Liberty Global via een vereenvoudigde uitkoopprocedure 100% van de aandelen verwierf.

In 2023 veranderde SBS Belgium van naam naar Play Media om het moedermerk Play centraler te stellen. Vervolgens kocht productiehuis Caviar, lid van de Telenet Group, 50% van de aandelen van de producent Sputnik TV.[686]

Daarnaast blijven er een groot aantal dochtermaatschappijen van internationale huizen actief in het tv-productiesegment. Het moederbedrijf van het Vlaamse Fremantlemedia is wereldwijd actief in 26 landen en maakt deel uit van RTL Group. Deze laatste is in handen van Bertelsmann. In juni 2015 nam het Amerikaanse Warner (ondertussen Warner Bros.) Eyeworks over. Dit van oorsprong Nederlands productiehuis, heeft vestigingen in 17 landen waaronder België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Zodiak Belgium is sinds 2016 onderdeel van de Banijay Group en veranderde in 2021 zijn naam in Banijay Belgium. In 2023 kocht Banijay Benelux een meerderheid van de aandelen van het Vlaamse productiehuis Jonnydepony. Het wordt daarmee het tweede Belgische productiehuis dat zelfstandig opereert onder de vlag van Banijay Benelux.[687] Banijay Group is in verschillende landen actief waaronder Frankrijk, Duitsland en België. Het Vlaamse productiehuis Blazhoffski is een dochteronderneming van Blazhoffski Nederland. Het Nederlandse Endemol heeft een netwerk van meer dan 80 dochterondernemingen in meer dan 30 landen waaronder Endemolshine België. Het productiehuis De Mensen kwam in 2019 voor 60% in handen te liggen van de Franse groep Newen, die op haar beurt een dochter is van de Franse zender TF1.

Ook bij de facilitaire bedrijven neemt de buitenlandse invloed toe. Begin 2017 verwierf Videohouse de aandelen in DB Video België en Luxemburg. Videohouse onderging in 2021 een rebranding en heet voortaan EMG, naar het voorbeeld van Euro Media Goup, de moedergroep. Euro Media Group is een Franse leverancier van uitzendfaciliteiten en -diensten die actief is in 10 landen. Facilitair bedrijf PRG Projects is onderdeel van de Production Resource Group, die maar liefst 43 filialen heeft over heel de wereld. Warner Bros Television Productions België is onderdeel van Warner Bros. Discovery. NEP Belgium is onderdeel van de NEP Group, een Amerikaans internationaal bedrijf.

De concurrentie voor rechtenverwerving door Vlaamse omroepen is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Zo kon VRT in 2017 geen akkoord bereiken met Eurosport over de uitzendrechten van de Giro d'Italia, wat toen al een teken was van de stijgende prijzen en internationale concurrentie.

Vandaag is de situatie nog scherper geworden. VRT-topman Frederik Delaplace gaf in juni 2025 aan dat voetbalrechten voor een openbare omroep "onbetaalbaar" zijn geworden. Zelfs voor korte fragmenten in het journaal worden tarieven gehanteerd die buiten bereik liggen.

Een sprekend voorbeeld is de Belgische voetbalcompetitie, waarvan de uitzendrechten volledig in handen zijn van het internationale streamingplatform DAZN. DAZN kiest voor een exclusieve distributiestrategie via zijn eigen platform, wat de toegang voor Vlaamse kijkers bemoeilijkt en de druk op lokale omroepen verhoogt.

Daarnaast blijven internationale formats hun weg vinden naar Vlaanderen. Programma's zoals 'De Repair Shop' (BBC) en 'Restaurant Misverstand' (Channel 4) worden hier uitgezonden als remakes, vaak met lokale presentatoren en aangepaste formats. Meer algemeen blijkt uit een rapport van de Raad van Europa dat

686 Het Laatste Nieuws, "Productiehuis Caviar wordt mede-eigenaar van Sputnik Media na aandelenaankoop", 19 juli 2023.
687 De Tijd, "Productiehuis jonnydepony krijgt Franse eigenaar media", 20 januari 2023.

Amerikaanse bedrijven een sterke aanwezigheid hebben op de Europese markt voor audiovisuele diensten. De dominantie is vooral merkbaar in de markt voor kindertelevisie. Daar bezitten de Amerikaanse bedrijven meer dan 48% van de kindertelevisiekanalen, denk hierbij aan grote spelers zoals Walt Disney, Nickelodeon en Cartoon Network. Ook in de categorieën van documentairezenders (58%), algemene entertainmentkanalen (31%) en tv- en filmfictie (29%) is er sprake van een sterke Amerikaanse aanwezigheid.[688]

Een aantal buitenlandse omroepen zoals Disney Channel, Fox, Nickelodeon... richten zich ook op Vlaanderen (ze maken bv. voor hun reclamewerving gebruik van een Vlaamse reclameregie), maar zijn gevestigd in een ander land. Hieronder is een overzicht van buitenlandse zenders die zich via reclame richten op de Vlaamse markt en de reclameregie die ze hiervoor gebruiken.

Ads & Data neemt vanaf 1 januari 2024 de commercialisering van Discovery, TLC, Eurosport en ID (Investigation Discovery) op zich. De samenwerking tussen de reclameregie en Warner Bros. Discovery vertrekt vanuit een commerciële strategie waarbij de focus ligt op lineaire spotcampagnes en billboards.[689]

Transfer Media begon in 2025 met het aanbieden van advertentieruimte binnen de kidsomgeving van HBO Max in België.[690]

## BUITENLANDSE OMROEPORGANISATIES

| REGIE | ONDERNEMINGSNUMMER | SOORT REGIE | TELEVISIEOMROEP |
|---|---|---|---|
| Ads & Data nv | 809309701 | Extern | History (A&E Networks),MTV, mtv.be, southparkstudios en Comedy Central ((Noord) Paramount Global), HBO MAX (Warner Bros Discovery), HGTV (Warner Bros Discovery), ID (Warner Bros Discovery), TLC (Warner Bros Discovery), Discovery Channel (Warner Bros Discovery), Eurosport (Warner Bros Discovery) |
| DPG Media nv | 432306234 | Intern / Extern | TMC ((Zuid) TF1), TF1+ |
| Transfer nv | 841954753 | Extern | C8, CSTAR (Canal+Group), Cartoon Network (Warner Bros. Discovery), Deutsche Welle (ARD), Disney Channel, Disney Junior, National Geografic (The Walt Disney Company), Fox (Fox Corporation), E! Entertainment Television, 13ème Rue, SYFY (NBCUniversal), DAZN, DAZN Pro League, Fashion TV (Fashion TV Programmgesellschaft mbH), France 2, France 3, France 5, France 24, OUTRE-mer 1ère, TV5Monde (France Télévisions), Xite (XITE Networks International), MTV (Zuid), Comedy Central (Zuid), Nick Jr. (nationaal), Nickelodeon ((nationaal) Paramount Global), BBC First (BBC), kids-content HBO MAX (Warner Bros Discovery) |

Tabel 95: Buitenlandse omroeporganisaties gericht op Vlaanderen[691]

Er zijn verschillende internationale niet-lineaire OTT televisiediensten waar Vlamingen van kunnen gebruikmaken. Voorbeelden zijn Amazon Prime Video, Netflix of Disney+.

Ook binnen het segment distributie is de buitenlandse aanwezigheid aanzienlijk. Door de overname van het VRT-zenderpark betrad het Noorse Norkring als enige DVB-T netwerkbeheerder de Vlaamse markt voor omroeptransmissie. Ondertussen is hier wel geen commercieel aanbod meer en werd Norkring overgenomen door een Britse aandeelhouder. Satellietdienstenverdeler TV Vlaanderen wordt sinds december 2009 door de Luxemburgse M7 Group gecommercialiseerd en fuseerde in 2020 met Canal+ Luxembourg. Ten slotte zijn Telenet en Orange Belgium respectievelijk eigendom van het Amerikaanse Liberty Global en het Franse Orange.

### 3.4.2.3 Geschreven pers

EEr is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers.

Verschillende Vlaamse magazines kennen hun oorsprong in een buitenlands concept, bv. het maandblad Elle. Uitgever Ventures Media heeft een licentie voor de Luxemburgse editie en via dochteronderneming Edition Ventures Woman een licentie voor de Belgische editie (Nederlands- en Franstalig). In 2024 haalde Ventures

688 De Tijd, "Amerikanen domineren Europese kinderzenders", 05 juli 2023.
689 Mediaspecs, "Ads & Data gaat strategisch partnership aan met Warner Bros. Discovery", https://www.mediaspecs.be/ads-data-gaat-strategisch-partnership-aan-met-warner-bros-discovery/, 10 oktober 2023.
690 The Medialeader, "Transfer Media en Warner Bros. Discovery bundelen krachten voor de commercialisatie van HBO Max-kidscontent", 12 september 2025.
691 De volgende internationale zenders vallen onder Mayonnaise Media, het internationale luik binnen Transfer: Deutsche Welle, Fashion TV, France 2, France 3, France 5, France 24, OUTRE-MER 1ère en TV5Monde.

Media ook het economische tijdschrift Forbes naar België en Luxemburg, in de vorm van een website en driemaandelijks magazine.

Soortgelijke lanceringen van internationale concepten (bv. Newsweek) door anderen werden na korte tijd stopgezet.

Als gevolg van de overname van Telegraaf Media Groep wordt de Nederlandse familie Van Puijenbroek de derde aandeelhouder (14,72%) van Mediahuis, naast de twee andere hoofdaandeelhouders Mediahuis Partners (52,14%) en Concentra (31,25%). Een klein percentage (1,89%) zit tot slot nog bij derden.

Roularta verzorgt in haar drukkerij het drukwerk van The Economist, Bloomberg BusinessWeek en sinds eind 2023 ook vier magazines van de zakenkrant Financial Times (How To Spend It, Art of Fashion, Business Eduction en FT Wealth).

#### 3.4.2.4 Internet

De ondernemingen die belangrijke mediagerelateerde Vlaamse websites in hun beheer hebben, zijn hoofdzakelijk Vlaamse ondernemingen.

Het internet is echter het medium bij uitstek waar zeer eenvoudig internationale media kunnen geraadpleegd worden. Denk maar aan de verschillende Video On Demand (VOD)-platformen die beschikbaar zijn in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, bv. Streamz met Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Ook de socialemedianetwerken dienen hier vermeld te worden. Deze zijn eigendom van buitenlandse bedrijven en zijn erg populair in Vlaanderen. De populairste sociale media in Vlaanderen zijn Facebook en Instagram (eigendom van Meta), YouTube (eigendom van Alphabet), X, Snapchat en TikTok. Door hun populariteit bij de Vlaamse mediagebruiker vloeit een groot deel van de Vlaamse advertentie-investeringen op het internet weg naar de Amerikaanse eigenaars.

In 2019 lanceerde Google YouTube Kids in België. De applicatie is een variant van het gewone videoplatform, maar op maat van kinderen.

Verder zijn zoekmachines en AI-chatbots het vermelden waard. Zoekmachines (bv. Google) en AI-chatbots (bv. ChatGPT en Microsoft Copilot) zijn voor veel Vlamingen dé toegangspoort tot het internet. Er is dus sprake van een Amerikaanse 'gatekeeper', waar Vlaamse mediabedrijven weinig vat op hebben. Bovendien zijn deze buitenlandse gatekeepers ook fysiek aanwezig in ons land. Sinds 2010 heeft Google een datacenter in Saint-Ghislain (Henegouwen). In 2024 is het gestart met de bouw van een tweede datacenter in Farciennes (Henegouwen).[692]

Zeven techreuzen (Alphabet Inc., Amazon.com Inc., Apple Inc., Booking, ByteDance Ltd., Meta Platforms, Inc. en Microsoft Corportation) worden door de Europese Commissie onder de Digitalemarktenverordening (Digital Markets Act) gezien als poortwachters.

De distributieschakel kent, zowel voor mobiel als voor vast internet, een grote internationale aanwezigheid doordat netwerkeigenaars en operatoren vaak buitenlandse aandeelhouders hebben.

Op 13 oktober 2023 werd Telenet, na een eerdere succesvolle overname door Liberty Global, bij sluiting van de beurs geschrapt van notering.

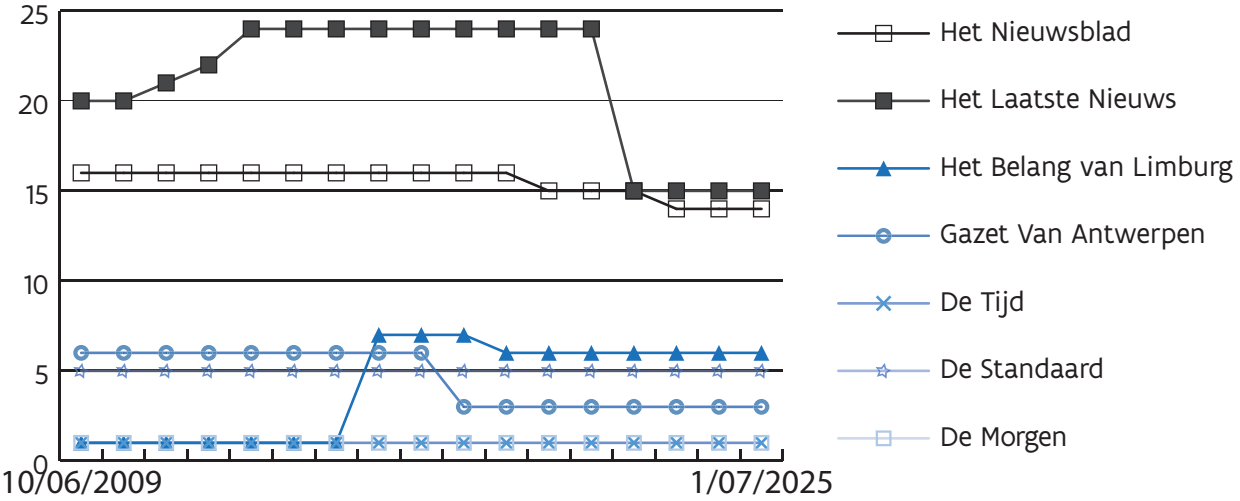
692 VRT NWS, Bosmans, G., "Google start met bouw van nieuw datacenter in België, investering van 1 miljard euro", 05 april 2024.

## 3.5 ONDERZOEK LOKALE JOURNALISTIEK

Er wordt in de media vaak gesproken over de regionale journalistiek die onder druk staat. Harde cijfers hierover zijn echter niet vaak voorradig. Tijdens de bespreking van het mediaconcentratierapport in de commissie media van 22 maart 2018 werden er ook vragen gesteld om meer aandacht te geven aan lokale en regionale nieuwsmedia in ons rapport.

We onderzochten de evolutie van het aantal regionale katernen van de nationale kranten. In de figuur hieronder zien we dat Het Laatste Nieuws tussen 2010 en 2013 enkele versies bij heeft gekregen. Verder zien we dat het Belang van Limburg omstreeks 2015-2016 van 1 naar 7 edities gaat en dat Gazet van Antwerpen tussen 2017 en 2018 de tegengestelde richting uitgaat, van 6 naar 3. Het Belang van Limburg ging ondertussen weer naar 6 edities. In 2020 voegde Het Nieuwsblad zijn edities voor de Brusselse rand en het Pajottenland samen. In 2022 daalt het aantal regionale edities van Het Laatste Nieuws drastisch van 24 naar 15. Zo werd o.a. De Nieuwe Gazet, de Antwerpse zustertitel van Het Laatste Nieuws, in maart 2022 stopgezet. In 2023 daalt het aantal regionale edities van Het Nieuwsblad van 15 naar 14.

Sinds 2018 zien we dus een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten. De laatste twee jaar treedt er wel een stabilisatie op.

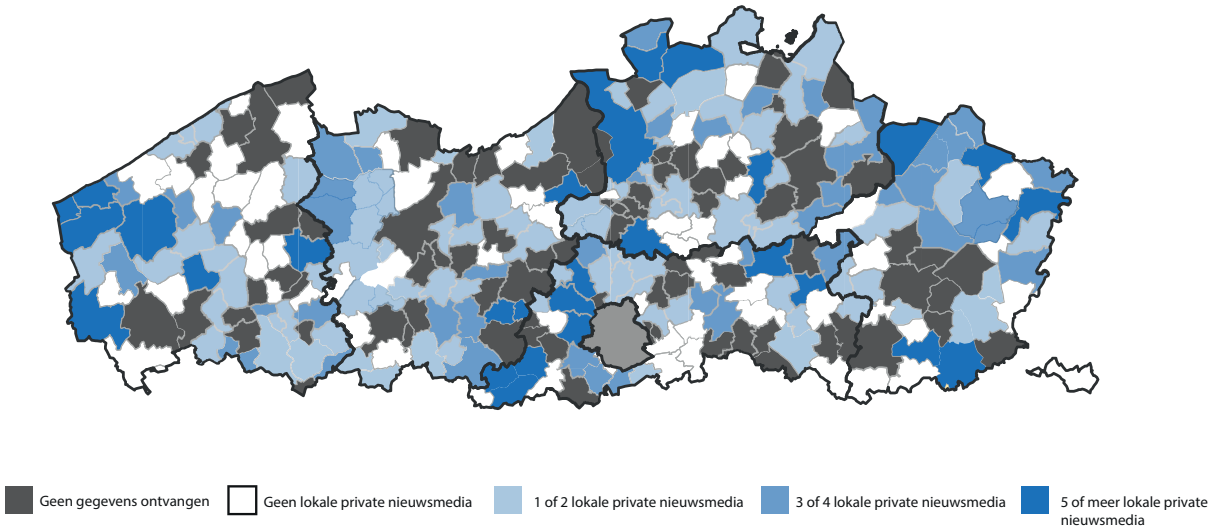



Figuur 93: Aantal edities nationale kranten
Bron: Gopress

Sinds 2021 verdwenen meerdere huis-aan-huisbladen zoals De Streekkrant, Klakson, Steps en Jet door dalende advertentie-inkomsten en de impact van corona. Er bestaat echter geen overzicht van het aanbod aan puur lokale nieuwsmedia in Vlaanderen. De VRM bevroeg hiervoor de communicatiediensten van de 285 gemeentes in Vlaanderen. We ontvingen van 211 gemeenten een antwoord. Dat is een reactieratio van 74%.

In de kaart hieronder geven we een overzicht van het aantal lokale nieuwsmedia[693] dat beschikbaar is per gemeente. Het gaat zowel om private gedrukte als digitale nieuwsmedia. Lokale radio's of regionale televisiezenders werden dus niet opgenomen. Bladen die over heel Vlaanderen verdeeld worden, maar focussen op regionale journalistiek, zoals De Zondag, werden weerhouden omdat die in principe in elke gemeente beschikbaar zijn.

693 Lokale nieuwsmedia zijn alle mogelijke vormen van private media (geschreven pers of digitaal), die gericht zijn op de lokale gemeenschap. Het is enkel belangrijk dat er redactioneel nieuws in komt die niet enkel over de organisatie zelf gaat. Media die uitgaan van een adverteerder of een daartoe opgerichte groep van adverteerders, waarin op jaarbasis minder dan 30% van de inhoud besteed wordt aan artikels met algemene informatie worden dus uitgesloten.




Figuur 94: Privaat lokaal nieuwsaanbod per gemeente
Bron: eigen onderzoek

De top vijf van gemeentes met het meeste private lokale nieuwsmedia-aanbod:
1. Antwerpen: 17
2. Diksmuide: 12
3. Temse, Veurne, De Panne: 10
4. Herentals, Pajottegem, Mechelen: 9
5. Tongeren-Borgloon: 8

Als we kijken naar het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente zien we een lichte stijging van 1,88 naar 2,03 ten opzichte van vorig jaar. Maar alles wijst op een stabilisatie na een forse daling drie jaar geleden, o.a. te wijten aan de coronacrisis.

Quasi elke gemeente geeft ook eigen nieuwsmedia uit. Het gaat dan bijvoorbeeld om een klassieke nieuwsbrief, maar meer en meer gemeentebesturen zijn ook actief op sociale media. Verschillende communicatieverantwoordelijken haalden aan dat er in Facebookgroepen zoals “Ge zijt van [gemeente] als …” ook veel nieuws verspreid wordt. Dit gebeurt dan door en voor de inwoners van de gemeente. Deze manieren om lokaal nieuws te verspreiden en consumeren werden echter niet meegerekend in bovenstaand onderzoek. Volgens het onderzoek zijn er 263 verschillende private lokale nieuwsmedia actief in Vlaanderen, waarvan 126 digital-only initiatieven. Dat komt op 48%, ongeveer evenveel als vorig jaar. Dat wijst op een stabilisatie. 6 van hen krijgen subsidies van de gemeente waarin ze opereren, dat is 2,3%. Een lichte daling ten opzichte van vorig jaar. Er is dus zeker geen sprake van structurele lokale ondersteuning van dit soort initiatieven.

## 3.6 BESLUIT HOOFDSTUK 3

De verhoudingen binnen de Vlaamse mediasector werden in dit hoofdstuk aan de hand van een aantal indicatoren gekwantificeerd.

Volgens Digimeter blijft de gemiddelde Vlaming het medium radio gebruiken: 82% gebruikt het medium en 62% luistert dagelijks. Toch verliest het terrein bij jongeren. Klassieke radiotoestellen blijven belangrijk, maar digitale apparaten zoals smartphones en smart speakers nemen samen 35% van de luistertijd in. Live radio blijft dominant met 63% van de luistertijd, maar FM-radio zakt voor het eerst onder de helft. Digitale alternatieven zoals DAB+ en online radio winnen terrein. Streamingdiensten zoals Spotify nemen 20% van de luistertijd in en de betalingsbereidheid voor streaming stijgt, vooral bij jongeren. Het vertrouwen in nieuws blijft wereldwijd stabiel rond 40%, maar ligt in Vlaanderen hoger. Vlaamse radiozenders zoals Radio 2 en Radio 1 genieten veel vertrouwen, gevolgd door Qmusic en Joe.

Bij klassieke radio is er nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Al bieden bijvoorbeeld podcasts wel kansen voor meer onafhankelijke producties. De horizontale concentratie onder de radiozenders wordt aangepakt door meer ruimte te creëren voor verschillende spelers. Het toppunt van crossmediale integratie bevindt zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

De VAR, de reclameregie van VRT neemt sinds 2024 de reclameverkoop voor de commerciële radiozenders Nostalgie, NRJ Vlaanderen en Nostalgie Plus op zich. Vanaf 1 april 2025 verzorgt de regie ook de reclamewerving voor alle podcasts van Mediahuis. Deze samenwerking tussen de VAR en de commerciële spelers is een opmerkelijke ontwikkeling in de Vlaamse radiomarkt. Het weerspiegelt een trend waarbij de grenzen tussen publieke en commerciële media vervagen. Deze stap kan ook gezien worden als een reactie op de toenemende concurrentie van digitale platforms, DPG Media en de behoefte aan een sterkere positie in de reclamemarkt.

Het Nederlandse radionetwerk Switch Media opende eind 2024 haar advertentienetwerk in Vlaanderen met 18 radiozenders. In Nederland is het bedrijf al succesvol met 38 zenders.

De concentratietendensen die al enige tijd bezig zijn in de markt voor tv-reclame bereiken nu dus ook de markt voor radioreclame.

Mediahuis werd in 2025 volledig eigenaar van SBS Media Belgium, dat hernoemd werd naar Vlaanderen Twee.

Op het vlak van distributie lijkt Cellnex Broadcast Partners tegenwoordig de meeste radio-omroepen te ondersteunen, mede doordat Belgian Tower Company in 2025 zijn zendlicentie vroegtijdig heeft ingeleverd wegens economische redenen.

De vaststelling van de vorige jaren omtrent mediagroepenconcentratie in de radiosector blijft bestaan. De concentratie is erg groot. Dit komt o.a. door de zeer sterke positie van VRT. Na een korte heropleving in 2024, zakt het marktaandeel van de publieke omroep wel weer van 55,4% naar 53,2%. Dit voornamelijk door de daling in het marktaandeel bij Radio 2 en Studio Brussel. Bij de private radiozenders komt de winst op conto van Nostalgie, Qmusic en Joe. De HHI toont duidelijk de gewijzigde verhouding tussen de groepen VRT en DPG Media. In de periode 2018-2025 daalt de index van 0,45 naar 0,39.

Dit concentratieprobleem wordt deels veroorzaakt door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel plaats voor meer radioconcurrentie. Op zenderniveau is er wel sprake van een lage concentratie.

Ook de online populariteit van radiomerken werd bestudeerd. In 2025 zijn de marktleiders Radio 1 (audiospelers en appbezoeken), Qmusic (websitebezoeken) en Studio Brussel (sociale media). Wat opvalt, is een duidelijk verschil in strategie tussen de publieke en commerciële speler(s). De commerciële radiozenders

behouden hun aparte websites, terwijl de publieke omroep alles van radio en tv bundelt op VRT MAX.

Voor het eerst brengt het CIM ook audio on demand, zoals podcasts, in kaart. Het publiceert cijfers over streams en downloads van VRT, DPG Media en Mediafin. Omdat deze mediagroepen sterk verschillen in aantal en type mediamerken, programma's en afleveringen, wordt een samengestelde score gebruikt om de cijfers beter te kunnen vergelijken.

Uit die score blijkt dat Mediafin het best presteert, dankzij een beperkt aantal programma's met veel luisteraars. DPG Media scoort gemiddeld met een evenwichtig profiel. VRT heeft weliswaar een groot totaalvolume, maar lagere gemiddelden per merk, programma en aflevering, waardoor de samengestelde score lager uitvalt dan die van Mediafin, maar nog steeds hoger is dan die van DPG Media.

Als we kijken naar de cumulatie van mandaten in de radiosector zien we een groot verschil doorheen de afgelopen zeven jaar. De mandaten zijn momenteel veel minder geconcentreerd.

Uit de Digimeter blijkt eerst en vooral dat 41% Vlamingen dagelijks nog lineair/live televisie kijkt. Aanvankelijk zagen we de daling van live kijken nog gecompenseerd door een stijging van uitgesteld kijken, maar sinds 2023 gaat dat niet meer op. Het dalend engagement bij live kijken vertaalt zich jaar na jaar ook in een trage, maar gestage daling in bereik. De studie spreekt over 50.000 en 100.000 huishoudens die de kabel doorknippen op respectievelijk 1 en 2 jaar tijd. Het doorknippen van de tv-kabel betekent niet dat mensen geen toegang meer hebben tot lokale zenders, dankzij gratis online platformen zoals VRT MAX, VTM GO en GoPlay. Deze BVOD-platformen bereiken veel Vlamingen, maar stoten net als betalende streamingdiensten op een plafond qua bereik. Ondertussen wint video op sociale media aan belang, vooral bij jongeren, die steeds meer loyaal zijn aan content van influencers en creators in plaats van traditionele mediamerken.

De verticale integratie is erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuizen verzwakken, al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuizen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en publieke omroep. In 2024 werd de verticale concentratie wel wat teruggedraaid doordat Telenet zijn kabelinfrastructuur onderbracht in Wyre, een joint venture met Fluvius.

VRT mag, volgens de nieuwe beheersovereenkomst, strategisch investeren in twee productiehuizen om innovatie en lokale content te stimuleren, maar dit roept zorgen op over concurrentie en diversiteit.

Reclamemodellen evolueren door uitgesteld kijken en internationale concurrentie. Grote reclameregies bundelen krachten voor efficiëntie, maar dit kan kleinere spelers uitsluiten en redactionele onafhankelijkheid onder druk zetten.

Internationale spelers zoals DAZN en Netflix verdringen lokale zenders door exclusieve rechten en sterke verticale integratie. Vlaamse zenders verliezen bijvoorbeeld uitzendrechten voor Belgisch voetbal.

Er is ook herstructurering bij regionale zenders, met een fusie in West-Vlaanderen en pogingen in Oost-Vlaanderen. Tegelijkertijd zoeken telecombedrijven zoals Telenet en Proximus samenwerking voor glasvezeluitrol, wat tot meer concentratie kan leiden.

Bij de facilitaire bedrijven zien we in 2020 een duidelijk verlies ten gevolgde van corona. In 2021 en 2022 zien we een herstel. In 2023 is er opnieuw een neergang van de winstgevendheid, vermoedelijk door de inflatie, want de omzet stijgt bijvoorbeeld gewoon door. In 2024 herstelt de winstgevendheid zich.

De markt van de productiehuizen kende een sterke omzetgroei, vooral vanaf 2022, maar de bedrijfswinst bleef lange tijd achter. Pas in 2023 en 2024 is er sprake van herstel. De winst voor belasting is sterk gestegen, wat niet volledig in lijn is met de bedrijfswinst. Dit suggereert dat andere factoren dan operationele winst

hier een rol in spelen. De toename van werknemers wijst op schaalvergroting, maar kan ook druk zetten op de winstgevendheid. Deze combinatie van groei, personeelsuitbreiding, volatiele winstgevendheid en boekhoudkundige winstpieken is consistent met sectoren die consolideren. Recent verschenen er wel sombere voorspellingen in de pers over 2025.

Wat betreft de private televisieomroeporganisaties onderging Streamz in 2023 een kapitaalsverhoging door beide aandeelhouders van €33 miljoen, waarvan €21 miljoen omzetting van bestaande leningen, om verliezen op te vangen en verdere groei te ondersteunen. Ondanks verlies in 2024 blijft de financiële buffer sterk.

Play Media boekte opnieuw zware verliezen. Telenet garandeerde via een officiële steunbrief dat het Play Media financieel zal blijven ondersteunen tot minstens eind 2025, om de continuïteit te waarborgen.

Globaal kende de markt een sterke groei in omzet en personeel, gevolgd door een periode van stabilisatie. De combinatie van stijgende bedrijfswinst en stabiliserende personeelsgroei suggereert dat televisieomroeporganisaties efficiënter zijn geworden na 2021.

Bij de regionale televisieomroeporganisaties heeft De Buren het al vier jaar moeilijk, met vrij stevige verliezen tot gevolg, terwijl de Regionale Media Maatschappij al vier jaar op rij winstgevend is. RTV kende in 2024 een zwaar verlies van het boekjaar voor belastingen, waardoor het eigen vermogen in de min gaat. In augustus 2025 kwam er dan het bericht dat er in de kosten gesneden zal worden, o.a. door personeelsafvloeiingen. Zowel bedrijfswinst als winst voor belasting tonen extreme pieken en dalen bij de exploitatiemaatschappijen van regionale televisieomroeporganisaties. Er is duidelijk sprake van financiële instabiliteit. De omzet is niet stabiel, wat wijst op een kwetsbare marktpositie. De daling in het aantal werknemers wijst op structurele ingrepen van bedrijven om de organisatie financieel leefbaar te houden.

Ondanks dalende tv-abonnementen, stijgt de curve van de gemiddelde omzet bij de dienstenverdelers stelselmatig zodat die ruim boven de evolutie van de CPI vertoeft. De piek in 2021 wijst op groei in de sector, gevolgd door een stagnatie. De markt kende dus expansie, maar de stagnatie sinds 2021 kan wijzen op verzadiging, concurrentiedruk of prijsdruk.

De bedrijfswinst schommelde sterk, met een piek in 2017 en dalen in 2019 en 2023. In 2024 bleef de bedrijfswinst laag. Dit ligt vermoedelijk aan de dure investeringen in netwerken. De piek bij de winst van het boekjaar voor belastingen in 2023 ligt aan een uitzonderlijke winst voor Telenet door de Wyre-transactie.

Het gemiddeld aantal werknemers steeg tot 2019, maar daalde daarna terug tot ongeveer het niveau van 2015. De sector lijkt dus sinds 2020 te rationaliseren, mogelijk door automatisering, digitalisering of herstructureringen.

De VRM vraagt jaarlijks bij verschillende marktspelers (dienstenverdelers, omroepen, platformen) informatie op over de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand (VOD). Bij de transactionele VOD (TVOD) zien we tussen 2018 en 2021 een duidelijke daling. Dit kan verklaard worden door de stijgende populariteit van andere VOD-aanbiedingen. De laatste drie jaar treedt er een stabilisatie op. De SVOD-markt stijgt al geruime tijd, de laatste drie jaar zelfs fors. Wat de Free VOD (FVOD)-markt betreft zien we in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form. In 2024 zet deze stijging zich verder voor long form video, terwijl short form video terug inzakt. Ook het aantal opnames stijgt jaar na jaar sterk. Ten slotte tonen de bereikcijfers van lineaire tv een opwaartse trend naar het najaar 2020 – voorjaar 2021. Daarna gaat het bergaf. De evolutie is zeer gelijkaardig bij alle omroepen die meegenomen werden in de oefening. Enkel VTM GO lijkt vooruit te gaan op het vlak van live streaming. De grootste zenders VRT 1, VTM en Play4 houden wel het beste stand.

Als we kijken naar de concentratiemaatstaven binnen de televisiesector zien we dat er bij de productiehuizen een lage concentratiegraad heerst. Bij de televisieomroepen is de mediagroepenconcentratie sterker. De HHI-index in 2024 duidt op een matige concentratie. Op zenderniveau is er al drie jaar sprake van een lage concentratie.

In de distributiesector is er een hogere mate van concentratie. Orange Belgium wint met mondjesmaat terrein. Er werd veel verwacht van nieuwe speler, Digi. Maar die verwachtingen zijn ondertussen afgezwakt, doordat het op mobiel vlak niet veel terrein wint.

Verder werd ook de online populariteit van tv-merken in kaart gebracht. Wat betreft videoplayers steekt de short form video en audio player van DPG Media er met kop en schouders bovenuit. Op ruime afstand gevolgd door de videospeler van VRT MAX en de videospeler van Mediahuis. Als je de ad free video player en de gewone videoplayer van VTM GO optelt, springt die naar de tweede plek. Ten opzichte van vorig jaar winnen de langere filmpjes terrein. Wat websitebezoekers betreft, worden de websites van VTM, VRT NWS, VRT MAX en GoPlay meer bezocht dan vorig jaar, de websites van VTM GO en Sporza minder. Ook wat app-bezoekers betreft, verliest Sporza bezoekers vanwege een mindere sportzomer. De apps boomen wel duidelijk meer dan de websites en worden zelfs tot drie keer vaker bezocht, afhankelijk van welk merk. Drie omroepmerken springen eruit qua aantal volgers op sociale media: VTM, VRT NWS en Sporza[694]. VRT 1 is het meest populair op Facebook, VRT NWS spant de kroon op X en Instagram. VTM zet sterk in op YouTube, wat resulteert in een hoog aantal volgers op dit sociale medium en het is ook de onbetwiste TikTok-kampioen.

In de cumulatie van mandaten in de televisiesector zien we tot slot dat Telenet, via Streamz bestuurlijke banden heeft met DPG Media.

De gedrukte pers had het de afgelopen jaren moeilijk door o.a. dalende verkoopcijfers en advertentieopbrengsten. Daarenboven zorgt de inflatie voor een stijging van de kosten, met een blijvende hoge druk op de marges tot gevolg. Kranten kunnen deze impact te verzachten door te buigen op een steeds groter aandeel digitale abonnementen. Magazines en vooral de gratis pers slagen hier in het algemeen omwille van de aard van hun product niet in en komen extra onder druk door de inflatie.

Door de inflatie en de bijhorende stijging van de lasten (bv. loonindexatie), blijven de marges voor pers- en fotoagentschappen onder druk staan. Belga ving deze druk op via tariefindexeringen, kostenoptimalisatie en nieuwe B2B-initiatieven. Bij de uitgevers van kranten zien we een gelijkaardig verhaal. De rendabiliteit staat onder druk door de oplopende werkingskosten en, sinds dit jaar, de fors toegenomen distributiekosten. Dankzij hun overnamepolitiek zijn Mediahuis en DPG Media uitgegroeid tot internationale mediagroepen.

DPG Media is daarnaast ook actief op de magazinemarkt, net zoals Roularta Media Group en enkele kleinere uitgeverijen. De omzet van Roularta kent een daling door een lager omzet van het segment Printing Services, minder omzet uit de lezersmarkt en het terugvallen van de advertentieomzet. De bedrijfskosten dalen eveneens door een lager volume aan drukwerk, de lagere papierprijs en een continue kostenbeheersing.

Dat de markt van de gratis pers onder grote druk staat blijkt uit het feit dat de omzet nog maar een derde is t.o.v. het basisjaar 2015. Daarenboven zijn de curves van het bedrijfsresultaat en het resultaat van het boekjaar voor belastingen dit jaar opnieuw negatief.

Uit de meest recente Digimeter blijkt dat het aandeel Vlamingen dat in 2024 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergaring met 1 procentpunt daalt naar 17%. Inzake toestellen waarop nieuws geconsumeerd wordt, gebruikt 60% van de Vlamingen dagelijks de smartphone. Andere schermen boeten in als toegangspoort. De Digimeter toont ook aan dat het aantal Vlamingen dat zich dagelijks op nieuwswebsites of -apps beroept, licht dalen. Hierbij merken de onderzoekers drie evoluties op binnen de verschillende leeftijdscategorieën: 1) de opmars bij jongeren in de dagelijkse nieuwsconsumptie via de (niet-betalende) apps van Vlaamse nieuwsmedia en sociale media, 2) meer tractie bij ouderen voor betalende digitale krantenformules en 3) de shift van tekst naar audio en video waardoor audiovisuele nieuwsconsumptieformats aan terrein winnen.

Het jaarlijkse Digital News Report (DNR) behandelt de komst van artificiële intelligentie (AI). Zo voelt de helft van de Vlaamse nieuwsgebruikers zich niet comfortabel bij AI als nieuwsproducent. Jongeren in het bijzonder staan er sceptisch tegenover.

694 Op sociale media wordt enkel gekeken naar het aantal volgers voor het algemene Sporza-profiel. Zo wordt het aantal volgers van bijvoorbeeld Sporza Koers niet meegenomen in de telling.

Het Nieuwsblad, maar voornamelijk HLN gelden in de krantensector als absolute zwaargewichten op vlak van oplage, betaalde verspreiding, websitebezoeken en sociale media. Bij de (totale) verkoop van dagbladen zien we drie groeiers, namelijk De Tijd, De Morgen en Het Laatste Nieuws. Niet toevallig drie kranten die sterk presteren op het digitale vlak. De HLN-app haalt dan weer meer dan drie keer zoveel bezoekers als eerstvolgende concurrent Het Nieuwsblad. Tot slot zien we dat Het Belang van Limburg haar papieren populariteit niet in online populariteit kan vertalen terwijl De Standaard en De Morgen op sociale media beter scoren dan wat hun betaalde verspreiding en oplage zou doen vermoeden.

Bij de tijdschriften slaat de digitale verkoop aan bij Trends, Knack, Humo en Krant van West-Vlaanderen, met meer dan 10% van de betaalde verspreiding. Bij alle andere tijdschriften in de top 15, met uitzondering van Flair, is de digitale verkoop quasi onbestaande. In de periode 2020-2024 kan echter geen enkel tijdschrift positieve groeicijfers voorleggen. Wat nog opvalt in de magazinemarkt is dat qua sociale media en websitebezoeken Roularta de uitgesproken marktleider is. Op vlak van betaalde verspreiding blijft DPG Media de grootste.

De concentratie bij de uitgeversgroepen van kranten op vlak van betaalde verspreiding is stabiel sinds 2018, toen de participatie van DPG Media in Mediafin werd overgenomen door Roularta Media Group. In 2023 stopte Metro, wat gezien de aard van de gratis krant uitsluitend impact heeft op het gedeelte 'oplage'. De concentratie-indexen bij oplage (op basis van titels en volgens groep) stegen daardoor dus vorig jaar. Dit jaar stabiliseren ze zich op dit hoger niveau.

In het algemeen blijft ook dit jaar het concentratieniveau bij tijdschriften onder het niveau van de dagbladenmarkt, zeker wat titels betreft. De indexen volgens groep stijgen langzaamaan wel meer naar dezelfde niveaus. Het is belangrijk om op te merken dat niet de volledige markt in deze concentratiemaatstaven is opgenomen, maar enkel de 15 best verkopende titels. Daarenboven zijn sinds dit jaar de rapporteringscategorieën veranderd ten gevolge van interne wijzigingen bij het CIM.

De risico's die dergelijke concentraties met zich meebrengen vormen het onderwerp van academisch onderzoek.

Integratietendensen, versneld en gefaciliteerd door ontwikkelingen op het vlak van artificiële intelligentie (AI), zorgen voor bepaalde (nieuwe) risico's. De gekende risico's zijn de verstrengeling van het nieuwsaanbod met commerciële content en de toenemende commerciële druk (verkoop digitale abonnementen, als eerste een nieuwsitem brengen, etc.), hetgeen kan leiden tot verschraling van nieuwsdiversiteit. Experimenten met AI, bv. in content creatie, kunnen de positie van (freelance) journalisten verder verzwakken. Verschillende ondernemingen worden namelijk geconfronteerd met stijgende kosten (loonkost, distributiekost, etc.). AI kan dan een aantrekkelijk alternatief zijn om (een deel van) het werk over te nemen. Daarenboven zijn er ook risico's rond het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk bij het trainen van (internationale) AI-chatbots en -systemen.

Het is moeilijk om de concentratie te meten op het internet. Zo kan de surfer veel meer websites bezoeken dan diegene die in dit hoofdstuk besproken worden. Van de verschillende websites die worden opgenomen in dit rapport, kan de surfer er eveneens meerdere raadplegen.

Volgens het Digimeterrapport gebruikt 86% van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst of sociaalmediaplatform. De onderzoekers menen voor het eerst een saturatie te zien. Er is namelijk een lichte daling in het aantal Vlamingen (64%, -2 procentpunten) die zegt dagelijks sociale media te gebruiken. Bij jongeren daarentegen zien de onderzoekers een verdere intensificatie en concentratie van het sociale media en chat-app gebruik.

Uit het Digital News Report blijkt dat meer Vlamingen minder verschillende nieuwsbronnen gebruiken. 16% van de Vlamingen gebruikt maximaal één bron per week. De helft van deze groep raadpleegt bovendien geen enkele nieuwsbron, maar volgt het nieuws enkel via sociale media of sociale contacten.

Facebook en Instagram worden volgens de Digimeter het vaakst gebruikt op maandbasis. Meta verliest terrein bij Facebook, maar kan zijn marktleiderschap behouden d.m.v. terreinwinst bij WhatsApp en Instagram. Op algemeen niveau is er verder weinig verandering bij de andere sociale media- en communicatieplatformen.

De concentratieparameters van de websites van Vlaamse mediagroepen kennen een (zeer) lichte stijging t.o.v. vorig jaar. Zo zit de HHI-index van websites vorig jaar net onder maar dit jaar net boven de 0,15-drempel, wat resulteert in de opschaling van 'niet geconcentreerd' naar 'matig geconcentreerd'. Dit komt enerzijds door het feit dat de websites van Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad enorm hoge bezoekersaantallen hebben in vergelijking met de overige websites. Anderzijds ontbreken bepaalde cijfergegevens, bv. van onafhankelijke websites met hoge bezoekcijfers. Bijgevolg bereiken de bezoekcijfers van de vier grootste mediagroepen (DPG Media, Mediahuis, VRT en Roularta) samen een marktaandeel van 94,13%. De relatieve populariteit van radio, tv of geschreven pers in hun eigen medium, wordt niet altijd weerspiegeld op het internet. De nieuwsmedia (HLN, VRT NWS, etc.) hebben veel websitebezoeken en zijn populair op sociale media. Daarentegen is Qmusic populair op sociale media, maar het aantal websitebezoeken blijft eerder laag.

Wat risico's betreft, houden de algoritmes van socialemediaplatformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien die geen inzage heeft in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat. De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap. Tot slot houdt ook artificiële intelligentie (AI) ethische, maatschappelijke en technologische risico's in. Zo zijn er problemen rond privacy en auteursrechtelijke beschermde werken, en een gebrek aan transparantie. Op vlak van ethiek en maatschappij kan AI 'biased' zijn, maar er zijn ook problemen rond privacy en auteursrechtelijke beschermde werken. AI tast daarenboven ook de positie van (freelance) journalisten aan. Op technologisch vlak is er een gebrek aan transparantie, vooral wat betreft 'deep learning', wat het lastig maakt om beslissingen te verklaren en te controleren.

Als we de mediagroepen overkoepelend bekijken, zien we dat de omzetscurve de afgelopen drie jaren een licht stijgende trend kent, terwijl de curve van het aantal werknemers in diezelfde periode een licht dalende trend kent. De curve van de bedrijfswinst kende in 2023 een grote terugval en ook in 2024 daalt deze curve verder door de moeilijke, competitieve marktomstandigheden en de oplopende kosteninflatie. Daarenboven kregen sommige bedrijven ook te maken met fors gestegen distributiekosten. VRT zag zijn bedrijfskosten stijgen door o.a. de verkiezingen en de drukke sportzomer. Samengevat dalen de marges in 2024 verder ondanks de (gemiddelde) stabilisatie van de omzet.

Ook dit jaar werden de prijzen van Vlaamse mediaproducten bestudeerd.

De kosten voor radio, televisie en geschreven pers zijn in 2024 opnieuw gestegen, en dit sneller dan de index der consumptieprijzen (CPI).

Wat de evolutie van de prijzen van telecommunicatie packs betreft, zien we dat de prijzen sneller stijgen dan de CPI van 2016 t.e.m. 2021. De laatste vier jaar stijgt de CPI echter sterker dan de prijs van de packs zelf.

Wat geschreven pers betreft, stijgt de prijsindex voor kranten sinds 2018 aanzienlijk sneller dan de CPI, zelfs tijdens de afgelopen jaren die gekenmerkt werden door een hoge inflatie. De stijging van de prijsindex van magazines en tijdschriften ten opzichte van de CPI bleef tot en met 2023 relatief beperkt, zeker in vergelijking met de kranten. Echter, sinds 2024 zien we ook hier een versnelling.

De evoluties van de onrechtstreekse kosten om van mediaproducten te genieten, zoals de kosten voor een computer en een mobiele telefoon zijn evenwel opnieuw gedaald tot ver onder de CPI.

Ten slotte werd de Vlaamse mediasector ook gesitueerd in een internationale context. Door de taalbarrière is

het voor Vlaamse mediaondernemingen niet evident om activiteiten in het buitenland te ontplooien. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er vaak naar de Nederlandse markt wordt gekeken.

Wat radio betreft, hebben verschillende Vlaamse radio-omroeporganisaties in 2023 een sterkere positie ingenomen in Nederland door overnames en de Nederlandse FM-frequentieveiling.

Wat televisie betreft, boeken Vlaamse televisieformats steeds meer internationaal succes. Vlaanderen stond in 2024 wereldwijd op de vierde plaats qua export van tv-formats. Productiehuizen zoals Woestijnvis, Lecter Media, Caviar Group en Studio 100 zijn actief op internationale markten. Distributie verloopt via gespecialiseerde bedrijven zoals Be-Entertainment en Flanders Image.

Internationale verkoop is cruciaal geworden voor het verdienmodel van Vlaamse productiehuizen. Samenwerkingen zoals "New8" tussen Europese publieke omroepen en joint ventures zoals X Line Productions versterken deze internationale focus.

DPG Media breidt uit in Nederland en Wallonië via overnames van RTL-zenders.

De overheid stimuleert export via investeringsverplichtingen en de tax shelter. Grote spelers zoals Netflix werken samen met Vlaamse productiehuizen aan coproducties. Studio 100 is actief in meerdere landen en lanceerde internationale FAST-kanalen. Vlaamse reclameregies zijn minder internationaal actief, met enkele uitzonderingen zoals Mayonnaise Media.

Op gebied van geschreven pers is Roularta Media Group zeer aanwezig in Wallonië en DPG Media en Mediahuis zijn de twee grootste uitgevers in Nederland. Daarnaast zijn ze actief in verschillende andere Europese landen.

DPG Media Group verkocht eind 2024 haar Deense tak Berlingske Media aan de Noorse sectorgenoot Amedia. Diezelfde periode verkocht Roularta Media Group haar Duitse tijdschriften G-Geschichte enerzijds, en Plus Magazin en Frau Im Leben anderzijds aan respectievelijk Herder Verlag en Agentur2.

Na de overname van RTL Nederland door DPG Media, krijgt die laatste nu ook het grootste Nederlandse nieuwsplatform NU.nl in handen. Het ACM legde hieromtrent wel verschillende voorwaarden op.

De Vlaamse radiosector is grotendeels in Vlaamse handen, met weinig internationale spelers in de kern van de waardeketen. Een uitzondering was NRJ Vlaanderen, dat sinds eind 2023 enkel nog digitaal uitzendt. Buitenlandse radiozenders zijn wel beschikbaar via internet en DAB+, zoals BBC World Service. In de distributie van radiosignalen zijn buitenlandse bedrijven zoals Cellnex actief.

Vlaanderen telt veel populaire, onafhankelijke productiehuizen, maar de buitenlandse invloed groeit. Grote spelers zoals Telenet (eigendom van Liberty Global) controleren productiehuizen als Woestijnvis, Caviar en Play Media. Ook internationale groepen zoals Banijay, Warner Bros., RTL Group en TF1 hebben Vlaamse dochterbedrijven of belangen in lokale productiehuizen.

Facilitaire bedrijven zoals EMG en NEP Belgium zijn eveneens in buitenlandse handen. De concurrentie voor uitzendrechten is sterk toegenomen, waardoor Vlaamse omroepen zoals VRT moeite hebben om sportrechten te verwerven. DAZN bezit bijvoorbeeld exclusieve rechten voor Belgisch voetbal.

Internationale formats en zenders zijn prominent aanwezig in Vlaanderen, vaak via lokale remakes of reclame via Vlaamse regies. Amerikaanse bedrijven domineren vooral kinder-, documentaire- en entertainmentzenders. Buitenlandse OTT-platformen zoals Netflix en Disney+ zijn breed beschikbaar.

Ook in distributie is de buitenlandse aanwezigheid groot.

Er is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers.

Roularta verzorgt in haar drukkerij het drukwerk van The Economist, Bloomberg BusinessWeek en sinds eind 2023 ook vier magazines van de zakenkrant Financial Times.

Wat het internet betreft, situeert de controle zich voornamelijk in het buitenland. Denk maar aan sociale media en zoekmachines. Er zijn ook verschillende Video On Demand (VOD)-platformen beschikbaar in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, denk maar aan Streamz met Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Als we een blik werpen op het onderzoek naar lokale journalistiek zien we sinds 2018 een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten. De laatste twee jaar treedt er wel een stabilisatie op. Na de coronacrisis hielden ook veel gratis lokale/regionale bladen ermee op.

Als we kijken naar het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente zien we een lichte stijging van 1,88 naar 2,03 ten opzichte van vorig jaar. Maar alles wijst op een stabilisatie na een forse daling drie jaar geleden, o.a. te wijten aan de coronacrisis.

Hoewel er niet één speler is die de hele Vlaamse mediasector domineert, blijken veel vormen van horizontale, verticale of crossmediale concentratie te bestaan in en tussen een aantal segmenten van verschillende Vlaamse mediavormen. Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80 tot 100% van de markt in handen van slechts vijf mediagroepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media. DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep. In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties die doorheen het hoofdstuk werden becijferd.[695]

## CONCENTRATIE (HHI)

| MEDIUM | CONTENT | AGGREGATIE | DISTRIBUTIE |
|---|---|---|---|
| Radio | Contentleveranciers | Radiogroepen = | Radiosignaaltransmissie |
| | | Radiozenders = | |
| Televisie | Productiehuizen = | Omroeporganisaties groepen = | Omroepsignaaltransmissie |
| | | Omroeporganisaties zenders = | |
| Geschreven pers | Redacties | Kranten titels = | Distributie |
| | Pers- en fotoagentschappen | Kranten uitgevers = | |
| | Reclameregies | Tijdschriften titels = | |
| | Mediacentrales | Tijdschriften groepen = | |
| Internet | Contentleveranciers | Websites ↗ | Internetdistributie |
| | Reclameregies en Mediacentrales | Websites groepen ↗ | |

Tabel 96: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)

Legende:

| |
|---|
| Geen waarde berekend |
| Niet geconcentreerd (waarde <0,15) |
| Matig geconcentreerd (waarde 0,15 ≤ x ≤ 0,25) |
| Sterk geconcentreerd (waarde >0,25) |

Door middel van ↗, ↙, = wordt aangegeven of we te maken hebben met een stijgende, dalende of gelijke kleurcode HHI ten opzichte van 5 jaar geleden.

695 Bepaalde concentratiemaatstaven kunnen niet berekend worden door een gebrek aan betrouwbare of openbare cijfers.

Deze concentraties kunnen een risico inhouden voor de diversiteit van het aanbod. Op radiovlak blijft het VRT-aandeel meer dan de helft bedragen. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel plaats voor meer radioconcurrentie. Tevens halen de netwerkradio's (algemeen) al iets meer marktaandeel. Dit zorgt er voor dat de concentratiemaatstaven op zenderniveau dalen. We merken ook de toenemende activiteiten van de dominante televisiedistributeur Telenet in andere delen van de televisiewaardeketen, maar er zijn tekenen dat dit in de nabije toekomst teruggeschroefd kan worden. Omroeporganisaties proberen dan weer rechtstreeks naar de kijker te gaan met eigen platformen, met een betalende of gratis variant, en heroriënteren zich rond het sterkste omroepmerk (VTM, VRT of Play). In de markt van de geschreven pers is de dominantie van de krantenmarkt door slechts twee grote uitgevers, DPG Media en Mediahuis, opvallend. In de magazinemarkt zien we de laatste jaren ook een sterke consolidatiebeweging met twee grote uitgevers: Roularta en DPG Media.

Het beleid heeft reeds stappen ondernomen ter remediëring van mediaconcentratie en het stimuleren van diversiteit , en bijkomende pistes kunnen onderzocht worden. Meer informatie hierover volgt in hoofdstuk 4.



# Hoofdstuk 4

## Stimulering van diversiteit

## Mogelijke remediëring

## Beleidsaanbevelingen

# 4. STIMULERING VAN DIVERSITEIT-MOGELIJKE REMEDIËRING EN BELEIDSAANBEVELINGEN

Indien de beleidsmakers van oordeel zijn dat remediëring van mediaconcentratie en stimuleren van diversiteit aan de orde zijn, zijn er verschillende pistes die onderzocht kunnen worden.

Gebaseerd op de typologie van de Zweedse onderzoeker Jens Cavallin brengt onderstaande tabel de verschillende mogelijkheden onder in 5 categorieën.[696] Daarbij worden er telkens voorbeelden gegeven van maatregelen die momenteel in Vlaanderen (of België) reeds van toepassing zijn. Deze voorbeelden worden daarna verder uitgelegd..

## REMEDIES

| CATEGORIE | TOELICHTING | TOEPASSING IN VLAANDEREN |
|---|---|---|
| Restricties | Bv. eigendomsrestricties | Eigendomsrestricties<br>Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid<br>Signaalintegriteit<br>Regulering<br>Netneutraliteit |
| Tegengewicht | Inspanningen om het publiek een alternatief aanbod beschikbaar te stellen | Bevordering van Europese en onafhankelijke producties<br>Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling<br>De openbare omroeporganisatie VRT nv<br>Fonds Pascal Decroos<br>Toegankelijkheid |
| Economische tussenkomst | Bv. belastingverlaging, financiële steunmaatregelen | Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties<br>Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector<br>Screen Flanders<br>Federale economische maatregelen |
| Transparantie | Bv. rapporteringsplicht | Mediaconcentratierapport<br>Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT<br>Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen<br>Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs<br>Rapportering over netneutraliteit<br>Europese initiatieven omtrent media<br>Actie tegen desinformatie<br>Onderzoek Cross Mediaal Consortium (XMC) |
| Organisatorische maatregelen | Bv. oprichting regulator | Oprichting VRM<br>Belgische en Europese Mededingingsautoriteit<br>Journalistenloket<br>Ondersteuning bij deelname aan beurzen |

Tabel 97: Categorieën remedies volgens Cavallin

Hieronder wordt bij elke categorie van remedies toelichting gegeven, en worden onder een aparte subtitel uitbreidingsmogelijkheden gegeven. In sommige gevallen krijgen deze extra aandacht en worden ze aangegeven als beleidsaanbeveling.

696 Cavallin J. (1998), European Policies and Regulations on Media Concentration.

## 4.1 RESTRICTIES

### 4.1.1 Eigendomsrestricties

Deze maatregel houdt een brede waaier van keuzemogelijkheden in, gaande van een absolute scheiding tussen verschillende schakels in de waardeketen(s), zoals omroeporganisatie, dienstenverdeler en netwerkoperator, over een beperking van een participatie in het kapitaal tot een beperking in het aantal participaties.
De mate waarin een interventie van overheidswege geaccepteerd wordt verschilt van mediavorm en is o.a. technologieafhankelijk.

Voor geschreven pers geldt in principe een relatief gemakkelijke toegang tot de markt. Wie dat wil kan een uitgeverij starten. Printmedia kennen daarenboven een sterke traditie van zelfregulering. Daarom worden eigendomsrestricties als zeer bedreigend ervaren.

Voor radio wordt gebruik gemaakt van het radiospectrum. Dit is slechts in beperkte mate beschikbaar en daarom wordt controle door de overheid over de toegang tot de markt eerder geaccepteerd. Op het vlak van analoge radio via de ether (FM) bevat het Mediadecreet dan ook een (beperkt) aantal eigendomsrestricties. Zo kan een rechtspersoon (rechtstreeks of onrechtstreeks) niet meer dan twee landelijke radio-omroeporganisaties exploiteren (art. 138 Mediadecreet). Vergelijkbare beperkingen gelden ook voor de netwerkradio's en lokale radio's (art. 143/2 en art. 145 Mediadecreet), eveneens over deze categorieën heen (art. 143/2 en art. 145 Mediadecreet). In dezelfde lijn is ook identieke programmering of gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid, op eenmalige grote acties na, verboden bij deze radio's (art. 134/1 Mediadecreet).

Momenteel zijn er geen eigendomsrestricties van kracht inzake verticale integratie van landelijke televisie. Hierdoor zijn er op dit moment diverse actoren in het veld die zowel als omroeporganisatie, dienstenverdeler en/of netwerkoperator actief zijn (bv. Telenet en Proximus).

In het geval van (digitale) etheromroepnetwerken (art. 202, 7° Mediadecreet; zie verder) gelden er wel eigendomsrestricties.

Vroeger waren er ook eigendomsrestricties ten aanzien van de regionale televisie-omroeporganisaties. Het aandeelhouderschap van een exploitatiemaatschappij mocht maar voor maximaal 25% plus één aandeel in handen zijn van één of meer regionale televisieomroeporganisaties. Bij decreet van 9 februari 2024 werd deze passage opgeheven.

Artikel 166 stelt wel nog dat de Vlaamse Regering de nadere voorwaarden bepaalt, enerzijds waaraan een exploitatiemaatschappij moet voldoen en anderzijds de minimumvereisten die in de exploitatieovereenkomst tussen de regionale televisieomroeporganisatie en de exploitatiemaatschappij worden opgenomen. Die minimumvereisten omvatten minstens de plicht om, als de verzorging van het omroepprogramma aan de exploitatiemaatschappij wordt overgedragen, in de exploitatieovereenkomst een regeling op te nemen over de redactionele onafhankelijkheid, de naleving van het redactiestatuut en de verantwoordelijkheid van de regionale televisieomroeporganisatie voor de inhoud van de programma's.

### 4.1.2 Redactionele onafhankelijkheid/verantwoordelijkheid

Bij overnames kan de onafhankelijkheid van een redactie in het gedrang komen. Er zijn echter maatregelen getroffen om redacties te beschermen tegen ongewenste commerciële en politieke invloeden. Vaak maakt het behoud van de redactionele onafhankelijkheid deel uit van de voorwaarden die de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA) of Europese Commissie koppelt aan de goedkeuring van een overname.

De fusiebeweging van Medialaan en De Persgroep tot DPG Media nv was betekenisvol binnen het Vlaamse medialandschap en spoort met de steeds groter wordende crossmedialiteit die waargenomen kan worden binnen het (inter)nationale medialandschap. De nieuwsredacties van Het Laatste Nieuws, VTM Nieuws en de magazines van DPG Media werken samen in News City. Een concreet gevolg hiervan was ook de integratie van

VTM Nieuws in de website van HLN (hln.be).

Als omroeporganisaties journaals en eventueel duidingsprogramma's brengen, moeten die verzorgd worden door een eigen redactie, waarvan de redactionele onafhankelijkheid wordt gewaarborgd en in een redactiestatuut vastgelegd. Een redactiestatuut is een schriftelijk referentiekader waarin de onderlinge verhoudingen worden vastgelegd tussen redactie, hoofdredactie en directie. Het garandeert de onafhankelijke werking van de redactie ten opzichte van de omroeporganisatie.

Voor de meeste omroeporganisaties bevat het Mediadecreet ook expliciet dat ze onafhankelijk moeten zijn van politieke partijen en dat uitzendingen onder de redactionele eindverantwoordelijkheid staan van het personeel (zie bijv. voor de private lineaire televisieomroeporganisaties art. 163).

### 4.1.3 Regulering

Om diversiteit te stimuleren kan de overheid restricties opleggen via regulering.

Hieronder worden enkele voorbeelden beschreven die momenteel in Vlaanderen bestaan met betrekking tot het opleggen van verplichtingen aan bepaalde ondernemingen op grond van de artikelen 189 tot 192/15 van het Mediadecreet.

De mediavormen internet en geschreven pers zijn in Vlaanderen weinig gereguleerd. De regulering van het telecomaspect van het internet is een federale bevoegdheid. De Belgische Mededingingsautoriteit onderzoekt wel of overnames binnen deze mediavormen concurrentieverstorend zijn. Een voorbeeld hiervan is de overname van RTL Belgium door DPG Media en Rossel.

#### 4.1.3.1 Marktregulering op grond van artikelen 190-192/3 van het Mediadecreet

Het Mediadecreet bevat een aantal bepalingen waarbij aan de VRM de mogelijkheid wordt gegeven om na een marktanalyse verplichtingen op te leggen aan ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht. Met de omzetting van het Europees Wetboek voor Elektronische Communicatie (EWEC) in het Mediadecreet werden de mogelijkheden van de VRM verder uitgebreid.

Het Mediadecreet stelt onder andere:

"Artikel 189. De Vlaamse Regulator voor de Media definieert de relevante markten, in het bijzonder de relevante geografische markten, voor producten en diensten in de sector van de elektronische communicatienetwerken en -diensten in de Vlaamse Gemeenschap en houdt daarbij zoveel mogelijk rekening met de Aanbeveling, en met de AMM-richtsnoeren.

Als de Vlaamse Regulator voor de Media een relevante markt definieert die verschilt van de markten die in de Aanbeveling van de Europese Commissie zijn gedefinieerd, legt hij zijn ontwerp voor in een openbare raadpleging als vermeld in artikel 192/14, en brengt hij de Europese Commissie daarvan op de hoogte conform artikel 192/15.

Artikel 190. § 1. De Vlaamse Regulator voor de Media onderzoekt of de relevante markt, die conform artikel 189 wordt bepaald aan al de volgende voorwaarden voldoet:
1° er zijn hoge en niet-tijdelijke toegangsbelemmeringen van structurele, wettelijke of reglementaire aard;
2° er is geen vooruitzicht op daadwerkelijke mededinging binnen de relevante periode, gezien de toestand van de mededinging die op infrastructuur gebaseerd is en andere mededinging die aan de toegangsbelemmeringen ten grondslag ligt;
3° het mededingingsrecht alleen is niet voldoende om het vastgestelde marktfalen op adequate wijze aan te pakken.

[...]

§ 3. Als de Vlaamse Regulator voor de Media na afloop van het onderzoek, vermeld in paragraaf 1, van oordeel is dat de voorwaarden, vermeld in paragraaf 1, zijn vervuld, identificeert hij de onderneming of ondernemingen met aanmerkelijke marktmacht op de relevante markt.

De Vlaamse Regulator voor de Media kan een onderneming die aanmerkelijke marktmacht bezit op een specifieke markt aanwijzen als onderneming met aanmerkelijke marktmacht op een nauw verwante markt als de koppelingen tussen beide markten zodanig zijn dat de marktmacht op de specifieke markt op de nauw verwante markt zo kan worden gebruikt dat de marktmacht van de onderneming wordt vergroot. De Vlaamse Regulator voor de Media kan correctiemaatregelen opleggen als vermeld in artikel 192/1, 192/2, 192/3 en

192/6, om een dergelijk gebruik op de nauw verwante markt te voorkomen."

Ten gevolge van verweven en overlappende bevoegdheden moet dit overeenkomstig het samenwerkingsakkoord gebeuren in samenwerking met de andere leden van de CRC (BIPT, CSA en Medienrat). Een bestaande toepassing van deze regelgeving is het openstellen van het kabelnetwerk voor televisieomroepdiensten in het Nederlandse taalgebied. Dit was het resultaat van de marktanalyse die in 2010 gestart werd en heeft geleid tot de intrede van Orange Belgium op de markt voor omroepsignaaltransmissie.

Op basis van het jongste marktanalysebesluit van de CRC (29 juni 2018) zijn de kabeloperatoren verplicht om toegang te verlenen tot een alleenstaande breedbanddienst, en dit los van hun televisiedienst. Zo zullen ook op retailniveau nieuwe aanbiedingen kunnen ontstaan die gericht zijn op breedbandinternet via de kabel. Het nieuwe glasvezelnetwerk van Proximus (dat geleidelijk aan het kopernetwerk vervangt) moet eveneens worden opengesteld.[697]

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet, en een jaar later, op 25 juli 2025, Proximus en VOO, aangekondigd dat ze ontwerpovereenkomsten gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken in een deel van Vlaanderen en Wallonië. De BMA heeft besloten om hierover een onderzoek te starten. De beslissing van de BMA zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.

### 4.1.4 Signaalintegriteit

Via uitgesteld kijken konden televisiekijkers vroeger gemakkelijk advertenties overslaan waardoor het effectieve bereik van spots lager ligt en adverteerders niet het gewenste publiek via televisie bereiken. Naar aanleiding van discussies tussen de dienstenverdelers en omroeporganisaties die hun businessmodel veranderd zien, werd een decreet over signaalintegriteit uitgevaardigd. Daarin worden een aantal afspraken tussen beide partijen geregeld.

Artikel 180 van het Mediadecreet bepaalt dat dienstenverdelers de lineaire televisieomroepprogramma's en de niet-lineaire televisiediensten, en de daarin vervatte programma's die deel uitmaken van hun aanbod van televisiediensten in de Vlaamse Gemeenschap, onverkort, ongewijzigd en in hun geheel, moeten doorgeven op het ogenblik dat ze worden uitgezonden of ter beschikking worden gesteld. Als de dienstenverdelers extra functionaliteiten willen toevoegen om deze lineaire televisieomroepprogramma's en niet-lineaire televisiediensten op een (uitgestelde,) verkorte of gewijzigde wijze te bekijken hebben zij de voorafgaande toestemming van de betrokken omroeporganisatie nodig.

Aldus werd vastgelegd dat televisiezenders eigenaar zijn van hun televisiesignaal en distributeurs dus toestemming moeten vragen om ingrepen op dat signaal - zoals uitgesteld kijken - mogelijk te maken. In geval van conflict is er een bemiddelingsprocedure voorzien.

In de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten werd in dezelfde lijn, ter bescherming van de redactionele verantwoordelijkheid van aanbieders van mediadiensten en de audiovisuele waardeketen, ook een bepaling over signaalintegriteit opgenomen. Programma's mogen niet worden gewijzigd of met een overlay voor commerciële doeleinden worden uitgezonden zonder uitdrukkelijke toestemming van de aanbieders van de mediadiensten (artikel 7ter).

In 2021 bereikten de omroeporganisaties en dienstenverdelers een akkoord voor een aangepast, uniform model voor tv-reclame waarbij er bepaalde niet-doorspoelbare reclame te zien is bij uitgesteld kijken, naar analogie met wat kijkers op online videoplatformen ervaren.

### 4.1.5 Netneutraliteit

Het Europees Parlement en de Raad namen op 25 november 2015 een Verordening (EU) 2015/2120 aan tot vaststelling van maatregelen betreffende open-internettoegang en tot wijziging van Richtlijn 2002/22/EG

697 CRC, "Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisie-omroep in het Nederlandse taalgebied", 29 juni 2018.

inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische- communicatienetwerken en –diensten en Verordening (EU) nr. 531/2012 betreffende roaming op openbare mobiele communicatienetwerken binnen de Unie aan.

Deze verordening behandelt enerzijds roaming en anderzijds netneutraliteit. Netneutraliteit betreft de gelijke en niet-discriminatoire behandeling van internettrafiek. Op grond van deze Europese regelgeving worden bestaande nationale regels vervangen en wordt netneutraliteit voor de Europese Unie gegarandeerd.

BEREC heeft op 30 augustus 2016 richtsnoeren over de implementatie van netneutraliteit door regulerende instanties (NRA's) gepubliceerd. Deze richtsnoeren zijn een leidraad voor de implementatie van de verplichtingen van NRA's. Ze moeten bijdragen tot de consistente toepassing van de verordening en bijdragen aan de rechtszekerheid voor belanghebbenden.

In 2022 breidde BEREC zijn richtlijnen voor netneutraliteit uit met een strikt verbod op zero-ratingpraktijken[698], die in veel EU-landen, waaronder België, beschikbaar waren. Deze update volgt op de arresten van het Hof van Justitie van de Europese Unie van 2 september 2021.

De vergadering van Europese telecomtoezichthouders was van oordeel dat zero-ratingaanbiedingen over het algemeen niet verenigbaar zijn met de eis van gelijke behandeling van verkeer onder de Europese Open Internet Verordening.

BEREC voegde enkele verduidelijkingen toe en benadrukte dat alleen toepassingsonafhankelijke praktijken zijn toegestaan. Gedifferentieerde niet-toepassingsonafhankelijke prijspraktijken, zoals zero rating, zijn ontoelaatbaar. Indien inbreuken op de regels rond netneutraliteit vastgesteld worden, kan de VRM (of indien het een federale bevoegdheid betreft, het BIPT) hiertegen optreden. Netneutraliteit kan deels onder restricties gekwalificeerd worden (indien er sancties getroffen worden). De rapportering over de naleving van de verplichtingen rond netneutraliteit komt verder in dit hoofdstuk aan bod onder de remedie transparantie.

### 4.1.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

#### 4.1.6.1 Mogelijke maatregelen omtrent gatekeepers

De Vlaamse omroepwetgeving kent, net als in de meeste andere landen, geen beperkingen op verticale integraties tussen omroeporganisaties, dienstenverdelers en netwerkoperatoren (onverminderd de toepassing van de algemene mededingingsregels). Daardoor kan er in principe een sterke verstrengeling van eigendom en participaties ontstaan tussen deze actoren, die enerzijds tot schaal- en efficiëntievoordelen kunnen leiden, maar die anderzijds risico's op diverse concurrentieverstoringen doen toenemen. Het is aan het beleid om te zien hoe deze risico's tot een minimum beperkt kunnen worden.

**a. Maatregelen in het kader van de overname De Vijver Media door Telenet**

Door de volledige overname van De Vijver Media nv[699] door de Telenet Group Holding NV is een dienstenverdeler de volledige eigenaar geworden van een belangrijke televisieomroeporganisatie en een productiehuis.

De Belgische Mededingingsautoriteit maakte in 2019 haar goedkeuring van de overname afhankelijk van het aangaan van een aantal verbintenissen.[700] Die omvatten onder andere het engagement om aan distributeurs toegang te geven tot de omroepprogramma's, om niet te discrimineren in geval van lancering van een nieuw aanbod.

Er is ook een verbintenis omtrent de Elektronische Programma Gids (EPG) en de user interface van het Telenet

698 Zero-rating is een praktijk waarbij een internet service provider het dataverkeer van een specifieke toepassing of categorie van toepassingen niet meetelt voor de algemene datalimiet ingevoerd voor de internettoegangsdienst. Dit resulteert doorgaans in gratis data voor deze specifieke toepassing of categorie van toepassingen of in data waarop een gedifferentieerde prijs van toepassing is.
699 De Vijver Media is sinds 22 december 2021 overgenomen via fusie door Woestijnvis.
700 Voor meer informatie, zie: https://www.belgiancompetition.be/en/decisions/19-cc-16-telenet-group-bvba-de-vijver-media-nv.

tv-platform, en om toegang te verlenen tot het AVAD-platform (= het platform dat omroeporganisaties wiens zenders worden verdeeld op het kabeltelevisieplatform van Telenet toelaat om gerichte reclame te voeren op de set-top-boxen van klanten van dit kabeltelevisieplatform) van Telenet.

Er zullen ook geen (analyses van) kijkdata gedeeld worden met zenders van De Vijver Media.

Deze toezeggingen gelden voor zeven jaar.

Toch lijken deze verbintenissen niet alle zorgen bij de omroeporganisaties weg te nemen. Er blijft een grote vrees bestaan dat de rol van Telenet als gatekeeper problematisch kan worden.

Indien het Vlaamse beleid van oordeel is dat de risico's op marktverstoring onvoldoende door de concurrentieautoriteiten werden ingedijkt, dan zou het bijkomende, meer verregaande wettelijke garanties kunnen inbouwen in de sectorspecifieke mediaregels, bijvoorbeeld door de verplichte invoering van Chinese Walls. Artikel 211 van het Mediadecreet, dat verplichtingen oplegt aan dienstenverdelers met betrekking tot voorwaardelijke toegangssystemen, zou aangevuld kunnen worden met confidentialiteitsverplichtingen, naar analogie met de voorwaarde die Ofcom in het Verenigd Koninkrijk in 2012 opnam in de regulering van decodersystemen voor digitale televisie. Een alternatieve interventie zou kunnen bestaan uit een verplichting tot niet-discriminerende ontsluiting van informatie voor iedere speler (eventueel door een aparte bedrijfsentiteit of onderneming).

Dit is grotendeels nog onontgonnen terrein en er zijn praktische moeilijkheden waarvoor weinig pasklare oplossingen voorhanden zijn.

Vermits er gehandeld wordt op een domein waar er zowel Vlaamse (omroep) als federale bevoegdheden van tel zijn (auteursrecht, mededinging), is overleg met het federale niveau aangewezen.[701]

Dit kan niet helemaal los gezien worden van artikel 22 van EMFA dat bepaalt dat de lidstaten in hun nationale regelgeving materiële en procedurele regels moeten opnemen ter voorafgaande beoordeling van concentraties op de mediamarkt die van aanzienlijke invloed zouden kunnen zijn op de pluriformiteit van de media en op de redactionele onafhankelijkheid. Meer hierover kan u hieronder lezen onder 4.5.5.1 Mediapluralismetest.

**b. Prominence**

Naar aanleiding van nieuwe interfaces bij dienstenverdelers Proximus en Telenet, met meer nadruk op niet-lineair tv kijken en programma's i.p.v. lineair tv kijken via de EPG en omroepmerken, kwam er protest van de omroeporganisaties. Zij vreesden als aggregator weggedrukt te worden in de waardeketen naar de rol van producent, terwijl de dienstenverdeler meer en meer optreedt als curator en aggregator. Dit zou erop kunnen wijzen dat dienstenverdelers een cruciale positie als gatekeeper innemen. Bovendien zou dit de openbare omroeporganisatie kunnen verhinderen om haar taken van algemeen belang naar behoren te kunnen uitvoeren. Uiteindelijk bereikten alle omroeporganisaties wel overeenkomsten met de dienstenverdelers. Deze problematiek stelt zich echter ook bij andere interfaces, zoals bijvoorbeeld smart tv's.

Artikel 7bis van de Richtlijn AVMD stelt dat "De lidstaten [...] maatregelen [kunnen] nemen om passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang te waarborgen." Enkele lidstaten maakten van dit artikel gebruik om lokale regelgeving uit te vaardigen. Deze bepaling werd in 2021 ook omgezet in artikel 155/1 van het Mediadecreet: "Met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit kan de Vlaamse Regering criteria vastleggen en maatregelen opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er passende aandacht wordt voorzien, en zichtbaarheid en vindbaarheid wordt gegarandeerd voor televisiediensten van algemeen belang."

Het beleid kan dus bepaalde maatregelen nemen om passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van

701 Zie ook verder '1.5.5.1 Mediapluralismetest' en de mogelijkheden uit artikel 22 EMFA om bij beoordelingen van concentraties op de mediamarkt voorgestelde 'verbintenissen' mee in aanmerking te nemen.

algemeen belang te waarborgen.[702]

Het beleid werkt momenteel aan een decreet en uitvoeringsbesluit 'passende aandacht' om toegang tot mediadiensten van algemeen belang te waarborgen, waarbij weliswaar artikel 155/1 van het Mediadecreet zou worden opgeheven. Er wordt een volledig nieuwe regeling inzake passende aandacht uitgewerkt, rekening houdend met de onduidelijkheden betreffende het huidige artikel 155/1 van het Mediadecreet en de noodzaak om het toepassingsgebied te verruimen.[703]

In dit kader introduceert de Europese verordening mediavrijheid (beter gekend onder de Engelse benaming European Media Freedom Act, hierna EMFA) een recht op aanpassing van het media-aanbod. Artikel 20 legt het recht van gebruikers vast om de configuratie, met inbegrip van de standaardinstellingen, van een apparaat of gebruikersinterface eenvoudig te wijzigen teneinde het media-aanbod aan te passen aan hun interesses of voorkeuren. Dit recht mag echter geen afbreuk doen aan de bepalingen die reeds zijn genomen of in de toekomst zullen worden genomen teneinde te voorzien in prominentie voor audiovisuele mediadiensten van algemeen belang en ter bescherming van de signaalintegriteit.

Deze regel treedt wel pas in werking op 8 mei 2027.

#### 4.1.6.2 Restricties aantal DAB+-omroepen

Het beleid stimuleert het gebruik van digitale radio. De private landelijke – en netwerkradio-omroeporganisaties worden decretaal verplicht om te investeren in DAB+, met het oog op een analoge switch-off. De ontwikkeling van DAB+ werd o.a. gestimuleerd om ervoor te zorgen dat de hoge concentratie bij de aggregatie in de radiosector, door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum, verminderd zou worden. Momenteel zien we dit echter niet gebeuren.

Ook het beschikbare DAB+-spectrum is niet oneindig. Momenteel is er op DAB+ plaats voor ca. 36 (landelijke) DAB+-kanalen. De regelgeving legt hierbij geen beperkingen op inzake het aantal DAB+-kanalen dat een radio-omroeporganisatie kan bezitten. Een radio-omroeporganisatie kan momenteel, zonder enig opportuniteitsoordeel en zolang er capaciteit beschikbaar is, bijkomende DAB+-kanalen de ether in sturen. Zo gebruiken bepaalde omroeporganisaties vandaag opmerkelijk grote delen (tot meer dan een derde) van de beschikbare DAB+-kanalen.

Indien het beleid van oordeel is dat, door het ontbreken van een opportuniteitsoordeel, de beoogde beleidsdoelstelling in het gedrang komt, met name het bevorderen en stimuleren van meer concurrentie in het radiolandschap, kan overwogen worden om beperkingen in te voeren wat betreft het aantal kanalen per radio-omroeporganisatie.

In de nota aan de Vlaamse Regering omtrent het ontwerp van besluit van de Vlaamse Regering tot wijziging van artikel 17 van het besluit van de Vlaamse Regering van 18 juli 2008 betreffende de voorwaarden en procedure voor het verkrijgen van een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijbehorende zendvergunningen geeft het beleid aan dat het noodzakelijk is om te evolueren van een netwerkoperatormodel naar een omroepmodel. In een netwerkoperatormodel worden licenties toegekend aan een netwerkoperator die vervolgens zelf bepaalt welke radio-omroeporganisaties verspreid worden en tegen welke prijs. Dit betekent dat de overheid aan deze radio-omroeporganisaties geen voorwaarden kan opleggen inzake programmatie, aandeelhoudersstructuur, nieuws- of regioberichtgeving, kwaliteits- en diversiteitsstandaarden, technische uitrol naar dekking, financiële planning of businessplanning, enz., wat wel het geval is bij het toekennen van FM-erkenningen. Om in de toekomst onder meer kwalitatieve inhoudelijke voorwaarden te kunnen opleggen aan radio-omroeporganisaties die aanwezig zijn op DAB+ wil het beleid een omroepmodel uitwerken.

---

702 Zie in dat verband ook de 'Beleidsnota 2024-2029 Media', 15 november 2024, p. 15 e.v., https://www.vlaanderen.be/publicaties/beleidsnota-2024-2029-media en 'Study on media plurality and diversity online', in opdracht van de Europese Commissie, september 2022, p. 157 e.v., https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/475bacb6-34a2-11ed-8b77-01aa75ed71a1/language-en.

703 Voor meer informatie, zie: https://www.vlaanderen.be/vlaamse-regering/beslissingen-van-de-vlaamse-regering/zichtbaarheid-en-toegankelijkheid-mediadiensten-van-algemeen-belang-op-een-gebruikersinterface-wijziging-decreet-radio-omroep-en-televisie en https://www.vlaanderen.be/vlaamse-regering/beslissingen-van-de-vlaamse-regering/zichtbaarheid-van-en-toegang-tot-omroepprogrammas-van-algemeen-belang-op-een-gebruikersinterface.

## 4.2 TEGENGEWICHT

Met de term 'tegengewicht' bedoelt Cavallin alle mogelijke inspanningen en systemen om het publiek alternatieven voor de vrije markt of de commerciële media aan te bieden. Hieronder worden verschillende van dergelijke maatregelen besproken die tot een divers aanbod moeten leiden, nl. de bevordering van Europese producties, de 'must-carry' en 'must-offer' verplichtingen, de evenementenregeling, de beheersovereenkomst van VRT nv, Fonds Pascal Decroos en toegankelijkheidsverplichtingen.

### 4.2.1 Bevordering van Europese en onafhankelijke producties

Op Europees niveau werd een regeling uitgewerkt omtrent de bevordering van Europese en onafhankelijke producties. In artikel 154 e.v. van het Mediadecreet wordt op basis daarvan aan VRT en de lineaire televisieomroeporganisaties opgelegd om ernaar te streven om het grootste gedeelte van hun zendtijd te wijden aan Europese producties, en een aanzienlijk deel daarvan aan Nederlandstalige producties, en minstens 10% aan onafhankelijke producties. Dit is een belangrijke maatregel die de Richtlijn AVMD naar voren schuift om diversiteit in het televisieaanbod te waarborgen.

In hoofdstuk 3 vindt de lezer onder "3.1.2 Televisie" o.a. informatie die gebaseerd is op de rapportering die gemaakt wordt om de naleving van deze regelgeving te controleren.

Met de herziening van de Richtlijn AVMD in 2018 werden een aantal nieuwe bepalingen m.b.t. de bevordering van Europese en onafhankelijke producties opgenomen ook voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties. De catalogus van VOD-diensten moet minstens 30% Europese producties bevatten en de producties moeten bovendien een prominente plaats krijgen in het aanbod. In uitzonderingen kan wel worden voorzien voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties met een lage omzet en/of kleine consumentenaantallen. Ook kunnen lidstaten uitzonderingen toestaan wanneer de verplichtingen praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zijn. Verder kunnen de investeringen in Europese en onafhankelijke producties bevorderd worden door de mogelijkheid om een investeringsverplichting t.a.v. niet-lineaire televisieomroeporganisaties op te leggen.

Met het decreet van 29 juni 2018 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie heeft de Vlaamse regelgever proactief ingespeeld op deze bepalingen door artikel 157 van het Mediadecreet aan te passen. Zo dienen de niet-lineaire televisieomroeporganisaties vanaf 1 januari 2019 in hun programma-catalogus minstens 30% Europese producties aan te bieden waarvan een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties zijn. De niet-lineaire televisieomroeporganisaties dienen eveneens voor een prominente plaats voor deze Europese producties in hun programmacatalogus te zorgen.

### 4.2.2 Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling

#### 4.2.2.1 Doorgifteverplichtingen voor dienstenverdelers (must-carry)

De must- en may-carryverplichtingen (waarin bepaald wordt welke omroepdiensten moeten of mogen uitgezonden worden door dienstenverdelers) worden in het Mediadecreet behandeld onder Titel II van Deel 4: dienstenverdelers – Doorgiftemogelijkheden en doorgifteverplichtingen.

In artikel 186 § 1, van het Mediadecreet worden de lineaire omroepprogramma's opgesomd die verdeeld moeten worden in het basisaanbod van bepaalde dienstenverdelers ('must-carry'):

"1° de omroepprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap;
2° het omroepprogramma van de regionale televisieomroeporganisatie. Dat wordt kosteloos, gelijktijdig en onverkort doorgegeven binnen het verzorgingsgebied van die regionale televisieomroeporganisatie. De kosteloosheid slaat zowel op de aanvoer als op het doorgeven van het omroepprogramma;
3° twee radio- en twee televisieomroepprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Franse Gemeenschap en het radio-omroepprogramma van de Duitstalige Gemeenschap;
4° twee radio-omroepprogramma's en de televisieomroepprogramma's van de Nederlandse openbare omroeporganisatie.

5° de bijbehorende diensten van de televisieomroepprogramma's, vermeld in punt 1° tot en met 4° en in § 2.
De Vlaamse Gemeenschap is geen vergoeding verschuldigd aan de dienstenverdeler voor de verplichte doorgifte van de bovenvermelde omroepprogramma's en bijhorende diensten."

Artikel 186 § 2, van het Mediadecreet bepaalt dat de doorgifteverplichting kan worden uitgebreid.

"§ 2. De Vlaamse Regering kan, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, beslissen dat nog andere omroepprogramma's van lineaire omroeporganisaties onder die doorgifteverplichting vallen, mits die omroeporganisaties voldoen aan de volgende voorwaarden:
1° ze brengen een volwaardig journaal dat verzorgd wordt door een eigen redactie die hoofdzakelijk bestaat uit erkende beroepsjournalisten;
2° ze zorgen voor een gevarieerd, divers en pluralistisch aanbod, dat onder meer informatieve en culturele programma's bevat en ten minste voor een bepaald percentage bestaat uit Nederlandstalige programma's;
3° ze ondertitelen een bepaald percentage van de programma's voor doven en slechthorenden."

Artikel 186 § 2, van het Mediadecreet biedt een opening om bepaalde omroeporganisaties een must-carrystatuut te verlenen wanneer die uit het open netaanbod dreigen te verdwijnen, en zo een minimaal basisaanbod in open net te verzekeren.

Op 3 mei 2024 heeft de Vlaamse Regering, na advies van de VRM, de netwerken, die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om omroepprogramma's te ontvangen vastgelegd. Deze netwerken worden ten minste om de vijf jaar, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, vastgelegd door de Vlaamse Regering.

In 2019 werd artikel 184/0 aan het Mediadecreet toegevoegd, dit artikel bepaalt dat dienstenverdelers die zowel lineaire als niet-lineaire televisieprogramma's aanbieden, verplicht zijn om via hun aanbod toegang te geven tot de al dan niet gemeenschappelijke betalende niet-lineaire televisiedienst van een of meerdere lineaire televisieomroeporganisaties die onder het toepassingsgebied van artikel 154, eerste en tweede lid vallen, en die om die toegang verzoeken, zodat eindgebruikers rechtstreeks toegang kunnen krijgen tot die niet-lineaire televisiedienst. Het aanbod van die niet-lineaire televisiedienst dient een aanzienlijk deel aan Nederlandstalige Europese producties te bevatten en hieraan een prominente plaats te geven. De Vlaamse Regering kan voor de bepaling van een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties quota opleggen.

#### 4.2.2.2 Must-offerverplichting

Aanbodverplichtingen ('must-offer') kunnen aangewend worden om te verhinderen dat zenders van bepaalde omroeporganisaties nog exclusief op één platform kunnen worden bekeken.

Naar aanleiding van de overname in 2003 door Telenet van de Vlaamse betaaltelevisieactiviteiten van Canal+ verbond de Mededingingsautoriteit aan haar goedkeuring een must-offerverplichting. Daarbij diende Telenet Canal+ ter beschikking te stellen, na commerciële onderhandelingen, aan alternatieve infrastructuren die daarom vroegen (tegen eerlijke, redelijke en niet-discriminerende voorwaarden). Op verzoek van Telenet heeft de Mededingingsautoriteit deze voorwaarde opgeheven in 2008. Het Hof van Beroep te Brussel heeft deze opheffing vernietigd in haar arrest van 22 juni 2009. Bij beslissing van 29 november 2010 heeft de Mededingingsautoriteit beslist dat deze must-offerverplichting nog enkel geldt als Telenet alle live uitzendrechten van de Jupiler Pro League zou verwerven.

Ook bij de overname van De Vijver Media[704] door Telenet werden er must-offerverplichtingen opgelegd. Deze gelden nog steeds. Meer informatie hierover onder 4.1.6.1 mogelijke maatregelen omtrent gatekeepers.

#### 4.2.2.3 Evenementenregeling en vrije nieuwsgaring

Terwijl een must-offerverplichting inhoudt dat een volledig omroepprogramma (bv. Play4) moet worden aangeboden, bestaan er ook regels die de toegang moeten verzekeren tot welbepaalde individuele programma's of specifieke content (bv. de uitzending van de finale van de Beker van België voetbal (mannen)). Deze regels vallen uiteen in enerzijds de evenementenregeling (art. 153 Mediadecreet) en anderzijds de bepalingen omtrent

704 De Vijver Media is sinds 22 december 2021 overgenomen via fusie door Woestijnvis.

vrije nieuwsgaring of korte berichtgeving (art. 118-126 Mediadecreet).

Zij spelen op het niveau van de verhouding tussen omroeporganisaties, meer bepaald tussen een exclusiviteitshouder en secundaire omroeporganisaties, dan wel rechtstreeks ten aanzien van het publiek; dit in tegenstelling tot must-offerverplichtingen die doorgaans opgelegd worden aan een omroeporganisatie ten aanzien van een distributeur.

De evenementenregeling beoogt de toegang te garanderen van het brede publiek tot uitzendingen van "evenementen die van aanzienlijk belang voor de samenleving worden geacht". Dit zijn evenementen die aan minstens twee van de volgende voorwaarden voldoen (artikel 153, § 1/1 Mediadecreet):

- Het evenement heeft een belangrijke algemene nieuwswaarde en ontlokt een brede interesse bij het publiek
- Het evenement vindt plaats in het kader van een belangrijke internationale competitie of is een wedstrijd waaraan de nationale ploeg, een Belgisch clubteam of één of meerdere Belgische sportman/-vrouw deelneemt
- Het evenement behoort tot een belangrijke sportdiscipline en heeft een belangrijke culturele waarde in de Vlaamse Gemeenschap
- Het evenement haalt hoge kijkcijfers in zijn categorie.

De Vlaamse Regering legt deze evenementen vast in een lijst.[705] Voorbeelden van evenementen die onder deze regeling vallen zijn: de Olympische zomerspelen, alle voetbalwedstrijden (mannen) van de nationale ploeg en alle wedstrijden van de eindronde van de Wereldbeker en van het Europees kampioenschap, Champions League en UEFA-Cup en wielrennen (Ronde van Frankrijk, Ronde van Vlaanderen, ...).

Ook in de gevallen waarin exclusieve uitzendrechten verkocht zijn voor die evenementen (vaak aan betaalzenders), moeten zij te zien zijn op een kanaal dat tot het basisaanbod behoort van de distributeurs. De exclusiviteitshouder heeft daarbij de keuze om het evenement zelf in 'open net' uit te zenden (door zijn betaalkanaal tijdelijk te decrypteren) of om sublicenties te verlenen tegen redelijke marktprijzen aan een omroepkanaal in het basispakket.

De regels inzake vrije nieuwsgaring/korteberichtgeving beogen de toegang te verzekeren van secundaire omroeporganisaties tot evenementen waarop exclusieve uitzendrechten zijn toegekend. Dit kan onder de vorm van fysieke toegang tot het evenement (om eigen beelden te maken), of – doorgaans – onder de vorm van toegang tot beeldmateriaal gemaakt door de exclusiviteitshouder (artikel 118 Mediadecreet). Dit beeldmateriaal mag dan (uitsluitend) worden verwerkt in journaals en regelmatig geprogrammeerde actualiteitsprogramma's. De voorwaarden waaronder toegang kan worden verkregen tot het evenement en/of het beeldmateriaal zijn vastgelegd in artikel 118-126 van het Mediadecreet.

Begin 2023 was er nog wat gemor over de uitzending van het WK hockey op een betaalzender. Er werd de vraag gesteld of de evenementenlijst niet gedateerd is.

### 4.2.3 De openbare omroeporganisatie VRT nv

Een andere manier om diversiteit te bevorderen via regulering is het oprichten van een openbare omroeporganisatie. In Vlaanderen is de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie nv (VRT) opgericht als openbare omroeporganisatie. VRT nv heeft de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's en draagt bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen (artikel 6, § 2, van het Mediadecreet).

In uitvoering van deze opdracht wordt er een beheersovereenkomst opgesteld overeenkomstig artikelen 6 en 16 t.e.m. 21, van het Mediadecreet. De overeenkomst, gesloten tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT nv, moet om de vijf jaar worden hernieuwd (artikel 19 § 1, van het Mediadecreet).

Hierin worden de wederzijdse rechten en verplichtingen van de Vlaamse Gemeenschap en VRT nv vastgelegd

705 Besluit van de Vlaamse Regering van 28 mei 2004 houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving.

voor alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering van de openbare omroepopdracht die in artikel 6 van het Mediadecreet aan VRT nv is toegewezen.

Artikel 6. § 1. De VRT heeft als maatschappelijk doel om radioprogramma's, televisieprogramma's en andere soorten programma's te verzorgen binnen de opdracht van de openbare omroeporganisatie die hierna wordt omschreven, en activiteiten uit te voeren die daartoe rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen, waaronder het produceren, laten produceren of verwerven van programma's, het samenstellen van het programma-aanbod, het omroepen, het laten omroepen en het bekendmaken ervan, in de ruimste omvang van de betekenis die aan elk van die begrippen is gegeven in artikel 2.

§ 2. Als openbare omroeporganisatie heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.

De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. [...] In al haar programma's streeft de VRT naar een zo groot mogelijke kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit, waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aangeboord moeten worden. Het programma-aanbod wordt op een aangepaste manier gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.

De programma's dragen bij tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT draagt via de programma's bij tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom streeft ze naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.

Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroeporganisatie te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroeporganisatie veilig te stellen, is een voldoende aantal programma's erop gericht een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's komen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoet. De beoogde doelgroepen zijn voldoende ruim en ze worden door de programma's in kwestie ook bereikt.

De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat ze haar programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan haar kijkers en luisteraars kan aanbieden.

Tot de openbare opdracht van de VRT behoren ook alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering ervan. Dit houdt eveneens de mogelijkheid in om persoonsgegevens te verwerken die noodzakelijk zijn om haar openbare opdracht uit te voeren.

§§ 3-6 [...]

De Vlaamse Regering hechtte op 18 juli 2025 haar goedkeuring aan de beheersovereenkomst met de VRT voor de periode van 1 januari 2026 tot en met 31 december 2030.

De VRM kijkt toe op de naleving van de beheersovereenkomst (zie ook 4.4.2 Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT).

De EMFA bevat ook bepalingen met betrekking tot openbare omroepen of "aanbieders van publieke mediadiensten'. In artikel 5 van de EMFA worden waarborgen opgenomen voor hun onafhankelijke werking, met name wat betreft benoeming en ontslag van het hoofd van het management en de financieringsprocedures.

### 4.2.4 Fonds Pascal Decroos

Om diversiteit te realiseren, is het belangrijk dat de kwaliteit van verschillende media wordt bevorderd. Om dit doel na te streven moeten alle kansen worden geboden aan journalistieke talenten en aan kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek. Daarom werd in 1998 het Fonds Pascal Decroos voor Bijzondere Journalistiek opgericht. Het wordt gesubsidieerd door de Vlaamse overheid vanuit de bevoegdheid van mediabeleid. Sinds 2013 is het een project van journalismfund.eu vzw.

In 2021 werd er in opdracht van de Vlaams minister van Media - naast de reguliere steunmaatregel - een Vlaams-Nederlands pilootproject uitgerold om het gebrek aan lokale onafhankelijke journalistiek in Vlaanderen en Nederland aan te pakken. Zo worden subsidies verstrekt aan lokale journalisten die bereid zijn over de grenzen heen samen onderzoek te voeren. In 2022 werd op initiatief van Vlaams minister van Media een meerjarige samenwerkingsovereenkomst afgesloten met het Journalismfund.eu over het Fonds Pascal Decroos. Deze regeling loopt nog tot en met 2025 en kent vanaf 2023 een decretale basis in artikel 2 van het

programmadecreet bij de begroting 2023 van 16 december 2022.

Op 1 maart 2024 keurde de Vlaamse Regering het uitvoeringsbesluit over subsidies aan organisaties met een bijzondere opdracht binnen het mediabeleid goed. Dit uitvoeringsbesluit bepaalt hoe in de nabije toekomst de meerjarige toekenning van de werkingssubsidie – op basis van een nieuw af te sluiten samenwerkingsovereenkomst voor de periode 2026-2029 - voor dit type van organisatie met bijzondere opdracht zal verlopen en welk stappen hiervoor doorlopen moeten worden, incl. de hiervoor vooropgestelde deadlines.

### 4.2.5 Toegankelijkheid

De toegang tot audiovisuele media voor personen met een handicap is de voorbije jaren op Europees vlak geconcretiseerd via twee richtlijnen: de Richtlijn AVMD en de Toegankelijkheidsrichtlijn.

De Richtlijn AVMD van 2018 regelt de toegankelijkheid van de audiovisuele mediadiensten zelf. Deze richtlijn bepaalt dat de inhoud van televisiediensten in toenemende mate toegankelijker moet worden gemaakt voor personen met een handicap, en dit minstens met gebarentaal, ondertiteling, gesproken ondertiteling en audiobeschrijving. Aanbieders van televisiediensten moeten daar jaarlijks over rapporteren. Deze richtlijn werd in artikel 151 van het Mediadecreet omgezet, zoals laatst gewijzigd bij artikel 26 van het decreet van 19 maart 2021.

Artikel 151 van het Mediadecreet bepaalt dat de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap en de particuliere televisieomroeporganisaties hun programma's voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk moeten maken voor personen met een handicap.

Concreet dienen de regionale televisieomroeporganisaties hun journaals op weekdagen vanaf 20u te ondertitelen. Zij krijgen daartoe structurele subsidies van de Vlaamse Regering in het kader van de samenwerkingsovereenkomst die bestaat tussen elke regionale omroeporganisatie en de Vlaamse Regering. Private televisieomroeporganisaties dienen ook, afhankelijk van hun marktaandeel, binnen een bepaalde tijdsspanne (hoofd)journaals en actualiteitenprogramma's te ondertitelen.

De toegankelijkheidsopdrachten van particuliere omroepdiensten werden ook nog verder geconcretiseerd in een uitvoeringsbesluit van 27 januari 2023.[706]

De hierin uitgewerkte regeling stelt volgende quota en verplichtingen voorop voor particuliere televisieomroeporganisaties met een marktaandeel vanaf 2%:

- De minimumquota voor ondertiteling van lineaire omroepprogramma's worden opgelegd voor particuliere televisieomroeporganisaties met een marktaandeel vanaf 2%. Hierbij wordt ook een compatibel signaal uitgestuurd voor auditieve ondertiteling. Nieuwkomers in deze 2% categorie moeten hierbij, uiterlijk twaalf maanden na het einde van het respectievelijke kalenderjaar, minstens 40% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's tussen 13 uur en 24 uur toegankelijk maken door middel van ondertiteling (en auditieve ondertiteling). In de daaropvolgende periode maken ze hun programma's voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk voor personen met een handicap. Particuliere televisieomroeporganisaties die al langer een marktaandeel van minstens 2% aanhouden, dienen hun programma's verder voortdurend en in toenemende mate met evenredige maatregelen toegankelijk te maken voor personen met een handicap.
- Voor televisieomroepprogramma's waarvoor ondertiteling bestaat, moet deze ondertiteling ook ter beschikking gesteld worden bij het niet-lineaire aanbod van deze omroepprogramma's.
- Verder is het verplicht om audiodescriptie ter beschikking te stellen bij Nederlandstalige fictie waarvoor audiodescriptie al werd aangemaakt. Dat is o.a. het geval bij de fictiereeksen die door het VAF gesubsidieerd zijn. Vanaf een marktaandeel van 30% moeten alle anderstalige fragmenten in alle journaals toegankelijk gemaakt worden door middel van auditieve ondertiteling én wordt er ook Vlaamse Gebarentaal (VGT) aangeboden bij het hoofdjournaal of een actualiteitenprogramma.

706 Besluit van de Vlaamse Regering over de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en over het verstrekken van subsidies ter uitvoering van artikel 151 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

Met de omzetting van het herziene artikel 7 van de Richtlijn AVMD in artikel 151 van het Mediadecreet bij decreet van 19 maart 2021 werden in artikel 151 van het Mediadecreet wel 3 nieuwigheden ingevoerd:

Ten eerste moeten televisieomroeporganisaties jaarlijks een verslag bezorgen aan de VRM waarin zij hun inspanningen en resultaten ter zake toelichten. Dit om de vooruitgang te meten die zij hebben geboekt bij het geleidelijk toegankelijk maken van hun programma's voor personen met een handicap.

Ten tweede moeten televisieomroeporganisaties noodinformatie, met inbegrip van mededelingen en aankondigingen bij natuurrampen, uitzenden op een wijze die toegankelijk is voor personen met een handicap. Voorgaande neemt echter niet weg dat het in sommige gevallen niet mogelijk is noodinformatie te verstrekken op een wijze die toegankelijk is voor personen met een handicap.

Ten slotte dient de VRM een voor personen met een handicap gemakkelijk toegankelijk onlinecontactpunt te onderhouden om informatie te verstrekken en klachten te ontvangen met betrekking tot toegankelijkheidskwesties als bedoeld in het gewijzigde artikel 151 van het Mediadecreet. Ondertussen werd dit geconcretiseerd op de VRM website: https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/mediatoegankelijkheid.

**Toegankelijkheidsrichtlijn in het mediadecreet**

De Toegankelijkheidsrichtlijn regelt bijkomend de toegankelijkheid van diensten die toegang verschaffen tot audiovisuele mediadiensten, bijvoorbeeld websites, online toepassingen, elektronische applicaties op set-top boxen, elektronische programmagidsen, mobiele applicaties en geconnecteerde televisiediensten. Dezelfde richtlijn regelt ook de toegankelijkheid van eindapparatuur met interactieve computerfuncties voor toegang tot audiovisuele mediadiensten zoals bijvoorbeeld set-top boxen. Met het decreet van 3 juni 2022 is voor de (gedeeltelijke) omzetting van de Toegankelijkheidsrichtlijn in het Mediadecreet gezorgd, met name door invoeging van een nieuw artikel 214/2.[707] Onder meer volgende aanpassingen zijn gebeurd:

- Eindapparatuur en diensten die vanaf 28 juni 2025 in de handel worden gebracht, moeten voldoen aan nieuwe toegankelijkheidsvoorschriften (die gedetailleerd worden beschreven in bijlages bij het Mediadecreet);
- Aanbieders van dergelijke diensten moeten informatie verstrekken aan het publiek over de toegankelijkheid ervan (de manier waarop is ook gedetailleerd beschreven in een bijlage bij het Mediadecreet);

Op deze verplichtingen zijn uitzonderingen voorzien. Indien aanbieders daar beroep op doen, dienen zij dit mee te delen aan de VRM.

**Beheersovereenkomst VRT**

VRT heeft een ondertitelingsopdracht via de beheersovereenkomst. VRT maakt haar aanbod toegankelijk voor personen met een handicap. Ze ondersteunt maximaal de gesproken ondertiteling bij alle niet-Nederlandstalige programma's, met uitzondering van specifieke archiefbeelden. Daarnaast voorziet VRT audiodescriptie voor alle Nederlandstalige fictie, exclusief soaps. Ze streeft er bovendien naar om het aanbod van audiodescriptie uit te breiden naar programma's waarin veel slechtzienden geïnteresseerd zijn, zoals sportwedstrijden en human interest.

Wat ondertiteling betreft, realiseert VRT een progressieve groei van 95% naar 98% tegen 2030 voor haar volledige video-aanbod. Uitzonderingen hierop zijn Ketnet Jr., hosting, trailering, commerciële communicatie, BAN, muziekprogramma's en specifieke archiefbeelden.

VRT verzorgt zowel een journaal voor volwassenen als een kinderjournaal met een tolk Vlaamse Gebarentaal, beschikbaar via het open net, VRT NWS en VRT MAX. Voor een selectie van grote evenementen en maatschappelijk relevante programma's voorziet VRT bijkomende VGT. Ze engageert zich om het aantal uitzenduren in Vlaamse Gebarentaal over de looptijd van de beheersovereenkomst met 5% te laten groeien.

707 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 3 juni 2022 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten, en tot wijziging van het decreet van 12 februari 2021 houdende wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie met betrekking tot de landelijke en regionale radio-omroeporganisaties en de technische eindapparatuur voor FM-radio-ontvangst van radio-omroeporganisaties", 15 juli 2022.

### 4.2.6 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

#### 4.2.6.1 Must-offerverplichtingen

In Vlaanderen bestaat er geen must-offerverplichting zoals in andere landen. In het kader van onder meer de CRC-besluiten die de VRM samen met de andere regulatoren genomen heeft m.b.t. het openstellen van het kabelnetwerk, zou dit echter een maatregel kunnen zijn om de toegang tot content te vergemakkelijken voor alternatieve operatoren. In de besluiten werden er geen bepalingen m.b.t. content opgenomen aangezien content expliciet uitgesloten is van het regelgevende kader voor elektronische communicatie. Een opstartende alternatieve aanbieder die weinig televisieabonnees heeft, staat daardoor in een zwakkere onderhandelingspositie. Wanneer er gekeken wordt naar de verticale concentratiebewegingen die zich voordoen in het medialandschap kan er mogelijk misbruik optreden. Door de must-offerverplichting moeten beide partijen samenwerken om tot een goed akkoord te komen.

Indien het beleid van mening is dat dit nodig is om opstartende alternatieve aanbieders te stimuleren, raadt de VRM aan om must-offerverplichtingen in te voeren.

Daarnaast zijn er evoluties in de sector waarbij omroeporganisaties, die een must-carry statuut hebben, bepaalde content afschermen van hun lineaire omroepprogramma's. Hierdoor kan het gebeuren dat Vlaamse producties niet beschikbaar zijn via dienstenverdelers die gebruikmaken van netwerken die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen. Het is dan ook een optie om bepaalde must-offer verplichtingen in te voeren als tegengewicht, zodat omroeporganisaties die een must-carry statuut hebben, ook al hun content/platformen/... moeten aanbieden aan dienstenverdelers, uiteraard tegen marktconforme voorwaarden.

#### 4.2.6.2 Update must-carry regelgeving

Tijdens de voorbereiding van zijn advies aan de Vlaamse Regering rond de must carry-verplichting ervoer de VRM dat door technologische evoluties het bestaande wettelijke kader ondertussen enigszins gedateerd is, en de huidige marktsituatie niet meer voor 100% dekt. Een actualisatie van de regelgeving zou de adviesverlening door de VRM kunnen verbeteren.

#### 4.2.6.3 Laster en eerroof uit strafwetboek

In de Media Pluralisme Monitor 2025 over België[708], werd er bij de indicator 'bescherming van vrijheid van meningsuiting' een risico vastgesteld omwille van de blijvende strafbaarstelling van laster en eerroof in België[709], en dit ondanks een oproep van de Raad van Europa in 2007 om de bescherming van reputatie uit het strafrecht te houden en enkel burgerrechtelijk te laten beoordelen. Deze materie betreft een federale bevoegdheid, maar de VRM signaleert dit in het licht van de recente dagvaardingen van journalisten. Het feit dat dit nog in het Strafwetboek staat, zorgt voor een afschrikeffect, zeker bij kleinere mediaspelers. Dit zou dus intredebarrières kunnen opwerpen voor nieuwe media-initiatieven.

Zolang persmisdrijven voor het hof van assisen moeten komen, is de strafbaarstelling niet zo een groot probleem. In de praktijk maakt het Openbaar Ministerie immers zelden of nooit gebruik van deze mogelijkheid. Dit omwille van de hoge kosten en praktische beslommeringen die gepaard gaan met de organisatie van een volksjury (hof van assisen), die door artikel 150 van de Belgische Grondwet wordt voorgeschreven voor persmisdrijven (met uitzondering van persmisdrijven ingegeven door racisme en xenofobie). Daardoor worden geschillen inzake laster bijna exclusief beslecht door de burgerlijke rechtbanken, die een vergoeding voor materiële en morele schade kunnen toekennen. Desondanks blijft laster wel een strafrechtelijk feit, en aldus blijft er steeds een dreiging van bestraffing bestaan.[710]

708 Kuczerawy, A., & Wauters, E. (2025). Media Pluralism Monitor 2025, rapport: België.

709 Momenteel is aanranding van de eer of de goede naam van personen nog strafbaar met geldboetes en gevangenisstraffen overeenkomstig artikels 443 en volgende van het huidige Strafwetboek. In het nieuwe Belgische Strafwetboek, dat op 8 april 2026 in werking treedt, is de strafbaarstelling van laster en eerroof aangepast. Deze feiten vallen voortaan onder strafniveau 1, wat betekent dat gevangenisstraffen niet langer mogelijk zijn voor deze misdrijven. Geldboetes en werkstraffen behoren wel tot de mogelijke straffen onder niveau 1.

710 Valcke, P., Ombelet, P.-J., & Lambrecht, I. (december 2016). Media Pluralism Monitor 2016 Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Bovendien heeft het Openbaar Ministerie, in een persmededeling van 20 juni 2019, aangedrongen op de afschaffing van het hof van assisen. Momenteel lijkt het assisenhof niet afgeschaft te zullen worden. Toch is het raadzaam evoluties hierin kort op te volgen. Indien het hof van assisen afgeschaft zou worden, zou een klacht tegen een journalist voor laster of eerroof voor een correctionele rechtbank gebracht kunnen worden. Dit zou het risico op strafrechtelijke sancties veel groter maken en de intimiderende effecten enorm doen toenemen.

Ook de AVBB (Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België) waarschuwde de minister van Justitie in een brief van 19 mei 2021 voor de gevolgen van zulke beslissing[711]. De AVBB vroeg daarin het behoud van deze regeling zo lang, mogelijk onrechtmatige publicaties zoals laster en eerroof strafrechtelijke concepten blijven. Een afschaffing van het hof van assisen kan voor hen slechts na een depenalisering van laster, eerroof en verwanten. Volgens het AVBB moet te allen prijze worden voorkomen dat deze persmisdrijven worden gecorrectionaliseerd, wat journalisten al te kwetsbaar zou maken voor ongepaste vervolgingen en strafrechtelijke veroordelingen.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

#### 4.2.6.4 Wettelijk kader a priori beperkingen

Hoewel België een grondwettelijke bescherming van de pers en van de meningsuiting heeft, is het ook het onderwerp geweest van – onopgeloste – waarschuwingen van het Europese Hof voor de Rechten van de Mens voor het ontbreken van een duidelijk wettelijk kader van a priori beperkingen. Een kwestie die vandaag de dag nog steeds niet is opgelost. Er was een recente zaak omtrent een politicus, waarbij media geen informatie mochten verspreiden uit stukken van het strafonderzoek.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

#### 4.2.6.5 Anti-SLAPP wetgeving

SLAPP, 'Strategic Lawsuits Against Public Participation' of 'strategische rechtszaken tegen publieke participatie', betekent concreet het streven om via onrechtmatige rechtszaken iemand monddood te maken die zich uitspreekt over zaken van algemeen belang, bijvoorbeeld een journalist. Het eerste doel van zo'n rechtszaak is niet zozeer om effectief te winnen, wel om de tegenpartij het werken onmogelijk te maken. Dat kan door de juridische kosten hoog op te laten lopen of exuberante schadeclaims te eisen.

In sommige staten van de Verenigde Staten van Amerika bestaat hierrond reeds specifieke wetgeving, maar de laatste tijd zien we het fenomeen ook in Vlaanderen opkomen. Recent daagde een voetbalclub een journalist voor de rechter. Dit zorgt voor een intimidatie-effect door andere journalisten af te schrikken om onderzoek te doen naar de interne keuken van het profvoetbal. Vooral kleinere mediaspelers lopen risico's bij dit fenomeen, hetgeen nefast is voor de diversiteit in de mediasector.

In België kan een benadeelde zich als verweer tegen SLAPP baseren op artikel 780bis van het Gerechtelijk Wetboek. Wie rechtspleging aanwendt voor kennelijk vertragende of onrechtmatige doeleinden, kan een geldboete krijgen. Maar echte anti-SLAPP-wetgeving kan een meerwaarde bieden voor Vlaanderen. Anti-SLAPP maatregelen grijpen al in voor het onderzoek van de bewijzen en wil in de eerste plaats de journalist beschermen en ervoor zorgen dat deze de kosten en de advocatenhonoraria kan recupereren.

Op 11 april 2024 werd de Anti-SLAPP-Richtlijn aangenomen door het Europees Parlement en de Raad.[712] Na publicatie trad zij op 6 mei 2024 in werking. De EU-lidstaten hebben nu tot 7 mei 2026 de tijd om de Richtlijn in nationale wetgeving om te zetten.

711 VVJ, Deltour, P., "Actuele pijnpunten in de verhouding pers/gerecht - AVBB gaat in overleg met Justitie.", https://journalist.be/2021/05/actuele-pijnpunten-in-de-verhouding-pers-gerecht-avbb-gaat-in-overleg-met-justitie , 29 september 2022.

712 Richtlijn (EU) 2024/1069 van het Europees Parlement en de Raad van 11 april 2024 betreffende bescherming van bij publieke participatie betrokken personen tegen kennelijk ongegronde vorderingen of misbruik van procesrecht ("strategische rechtszaken tegen publieke participatie"), http://data.europa.eu/eli/dir/2024/1069/oj.

De Richtlijn voorziet in een aantal procedurele waarborgen en maatregelen voor personen die het doelwit zijn van dergelijke strategische rechtszaken. Ze zullen daarmee beschermd zijn tegen manifest ongegronde vorderingen of onrechtmatige gerechtelijke procedures in burgerlijke zaken met grensoverschrijdende gevolgen. De Richtlijn is dus van toepassing op civiele rechtszaken met grensoverschrijdende dimensies en wordt aangevuld met een aanbeveling waarin de lidstaten verzocht worden de waarborgen uit te breiden tot binnenlandse zaken. De waarborgen zouden dus ten goede komen aan journalisten en mensen/organisaties die zich bezighouden met het verdedigen van rechten en het rapporteren van waardevolle kwesties, tegen wie strategische rechtszaken worden aangespannen, waardoor het publieke debat in de EU wordt verstoord.

In het Verenigd Koninkrijk kregen rechtbanken in 2023 nieuwe bevoegdheden om SLAPP-rechtzaken in een vroeg stadium af te wijzen.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om de bevoegde federale overheid mee te delen dat ze erop rekent dat ze het Europese beleid ter zake ondersteunt en verder uitvoert.

#### 4.2.6.6 Evaluatie evenementenregeling en vrije nieuwsgaring

Met de decretale bepalingen inzake het recht op vrije nieuwsgaring en korte berichtgeving en de evenementenregeling werden regels uitgewerkt met het oog op het beperken van de exclusiviteitsrechten, het waarborgen van het recht op vrije nieuwsgaring en korte berichtgeving en de zogenaamde evenementenregeling.

De beoogde doelstellingen, het recht op informatie van het brede publiek vrijwaren en verzekeren dat evenementen van een aanzienlijk maatschappelijk belang kosteloos te bekijken zijn, zijn anno 2025 nog steeds relevant. Het media-ecosysteem is de laatste jaren echter ingrijpend veranderd. Het zou dan ook niet onverstandig zijn om zowel het evenementenbesluit als bepaalde elementen inzake het recht op vrije informatiegaring aan een evaluatie te onderwerpen.[713]

Zo dateert het Evenementenbesluit[714] van 2004 en werd de lijst met evenementen van aanzienlijk belang sindsdien niet meer aangepast. De vraag stelt zich of de lijst anno 2025 nog voldoende actueel is en een voldoende antwoord biedt op toekomstige vraagstukken. Zo mengen buitenlandse OTT-spelers zich steeds sterker in de aankoop van sportrechten en merken we ook dat er werk gemaakt wordt van onlinesport streamingsplatforms. Een aantal evenementen bestaan ondertussen ook niet meer, dragen een andere naam of zijn minder relevant geworden.

Een aantal Europese lidstaten voerden recent aanpassingen aan de lijst door met de bedoeling meer aandacht te vragen voor minderheidsgroepen, mensen met een beperking of gendergelijkheid. Ook hier zien we dat de Vlaamse lijst gedateerd is. De huidige lijst legt een bijna exclusieve klemtoon op mannensporten.

Het Evenementenbesluit vereist dat kosteloze televisie minstens 90% van de bevolking bereikt. Door kabelknippen en online streaming staat dit onder druk. Zo mengen buitenlandse OTT-spelers zich steeds sterker in de aankoop van sportrechten en merken we ook dat er werk gemaakt wordt van onlinesport streamingplatforms. Dit vraagt om een herziening van de regelgeving, die nu vooral op traditionele media is gericht. Beleidsmakers zouden digitale platformen kunnen betrekken bij de classificatie en regulering. Dit is echter een delicate oefening, sommige sporten zouden ook van de lijst kunnen verdwijnen.

Verder zorgt de verstrengeling van activiteiten van netwerkoperator, dienstenverdeler en omroeporganisatie voor nieuwe vragen aangaande een mogelijke actualisering van elementen uit het recht op vrije informatievergaring. Zo werden hierover in 2017 nog parlementaire vragen gesteld, gelet op de discussie m.b.t. de voetbalrechten. Diverse parlementsleden wezen er toen op dat de bepalingen mogelijkerwijze niet langer aangepast zijn aan de huidige realiteit binnen het media-ecosysteem.

713 Zie in dat verband ook de 'Conceptnota - Naar een toekomstgericht mediabeleid', 3 mei 2024, p. 32 e.v., https://themis.vlaanderen.be/files/66460c2eef3eff000d001904/download

714 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 28 mei 2004 van de Vlaamse Regering houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving", 19 augustus 2004.

## 4.3 ECONOMISCHE TUSSENKOMST

Naast regulering kan de overheid ook overgaan tot het toekennen van subsidies. Deze kunnen direct of indirect zijn.

Indirecte steun is vaak algemener en wordt toegekend aan verschillende mediagroepen of –producten. Het betreft vaak een belastingvoordeel.

Directe steun is vaak selectiever van aard. Hierbij wordt steun verleend aan de productie of distributie van media. Ook kan tegemoet worden gekomen aan ontwikkelingskosten of kan de overheid bepaalde samenwerkingsverbanden toestaan. Er wordt dan uitgegaan van een algemenere bepaling, bv. marktaandelen, om een deel van de mediabedrijven of –producten af te zonderen en te bevoordelen. Directe steun kan dus meer zijn dan het toekennen van subsidies.

In wat volgt, worden voorbeelden van steun door de overheid uitgewerkt.

### 4.3.1 Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties

Naast de rechten en plichten van de private televisieomroeporganisaties moeten regionale televisieomroeporganisaties nog aan bijkomende verplichtingen voldoen. In het Mediadecreet is aan de regionale televisieomroeporganisaties een specifieke decretaal vastgelegde opdracht opgelegd. In artikel 151 (zie eerder punt 1.2.5. Toegankelijkheid) en in de artikelen 165 tot 173 van het Mediadecreet worden de rechten en plichten van de regionale omroeporganisaties beschreven.

Zo heeft een regionale televisieomroeporganisatie als taak “regionale informatie te brengen met de bedoeling binnen het verzorgingsgebied, dat aan de regionale televisieomroeporganisaties door de Vlaamse Regering krachtens artikel 168 wordt toegewezen, de communicatie onder de bevolking en tussen de overheden en de bevolking te bevorderen en bij te dragen tot de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio.” De omroepprogramma’s van de regionale televisieomroeporganisaties moeten voor minstens 80% betrekking hebben op het eigen regionale verzorgingsgebied.

Bij “Decreet houdende wijziging van diverse bepalingen over de regionale televisieomroeporganisaties van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie” van 21 februari 2014 werden aan deze taak volgende opdrachten toegevoegd:

“Naast de taak, vermeld in het eerste lid, vervult de regionale televisieomroeporganisatie de volgende opdrachten:
1° het bereiken van een zo groot mogelijk aantal kijkers binnen het verzorgingsgebied met programma’s met regionale informatie over het verzorgingsgebied;
2° het verzekeren van een hoge mate van betrokkenheid van kijkers bij de programma’s door het aanbod van interactieve toepassingen;
3° het voeren van een actief diversiteitsbeleid in de organisatie en in het programma-aanbod”.

Door de decretaal opgelegde opdracht is het voor de regionale televisieomroeporganisaties moeilijker om concurrentieel te zijn met andere televisieomroeporganisaties. Hun marktaandeel ligt duidelijk lager dan dat van de landelijk beschikbare televisieomroeporganisaties, onder andere doordat ze voor een kleiner uitzendgebied werken.

De laatste jaren verslechterde de financiële situatie van de regionale televisieomroeporganisaties. In februari 2014 werd een aanpassing aan het Mediadecreet goedgekeurd die hieraan trachtte te verhelpen. Sindsdien worden de dienstenverdelers in het Nederlandstalige gebied verplicht om een vaste financiële bijdrage te leveren aan de regionale omroeporganisaties die verdeeld wordt op basis van de bereikmeting van hun omroepprogramma (zie infofragment onder 3.1.2.2.4 Regionale omroeporganisaties).

Deze passage uit het Mediadecreet werd echter gewijzigd bij decreet van 29 juni 2018. In artikel 166/1, paragraaf 2 werd een tweede lid ingevoegd waardoor regionale televisieomroeporganisaties waarvan het verzorgingsgebied minder dan 750.000 inwoners telt en waarvan, op basis van een of meerdere door de

Vlaamse Regering vast te stellen indicatoren, aangenomen kan worden dat de thuistaal van een relatief hoog aandeel inwoners Frans is, vanaf 1 januari 2018 van de dienstenverdelers hiervoor een compensatie van €100.000 ontvangen. Dit bedrag zal voorafgenomen worden van de jaarlijkse totale vergoeding.

Via een conceptnota van 15 juli 2022 over de toekomst van de regionale mediaorganisaties werden de beleidslijnen voorgesteld om de regionale omroepen meer toekomstperspectieven te geven. Met het decreet van 9 februari 2024 tot wijziging van artikel 166, 166/1, 167, 168, 169 en 170 van het decreet van 27 maart 2009 werd de inhoud van de conceptnota omgezet naar het Mediadecreet. Hierbij werd onder meer de erkenningsperiode voor regionale televisieomroeporganisaties verlengd van 9 naar 10 jaar en werd een overgangsregeling ingevoegd die ervoor zorgt dat per 1 januari 2029 voor alle regionale televisieomroepen een nieuwe erkenningsperiode van start gaat.

Ingevolge de wijzigingen aan het Mediadecreet werden vervolgens nieuwe uitvoeringsbepalingen genomen die de erkenningsvoorwaarden en criteria waaraan voldaan dient te worden regelen. Het Besluit van de Vlaamse Regering tot uitvoering van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie en tot wijziging van diverse besluiten, wat betreft de regionale televisieomroeporganisaties werd definitief goedgekeurd op 26 april 2024.

Een belangrijke wijziging die opgenomen staat in het uitvoeringsbesluit, is de wijziging aan het 'Besluit van de Vlaamse Regering van 27 mei 1992 over de verzorgingsgebieden van de regionale televisie-omroeporganisaties'. Hierbij wordt in artikel 5 van het besluit bepaald dat aangrenzende verzorgingsgebieden binnen eenzelfde provincie kunnen worden samengevoegd met het oog op herstructurering tot één vereniging. Hiervan werd al gebruik gemaakt door Focus tv en WTV.

In 2024 sloot de Vlaamse Regering ook nieuwe samenwerkingsovereenkomsten met de Vlaamse regionale televisieomroeporganisaties en NORTV. Deze overeenkomst loopt tot 2028. De regionale televisieomroeporganisaties krijgen hierbij een structurele subsidie in ruil voor verschillende engagementen.

### 4.3.2 Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector

Een tweede wijze waarop de Vlaamse overheid een divers aanbod stimuleert, is het uitschrijven van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector of investeringsverplichtingen waarbij financieel moet worden bijgedragen aan de productie van audiovisuele werken.

Het doel was om dienstenverdelers te laten investeren in Vlaamse audiovisuele productie, ter versterking van de mediasector. Dit werd geregeld via het Mediadecreet (art. 184/1)[715] en uitvoeringsbesluiten[716] van 2014. Dienstenverdelers konden kiezen tussen een bijdrage aan het VAF/Mediafonds of rechtstreekse coproducties, met een forfaitaire of abonnementsgebonden vergoeding. Sinds 2019 geldt ook een investeringsverplichting voor (buitenlandse) niet-lineaire omroepen[717], via productie/coproductie of een bijdrage aan het VAF.

Bij decreet van 1 maart 2024 werd een nieuwe eengemaakte stimuleringsregeling voor de Vlaamse audiovisuele productiesector uitgewerkt.[718] De bestaande investeringsverplichting voor particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers werden geactualiseerd, op elkaar afgestemd en aangevuld met een bijdrageverplichting voor aanbieders van videoplatformdiensten.

Op 26 april 2024 keurde de Vlaamse Regering een nieuw aansluitend besluit goed met de regels, de voorwaarden en de procedure voor deelname aan de productie van audiovisuele werken (zij het in de vorm van een rechtstreekse financiële bijdrage aan de productie van audiovisuele werken of in de vorm van een

715 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 17 januari 2014 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector", 12 februari 2014.
716 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 21 maart 2014 van de Vlaamse Regering betreffende de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, vermeld in artikel 184/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 3 april 2014.
717 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 29 juni 2018 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 26 juli 2018.
718 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

gelijkwaardige financiële bijdrage aan het Vlaams Audiovisueel Fonds) en voor de vrijstellingen van deze bijdrage.[719]

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

### 4.3.3 Screen Flanders

Via Screen Flanders geeft de Vlaamse overheid audiovisuele producties die een deel van hun budget in het Vlaamse Gewest spenderen, een financieel duwtje in de rug. Belgische producenten kunnen via Screen Flanders tot €400.000 terugbetaalbare voorschotten aanvragen als economische ondersteuning voor hun audiovisuele uitgaven binnen het Vlaamse Gewest. In ruil daarvoor krijgt Screen Flanders een deelneming in de netto-ontvangsten.

Het jaarlijkse budget van Screen Flanders bedraagt momenteel €4,5 miljoen en wordt ter beschikking gesteld door het Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO). Periodiek wordt door VLAIO een oproep tot steunaanvragen bij Screen Flanders georganiseerd. Daarbij wordt gewerkt met een vooraf vastgelegd budget. Een jury beoordeelt de ontvankelijke dossiers op basis van vastgelegde beoordelingscriteria en in verhouding tot elkaar. Zowel de steunaanvrager, het project als de uitgaven moeten daarbij aan bepaalde voorwaarden voldoen.

### 4.3.4 Federale economische maatregelen

Een aantal federale maatregelen hebben invloed op de Vlaamse mediasector: het Tax Shelter systeem, overheidssteun krantenbedeling en de BTW-regeling voor de gedrukte pers.

#### 4.3.4.1 Tax shelter

Via het Tax Shelter stelsel, gebaseerd op de Wet van 12 mei 2014 en op de wet van 26 mei 2016, opgenomen in art. 194 ter van het Wetboek van de Inkomstenbelastingen 1992, en op de wet van 25 december 2017 en de wet van 06 mei 2019 houdende hervorming van de vennootschapsbelasting, kunnen ondernemingen participeren in de productie van audiovisuele werken aan gunstige fiscale voorwaarden. Ze ontvangen immers een voorlopige fiscale vrijstelling ten belope van gestorte sommen x 421% (beperkt tot 203% van de verwachte fiscale waarde, en tot 1.000.000 €/jaar).

Via het systeem van Tax Shelter kunnen vennootschappen een belastingvrijstelling genieten wanneer zij investeren in een Europees audiovisuele productie, een podiumwerk of een videospel. Voor de producenten geeft de aanvullende financiering extra zuurstof voor hun werken. Het systeem bestaat al sinds 2003 voor de audiovisuele sector en werd in 2016 uitgebreid naar de podiumkunsten. De wetswijziging van 5 juli 2022 bekrachtigde de uitbreiding van de Tax Shelter voor videospellen.

Een grote verscheidenheid aan audiovisuele producties komt in aanmerking voor financiering onder Tax Shelter. Het moet gaan om een Europees audiovisueel werk (zoals een fictiefilm, documentaire, animatiefilm, kortfilm, een fictie- of animatieserie) dat door de Vlaamse Gemeenschap is erkend als Europese audiovisuele productie. Zowel artistieke, serious, educatieve als entertainmentgames komen in aanmerking. Het videospel moet de culturele test doorstaan, waardoor het videospel als een Europees cultureel product beschouwd kan worden.

De erkenning van een productie als Europees audiovisueel werk of videospel, alsook een aanvraag voor een attest ter voltooiing kan via de Tax Shelter applicatie bij de Vlaamse gemeenschap ingediend worden.

719 Belgisch Staatsblad, "Besluit van 26 april 2024 van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 12 juli 2024.

#### 4.3.4.2 Overheidssteun krantenbedeling

Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een krantencontract tussen de Belgische Staat en Bpost in werking. Dit gebeurde na een aanbestedingsprocedure. Volgens beschikking EC state aid SA.42366 (2016/N) van juni 2016 gaat het om een toegelaten vorm van staatssteun aan Bpost. Bpost ontving een vergoeding om kranten en magazines in het hele land vóór 7u30 te bezorgen. In 2019 besliste de federale overheid de concessie onder dezelfde voorwaarden met 2 jaar te verlengen door de aanslepende regeringsonderhandelingen. Vervolgens werd de concessie verlengd tot 31 december 2023. Door mogelijke onregelmatigheden ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. De bestaande concessie werd nog een laatste keer verlengd tot 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 trad een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

#### 4.3.4.3 BTW-regeling kranten

Gedrukte en digitale kranten genieten een verlaagd BTW-tarief van 0% (i.p.v. de gebruikelijke 21%) op hun verkoop. Aanvankelijk was er een discrepantie doordat kranten en tijdschriften die uitsluitend digitaal verschenen geen beroep konden doen op het verlaagde BTW-tarief. Sinds 1 april 2019 is er weer een gelijk speelveld.

### 4.3.5 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

#### 4.3.5.1 Ondersteuningsmechanisme lokale journalistiek

We merken in dit rapport al enkele jaren dat de situatie voor de lokale pers zwaar is geworden, vooral door de dalende advertentie-inkomsten. Indien het beleid het belangrijk vindt, omwille van het verlies aan mediapluralisme, om hier iets aan te doen, zou een ondersteuningsmechanisme uitgewerkt kunnen worden, zeker voor hyperlokale journalistiek. Dit zou eventueel kunnen in samenwerking met journalismfund.eu.

## 4.4 TRANSPARANTIE

Om diversiteit te garanderen is het nodig dat de mediaconsument zoveel mogelijk kennis heeft over de verschillende mediaproducten opdat hij een weloverwogen keuze kan maken. Inzicht in de eigendomsstructuren en in de redactionele lijn is niet enkel voor de consument van belang, maar ook voor beleidsmakers en regulerende instanties. Een interventie zonder te weten welke bedrijven samenwerken, afhankelijk zijn van elkaar of welk effect bepaalde regels kunnen hebben op de sector, moet vermeden worden.

Hieronder worden een aantal transparantiemaatregelen uitvoeriger beschreven.

### 4.4.1 Mediaconcentratierapport

Jaarlijks stelt de VRM het mediaconcentratierapport op waarin een overzicht wordt gegeven van het medialandschap en de wijzigingen die zich het laatste jaar manifesteerden. Deze taak werd in het Mediadecreet opgenomen onder artikel 218:

Artikel 218. § 1. De Vlaamse Regulator voor de Media heeft als missie de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen over de mediaregelgeving en het uitreiken van de media-erkenningen en -vergunningen, overeenkomstig de regelgeving.
§ 2. De algemene kamer heeft de volgende taken: [...]
8° het in kaart brengen van concentraties in de Vlaamse mediasector inclusief de toestand van de markt voor elektronische communicatie;

Dit is een transparantiemaatregel om na te gaan of er nog voldoende concurrentie, diversiteit en pluralisme in de mediasector aanwezig is. Hiermee reikt de VRM de beleidmakers een instrument aan om op een goed geïnformeerde manier hun beleid te voeren.

Met het oog op omzetting van Europese regelgeving rond mediavrijheid werkt de Vlaamse Regering aan een ontwerp van wijzigingsdecreet. Artikel 6 van de Europese Verordening Mediavrijheid verplicht aanbieders van mediadiensten immers om actuele informatie, met name wat eigenaars betreft, gemakkelijk toegankelijk te maken voor mediagebruikers. De lidstaten dienen hun nationale regulerende instanties of organen (i.e. mediaregulatoren) of andere bevoegde instanties of organen te belasten met de ontwikkeling van nationale databanken voor media-eigendom.

In uitvoering daarvan zal de VRM hier zeker bij betrokken worden.

Aangezien er vier 'nationale regulerende instanties' of mediaregulatoren zijn in België, is het voor het opstellen van deze databank voor media-eigendom wenselijk dat wordt voorzien in een vorm van onderlinge samenwerking. De nationale regulerende instanties zullen voor het opstellen van de databank zowel geschreven pers als audiovisuele media ('radio en tv') moeten in acht nemen, dit omdat ze wat media-eigendom betreft door elkaar lopen.

### 4.4.2 Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT

Naast het toezicht op de naleving van en de beteugeling van inbreuken op de bepalingen van het Mediadecreet en zijn uitvoeringsbesluiten door de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) (artikel 218, § 2, 1°, van het Mediadecreet), oefent de algemene kamer van de VRM ook toezicht uit op de naleving door de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap, en rapporteert zij daarover jaarlijks aan de Vlaamse Regering (artikel 218, § 2, 9°, van het Mediadecreet). (zie ook '4.2.3 De openbare omroeporganisatie VRT').

Het door de VRM uitgevoerde toezicht betreft  de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst en is niet van financiële of budgettaire aard.

Het toezicht door de VRM is bovendien complementair met het toezicht op VRT zoals omschreven in Titel VIII

van het Mediadecreet o.a. met de supervisie door de gemeenschapsafgevaardigde in opdracht van de Vlaamse Regering en door het Vlaams Parlement, de interne audit, Audit Vlaanderen en het Rekenhof.

Het rapport wordt jaarlijks toegelicht voor de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media van het Vlaams Parlement.

Het recentste toezichtrapport handelt over het jaar 2024.

In de beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT is als strategische doelstelling voor VRT onder meer opgenomen 'SD3 – Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt', met als meer concrete operationele doelstelling: 'OD3.1 De VRT staat voor correcte en betrouwbare informatie die gratis toegankelijk is.'

De beheersovereenkomst verduidelijkt OD3.1 als volgt: "informatie en duiding is onpartijdig, onafhankelijk en vanuit de redactionele autonomie tot stand gekomen. Elke mening telt. De VRT laat een breed palet aan opinies van externen aan bod komen, met ruimte voor een pluralistisch debat, tegenspraak en nuance. De VRT stelt zich hierbij neutraal op, dit wil zeggen: onpartijdig, onafhankelijk en handelend vanuit haar redactionele autonomie. De VRT zal de nodige medewerking verlenen aan de monitoring van haar onpartijdigheid. In onderzoek op dat vlak zal een vergelijking als benchmark worden opgenomen."

Deze doelstelling is  geoperationaliseerd in een concrete KPI: 'KPI 21. De VRT zal de nodige medewerking verlenen wat betreft de monitoring van haar onpartijdigheid.'
De VRM heeft de onpartijdigheid van de VRT-nieuwsdienst laten onderzoeken door een externe partij.

M.b.t. KPI 21 ziet de VRM in de context van zijn toezichtuitoefening op de VRT-beheersovereenkomst er alleen op toe dat de VRT de nodige medewerking verleent aan het onpartijdigheidsonderzoek, wat ze ook daadwerkelijk heeft gedaan. Dit staat los van de inhoud van het onderzoek.

Wanneer VRT nieuwe diensten wil opstarten die buiten de beheersovereenkomst vallen, heeft ze daarvoor krachtens art.18 van het Mediadecreet de goedkeuring van de Vlaamse Regering nodig. Die wint daarvoor het advies van de VRM in.

### 4.4.3 Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen

De opdracht van de VRM bestaat o.m. uit de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen in verband met de mediaregelgeving, het uitreiken van zendvergunningen en het ontvangen van verschillende soorten kennisgevingen die gericht zijn aan de VRM en dit overeenkomstig de regelgeving.

Door deze transparantiemaatregel hebben de Vlaamse Regering en de VRM een goed beeld van welke bedrijven (bv. radio-omroeporganisaties, dienstenverdelers, televisieomroeporganisaties of aanbieders van videoplatformdiensten) actief zijn in de mediasector, hoe het frequentielandschap eruitziet en of er voldoende diversiteit van het aanbod aanwezig is.

Hieronder worden de erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen besproken.

**Erkenningen**

De Vlaamse Regering staat in voor de erkenning van landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties. Om te kunnen worden erkend moeten de radio-omroeporganisaties aan een aantal voorwaarden voldoen. De voorwaarden hebben als doel diversiteit na te streven.

Dit komt onder andere tot uiting in een beperking tot samenwerking tussen radio's (artikel 134/1, van het Mediadecreet): "Het uitzenden van radioprogramma's, ongeacht de duur of het tijdstip, door een landelijke,

netwerk- of lokale radio-omroeporganisatie, die identiek zijn aan radioprogramma's van de radio-omroep van de Vlaamse Gemeenschap of van andere landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties" is verboden. Elke andere vorm van gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid is ook verboden.

Eenmaal erkend moeten radio-omroeporganisaties wijzigingen die betrekking hebben op de informatieve programma's, de statuten of de aandeelhoudersstructuur aan de Vlaamse Regering ter goedkeuring voorleggen. Bij de beoordeling van die wijzigingen houdt de Vlaamse Regering rekening met het in stand houden van het pluralisme en van de diversiteit in het radiolandschap. De radio-omroeporganisaties moeten ook de Vlaamse Regulator voor de Media op de hoogte brengen van de wijzigingen die betrekking hebben op de statuten of de aandeelhoudersstructuur.

Daarnaast kent de Vlaamse Regering ook de erkenningen toe voor regionale televisieomroeporganisaties, die een specifieke decretale opdracht hebben. Zij hebben namelijk een maatschappelijke functie en zijn daarom onderworpen aan specifieke bepalingen voor het verkrijgen van een erkenning.

**Zendvergunningen**

De algemene kamer van de VRM is bevoegd voor het uitreiken, wijzigen, schorsen en intrekken van zendvergunningen aan particuliere landelijke, netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties (FM) en voor het toekennen, schorsen en intrekken van vergunningen voor het aanbieden van een etheromroepnetwerk (DVB/DAB). Zo trok de VRM in 2021 de licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk, verleend op 22 juni 2009 aan Norkring België, in voor wat betreft pakket 7/frequentiekanaal 10.

Voordat er een vergunning wordt uitgereikt aan particuliere radio-omroeporganisaties en etheromroepnetwerken, moet er aan een aantal voorwaarden voldaan worden. Latere wijzigingen zijn mogelijk, maar moeten wel voorgelegd worden aan de VRM. Bij bepaalde dossiers zal de VRM ook de dienst van het departement Cultuur, Jeugd en Media die zich bezighoudt met 'Spectrumbeheer' consulteren.

De VRM kan naar aanleiding van evenementen en voor experimenten in het teken van het uittesten van nieuwe technologieën een tijdelijke vergunning uitreiken voor de duur van het evenement (artikel 193, § 2, van het Mediadecreet) en dat zowel voor FM-frequenties als voor DVB-T/DAB.

De VRM publiceerde in september 2021 een kader met algemene technische voorwaarden waaronder tijdelijke zendvergunningen kunnen worden toegekend voor lokale DAB+-proefprojecten. Begin februari 2022 maakte de VRM, verantwoordelijk voor het toekennen van de tijdelijke zendvergunningen, bekend dat in totaal 59 lokale radio-omroepen meedoen aan diverse proefprojecten op provinciaal niveau. Brussel wordt toegevoegd aan Vlaams-Brabant. De tijdelijke zendvergunningen gelden vanaf 1 februari 2022 voor een termijn van 1 jaar.[720]

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

Het doel van het toekennen van vergunningen is het optimaal in stand houden van het radiolandschap. Frequenties zijn immers een schaars goed en het toekennen ervan is daarom onderworpen aan een vergunningsverplichting. Bovendien leidt oneigenlijk gebruik tot storingen voor andere radio-omroepzenders.

**Kennisgevingen**

Een aantal in het Mediadecreet vermelde activiteiten zijn onderworpen aan een kennisgevingsplicht bij de VRM. Voorbeelden hiervan zijn:

720 Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 2 februari). Tijdelijke zendvergunningen lokale DAB+ toegekend, uitzendingen kunnen vanaf 1 februari 2022 van start gaan [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 juni 2022, van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2022/tijdelijke-zendvergunningen-lokale-dab-toegekend-uitzendingen-kunnen-vanaf-1-februari.

- de kennisgeving van particuliere televisiediensten;
- de kennisgeving van andere radiodiensten (bv. internetradio);
- de kennisgeving van videoplatformdiensten;
- de kennisgeving van dienstenverdelers/netwerken;
- de kennisgeving van wijzigingen door radiodiensten, televisiediensten, dienstenverdelers/netwerken en aanbieders van een etheromroepnetwerk (bv. naamswijzigingen, programmawijzigingen, ...).

Meer details over zendvergunningen, erkenningen en kennisgevingen kunnen in het Mediadecreet, het Procedurebesluit en het Zendvergunningenbesluit teruggevonden worden.

### 4.4.4 Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs

Mediapunt is het Kenniscentrum Mediaonderzoek gefinancierd door de Vlaamse overheid. Het kenniscentrum is een samenwerking tussen vier onderzoeksgroepen, verbonden aan: imec-SMIT-VUB, imec-mict-UGent, AMSoC en M2P.

Mediapunt wil het mediaonderzoek in Vlaanderen monitoren en ontsluiten voor diverse stakeholders, zoals beleidsmakers, mediaprofessionals, onderzoekers, studenten en andere organisaties met een werking gericht op of verband houdend met media.

Het onderzoek dat aan bod komt op Mediapunt gaat echter breder dan deze onderzoeksgroepen. Mediapunt heeft de expliciete doelstelling om mediaonderzoek van álle Vlaamse kennisinstellingen (zoals universiteiten en hogescholen) te ontsluiten.

Voor het verrijken en verbeteren van de mediawijsheid is er een Vlaamse Kenniscentrum voor Digitale en Mediawijsheid, nl. Mediawijs opgericht. Sinds januari 2013 heeft het als doel burgers bewust, kritisch, actief en creatief om te laten gaan met een gemediatiseerde samenleving door het versterken van mediawijsheidsinitiatieven en door partners uit het werkveld, de private en de publieke sector samen te brengen in overleg en samenwerkingstrajecten. Er wordt echter verder gewerkt aan de ontwikkeling van het Vlaamse mediawijsheidsbeleid. In dit opzicht werd in april 2021 het rapport 'Doorlichting van het Vlaams mediawijsheidsbeleid' uitgebracht door een onderzoeksteam van de KU Leuven in opdracht van het Departement CJM. Begin 2022 sloot de minister van Media een nieuwe meerjarige subsidieovereenkomst af met Mediawijs voor de periode 2022-2025. Net als het Fonds Pascal Decroos (zie punt 1.2.4) valt Mediawijs vanaf 2023 onder de speciale regeling voor organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid (zie artikel 2 van het programmadecreet 2023 en het uitvoeringsbesluit van 1 maart 2024).

Het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA – www.nieuwsarchief.be) archiveert sinds 2003 alle nieuwsuitzendingen van 19 uur op VRT 1 en VTM op digitale wijze. Alle nieuwsuitzendingen worden ook gecodeerd: de nieuwsitems worden in detail bekeken en geanalyseerd aan de hand van verschillende variabelen. Het ENA houdt ook een krantenarchief bij. Een eerste doel van het ENA is nieuwsinhouden te analyseren en te rapporteren aan de Vlaamse minister van Media. Een tweede doel is de data ter beschikking te stellen van de ruimere wetenschappelijke gemeenschap.

In functie van de nieuw afgesloten beheersovereenkomst 2021-2025 tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT (BHO VRT), werden in 2021 de taken van het ENA verder uitgebreid. Zo worden voortaan ook de duidingsprogramma's van VRT manueel gecodeerd. Deze resultaten worden meegenomen in de neutraliteitsmeting van de nieuws- en duidingsprogramma's van VRT die gedurende de duur van de BHO VRT uitgevoerd zal worden door de VRM.

### 4.4.5 Rapportering over netneutraliteit

Netneutraliteit werd al beschreven onder restricties bij 4.1.4 Netneutraliteit. Een deel valt echter onder transparantie. Regulatoren kregen immers de verplichting om jaarlijks te rapporteren over het monitoren van de netneutraliteit, om jaarlijks verslagen te publiceren over hun toezicht op de Verordening (EU) 2015/2120

van 25 november 2015 tot vaststelling van maatregelen betreffende open-internettoegang en tot wijziging van Richtlijn 2002/22/EG inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische-communicatienetwerken en –diensten en Verordening (EU) nr. 531/2012 betreffende roaming op openbare mobiele communicatienetwerken binnen de Unie (= netneutraliteit).

Omdat de netneutraliteit zowel aspecten van telecom als media bevat, voert het Belgisch Instituut voor Post en Telecommunicatie (BIPT) haar toezichthoudende functie uit in samenwerking met de toezichthouders van de audiovisuele media (CSA, Medienrat en VRM). Het BIPT heeft in 2025 het Belgische jaarlijks rapport over netneutraliteit ingediend bij de Europese Commissie en BEREC en op haar website gepubliceerd[721]. Dit rapport werd vooraf besproken binnen het samenwerkingsakkoord en ook beschikbaar gesteld op de websites van de gemeenschapsregulatoren, waaronder de VRM.

Enkele hoofdpunten van dit rapport zijn:
a. Er zijn geen gevallen van ontoelaatbare blokkeringen van diensten of applicaties in het netwerk vastgesteld;
b. Sinds 1 november 2024 kunnen eindklanten hun eigen modem gebruiken.

Globaal genomen meent het BIPT dat er geen grote redenen tot bezorgdheid zijn in België op het vlak van open-internettoegang.

### 4.4.6 Europese initiatieven omtrent media

Op het niveau van de Europese Unie zijn er verschillende instrumenten en initiatieven met een impact op de mediaspelers. Die worden hier gegroepeerd, alhoewel dat de eerste twee over de DSA/DMA en de EMFA, eerder onder regulering thuishoren.

#### 4.4.6.1 DSA/DMA

De DSA (Digital Services Act) van 19 oktober 2022 is sinds 17 februari 2024 volledig van toepassing.
De DSA heeft betrekking op (omgaan met) 'illegale inhoud' online en heeft als doel gemeenschappelijke, maar op maat gemaakte (naar gelang de grootte van een bedrijf) verplichtingen en verantwoordingsregels op te leggen. Deze kunnen worden opgelegd aan aanbieders van tussenhandeldiensten, waaronder aanbieders van netwerkinfrastructuur (zoals internettoegangsaanbieders), aanbieders van hostingdiensten, en met name onlineplatforms (d.w.z. onlinemarktplaatsen en socialemediaplatforms) voor de inhoud die door hun gebruikers wordt aangeboden. Daartoe behoren ook transparantie- en rapportageverplichtingen, onder meer over inhoudsmoderatie en aanbevelingssystemen.

Specifieke aanvullende verplichtingen (met exclusief toezicht door de Europese Commissie) zijn van toepassing op zeer grote online platforms en zoekmachines die maandelijks ten minste 45 miljoen actieve gebruikers in de EU hebben. Zij dienen met name minstens jaarlijks een beoordeling te doen van 'systeemrisico's' die voortvloeien uit hun dienst, waaronder ook (mogelijke) negatieve effecten op de vrijheid en pluriformiteit van de media.[722]

De regels zijn ook van toepassing op niet in de EU gevestigde dienstverleners die diensten verlenen aan EU-burgers.

De DSA bevat uitgebreide toezicht- en handhavingsregels met de mogelijkheid om boetes op te leggen tot 6% van de wereldwijde jaaromzet van platforms.

De DMA (Digital Markets Act) van 14 september 2022 is van toepassing vanaf 2 mei 2023.

De DMA beoogt een aanvulling te vormen op de bestaande EU en nationale mededingingsregels (die in

721 BIPT, "Jaarlijks verslag betreffende het toezicht op netneutraliteit in België", https://www.bipt.be/operatoren/publicatie/mededeling-over-het-toezicht-op-netneutraliteit-in-belgie-periode-1-mei-2024---30-april-2025, 27 juni 2025.
722 Zie artikel 34, § 1, tweede lid, b), van de Digitaledienstenverordening.

hoofdzaak voorzien in 'ex post' optreden) door 'ex ante' verschillende verplichtingen op te leggen aan hele grote en/of belangrijke online platforms. De DMA is alleen van toepassing op ondernemingen die als 'poortwachters' worden aangemerkt. Dat zijn bedrijven die een bijzonder vooraanstaande rol spelen op de interne markt vanwege hun omvang en hun belang als toegangspoort voor zakelijke gebruikers om hun klanten te bereiken. Voorwaarde is dat deze ondernemingen als poortwachter worden aangemerkt voor ten minste één van de zogenaamde 10 'kernplatformdiensten'. De DMA bevat een reeks verplichtingen die poortwachters in hun dagelijkse activiteiten moeten toepassen, en verbodsbepalingen om eerlijke en open digitale markten te waarborgen. De Europese Commissie is de toezichthouder, maar kan hulp inroepen van nationale bevoegde autoriteiten (met name mededingingsautoriteiten).

Zowel de DSA als de DMA zijn verordeningen, wat inhoudt dat ze rechtstreeks toepasselijk zijn in de rechtsorde van de lidstaten zonder dat omzetting nodig is, al vereisen sommige bepalingen wel degelijk een uitvoering in nationaal recht. Dit is met name het geval voor het toezicht op en de handhaving van de DSA in de lidstaten. De lidstaten moeten daarvoor een Digitale Diensten Coördinator (DDC) aanduiden (die binnen de lidstaat moet samenwerken met andere bevoegde autoriteiten of toezichthouders). In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT fungeert als de Belgische DDC. Autoriteiten certificeren geschillenbeslechtingsorganen, wijzen 'betrouwbare flaggers' aan en erkennen onderzoekers voor toegang tot platformgegevens. Gebruikers kunnen klachten indienen bij de coördinator over schendingen van de DSA.

#### 4.4.6.2 EMFA

De Europese verordening mediavrijheid (European Media Freedom Act of EMFA) is sinds 8 augustus 2025 (grotendeels) van toepassing.

De Europese verordening zorgt voor een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten in de interne markt om het pluralisme in de media en de onafhankelijkheid van mediadiensten te beschermen.

In grote lijnen beschermt de nieuwe regelgeving in de EMFA 'mediadiensten[723]' (tv-, pers-, radio-, video- of audiostreamingdiensten: dus ruimer dan audiovisuele mediadiensten en ook audio en pers omvattend) tegen inmenging van hun eigenaren, overheden, en tegen ongerechtvaardigde moderatie door zeer grote onlineplatforms (VLOP's[724], zoals gedefinieerd in de Digitaledienstenverordening - DSA). De EMFA introduceert ook nieuwe rechten voor gebruikers om pluralistische en onafhankelijke media te ontvangen.

Bovendien richt de EMFA ook een Europese Raad voor Mediadiensten ('European Board for Media Services') op, die een belangrijke rol zal spelen bij de toepassing van de EMFA (en de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten - AVMD) en in de plaats komt van de bestaande samenwerking tussen de Europese mediaregulatoren in ERGA (dat bijgevolg wordt opgeheven). De Europese Raad voor Mediadiensten heeft zijn startvergadering gehouden op 10 februari 2025.[725]

#### 4.4.6.3 Media Pluralisme Monitor

De Media Pluralisme Monitor (MPM) is een instrument dat ontwikkeld is om de risico's voor mediapluralisme in een bepaald land te beoordelen. Voorafgaand aan de implementatie in 2025 is de tool geïmplementeerd in de periode 2016-2017 en 2020-2024 en getest in het kader van twee proefprojecten die in 2014 en 2015 door de Europese Unie werden medegefinancierd. Deze twee proefimplementaties bouwden voort op het prototype van de MPM dat werd ontworpen in de 2009 Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach, uitgevoerd door KU Leuven, JIBS, CEU, Ernst & Young en een team van nationale experts. Het MPM-project wordt medegefinancierd door de Europese Unie.

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

724 Enkele voorbeelden: Amazon Store, App Store, Pornhub, YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, X, Wikipedia, Zalando, … Voor meer informatie, zie: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses.

725 Voor meer informatie, zie: https://media-board.europa.eu/index_en.

#### 4.4.6.4 Media-eigendomsmonitor

De Euromedia Ownership Monitor maakt deel uit van het Europese actieplan voor democratie, dat de Europese Commissie in december 2020 heeft gepresenteerd. Dit actieplan is bedoeld om burgers mondiger en democratieën in de EU weerbaarder te maken. Als onderdeel van dit plan verwacht de Commissie de transparantie qua eigendom en controle van de leidende nieuwsmedia te vergroten. De Euromedia Ownership Monitor is een proefproject om deze doelstelling te helpen verwezenlijken:

- Het biedt een database en visualisatie van de verschillende mediaconcerns en hun achterliggende eigendomsstructuren en evalueert de transparantie van die verhoudingen, zowel naar de burgers door middel van toegankelijke bronnen, als naar de regulatoren.
- Daarnaast wordt er ook een context geboden voor dit bronnenmateriaal in de vorm van landenrapporten.
- Een derde onderdeel van de monitor is een educatieve tool gericht op 16- tot 18-jarigen die het bewustzijn van het belang van transparantie rond media-eigendom en de eventuele gevolgen voor media-inhoud duidelijk maakt.

### 4.4.7 Actie tegen desinformatie

De afgelopen jaren is er veel aandacht besteed aan 'desinformatie' en 'hate speech'. De Europese Commissie omschrijft desinformatie als misleidende informatie die wordt verspreid om winst te maken of de publieke opinie te beïnvloeden. Hate speech omvat aanvallen op groepen of personen op basis van kenmerken zoals ras, religie of geslacht. Beide termen bevinden zich vaak in een juridisch grijze zone, wat aanpak complex maakt. Uit het jaarlijkse Digital News Report blijkt dat Vlaanderen rond 2020 zijn eerste digitale desinformatiegolf meemaakte, vooral over COVID-19. Jongeren worden vaker geconfronteerd met desinformatie door hun hogere gebruik van sociale media.

Op Europees niveau werkt het European Digital Media Observatory (EDMO) samen met factcheckers en mediadeskundigen om desinformatie te analyseren en aan te pakken. Vlaanderen wordt gevat door 2 nationale EDMO hubs: EDMO Belux en BENEDMO. De 'strengthened Code of Practice on Disinformation' en de Digital Services Act (DSA) bevatten nieuwe maatregelen om online desinformatie te bestrijden. In december 2023 werd de mededeling 'No place for hate: a Europe united against hatred' aangenomen om haat in al zijn vormen te bestrijden.

Het Antwerpse bedrijf Textgain leidt het European Observatory of Online Hate (EOOH) om online haatspraak en desinformatie te onderzoeken. Op Vlaams niveau lanceerde toenmalig minister voor Media in 2022 een projectoproep om desinformatie aan te pakken, waarbij vijf projecten werden geselecteerd die samen €3.000.000 ontvingen.

### 4.4.8 Onderzoek Cross Mediaal Consortium (XMC)

De mediaconsumptie is de afgelopen jaren sterk veranderd, onder andere door het groeiende gebruik van alternatieve schermen voor het consumeren van media-inhoud. Daardoor wordt het alsmaar moeilijker om het mediagebruik nauwkeurig op te volgen en te analyseren.

Het XMC is een initiatief van de Vlaamse mediasector en de overheid om een uniform meetsysteem te ontwikkelen dat bijhoudt hoe Vlamingen media consumeren over alle platformen heen – tv, radio, websites, apps, sociale media, streamingdiensten en meer. De metingen gebeuren door Ipsos (met RealityMine voor digitale media).

Centraal staat de creatie van één meetsysteem met één panel – het Cross Media Panel (XMP) – en één methodologie die toepasbaar is op alle mediatypes. Dit systeem moet inzicht bieden in hoe gebruikers gedurende de dag tussen verschillende platformen schakelen. Zo wil het XMC de concurrentiekracht van lokale mediabedrijven versterken tegenover internationale techgiganten die hun data afschermen. Een ander belangrijk doel is het leveren van snellere en meer gedetailleerde data aan omroepen, bijvoorbeeld over het

gebruik van video buitenshuis, radiogegevens per minuut of het kijkgedrag op publieke schermen tijdens grote evenementen.

### 4.4.9 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

#### 4.4.9.1 Meer samenwerking tussen beleidsniveaus

De VRM, de FOD Economie en de Belgische Mededingingsautoriteit zijn verschillende instanties die beleidsinformatie verzamelen over media. Op dit moment bestaat er slechts een zeer beperkte samenwerking tussen de verschillende beleidsniveaus doordat zij gebonden zijn aan strikte regels m.b.t. het uitwisselen van informatie.

Bovendien beveelt het Committee of experts on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership (MSI-MED) aan om procedures vast te leggen die transacties voorkomen die mediapluralisme kunnen verminderen. Dergelijke procedures moeten eisen dat media-eigenaars de regulator op de hoogte brengen bij een mogelijke fusie of overname van mediabedrijven wanneer bepaalde eigendoms- of controledrempels, zoals uiteengezet in wetgeving, worden overschreden. De EMFA verplicht EU-lidstaten ook om in hun nationale wetgeving materiële en procedurele regels op te nemen ter beoordeling van concentraties op de mediamarkt die van aanzienlijke invloed zouden kunnen zijn op de pluriformiteit van de media en op de redactionele onafhankelijkheid.

Ook met de Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA) zijn er bepaalde bevoegdheidsraakvlakken, wat betreft het beschermen van de gegevens van Vlaamse mediaconsumenten.

In juli 2020 is in het Verenigd Koninkrijk het Digital Regulation Cooperation Forum (DRCF) gelanceerd. Dit forum, dat de mededingingsautoriteit (CMA), de geconvergeerde media- en telecomtoezichthouder (Ofcom) en de gegevensbeschermingsautoriteit (ICO) bijeenbrengt, heeft tot doel de samenwerking en coördinatie tussen deze drie autoriteiten te ondersteunen en coherente, geïnformeerde en responsieve regulering van de Britse digitale economie tot stand te brengen en tegelijkertijd de wereldwijde impact en positie van het Verenigd Koninkrijk te versterken. De drie autoriteiten bundelen de krachten om hun vaardigheden en expertise met betrekking tot het online landschap te verbeteren om zo de beleidsvorming beter te informeren. Voorts wil men anticiperen op veranderingen, innovatie bevorderen en tegelijkertijd de internationale samenwerking versterken.

In 2021 gingen in Nederland de Autoriteit Consument & Markt, de Autoriteit Persoonsgegevens, de Autoriteit Financiële Markten en het Commissariaat voor de Media intensiever samenwerken om zo het toezicht op digitale activiteiten te versterken. Ze starten daarvoor het Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders (SDT). Binnen SDT wisselen de regulatoren kennis en ervaring uit op gebieden als kunstmatige intelligentie, algoritmen, gegevensverwerking, online design, personalisatie, manipulatie en misleidende praktijken. Ze investeren gezamenlijk in kennis, expertise en skills en gaan na waar zij elkaars werk in handhavingsprocedures kunnen versterken, bijvoorbeeld door gezamenlijk digitale marktproblemen aan te pakken.

Onder andere in het kader van de nieuwe Europese verordeningen DSA, DMA en EMFA zijn dergelijke samenwerkingen essentieel omdat er in de digitale sfeer immers niet meer onder silo's van bevoegdheden gewerkt kan worden en dit een impact kan hebben op verschillende materies. De SDT in Nederland kreeg onlangs zelfs een DSA kamer voor het afstemmen van toezicht op online platforms.

Het is aangewezen om decretaal te verduidelijken dat de VRM informatie kan uitwisselen met andere bevoegde instanties, zoals onder meer bepaald in de nieuwe Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Daarom beveelt de VRM aan om de samenwerkingsmogelijkheden via regelgeving verder uit te breiden om een grotere transparantie m.b.t. beleidsinformatie te bekomen. Alvast zeker met het BIPT, de mediaregulatoren, de BMA en de gegevensbeschermingsautoriteit.

#### 4.4.9.2 Onderzoek naar diversiteit van media-inhoud stimuleren

Het Steunpunt Media voerde voor de periode 2012-2016 beleidsrelevant onderzoek uit voor de Vlaamse overheid. Het voerde o.a. een longitudinaal onderzoek naar de gelijkenis van het nieuws in de Vlaamse kranten (1983-2013). Dergelijk onderzoek is belangrijk om diversiteit van de inhoud in de Vlaamse media te kunnen inschatten. Vandaag de dag volstaat het echter niet om enkel de inhoud van de Vlaamse kranten met elkaar te vergelijken. Vlaamse nieuwsmedia hebben ook apps en websites waar bepaalde content op te zien valt.

In het kader van het Diamondproject[726] werd onderzocht wat de impact was van mediafusies op diversiteit, toegespitst op Mediahuis. De conclusie was dat dit geleid had tot meer nieuwshomogeniteit en dat het delen van nieuwscontent een dagelijkse routine is geworden voor journalisten. Ook bleek dat er bij de kwaliteitskrant (De Standaard) en politiek nieuws meer diversiteit gekomen was. De onderzoeksgroepen imec-SMIT en Desire van de VUB deden eveneens onderzoek naar mediaconcentratie en zijn impact op de journalistiek in Vlaanderen en naar zelfpromotie.

Het beleid zou kunnen beslissen dat er extra middelen besteed worden aan een structurele verderzetting van een of meerdere onderzoeken. Mediapluralisme is een vlag die vele ladingen dekt, dus moet duidelijk afgebakend worden welke verschillende deelaspecten van het begrip mediapluralisme bijkomend bestudeerd moeten worden.

#### 4.4.9.3 Transparantie vanwege niet-lineaire omroeporganisaties

Het is vaak onduidelijk op basis van welke parameters niet-lineaire omroeporganisaties hun content rangschikken of hoe hun aanbevelingssystemen juist functioneren.

Indien het beleid hieromtrent meer transparantie belangrijk vindt, zou het niet-lineaire omroeporganisaties kunnen verplichten om bepaalde informatie over het rangschikken van content en hun aanbevelingssystemen publiek beschikbaar te stellen. O.a. in Duitsland werden al gelijkaardige regels ingevoerd.

726 Voor meer informatie,zie: https://soc.kuleuven.be/fsw/diamond

## 4.5 ORGANISATORISCHE MAATREGELEN

Om diversiteit te promoten kan de overheid overgaan tot het organiseren van evenementen en het oprichten van regelgevende instanties. Dit wordt gezien als een 'actieve' methode om de bovenstaande transparantiemaatregelen te stimuleren.

In België bestaan er verschillende organisaties die een rol kunnen spelen in het promoten van diversiteit. Op regionaal niveau zijn dit bijvoorbeeld de VRM voor de Vlaamse Gemeenschap, CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) voor de Franse Gemeenschap en Medienrat voor de Duitstalige Gemeenschap. Op federaal niveau is dit het BIPT (Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie) en de Belgische Mededingingsautoriteit.

Door de vergaande verstrengeling van de bevoegdheden inzake omroep en telecommunicatie, is met betrekking tot de toepassing van de regelgeving een pragmatische en werkzame vorm van samenwerking noodzakelijk tussen de regulerende instanties. In het licht van de technologische convergentie die de elektronische-communicatiesector kenmerkt, werd op 17 november 2006 een samenwerkingsakkoord gesloten tussen de Federale Staat, de Vlaamse Gemeenschap, de Franse en de Duitstalige Gemeenschap om de samenwerking tussen deze verschillende instanties te regelen.

### 4.5.1 Oprichting VRM

De VRM is de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media. In het belang van Vlaamse kijkers en luisteraars ziet hij erop toe dat de mediaregelgeving beschreven in het Mediadecreet en de uitvoeringsbesluiten in Vlaanderen nageleefd wordt. De VRM komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving.

Voorts waakt hij specifiek over de bescherming van minderjarigen en over onpartijdigheid op de Vlaamse radio en tv. De VRM beheert ook de toekenning van zendvergunningen aan Vlaamse audio(visuele) media.

De VRM werd bovendien ook als bevoegde autoriteit aangeduid, in de zin van artikel 49 van de Digitaledienstenverordening (DSA), voor handhaving en toezicht op Vlaamse 'tussenhandeldiensten die betrekking hebben op omroepactiviteiten'.[727]

De VRM werd opgericht door de Vlaamse overheid bij decreet van 16 december 2005 (B.S. 30/12/2005). Hij nam de taken over van het voormalige Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM), de Vlaamse Kijk- en Luisterraad en de Vlaamse Geschillenraad voor Radio en Televisie. Met de oprichting van de VRM werd ervoor gezorgd dat het toezicht op de Vlaamse audiovisuele media door slechts één autonome instantie gebeurt.

De missie van de organisatie is omschreven in artikel 218, § 1, van het Mediadecreet: 'De Vlaamse Regulator voor de Media heeft als missie de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap, het beslechten van geschillen over de mediaregelgeving en het uitreiken van media-erkenningen en –vergunningen, overeenkomstig de regelgeving.'

De Vlaamse Regulator voor de Media behoort tot het beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse overheid. De VRM is een publiekrechtelijk vormgegeven extern verzelfstandigd agentschap met rechtspersoonlijkheid (EVA).

Het bestuursorgaan, nl. de raad van bestuur, is bevoegd om alle handelingen te stellen die noodzakelijk zijn voor de verwezenlijking van het doel van het agentschap. De gedelegeerd bestuurder neemt het dagelijks bestuur van de VRM waar.

Binnen de organisatie van de VRM zetelen twee kamers, de algemene kamer en de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen. De administratie staat in voor de ondersteuning van het agentschap.

727 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 26 januari 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie tot gedeeltelijke uitvoering van de digitaledienstenverordening", 6 februari 2024.

### 4.5.2 Belgische en Europese Mededingingsautoriteit

Sommige fusies, overnames en samenwerkingsverbanden tussen bedrijven zijn onderworpen aan een goedkeuring door de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA, vroegere Raad voor de Mededinging) of de Europese Commissie. Op welk bevoegdheidsniveau het dossier terecht zal komen, is afhankelijk van de grootte van de onderneming.

De BMA en de Europese Commissie zullen zich in ieder geval bij hun oordeel vooral laten leiden door een economische analyse van de markt en zullen kijken of er geen monopolievorming of misbruik van machtspositie kan ontstaan.

Andere overwegingen spelen uiteraard ook een rol, maar de economische analyse van de markt weegt zwaar door. In dit verband kan verwezen worden naar de concentratiezaak van Mediahuis nv (Beslissing nr. BMA-2013-C/C-03 van 25 oktober 2013). Uit de zaak blijkt bijvoorbeeld dat de BMA ook oog heeft voor de risico's die een transactie inhoudt voor de verschraling van de kwaliteit en van de inhoudelijke diversiteit (zie bv. § 693 e.v. van de beslissing). Eén van de voorwaarden voor het toelaten van de concentratie was dat Mediahuis nv alle bestaande krantentitels zou behouden met een voldoende uitgebouwde redactie van journalisten en/of correspondenten..

### 4.5.3 Journalistenloket

Om de sector van de geschreven pers te ondersteunen investeert de minister van Media jaarlijks in het Journalistenloket en het erkenningsplatform van de VVJ.

Het Journalistenloket is een online platform dat allerhande informatie ter beschikking stelt voor journalisten, zoals onder andere een vademecum voor freelancers, een helpdesk met persoonlijk eerstelijnsadvies, maar ook tips en tricks voor het professioneel uitvoeren van het beroep; de algemene verordening gegevensbescherming (AVG of GDPR) en de aansprakelijkheid van een journalist. Daarnaast biedt het Journalistenloket ook toegang tot het erkenningsplatform voor het statuut van beroepsjournalist.

De voorbije jaren zijn hierbij essentiële werkthema's bijgekomen die meer aandacht verdienen. Thema's zoals de invoering van nieuwe technologieën en artificiële intelligentie, het toenemende belang van data en de veiligheid van het journalistieke werk. De minister van Media heeft in 2023 ermee ingestemd om bovenop de jaarlijkse ondersteuning van het Journalistenloket en het erkenningsplatform, de VVJ extra te ondersteunen bij het opzetten van een Kenniscentrum, de VVJ Academy. De VVJ zal via haar kenniscentrum extra inzetten op kennisverzameling, studiewerk en expertise-ontwikkeling, Net als het Fonds Pascal Decroos (zie punt 1.2.4) en Mediawijs (zie punt 1.4.4) valt VVJ vanaf 2023 onder de speciale regeling voor organisaties met een bijzondere opdracht binnen mediabeleid (zie artikel 2 van het programmadecreet 2023 en het uitvoeringsbesluit van 1 maart 2024).

### 4.5.4 Ondersteuning bij deelname beurzen

Vlaamse audiovisuele producties worden de laatste jaren steeds meer op buitenlandse zenders geprogrammeerd of via buitenlandse VOD-diensten aangeboden. De inkomsten die hieruit voortvloeien bieden meer ademruimte aan de producenten. Ook andere aanbieders van mediadiensten kunnen baat hebben bij het bekendmaken van hun producten op internationale fora.

Flanders Investment & Trade biedt steun en organiseert mogelijkheden waarvan bedrijven kunnen genieten bij deelname aan fysieke, hybride of virtuele beurzen.

### 4.5.5 Uitbreidingsmogelijkheden

#### 4.5.5.1 Mediapluralismetest

Artikel 22 van de EMFA bepaalt dat de lidstaten in hun nationale regelgeving materiële en procedurele regels moeten opnemen ter voorafgaande beoordeling van concentraties op de mediamarkt die van aanzienlijke invloed zouden kunnen zijn op de pluriformiteit van de media en op de redactionele onafhankelijkheid.

Deze beoordeling van concentraties op de mediamarkt staat evenwel los van de beoordelingen op grond van het mededingingsrecht (maar niettemin lijkt overleg of informatie-uitwisseling met de mededingingsautoriteit wenselijk). De Europese Commissie, bijgestaan door de Europese Raad voor Mediadiensten, zal richtsnoeren uitvaardigen met betrekking tot de beoordelingselementen.

In de Belgische context speelt daarbij de bevoegdheidsverdeling een rol. Verschillende instanties reflecteren over samenwerkingsvormen. De VRM heeft b.v. reeds een interne studiedag gewijd aan dit onderwerp. Ook (academisch) onderzoek  zou inzichten kunnen opleveren over de vraag binnen welke context de informatie-uitwisseling tussen deze instanties mogelijk zou kunnen zijn.

Indien het waarschijnlijk is dat een concentratie op de mediamarkt gevolgen zal hebben voor de werking van de Europese interne markt voor mediadiensten, pleegt de betrokken nationale regulerende instantie of het betrokken nationale regulerende orgaan vooraf overleg met de Europese Raad voor Mediadiensten over zijn ontwerpbeoordeling of ontwerpadvies.

De lidstaten zullen in hun wetgeving dus moeten voorzien in procedures voor de voorafgaande beoordeling van mediamarktfusies of -concentraties. Deze procedures moeten in overeenstemming zijn met de vereisten uit dit artikel. De VRM moet in ieder geval verantwoordelijk zijn voor de mediapluralismetest of hierbij substantieel betrokken zijn. Hoewel de beoordeling los staat van de beoordeling in het kader van het mededingingsrecht, zal toch in een vorm van samenwerking met de BMA voorzien moeten worden.

## 4.6 BESLUIT HOOFDSTUK 4

In dit hoofdstuk werden de verschillende mogelijkheden beschreven hoe de Vlaamse overheid ingrijpt om diversiteit en concurrentie in de mediasector te behouden en te stimuleren.

Ze werden beschreven volgens een bestaand schema dat een onderscheid maakt tussen restricties, tegengewicht, economische tussenkomst, transparantie en organisatorische maatregelen. Hieronder vindt u een overzicht in schemavorm.

| CATEGORIE | BESTAANDE MAATREGELEN | UITBREIDINGSMOGELIJKHEDEN EN BELEIDSAANBEVELINGEN |
|---|---|---|
| Restricties | Eigendomsrestricties<br>Redactionele onafhankelijkheid/ verantwoordelijkheid<br>Regulering<br>Signaalintegriteit<br>Netneutraliteit | Mogelijke maatregelen omtrent gate-keepers<br>Restricties aantal DAB+-omroeporganisaties |
| Tegengewicht | Bevordering van Europese en onafhankelijke producties<br>Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling<br>De openbare omroeporganisatie VRT nv<br>Fonds Pascal Decroos<br>Toegankelijkheid | Must-offerverplichtingen<br>Update must-carry regelgeving<br>Laster en eerroof uit Strafwetboek<br>Wettelijk kader a priori beperkingen<br>Anti-SLAPP wetgeving<br>Evaluatie evenementenregeling en vrije nieuwsgaring |
| Economische tussenkomst | Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties<br>Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector<br>Screen Flanders<br>Federale economische maatregelen | Ondersteuningsmechanisme lokale journalistiek |
| Transparantie | Mediaconcentratierapport<br>Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT<br>Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen<br>Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs<br>Rapportering over netneutraliteit<br>Europese initiatieven omtrent media<br>Actie tegen Desinformatie<br>Onderzoek Cross Mediaal Consortium (XMC) | Meer samenwerking tussen beleidsniveaus<br>Onderzoek naar diversiteit van media-inhoud stimuleren<br>Transparantie vanwege niet-lineaire omroeporganisaties |
| Organisatorische maatregelen | Oprichting VRM<br>Belgische en Europese Mededingingsautoriteit<br>Journalistenloket<br>Ondersteuning bij deelname aan beurzen | Mediapluralismetest |

Tabel 98: overzicht bestaande maatregelen en uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

### 4.6.1 Bestaande maatregelen

Onder de categorie restricties werden maatregelen vermeld omtrent eigendomsrestricties, redactionele onafhankelijkheid, regulering en netneutraliteit.

Over het algemeen kan worden opgemerkt dat audiovisuele media aan meer restricties en tegengewichtmaatregelen onderhevig zijn dan gedrukte media en internet. In Vlaanderen kennen we vrij weinig eigendomsrestricties.

Vroeger waren er ook eigendomsrestricties ten aanzien van de regionale televisie-omroeporganisaties. Het aandeelhouderschap van een exploitatiemaatschappij mocht maar voor maximaal 25% plus één aandeel in handen zijn van één of meer regionale televisieomroeporganisaties. Bij decreet van 9 februari 2024 werd deze passage opgeheven.

In het Mediadecreet zijn wel waarborgen ingebouwd voor redactionele onafhankelijkheid. In de audiovisuele sector zijn er ook een aantal vormen van regulering. De marktregulering op grond van artikelen 190-192/15 van het Mediadecreet en de regeling rond de signaalintegriteit vallen binnen deze categorie.

In het kader van de signaalintegriteit bereikten de omroeporganisaties en dienstenverdelers in 2021 een akkoord voor een aangepast, uniform model voor tv-reclame waarbij er bepaalde niet-doorspoelbare reclame te zien is bij uitgesteld kijken, naar analogie met wat kijkers op online videoplatformen ervaren.

Op 26 juli 2024 hebben Proximus en Telenet, en een jaar later, op 25 juli 2025, Proximus en VOO, aangekondigd dat ze ontwerpovereenkomsten gesloten hebben met als doel samen te werken voor de uitrol van glasvezelnetwerken in een deel van Vlaanderen en Wallonië. De BMA heeft besloten om hierover een onderzoek

te starten. De beslissing van de BMA zal een belangrijk gegeven vormen voor de komende marktanalyse.

Daarnaast is er ook nog regelgeving omtrent netneutraliteit.

Diversiteit kan ook bewerkstelligd worden door tegengewicht te bieden.

In het Mediadecreet is er een regeling uitgewerkt omtrent de bevordering van Europese en onafhankelijke producties om diversiteit te waarborgen in het televisieaanbod.

Must-carryverplichtingen en een evenementenregeling zijn manieren om toegang te garanderen tot bepaalde content.

Op 3 mei 2024 heeft de Vlaamse Regering, na advies van de VRM, de netwerken, die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om omroepprogramma's te ontvangen vastgelegd. Deze netwerken worden ten minste om de vijf jaar, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, vastgelegd door de Vlaamse Regering.

De openbare omroeporganisatie VRT engageert zich in haar beheersovereenkomst om een aantal normen qua diversiteit na te leven. De Vlaamse Regering hechtte op 18 juli 2025 haar goedkeuring aan de beheersovereenkomst met de VRT voor de periode van 1 januari 2026 tot en met 31 december 2030.

Het Fonds Pascal Decroos werd opgericht om journalisten de kans te geven bepaalde stukken te realiseren.

De toegang tot audiovisuele media voor personen met een handicap is de voorbije jaren op Europees vlak geconcretiseerd via twee richtlijnen: de Richtlijn AVMD en de Toegankelijkheidsrichtlijn.

De Vlaamse overheid komt via een aantal acties economisch tussenbeide teneinde de diversiteit van het media-aanbod te bevorderen.

Zo zijn er de steunmaatregelen aan de regionale televisieomroeporganisaties, stimuleringsregeling van de audiovisuele sector en Screen Flanders.

In 2024 sloot de Vlaamse Regering een nieuwe samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse regionale televisieomroeporganisaties en NORTV. Deze overeenkomst loopt tot 2028. De regionale televisieomroeporganisaties krijgen een structurele subsidie in ruil voor verschillende engagementen.

Bij decreet van 1 maart 2024 werd een nieuwe eengemaakte stimuleringsregeling voor de Vlaamse audiovisuele productiesector uitgewerkt.[728] De bestaande investeringsverplichting voor particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers werden geactualiseerd, op elkaar afgestemd en aangevuld met een bijdrageverplichting voor aanbieders van videoplatformdiensten.

Naast de Vlaamse maatregelen zijn er ook een aantal federale economische maatregelen genomen ten behoeve van de aanbieders van mediaproducten: het Tax Sheltersysteem voor audiovisuele producties, de overheidssteun voor de krantenbedeling en een gunstige BTW-regeling voor zowel digitale als papieren kranten.

Tussen 1 januari 2016 en 30 juni 2024 was er een krantencontract tussen de Belgische Staat en Bpost in werking. Dit gebeurde na een aanbestedingsprocedure. Door mogelijke onregelmatigheden ging het systeem van de krantenconcessie op de schop. De vorige concessie werd nog een laatste keer verlengd tot 30 juni 2024. Vanaf 1 juli 2024 trad een nieuw systeem in werking, wat nog loopt tot eind 2026. Vanaf 2027 vervalt de overheidssteun.

Door een aantal transparantiemaatregelen die de Vlaamse overheid voorzien heeft wordt inzicht gegeven in de

728 Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

problematiek van de mediaconcentratie en aandacht voor diversiteit.

De aanmaak van dit eigenste mediaconcentratierapport, het toezicht op de naleving van de beheersovereenkomst van de VRT en het toezicht op de erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen zijn een aantal opdrachten die de VRM kreeg met de bedoeling om de diversiteit te bevorderen door beter inzicht in de achterliggende structuren te bieden.

De Vlaamse Regering werkt aan een wijzigingsdecreet om artikel 6 van de Europese Verordening Mediavrijheid om te zetten, dat aanbieders van mediadiensten verplicht om eigendomsinformatie toegankelijk te maken voor gebruikers. In uitvoering daarvan zal de VRM hier zeker bij betrokken worden.

Daarnaast zijn er initiatieven zoals het Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs.

Ook de Europese Commissie ontwikkelt verschillende initiatieven met betrekking tot de mediasector, zoals de DSA en DMA, de EMFA, de Media Pluralism Monitor en de Media Ownership Monitor.

De DSA van 19 oktober 2022 is sinds 17 februari 2024 volledig van toepassing. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT fungeert als de Belgische DDC. Autoriteiten certificeren geschillenbeslechtingsorganen, wijzen 'betrouwbare flaggers' aan en erkennen onderzoekers voor toegang tot platformgegevens. Gebruikers kunnen klachten indienen bij de coördinator over schendingen van de DSA.

De Europese verordening mediavrijheid (European Media Freedom Act of EMFA) is sinds 8 augustus 2025 (grotendeels) van toepassing.

De rapportering die in het kader van de Europese verordening i.v.m. netneutraliteit gemaakt wordt, wordt jaarlijks gepubliceerd.

De mediaconsumptie is de voorbije jaren sterk geëvolueerd, onder meer door het toenemende gebruik van alternatieve schermen, wat het moeilijker maakt om het mediagebruik accuraat te meten. Daarom lanceerden de Vlaamse mediasector en overheid het XMC, een initiatief dat via één meetsysteem en één panel (het Cross Media Panel) het mediagebruik over alle platformen heen in kaart brengt. Het systeem, uitgevoerd door Ipsos en RealityMine, moet zowel diepgaand inzicht bieden in mediagedrag als lokale spelers versterken tegenover internationale techreuzen.

Ten slotte zijn er een aantal organisatorische maatregelen die getroffen werden, zoals de oprichting van de VRM, het bestaan van de Belgische en Europese mededingingsinstanties, het Journalistenloket en bepaalde ondersteuning bij deelname aan beurzen.

### 4.6.2 Uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

In dit hoofdstuk werden een aantal voorstellen geformuleerd om in de toekomst nog beter naar de diversiteit van het Vlaamse medialandschap toe te werken. Sommige van deze voorstellen waren reeds in eerdere rapporten vermeld. Een aantal voorstellen kregen extra aandacht door middel van arcering en werden opgenomen als beleidsaanbeveling.

Met deze voorstellen wordt geanticipeerd op een mogelijk gevaar voor de concentratie en/of diversiteit binnen de Vlaamse mediasector. Ze kunnen verder uitgewerkt worden wanneer het beleid effectief van oordeel is dat er actie vereist is. Met de EMFA zullen in ieder geval een aantal nieuwe maatregelen van kracht worden ter bescherming van de vrijheid en de pluriformiteit van de media, met name over: de besteding van overheidsmiddelen voor overheidsreclame, publieksmeting, waarborgen voor aanbieders van publieke mediadiensten, databanken voor media-eigendom, mediadiensten op zeer grote onlineplatforms, configuraties van gebruikersinterfaces en mediafusies.

Onder de categorie restricties werden mogelijke maatregelen vermeld omtrent gatekeepers en mogelijke restricties omtrent het aantal DAB+-zenders.

De VRM brengt het begrip prominence onder de aandacht. Het beleid werkt momenteel aan een decreet en uitvoeringsbesluit 'passende aandacht' om toegang tot mediadiensten van algemeen belang te waarborgen.

In dit kader introduceert de Europese verordening mediavrijheid (beter gekend onder de Engelse benaming European Media Freedom Act, hierna EMFA) een recht op aanpassing van het media-aanbod. Artikel 20 legt het recht van gebruikers vast om de configuratie, met inbegrip van de standaardinstellingen, van een apparaat of gebruikersinterface eenvoudig te wijzigen teneinde het media-aanbod aan te passen aan hun interesses of voorkeuren. Dit recht mag echter geen afbreuk doen aan de bepalingen die reeds zijn genomen of in de toekomst zullen worden genomen teneinde te voorzien in prominentie en ter bescherming van de signaalintegriteit.

Deze regel treedt wel pas in werking op 8 mei 2027.

Als vorm van tegengewicht blijft, indien het nodig geacht wordt om tv-omroepen beschikbaar te stellen aan dienstenverdelers, de piste van de must-offerverplichtingen een mogelijke remedie. Tijdens de voorbereiding van zijn advies aan de Vlaamse Regering rond de must carry-verplichting ervoer de VRM dat door technologische evoluties het bestaande wettelijke kader ondertussen enigszins gedateerd is, en de huidige marktsituatie niet meer voor 100% dekt. Een actualisatie van de regelgeving zou de adviesverlening door de VRM kunnen verbeteren.

De VRM signaleert de kwestie dat laster en eerroof als strafbare feiten gezien worden als een risico voor de vrije meningsuiting.

Hoewel België een grondwettelijke bescherming van de pers en van de meningsuiting heeft, is het ook het onderwerp geweest van – onopgeloste – waarschuwingen van het Europese Hof voor de Rechten van de Mens voor het ontbreken van een duidelijk wettelijk kader van a priori beperkingen. Een kwestie die vandaag de dag nog steeds niet is opgelost. Er was een recente zaak omtrent een politicus, waarbij media geen informatie mochten verspreiden uit stukken van het strafonderzoek. Volgens de Media Pluralism Monitor over België[729] kan dit beschouwd worden als een risico voor mediapluralisme.

Indien het beleid dit belangrijk vindt, adviseert de VRM om een standpunt hierover mee te delen aan de bevoegde federale overheid.

Anti-SLAPP wetgeving zou de vrije meningsuiting van de journalist kunnen vrijwaren. Op Europees niveau werd al een anti-SLAPP-pakket uitgewerkt, dat zowel regelgevende als andere maatregelen inhoudt.

Het media-ecosysteem is de laatste jaren ingrijpend veranderd en zodoende zou het niet onverstandig zijn om zowel het evenementenbesluit als bepaalde elementen inzake het recht op vrije informatiegaring aan een evaluatie te onderwerpen.

Qua economische tussenkomst springt voornamelijk de precaire situatie van de lokale journalistiek in het oog. Indien het beleid het belangrijk vindt, omwille van het verlies aan mediapluralisme, om hier iets aan te doen, zou een ondersteuningsmechanisme uitgewerkt kunnen worden, zeker voor hyperlokale journalistiek.

De VRM, FOD Economie en de Belgische Mededingingsautoriteit verzamelen beleidsinformatie over media, maar werken beperkt samen door strikte regels.

Onder andere in het kader van de nieuwe Europese verordeningen zijn dergelijke samenwerkingen essentieel omdat er in de digitale sfeer immers niet meer onder silo's van bevoegdheden gewerkt kan worden en dit een impact kan hebben op verschillende materies.

729 Valcke, P., & Wauters, E. (2024). Media Pluralism Monitor 2023- Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Het is aangewezen om decretaal te verduidelijken dat de VRM informatie kan uitwisselen met andere bevoegde instanties, zoals onder meer bepaald in de nieuwe Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Daarom beveelt de VRM aan om de samenwerkingsmogelijkheden via regelgeving verder uit te breiden om een grotere transparantie m.b.t. beleidsinformatie te bekomen.

Het beleid zou ook kunnen beslissen dat er extra middelen besteed worden aan een structurele verderzetting van een of meerdere onderzoeken. Mediapluralisme is een vlag die vele ladingen dekt, dus moet duidelijk afgebakend worden welke verschillende deelaspecten van het begrip mediapluralisme bijkomend bestudeerd moeten worden.

Het is vaak onduidelijk op basis van welke parameters niet-lineaire omroeporganisaties hun content rangschikken of hoe hun aanbevelingssystemen juist functioneren.

Indien het beleid hieromtrent meer transparantie belangrijk vindt, zou het niet-lineaire omroeporganisaties kunnen verplichten om bepaalde informatie publiek beschikbaar te stellen om de vrijheid van meningsuiting te garanderen. O.a. in Duitsland werden al gelijkaardige regels ingevoerd.

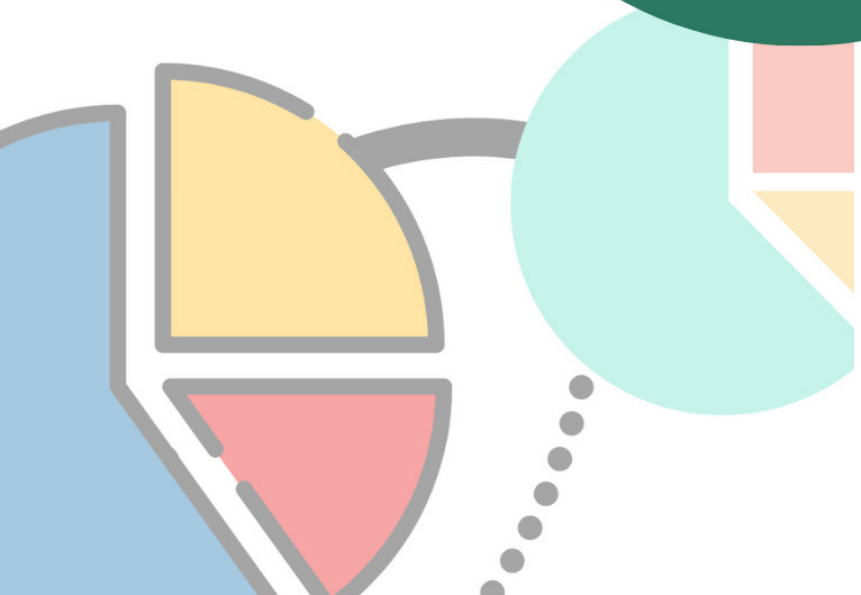
Artikel 22 van de EMFA verplicht lidstaten om regels op te stellen voor de voorafgaande beoordeling van mediamarktconcentraties die de mediapluriformiteit en redactionele onafhankelijkheid kunnen beïnvloeden. Deze beoordeling staat los van het mededingingsrecht, al is samenwerking met de mededingingsautoriteit wenselijk. De Europese Commissie zal richtsnoeren uitvaardigen, en bij grensoverschrijdende impact is overleg met de Europese Raad voor Mediadiensten vereist. De Vlaamse Regering werkt aan een wijzigingsdecreet ter omzetting. De VRM moet verantwoordelijk zijn of betrokken worden bij de mediapluralismetest en afstemmen of samenwerken met de BMA.

# Hoofdstuk 5

## Algemeen besluit




# Algemeen besluit





# 5. ALGEMEEN BESLUIT

Als besluit worden in dit hoofdstuk de bevindingen van het mediaconcentratierapport 2025 in grote lijnen opgesomd.

## 5.1 Afbakening van de sector

In het eerste hoofdstuk werd de Vlaamse mediasector afgebakend door na te gaan welke spelers in welke mediasegmenten actief zijn.

Wat **radio** betreft, valt de uitbreiding van het aanbod van verschillende reclameregies (VAR, Transfer en het Nederlandse Switch Media op.

De netwerkradio's ondergingen belangrijke wijzigingen. NRJ Vlaanderen werd eind 2023 op de FM-band vervangen door Nostalgie Plus. De aandeelhoudersstructuur van SBS Media Belgium wijzigde in 2025, waarbij Mediahuis de enige aandeelhouder werd en de statutaire naam veranderde naar Vlaanderen Twee.

MENT startte begin 2025 met een nieuwe radiozender, MENTpop-radio, als aanvulling op hun tv-zenders MENT55 en MENTpop. Het is te beluisteren via DAB+ in Vlaanderen.

De podcastmarkt blijft groeien, met sterke cijfers voor nieuwsgerichte podcasts. Toch blijven structurele uitdagingen bestaan, zoals het gebrek aan een duurzaam verdienmodel. Het gezamenlijke platform Podgrond werd stopgezet, terwijl internationale spelers zoals Spotify hun positie versterken via nieuwe advertentiemodellen.

De geplande afschakeling van de FM-band tegen 2031 werd uitgesteld, maar de penetratie van DAB+ blijft toenemen. Cellnex Broadcast Partners versterkte zijn positie als zendoperator, en de samenwerking tussen DPG Media en SBS Media Belgium leidde tot tijdelijke licenties om etherstilte te vermijden. Frequentiekanalen 5A/5D kunnen op die manier vrijgehouden worden voor bovenlokale DAB+-dekking.

Wat **televisie** betreft, nam de Europese Commissie de afgelopen jaren verschillende regelgevende initiatieven die een directe impact hebben op het mediabeleid, waaronder de Europese Verordening Mediavrijheid, de Europese Verordening Politieke Reclame en de AI-verordening.

In 2023 kende de Vlaamse audiovisuele productiesector nog een recordjaar, met meer reeksen en hogere budgetten dan ooit. Streamz groeide uit tot het belangrijkste platform voor private producties. Ondanks dit succes blijft de sector sterk afhankelijk van publieke financiering en kampt ze met stijgende kosten, beperkte budgetgroei en toenemende financiële druk. Productiehuizen waarschuwen ondertussen voor faillissementen en besparingen.

Sabam, dat in 2024 een recordbedrag van €35 miljoen aan auteursrechten uitkeerde, waarschuwde voor de negatieve impact van generatieve AI., AI-content verdringt menselijke creaties en zet beroepen zoals stemacteurs en ondertitelaars onder druk. Sabam hekelt ook het gebruik van creatieve werken door platformen zonder proportionele vergoeding.

2025 is een belangrijk jaar voor het XMP cross media panel van CIM en XMC, gesteund door de Vlaamse overheid. Het wil dit jaar het volledige mediagebruik van Vlamingen in kaart brengen.

De Vlaamse Regering en VRT sloten een nieuwe beheersovereenkomst af die de koers van de openbare omroep tot 2030 vastlegt.

De Vlaamse commerciële zenders VTM en Play Media waarschuwen voor structurele verliezen vanaf 2026, veroorzaakt door dalende tv-abonnementen en verschuivende reclame-inkomsten naar internationale

platformen zoals Netflix en YouTube.

Ondanks digitale initiatieven zoals Streamz en VTM GO, blijven de inkomsten ontoereikend. De sector waarschuwt voor het verlies van tot 700 jobs en vraagt politieke steun, waaronder fiscale voordelen voor adverteerders en verplichtingen voor smart-tv-fabrikanten. De Vlaamse Regering maakt werk van regelgeving om Vlaamse media-apps prominenter te maken op smart-tv's.

Vanaf 28 april 2025 is Play Sports van Telenet beschikbaar voor alle klanten via een nieuwe app, ongeacht of ze digitale tv hebben. De app biedt live sport, video-on-demand, podcasts en gepersonaliseerde functies aan. Proximus en Orange sloten aparte deals met Telenet, waardoor hun klanten ook toegang krijgen tot exclusieve competities zoals de Premier League en Bundesliga. Intussen verwierf DAZN de uitzendrechten van de Jupiler Pro League, waardoor Belgisch voetbal momenteel enkel nog via hun app te bekijken is. VRT bereikte wel een akkoord met rechtenhouder DAZN over het tonen van beelden uit wedstrijden van de Jupiler Pro League. Traditionele tv-verdeling maakt plaats voor digitale platformen, wat leidt tot onzekerheid over het nieuwe verdienmodel.

Begin 2025 werd Focus-WTV vzw erkend als de nieuwe regionale televisieomroep voor West-Vlaanderen, na een fusie van Focus TV vzw en WTV-Zuid vzw. Deze schaalvergroting past binnen het Vlaamse mediabeleid om regionale zenders efficiënter en redactioneel sterker te maken.

De internationale streamingmarkt is volwassen aan het worden: grote spelers, die ook in Vlaanderen actief zijn, zoals Netflix en Disney boeken voor het eerst structurele winsten.

De Vlaamse SVOD-markt is stabiel, maar kent veel abonnementswissels. BVOD-platformen zoals VRT MAX en GoPlay winnen terrein dankzij geconnecteerde tv's en bereiken 12% extra kijkers die lineaire tv niet bereikt. Tegelijk voeren steeds meer diensten, waaronder Streamz, beperkingen in op accountdeling buiten het huishouden. De toekomst ligt in slimme bundeling, lokale verankering en een mix van abonnements- en advertentiemodellen.

De nieuwe investeringsverplichting trad in werking op 1 januari 2025. Vlaanderen is hiermee de eerste regio in Europa die dergelijke verplichting ook oplegt aan aanbieders van videoplatformdiensten. Google, Meta en TikTok stellen echter dat het decreet verder gaat dan Europese Richtlijnen en hebben een beroep tot (gedeeltelijke) vernietiging ingediend bij het Grondwettelijk Hof.

Op 1 oktober 2025 is de integratie van VOO in Orange Belgium afgerond. Het personeel van VOO werd op 1 juli overgedragen aan Orange Belgium via een conventionele bedrijfsoverdracht. De netwerkactiva van VOO zijn op 1 oktober overgedragen aan Orange Netco, een dochteronderneming van Orange Belgium die op 18 april werd opgericht. Niet-overgedragen activa zijn geïntegreerd in Orange Belgium. VOO houdt op te bestaan als zelfstandige juridische entiteit.

Wat **geschreven pers** betreft, zijn de titels op de Vlaamse betalende krantenmarkt niet gewijzigd. Naast het feit dat Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen nu onder één algemene hoofdredacteur staan, zijn er geen andere significante stappen gezet in de convergentietendens tussen redacties en mediavormen van de afgelopen jaren.

De VVJ meldt dat zowel het aantal beroepsjournalisten als journalisten van beroep gestegen is ten opzichte van 2023. Het aantal stagiairs ligt dan weer iets lager.

België daalt in de World Press Freedom Index 2025 van Reporters Sans Frontières (RSF) naar de 18de plaats (16de vorig jaar). Algemeen stelt RSF dat de persvrijheid in Europa een kritiek punt heeft bereikt door oorlogsgeweld, politieke beïnvloeding, strategische rechtszaken (SLAPP) en nieuwere technieken (bv. spywareschandalen). In 2024 heeft de Europese Unie een anti-SLAPP-richtlijn aangenomen, die tegen midden 2026 moet worden omgezet in nationale wetgeving. In België heeft een werkgroep alvast een modelwet hieromtrent opgesteld voor de minister van Justitie.

Eind 2024 sloot Google een akkoord met DPG Media, Mediahuis en Roularta rond het publiceren van een selectie van hun artikels op Google News Showcase. Soortgelijke overeenkomsten met internationale AI-bedrijven zijn er nog niet. De bezorgdheden rond het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk bij het trainen van AI-chatbots en -systemen blijven dus bestaan. Verder waarschuwt de Europese federatie European News Media voor er een kloof tussen grote (internationale) uitgevers en kleinere (nationale/lokale) uitgevers wat betreft het sluiten van akkoorden. In Vlaanderen zijn de uitgevers (nog) niet van plan om gezamenlijk te onderhandelen met de AI-bedrijven.

De reclamesector kenmerkt zich door samenwerkingen omtrent advertentiewerving, bv. Magixx (Roularta, Rossel en DPG Media) en Ads & Data (Telenet, Mediahuis, Proximus en Pebble Media).

De magazinemarkt blijft het moeilijk hebben, veelal door tegenvallende resultaten en stijgende kosten. Zo geeft MediaNation niet langer de print magazines Goodbye en Gezond uit. Verder vernieuwde Mediahuis zijn weekendaanbod met WKND, een bijlage die NU en Check samenbrengt, als een volgende stap in de digitale transformatie van Het Nieuwsblad. Tot slot verkocht Roularta Media Group opnieuw drie vakbladen aan Professional Media Group omdat het er te weinig groeimogelijkheden voor zag in het eigen portfolio.

Ondanks initiatieven van Roularta (Mijn Magazines) en DPG Media (Tijdschrift.be) blijft de convergentie tussen de papieren en digitale magazinemarkt duidelijk minder vlot verlopen dan bij de kranten.

Gratis bladen hebben het zowaar nog moeilijker dan magazines. In 2025 stopten De Grensverspreider, Content, MAXzine en Tips: stijgende kosten voor papier, drukwerk, distributie en gemeentetaksen in combinatie met maatschappelijk veralgemeend gebruik van het internet en de sociale media.

Door het gesjoemel bij de toewijzing van de krantenconcessie werd deze concessie stopgezet en geldt er tot en met 2026 een subsidiemodel met steun op basis van bevolkingsdichtheid per gewest. De juridische onderzoeken zijn nog lopende. Na een akkoord met de Vlaamse uitgevers schoof Bpost sinds midden 2024 de verdeling door naar AMP en PPP. Dit ging gepaard met ernstige leveringsproblemen door een tekort aan krantenbezorgers. De Vlaamse uitgevers namen noodmaatregelen. Vermoedelijk zullen de problemen pas tegen eind 2026 opgelost zijn.

In 2022 trad tot slot een nieuwe auteurswet in werking, dewelke een persuitgeversrecht creëert. Persuitgevers kunnen hun nieuwsaanbod zo beter valoriseren tegenover platformen. Google en Meta vochten de wet aan bij het Grondwettelijk Hof, die hierover drie prejudiciële vragen stelde aan het Europees Hof van Justitie.

Wat **internet** betreft, wordt op verschillende manieren weerwerk geboden tegen de machtsposities van grote internationale internetbedrijven. Met name via samenwerking (bv. Magixx en Ads & Data op reclamevlak), rechtszaken (bv. 30 Europese mediabedrijven tegen Google's Ad Tech of Proxistore tegen Google) en onderzoek (bv. een witboek van CIM omtrent het nieuwe meetsysteem CIM ONE).

De tweejaarlijkse Nieuwsbarometer leert dat de gemiddelde jongere nieuws consumeert via verschillende kanalen, met televisie of streaming op de tweede plaats.

In 2024 werden twee belangrijke Europese verordening die betrekking hebben op digitale diensten volledig van toepassing: de verordening digitale diensten (DSA) en de verordening digitale markten (DMA). Onder de DSA heeft de Europese Commissie momenteel 20 bedrijven geclassificeerd als zeer grote online platformen (VLOP's) of zoekmachines (VLOSE's). Het houdt hier exclusief toezicht op. Bedrijven met minder dan 45 miljoen gebruikers per maand in de Europese Unie vallen onder de verantwoordelijkheid van de mediaregulator van het land waar de hoofdzetel gevestigd is. In België zijn de VRM, CSA, Medienrat en het BIPT aangewezen als bevoegde autoriteiten. Het BIPT is de Belgische digitaledienstencoördinator. Verder heeft de Europese Commissie onder de DMA momenteel 7 bedrijven aangeduid als poortwachter. Daarnaast heeft de Commissie meerdere onderzoeken opgestart naar mogelijke inbreuken tegen de DSA en de DMA. Sommige zijn nog lopende, andere zijn afgerond met veelal boetes tot gevolg.

In de telecomwereld was de komst van de vierde telecomspeler, Digi Belgium, eind 2024, groot nieuws. Naast het aanbieden van vastelijndiensten (glasvezel in enkele grote steden en op termijn televisie), focust Digi zich vooral op zijn mobiel aanbod. Bij de lancering dook Digi ver onder de prijzen van zijn concurrenten, die reageerden via hun B-merken. Digi kende een moeilijke opstart. en verschillende concurrenten gaven uiteindelijk aan weinig impact te ondervinden van Digi. Desondanks ziet het BIPT weldegelijk een effect op de prijzen in zijn meest recente prijzenstudie. De Belg is echter honkvast en verknocht aan bundels. Van zodra Digi een gevestigde waarde is met een volledig bundelaanbod, kan er een groter effect zijn op de Belgische telecommarkt.

Het belang van bundels, blijkt ook uit het jaarlijks cijferrapport van het BIPT omtrent de elektronische communicatiemarkt. Datzelfde rapport stelt dat op vlak van gigabitconnectiviteit de uitrol hoger ligt dan het gebruik ervan. Er is een hoge dekkingsgraad, maar de effectieve benutting blijft beperkt.

Midden 2024 sloten Proximus/Fiberklaar en Telenet/Wyre een samenwerkingsakkoord voor de uitrol van glasvezel in gebieden met een lage tot gemiddelde bevolkingsdichtheid in Vlaanderen. Midden 2025 sloten Proximus en Orange Belgium een soortgelijk akkoord voor Wallonië. De BMA startte een onderzoek op in samenwerking met het BIPT. Dit loopt nog. Bij een positief resultaat en latere definitieve overeenkomsten die alle gestelde voorwaarden respecteren, lijkt de regulering van de groothandelsmarkten voor breedband in deze gebieden niet langer noodzakelijk.

Wat de uitrol van 5G betreft, meldt het BIPT nog in zijn jaarlijks cijferrapport dat bijna 40% van de datasimkaarten van individuen in 2024 5G datatrafiek genereerde tegenover ongeveer 27% in 2023.

Proximus, Telenet en Orange Belgium zetten hun 3G-diensten definitief stop om plaats te maken voor hun 4G- en 5G-netwerken. 2G blijft nog uiterlijk tot 2029 bestaan aangezien het gebruikt wordt voor machine-to-machine toepassingen.

Convergentie en crossmedialiteit zijn een courante zaak geworden in het Vlaamse medialandschap. Merken zijn de belangrijkste ankerpunten geworden en worden probleemloos van de ene mediavorm naar de andere geëxporteerd. Om dit te illustreren wordt in Tabel 99 een overzicht gegeven van een aantal Vlaamse multimediale merken en de vormen waarin zij geconsumeerd kunnen worden, gegroepeerd volgens eerste verschijningsvorm (radio/tv/geschreven pers/website/app en sociale media). TikTok geraakt stevig ingeburgerd bij verschillende mediamerken, maar roept ondertussen ook bezorgdheden om privacy op. Bij de merken van VRT zien we een shift van een eigen website voor elk merk, naar een eigen plaats op VRT MAX. We zien ook dat verschillende magazines van Roularta veelal geen eigen app meer hebben, maar vervat zitten in de Mijn Magazines-app.

## MULTIMEDIALE MERKEN

| Radio | TV | Geschreven pers | Website | Eigen app | Sociale media | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Facebook | X | Instagram | YouTube | TikTok |
| Joe | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Klara | x | - | - | x | x | x | x | x | - |
| MNM | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Nostalgie | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Qmusic | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Radio 1 | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Radio 2 | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| Sporza | x | - | x | x | x | x | x | x | x |
| Studio Brussel | x | - | - | x | x | x | x | x | x |
| - | VRT Canvas | - | - | - | x | x | x | x | - |
| - | VRT 1 | - | - | - | x | x | x | x | x |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| x | Ketnet | - | - | x | x | x | x | x | x |
| - | Ketnet Jr. | - | - | x | x | - | x | x | x |
| - | VRT MAX | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | Play4 | - | - | - | x | x | x | - | - |
| - | Play5 | - | - | - | x | x | x | - | - |
| - | Play6 | - | - | - | x | - | - | - | - |
| - | Play7 | - | - | - | x | - | x | - | - |
| - | GoPlay | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | VTM | - | x | - | x | x | x | x | - |
| - | Streamz (basic / premium (+)) | - | x | x | x | x | x | x | x |
| - | VTM GO | - | x | x | x | - | x | x | x |
| - | - | De Gazet van Antwerpen | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Morgen | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Standaard | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | De Tijd | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Nieuwsblad | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Belang van Limburg | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Het Laatste Nieuws | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Feeling | x | - | x | - | x | x | x |
| - | - | Flair | x | - | x | x | x | x | x |
| - | - | Humo | x | x | x | x | x | x | x |
| - | - | Knack | x | - | x | x | x | x | x |
| - | - | Libelle | x | - | x | - | x | x | x |
| - | - | Libelle Lekker | x | x | x | - | x | x | x |
| - | - | Story | x | x | x | - | x | x | - |
| - | - | Trends | x | - | x | x | x | x | - |

Tabel 99: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen

Louter op basis van de deelnemers op het speelveld hebben we reeds indicaties dat de verticale en crossmediale integratie in de Vlaamse mediasector toeneemt. Distributeurs doen aan contentcreatie en aggregatie. Aggregatoren, zoals VRT, DPG Media en Play Media, blijven hun platformen verder ontwikkelen (bv. VTM GO+ of de GoPlay-app voor Android TV) om zo rechtstreeks naar de kijker te gaan. Radio-omroepen hebben veelal nog een eigen website en app, televisieomroepen niet. Al gaat dit bij radio-omroepen ook stilaan achteruit. De zenders worden geëtaleerd op VRT MAX, VTM GO(+) of GoPlay.

Op vlak van reclame werken regies dan weer samen om zoveel mogelijk data en aggregatoren te kunnen bundelen. Ads & Data lanceerde het “total tv – ecosystem”, een koppeling tussen het ecosysteem van settopboxen en dat van de online wereld, waardoor het de eerste speler op de Vlaamse markt is die telco data integreert en koppelt met online data en data van de adverteerder. Met het XMP-systeem komt er ook voor de eerste keer een crossmediaal meetsysteem.

In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties op basis van het aantal aanwezige spelers die doorheen het hoofdstuk werden bestudeerd.

## HORIZONTALE CONCENTRATIE

| MEDIUM | CONTENT | AGGREGATIE | DISTRIBUTIE |
|---|---|---|---|
| Radio | | Landelijke radio-omroeporganisaties | Radiosignaaltransmissie |
| | | Netwerkradio-omroeporganisaties | |
| | | Lokale radio-omroeporganisaties | |
| Televisie | Facilitaire bedrijven | Televisieomroeporganisaties (lineair en niet-lineair) | Dienstenverdelers & netwerkbeheerders |
| | Productiehuizen | Exploitatiemaatschappijen regionale televisie | |
| Geschreven pers | Pers- en fotoag-entschappen | Uitgevers dagbladen | Distributeurs pers |
| | Reclameregies | Uitgevers gratis pers | |
| | Mediacentrales | Uitgevers periodieke bladen | |
| Internet | Content creators | Bedrijven achter websites in de Vlaamse mediasector en nieuwswebsites | ISP/netwerkaanbieders |
| | | Socialemedia-accounts | Mobiele operatoren |
| | Reclameregie | Apps Vlaamse mediabedrijven | Socialemedianetwerken |
| | | | App stores |

Tabel 100: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen

Legende:

| Aantal spelers |
|---|
| >50 |
| 11-50 |
| 1-10 |

## 5.2 Mediagroepen in Vlaanderen

In het tweede hoofdstuk geven we een overzicht van de voornaamste mediagroepen die in Vlaanderen in meerdere mediatakken actief zijn.

In een wijzigend medialandschap proberen deze groepen op verschillende vlakken steeds sterkere posities te verwerven. Daar waar vroeger (wisselende) strategische allianties aangegaan werden, werd er in de periode 2017-2019 vooral gekozen voor integratie.

Voor elk van de groepen schetsen we de groepsstructuur en het productaanbod binnen de verschillende mediacategorieën.

Een aantal Vlaamse mediagroepen slaagt er al enkele jaren in om hun posities buiten de taal- en landsgrenzen te vergroten.

Om nieuwe media-initiatieven te ontplooien, meestal als reactie op internationale concurrentie, ontstaan er opnieuw andere samenwerkingen.

De VRM rapporteert in dit hoofdstuk ook over de cumulatie van mandaten van personen die als wettelijke functiehouder bij mediaondernemingen optreden.

## 5.3 Informatie over mediaconcentratie

De informatie in het derde hoofdstuk geeft aan hoe het met de concentratie binnen de Vlaamse mediasector gesteld is.

Dit wordt eerst bestudeerd voor de in hoofdstuk 1 afgebakende mediavormen. Daarna komen de in hoofdstuk 2 vermelde mediagroepen aan bod. Vervolgens worden een aantal prijsevoluties onder de loep genomen en daarna wordt de Vlaamse mediasector kort in een internationale context geplaatst. Het derde hoofdstuk wordt afgesloten met een onderzoek naar de lokale journalistiek.De verhoudingen binnen de Vlaamse mediasector werden in dit hoofdstuk voor elke mediavorm aan de hand van een aantal indicatoren gekwantificeerd.

Volgens Digimeter blijft de gemiddelde Vlaming het medium **radio** gebruiken: 82% gebruikt het medium en 62% luistert dagelijks maar het medium verliest terrein bij jongeren. Digitale alternatieven zoals DAB+ en online radio winnen terrein. Vlaamse radiozenders zoals Radio 2 en Radio 1 genieten veel vertrouwen, gevolgd door Qmusic en Joe.

Bij klassieke radio is er nog een duidelijk onderscheid tussen distributie en aggregatie. De verticale integratie op de radiomarkt situeert zich vooral tussen het productie- en aggregatiesegment. Toch bieden bijvoorbeeld podcasts ook kansen voor meer onafhankelijke producties. De horizontale concentratie onder de radiozenders wordt aangepakt door meer ruimte te creëren voor verschillende spelers. De sterkste vorm van crossmediale integratie situeert zich bij de reclamewerving, waar grote overkoepelende reclameregies een vuist proberen te maken tegen internationale giganten.

Op het vlak van distributie blijkt Cellnex Broadcast Partners tegenwoordig de meeste radio-omroepen te bedienen, mede doordat Belgian Tower Company in 2025 zijn zendlicentie vroegtijdig heeft ingeleverd wegens economische redenen.

De concentratie binnen de radiosector is erg groot. Dit komt o.a. door de zeer sterke positie van VRT. Het concentratieprobleem wordt deels veroorzaakt door de beperkte beschikbaarheid van radiospectrum. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie.

Ook de online populariteit van radiomerken werd bestudeerd. In 2025 zijn de marktleiders Radio 1 (audiospelers en appbezoeken), Qmusic (websitebezoeken) en Studio Brussel (sociale media).

Voor het eerst rapporteert het CIM ook over audio on demand, zoals podcasts.

Als we kijken naar de cumulatie van mandaten in de radiosector zien we een groot verschil doorheen de afgelopen zeven jaar. De mandaten zijn momenteel veel minder geconcentreerd bij enkele personen.

Uit de Digimeter blijkt eerst en vooral dat 41% Vlamingen dagelijks nog lineair/live **televisie** kijkt. Het doorknippen van de tv-kabel betekent niet dat mensen geen toegang meer hebben tot Vlaamse zenders, dankzij gratis online platformen zoals VRT MAX, VTM GO en GoPlay. Deze BVOD-platformen bereiken veel Vlamingen, maar stoten net als betalende streamingdiensten op een plafond qua bereik. Ondertussen wint video op sociale media aan belang, vooral bij jongeren, die steeds meer loyaal zijn aan content van influencers en creators in plaats van traditionele mediamerken.

De verticale integratie is erg uitgesproken op de televisiemarkt, waar distributeur Telenet zich ook ontwikkeld heeft tot een belangrijke aggregator en producent. Dit zorgt voor risico's dat sterke verticaal geïntegreerde marktspelers bepaalde content of data afschermen voor concurrenten. Dit kan ook de onderhandelingspositie van onafhankelijke omroeporganisaties of productiehuizen verzwakken, al zijn er in Vlaanderen nog verschillende onafhankelijke productiehuizen en is er naast Play Media nog een grote commerciële en publieke omroep.

VRT heeft in 2025 een nieuwe beheersovereenkomst afgesloten met de Vlaamse regering, en mag voortaan strategisch investeren in twee productiehuizen om innovatie en lokale content te stimuleren, maar dit roept zorgen op over concurrentie en diversiteit.

Reclamemodellen evolueren door uitgesteld kijken en internationale concurrentie. Grote reclameregies bundelen krachten voor efficiëntie, maar dit kan kleinere spelers uitsluiten en redactionele onafhankelijkheid

onder druk zetten.

Internationale spelers zoals DAZN en Netflix verdringen lokale zenders door exclusieve rechten en sterke verticale integratie. Vlaamse zenders verliezen bijvoorbeeld uitzendrechten voor Belgisch voetbal.

Er is ook herstructurering bij regionale zenders, met een fusie in West-Vlaanderen en pogingen in Oost-Vlaanderen. Tegelijkertijd zoeken telecombedrijven zoals Telenet en Proximus samenwerking voor glasvezeluitrol, wat tot meer concentratie kan leiden.

De markt van de productiehuizen kende de vorige jaren een sterke omzetgroei, maar de bedrijfswinst bleef lange tijd achter. Recent verschenen er in de pers ook sombere voorspellingen over de sector 2025.

Wat betreft de private televisieomroeporganisaties onderging Streamz in 2023 een kapitaalsverhoging om verliezen op te vangen en verdere groei te ondersteunen. Ondanks verlies in 2024 blijft er wel een financiële buffer.

Play Media boekte opnieuw zware verliezen. Telenet garandeerde via een officiële steunbrief dat het Play Media financieel zal blijven ondersteunen tot minstens eind 2025, om de continuïteit te waarborgen.

Bij de regionale televisieomroeporganisaties heeft De Buren het al vier jaar moeilijk, met vrij stevige verliezen tot gevolg, terwijl de Regionale Media Maatschappij al vier jaar op rij winstgevend is. RTV kende in 2024 een zwaar verlies van het boekjaar voor belastingen. In augustus 2025 kwam er dan het bericht dat er in de kosten gesneden zal worden, o.a. door personeelsafvloeiingen De VRM vraagt jaarlijks bij verschillende marktspelers (dienstenverdelers, omroepen, platformen) informatie op over de evolutie van de inkomsten vanuit video-on-demand (VOD). Bij de transactionele VOD (TVOD) zien we tussen 2018 en 2021 een duidelijke daling. Dit kan verklaard worden door de stijgende populariteit van andere VOD-aanbiedingen. De laatste drie jaar treedt er een stabilisatie op. De SVOD-markt stijgt al geruime tijd, de laatste drie jaar zelfs fors. Wat de Free VOD (FVOD)-markt betreft zagen we in 2023 een enorme stijging, zowel bij short form als bij long form. In 2024 zette deze stijging zich verder voor long form video, terwijl short form video terug inzakt. Ook het aantal opnames stijgt jaar na jaar sterk.

Als we kijken naar de concentratiemaatstaven binnen de televisiesector zien we dat er bij de productiehuizen een lage concentratiegraad heerst. Bij de televisieomroepen is de mediagroepenconcentratie sterker. De HHI-index in 2024 duidt op een matige concentratie. Op zenderniveau is er al drie jaar sprake van een lage concentratie.

In de distributiesector is er een hogere mate van concentratie. Derde operator Orange Belgium wint met mondjesmaat terrein. Er werd veel verwacht van nieuwe speler, Digi, maar die verwachtingen zijn ondertussen afgezwakt, o.a. doordat het bedrijf op mobiel vlak niet veel terrein wint.

Verder werd ook de online populariteit van tv-merken in kaart gebracht. Wat betreft videoplayers steekt de short form video en audio player van DPG Media er met kop en schouders bovenuit, op ruime afstand gevolgd door de videospeler van VRT MAX en de videospeler van Mediahuis.

Worden de ad free video player en de gewone videoplayer van VTM GO opgeteld, dan springt die combinatie naar de tweede plek.

Ten opzichte van vorig jaar winnen de langere filmpjes terrein.

Wat websitebezoekers betreft, worden de websites van VTM, VRT NWS, VRT MAX en GoPlay meer bezocht dan vorig jaar, de websites van VTM GO en Sporza minder. Ook wat app-bezoekers betreft, verliest Sporza bezoekers vanwege een mindere sportzomer. De apps boomen wel duidelijk meer dan de websites en worden zelfs tot drie keer vaker bezocht, afhankelijk van welk merk. Drie omroepmerken springen eruit qua aantal volgers op sociale media: VTM, VRT NWS en Sporza[730]. VRT 1 is het meest populair op Facebook, VRT NWS spant

730 Op sociale media wordt enkel gekeken naar het aantal volgers voor het algemene Sporza-profiel. Zo wordt het aantal volgers van bijvoorbeeld Sporza Koers niet

de kroon op X en Instagram. VTM zet sterk in op YouTube, wat resulteert in een hoog aantal volgers op dit sociale medium en het is ook de onbetwiste TikTok-kampioen.

In de cumulatie van mandaten in de televisiesector zien we tot slot dat Telenet, via Streamz, bestuurlijke banden heeft met DPG Media.

De **gedrukte pers** had het de afgelopen jaren moeilijk door o.a. dalende verkoopcijfers en advertentieopbrengsten. Daarenboven zorgt de inflatie voor een stijging van de kosten, met een blijvende hoge druk op de marges tot gevolg. Kranten kunnen deze impact verzachten door te buigen op een steeds groter aandeel digitale abonnementen. Magazines en vooral de gratis pers slagen hier in het algemeen omwille van de aard van hun product niet in en komen extra onder druk door de inflatie.

Uit de meest recente Digimeter blijkt dat het aandeel Vlamingen dat in 2024 dagelijks de gedrukte krant ter hand neemt voor zijn nieuwsvergaring met 1 procentpunt daalt naar 17%. Inzake toestellen waarop nieuws geconsumeerd wordt, gebruikt 60% van de Vlamingen dagelijks de smartphone. Andere schermen boeten in als toegangspoort. De Digimeter toont ook aan dat het aantal Vlamingen dat zich dagelijks op nieuwswebsites of -apps beroept, licht dalen. Hierbij merken de onderzoekers drie evoluties op binnen de verschillende leeftijdscategorieën: 1) de opmars bij jongeren in de dagelijkse nieuwsconsumptie via de (niet-betalende) apps van Vlaamse nieuwsmedia en sociale media, 2) meer tractie bij ouderen voor betalende digitale krantenformules en 3) de shift van tekst naar audio en video waardoor audiovisuele nieuwsconsumptieformats aan terrein winnen.

Het jaarlijkse Digital News Report (DNR) behandelt de komst van artificiële intelligentie (AI). Zo voelt de helft van de Vlaamse nieuwsgebruikers zich niet comfortabel bij AI als nieuwsproducent. Jongeren in het bijzonder staan er sceptisch tegenover.

Het Nieuwsblad, maar voornamelijk HLN gelden in de krantensector als absolute zwaargewichten op vlak van oplage, betaalde verspreiding, websitebezoeken en sociale media. De Tijd, De Morgen en Het Laatste Nieuws presteren sterk op het digitale vlak.

Bij de tijdschriften slaat de digitale verkoop aan bij Trends, Knack, Humo en Krant van West-Vlaanderen, met meer dan 10% van de betaalde verspreiding. Bij alle andere tijdschriften in de top 15, met uitzondering van Flair, is de digitale verkoop quasi onbestaande.

De concentratie bij de uitgeversgroepen van kranten op vlak van betaalde verspreiding is stabiel sinds 2018.

In het algemeen blijft ook dit jaar het concentratieniveau bij tijdschriften onder het niveau van de dagbladenmarkt, zeker wat titels betreft. De indexen volgens groep stijgen langzaamaan wel meer naar dezelfde niveaus.

Integratietendensen, versneld en gefaciliteerd door ontwikkelingen op het vlak van artificiële intelligentie (AI), zorgen voor bepaalde (nieuwe) risico's. De gekende risico's zijn de verstrengeling van het nieuwsaanbod met commerciële content en de toenemende commerciële druk (verkoop digitale abonnementen, als eerste een nieuwsitem brengen, etc.), hetgeen kan leiden tot verschraling van nieuwsdiversiteit. Experimenten met AI, bv. in content creatie, kunnen de positie van (freelance) journalisten verder verzwakken. Verschillende ondernemingen worden namelijk geconfronteerd met stijgende kosten (loonkost, distributiekost, etc.). AI kan dan een aantrekkelijk alternatief zijn om (een deel van) het werk over te nemen. Daarenboven zijn er ook risico's rond het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk bij het trainen van (internationale) AI-chatbots en -systemen.

Het is moeilijk om de concentratie te meten op het **internet**. Zo kan de surfer veel meer websites bezoeken dan diegene die in dit hoofdstuk besproken worden en de surfer kan er ook meerdere tegelijkertijd raadplegen.

Volgens het Digimeterrapport gebruikt 86% van de Vlamingen dagelijks minstens één chatdienst of

meegenomen in de telling.

sociaalmediaplatform. De onderzoekers menen voor het eerst een saturatie te zien. Er is namelijk een lichte daling in het aantal Vlamingen (64%, -2 procentpunten) die zegt dagelijks sociale media te gebruiken. Bij jongeren daarentegen zien de onderzoekers een verdere intensivering en concentratie van het sociale media- en chat-app gebruik.

Uit het Digital News Report blijkt dat meer Vlamingen steeds minder verschillende nieuwsbronnen gebruiken. 16% van de Vlamingen gebruikt maximaal één bron per week. De helft van deze groep raadpleegt bovendien geen enkele originele nieuwsbron, maar volgt het nieuws enkel via sociale media of sociale contacten.

Buitenlandse spelers Facebook en Instagram worden volgens de Digimeter het vaakst gebruikt op maandbasis. Meta verliest terrein bij Facebook, maar kan zijn marktleiderschap behouden d.m.v. terreinwinst bij WhatsApp en Instagram. Op algemeen niveau is er verder weinig verandering bij de andere sociale media- en communicatieplatformen.

Wat risico's betreft, houden de algoritmes van socialemediaplatformen een mogelijk gevaar in voor de consument aangezien die geen inzage heeft in deze algoritmes. Het is voor de consument dus minder duidelijk van wie de boodschap komt, waarom die tot bij hem komt en welke boodschappen niet tot bij hem komen. Verder is het een risico dat er geen verplichting ligt op digital-only nieuwsmedia om informatie te verschaffen omtrent de eigendomsstructuur, waardoor vaak onduidelijk is wie er achter een bepaald medium schuilgaat. De stevige concurrentie vanwege internationale digitale platformen voor advertentie-inkomsten blijft ook een risico voor een pluralistisch lokaal medialandschap. Tot slot houdt ook artificiële intelligentie (AI) ethische, maatschappelijke en technologische risico's in. Zo zijn er problemen rond privacy en auteursrechtelijke beschermde werken, en een gebrek aan transparantie. Op vlak van ethiek en maatschappij kan AI 'biased' zijn, maar er zijn ook problemen rond privacy en auteursrechtelijke beschermde werken. AI tast daarenboven ook de positie van (freelance) journalisten aan. Op technologisch vlak is er een gebrek aan transparantie, vooral wat betreft 'deep learning', wat het lastig maakt om beslissingen te verklaren en te controleren.

Als we de mediagroepen overkoepelend bekijken, zien we dat de omzetscurve de afgelopen drie jaren een licht stijgende trend kent, terwijl de curve van het aantal werknemers in diezelfde periode een licht dalende trend kent. De curve van de bedrijfswinst kende in 2023 een grote terugval en ook in 2024 daalt deze curve verder, door de moeilijke, competitieve marktomstandigheden en de oplopende kosteninflatie. Daarenboven kregen sommige bedrijven ook te maken met fors gestegen distributiekosten.

Ook dit jaar werden de prijzen van Vlaamse mediaproducten bestudeerd. De kosten voor radio, televisie en geschreven pers zijn in 2024 opnieuw gestegen, en dit sneller dan de index der consumptieprijzen (CPI). Wat de evolutie van de prijzen van telecommunicatie packs betreft stijgt de CPI sterker dan de prijs van de packs. De prijsindex voor kranten loopt sinds 2018 sterk uit op de CPI. De evoluties van de onrechtstreekse kosten om van mediaproducten te genieten, zoals de kosten voor een computer en een mobiele telefoon zijn evenwel opnieuw gedaald tot ver onder de CPI.

Ten slotte werd de Vlaamse mediasector ook gesitueerd in een internationale context. Door de taalbarrière is het voor Vlaamse mediaondernemingen niet evident om activiteiten in het buitenland te ontplooien. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er vaak naar de Nederlandse markt wordt gekeken.

Wat radio betreft, hebben verschillende Vlaamse radio-omroeporganisaties in 2023 een sterkere positie ingenomen in Nederland door overnames en de Nederlandse FM-frequentieveiling.

Internationale verkoop is cruciaal geworden voor het verdienmodel van Vlaamse productiehuizen. Samenwerkingen zoals "New8" tussen Europese publieke omroepen en joint ventures zoals X Line Productions versterken deze internationale focus.

DPG Media breidt uit in Nederland en Wallonië via overnames van RTL-zenders.

De overheid stimuleert export via investeringsverplichtingen en de tax shelter. Grote spelers zoals Netflix

werken samen met Vlaamse productiehuizen aan coproducties. Studio 100 is actief in meerdere landen en lanceerde internationale FAST-kanalen. Vlaamse reclameregies zijn minder internationaal actief, met enkele uitzonderingen zoals Mayonnaise Media.

Op gebied van geschreven pers is Roularta Media Group zeer aanwezig in Wallonië en DPG Media en Mediahuis zijn de twee grootste uitgevers in Nederland. Daarnaast zijn ze actief in verschillende andere Europese landen.

DPG Media Group verkocht eind 2024 haar Deense tak Berlingske Media aan de Noorse sectorgenoot Amedia. In diezelfde periode verkocht Roularta Media Group haar Duitse tijdschriften G-Geschichte enerzijds, en Plus Magazin en Frau Im Leben anderzijds aan respectievelijk Herder Verlag en Agentur2.

Na de overname van RTL Nederland door DPG Media, krijgt die laatste nu ook het grootste Nederlandse nieuwsplatform NU.nl in handen. Het ACM legde hieromtrent wel verschillende voorwaarden op.

De Vlaamse radiosector is grotendeels in Vlaamse handen, met weinig internationale spelers in de kern van de waardeketen. Buitenlandse radiozenders zijn wel beschikbaar via internet en DAB+, zoals BBC World Service. In de distributie van radiosignalen zijn buitenlandse bedrijven zoals Cellnex actief.

Vlaanderen telt veel populaire, onafhankelijke productiehuizen, maar de buitenlandse invloed groeit. Grote spelers zoals Telenet (eigendom van Liberty Global) controleren productiehuizen als Woestijnvis, Caviar en Play Media. Ook internationale groepen zoals Banijay, Warner Bros., RTL Group en TF1 hebben Vlaamse dochterbedrijven of belangen in lokale productiehuizen.

Facilitaire bedrijven zoals EMG en NEP Belgium zijn eveneens in buitenlandse handen. De concurrentie voor uitzendrechten is sterk toegenomen, waardoor Vlaamse omroepen zoals VRT moeite hebben om sportrechten te verwerven. DAZN bezit bijvoorbeeld exclusieve rechten voor Belgisch voetbal.

Internationale formats en zenders zijn prominent aanwezig in Vlaanderen, vaak via lokale remakes of reclame via Vlaamse regies. Amerikaanse bedrijven domineren vooral kinder-, documentaire- en entertainmentzenders. Buitenlandse OTT-platformen zoals Netflix en Disney+ zijn breed beschikbaar.

Ook in distributie is de buitenlandse aanwezigheid groot.

Er is weinig directe buitenlandse aanwezigheid in de Vlaamse geschreven pers.

Roularta verzorgt in haar drukkerij ook het drukwerk van The Economist, Bloomberg BusinessWeek en sinds eind 2023 ook vier magazines van de zakenkrant Financial Times.

Wat het internet betreft, situeert de controle zich voornamelijk in het buitenland. Denk maar aan sociale media en zoekmachines. Er zijn ook verschillende Video On Demand (VOD)-platformen beschikbaar in Vlaanderen. Maar Vlaamse contentaanbieders gaan ook samenwerkingen aan met buitenlandse contentaanbieders, denk maar aan Streamz met Paramount Global Content Distribution. Dienstenverdelers bieden ook vaak een platform aan deze internationale spelers.

Sinds 2018 bengt de VRM informatie over lokale journalistiek, en daarbij merken we een constante daling van het aantal regionale edities van de nationale kranten. Als we kijken naar het gemiddeld aantal private lokale nieuwsmedia per gemeente zien we een lichte stijging van 1,88 naar 2,03 ten opzichte van vorig jaar. Maar alles wijst op een stabilisatie na een forse daling drie jaar geleden, o.a. te wijten aan de coronacrisis.

Hoewel er niet één speler is die de hele Vlaamse mediasector domineert, blijken veel vormen van horizontale, verticale of crossmediale concentratie te bestaan in en tussen een aantal segmenten van verschillende Vlaamse mediavormen. Voor de aggregatie van klassieke mediaproducten is 80 tot 100% van de markt in handen van slechts vijf mediagroepen: VRT, DPG Media, Mediahuis, Roularta Media Group en Play Media. DPG Media is als enige actief in alle mediaproducten en ontpopt zich als toonbeeld van een crossmediale mediagroep. In

onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de horizontale concentraties die doorheen het hoofdstuk werden becijferd.[731]

## CONCENTRATIE (HHI)

| MEDIUM | CONTENT | AGGREGATIE | DISTRIBUTIE |
|---|---|---|---|
| Radio | Contentleveranciers | Radiogroepen = | Radiosignaaltransmissie |
| | | Radiozenders = | |
| Televisie | Productiehuizen = | Omroeporganisaties groepen = | Omroepsignaaltransmissie |
| | | Omroeporganisaties zenders = | |
| Geschreven pers | Redacties | Kranten titels = | Distributie |
| | Pers- en fotoagentschappen | Kranten uitgevers = | |
| | Reclameregies | Tijdschriften titels = | |
| | Mediacentrales | Tijdschriften groepen = | |
| Internet | Contentleveranciers | Websites ↗ | Internetdistributie |
| | Reclameregies en Mediacentrales | Websites groepen ↗ | |

Tabel 101: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI)

Legende:

| |
|---|
| Geen waarde berekend |
| Niet geconcentreerd (waarde <0,15) |
| Matig geconcentreerd (waarde 0,15 ≤ x ≤ 0,25) |
| Sterk geconcentreerd (waarde >0,25) |

Door middel van ↗, ↙, = wordt aangegeven of we te maken hebben met een stijgende, dalende of gelijke kleurcode HHI ten opzichte van 5 jaar geleden.

De gerapporteerde concentraties kunnen een risico inhouden voor de diversiteit van het aanbod. Op radiovlak blijft het VRT-aandeel meer dan de helft bedragen. Met de overschakeling naar digitale radio komt er wel meer plaats voor meer radioconcurrentie.

We merkten de voorbije jaren toenemende activiteiten van de televisiedistributeur Telenet in andere delen van de televisiewaardeketen, maar er zijn tekenen dat dit in de nabije toekomst teruggeschroefd zou worden, oa. door de geplande verkoop van televisieproducent Caviar. Omroeporganisaties proberen dan weer rechtstreeks naar de kijker te gaan met eigen platformen, met een betalende of gratis variant, en heroriënteren zich rond het sterkste omroepmerk (VTM, VRT of Play). In de markt van de geschreven pers is de dominantie van de krantenmarkt door twee grote uitgevers, DPG Media en Mediahuis, opvallend. In de magazinemarkt zien we de laatste jaren ook een sterke consolidatiebeweging met twee grote uitgevers: Roularta en DPG Media.

## 5.4 Stimulering van diversiteit: mogelijke remediëring en beleidsaanbevelingen

Nadat in de vorige hoofdstukken de situatie rond mediaconcetratie in Vlaanderen in kaart gebracht werd, worden in het vierde hoofdstuk de verschillende mogelijkheden beschreven hoe de Vlaamse overheid ingrijpt om diversiteit en concurrentie in de mediasector te behouden en te stimuleren.

Ze werden beschreven volgens een bestaand schema dat een onderscheid maakt tussen restricties,

731 Bepaalde concentratiemaatstaven kunnen niet berekend worden door een gebrek aan betrouwbare of openbare cijfers.

tegengewicht, economische tussenkomst, transparantie en organisatorische maatregelen. Voor elk van deze categorieën worden er ook uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen gesuggereerd.

Volgend schema geeft hier een overzicht van.

## REMEDIES

| CATEGORIE | BESTAANDE MAATREGELEN | UITBREIDINGSMOGELIJKHEDEN EN BELEIDSAANBEVELINGEN |
|---|---|---|
| Restricties | Eigendomsrestricties<br>Redactionele onafhankelijkheid/ verantwoordelijkheid<br>Regulering<br>Signaalintegriteit<br>Netneutraliteit | Mogelijke maatregelen omtrent gate-keepers<br>Restricties aantal DAB+-omroeporganisaties |
| Tegengewicht | Bevordering van Europese en onafhankelijke producties<br>Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling<br>De openbare omroeporganisatie VRT nv<br>Fonds Pascal Decroos<br>Toegankelijkheid | Must-offerverplichtingen<br>Update must-carry regelgeving<br>Laster en eerroof uit Strafwetboek<br>Wettelijk kader a priori beperkingen<br>Anti-SLAPP wetgeving<br>Evaluatie evenementenregeling en vrije nieuwsgaring |
| Economische tussenkomst | Steun aan de regionale televisieomroeporganisaties<br>Stimuleringsregeling van de audiovisuele sector<br>Screen Flanders<br>Federale economische maatregelen | Ondersteuningsmechanisme lokale journalistiek |
| Transparantie | Mediaconcentratierapport<br>Toezicht naleving van de beheersovereenkomst VRT<br>Erkenningen, zendvergunningen en kennisgevingen<br>Mediapunt, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs<br>Rapportering over netneutraliteit<br>Europese initiatieven omtrent media<br>Actie tegen Desinformatie<br>Onderzoek Cross Mediaal Consortium (XMC) | Meer samenwerking tussen beleidsniveaus<br>Onderzoek naar diversiteit van media-inhoud stimuleren<br>Transparantie vanwege niet-lineaire omroeporganisaties |
| Organisatorische maatregelen | Oprichting VRM<br>Belgische en Europese Mededingingsautoriteit<br>Journalistenloket<br>Ondersteuning bij deelname aan beurzen | Mediapluralismetest |

Tabel 102: overzicht bestaande maatregelen en uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen

De VRM hoopt hierbij inzicht gegeven te hebben in de concentraties binnen het Vlaamse medialandschap anno 2025, en in de maatregelen die reeds genomen worden, of nog kunnen genomen worden, om de daaruit vloeiende risico's in te perken.

# FIGURENLIJST


Figuur 1: Toegevoegde waardeketen van de audiovisuele industrie 7
Figuur 2: Illustratie verschillende vormen mediaconcentratie 7
Figuur 3: Verschil crossmedialiteit en convergentie - schematisch voorbeeld 12
Figuur 4: Waardeketen Radio 14
Figuur 5 : Waardeketen televisie 30
Figuur 6: Regionale televisieomroeporganisaties in Vlaanderen 48
Figuur 7: Waardeketen omroepsignaaltransmissiemarkt 56
Figuur 8: Waardeketen geschreven pers 64
Figuur 9: Aandeelhoudersstructuur Persagentschap Belga nv 67
Figuur 10: Waardeketen internet 82
Figuur 11: Mediagroepen in Vlaanderen 115
Figuur 12: Aandeelhouders DPG Media Group nv 118
Figuur 13: Organigram DPG Media Group nv 119
Figuur 14: Aandeelhouders Mediahuis nv 126
Figuur 15: Organigram Mediahuis nv 128
Figuur 16: Aandeelhoudersstructuur Proximus nv 134
Figuur 17: Organigram Proximus nv 136
Figuur 18: Aandeelhouders Roularta Media Group nv 142
Figuur 19: Organigram Roularta Media Group nv 144
Figuur 20: Aandeelhouders Studio 100 nv 152
Figuur 21: Organigram Studio 100 nv 152
Figuur 22: Aandeelhouders Telenet Group Holding nv 155
Figuur 23: Organigram Telenet Group Holding nv 156
Figuur 24: Aandeelhouders VRT nv 163
Figuur 25: Organigram VRT nv 164
Figuur 26: Verstrengeling mediagroepen in Vlaanderen 172
Figuur 27: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 publieke landelijke radio 181
Figuur 28: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 private landelijke radio 182
Figuur 29: Marktaandeel per zender - Golf 2025 Jan - Apr 184
Figuur 30: Gemiddelde luistertijd per zender - Golf 2025 Jan - Apr 185
Figuur 31: Evolutie marktaandelen Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan – Apr 186
Figuur 32: Evolutie verhouding publieke en private radio - Golf 2018 Mar - Jun, Golf 2019 Mar - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan - Apr 186
Figuur 33: Online populariteit radiozenders 187
Figuur 34: Populariteit podcasts per mediagroep 188
Figuur 35: Aantal streams & downloads per mediamerk 189
Figuur 36: Marktaandelen landelijke radiozenders 190
Figuur 37: Verhouding marktaandelen landelijke publieke versus private radio 191
Figuur 38: Mandatenconcentratie in de radiosector 192
Figuur 39 : Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – facilitaire bedrijven 197
Figuur 40: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – productiehuizen 198
Figuur 41: Evolutie gemiddelde waarden 2015-2024 publieke televisieomroep 198
Figuur 42: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – private omroeporganisaties 199
Figuur 43: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – exploitatiemaatschappijen regionale tv 200
Figuur 44: Gemiddelde, maximum en minimum van het procentueel dagbereik van de negen regionale omroepen voor het tweede kwartaal van 2025 202
Figuur 45: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – omroepsignaaltransmissie 203
Figuur 46: Procentuele evolutie van het aantal opvragingen en inkomsten in euro met tussenkomst van de televisieomroepdiensten 204
Figuur 47: Procentuele evolutie van het aantal inkomsten in euro zonder tussenkomst van de televisieomroepdiensten 204
Figuur 48: Procentuele evolutie van de inkomsten in euro's 205
Figuur 49: Procentuele evolutie van het gemiddeld dagelijks aantal kijkers naar audiovisuele mediaplatformen van VRT, DPG Media, Mediahuis en Play Media 206
Figuur 50: Procentuele evolutie van het aantal uur opgenomen programma's 206
Figuur 51: Procentuele evolutie van het bereik van lineaire omroeporganisaties 207
Figuur 52: Aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd in 2024 (totale bevolking) 211
Figuur 53: Evolutie van de aandelen van de Vlaamse zenders in gemiddelde kijktijd 2015-2024 212
Figuur 54: Online populariteit televisieomroepmerken 215
Figuur 55: Populariteitsaandelen mediagroepen televisie 216
Figuur 56: Evolutie van het aantal kabelabonnees (coax en IPTV) 217
Figuur 57: Mandatenconcentratie in de televisiesector 219
Figuur 58: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers dagbladen 223
Figuur 59: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers weekbladen 225

Figuur 60: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers gratis pers 226
Figuur 61: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 - uitgevers gratis pers (met uitzondering van Roularta Media Group) 226
Figuur 62: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 distributeurs geschreven pers 227
Figuur 63: Betaalde verspreiding kranten 2020-2024 229
Figuur 64: Betaalde verspreiding kranten 2024: verhouding print – digitaal en abonnement – losse verkoop 230
Figuur 65: Marktaandelen betaalde verspreiding per titel 2022-2024 231
Figuur 66: Online populariteit dagbladen 235
Figuur 67: Marktaandelen dagbladen per titel 235
Figuur 68: Marktaandelen mediagroepen dagbladen 236
Figuur 69: Betaalde verspreiding tijdschriften 2020-2024 238
Figuur 70: Betaalde verspreiding 2024: verhouding print - digitaal en abonnement - losse verkoop 239
Figuur 71: Marktaandeel populairste tijdschriften 2024 239
Figuur 72: Marktaandelen van top 15 tijdschriften 2024 240
Figuur 73: Online populariteit periodieke bladen– websitebezoeken (juni 2025) 241
Figuur 74: Online populariteit periodieke bladen – sociale media 242
Figuur 75: Marktaandelen periodieke bladen per titel 243
Figuur 76: Marktaandelen mediagroepen periodieke bladen 243
Figuur 77: Mandatenconcentratie in de sector van de geschreven pers 245
Figuur 78: Maandelijks gebruik sociale netwerken 248
Figuur 79: Online populariteit – websites top 10 249
Figuur 80: Online populariteit websites die niet gelieerd zijn aan andere media 250
Figuur 81: Marktaandelen mediagroepen internet 250
Figuur 82: Online populariteit – sociale media top 10 253
Figuur 83: Marktaandelen mobiele operatoren in termen van actieve simkaarten in België 253
Figuur 84: Evolutie gemiddelde waarden sinds 2015 – mediagroepen 255
Figuur 85: Marktaandelen mediagroepen 256
Figuur 86: Evolutie kosten voor radio en televisie 258
Figuur 87: Evolutie kostprijs elektriciteit 258
Figuur 88: Evolutie prijzen telecommunicatie packs 259
Figuur 89: Evolutie prijsindex kranten 259
Figuur 90: Evolutie prijsindex magazines en tijdschriften 260
Figuur 91: Evolutie prijsindex computer 261
Figuur 92: Evolutie prijsindex mobiele telefoontoestellen 261
Figuur 93: Aantal edities nationale kranten 274
Figuur 94: Privaat lokaal nieuwsaanbod per gemeente 275

# TABELLENLIJST


Tabel 1 : Reclameregie radio's 17
Tabel 2: Landelijke publieke radio-omroeporganisaties 18
Tabel 3: Regionale publieke radio-omroeporganisaties 20
Tabel 4: Landelijke private radio-omroeporganisaties 20
Tabel 5: Private netwerkradio-omroeporganisaties 21
Tabel 6: Zendoperatoren 25
Tabel 7: Nationale DAB+ zendoperatoren en licentiehouders 26
Tabel 8: Lokale DAB+ zendoperatoren en licentiehouders 27
Tabel 9: Vlaamse productiehuizen 33
Tabel 10: Beheersvennootschappen 35
Tabel 11: Televisie facilitaire bedrijven 37
Tabel 12: Reclameregie televisie van de voornaamste Vlaamse televisieomroepen 38
Tabel 13: Openbare omroep en zijn lineair televisieaanbod 40
Tabel 14: Private televisieomroeporganisaties en hun lineair aanbod 44
Tabel 15: Regionale televisieomroeporganisaties 48
Tabel 16: Niet-lineaire televisiediensten 51
Tabel 17: Platformen voor omroepsignaaltransmissie 53
Tabel 18: Omroepsignaaltransmissie via coaxkabel 57
Tabel 19: Omroepsignaaltransmissie via DSL 58
Tabel 20: Omroepsignaaltransmissie via FTTH 58
Tabel 21: Omroepsignaaltransmissie via de ether (terrestrieel) – vast 59
Tabel 22: Omroepsignaaltransmissie via satelliet 60
Tabel 23: Web tv-toepassingen in Vlaanderen 61
Tabel 24: omroepsignaaltransmissie OTT 61
Tabel 25: Persagentschappen in Vlaanderen 67
Tabel 26: Fotoagentschappen in Vlaanderen 68
Tabel 27: Reclameregies voor de Vlaamse betalende dagbladen 68
Tabel 28: Mediacentrales in België 69
Tabel 29: Uitgeverijen betalende dagbladen 71
Tabel 30: aantal regionale edities nationale kranten 71
Tabel 31: Uitgeverijen periodieke bladen 75
Tabel 32: Uitgeverijen gratis pers 77
Tabel 33: Verdelers van dagbladen en periodieke bladen 78
Tabel 34: Verdelers gratis pers 79
Tabel 35: Vlaamse content creators 84
Tabel 36: Reclameregies voor websites 89
Tabel 37: Websites in de Vlaamse mediasector per 1 oktober 2025 91
Tabel 38: Vlaamse (nieuws)sites niet gelieerd aan een andere mediavorm 92
Tabel 39: Grootste online platformen en zoekmachines in Europa 94
Tabel 40: Overzicht instanties voor buitengerechtelijke geschillenbeslechting in het kader van de DSA (wet inzake digitale diensten) 95
Tabel 41: Internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers 99
Tabel 42: Een selectie van app stores beschikbaar in Vlaanderen 99
Tabel 43: Apps Vlaamse mediabedrijven: gegevens verzameld 16 juli 2025 101
Tabel 44: Overzicht mobiele operatoren en het netwerk waarover zij opereren (zakelijke markt uitgezonderd) 104
Tabel 45: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen 110
Tabel 46: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen 111
Tabel 47: Legende productoverzicht per groep 116
Tabel 48: Overzicht merken DPG Media Group nv 125
Tabel 49: Overzicht merken Mediahuis nv 133
Tabel 50: Overzicht merken Proximus nv 140
Tabel 51: Overzicht merken Roularta Media Group nv 151
Tabel 52: Overzicht merken Studio 100 nv 154
Tabel 53: Overzicht merken Telenet Group Holding nv 162
Tabel 54: Overzicht merken VRT nv 169
Tabel 55: Mediagroepen in Vlaanderen en hun aanbod 170
Tabel 56: Overzicht functiehouders 173
Tabel 57: Financiële gegevens 2024 publieke landelijke radio 180
Tabel 58: Financiële gegevens 2024 private landelijke radio 181
Tabel 59: Concentratie-indexen zenders en groepen op basis van luistercijfers (Golf 2018 Maa - Jun, Golf 2019 Maa - Jun, Golf 2020 Jan - Jun, Golf 2021 Mar – Jun, Golf 2022 Jan – Apr, Golf 2023 Jan – Apr, Golf 2024 Jan – Apr en Golf 2025 Jan - Apr) 187
Tabel 60: Top 10 van podcasts in juni 2025 189
Tabel 61: Aantal installaties applicaties radio via Google Play 190
Tabel 62: Financiële gegevens 2024 grootste facilitaire bedrijven 196
Tabel 63: Financiële gegevens 2024 productiehuizen 197

Tabel 64: Financiële gegevens 2024 publieke televisieomroeporganisatie 198
Tabel 65: Financiële gegevens 2024 private omroeporganisaties 199
Tabel 66: Financiële gegevens 2024 exploitatiemaatschappijen regionale televisie 200
Tabel 67: Financiële gegevens 2024 netwerken/dienstenverdelers omroepsignaaltransmissie 202
Tabel 68: Productiehuizen (interne inbegrepen) die in de eerste jaarhelft van 2025 10 of meer producties verzorgden 209
Tabel 69: Aantal vermeldingen in top 100 per productiehuis 211
Tabel 70: concentratie-indexen productiehuizen op basis van aantal producties 211
Tabel 71: Concentratie-indexen omroeporganisaties op basis van kijkcijfers 2015-2024 213
Tabel 72: Hoeveelheid Vlaamse producties die televisieomroeporganisaties programmeren 214
Tabel 73: Aantal installaties applicaties televisie via Google Play 216
Tabel 74: Financiële gegevens 2024 persagentschappen 220
Tabel 75: Financiële gegevens 2024 fotoagentschappen 221
Tabel 76: Financiële gegevens 2024 mediacentrales 221
Tabel 77: Financiële gegevens 2024 uitgevers van dagbladen 222
Tabel 78: Financiële gegevens 2024 uitgevers van tijdschriften 224
Tabel 79: Financiële gegevens 2024 uitgevers gratis pers 225
Tabel 80: Financiële gegevens 2024 distributeurs geschreven pers 226
Tabel 81: Evolutie marktaandelen dagbladen volgens oplage 2015-2024 232
Tabel 82: Concentratie-indexen dagbladen op basis van betaalde verspreiding 2015-2024 233
Tabel 83: Concentratie-indexen dagbladen op basis van oplage 2015-2024 233
Tabel 84: Aantal installaties applicaties dagbladen via Google Play 236
Tabel 85: Concentratie-indexen periodieke bladen op basis van betaalde verspreiding 2015-2024 240
Tabel 86: Aantal installaties applicaties periodieke bladen via Google Play 244
Tabel 87: Financiële gegevens 2024 grootste 10 internetdienstenverdelers, netwerkbeheerders en internettoegangsleveranciers 247
Tabel 88: Concentratie-indexen Vlaamse mediawebsites op basis van bezoeken 2016-2025 251
Tabel 89: Online populariteit websites België augustus 2018-2025 252
Tabel 90: Aantal installaties populairste applicaties via Google Play 254
Tabel 91: Financiële gegevens 2024 mediagroepen 255
Tabel 92: Reclame-investeringen in Vlaanderen 2015-2024 263
Tabel 93: Zakencijfer per mediabureau 2015-2024 264
Tabel 94: De grootste mediabedrijven en hun inkomsten in 2024 270
Tabel 95: Buitenlandse omroeporganisaties gericht op Vlaanderen 272
Tabel 96: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI) 283
Tabel 97: Categorieën remedies volgens Cavallin 287
Tabel 98: overzicht bestaande maatregelen en uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 319
Tabel 99: Overzicht multimediale merken in Vlaanderen 331
Tabel 100: Horizontale concentratie op basis van aantal spelers waardeketen 332
Tabel 101: Overzicht concentratiemaatstaven (HHI) 338
Tabel 102: overzicht bestaande maatregelen en uitbreidingsmogelijkheden en beleidsaanbevelingen 339

# INFOFRAGMENTEN

INFOFRAGMENT 1: STABIELE GROEI EN TRANSPARANTIE OMTRENT RADIORECLAME 16
INFOFRAGMENT 2: PODCASTMARKT IN BEWEGING, MAAR STRUCTURELE UITDAGINGEN BLIJVEN 24
INFOFRAGMENT 3: TIJDELIJKE REDDING VOOR ZES DAB+-ZENDERS NA DREIGENDE ETHERSTILTE 26
INFOFRAGMENT 4: SPOTIFY BEREIKT WINSTGEVENDHEID, MAAR BELGISCHE ARTIESTEN BLIJVEN OP HUN HONGER 28
INFOFRAGMENT 5: FINANCIERING VAN AUDIOVISUELE PRODUCTIE IN VLAANDEREN 31
INFOFRAGMENT 6: HET XMP CROSS MEDIA PANEL – EEN NIEUWE STANDAARD IN MEDIABEREIKMETING 39
INFOFRAGMENT 7: NIEUWE BEHEERSOVEREENKOMST VRT 41
INFOFRAGMENT 8: DREIGENDE CRISIS VOOR VLAAMSE COMMERCIËLE TELEVSIE – STRUCTURELE VERLIEZEN EN ROEP OM POLITIEK INGRIJPEN 43
INFOFRAGMENT 9: BELGISCH VOETBAL ENKEL NOG VIA APP 45
INFOFRAGMENT 10: HERVORMING INVESTERINGSVERPLICHTING IN AUDIOVISUELE PRODUCTIES 52
INFOFRAGMENT 11: STRIJD TEGEN ILLEGALE STREAMING VAN SPORTINHOUD 55
INFOFRAGMENT 12: SOORTEN JOURNALISTEN 65
INFOFRAGMENT 13: PERSVRIJHEID IN EUROPA OP EEN KRITIEK PUNT 66
INFOFRAGMENT 14: POGING OM ROULARTA VAN DE BEURS TE HALEN MISLUKT 75
INFOFRAGMENT 15: GESJOEMEL BIJ KRANTENCONCESSIE 77
INFOFRAGMENT 16: EVOLUTIES OMTRENT THIRD-PARTY COOKIES 86
INFOFRAGMENT 17: GLASVEZELUITROL DOOR DIGI VERLOOPT MOEIZAAM 98
INFOFRAGMENT 18: DIGI KENT MOEILIJKE START MAAR WAKKERT CONCURRENTIESTRIJD AAN 102
INFOFRAGMENT 19: C3/C4 EN HERFINDAHL (HHI) 178
INFOFRAGMENT 20: EUROPESE SAMENWERKING VOOR EERLIJKE EN TRANSPARANTE PUBLIEKSMETING 183
INFOFRAGMENT 21: VERGOEDING VANWEGE DE DIENSTENVERDELERS VOOR DE REGIONALE OMROEPEN 201
INFOFRAGMENT 22: INKOMSTEN UIT VIDEO-ON-DEMAND 203
INFOFRAGMENT 23: DE FINANCIELE RELATIE TUSSEN OMROEPEN, DISTRIBUTEURS EN AUTEURS 217
INFOFRAGMENT 24: MEDIABUREAUS 263

# BIBLIOGRAFIE


ACM (2025, 27 juni). ACM stelt strenge voorwaarden aan overname RTL Nederland door DPG Media. [Persbericht]. https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-stelt-strenge-voorwaarden-aan-overname-rtl-nederland-door-dpg-media.

Ads & Data, "Reclameregie Ads & Data breidt samenwerking met Var uit" https://www.adsanddata.be/nieuws/reclameregie-ads-data-breidt-samenwerking-met-var-uit/

Apache, Van Cauwenberge, D., "Vlaamse partijen gaven 27 miljoen euro uit aan lokale verkiezingspropaganda", https://apache.be/2024/11/28/vlaamse-partijen-gaven-27-miljoen-euro-uit-aan-lokale-verkiezingspropaganda, 28 november 2024.

AVS, "Nieuwsaanbod van regionale omroepen scoort hoog bij Vlaamse kijkers", 27 januari 2025.

Belga nv (2025). Jaarrekening 2024, pp 37-38.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 21 maart 2014 van de Vlaamse Regering betreffende de stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector, vermeld in artikel 184/1 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 3 april 2014.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 26 april 2024 van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 12 juli 2024.

Belgisch Staatsblad, "Besluit van 28 mei 2004 van de Vlaamse Regering houdende vaststelling van de lijst van evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving", 19 augustus 2004.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 1 maart 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken", 29 maart 2024.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 17 januari 2014 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector", 12 februari 2014.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 26 januari 2024 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie tot gedeeltelijke uitvoering van de digitaledienstenverordening", 6 februari 2024.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 29 juni 2018 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie", 26 juli 2018.

Belgisch Staatsblad, "Decreet van 3 juni 2022 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten, en tot wijziging van het decreet van 12 februari 2021 houdende wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie met betrekking tot de landelijke en regionale radio-omroeporganisaties en de technische eindapparatuur voor FM-radio-ontvangst van radio-omroeporganisaties", 15 juli 2022.

Bewerking door VRM van CRC, "Beslissing van de CRC van 1 juli 2011 betreffende de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied", http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/20110718_-_televisieomroepmarkt_-_non_conf_-_ondertekende_versie.pdf, 1 juli 2011, p. 18.

BIPT (2023, 11 oktober). Het BIPT opent de markt voor modems. [Persbericht]. https://www.bipt.be/

consumenten/publication/het-bipt-opent-de-markt-voor-modems

BIPT (2024, 19 december). BIPT publiceert zijn vergelijkende internationale prijzenstudie voor 2024. [Persbericht]. https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/bipt-publiceert-zijn-vergelijkende-internationale-prijzenstudie-voor-2024.

BIPT (2024, 19 december). Impact van de lancering van de vierde operator op de positie van België in de internationale prijsvergelijking. [Persbericht]. https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/impact-van-de-lancering-van-de-vierde-operator-op-de-positie-van-belgie-in-de-internationale-prijsvergelijking.

BIPT (z.d.), "Resultaten van de multibandveiling van 2022", https://www.bipt.be/operatoren/resultaten-van-de-multibandveiling-van-2022.

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

BIPT, "Jaarlijks verslag betreffende het toezicht op netneutraliteit in België", https://www.bipt.be/operatoren/publicatie/mededeling-over-het-toezicht-op-netneutraliteit-in-belgie-periode-1-mei-2024---30-april-2025, 27 juni 2025.

BIPT, "Mededeling van de Raad van het BIPT van 4 juni 2025 betreffende de studie over de kenmerken en prijzen van audiovisuele media in België en een vergelijking met het aanbod in Frankrijk en Nederland".

BIPT, "Status van de elektronische communicatie- en televisiemarkt in 2022", https://www.bipt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c2899a5d7093645666b6dd5dba61d970c06d1870/mededeling_status_elektronische_communicatie_en_tv_markt_2022.pdf, 14 juni 2023.

BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 10 juli 2025 betreffende de status van de elektronische communicatie- en TV markt (2024), via https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/de-status-van-de-elektronische-communicatie-en-tv-markt-2024

BIPT, Mededeling van de Raad van het BIPT van 27 mei 2025 over de resultaten van de vergelijking van de tarieven voor mobiele (postpaid) telecommunicatiediensten in België [tarieven gehanteerd in het tweede kwartaal van 2025], via https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/resultaten-van-de-vergelijking-van-de-tarieven-voor-mobiele-diensten-in-belgie-tarieven-gehanteerd-in-q2-2025

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

Boesman, J., De Vooght, E., Desimpelaere, L., Denecker, F. (2025). Nieuwsbarometer 2025. Arteveldehogeschool.
Bpost (2025). Jaarrekening 2024, p. 72.

Bpost Group (2024, 2 augustus). Staci maakt vanaf nu deel uit van bpostgroup en versterkt zo de Europese logistiekstrategie. [Persbericht]. http://prez.ly/r7Qc

Brouns, M. (2025, Maart 25). UMA / UBA Benchmark Media Investments 2024. United Media Agencies. https://uma.be/uma-benchmark-media-investments-2024/

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

Cavallin J. (1998), European Policies and Regulations on Media Concentration.

Centrum voor Informatie over de Media. (2025, 27 januari). Het CIM stapt in de Audience Measurement Coalition. [Persbericht]. https://www.cim.be/nl/nieuws/2196-persbericht-het-cim-stapt-in-de-audience-measurement-

coalition.

CIM (2025). Jaarverslag 2024: onze transformatie in een stroomversnelling.

CIM, "CIM Audio Time 2025: zo luistert de Belg naar audio", https://www.cim.be/nl/nieuws/2197-nl-cim-audio-time-2025-zo-luistert-de-belg-naar-audio, 28 januari 2025.

CIM. (2025). CIM Audio Time 2025 (4th ed.). https://www.cim.be/resources/news_images/CIMAudioTime_2025.pdf

CRC, "Beslissing van de conferentie van de regulatoren voor de elektronische communicatiesector (CRC) met betrekking tot de analyse van de markt voor televisieomroep in het Nederlandse taalgebied", 29 juni 2018.

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

Data News, "Belgische Proxistore opent nog meer fronten tegen Google", https://datanews.knack.be/nieuws/belgie/wetgeving-belgie/belgische-proxistore-opent-nog-meer-fronten-tegen-google/, 21 maart 2025.

Data News, "Google moet 76 miljoen euro betalen aan Belgische start-up Proxistore", https://datanews.knack.be/nieuws/belgie/google-moet-76-miljoen-euro-betalen-aan-belgische-start-up-proxistore/, 17 maart 2025.

DataNews Knack, "Proximus slorpt Scarlet volledig op", https://datanews.knack.be/ict/nieuws/proximus-slorpt-scarlet-volledig-op/article-news-1813743.html, 17 december 2021.

De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. p. 33. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.

De Morgen, "Lineaire zender VTM Kids verdwijnt, jonge kijkers worden naar streamingplatform VTM GO geleid", 23 december 2022.

De Morgen, "Netflix lanceert Momenten-functie: voor het opslaan, herbeleven en delen van je favoriete scènes", 28 oktober 2024.

De Morgen, "Nieuw in de app van De Morgen: vanaf nu kan je onze artikels ook beluisteren", 06 juni 2025.

De Morgen, "Ook Proximus schakelt af, het tijdperk van 3G lijkt definitief voorbij", 1 december 2022.

De Morgen, "Recordaantal Vlaamse fictiereeksen in 2023, ook meer coproducties en hogere budgetten, 22 november 2024.

De Morgen, "Vlaamse regering kondigt nieuwe samenstelling raad van bestuur VRT aan: geen plaats meer voor Open Vld, Groen en PVDA", 10 januari 2025.

De Morgen, Debusschere, B., "Factcheckers - 'Zuckerberg liegt door ons te beschuldigen van censuur'", 09 januari 2025.

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

De Morgen, Dumon, P., "Nieuwe beheersovereenkomst – Van reclame tot vrouwensport: dit verandert bij de VRT", 22 juli 2025.

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

De Morgen, Dumon, P., "VTM en Play zien rode cijfers tegemoet en trekken aan de alarmbel", 27 november 2024.

De Morgen, Meeus, R., "Na de noodkreet van VTM en Play: Het is nog veel te vroeg om de doodsklokken te luiden", 27 november 2024.

De Persgroep, "Medialaan investeert in gloednieuwe radiostudio's voor Qmusic en Joe in Vilvoorde", https://www.persgroep.be/nl/news/medialaan-investeert-gloednieuwe-radiostudio%E2%80%99s-voor-qmusic-en-joe-vilvoorde, 14 juni 2018.

De Standaard, "Als Telenet echt moet kiezen, zijn tv-programma's geen prioriteit", 27 september 2024.

De Standaard, "Chatcast is staatszaak in VS, maar nog niet in Vlaanderen", 31 oktober 2024.

De Standaard, "Mediahuis investeert in Europese persvrijheid", 30 november 2021.

De Standaard, "Mediahuis schrapt mogelijk veertien jobs bij integratie 'Gazet van Antwerpen' en het 'Nieuwsblad'", 22 mei 2025.

De Standaard, "Negen ontslagen op de redactie van Het Laatste Nieuws", 18/02/2025.

De Standaard, "Proximus lanceert gamecompetities", 19 mei 2018.

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

De Standaard, "Telenet zoekt heil in markt elektrische laadpalen", 18 maart 2024.

De Standaard, "Tiktok ontslaat moderators in Berlijn", 2 augustus 2025.

De Standaard, "VRT lanceert verticaal gefilmde fictiereeks op Tiktok: "Ons publiek zit daar, wij volgen"", 07 april 2025.

De Standaard, "VRT MAX en VTM GO moeten binnenkort standaard op smart-tv's staan", 4 juli 2025.

De Standaard, "VRT wil 'Vlaamse Spotify' onderzoeken", 10 januari 2025.

De Standaard, De Moor, M., "Fransen kunnen volgend jaar op Netflix naar tv-zender TF1 kijken: volgende stap in streaming", 20 juni 2025.

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

De Standaard, De Moor, M., "Ook na 2031 nog FM-radio: afschakeling wordt opnieuw uitgesteld", 27 april 2025.

De Standaard, De Moor, M., "Productiehuizen slaan alarm: Vlaamse tv-fictie is een succes, maar hoelang nog?", 6 december 2024.

De Standaard, De Moor, M., "Radiozender Nostalgie wordt een beetje meer Play", 23 augustus 2023.

De Standaard, De Moor, M., "Vlaams podcastplatform 'Podgrond' "is commercieel niet levensvatbaar"", 17 oktober 2024.

De Standaard, Deckmyn, D., "DPG Media pakt Google en Facebook aan met nieuw reclameplatform", 16 november 2023.

De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis lanceert jongerenabonnement: 'Kranten zijn belangrijk tegen

desinformatie'", 21 september 2023.

De Standaard, Deckmyn, D., "Mediahuis schuift regionale zenders door naar Via Plaza", 17 april 2024.

De Standaard, Deckmyn, D., "Vlaamse uitgevers: "Nog geen deal met AI-bedrijven in zicht"", 20 februari 2025.

De Standaard, Dendooven, P., "BD is de hoop van geplaagde krantenabonnees", 8 maart 2025.

De Standaard, Dendooven, P., "Mediahuis nestelt zich in club van miljardenbedrijven", 25 februari 2022.

De Standaard, Dendooven, P., "Proximus neemt Gents bedrijf met 160 werknemers over", 13 juli 2018.

De Standaard, Dobbelaere, B., "Strengere regels op komst voor alcoholreclame: voortaan schaadt alcohol altijd de gezondheid, niet alleen bij misbruik", 15 juli 2025.

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

De Standaard, Lecluyse, W., "VRT mag dan toch fragmenten van Belgisch voetbal tonen", 18 september 2025.

De Standaard, Lemmens, K., "Minister van Media Van Achter schaart zich achter noodkreet commerciële tv-zenders, 27 november 2024.

De Standaard, Lemmens, K., "Woestijnvis zet twaalf mensen aan de deur: De druk op de sector is voelbaar", 20 maart 2025.

De Standaard, Mayda, K., "Verbod op alcoholreclame bij scholen en op sociale media is "ruimschoots onvoldoende"", 26 november 2024.

De Standaard, Paice, E., "Streamz gaat account delen onmogelijk maken", 30 april 2025.

De Standaard, Verhoeven, K., "De Standaard bundelt alles voortaan in 1 app", 25 maart 2025.

De Tijd, "Amerikanen domineren Europese kinderzenders", 05 juli 2023.

De Tijd, "Belgische tv-rechten Champions League gereshuffeld", 28 november 2023.

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

De Tijd, "DPG Media krijgt nieuwe lening van 120 miljoen van Europese Investeringsbank", 11 februari 2025.

De Tijd, "Financial Times laat magazines drukken bij Roularta", 23 oktober 2023.

De Tijd, "Frans voetbal start met eigen zender, en dat zegt ook iets over België", 3 juli 2025.

De Tijd, "Geen seizoensopener Belgisch voetbal op Proximus en Telenet, enkel op DAZN-platform", 14 juli 2025.

De Tijd, "Hof fluit telecomoperator Orange terug voor term 'fiber'", 1 mei 2025.

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

De Tijd, "Mediahuis koopt wandel- en fietsapp RouteYou, 20 november 2023.

De Tijd, "Neobank Banx van Proximus en Belfius staat op de helling", 07 oktober 2023.

De Tijd, “Ook BASE (Telenet) komt ‘midden januari’ met antwoord op Digi”, 18 december 2024.

De Tijd, “Plopsa strijkt neer in Tsjechië”, 30 december 2021.

De Tijd, “Productiehuis jonnydepony krijgt Franse eigenaar media”, 20 januari 2023.

De Tijd, “Productiehuis Woestijnvis keert 34 miljoen uit aan Telenet”, 04 november 2024.

De Tijd, “Proximus en Telenet plannen samen 2,7 miljoen gezinnen van supersnel internet te voorzien”, 26 juli 2024.

De Tijd, “Roularta koopt Nederlands sportmagazine Helden”, 16 oktober 2023.

De Tijd, “Spotify laat Belgische podcasters delen in reclamegeld”, 27 maart 2025.

De Tijd, “Studio 100 maakt stevige groeisprong in 2024: ‘Op naar de 300 miljoen’”, 03 juni 2025.

De Tijd, “Telecomoperator Edpnet belandt bij Citymesh na deal met Proximus”, 6 november 2023.

De Tijd, “Telenet lonkt naar internet der dingen”, 27 april 2018.

De Tijd, “Telenet mag stuk van Waalse kabel huren”, 3 november 2022.

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

De Tijd, “Telenet-dochter Tadaam lanceert internet thuis via 5G”, 15 november 2022.

De Tijd, “Vlaamse zenders krijgen verplicht zichtbare plek op smart-tv’s”, 4 juli 2025.

De Tijd, “Witte rook: DPG Media mag RTL Nederland eindelijk inlijven”, 27 juni 2025.

De Tijd, Adriaen, D. & Souris, S., “Groepsaankoper Wikipower in handen van DPG Media”, 3 maart 2023.

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

De Tijd, Bervoet, D. & Serrure, B., “Vlaamse tv vreest ondergang zonder politiek optreden tegen onlinereuzen”, 27 november 2024.

De Tijd, Bervoet, D., “Netflix omarmen lijkt slimmer dan het bestrijden, 24 januari 2025.

De Tijd, Bervoet, D., “Spotify heeft eerste winstgevend jaar achter de rug, 4 februari 2025.

De Tijd, Bervoet, D., “Worstelen met abonnees bij Netflix, 20 januari 2025.

De Tijd, Bleus, D. & Serrure, B., “Vermijdt Vlaamse regering botsing? VRT mag fors meer uit digitale reclame halen”, 21 juli 2025.

De Tijd, Broens, B., “Mediagroep Roularta verkoopt Duitse tijdschriften”, 6 november 2024.

De Tijd, Broens, B., “Mediahuis slaat dubbelslag in vastgoedsector”, 12 februari 2019.

De Tijd, Broens, B., “Nieuwe telecomoperator Digi gaat in België voor totaalpakket diensten”, 28 februari 2024.

De Tijd, Broens, B., “Nieuwe telecomoperator Digi ‘tevreden over de vraag’”, 21 februari 2025.

De Tijd, Broens, B., “Nog geen effect van lancering Digi op klantencijfers Orange”, 7 februari 2025.

De Tijd, Broens, B., “Orange Belgium evenaart mobiel tarief van Digi meteen met nevenmerk Hey!”, 11 december 2024.

De Tijd, Broens, B., “Proximus pareert komst Digi ook met budgetmerk Scarlet”, 8 januari 2025.

De Tijd, Broens, B., “Roularta verkoopt Artsenkrant en twee andere vakbladen aan PMG”, 19 maart 2025.

De Tijd, Broens, B., “Sociale-inspectiediensten gaan controle uitvoeren bij nieuw telecombedrijf Digi”, 24 februari 2025.

De Tijd, Broens, B., “Startende telecomoperator Digi lanceert nieuw bodemtarief”, 4 juni 2025.

De Tijd, Broens, B., “Telecomoperator Orange stopt met verkoop antwoord op Digi”, 12 mei 2025.

De Tijd, Broens, B., “Telenet duikt met BASE voor zware dataverbruikers onder tarieven Digi”, 13 januari 2025.

De Tijd, Broens, B., “Telenet stapt in gamingindustrie”, 15 mei 2018.

De Tijd, Broens, B., “Zakenzender Kanaal Z wordt na 26 jaar Trends Z”, 25 juni 2025.

De Tijd, De Groote, P., “De Standaard-uitgeverij koopt grootste krant van Ierland en wordt miljardenbedrijf”, 30 april 2019.

De Tijd, De Preter, W., “Belgische reclamesector hoopt op 140 miljoen extra omzet met nieuw meetsysteem”, 11 december 2024.

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

De Tijd, De Preter, W., “Geen alcoholreclame meer rond scholen en op TikTok”, 26 november 2024.

De Tijd, De Preter, W., “Google en Apple riskeren boetes na Europese klachten”, 19 maart 2025.

De Tijd, De Preter, W., “Proximus koopt Nederlandse datacruncher Umbrio”, 1 juni 2018.

De Tijd, De Preter, W., “Uitgever Mediahuis krijgt dwangsommen opgelegd wegens cookiebeleid”, 6 september 2024.

De Tijd, De Schampelaere, J., “Geen reclame voor ongezonde voeding meer voor jongeren”, 27 mei 2025.

De Tijd, De Schamphelaere, J., & Sephiha, M., “Familie De Nolf wil mediagroep Roularta na 27 jaar van de beurs halen”, 14 maart 2025.

De Tijd, De Schamphelaere, J., “Telecomnieuwkomer Digi groeit amper in België”, 14 augustus 2025.

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

De Tijd, Dereymaeker, F., “Mediahuis verliest twee FM-radiolicenties in Nederland”, 8 juli 2023.

De Tijd, Dereymaeker, F., “Proximus koopt 5G-licentie van Ethias-dochter NRB over”, 18 april 2024.

De Tijd, Dereymaeker, F., “Radiozender NRJ dreigt licentie te verliezen”, 3 juli 2023.

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

De Tijd, Evers, F., “Mediahuis neemt Iers vergelijkingsplatform over”, 2 november 2022.

De Tijd, Haeck, P., “Telenet lanceert platform voor slimme apparaten”, 5 juni 2018.

De Tijd, Neirynck, P., “Mediahuis neemt Radio Veronica en drie andere zenders over”, 3 april 2023.

De Tijd, Nerinckx, E., “Aandeelhouders kanten zich tegen ‘te laag’ overnamebod op Roularta”, 21 maart 2025.

De Tijd, Nerinckx, E., “Minder dan helft aandeelhouders gaat in op overnamebod Roularta”, 17 juni 2025.

De Tijd, Rousseau, S., “Proximus en Orange Belgium gaan 5G-factuur delen”, 12 juli 2019.

De Tijd, Schoofs, N., Nerinckx, E., & Broens, B., “Roularta: ‘Een beursexit is geen prioriteit meer’”, 22 augustus 2025.

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

De Tijd, Sephiha, M., & Serrure, B., “DPG Media verkoopt Deense tak aan Noorse sectorgenoot”, 3 december 2024.

De Tijd, Sephiha, M., “Bpost zet Press Shops en Relays in de etalage”, 29 april 2021.

De Tijd, Sephiha, M., “Mediahuis koopt Ierse autowebsite Carzone”, 24 oktober 2022.

De Tijd, Sephiha, M., “Mediahuis koopt Nederlandse vergelijkingssite ZorgKiezer”, 30 januari 2025.

De Tijd, Sephiha, M., “Naar één krantengroep in Franstalig België na alliantie Rossel en IPM”, 24 juni 2025.

De Tijd, Sephiha, M., “Telenet aan boord bij radiozender Nostalgie”, 23 februari 2023.

De Tijd, Serrure, B. & Bervoet, D., “Golazo stapt in Bargoens, het productiehuis achter Het Huis en Het Conclaaf”, 26 juni 2024.

De Tijd, Serrure, B. & Bleus, D., “Vlaamse regering en VRT op ramkoers over reclameplafond”, 18 juni 2025.

De Tijd, Serrure, B. & Evers, F., “Telenet spijst oorlogskas met verkoop zendmasten”, 26 maart 2022.

De Tijd, Serrure, B., & Broens, B., “Digi gooit clusterbom in telecomland”, 11 december 2024.

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

De Tijd, Serrure, B., “Geen cookies? Dat is dan 3,99 euro per maand, overweegt DPG Media”, 2 december 2024.

De Tijd, Serrure, B., “Internationale verkoper van tv-formats Fabiola wordt Telenet-onderonsje”, 09 januari 2023.

De Tijd, Serrure, B., “KBC-app wordt ook financieel nieuwskanaal“, 21 december 2021.

De Tijd, Serrure, B., “Mediahuis schuift Antwerpse media online in elkaar”, 22 maart 2022.

De Tijd, Serrure, B., “Mediahuis waagt zich aan vastgoedtech”, 8 april 2022.

De Tijd, Serrure, B., “Nethys krijgt 11 procent van Orange Belgium in handen”, 29 maart 2024.

De Tijd, Serrure, B., “Nieuwe telecomspeler Digi: ‘We komen met ongeziene prijzen Belgische markt op’”, 16 mei 2024.

De Tijd, Serrure, B., “Ook Orange sluit sportdeal met Telenet voor Engels en Duits voetbal”, 10 juli 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Pleidooi voor vrijere rol VRT op reclamemarkt zet medialand onder hoogspanning”, 7 juni 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Proximus en Orange sluiten akkoord over gedeelde fibertuitrol in Wallonië”, 25 juli 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Proximus gaat Play Sports-zenders van concurrent Telenet verdelen”, 24 juni 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Proximus heeft weinig last van Digi”, 9 mei 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Proximus vangt 108 miljoen voor Luxemburgse zendmasten”, 22 november 2024.

De Tijd, Serrure, B., “Reclamedeal VRT en Nostalgie zet kwaad bloed in radioland”, 29 juni 2023.

De Tijd, Serrure, B., “Roularta verkoopt belang in Immovlan en gaat in zeer met Immoscoop”, 24 april 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Stijgende kosten wegen op winst bij DPG Media”, 17 april 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Streaming hijst zich op het droge, maar moet nog een berg op”, 16 november 2024.

De Tijd, Serrure, B., “‘Telecomoperator Digi Belgium zet helft management aan de deur’”, 27 februari 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Telenet werpt BASE op als dam tegen nieuwkomer Digi”, 28 mei 2024.

De Tijd, Serrure, B., “Vergeet de journalist, hier is de nieuwsfluencer”, 8 januari 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Vlaamse streamer VTM GO ontpopt zich als digitale videotheek”, 14 januari 2025.

De Tijd, Serrure, B., “Zeg niet meer ‘Een’ tegen ‘VRT 1’”, 01 mei 2023.

De Tijd, Smolders, T., “Redacties De Persgroep en Medialaan smelten samen”, 22 maart 2018.

De Tijd, Suy, P., “Belfius en Proximus trekken stekker uit ambitieuze app Banx”, 30 september 2024.

De Tijd, Van Oost, M., “Minister Beenders beveelt onderzoek naar sportstreamer DAZN”, 28 juli 2025.

De Tijd, Vanacker, L., “Vlaamse mediabedrijven sluiten zich aan bij claim van 2,1 miljard tegen Google”, 28 februari 2024.

De Tijd, Vermorgen, E. & De Schamphelaere, J., “Telenet verdwijnt op 13 oktober van de beurs”, 20 september 2023.

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

De Tijd, Vermorgen, E., “Familie De Nolf mist opnieuw drempel om Roularta van beurs te halen”, 30 juli 2025.

De Veirman, M., Desimpelaere, L., & Mollaert, E. (2025). SMI Barometer 2025. Social Media & Influencer Marketing Insights. Arteveldehogeschool.

Departement Cultuur, Jeugd en Media, “Nieuwe stimuleringsregeling voor audiovisuele sector”, https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/nieuwe-stimuleringsregeling-voor-audiovisuele-sector, 17 mei 2024.

Departement Cultuur, Jeugd en Media, “Samenwerking Vlaamse Mediasector als dam tegen internationale spelers”, https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/samenwerking-vlaamse-mediasector-als-dam-tegen-internationale-spelers, 19 mei 2025.

Departement Cultuur, Jeugd en Media, “Stakeholderbevraging ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT met de Vlaamse Regering”, maart 2025.

Departement Cultuur, Jeugd en Media, Wauters, D., & Knapp, D., “Eindrapport: inkomsten commerciële communicatie”, november 2024.

DNS Belgium, “Geregistreerde domeinnamen”, www.dnsbelgium.be, 25 augustus 2025.

DPG Media nv (2025). Jaarrekening 2024.

DPG Media. (2024, 2 november). DPG Media verkoopt Berlingske Media aan Amedia. [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 november 2024, van https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/over-dpg-media/nieuws/dpg-media-verkoopt-berlingske-media-aan-amedia

DPG Media. (2025, 19 september). Slim, lokaal en volledige controle: DPG Media lanceert Ad Manager+ [Persbericht]. Geraadpleegd op 2 oktober 2025, van https://www.dpgmediagroup.com/nl-BE/adverteren/inspiratie-en-inzichten-lp/overzicht-nieuws/lancering-ad-manager-plus-belgie

European Commission, “The 2022 Code of Practice on Disinformation”, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation, 16 juni 2022.

Europese Commissie, “Commission finds Apple and Meta in breach of the Digital Markets Act”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_1085, 23 april 2025.

Europese Commissie, “Commission fines Google €2.95 billion over abusive practices in online advertising technology”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_25_1992, 5 september 2025.

Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to Alphabet under the Digital Markets Act”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_811, 19 maart 2025.

Europese Commissie, “Commission sends preliminary findings to X for breach of the Digital Services Act”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3761, 12 juli 2024.

Europese Commissie, “Digital Decade 2025: Progress report on multi-country projects”, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2025-progress-report-multi-country-projects, 16 juni 2025.

Europese Commissie, “DSA: Very large online platforms and search engines”, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops, geraadpleegd op 12 juli 2024.

Europese Commissie, “Gatekeepers”, https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en, geraadpleegd op 9 juli 2025.

Europese Commissie, “Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA”, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses, geraadpleegd op 9 juli 2025.

Europese Commissie, “The Digital Services Act package”, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-

services-act-package, geraadpleegd op 12 juli 2024.

FOD Economie, "Consumptieprijzen (CPI)", http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/consumptieprijzen/.

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

FOD Economie, KBO Public Search, http://kbopub.economie.fgov.be/kbopub/zoeknummerform.html.
Gazet van Antwerpen, "Met Stien Edlund en Bavo Mortier: VRT MAX lanceert sportkanaal op TikTok en Instagram", 18 juni 2025.

Gazet van Antwerpen, "Ook Telenet en Proximus laten Belgisch voetbal wellicht vallen", 24 juni 2025.

Gazet van Antwerpen, "Regionale zender RTV moet besparen en laat vijf mensen gaan", 14 augustus 2025.

Gazet van Antwerpen, "Studio 100 en VTM slaan handen in elkaar voor 'Tien om te zien'-musical", 09 februari 2024.

Gazet van Antwerpen, "Zeven ontslagen op redactie van Plus Magazine", 6 juni 2025.

Gazet van Antwerpen, De Brabanter, F., "Spotify betaalde nog nooit zoveel uit", 13 maart 2025.

GBA, "Het Marktenhof doet uitspraak in de zaak IAB Europe", https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/het-marktenhof-doet-uitspraak-in-de-zaak-iab, 14 mei 2025.

Grafisch Nieuws, Riccardi, A., "Mediahuis Luxembourg verhuist drukkerijactiviteiten naar België", https://grafisch-nieuws.knack.be/grafisch-nieuws/mediahuis-luxembourg-verhuist-drukkerijactiviteiten-naar-belgie/article-normal-1867513.html, 16 mei 2022.

Het Belang van Limburg, "Sabam keert recordbedrag uit aan artiesten dankzij deals met bigtech", 17 april 2025.

Het Belang van Limburg, "Zes DAB+-zenders verdwijnen dan toch niet uit de ether", 11 maart 2025.

Het Laatste Nieuws, "Apple doet Brussel voorstellen App Store te verbeteren", 27 juni 2025.

Het Laatste Nieuws, "Bijna vijfde minder krantenwinkels op 5 jaar tijd", 17 december 2024.

Het Laatste Nieuws, "DPG Media en Besix bouwen hout-hybride kantoor in Nederland", 8 oktober 2021.

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

Het Laatste Nieuws, "Eerste officiële podcastcijfers: HLN grootste in misdaadverhalen en nieuwspodcasts elk uur", 25 maart 2025.

Het Laatste Nieuws, "Energieleverancier Mega biedt ook telecom aan", 1 februari 2024.

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

Het Laatste Nieuws, "HLN lanceert grootste puzzelapp van Vlaanderen: voortaan elke dag 20 nieuwe puzzels", 12 mei 2025.

Het Laatste Nieuws, "Internationale animatiestudio van Studio 100 krijgt extra studio in Madrid: "We zijn heel trots op deze nieuwe stap"", 25 juni 2024.

Het Laatste Nieuws, “Na Netflix is nu ook abonnement op Disney+ niet meer te delen met mensen buiten eigen huishouden”, 26 september 2024.

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

Het Laatste Nieuws, “Proximus trekt tegen eind dit jaar stekker uit 3G, Telenet en Orange in loop van 2025”, 6 november 2024.

Het Laatste Nieuws, “Radio2 vergroot marktleiderschap, Studio Brussel herstelt en JOE en Willy breken records”, 19 februari 2025.

Het Laatste Nieuws, “Sinds komst van vierde telecomoperator - Fors meer Belgen op zoek naar goedkoopste gsm-abonnement”, 8 januari 2025.

Het Laatste Nieuws, “Vlaamse overheid zet turbo op itsme: “Binnenkort onderteken je alles met app, zelfs schoolrapport van je kind””, 29 januari 2025.

Het Laatste Nieuws, ”Nieuw in de HLN app: luister naar élk artikel: “Je kan nu ook perfect in de auto of op de fiets HLN volgen”, 14 februari 2025.

Het Laatste Nieuws, Bulteel, Z., “Oostendse radio Radio Be One lanceert interactieve app: De toekomst van radio ligt in de smartphone”, 29 januari 2025.

Het Laatste Nieuws, Coenegracht, M., “Productiehuizen duiken in het rood: tot 150 procent minder winst in jaar tijd - Binnenkort komen de eerste faillissementen eraan”, 16 juli 2025.

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

Het Laatste Nieuws, De Bruyne, J., “Budgetten in tv-wereld krimpen en dat zal ook de kijker merken”, 7 april 2025.

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

Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., & Nuyts, J., “Problemen stapelen zich op bij jongste telecomspeler DIGI: nieuwe ontslagronde en minister is boos over vele consumentenklachten”, 9 mei 2025.

Het Laatste Nieuws, Dupon, Y., “Europese Commissie opent onderzoeken naar Meta, Google en Apple: “Ze kunnen zware boetes krijgen””, 25 maart 2024.

Het Laatste Nieuws, Hertogs, W., “Proces tegen X over verkrachtingsvideo wordt in februari gepleit”, 12 september 2025.

Het Laatste Nieuws, Nuyts, J., “Hoe telecombedrijf DIGI Vlaanderen verovert met extreem lage prijzen, maar daarvoor grote risico’s neemt: “Vroeg of laat loopt dit fout af””, 24 februari 2025.

Het Laatste Nieuws, Van Geyte, J., “Telecombedrijven willen geen compensatie geven bij pannes”, 12 februari 2025.

Het Laatste Nieuws, Vleminckx, N., & Doms, K., “Voorlopig vreemde situatie nu VRT en Play4 afhaken voor rechten en samenvattingen – Straks enkel via app Belgisch voetbal kijken?”; 28 mei 2025.

Het Nieuwsblad, ""Het ruikt hier naar een monopolie": dubbel onderzoek naar DAZN op vraag van Testaankoop en minister", 28 juli 2025.

Het Nieuwsblad, "Belfius gaat nu ook telefoonabonnementen verkopen", 30 december 2020.

Het Nieuwsblad, "Digi leeft regelgeving bij uitrol glasvezel niet na, alle installaties zonder vergunning moeten weg", 6 juni 2025.

Het Nieuwsblad, "Honderden jobs bij TikTok bedreigd in Groot-Brittannië, AI moet taken overnemen", 22 augustus 2025.

Het Nieuwsblad, "Ierse krant van Mediahuis klaagt X aan om nepadvertenties", 19 februari 2025.

Het Nieuwsblad, "Mediahuis koopt immowebsite van IPM over", 10 mei 2023.

Het Nieuwsblad, "Mediahuis neemt Duitse uitgever Medienhaus Aachen volledig over", 17 januari 2024.

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

Het Nieuwsblad, "Psychologencommissie dient klacht in bij Raad voor de Journalistiek over AI-artikels", 30 juni 2025.

Het Nieuwsblad, "Sabam waarschuwt voor inkomensverlies van auteurs door opkomst van generatieve AI", 4 december 2024.

Het Nieuwsblad, "Telenet doekt sportzender Play Sports Open op", 11 juli 2024.

Het Nieuwsblad, "Telenet-dochter Tadaam lanceert aanbod voor mobiele telefonie", 3 april 2025.

Het Nieuwsblad, "VTM ruilt kerstzender in voor VTM Life met focus op romantiek en drama", 30 december 2024.

Het Nieuwsblad, "Zes DAB-radiozenders dreigen uit de ether te verdwijnen", 20 februari 2025.

Het Nieuwsblad, Deblaere, J., "Opvallende conclusies op telecommarkt na één week Digi: "Wat ze geven bij budgetmerk, nemen ze terug bij hoofdmerk"", 19 december 2024.

Het Nieuwsblad, Heylen, J., "DAZN spreekt na speeldag 1 van "ongeziene kijkcijfers", ook komende voetbalwedstrijden alleen via app te bekijken", 30 juli 2025.

Het Nieuwsblad, Van Goethem, D., "Belgische muzieksector trekt aan de alarmbel bij Spotify en co.: Geef ons een eerlijke kans", 28 januari 2025.

ICRI K.U.Leuven, Central European University, Jönköping International Business School en Ernst & Young Belgium, "Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach", Study for the European Commission, 2009, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm.

InfluencerFAQ, 2023, https://www.deinfluencerfaq.be/wat-is-de-influencerfaq.

Ipsos, oktober 2023.

Journalistenloket, "Journalist van Beroep", https://www.journalistenloket.be/wie-is-journalist/
Kuczerawy, A., & Wauters, E. (2025). Media Pluralism Monitor 2025, rapport: België.

Lombaerts, B. (2025, Juni 24). Digital advertising: Europa breekt door €100 miljard-grens – ook België tekent voor double digit groei. https://www.marketing.be/inspire-content/iab-by-bam/digital-advertising-europa-breekt-door-100-miljard-grens-ook-belgie-tekent-voor-double-digit-groei

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

Mediafin nv (2025). Jaarrekening 2024.

Mediahuis (2019, 8 oktober). Mediahuis en DPG Media lanceren JOBAT, het talentnetwerk. [Persbericht]. https://www.mediahuis.be/mediahuis-en-dpg-media-lanceren-jobat-het-talentnetwerk/.

Mediahuis nv (2025). Jaarrekening 2024.

Mediahuis, "Automotive Mediaventions verstevigt positie met overname AutoWereld.nl", https://mediahuis.be/automotive-mediaventions-verstevigt-positie-met-overname-autowereld-nl/, 7 oktober 2019.

Mediahuis, "Mediahuis investeert 5 mio. euro in Nederlandse scale-up Lepaya.", https://www.mediahuis.be/mediahuis-investeert-5-mio-euro-in-nederlandse-scale-up-lepaya/, 15 juni 2020.

Mediahuis, "Mediahuis verwerft Luxemburgse mediagroep Saint-Paul Luxembourg.", https://mediahuis.be/mediahuis-verwerft-luxemburgse-mediagroep-saint-paul-luxembourg/, 21 april 2020.

Mediapunt, "Mediamonitor: de stand van mediaonderzoek in Vlaanderen anno 2023", https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/mediamonitor2023, 21 mei 2024.

Mediapunt, Raats, T. & Van de Wouwer, S., "mediadossier: Financiering van audiovisuele productie in Vlaanderen", 21 november 2024.

Mediaspecs, "Ads & Data gaat strategisch partnership aan met Warner Bros. Discovery", https://www.mediaspecs.be/ads-data-gaat-strategisch-partnership-aan-met-warner-bros-discovery/, 10 oktober 2023.

Mediaspecs, "Ads & Data implementeert pre-roll reclame voor opgenomen programma's nu ook bij VRT", https://www.mediaspecs.be/ads-data-implementeert-pre-roll-reclame-voor-opgenomen-programmas-nu-ook-bij-vrt/, 7 oktober 2024.

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

Mediaspecs, "AI maakt definitieve doorbraak in videoproductie: gebruik tijdens productie verdubbelt op jaar tijd", https://www.mediaspecs.be/insights/ai-maakt-definitieve-doorbraak-in-videoproductie-gebruik-tijdens-productie-verdubbelt-op-jaar-tijd/, 16 mei 2025.

Mediaspecs, "AutoScout24 stelt Eric van der Haegen aan als verantwoordelijke voor de interne sales", https://www.mediaspecs.be/autoscout24-stelt-eric-van-der-haegen-aan-als-verantwoordelijke-voor-de-interne-sales/, 1 september 2025.

Mediaspecs, "Azerion en ProduPress breiden hun partnerschap uit om leiders te worden in autoreclame in België", https://www.mediaspecs.be/azerion-en-produpress-breiden-strategisch-partnerschap-uit-om-leiders-te-worden-in-autoreclame-in-belgie/, 12 december 2024.

Mediaspecs, "BD Media neemt West-Vlaamse folderbedeler Paperboy over", https://www.mediaspecs.be/bd-media-neemt-west-vlaamse-folderbedeler-paperboy-over/, 28 november 2024.

Mediaspecs, “CIM for starters: het verkennen van nieuwe methoden voor publieksmeting”, https://www.mediaspecs.be/cim-for-starters-het-verkennen-van-nieuwe-methoden-voor-publieksmeting/, 3 oktober 2024.
Mediaspecs, “CIM vernieuwt internetstudie”, https://www.mediaspecs.be/cim-vernieuwt-de-internetstudie/, 5 februari 2025.

Mediaspecs, “DPG Media Advertising breidt hun aanbod uit met Full CTV”, https://www.mediaspecs.be/dpg-media-advertising-breidt-hun-aanbod-uit-met-full-ctv/, 17 oktober 2024.

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

Mediaspecs, “DPG Media herziet zijn woon- en decomagazines”, https://www.mediaspecs.be/dpg-media-herziet-zijn-home-deco-magazines/, 17 juli 2024.

Mediaspecs, “DPG Media lanceert nieuwe corporate website met The Reference”, https://www.mediaspecs.be/dpg-media-lanceert-nieuwe-corporate-website-met-the-reference/, 11 juli 2022.

Mediaspecs, “DPG Media ziet omzet stijgen, maar ook kosten oplopen”, https://www.mediaspecs.be/dpg-media-ziet-omzet-stijgen-maar-ook-kosten-oplopen/, 18 april 2025.

Mediaspecs, “Google trekt zich terug van beslissing om cookies af te schaffen”, https://www.mediaspecs.be/google-trekt-zich-terug-van-beslissing-om-cookies-af-te-schaffen/, 23 april 2025.

Mediaspecs, “GroupM – Belgian Video Monitor: is geconnecteerde televisie het nieuwe goud voor de lokale televisiebedrijven”, https://www.mediaspecs.be/insights/groupm-belgian-video-monitor-is-geconnecteerde-televisie-het-nieuwe-goud-voor-de-lokale-televisiebedrijven/, 22 mei 2025.

Mediaspecs, “Het CIM publiceert Audio on Demand bereikcijfers voor maart”, https://www.mediaspecs.be/het-cim-publiceert-audio-on-demand-bereikcijfers-voor-maart/, 15 april 2025.

Mediaspecs, “Het Communicatie Centrum publiceert nieuwe aanbevelingen inzake influencer marketing”, https://www.mediaspecs.be/het-communicatie-centrum-publiceert-nieuwe-aanbevelingen-inzake-influencer-marketing/, 25 april 2022.

Mediaspecs, “Jobat lanceert Go for Happy Magazine”, https://www.mediaspecs.be/jobat-lanceert-go-for-happy-magazine/, 23 februari 2021.

Mediaspecs, “L’Eventail breidt uit met Nederlandstalig aanbod”, https://www.mediaspecs.be/leventail-magazine-breidt-uit-met-nederlandstalig-aanbod/, 15 april 2025.

Mediaspecs, “Lancering van BPX: Belgische uitgevers werken samen en benadrukken de kracht van goede journalistiek”, https://www.mediaspecs.be/lancering-van-bpx-belgische-uitgevers-werken-samen-en-benadrukken-de-kracht-van-goede-journalistiek/, 23 mei 2025.

Mediaspecs, “Lancering van De Tijd Shorts: korte video’s, grote inzichten”, https://www.mediaspecs.be/lancering-van-de-tijd-shorts-korte-videos-grote-inzichten/, 29 november 2024.

Mediaspecs, “Magixx verwelkomt IPM en lanceert TV-pakket”, https://www.mediaspecs.be/magixx-voegt-ipm-toe-en-lanceert-tv-pakket/, 13 februari 2025.

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

Mediaspecs, “Mediafin neemt Profacts over”, https://www.mediaspecs.be/mediafin-neemt-profacts-over/, 20 december 2024.

Mediaspecs, “Nieuwe structuur van WE MEDIA”, https://www.mediaspecs.be/nieuwe-structuur-we-media/, 29 november 2024.

Mediaspecs, “Nieuwsblad lanceert nieuwe weekendbijlage WKND”, https://www.mediaspecs.be/nieuwsblad-lanceert-nieuwe-weekendbijlage-wknd/, 24 april 2025.

Mediaspecs, “Open brief van BPX in de Belgische dagbladen”, https://www.mediaspecs.be/open-brief-van-bpx-wakker-worden-het-is-tijd-voor-de-belgische-droom/, 19 juli 2025.

Mediaspecs, “Overname van Nederlandse activiteiten Sanoma door DPG Media Nederland krijgt groen licht”, https://www.mediaspecs.be/overname-van-nederlandse-activiteiten-sanoma-door-dpg-media-nederland-krijgt-groen-licht/, 14 april 2020.

Mediaspecs, “Passe-Partout gaat hyperlokaal en verdriedubbelt aantal edities”, https://www.mediaspecs.be/passe-partout-gaat-hyperlokaal-en-verdriedubbelt-aantal-edities/, 16 januari 2025.

Mediaspecs, “Play Sports vanaf nu beschikbaar voor alle Telenet-klanten en via de nieuwe Play Sports-app”, https://www.mediaspecs.be/play-sports-vanaf-nu-beschikbaar-voor-alle-telenet-klanten-en-via-nieuwe-play-sports-app/, 28 april 2025.

Mediaspecs, “Produpress Advertising komt tot een akkoord met Proxistore om het aanbod van doelgerichte reclame te versterken”, https://www.mediaspecs.be/produpress-advertising-komt-tot-een-akkoord-met-proxistore-om-het-aanbod-van-doelgerichte-reclame-te-versterken/, 24 augustus 2024.

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

Mediaspecs, “Raad voor Reclame vraagt overleg over nieuw voorstel voor alcoholreclame”, https://www.mediaspecs.be/raad-voor-reclame-vraagt-overleg-over-nieuw-voorstel-voor-alcoholreclame/, 17 juli 2025.

Mediaspecs, “Radio advertentienetwerk Switch komt naar Vlaanderen”, https://www.mediaspecs.be/radio-advertentienetwerk-switch-komt-naar-vlaanderen/, 19 november 2024.

Mediaspecs, “Radio2 Benebene maakt nieuwe start als VRT Radio Bene”, https://www.mediaspecs.be/radio2-benebene-maakt-nieuwe-start-als-vrt-radio-bene/, 01 juli 2024.

Mediaspecs, “Roularta Advertising herschikt organisatie”, https://www.mediaspecs.be/roularta-advertising-herschikt-organisatie/, 22 januari 2025.

Mediaspecs, “ROULARTA KOMT MET NIEUW LIFESTYLEMAGAZINE ‘DZ MAGAZINE’”, https://www.mediaspecs.be/roularta-komt-met-nieuw-lifestylemagazine-dz-magazine/, 14 december 2021.

Mediaspecs, “Roularta media group en Immoscoop sluiten strategisch partnership”, https://www.mediaspecs.be/roularta-media-group-en-immoscoop-sluiten-strategisch-partnership/, 24 april 2025.

Mediaspecs, “Roularta strijdt tegen desinformatie met project ‘Eerste Hulp Bij Twijfel’”, https://www.mediaspecs.be/roularta-strijdt-tegen-desinformatie-met-project-eerste-hulp-bij-twijfel/, 21 oktober 2022.

Mediaspecs, “Salesteam van IP Belgium wordt verdeeld tussen DPG Media Advertising en Rossel Advertising”, https://www.mediaspecs.be/salesteam-van-ip-belgium-wordt-verdeeld-tussen-dpg-media-advertising-en-rossel-

advertising/, 22 april 2022.

Mediaspecs, “Seen from Space – Podcasts in België: van algemeen naar concreet beeld”, https://www.mediaspecs.be/insights/seen-from-space-podcasts-in-belgie-van-algemeen-naar-concreet-beeld/, 1 april 2025.

Mediaspecs, “Seen from Space: SVOD in Vlaanderen, een matuur landschap”, https://www.mediaspecs.be/insights/seen-from-space-svod-in-vlaanderen-een-matuur-landschap/, 25 maart 2025.

Mediaspecs, “The Bulletin viert 60-jarig jubileum en wordt onafhankelijke uitgever”, https://www.mediaspecs.be/the-bulletin-viert-60-jarig-jubileum-en-wordt-onafhankelijke-uitgever/, 15 maart 2022.

Mediaspecs, “Transfer richt internationale cel Mayonnaise Media op”, https://www.mediaspecs.be/transfer-richt-internationale-cel-mayonnaise-media-op/, 15 maart 2021.

Mediaspecs, “UBA bepleit onbeperkte toegang tot advertentieruimte bij VRT”, https://www.mediaspecs.be/uba-bepleit-onbeperkte-toegang-tot-advertentieruimte-bij-vrt/, 4 juni 2025.

Mediaspecs, “UMA-UBA Digital Benchmark 2024: digital staat voor 42% van totaal”, https://www.mediaspecs.be/uma-uba-digital-benchmark-2024-digital-staat-voor-42-van-totaal/, 25 maart 2025.

Mediaspecs, “Van Achter remt FM-afschakeling af en laat richtdatum van 2031 los”, https://www.mediaspecs.be/van-achter-remt-fm-afschakeling-af-en-laat-richtdatum-van-2031-los/, 28 april 2025.

Mediaspecs, “Ziekenhuis- en Zorgkrant wijzigt naar HealthCare Magazine en er komt een Franstalige versie”, https://www.mediaspecs.be/ziekenhuis-en-zorgkrant-wijzigt-naar-healthcare-magazine-en-er-komt-een-franstalige-versie/, 6 februari 2015.

Nationale Bank van België, Balanscentrale, http://bcc.nbb.be/BCCIA0101/WEB/actions/Frames?LangIndex=N.
Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Meer Vlamingen gebruiken minder verschillende nieuwsbronnen. Geraadpleegd op 20 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/meer-vlamingen-gebruiken-minder-verschillende-nieuwsbronnen

Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Te veel nieuws is de belangrijkste oorzaak van nieuws mijden. Geraadpleegd op 13 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/te-veel-nieuws-is-de-belangrijkste-oorzaak-van-nieuws-mijden

Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Vlamingen staan minder open voor AI in journalistiek dan vorig jaar. Geraadpleegd op 12 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/vlamingen-staan-minder-open-voor-ai-in-journalistiek-dan-vorig-jaar

Nieuwsgebruik.be. (z.d.). Welke nieuwsmerken vertrouwen Vlamingen het meest?. Geraadpleegd op 12 augustus 2025, van https://www.nieuwsgebruik.be/monitor/welke-nieuwsmerken-vertrouwen-en-wantrouwen-vlamingen-het-meest

Orange Belgium. [2024, 16 december]. Orange Belgium lanceert internetsatellietdienst. [Persbericht]. Geraadpleegd op 15 juli 2025, van https://corporate.orange.be/nl/news-medias/orange-belgium-lanceert-internetsatellietdienst

Pikone, I., e.a. “Digital News Report”, juni 2025.

Play Media nv (2025). Jaarrekening 2024.

Politico, Gkritsi, E., “The EU has fined Meta and Apple. What happened to X?”, https://www.politico.eu/article/eu-meta-apple-x-fines-digital-antitrust-rules-digital-services-act-elon-musk/, 23 april 2025.

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

Proximus (2022, 29 juni). Proximus kondigt ambitie aan om dekkingsgraad voor fiber uit te breiden tot 95% van de Belgische woningen en bedrijven, met de ambitie om 100% gigabit coverage te bereiken tegen 2032. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2022/20220629-fiber-rollout.html.

Proximus (2024, 25 juli). Proximus wordt volledig eigenaar van Fiberklaar. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2024/20240725-proximus-acquires-full-fiberklaar-ownership.html.

Proximus (2024, 17 december). De Proximus Groep zet zijn evolutie tot wereldleider in digitale communicatie verder met de oprichting van Proximus Global, dat de internationale activiteiten zal overkoepelen. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2024/20241217-proximus-global.html

Proximus (2025, 25 juli). Proximus en Orange Belgium ondertekenen een Memorandum of Understandig om de fiberuitrol en de toegang tot gigabitnetwerken in Wallonië uit te breiden. [Persbericht]. https://www.proximus.com/nl/news/2025/202507-proximus-and-orange-belgium-boost-gigabit-wallonia.html

PUB, "CIM Pers: Belgische consument bevestigt vertrouwen in nieuwsmedia", https://pub.be/nl/cim-pers-belgische-consument-bevestigt-vertrouwen-in-nieuwsmedia/, 12 november 2024.

Raad voor de Journalistiek, "Nieuwe richtlijn over het gebruik van artificiële intelligentie in de journalistiek", https://www.rvdj.be/nieuws/nieuwe-richtlijn-over-het-gebruik-van-artificiele-intelligentie-de-journalistiek.
Raad voor de Reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert aanbevelingen", 8 oktober 2018.

Raad voor de Reclame, "De Raad voor de Reclame publiceert een code over native advertising", 8 januari 2019.

Reporters Sans Frontières, 2025, https://rsf.org/en/country/belgium.

RINGtv, "Kanaal Z en Ringtv zijn voortaan buren", http://www.ringtv.be/nieuws/kanaal-z-en-ringtv-zijn-voortaan-buren, 3 juli 2018.

Roularta Media Group (2018, 27 augustus). Roularta creëert Roularta Brand Studio en trekt Veerle Neyens aan. [Persbericht]. https://www.roulartamedia.be/nl/nieuws/roularta-cre%C3%ABert-roularta-brand-studio-trekt-veerle-neyens-aan.

Roularta Media Group (2021, 19 juli). VOORWETENSCHAP: ROULARTA NEEMT DE AFDELING HANDELSINFORMATIE VAN BLACK TIGER BELGIUM OVER. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/persbericht-voorwetenschap-roularta-neemt-de-afdeling-handelsinformatie.

Roularta Media Group (2021, 22 december). Roularta neemt new skool media over en wordt de op één na grootste uitgever van magazinemerken in nederland. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereglementeerde-informatie-roularta-neemt-new-skool-media-over-wordt-de.

Roularta Media Group (2022, 29 maart). ROULARTA NEEMT GEZONDHEID.BE EN PASSIONSANTÉ.BE OVER. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-neemt-gezondheidbe-passionsant%C3%A9be-over.

Roularta Media Group (2024, 6 november). Roularta Media Group verkoopt Duitse magazines. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/roularta-media-group-verkoopt-duitse-magazines
Roularta Media Group, "Digitaal", https://www.roularta.be/nl/onze-merken/digitaal.

Roularta Media Group, "Mijn Stad TV", https://www.roulartalocalmedia.be/nl/merken/mijn-stad/mijn-stad-tv.

Roularta Media Group, “Websites”, https://www.roulartamedia.be/nl/merken/digitaal/websites.

Roularta Media Group (2023, 10 november). Roularta Media Group neemt Flow Magazine over van DPG Media. [Persbericht]. https://www.roularta.be/nl/over-roularta/persberichten/gereglementeerde-informatie-voorwetenschap-roularta-media-group-neemt-0

Roularta nv (2025). Jaarrekening 2024.

RTL Group, “RTL Group to sell RTL Nederland to DPG Media”, https://company.rtl.com/export/sites/rtlunited/en/media/overview/press-releases-and-news/RTL-Group-to-sell-RTL-Nederland-to-DPG-Media/, 15 december 2023.

SBS Belgium nv (2022). Jaarverslag 2021.

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

SMIT-VUB, Peeters, J., Forest, N., & Raats, T., “Internationale versus lokale VOD-diensten: de voorkeuren en motivaties van kijkers in Vlaanderen in kaart gebracht”, 29 oktober 2024.

Society of Audiovisual Authors, “Joint statement on the AI Act implementation measures: A missed opportunity”, 30 juli 2025.

Statistiek Vlaanderen, “Internetgebruik naar gebruiksfrequentie”, https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/digitale-economie/internetgebruik-naar-gebruiksfrequentie, 25 februari 2025.

Statistiek Vlaanderen, “Mediabezit”, https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/mediabezit, 18 maart 2025.

Statistiek Vlaanderen, “Mediagebruik”, https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/mediagebruik, 18 maart 2025.

Statistiek Vlaanderen, “Vertrouwen in media”, https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/media-en-mediagebruik/vertrouwen-in-media, 19 maart 2025.

Streamz (2024), jaarrekening 2023.

Streamz (2025), jaarrekening 2024.

Studio 100 nv (2025). Jaarrekening 2024.

SVDJ, Bakker, P., “Hoe Nederland een dagblad-duopolie kreeg”, https://www.svdj.nl/hoe-nederland-een-dagblad-duopolie-kreeg/, 16 augustus 2021.

Telenet (2021, 30 maart). TELENET EN CAVIAR MAKEN VAN VLAAMS AUDIOVISUEEL TALENT EEN WERELDMERK. [Persbericht]. https://press.telenet.be/telenet-en-caviar-maken-van-vlaams-audiovisueel-talent-een-wereldmerk#.

Telenet (z.d.). BASE lanceert zich op de markt voor vast internet en televisie in heel België. [Persbericht]. https://press.telenet.be/base-lanceert-zich-op-de-markt-voor-vast-internet-en-televisie-in-heel-belgie.

Telenet (z.d.). TELENET BRENGT VIA THE PARK VR-ACTIVITEITEN NAAR DE HUISKAMER. [Persbericht]. https://press.telenet.be/telenet-brengt-via-the-park-vr-activiteiten-naar-de-huiskamer.

The Medialeader, “Transfer Media en Warner Bros. Discovery bundelen krachten voor de commercialisatie van HBO Max-kidscontent”, 12 september 2025.

Thys, J. (4 juli 2025). Meer mediaconcentratie, minder nieuwsdiversiteit. Of toch niet?. Mediapunt. https://www.mediapuntvlaanderen.be/updates-analyse/meer-mediaconcentratie-minder-nieuwsdiversiteit-of-toch-niet
Transfer (2024, 28 maart). Welkom radio. [Persbericht]. https://mytransfer.be/wp-content/uploads/2024/03/240328-PERSBERICHT-TRANSFER-Welcome-Radio.pdf

TrendsTop Knack, “REDACTIES TRENDS EN KANAAL Z WORDEN SAMENGEVOEGD”, https://trendstop.knack.be/nl/ontop/ondernemen/redacties-trends-en-kanaal-z-worden-samengevoegd-1067-1480380.aspx, 23 februari 2022.

Tribunal de l’entreprise francophone de Bruxelles. (2025, 28 maart). Ordonnance sur requête unilatérale – RR/25/00020. [Gerechtelijk document].

Truyens, P., Vis, S., Van de Wouwer, S., & Picone, I. (juni 2025). Policy Brief #86 Digital News Report 2025: Flemish news use remains stable but challenged by information overload, AI and concerns about disinformation. VUB SMIT. https://smit.research.vub.be/en/policy-brief-86-digital-news-report-2025-flemish-news-use-remains-stable-but-challenged-by

United Media Agencies, “UMA Ranking 2024”, https://uma.be/about-us/ranking/.

Valcke, P., & Wauters, E. (2024). Media Pluralism Monitor 2023- Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Valcke, P., Ombelet, P.-J., & Lambrecht, I. (december 2016). Media Pluralism Monitor 2016 Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, rapport: België.

Van Aelst, P., Walgrave, S., Tillemans, H., & Depauw, C. (2025). Onpartijdigheid van de VRT nieuwsberichtgeving 2024. Universiteit Antwerpen, in opdracht van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM). Geraadpleegd via vlaamseregulatormedia.be.

Van Monsjou, D. (2024, 15 november). Google gaat in EU stoppen met politieke advertenties. Tweakers. Geraadpleegd op 25 juli 2025, van https://tweakers.net/nieuws/228762/google-gaat-in-eu-stoppen-met-politieke-advertenties.html

Vanden Bussche, S. (2023, 5 april). Handvol VRT-journalisten klust fanatiek bij., https://www.apache.be/2023/04/05/handvol-vrt-journalisten-klust-fanatiek-bij

VIA, “Het incremental bereik van BVOD-platformen blijft groeien”, 1 april 2025.

Vlaamse Nieuwsmedia, https://www.vlaamsenieuwsmedia.be/, 17 juni 2025.

Vlaamse Regering. (2023, 9 juni). Beslissingen Vlaamse Regering. Ministerraad van 09 juni 2023. Geraadpleegd op 9 juni 2023, van https://beslissingenvlaamseregering.vlaanderen.be/

Vlaamse Regulator voor de Media (2025, 27 maart). Tijdelijke licentie voor aanbieden van een radio-omroepnetwerk (DAB+ 5A/5D) toegekend aan samenwerkingsverband nv DPG Media en nv SBS Media Belgium. Beslissingen. Geraadpleegd op 28 maart 2025, van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/tijdelijke-licentie-voor-aanbieden-van-een-radioomroepnetwerk-dab-5a5d-toegekend-aan

Vlaamse Regulator voor de Media (2025, 29 april). Tijdelijke zendvergunningen vzw DAB+ West-Vlaanderen: wijzigingen toegewezen frequentiekanaal (10D door 10A). Beslissingen. Geraadpleegd op 30 april 2025 van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/tijdelijke-zendvergunningen-vzw-dab-westvlaanderen-wijziging-toegewezen.

Vlaamse Regulator voor de Media, “Mededeling van de Raad van het BIPT over samenwerking bij de uitrol van FTTH-netwerken”, https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2023/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-over-samenwerking-bij-de-uitrol-van-ftth-netwerken, 13 oktober 2023.

Vlaamse Regulator voor de Media, “Procedure tegen nv SBS Media Belgium stopgezet (Nostalgie+)”, https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen/procedure-tegen-nv-sbs-media-belgium-stopgezet-nostalgie, 28 april 2025.

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

Vlaamse Regulator voor de Media. (2022, 2 februari). Tijdelijke zendvergunningen lokale DAB+ toegekend, uitzendingen kunnen vanaf 1 februari 2022 van start gaan [Persbericht]. Geraadpleegd op 3 juni 2022, van https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2022/tijdelijke-zendvergunningen-lokale-dab-toegekend-uitzendingen-kunnen-vanaf-1-februari.

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

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

VRT nv (2018). Jaarverslag 2017.

VRT nv (2025). Jaarverslag 2024.

VRT NWS, “Bezorgdheid over nauwere samenwerking Het Nieuwsblad en Gazet Van Antwerpen: “Minder diversiteit voor Vlaamse lezer””, 23 april 2025.

VRT NWS, “Bijna 40 bibliotheken in Vlaanderen en Brussel lanceren vandaag gratis streamingdienst Cinébib”, 14 maart 2025.

VRT NWS, “Het kwartier meest beluisterde podcast in Vlaanderen in februari”, 25 maart 2025.

VRT NWS, “Mediahuis plaatst tijdelijke krantenkiosken in Oost-Vlaanderen, waar problemen met krantenbedeling het grootst zijn”, 30 oktober 2024.

VRT NWS, “Minister De Sutter laat deal tussen Bpost en Golden Palace aanpassen: “Voorkomen dat krantenwinkels goktenten worden””, 16 februari 2022.

VRT NWS, “Minister van Media wil dat VRT werk maakt van archieffunctie VRT MAX”, 06 februari 2025.

VRT NWS, “Telecombedrijven bereiken akkoord over samenwerking bij glasvezeluitrol in Vlaanderen”, 25 juli 2024.

VRT NWS, “Telecomoperatoren Digi en Proximus moeten in Brussel duizenden internetkastjes aan gevels vervangen”, 14 januari 2025.

VRT NWS, “Vernieuwd Ketnet verhuist integraal naar VRT MAX, alleen Ketnet Junior blijft aparte app”, 23 oktober 2024.

VRT NWS, “VRT werkt mee aan Europees AI-project om toepassingen in de media te verkennen”, 19 juni 2025.

VRT NWS, “VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan digitale radiospeler”, 19 januari 2018.

VRT NWS, Bosmans, G., “Google start met bouw van nieuw datacenter in België, investering van 1 miljard euro”, 05 april 2024.

VRT NWS, Buytaert, T., Vandendriessche, B., & Nicolay, D., “Sophie Vermeulen bestaat niet, maar schreef wel 403 artikels voor magazine Elle, blijkt uit onderzoek van VRT NWS”, 28 juni 2025.

VRT NWS, Cardoen, S., “Netflix rondt kaap van 300 miljoen abonnees dankzij live sport en toptitels als Squid Game, 22 januari 2025.

VRT NWS, Cardoen, S., “Streamz groeit met 52 procent, top 10 van best bekeken reeksen is voor het eerst volledig Vlaams”, 22 januari 2025.

VRT NWS, De Hert, J., “Vlaamse regering bereikt akkoord over nieuwe beheersovereenkomst VRT”, 18 juli 2025.

VRT NWS, Decré, H., ““Groot risico” op illegale producten op Chinese shoppingapp Temu, blijkt uit Europees onderzoek”, 28 juli 2025.

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

VRT NWS, Grommen, S., “Franstalige mediamarkt opgeschud: DPG Media en Rossel nemen samen RTL België over”, 28 juni 2021.

VRT NWS, Grommen, S., “Google sluit deal met Vlaamse uitgevers om selectie artikels op eigen nieuwsplatform te krijgen”, 20 december 2024.

VRT NWS, Kesteleyn E., “Aantal klachten bij ombudsdienst Telecom gedaald, vooral problemen met moeizame switch tussen providers en glasvezelwerken”, 19 maart 2025.

VRT NWS, Kesteleyn, E., ““Problemen met krantenbedeling pas tegen eind 2026 opgelost”, volgens verdelers”, 25 maart 2025.

VRT NWS, Laermans, S., “Reclamesector komt zelf met richtlijnen over AI: “Mens moet steeds centraal staan””, 8 augustus 2025.

VRT NWS, Lecluyse, L., “Netflix sluit opmerkelijke deal met commerciële Franse zender TF1 om ‘gewone televisie’ uit te zenden”, 18 juni 2025.

VRT NWS, Maerevoet, E., “Berichten-app Telegram komt in Europa onder Belgisch toezicht”, 6 mei 2024.

VRT NWS, Michiels, C., “DIGI zwengelt concurrentie op telecommarkt aan: Mobile Vikings-klanten krijgen dubbel zoveel mobiele data voor dezelfde prijs”, 16 december 2024.

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

VRT NWS, Scheerlinck, H., “Ombudsman telecom tikt nieuwkomer Digi op de vingers: “Snel herpakken zodat het

kinderziektes blijven"", 22 januari 2025.

VRT NWS, Schillewaert, N., "Europa opent onderzoek naar "illegale producten" op Chinese shoppingapp Temu en neemt "verslavende karakter" van app onder de loep", 31 oktober 2024.

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

VRT NWS, Sokol, K., "Meer Europese fictie op VRT en meer VRT-reeksen in het buitenland door nieuwe samenwerking tussen 8 Europese publieke omroepen", 10 oktober 2023.

VRT NWS, Sokol, K., "Spotify betaalde vorig jaar 'maar' 34 miljoen euro aan muziekrechten uit in België: Veel mensen streamen nog altijd gratis", 9 april 2025.

VRT NWS, Truyts, J., "Nieuwe aandeelhouders Studio 100 bekend: ondernemer Vic Swerts (Soudal) en investeringsgroep 3d investors", 7 februari 2020.

VRT NWS, Uyttersprot, M., "Het blijft klachten regenen over sputterende krantenverdeling: "Deze week kreeg ik maar één keer mijn krant"", 13 maart 2025.

VRT NWS, Van Chaze, S., & Vandekeybus, B., "Liesbeth Van Impe wordt hoofdredacteur van Het Nieuwsblad én Gazet van Antwerpen, redactie uit bezorgdheid in open brief", 23 april 2025.

VRT NWS, Van Immerzeele, L., "Persvrijheid in Europa onder druk: oorlog, politiek en rechtszaken bedreigen journalisten", 5 maart 2025.

VRT NWS, Verheyden, T., Wouters, J., & Vanmeldert, D., "Belgische politiek gaf in verkiezingsjaar 15 miljoen euro uit aan advertenties op Facebook, Instagram en Google", 14 januari 2025.

VRT NWS, Wijns, L., "Proximus stopt binnenkort met 3G: "Goede zaak, want inefficiënte technologie"", 20 november 2024.

VRT NWS, Willems, J., "Meta verbiedt vanaf oktober politieke advertenties op Facebook en Instagram in Europese Unie", 25 juli 2025.

VRT, "Beheersovereenkomst", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/beheersovereenkomst/.

VRT, "Beheersovereenkomst", https://www.vrt.be/nl/over-ons/onze-opdracht/beheersovereenkomst.

VRT, "Meer dan 80 media start-ups groeien door dankzij Europese accelerator geleid door VRT", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/12/07/meer-dan-80-media-start-ups-groeien-door-dankzij-europees-projec/, 7 december 2023.

VRT, "VRT NWS krijgt Europees kwaliteitslabel voor factchecks", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2024/05/16/vrt-nws-krijgt-europees-kwaliteitslabel-voor-factchecks/, 12 juli 2024.

VRT, "VRT NWS omarmt regioberichtgeving Radio2", https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/nieuws/2023/09/14/vrt-nws-omarmt-regioberichtgeving-radio2/, 15 september 2023.

VRT, "VRT trapt onderhandelingen over nieuwe beheersovereenkomst af met startnota", https://www.vrt.be/nl/over-ons/nieuws-over-vrt/vrt-trapt-onderhandelingen-over-nieuwe-beheersovereenkomst-af-met-startnota, 9 januari 2025.

VVJ (2024), Jaarverslag 2024, https://www.journalist.be/sites/default/files/2024-12/VVJ-jaarverslag%202024.pdf

VVJ, “NIEUWE PROFIELSCHETS VAN DE BELGISCHE JOURNALIST”, https://journalist.be/2023/06/nieuwe-profielschets-van-de-belgische-journalist, 21 juni 2023.

VVJ, Deltour, P., “Actuele pijnpunten in de verhouding pers/gerecht - AVBB gaat in overleg met Justitie.”, https://journalist.be/2021/05/actuele-pijnpunten-in-de-verhouding-pers-gerecht-avbb-gaat-in-overleg-met-justitie , 29 september 2022.

WE MEDIA, “Lancering van het Cross Media Panel (XMP)”, 23 april 2024.

We Media, “Members”, https://wemedia.be/b2c/members/, 16 juni 2025.

We Media, “Organisatie”, https://wemedia.be/organisatie/, 17 juni 2025.

Wolters Kluwer, “Anti-SLAPP-wetgeving”, 17 maart 2025, https://www.wolterskluwer.com/nl-be/expert-insights/slapp

# COLOFON

Verantwoordelijke uitgever
Joris Sels, gedelegeerd bestuurder

Bezoekadres
Marie-Eisabeth Belpairegebouw
Simon Bolivarlaan 17
1000 Brussel

Postadres
Koning Albert II-laan 15, bus 476
1210 Brussel

Tel: 02/553.45.04
E-mail: vrm@vlaanderen.be
Website: www.vlaamseregulatormedia.be

Samenstelling, redactie en eindredactie
Ingrid Kools, Yann Meiresonne, Johan Cassimon en Francis Soulliaert

Begeleider dossier mediaconcentratie
Katrien Van der Perre