**Medialeer**

1. **: Inleiding**

## Inleiding

Wat is medialeer? = de middelen tot overdracht en verspreiding van kennis en informatie

* Orale traditie
* Manuscripten (ca. 2000 v. Chr.)
* Drukwerk (15de E)
* Beeld en geluid (20ste eeuw)
* Digitaal (21ste eeuw)

## Media vandaag

* **Mediaconvergentie**

 Mediadragers groeien meer naar mekaar toe. Afzonderlijke media (radio, tv, computer, telefoon) worden gebundeld in één nieuw medium dat alle voordelen heeft van de voorgaande.

 Vb. smartphone, wii

* **Crossmedialiteit**

Mediaverhalen/diensten worden verspreid d.m.v. diverse mediadragers (radio, tv, print…) die complementair zijn aan elkaar

* Mediaconcentraties
* Multimediaconcerns
	+ - * + Multimediaal, internationaal
				+ Time Warner, Disney, Bertelsmann, Viacom, News Corp,
* Roularta, Persgroep
* Bedreiging voor pluralisme?

## Media Basics

1. Publiek vraagt content
	* Mediagebruiker wil **geïnformeerd** worden
		+ Rituelen en tijdsbesteding
		+ Sociaal aspect
		+ Service-aspect
	* Redactionele inhoud (audio, video, tekst)
		+ Informatie als middel tot sociale bewustwording
			- Feiten, duiding, opinie
			- Pers als vierde macht (waakhondfunctie)
		+ Entertainment als spiegel van de maatschappij
			- Herkenbaar en aspirationeel
		+ Mediagebruiker betaalt met geld en aandacht
2. Adverteerder vraagt toegang tot publiek
	* Mediagebruiker is ook consument
	* Consumentenprofielen
3. Media bieden content en access to public
	* Dual product market
	* Mediaproducten en mediamerken
		+ Cultureel vs. economisch product: mediabeleid
	* Diversiteit van mediaportfolio’s interessant voor adverteerder
		+ Succes op media- en reclamemarkt hangen samen

## Kranten in België

### Hoe herken je een krant ?

* Papiersoort, drukinkt, lettertype, kolommen, opmaak
* Katernen
* *Dag*-blad : Journal, quotidien
* Nieuws en service-informatie
* Publiciteit

### Te onderscheiden naar:

* Verspreidingsgebied
	+ Internationaal (*NY Times, LM*)
	+ Nationaal (*HLN, Volkskrant*)
	+ Regionaal (*HBVL*)
* (Dagelijks) moment van verschijning
	+ Ochtend, middag, avond
	+ 6/7, zondagskrant
* Populaire en referentiekranten
* Editiekranten
* Kopkranten
* **Dagelijkse *katernen* en bijlagen (actualiteit)**
	+ Voorpagina
	+ Binnenland/Politiek
	+ Buitenland
	+ Economie
	+ Sport
	+ Cultuur/Lifestyle
* **Weekendbijlagen**
	+ Achtergrondinformatie
	+ Magazine
	+ Commerciële bijlagen
	+ Rubriekadvertenties/classified

### Productie

* Redactie
* Nieuwsmanager en -desk, journalisten, hoofd- en eindredactie
* Uitgeefdirecteur
* Fotoredactie
* Lay-out
* Publiciteitsdienst/regie
* Drukkerij (offset)
* Eco Print Center, Concentra Grafic, Roularta Printing…
* Cold set : krantendruk, absorberend papier
* Heatset : magazinedruk, moet nog gewarmd worden zodat de inkt erin blijft zitten.

### Distributie

* Post, AMP (Agence Messageries de la Presse)
* Online
* mobiel (op pda, smartphone)

 🡪 Via abonnement: bezorging per post of via de krantenbesteller

 🡪 Losse verkoop in de krantenkiosk

 🡪Andere verkooppunten: supermarkt, tankstation

 🡪Gratis verspreiding via displays bij de bakker, kruidenier, in bus- of metrostation, in

 🡪 Bedrijven of scholen: De metro, de zondag, De streekkrant

 **🡪Online**-abonnement (onlinekrant): in pdf

### Economisch model

* Productie- en distributie**kosten**
* Hoge **first copy cost**

 = duur,kruipt veel moeite in

 = de investering om op de markt te komen is zo hoog dat sommige kranten zelfs na 3 jaar geen winst maken

 → interne en externe synergieën (vb. HLN/Volkskrant)

 = samenwerking tussen verschillende kranten, info uitwisselen

* Fabriekshal, drukpersen, snij- en sorteermachines…
* **Grondstoffen** (papier, drukinkt)

 = duur! Papier : Bossen kappen + heraanleggen

 🡪 Stora Enso (=grote papierfabricant)

* **Distributiekosten**
* Opvolging abonnementen
* (terugname) kioskverkoop : Kranten moeten daar geraken + de niet verkochte moeten worden teruggenomen
* Opbrengsten uit **verkoop**
* Losse verkoop (1 à 1,5 €/krant)
* Abonnementen
* Inkomsten van line-extentions (boeken, cd’s, dvd’s…)

 = producten die mee verkocht kunnen worden

 Vb. DVD (spaarpunten+4euro) = Promo-instrument

* Opbrengsten uit **publiciteit**

 **🡪** adverteerder heeft medium nodig om reclame te maken voor zijn product.

 🡪betaalt veel geld voor klein plaatsje in de krant

* Nationale/regionale (merken)reclame
* Extra bijlagen (wonen, mode…)
* Personeelsadvertenties (jobkranten)

 = zeer belangrijke inkomstenbron

* Classifieds = rubriekadvertenties

 = zoekertjes vb.Tv te koop

 🡪 Kapaza, E-bay, hebben.be

* **Overheidssteun** (→ bevordering pluralisme)
* Directe steun: bv. Mediargus

 Kranten willen liever geen directe steun

< men wil niet dat de overheid ook invloed zou kunnen uitoefenen over het maken van de krant

* Indirecte steun: porttarief, BTW-nultarief, overheidscampagnes, kortingen telecom…
* Flanders Media (2008): Overleg tussen Vlaams mediaminister Peeters en de mediagroepen

 🡪Voorlopig géén directe steun

* Fenomeen ‘**gratis krant’** (freesheet)
* Wereldwijd: Metro Int.
* België: Metro (MTM, Concentra-Rossel)
* Enkel publiciteitsinkomsten
* Marketing/**sponsoring**
* Sponsoring van (sport)evenementen

 Omloop Het Volk, GvA-trofee, cultuur (DM) Vb. Humo – Rock Werchter

* Publiciteit in eigen media (cross)
* Line-extentions (boeken, dvd’s, cd’s...)

Tabloïdisering (sinds 2004)

 =Krantenformaten worden kleiner en handiger

 = tabloidformaat

**Voorheen**

Broadsheet (540x385)

‘Belgisch’ formaat (490x336)

**Vandaag**

Berliner (420x288) DM, DT, HLN

Tabloid (385/360x250)

 🡺Geen aparte maar ‘uitneembare’ katernen

### Wie leest er nog kranten ?

Krant = **betrouwbare** nieuwsbron

Ontlezing: oplagecijfers blijven dalen (cf. CIM)

 🡪 Maar: referentiekranten stijgen

Concurrentie van andere media (internet) [Moordende concurrentie]

Verschuivingen > meer nadruk op weekendkrant

Leesgewoonten

* ¾ uur per dag (CIM); ‘20 minuten’ (freesheets)
* Politiek en wereldnieuws
* Faits divers en sensatie vs. uitdieping
* Regionieuws
* Sport (♂), Mode en lifestyle (♀)

 > Inspelen op **profiel** en **leesgedrag** van lezer

Voorstelling van de verschillende soorten kranten in Vlaanderen

1. **Concentra Media**

 Het Belang van Limburg

 Gazet van Antwerpen

 Metro (via **Mass Transit Media**: Concentra/Rossel)

1. **Corelio**

 De Standaard

 Het Nieuwsblad/De Gentenaar

1. **Persgroep Publishing**

 Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet

 De Morgen

 De Tijd (via Mediafin: Persgroep/Rossel)

Voorstelling van de verschillende soorten kranten in Wallonië

1. **Rossel**

 Le Soir

 Sud Presse (La Meuse, Capitale, Nord Eclair...)

 L'Echo (via **Mediafin**: Persgroep/Rossel)

 Métro (Fr) (via **Mass Transit Media**: Concentra/Rossel)

 Grenz-Echo (Duitstalig: Oostkantons)

1. **IPM**

 La Dernière Heure/Les Sports

 La Libre Belgique

1. **Corelio**

 Les Editions de l'Avenir (Le Jour, Le Courrier) (via **Mediabel**)

 = christelijke strekking, vlaamsgezind

### Cim-cijfers

Bereik Belgische kranten

 Het Laatste Nieuws (DNG) 1.063.700 (-)

 Het Nieuwsblad (DG, HV) 950.500 (+)

 Metro (vl+fr) 764.400 (-)

 Het Belang van Limburg 434.100 (+)

 Le Soir 580.700

## De Periodieke press

### Hoe herken je een magazine ?

* + Steviger, glossy papier
	+ A4-formaat
	+ Geniet/geplakt
	+ Periodiek [(2)wekelijks, maandelijks, 4x jaar]
	+ Info/entertainment
	+ Doelgroepgericht
	+ Segmentatie

### Distributie

* + Abonnementen
	+ Sterke losse verkoop (**impuls**aankoop)
	+ Gratis via displays/H-a-H
	+ Online en e-zines/crossmediaal

### Verkoopsargumenten

* + Sterke **cover** (sloganeske koppen, coverbeeld...)
	+ Emo (sensatie, seks, schandaal, vips...)
	+ Informatief-praktisch nut (vakpers, regio)

### Verschillende segmenten, doelgroepen

* Nieuws- en opiniebladen (sport, economie, cultuur)
* Vrouwen; mannenbladen
* Kinderen, jongeren, actieven, medioren, senioren
* Familie-, people- en tv-bladen
* Vakbladen
* auto, wonen, reizen, sport, muziek, computer...
* Gratis magazines, custom magazines, ledenbladen...

### Voornaamste reclamebesteders

* Automobielindustrie
* Grootwarenhuizen
* Schoonheids- en schoonmaakproducten
* Banken en verzekeringsmaatschappijen
* Telefoniediensten

🡪 **40% van de bedrukte ruimte is reclame (**meer bij gratis magazines)

**Hoofdstuk 2: Concentra**

## Concentra

### Historie

* 1879 Tongeren: Nicolaas Theelen

Het Algemeen Belang der Provincie Limburg (weekblad)

* 1933 Hasselt: Frans Theelen (zoon)

 Dagblad Het Belang van Limburg: 5 regionale weekkranten smelten samen

* Vanaf ‘50: Jan Baert (nieuwe ideeën en gratis boekje Jet)
* 1973: eerste Vlaamse kleurenkrant
* 1996: Overname nv De Vlijt (GvA): vele wouden deze krant overnemen 🡪 men wou behoud van de Vlaamse katholieke
* Jan Baert sterft, vrouw Tony Baert neemt het over.

🡪 voorzitter van de Raad van Bestuur.

🡪 Concentra is vooral eigendom van de holding “ zeven Eycken” .

### Organisatiestructuur

* **Algemeen directeur/CEO**: Willy Lenaers. Hij komt van de KBC-groep
* **Directeur concentra Media**: Mark Vangeel.

🡪 Moet onderhandelen over de Vl media.

* **Algemeen hoofdredacteur**: Luc Rademaekers
* eerst eindredacteur HBVL
* werkte voor metro
* daarna naar Gazet van Antwerpen,
* daarna weer gepromoveerd

## 7 business units

### Kranten

**Het belang van Limburg:**

* sinds 2006 gedrukt op Tabloïd formaat (daarvoor broadsheet, laatste krant)
* **Hoofdredacteur**: Ivo Vandekerckhove
* “Belangske” genoemd.
* Baseline: Limburger en wereldburger
* 80% van de lezers zijn Limburgs
* Sociaalparticipatief: Hart van Limburg🡪 men wilt de Limburger met de krant betrekken. Elke Limburg staat wel eens in de krant (geslaagden, babyspecial)

**De gazet van Antwerpen:**

* sinds 2004 gedrukt op Tabloïd formaat (daarvoor broadsheet, eerste krant)
* Hoofdredacteur: Pascal Kerkhove
* “ Frut” in Antwerpen, omdat het vroeger volgens De nieuwe Gazet geen krant was.
* Gelezen in de Metropool en periferie (Kempen, Mechelen)

HBVL en GvA niet

* Zusterkranten (wel gemeenschappelijke stukken)
* GEEN kopkranten (niet heel hetzelfde)

### Gratis Pers

* Jet Magazine: Word opgericht onder Jan en Tony Baert in 1991, gratis huis aan huismagazine
* De streekkrant:
	+ - uitgegeven door DSWD
		- maar voor 20% onder Roularta.
		- Hier-groep wordt De Weekkrant in 1991,
		- Sinds 2000 in de schoot van de streekkracht heb je De zondag
	+ Vooral nationaal, maar ook internationaal:
* 2008: De trompetter over (afgestoten door Mecom)
* 2008 overname Typisch Uitgaven (in Enschede, Almelo en Twente)
* De metro: gratis pendelkrant, die naar buitenlands model werd opgericht.
	+ De uitgeverij: Mass Transit Media: hieronder horen Concentra, NPM en Roularta (rik de nolf)
	+ Later werd roularta vervangen door rossel.

Metro

* De metro moest er voor zorgen dat mensen die geen krant kochten toch kranten gingen lezen. Daarom werden ze gratis verdeeld.
* In 2005 uit de rode cijfers en nu oplageplafond bereikt.
* Tabloïd formaat (2 versies groen en blauw)
* Geen commercieel succes
* **Hoofdredacteur**: Arnaud Dujardin

Concept metro

* gratis pendelkrant, in trein, metrostations en publieke plaatsen.
* compacte nieuwsberichten (20min)
* Hun doelpubliek: jong, actief en urban
* Concurrentie voor andere kranten.
* Het businessmodel blijft wereldwijd onder druk.

Metro ook internationaal

* Ontstaan in Stockholm door Jan H.Stenbeck
* Worldwide grootste globale krant
* 80% jonger dan 50, 73% werkt/studeert
* Hun concurrent is Shibsted

 🡪 Ontstaan in Noorwegen.

Frankrijk (Parijs): Metro, 20minutes, direct matin, direct soir

Nederland : Metro, splits, de pers, dag.. maar een jaar

GB (London): Metro, London life, thelondonpaper, times

### Rubriek advertenties of classifieds

* Hebbes (verschijnt in Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen)
* De koopjeskrant
* Vacature

### Digitale media/nieuwe media

* Nieuwssites/internetkranten: hbvl.be, gva.be
* Zoekertjesportaal (hebbes) (een Limburgse en Antwerpse marktleider)
* Stadsblog: Hasseltlokaal:
	+ een redactioneel actief blog
	+ enkel nieuws uit Hasselt
	+ Gericht op het Project Icity: Dit project hield in dat technische bedrijven, uitgeverijen en de overheid er voor gingen zorgen dat men overal en altijd dingen op internet kon opzoeken (niet gelukt)

### Boeken en magazines

Twee betalende magazines

* Culinair Ambiance: **Dirk Deprins**
* Cyclosprint

De magazines (van concentra): uitgegeven door Linkeroever uitgevers samen met NDC en VDK (Nederland).

Verder: nieuw Vlaamse boekenuitgeverij en integreert men het culinaire boekenfonds van BMP (Book & media publishing)

### Audiovisuele media

**Directeur** van AV media: Ernest Bujok

= nationale radio en Regionale tv

* Radio Nostalgie = Nationale radio (50% van Corelio).

= ontstaan uit provincieradio’s. Onder andere Antwerpen.

* TVL = regionale tv

= groot succes, het draait breakeven en maakt winst.

* + - **Hoofdredactrice**: Miranda Gijsen samen met Philip Hilven
		- Hierbij hoort TV publiek en diverse publi-formats zoals Tsjing Tsjing.
* De tv formatis ,commercials en corporate.. gebeurd door het productiehuis Havana.
* Binnenkort: nieuwe zender (mei 2009): 8 (digitaal)

= een zender zonder nieuws en zend topseries uit, humor, muziek. (deal met HBO)

* Ook internationaal door in Nederland ook Tv Limburg te hebben.

 = meerderheidsparticipatie.

**Hoofdstuk 3: Corelio**

## Corelio media

Tot 2006: VUM (Vlaamse uitgeversmaatschappij): daarna van naam veranderd: Corelio

🡪 Ook op Wallonië: multiregionaal

**Voorzitter Raad van Bestuur**: Thomas Leysen (Zoon van André Leysen)

* (oprichter VUM in 1976)
* Ex-bestuurder Umicore
* Voorzitter VBO

= persoon die de aandeelhouders vertegenwoordigd, maar ook het bedrijf, zij beslissen de strategie.

**CEO**: Luc Missorten (Opvolger van Piet Van Roe)

= zorgt voor dagelijks bestuur vh bedrijf

**Redactiedirecteur**: Peter Vandermeersch: baas van alle kranten van Corelio

Aandeelhouders :

* Fam. Leysen/Ackermans & Van Haaren
* Fam. Vlerick-Sap
* Redactiecollectief

## Organigram

* **Newsmedia** : de standaard, het nieuwsblad, de gentenaar
* **Advertising**: jobat, spotter, passe-partout
* **Printing**: heatset and coldset
* **Audiovisuel**: woestijnvis, nostalgie
* **Magazines**: DSM, NBmagazine, PCmagazine,
* **Ventures**

## De standaard

* Katholiek, vlaams nationalistische krant
* Referentiekrant
* Tabloidformaat (sinds 2004)
* **HR**: Bart Sturtewagen

**Historiek** :

* Vlaamse beweging wou eigen krant : opgericht door Sap
* ’29: Oprichting vh Nieuwsblad: krant voor alle klassen
* ’76: DS bijna failiet: Leysen neemt over (men wou niet dat “hun krant” failliet ging)
* 1999: modernisering door Vandermeersch: vooral technisch maar ook inhoudelijk

🡪 Goed gedaan, het serieuze van DS is behouden

* Restyling (2005: tabloid)
	+ Lay-out en bladspiegel
	+ Online: standaard.be en standaard.biz (meer economisch)
	+ Uitneembare katernen
* 2008: focus op weekend: expertise van het nieuws van de week uitbrengen in het weekend: veel dikker

🡪 verschuiven van het nieuws (gelijk de knack)

## Populaire kranten

Het nieuwsblad / De gentenaar

* Tabloid formaat (sedert 10/2005)
* **HR**: Michel Vandersmissen
* Profilering: populaire 'kwaliteitskrant', hoger opgeleiden

Vers l’avenir:

= 9 regionale krantjes: met 2 delen: - nationaal deel

 - regionaal deel

= deel van Mediabel

* Vers L’avenir
* Radio Nostalgie
* Passe-Partout (GROUP plus)

 🡪 volledig overgenomen door Corelio

## Mediaregie

Intern : door Corelio Connect en Passe-Partout Regie

= verkopen alleen krantenruimte van corelio

Nationaal : met Concentra en IPM, doen de krantenregie van de tabloids

= verkopen van ruimte van verschillende regies: Scripta

VAR: audiovisuele regie: Corelio heeft hier een aandeel in

🡪 openbare omroep VRT

## Gratis Pers

Passe-Partout : Huis aan huis in Vlaanderen en Wallonië

🡪 enkele krantjes gekregen bij de overname van Group plus en RUM

 🡪 samengegooid 🡪1 naam

Pas-Uit: 2wekelijks lifestylemagazine verspreid via displays

Jobat :

= rekruteringskrant

* bij de krant (weekend)
* Ook een site
* Uitbreiding

 - Jobat Direct: extra maar niet in de krant

 🡪 geplaatst in themaboekjes vb. informaticaboekje

 - Facebook, Twitter, Jobat Mobile

NV Sydes

= investeringsmaatschappij

Participatie in

* AV-Media: VAR, VBM, Caviar...
* Telecom
* Magazines: Minoc Business Press (100%)

 🡪 Clickx Magazine, PC Magazine, Vista Magazine : 🡪 themaboekjes

* E-media : groen.net, vroom, zdnet, gezondheid.be...

## AV Media

* Radioketen Nostalgie
	+ verschillende provinciale radio’s samen 1(2008)
	+ met Concentra en NRJ
* ROB-tv (regio Oost-Brabant)
	+ Ondergebracht in VBM (via Sydes)
* Verstrengeld met VRT
	+ Aandeelhouder VAR (reclameregie VRT, 10%)
	+ ‘Exclusieve’ productiehuizen Woestijnvis & De Mensen

Woestijnvis :

= onderdeel van De Vijver

🡪 Corelio 40% vd aandelen

🡪 levert aan VRT: nieuwe formats en creatieve programma’s

2007: Miljoenencontract tussen Woestijnvis en VRT gelekt 🡪 ons geld

2008: Grootste productie Loft

De Mensen:

* De Vijver is een deel de Mensen

 - Woestijvis is een deel van de Vijver

🡪 Werken voor VRT: Blokken, studio 1

Caviar: Films, commercials, tv: De smaak van de keizer

# Hoofdstuk 4: De Persgroep Publishing (DPP)

## De Persgroep

🡪 eerste ecologische drukcenter in Lokeren: Test met De morgen

### Belangrijke personen

CEO: Christian Van Thillo

🡪 overnemer van uitgeverij Hoste in 1990

Voorzitter RvB: Ludwig Criel

Directeur Uitgeverij: Rudy Bertels

Directeur Redactie: Jaak Smeets

### Organigram

* Print en media het belangrijkste : gebouwd rond HLN
* Mediafin: jointventure met Roularta
* Pas PCM overgenomen (sportprijsje)

### Geschiedenis

Ontstaan uit de Liberale uitgeverij Hoste

1888: Uitgever HLN

1975: Van Thillo gaat in de RvB met Hoste🡪 koopt aandelen 🡪 werken samen voor een vrouwenblad

1989: Liberale groep neemt de ‘rode krant’ De Morgen over

1990: Fam. Van Thillo neemt Groep Hoste voor 100% over

1994: Van Thillo zet de Morgen te koop (krijgt er geen greep op): verkocht aan 2 personen die de krant minder rebels maken, meer toegankelijk.

🡪 Maar nu nog in het portfolio van de Persgroep

## De kranten

### Het laatste nieuws / de nieuwe gazet

* 27 edities
* Hoofdredacteur: **Paul Daenen**
* Commentator: Luc Van der Kelen
* Weinig abonnementen, veel losse verkoop
* Grootste nationaal dagblad

### De Morgen

* Hoofdredacteur : Klaus Van Isacker
* Commentator: Yves Desmet en Walter Pauli
* Eigen magazine : DM Magazine

1989: overname door Groep Hoste

1991: Paul Goossens stapt op (24/11)

1993: opnieuw te koop!

1994: Koen Clement (cm) & Yves Desmet: moderner, kleur, sport en economie

Restyling 2006: Nieuw formaat en opmaak

2006: nv De Morgen gaat op in DPP

2009: Crisismaatregelen

* banen op de tocht
* Actie: Reddemorgen.be

🡪 bestaat niet niet meer

### De tijd (Mediafin)

* Zakenkrant
* voorheen: Financieel Economische Tijd: FET
* **Hoofdredacteur**: Pierre Huylenbroeck en Frederik Delaplace (alg. HR Tijd/Echo)
* Magazines: Netto, Sabato

1963: weekblad De Tijd

1969: Financieel Economische Tijd

 Uitgeversbedrijf De Tijd (politiek ongebonden)

1983: Nieuwe naam: De Belegger

2003: restyling tot De Tijd: nieuwe naam

2005: Werd deel van Mediafin (Persgroep/Rossel)

2006: restyling van de krant

Mei 2009: nog eens restyling, pink sheet (roze)

### L’Echo

= Waalse tegenhanger De Tijd

= Franstalige beurskrant

* Hoofdredacteur: Martine Maelschalck
* 2003: overname door Persgroep/Rossel

### De Parool

= Amsterdamse stadskrant (Eerste tabloid)

2003 : Persgroep neemt de Parool over daarvoor van PCM

2004 : probeert heel PCM over te nemen: mislukt

2009: DPP koop aandelen voo**r meerderheidsparticipatie** (51%) in PCM

### PCM uitgevers

= grootste krantenuitgever

**Volkskrant**: referentiekrant: concurrent van NRC

**NRC Handelsblad:** referentiekrant, avondkrant, iets wat serieuzer

 🡪 Wordt mogelijk verkocht

 **Nrc.next =** compacte versie, voor een iets jonger publiek

**Trouw**

**AD**: niet helemaal van PCM ook van Wegener

🡪 sanering bij PCM ? verkopen van kranten ?

### Vacature.com

1996: Rekruteringsbijlage

 🡪1997: ook online

2000: verandering naam: Vacature.com

2004: displayverspreiding via distributiepunten

2006: krant wordt een magazine, eigen onafhankelijke redactie

## Mediaregie

**Intern**: De Persgroep Advertising

**Extern**: Via FredMet Rossel

🡪 Kranten, magazines, online

## Gratis regionale pers

Stadsmagazines (display): alleen in de stad

* 2000: lancering **Zone**03 (Antwerpen)
* 2002: lancering Zone09 (Gent)
* 2003: lancering Zone02

 🡪 Vlaams, Frans, recent: Engels

Sinds 2006: tweewekelijks

Lancering in Nederland: gestopt in 2006

## Magazines

🡪 Niet de core business, maar wel belangrijk

 🡪Lange traditie: De Post, Het Rijk der Vrouw…

Tot 2002: Guido Van Liefferinge & Sylvain Tack geïntegreerd in de persgroep

 🡪 Joepie en Dag Allemaal

2002: Nieuwe magazines maar nu weg

2006: onder **Persgroep Publishing**

### Weekbladen

Dag Allemaal

* Tv en society
* 2001: fusie met TV-Ekspres
* **Hoofdredacteur**: Ilse Beyers

Joepie

* Tienerblad
* **Hoofdredacteur**: **Sylvia Van Driessche**

### Maandbladen

Goed Gevoel

* Grootste maandblad voor vrouwen
* 2 versies (pocket: jong publiek)

Genieten: juist verkocht niet meer van DPP

### Krantenmagazines

Nina: - gratis bij HLN

* Luxe vrouwenblad
* Gebaseerd op Madame Figaro (Fr)

DM Magazine (bij De Morgen): Voor stijlvolle genieters

Sabato (bij De Tijd): Luxemagazine

Netto (bij De Tijd): financieel magazine

## AV Media

* **Vlaamse MediaMaatschappij**

 - Met Roularta

 - Nationale radio en tv (commercieel)

* **ATV**: Antwerpen TV

 - Met Concentra

 - Regio-tv Antwerpen

* **Qmusic NL:** feelgood radio
* Productiehuis **Studio-A**(musement)

Websites

* Krantensites
* Magazinesites: vb. Nina
* Rubriekadvertenties vb. Autozone

# Hoofdstuk 5 : Roularta Media group

## Roularta Media Group

= enige beursgenoteerde media bedrijf in Belgïe hoofdzetel Roeselare

* Opgericht door de families De Nolf/Claeys
* Gedelegeerd bestuurder: **Rik de Nolf CEO**
* Voorzitter RvB: **baron Hugo Vandamme**
* **Directeur strategie Belgische magazines Rik Van Cauwelaert**

### Historie

1954: Willy De Nolf

* Neemt (Roeselaarse) Weekbode over
* Uitbreiding in West-Vlaanderen...
* ... en daarbuiten (Advertentie, E3-groep)

🡪 neemt als maar meer krantjes over in de richting van de E3 baan (vandaar E3-groep)

* Vanaf 1971: **magazines** (Knack)
* Gratis regionale kranten: **De Streekkrant**

 Betaalde: ‘**Krant van West-Vlaanderen**’ (11 betaalde edities per week)

Internationaal/multimediaal

* Uitbreiding over Vlaanderen naar o.a Frankrijk
* Overnames en concentraties
* Nichemarkten: medische en professionele uitgaven

Zoekt ook hiaten in de magazinewereld: Infomagazine 🡪 Knack Johan van overveldt

🡪 geen concurrenten

In Wallonië: vaak een tegenpool van de Vlaamse magazines

## Mediaregie

**Intern**: Roularta Media

**Extern**: First Media (met Rossel)

**Audiovisueel:**

* Regiozenders: RTVM (33%)
* Paratel, Qgroup

## Magazines

### Knack/ Vif

= nieuwsmagazine

* **Directeur**: Rik Van Cauwelaert
* **Hoofdredacteur**: Karl Van Den Broeck

Uitbreiding: lossere nieuws (eerst in de knack zelf nu apart)

* Knack/Le Vif Weekend
* Focus Knack/Vif
* Mo

### Trends/ Tendances

= financieel magazine

Uitbreiding/ bijlage

* Cash
* Moneytalk
* Trends Style 6x per jaar

### Andere magazines

* **Sport/Voetbal** Magazine: Sport- en voetbalmagazine
* **Nest**/Nest Tempo = Lifestyleagazine
* **Bizz =** zakenmagazine
* ***Plus*** *(*+Bayard Presse*)*
* ***Grande*** *(reizen)*
* ***Casas*** *(wonen)*
* ***Royals*** *(N/F);* ***Point de Vue*** *(F)*
* ***Gentleman*** *(mannen)*
* ***Bodytalk*** *(gezondheid)*
* ***Télépro*** *(tv, Franstalig)*
* ***The good life*** *(eerste hybride magazine)*

### Nichemagazines

**Kinder**bladen: Pippo, Pompoen, Babar

**Medische** uitgaven: De Huisarts, Semper, Apothekerskrant

**Professional** & ICT Magazines

## Regionale pers

### Regiokrant

*De Krant van West-Vlaanderen (KW)*

 *Vergelijkaardig aan ‘Het Belang Van Limburg’*

Betaalde wekelijkse krant met 11 lokale edities

 Eerst waren dit 11 verschillende kranten

BV: 74.545 – LLP(=Lezers laatste periode): 418.200

Directeur redactie: **Hans Maertens**

### De streekkrant / de weekkrant

43 edities

80%Roularta (Concentra 20%)

Corelio : Passe-partout (VL+Wa)

Opl: 2,5 mio – LLP: 3,5 mio

Huis-aan-huis bedeeld, broadsheet

Synergie met Groupe Vlan (Rossel)

Staat sterker in Vlaanderen dan Passe-partout

### Steps City

23 edities

Internationale formule (*Style, A Nous*…)

Lifestyle gericht

Stedelijk!

Waren de eerste, maar heeft veel weg van Jet-magazine.

 🡪geexporteerd naar o.a. Balkanlanden

Vroeger verspreid via H-A-H bedeling(=TE DUUR)

Nu gratis bij “de Zondag” + via displays bij Bakker (1,6 mio LLP)

### ExtraNet (Groep TamTam)

Huis-aan-huis op tabloid (A’pen, Brugge, Gent)

Zeer lokaal = lokale adverteerder

Complementair aan DSDW

### De Zondag

 14 edities

 20% Concentra, 80% Roularta

 Wekelijkse titel

 = meer een advertentiemagazine + matige kwaliteit vn artikels

 ~ gratis

Gem. verdeling 558.883 – LLP: 2,016 mio

 Groot succes ! Jaar na jaar stijgt omzet!

Via display bij bakkers e.a.

## Internationale magazines

### Magazines internationaal

Roularta is multimediaal!

Vb. Plusmagazine (Lenz) : Overname door Roularta, nieuwe naam + uitbreiding nar Nl, Du,Scandinavië en Noorwegen

 Frankrijk is de belangrijkste!

 ***Roularta Media France***

 **Groupe Express-Expansion** (100%!)

 Magazines ***l’Express****(<Knack)*

*= zeer belangrijk magazine ! (vertaald door Belgische groep Roularta)*

 *Expansion(<Trends), Entreprise(<Synergie)*…

Studio Press: muziek, audio, video

 Maison Côté Maison: interieur

Vaktijdschriften (vb. Gitaarmagazine) hebben gn grote publiekstitels!

 People magazines (**Point de Vue**)

 Vl + Wa : Royals !

 🡪idee is overgebracht nr Frankrijk

Audio, video, muziek, film

### Gratis pers

***City magazine***

***Style***(Nederland)

***A Nous…*** *(Frankrijk)*Paris, Lille, Marseille, Lyon, Nice/Côte d’Azur, Bordeaux

***City Magazine*** (Slovenië, Kroatië, Servië)

***Regiokranten***

***Jornal da Região*** (Portugal)

## Audiovisuele media

 50% in **VMMa**(Vlaamse Mediamaatschappij) (samen met DPP)

Belgian Business Television

**Kanaal Z/Canal Z**: zakenzender

**~ De Tijd**

Synergie met *Trends*

Trends was eerst een deel vn De Tijd, maar zij hebben dit verkocht aan Roularta.

Productiehuis **Eye-D**

RMM (Regionale MediaMaatschappij)

 = regionale televisie

50%

**WTV** en **Focus** (regio-tv West-Vlaanderen)

= 2 West-Vlaamse zenders.

## Multimedia

Online brands (krant, tijdschriften) = online nieuws

knack.be, levif.be, trends.be, KW.be...

**Actuapedia** (commerciële online gids)

 **~ Wikipedia met commerciële informatie!**

Rubriekadvertenties: **Vlan.be**

 Voormalig easy.be

 Logo behouden, naam verandert.

 = zeer goed bekend bij de bevolking.

 Vgl. hebbes.be

immo, auto, jobs, zoekertjes…

Samenwerking met Vlan (Rossel)

Gratis magazine: auto, immo

 Uitgeverij: **Roularta Books**

 = geen literatuur!

 WEL : kookboeken gekoppeld aan TV-programma’s.

# Hoofdstuk 6 : Sanoma magazines Belguim

## Organisatie

Finse mediagroep **Sanoma Group**

Gebouwd rond krant *Helsingin Sanomat*

 *= nieuws uit Helsinki.*

Fusie Sanoma + WSOY

Top 5 in Europa, actief in 20 landen

**Magazines**, news, entertainment, literatuur

### Sanoma Magazines Belgium

Neemt **Mediaxis** (ex-VNU) over in 2001

> VNU : Belgisch-Nederlandse mediagroep VNU (*Libelle*)

Focus op vrouwenbladen, tv-magazines

52% Belgen worden bereikt

Verdere groei naar **(multi)mediabedrijf**

< dankzij nieuwe CEO : Aimé van Hecke (voormalig VRT)

Interne regie: **Medialogue**

 Twee vestigingen

 Antwerpen & Diegem (Brussel)

Gedelegeerd bestuurder

**Aimé Van Hecke** (> VRT)

 < Van Hecke wil opdeling tss Vlaanderen en Wallonië weg.

 🡺nieuwe bedrijfsstructuur + meer marketinggericht denken

 Samenwerking tss Van Hecke & productiehuis Goedele Liekens

🡪zo zit Somano in een multimediaal bedrijf en kreeg Goedele eigen magazine.

### Business Units

General Print (publieksmagazines)

 🡪voornamelijk vrouwen

**Sandra De Preter**

*Personal Inspiration*: Story, Humo…

*Social Awareness*: Flair, Libelle…

!! Grootste bedrijfsunit!

Specialist Print

Extended Products

Digital Media (*internet, AV, mobiel*)

## Historiek

1945: *Libelle* in Vlaanderen

 = belangrijkste rol in ontvoogdingsstrijd vr de vrouw

*Rosita* (*Goed Nieuws*) & ***Panorama***

= veel gelezen ih verleden

**V**erenigde **N**ederlandse **U**itgeversbedrijven (nl)

*Nieuwe publieksmagazines*

*Story* (1975), *Flair* (1980), overname *Het Rijk der Vrouw* (1988; fusie met *Libelle*), *Feeling* (1990)

*Story 🡨🡪Dag allemaal*

 *Story heeft onderspit moeten delven.*

 1989: VNU (IUM) mede-oprichter VTM

 Oprichting Vlaamse Media Maatschappij door 9 bedrijven.

 1 van de 9 is VNU (Be-Nl maatschappij)

1993: belangrijke acquisities (=belangrijke overnames)

Nv Perexma (TeVeBlad, TV-Ekspres)

The Press (Humo, Elga)

1997: IUM wordt **Mediaxis**

1998: moederbedrijf VNU stapt uit VTM en verlaat de bladenmarkt

2001: overname door Sanoma WSOY

2007: reorganisatie (Van Hecke)

## Damesbladen

 = absoluut marktleider! (1 op 2 vrouwen)

 Vlaams / Franstalig

### Libelle

 HR: **Ditte Van de Velde**

 Meest gelezen damesblad

 Mode, koken, tuin, gezondheid, relatie

 Met de vrouw blijven meegroeien.

 =Inspirerend, dynamisch

 1.009.700 lezer(es)s(en)

### Flair

 ‘Vriendinnenblad’

 Blad voor jongere hippere vrouwen.

 = relovultionair tov Libelle.

 concept: **Wiel Elbersen**

 HR: **Mie Van der Auwera**

 Trends, shopping, toerisme, cuisine, seks & relaties

 = alles is bespreekbaar!

 Jong, vlot, hip, uitdagend

Gewaagde artikels, gadgets, goedkoop op hotel of restaurant...

### Feeling

HR: **Lene Kemps**

Maandblad voor carrièrevrouw met standing

 = hogere sociale klasse

Geraffineerd en stijlvol (cultuur)

Fusie met *Elga(VL)/Gael(Wa)* (1997)

Concurrent : Goed gevoel

Apart: *Feeling Wonen*

*2008: Feeling Mannen*

### Glam\*it

Voor jongeren + hogere sociale klasse

 🡪vooruitstrevend.

HR: **Lene Kemps**

Maandblad (10)

Glamourous, trendy, dynamisch damesblad (in vgl : Feeling = conservatief!)

Pocketformaat

### Nieuw (2009): Vitaya

*Vervangt* ***Evita***

Welness, fitness, gezondheid

Multimediaal

Samenwerking met Media ad Infinitum (Vitaya tv)

### Verdwenen (2008):Milo

< adverteerder wilde niet mee.

< misschien om energie te bundelen voor nieuw blad (Goedele!)

## TV- en familiebladen

### Story

 *HR:* ***Thomas Siffer***

Restyling in 2008

 Zeer trouw lezerspubliek dat ze aan het verliezen waren

 🡪vandaar herstructurering

Sterren, BV’s en royalty’s

 Gestart als Hollywood & Royal blad

 Concurent van Dag Allemaal die zich richt op BV’s

 Ontspanning en gossip

 LLP: 786.200

### Humo (°1936: Humoradio)

HR: **Jörgen Oosterwaal**

> 1993 The Press (Dupuis)

Eigenzinnig en kritisch: media, interviews, columns, reportages, cartoons

 Ook Personality : vb. BV’s van Stubru

🡪te fel de populaire kant opgegaan en daarom en deel lezers naar Dag Allemaal.

 Verleden : politieke en sociale schandalen

 Eigenzinning (~ De morgen)

 ~ redactie

 Vb. wou niet geassocieerd w met Goedele (“Kutblad!”)

Was communitybinder (zoals Flair) die alternatieve, eigenzinnige mensen ging samenbrengen.

 Vb. samenwerking met Events: Pop-poll, Werchter

Bereik: 1.195.700 LLP

Restyling in 2007

### TeVeBlad

Handig televisieblad in pocketformaat

Voor heavy tv-kijkers

Programmatie zonder geleuter, spelletjes, horoscoop, coverstory ; enkel TV!

Vrij groot lezerspubliek

## Andere

### Personalitymagazine

concept :

magazine gebouwd rond 1 veelzijdige bekende persoon die veel mensen aansprak.

### *Goedele*

Was aan de deur gezet bij VT4, VRT & VTM.

 < veelzijdige persoonlijkheid (seksuologe, uno-ambassadrice,..)

Wilde Vlaamse primeur

 Was echter te laat

 (Jean-Marie : niet goed gecoördineerd, eerste blad was laatste)

Spraakmakende items spreekt groot publiek aan.

 MAAR: financiele crisis ; dus blijft het blad wel bestaan?

 (~ advertentiemarkt moet blijven volgen.)

HR: Danny Ilegems (Mao, Deng)

Naar buitenlands voorbeeld

Oprah, Linda

### Franstalige pendanten

*Femmes d’Aujourd’hui* (« Libelle)

*Flair (fr.)*

*Gael (Maison)* (« Feeling)

*Télé Moustique* (« Humo)

*Télé Pocket* (« TeVeBlad)

### Speciale uitgaven

**Met externe partners**

*Marie-Claire* (Vl/Fr)

*= modemagazine*

 *Externe partner met franse uitgever*

**Niche-uitgaven: Jervi**

*Loving You, Attitude*

***Customer magazines: Sqills***

 = magazines van bedrijven, organisaties voor hun achterban

 *Energiek, TV Compact, Kom op tegen kanker*

**Internationale (Nederlandse) uitgaven**

  *VT Wonen, Playboy, Margriet, Cosmopolitan…*

***Pink Ribbon***

### Multimedia

* **Audiovisueel**
	+ Jok Foe
		- Productiehuis Goedele Liekens
		- Recht van Antwoord, Planckaerts, Zonnekinderen...
* **Internet**
	+ *Comeva, Fitfixers, Kieskeurig, Zappybaby, Xquis,*

Comeva = portaalsite voor vrouwenbeweging. Verzamelt + vergaart info.

 Xquis = culinaire site

* + *Magazinesites*
* **Mobiel**
	+ *Mobiele diensten voor Flair, Libelle…*

## Kleinere magazine-uitgevers

### Think Media

Wil groot worden.

Marktleider in mannenbladen.

Koekjesfabriek was beursgenoteerd.

 🡪overgenomen door De Velder die met media begon.

 (Beursnotering werd behouden)

 Nam De Vrije Pers (P-Magazine, Alain Grootaers) over

 (hadden enkel P-magazine)

Drie business units

Magazines

Outdoor (Affichage)

Online

2007: neemt meerderheid in **Meta Media**

Directeur: **Maurice De Velder**

’90: Veroordeeld in rechtzaken over fraude, omkoping, witwas (Zillionaffaire, 4FM)

 2 landelijke commerciële zenders (Qmusic & …)

 🡪keuze tssn Corelio, Concentra.

 4FM (zwakste dossier)

 🡪men kiest 4FM ->Fraude!

 Zillionaffaire

 Frank Verstraeten

03/2009: De Velder pleit schuldig en krijgt strafvermindering. Géén beroepsverbod.

(Info van Slides voor volgende les!)

* ***P-Magazine***
	+ HR: **Günther Van Hassel**
	+ Weekblad
	+ > (De Nieuwe) Panorama (Alain Grootaers)
		- Geprofileerd als mannenblad

Sanoma wilde niet verder met Panorama

(Alain Grootaers richtde vrije Pers op rond P-magazine, en dit werd onmiddellijk overgenomen door Think Media)

 🡪Grootaers vertrekt uiteindelijk!

* + Actua, sport, auto’s, vrouwen, technologie
	+ Badpakkenspecial
* ***Ché***
	+ HR: **Günther van Hassel**
	+ Maandblad
	+ Echt mannenblad
	+ Meer trendy, sexy,
	lifestyle
* ***Menzo***
	+ Voorheen van Meta Media
	+ Geherpositioneerd
		- Sports & style
		- Tweemaandelijks
		- Mannen met klasse
* ***Chief***
	+ Gamemagazine
	+ Maandblad
* *Andere*
	+ *Playstation Magazine*
	+ *Motoren & Toerisme/Moto & loisirs*
	+ *Motowereld, Spoorwegmagazine*
* Radio
	+ Medeoprichter **4FM**
		- Verkocht aan Talpa; nu bij VMMa
	+ (lokale) radioketen CoolFM (33,3%)
		- Ontbonden
* Think Media Digital
	+ E-zine **Clint.be**; magazinesites

 demotorsite.be

### Cascade (Audax)

* Nederlands uitgeversconcern Audax
	+ *Uitgeverijen*
		- ***HP/De Tijd****, Weekend, AvantGarde*...
	+ Import & distributie van mediatitels
	+ Retail: AKO
		- AKO Literatuurprijs
* ***TV Gids/Primo***
	+ HR: **Vic Dennis**
	+ Goedkoop tv-blad (1€)
	+ Compact
	+ Oplage: ca. 100.000
* ***Eos***
	+ *Wetenschappelijk maandblad*
	+ *Ook Franstalig*
	+ *Specials*
* ***Pasc@l***
	+ HR: **Pascal Vyncke**
	+ Seniorenmagazine

 > Seniorennet

### Produpress

* Bouwen & wonen
	+ *Beter (ver)bouwen*
	+ *Actief Wonen*
* Automagazines
	+ *Autogids*
	+ *Autowereld*
* Websites
	+ Immoweb.be
	+ Autowereld.be

# Hoofdstuk 7: VRT

## Audiovisuele media

### Historiek

* Technologische revolutie: decommunicatieoverdracht
* Evolutie van de radio:
* oprichting **radio Belgique** (radio voor heel België in het Frans)
* Oprichting Vlaamse Radio Beweging (**VRV**) tegen de RB (alleen voor Vlaanderen)

 🡪Later oprichting van een controlesysteem voor de radio: **NIR**

 **= Nationaal Initiatief vd Radio**

* Regionale zenders opgericht onder het NIR: **Radio 2** en **Radio Internationaal** (Wereldomroep)
* Evolutie van de Televisie:
* Eerste TV-uitzending door NIR in 1953 (voorbeeld was BBC)

 🡪 alleen informatieve programma’s en nieuws

* Later: een boost van TV-aankopen bij expo ‘58
* Splitsing van de **BRT** en **RTB** (tv voor Vlaanderen en Wallonië)

 🡪 ’61 de 3de tv-zender: **BRT**

* Kleuren tv kwam op en antennes vervangen door kabels
* Grote concurrentie buurlanden:
* onze zenders: saai en eentonig
* buitenland: fijne, grappige programma’s en reclame
* Opkomst openbare radio’s en commerciële zenders
* Radio: oprichting StuBru tegen de opkomende regionale zenders
* TV: Kreeg een administrateur generaal: **Cas Goossens**

 🡪 door kabeldecreet ontstaan van RTVO (=groep regionale zenders)

 🡪 Later VTM opgericht (commercieel)

 🡪 BRT verliest marktaandeel, schrik

* BRT veranderd naam: BRTN (Belgische radio TV Nederlandstalig)

+ oprichting VAR: halen geld op door sponsoring

* Radio Donna opgericht (reclame)
* Herpak openbare zender: BRTN: aandeel terug

🡪 Komen nieuwe commerciële zenders bij: VT4 en Kanaal 2

* Diversificatie en concurrentie
* Licentie voor Qmusik en 4FM
* BRTN🡪 VRT: **Tony Mary en Aimé van Hecke**: goede ideeën maar te weinig geld

 🡪 wou gaan digitaliseren

* VRT🡪 één en restyling (2005)
* 2006: débacle over nieuwe beheersovereenkomst: toekomstplan opstellen
* 2007: Dirk Wauters baas VRT: wilt terug naar roots, basis en dan pas vernieuwen en ambities vergroten

### Kijken en luisteren

**Radio:**

* + **Analoog**
		- AM (korte, midden-, lange golf)
		- FM: frequentiemodulatie
		- Via antenne (terrestrieel) of kabel
	+ **Digitaal**
		- Te duur en weinig meerwaarde
		- Internetradio

**TV:**

* + **Analoog**
		- Terrestrieel: met antenne (weg nu)
		- Via kabel
	+ **Digitaal:**

 **🡪 Pullmedia** = kiezen wat je wil(vroeger **push media**: krijgen en kijken)

* + - DTV: draadloos, meer zenders,
		- iDTV: interactief: meespelen, stemmen,…
		- HDTV : betere beeldkwaliteit
	+ **Via web en mobiel**

**Digitale formats:**

* + **DTV**
		- DVB-T: terrestrieel (via antenne) 🡪 via de Ether
		- DVB-S: HDTV 🡪 via satelliet
	+ **iDTV**
		- DVB-C: 🡪 Kabel (enige: Telenet Indi)
		- IPTV (Via ADSL/VDSL: Belgacom)

### Omroepmodellen

* **Vrijemarktmodel** vb. VT4
	+ Commerciële zenders
	+ Doel: Winstmaximalisatie
	+ Via reclame en sponsoring
* **Publiekeomroepmodel** (BBC) vb. één
	+ Onafhankelijke zenders
	+ (Gemengde) financiering (zie onder)
* **Communitymodel** vb. VijfTV
	+ Vrije zenders
	+ Doelgroepgericht
* Publieke omroep
	+ Vroeger
		- Ledenfinanciering
		- **Kijk- en luistergeld:** later afgeschaft (2001)
	+ Nu: **gemengde** financiering
		- Overheidsfinanciering (beheersovereenkomst)
		- Radioreclame en sponsoring
* Commerciële omroep
	+ Doel: winst
		- Klassiek: **spot** advertising; jingles
		- **Non-spot**: wedstrijd- en programmasponsoring, product placement
		- **Line extentions** (Qparty, Aspe-dvd’s)
		- **Interactief** (via web, sms, digitext…)

### Controle orgaan: CIM

### = Vlaamse Regulator van de Media

* + Toekenning mediavergunningen
	+ Toezicht op naleving mediaregelgeving
	+ Regeling van mediageschillen
		- Reclame rond kinderprogramma’s
		- Seksadvertenties
		- Product placement
		- Limieten (op zendtijd, per uur)

### Content

Missie openbare omroep

* Inspireren
* Informeren: nieuws,…
* Amuseren: spelprogramma’s,…
* Leren: voorlichting,…
* Nieuws en informatie: verplichte nieuwsuitzending
* Voetbaloorlog/Sportevents
	+ VRT, VTM, VT4, Belgacom.tv
	+ Contracten worden duur en oninteressant
* Eigen producties 🡨🡪 Aankoop
* Soorten TV-programma’s
* Fictie: films, series, soap, telenovela…
* Show- en spelprogramma’s, quizzen
* Reality-tv
* Internationale ‘formats’
* Doelgroeptelevisie: Business, lifestyle, vrouwen, kinderen, senioren,…

### Kijk- en luistercijfers

* CIM Radiostudie
	+ Luisterbereik en –profiel
	+ Steekproef ± 4500 respondenten
	+ Via ‘luisterdagboeken’ (ged. 1 week)
* CIM TV-studie
	+ Bereik, kijktijd, rating
		- Kijkpanel van min. 2000 gezinnen
		- Via ‘**audimeter**’
		- Horodotage: tijdsregistratie uitzendschema’s

 🡪 Bepaling marktaandeel

Grootste zenders

1. Eén
2. VTM
3. Canvas/ketnet

### Toekomst ?

* Verdere digitalisering en HDTV
* Stijging Interactiviteit met kijker/luisteraar

## VRT Group

### Organisatie

* **Raad van Bestuur :** Vlaamse regering
	+ 12 leden (5-jaarlijks verkozen door Vl. regering)
	+ Voorzitter: **Guy Peeters** (SP.a)
	+ Legt algemene strategie vast
	+ Keurt beheersovereenkomst goed (2007-2011)
* **Mediaminister: Kris Peeters (CD&V)**
* **Directiecomité**
	+ Gedelegeerd bestuurder: **Dirk Wauters**
		- Operationeel directeur
		- Raadgevende stem in Raad van Bestuur
	+ Directeur marktstrategie: **Mark Coenen**
	+ Directie media: **Mieke Berendsen**
	+ Directie Productie: **Leo Hellemans** (Eigen programma’s en concepten)

### TV-netten

**Eén:**

* + Marktleider
	+ Breed kijkpubliek, familiezender
	+ Nieuws en info, entertainment en Vlaamse programmering
	+ Aanvullend digitaal net: één+

**Canvas**

* + Voor meerwaardezoekers: meer inhoud
	+ Informatie, humor, persoonlijkheden
	+ Digitaal: Canvas+

**Ketnet** (voor kinderen)

### Radionetten

**MNM** (>Radio Donna)

* Hitradio
* Voor levensgenieters van 18-44

**Rvi (**Radio Vlaanderen Internationaal)

* RVi 1: informatief
* RVi 2: ontspannend
* Internationaal (> wereldomroep)
* Korte- en middengolf, satelliet, internet

**Klara** (>Radio 3)

* Cultuurnet
* Multimediaal
* Klassiek, jazz, wereldmuziek

**StuBru (**Studio Brussel)

* Jongerenradio (18 tot 25)
* Pop, rock, dance, alternatief, festival
* Events: Music For Life

### Nieuwsredactie

🡪deredactie.be

* Directeur: Pieter Knaepen
* Radionieuwsdienst en Nieuws
* TV-journaals en kinderjournaal Karrewiet

**Mediaregie**

VAR (Vlaamse AudioRegie)

🡪 Etherreclame en sponsoring

# Hoofdstuk 8: Privézenders

## VMMa

### Historiek

* 1987: oprichting
* Vlaams kabeldecreet: eind monopolie BRT
* Oprichting door Jan Merckx (Perexma)

 Mike Verdrengh & Guido Depraetere

 🡪 Oprichters: 9 Vlaamse uitgeversgroepen

 🡪 Monopolie op televisiereclame

* 1993: nog twee aandeelhouders
* VMH (Vlaamse Media Holding) (55,5%)
* VNU (44,3%)
* 1995: Kanaal2
* 1996: Dieptepunt: verliezen
* 1998
	+ VNU verkoopt zijn aandelen
	+ VMH: 50% Persgroep – 50% Roularta
* 2001: JIMtv; Qmusic
* 2007: Overname 4FM (> Talpa)
* 2008: 2Be; Sara doet VTM heropleven en VTM lijdt onder crisis

### Organisatiestructuur

Bestuurders: **Christian Van Thillo en Rik De Nolf**

VMMa-televisie

* Directeur generaal: **Peter Quaghebeur**
* Programmadirecteur: **Jan Segers**
* Creatief directeur: **Laurens Verbeke**
* Algemeen hoofdredacteur: **Eric Goens**

VMMa – Radio: Directeur**:** **Peter Bossaert**

Mediaregies

* **VMM TV:** Regie van de tv-zenders + iWatch
* **Q group:** Regie van radiozenders Qmusice + JoeFM
* **Paratel:** Regie van VMMa-sites en teletekst en Externe zenders (RTL TVI, TMF…)

### Zenders

**VTM**

* + Brede familiezender
	+ Jong én oud, feelgood, sympathiek
	+ Leuk, ontspannend, amusement, reality

**2BE**

* + Werelds, trendsettend (18-44j)
	+ Films en series, ook eigen programma’s
	+ Ook: reality tv, topvoetbal

**JIM**

* + Jongerenzender (13-30)
	+ Méér dan muziek
	+ Labo voor VTM; eigen producties

**Nick Jr**

* + Alleen digitale zender
	+ Voor peuters en kleuters
	+ MTV Networks samen met VMMa

**Q Musik**

* + Programmadirecteur: **Erwin Deckers**
	+ Feelgood radio (18-44), Hip, actief, ontspannend, verrassend

**JoeFM** (voorheen: 4FM)

* + Programmadirecteur: **Bert Geenen**  (Overgenomen van Talpa)
	+ Instant herkenbare hits, (25-55)

**(Radio Bem Bem)**

* + Kinderradio op kabel en online
	+ Gestopt in maart 2009

**Nieuwe media: Paratel**

* + VMMa-websites, Nickleodeon.be, TMF.be, RSCA, Sport.be…
	+ **iZone** (digitale tv-zone VTM/RTL)

## ProSiebenSat1 Media

### Organisatie

= TV-maatschappij in Duitsland, moederbedrijf VijfTV en VT4

 🡪 Europese nr. 2 (na RTL)

CEO: **Patrick Tillieux (**Ervoor directeur SBS Belgium)

### Historiek

* 1989: Harry Sloan richt **SBS** op
* 1994: nieuw Vlaams kabeldecreet: uitzenden in het Nederlands en onder bepaalde voorwaarden, zonder reclame

* 1995: SBS start met VT4 (vanuit **Londen**) 🡪 spelen vals

 🡪 Unserved audience (actie, erotiek)

* 1999: VT4 verder met Britse licentie

🡪 Einde Vlaams reclamemonopolie VTM

* 2002: Vlaamse zendlicentie voor VT4
* 2004: lancering **VijfTV**
* 2005: nieuwe shareholders SBS
* 2007: overname SBS door ***ProSiebenSat1***
* 2008: koersval (hoge kosten + boetes): SBS Belgium deelt in malaise

### Zenders

**VT4**

* + Jong kijkpubliek (15-44)
	+ Amerikaanse topseries + filmpremières
	+ Eigen Vlaamse producties, reality
	+ Sport: Geen dure voetbalcontracten meer

**Vijf TV**

* + Actieve vrouwen (20-49)
	+ Soaps en series, lifestyle, eigen Vlaamse producties

# Hoofdstuk 9: Nichezender*s*

## Regionale zenders

### Kanaal Z

= zakenzender

* + Businessnews en financiële informatie
	+ NIET overgenomen door VMMa

### Vitaya

= lifestylezender (vrouwelijk profiel)

* + CEO: **Yvette Mignolet**
	+ Series, eigen producties (koken, gezondheid, tuin)
	+ Digitaal: **Vitaliteit**

### Exqi Sport/culture

* + Euro1080 : CEO: **Gabriel Fehervari**
	+ HDTV: Alfacam is pionier in HDTV
	+ Najaar 2009: generalistische zender Exqi
	 🡪 concurrent voor één en vtm

### TMF Vlaanderen

* + Oprichter: Patrick Castelain
	+ 2001: opgekocht door MTV Networks/Viacom

###  ‘8’

* + Nieuwe digitale zender van Concentra
	+ Buitenlandse series, docu, humor
	+ In basispakket van Belgacom en Telenet