Mediatrends 2015: YouTube neemt vlucht en regionale media onder druk

12-10-2015 08:13

Het aantal aanbieders op de dagbladenmarkt, en op de mediamarkten in z'n geheel, neemt af. Het aanbod wordt steeds vaker verzorgd door buitenlandse spelers. Zo is 55 procent van de dagbladenmarkt inmiddels in Belgische handen.

YouTube
Van de twintig YouTube-kanalen die in 2015 in de top 20 staan, waren vier ervan nog niet actief in 2013. Kanalen als EnzoKnol , StukTV en Beautygloss zijn in korte tijd extreem snel gegroeid. Deze kanalen zijn zeer populair bij de 15 tot 35-jarigen, de commerciële doelgroep die via regulier tv kijken steeds moeilijker te bereiken valt. Mediabedrijven als Sanoma/SBS en Freemantle (RTL) beschikken inmiddels over multichannelnetwerken om zo de jongere generatie beter te kunnen bereiken.

Druk op regionale journalistiek
Het bereik van papieren dagbladen neemt ieder jaar af. Dit effect is bij regionale kranten sterker dan bij landelijke dagbladen. Ook de regionale publieke omroepen bereiken via zowel televisie als radio steeds minder Nederlanders.

Meer internationale spelers
Het aantal aanbieders op de markten voor dagbladen, radio en televisie neemt door de jaren heen af. Een gevolg van deze toenemende aanbiedersconcentratie is dat steeds minder aanbieders het beleid van nieuwstitels bepalen. Naast een sterk wordende aanbiedersconcentratie neemt ook het aandeel buitenlandse aanbieders op de Nederlandse markt toe. Door onder meer de overname van Wegener door het Belgische mediabedrijf De Persgroep is de dagbladenmarkt nu voor meer dan 50 procent in Vlaamse handen.

Mediamonitor
Als het gaat om de pluriformiteit en onafhankelijkheid van de mediasector houdt het Commissariaat voor de Media als onafhankelijk toezichthouder al meer dan 25 jaar de vinger aan de pols. Dit gebeurt middels toezicht, maar met name ook door ontwikkelingen te registreren en te analyseren. Sinds 2001 worden de bevindingen jaarlijks gepubliceerd in de Mediamonitor-rapporten. Daarnaast is er de website voor actuele informatie en een terugblik op eerder verschenen stukken.

Meer weten: www.mediamonitor.nl