

CvM publiceert Mediamonitor 2014-2015

24-11-2015 08:52

Mediabedrijven en mediamarkten

Mediabedrijven groeien, markten versmelten en kruisbestuivingen tussen markten en mediatypen ontstaan. Steeds meer mediabedrijven ontwikkelen zich tot allround mediaspelers en begeven zich ook op de markt van online video. Bij dagbladen stijgt het gebruik van online content, maar oplagecijfers blijven dalen. Tegelijk neemt de al hoge aanbiedersconcentratie – als gevolg van diverse overnames – verder toe. Inmiddels is meer dan de helft van de Nederlandse dagbladenmarkt in Vlaamse handen.

Onafhankelijkheid nieuwsredacties

Als de mediaconcentratie toeneemt, blijven steeds minder media over die onafhankelijk kunnen rapporteren. Uit onderzoek van de Mediamonitor blijkt dat de onafhankelijkheid van nieuwsredacties steeds meer onder druk komt te staan. Deze tendens wordt versterkt door het teruglopen van financiële middelen. Het Commissariaat voor de Media pleit ervoor de redactionele onafhankelijkheid nog steviger te verankeren in – bij voorkeur openbare – redactiestatuten.

Diversiteit en tevredenheid tv-pakketten

De Mediamonitor sluit af met het onderzoek naar de diversiteit van en tevredenheid over het aanbod van tv-pakketten. In 2015 worden, in vergelijking met 2014, meer tv-pakketten aangeboden en het zenderaanbod is onverminderd divers.

Uit het onderzoek blijkt verder dat de Nederlanders een rapportcijfer van 7,5 toekennen aan hun televisieabbonnement. Consumenten met een zogenaamd pluspakket zijn nog iets tevredener en geven een rapportcijfer van 7,7. Dit is in grote lijnen gelijk aan de cijfers van 2014.

[Lees/download hier het hele rapport](#)