

CRB 2023-0552

1 maart  
2023

# ADVIES

**Concessies voor de bedeling van erkende kranten en tijdschriften (2024-2028)**



Blijde Inkomstlaan 17-21 1040 Brussel  
Avenue de la Joyeuse Entrée 17-21 1040 Bruxelles  
T 02 233 88 11  
E [mail@ccecrb.fgov.be](mailto:mail@ccecrb.fgov.be)  
[www.ccecrb.fgov.be](http://www.ccecrb.fgov.be)

## Inbehandelingneming

In de context van de voorbereiding van de nieuwe concessies voor de thuisbezorging van erkende kranten en tijdschriften voor de periode 2024-2028 heeft de fod Economie op 19 januari 2023 een vergadering met de uitgeverfederaties en enkele grote uitgevers gehad. Na dit onderhoud vroegen de uitgeverfederaties de CRB op aangeven van de fod Economie een advies ter zake uit te brengen.

### Advies

De leden van de bijzondere raadgevende commissie (brc) voor de Papier-, grafische en uitgeverijensector (hierna: de brc Papier) onderstrepen dat dit advies tot stand komt in een context van een mediawereld in steeds snellere verandering, waar technologische ontwikkelingen en de globalisering hand in hand gaan. Hierdoor is het ecosysteem van de media-industrie, en in het bijzonder van de uitgeverijen van kranten en tijdschriften, in permanente transitie.

#### 1 Digitale disruptie en andere trends

De digitale transformatie gaat gepaard met een neerwaartse tendens van de verkoopvolumes en de omzet van de 'papieren' kranten en tijdschriften. Vooral de losse verkoop kent verder een sterke daling, o.a. door het verder verdwijnen van krantenwinkels uit het straatbeeld. Bovendien volstaan de inkomsten uit digitale reclame voor kranten niet om het verlies van reclame-inkomsten op 'papier' te compenseren. Merk op dat het grootste deel van de inkomsten uit digitale reclame ( $\pm 80\%$ ) naar de GAFA gaat. Daarenboven zijn de inkomsten uit digitale reclame voor tijdschriften op dit ogenblik verwaarloosbaar.

Ondertussen neemt de omschakeling naar digitale abonnementen toe, uitgezonderd voor de magazines, waarvoor de zuiver digitale abonnementen niet stijgen boven de 5%. Verder blijft de bereidheid om voor digitale abonnementen en online nieuws te betalen in België met 18% laag in vergelijking met landen als Noorwegen (41%) en

Zweden (33%)<sup>1</sup>. Daarenboven verkiest de jongste generatie, de 18- tot 24-jarigen, alternatieve betalingsvormen voor digitale abonnementen, bv. betalen per artikel/editie of het delen van hun data in ruil voor toegang tot nieuws<sup>2</sup>. Bijgevolg volstaan de inkomsten uit digitale abonnementen nog altijd niet om het verlies van omzet door de daling van de losse verkoop te compenseren, ook al hebben de uitgeverijen reeds fors in deze digitale diversificatie geïnvesteerd en zullen ze deze investeringen in snel tempo verderzetten. Het hybride model (digitaal tijdens de week, papier in het weekend) en het 'zuiver' digitale model zijn nog altijd niet rendabel. Op lange termijn zullen het hybride model en het zuiver digitale model evenwel groeien, met voldoende bereidheid om te betalen voor een digitaal abonnement.

Teneinde de transitieperiode tussen het papieren en het digitale verdienmodel te overbruggen, zetten uitgevers volop in op een intensieve abonnementswerving. De kranten- en tijdschriftenconcessies spelen in deze context een onmisbare rol om een kwalitatieve en betaalbare thuisbezorging van alle erkende kranten en tijdschriften op het hele Belgische grondgebied te garanderen. Bovendien verzekert dit aan iedere burger de toegang tot een onafhankelijke nieuwsbron die redactionele verantwoordelijkheid opneemt met respect voor de journalistieke deontologie. Het economische en maatschappelijk-democratische belang van de onafhankelijke pers blijft aldus volledig relevant. De Belgische uitgevers van kranten en tijdschriften staan voor talrijke uitdagingen in een wereld in verandering, een wereld waar ze dagelijks worden geconfronteerd met de onzekerheid van hun zakenmodellen, een wereld waar ze fors investeren in digitalisering, waar de concurrentie van de GAFA hevig woedt.

Daarenboven wordt de sector de laatste twee jaar geconfronteerd met forse papierprijsfluctuaties naar omhoog (x2 tot x4). Dit is het gevolg van duurdere grondstoffen en problemen met de bevoorradingsketen (o.a. vanuit Oekraïne), terwijl de vraag naar verpakkingspapier verder toeneemt onder invloed van de sterk toegenomen vraag van e-commerce. Dit komt bovenop de forse energie-inflatie. Uitgeverijen slagen er niet in om deze kostenverhogingen door te rekenen aan de klant, aangezien ze veelal gebonden zijn aan een vaste prijs via een jaarabonnement.

---

<sup>1</sup> Dit is het aandeel respondenten dat verklaart het voorbije jaar te hebben betaald voor online nieuws. Bron: Reuters Institute, Digital News Report (2022)

<sup>2</sup> <https://www.nieuwsgebruik.be/opinie-analyse/analyse-2022-betalenmentaliteit>

Dit heeft ook een onvermijdelijke impact op de lokale drukkerijen, die voornamelijk leven van het lokale drukwerk en de kostprijs voor de druk van een lokaal blaadje zien verdubbelen.

Deze uitdagingen hebben niet alleen betrekking op de sector, maar op onze hele samenleving en op de rol van de pers als vierde macht in onze Belgische democratie, in een wereld waar de informatie wordt gedeeld via de sociale media, wat gepaard gaat met de verspreiding van valse geruchten en onjuiste informatie. Hierdoor hebben de uitgevers die informatie publiceren die op basis van zelfregulering via de Conseil de déontologie journalistique en de Raad voor de Journalistiek wordt gecontroleerd, een nog belangrijkere rol om onafhankelijke en correcte informatie te garanderen.

Op het internet heeft de Europese Commissie initiatieven genomen om o.a. de 'gatekeepers', zoals de DMA en de DSA, beter te controleren. Men kan echter niet anders dan vaststellen dat deze gatekeepers nog steeds via filteralgoritmen bepalen welke informatie internetgebruikers op het internet vinden en welke berichten en advertenties bepaalde mensen en groepen van mensen bereiken in de sociale media. Dit is commercieel slim, maar het werkt intellectueel zeer beperkend en het is niet bevorderlijk voor de pluraliteit van meningen als iemand, enerzijds, enkel nog nieuws ontvangt dat de eigen voorkeuren of vooroordelen bevestigt of, anderzijds, enkel zeer gerichte (al dan niet verdoken) advertenties ontvangt. In deze context is het belangrijk dat de onafhankelijke pers, met verantwoordelijke uitgevers die de deontologische regels volgen, een tegengewicht tegen 'fake news' blijft vormen.

Het niet verderzetten van de concessies zou niet alleen op de sector van de papierbedrijven, drukkerijen en persuitgeverijen een belangrijke impact hebben op het vlak van werkgelegenheid en economische groei, maar ook op de economie in haar geheel.

## 2 Economisch belang

Een sterke lokale en regionale aanwezigheid van de media-industrie vormt de basis voor een belevingseconomie en het vertrekpunt voor de ontwikkeling van creatieve clusters. Ze trekt investeringen in 'slimme steden' en nieuwe technologieën aan die op hun beurt start-ups en menselijk kapitaal met de passende vaardigheden aantrekken. Dit stimuleert de ontwikkeling van O&O en innovatie in België, die

kritische succesfactoren vormen voor de competitiviteit van de Belgische economie in al haar geledingen. De media-industrie vormt als het ware de smeerolie voor de ontwikkeling van cultuur-, sport- en reisdiensten, e-commerce, retail-, immo- en telecomdiensten... De bijdrage die de media-industrie levert aan de economie in haar geheel is dus vele malen groter dan haar economisch gewicht.

Nu de grootste problemen met COVID-19 achter de rug zijn, kunnen sport-, cultuur- en andere evenementen opnieuw ten volle worden georganiseerd. Het verenigingsleven en de evenementensector kunnen na deze moeilijke periode de positieve wisselwerking met de (lokale) media ten volle gebruiken om de nodige zichtbaarheid te hebben. Voor de brc Papier staat het vast dat drukwerk en geschreven (lokale) media noodzakelijke hefboomen zijn voor het voortbestaan van de evenementensector en van de lokale economie in het post-COVID-19-tijdperk.

In deze context wenst de brc Papier het belang van de niet-commerciële tijdschriften, vakbladen en ledenbladen te benadrukken. Deze vormen een belangrijke voedingsbodem voor de ondersteuning van het lokale en economische weefsel en van het gemeenschapsgevoel van de burgers. Daarnaast nemen ze een belangrijke plaats in de waardeketen van de papier-, grafische en uitgeverijensector in, in het bijzonder voor de distributeurs en de lokale drukkerijen.

De pers en het lokale drukwerk staan onder een nog grotere druk sinds de COVID-19-crisis, met ook ernstige gevolgen voor de lokale drukkerijen. Dit wordt o.a. in de hand gewerkt door de toename van de activiteit (online reclame, nieuws...) op de sociale media. De grote internationale platformen publiceren geen onafhankelijke journalistieke content en zijn ook geen lid van de lokale raden voor journalistieke deontologie (Raad voor de Journalistiek en Conseil de déontologie journalistique) die de deontologie van de journalistiek bepalen en controleren.

### **3 Maatschappelijk-democratisch belang**

In een democratie als de onze is het van belang dat iedere burger, ongeacht zijn woonplaats, inkomen..., toegang heeft tot onafhankelijke nieuwsfeiten omdat een goed geïnformeerde burger zelfredzaam is en gefundeerde keuzes maakt. We leven in een samenleving waarin aan de bevolking via veel verschillende kanalen een massa aan informatie wordt aangeboden. De klassieke pers speelt een sleutelrol in het correct informeren van de bevolking op basis van nieuwsfeiten. Ze vormt een

onafhankelijke en betrouwbare nieuwsverslaggever en moet in deze rol ook worden erkend door de overheid en de samenleving. Deze rol van onafhankelijke nieuwsverslaggever wordt zelfs belangrijker in de context van de aanwas van fake news op digitale mediakanalen.

De sterkte van de gedrukte onafhankelijke pers is dat ze specifieke doelgroepen bereikt die niet via andere, o.a. digitale wegen kunnen worden bereikt. Dit sluit aan bij de bijzondere aandacht die in het regeerakkoord in de context van de universele postdienst uitgaat naar de burgers die het zwakst staan in de digitale transformatie. De brc Papier vestigt er in deze context de aandacht op dat 46%<sup>3</sup> van de bevolking tussen 16 en 74 jaar zich in 2021 in een digitaal kwetsbare situatie bevond. Deze groep bestaat voornamelijk uit laaggeschoolde internetgebruikers en arme huishoudens. Hiermee situeert België zich boven het Europese gemiddelde.<sup>4</sup> Daarnaast blijft een groot deel van het leespubliek de voorkeur geven aan een papieren drager. De voorkeur voor een papieren publicatie is nog meer uitgesproken in het geval van de regionale kranten, de ledenbladen en de tijdschriften in het algemeen.

Bevragingen bij leden van WE MEDIA (o.a. cultuurtijdschriften en ledenorganisaties) wijzen uit dat een grote meerderheid van de lezers (>90%) geen digitale publicatie wil en een papieren versie eist. Daarnaast worden verdiepende analyses beter opgenomen indien ze op papier worden gelezen. Kortom, informatie op een papieren drager blijft beter hangen.

In deze context blijft de kwaliteit van de bedeling aan de abonnees essentieel en de voornaamste kwaliteitseis is de ochtendlevering. Voor de kranten betekent dit een levering vóór 7.30 uur op weekdays en vóór 10 uur op zaterdag. Opdat de pers haar doel van adequate informatieverstrekking aan zo veel mogelijk personen bereikt, is

---

<sup>3</sup> Tot de groep van 46% behoren 7% niet-gebruikers van het internet, 8% personen zonder of met beperkte digitale vaardigheden en 31% personen met zwakke (geringe tot zeer geringe) vaardigheden. In de barometer wordt het niveau van de algemene digitale competenties in 2021 berekend aan de hand van indicatoren uit de vijf domeinen: informatie, communicatie, digitale contentcreatie, probleemoplossing en veiligheid. Bron: Barometer digitale inclusie 2022, UC Louvain en VUB i.o.v. de Koning Boudewijnstichting, consulteerbaar via deze [link](#).

<sup>4</sup> In 2021 had 69% van de internetgebruikers met hoogstens een diploma lager secundair onderwijs zwakke digitale vaardigheden, terwijl de groep hoger opgeleiden met zwakke digitale vaardigheden slechts 21% bedroeg. Meer dan de helft (55%) van de mensen in arme huishoudens kampt met zwakke digitale vaardigheden, terwijl dit bij de rijke huishoudens minder is (32%)<sup>4</sup>.

het immers zeer belangrijk dat de bedeling gebeurt vóór het vertrek naar het werk, want de meeste mensen lezen de krant vóór 9 uur. De helft van de Belgische actieve bevolking is nog thuis om 7.30 uur; dit aantal daalt tot 32% vanaf 8 uur en tot 7% na 9 uur. Het is dan ook belangrijk dat de abonnee ten laatste om 7.30 uur over zijn krant beschikt. Zo is 53% van de actieve bevolking die nog thuis is na 7.30 uur absoluut zeker zijn krant te krijgen alvorens naar het werk te vertrekken. Ook een zeer grote fractie van zij die hun woning voor 7.30 uur verlaten, ontvangt de krant alvorens naar het werk te gaan.

Dit is ook een belangrijk criterium in het licht van de beperkte houdbaarheid van de nieuwswaarde van papieren kranten. Wanneer deze houdbaarheid eenmaal is overschreden, verliest een krant in hoog tempo zijn relevantie en meerwaarde. De beschikbaarheid van onlinenieuws, dat steeds kan worden bijgewerkt, zorgt ervoor dat de houdbaarheidstermijn van papieren kranten nog korter is geworden. Teneinde papieren kranten met een relevante nieuwswaarde te kunnen aanbieden, is het van belang een vroege thuisbezorging te verzekeren om het lezen van de krant voor 9 uur mogelijk te maken.

Merk ook op dat vakbladen, ledenbladen en niet-commerciële tijdschriften in de meeste gevallen geen ander distributiealternatief dan de thuisbezorging hebben, daar ze gezien hun specifieke doelpubliek niet geschikt zijn om via het netwerk van dagbladhandels verspreid te worden. Dit betekent dat, als de financiële ondersteuning van de dienst voor algemeen economisch belang (DAEB) zou wegvallen, dit niet enkel gevolgen zal hebben voor het lokale en economische weefsel, maar ook voor het effectief verspreiden van deze informatie naar de burger.

## **4 Doel blijft relevant: mediapluralisme en deelname aan politiek debat**

We herinneren eraan dat de wetgever de bedoeling had een kwalitatieve bedeling van de erkende titels van de geschreven pers op het hele Belgische grondgebied te garanderen om adequate informatie te verstrekken en de pluraliteit van meningen te versterken en zo de deelname van een zo groot mogelijk aantal personen aan het politieke debat te bevorderen. Krachtens dit argument wordt de pers gewoonlijk de vierde macht genoemd.

Deze pluraliteit van meningen wordt gegarandeerd door het feit dat de concessie zorgt voor een 'level playing field' tussen alle op ruime schaal verspreide titels die door de concessiehouder moeten worden bezorgd op een vroeg uur in de ochtend in het geval van erkende kranten of binnen een leveringstermijn D+1 voor weekbladen, en dit op elk punt van het grondgebied. De garantie van een dergelijke bedeling is een belangrijk commercieel argument voor titels die met elkaar concurreren, ongeacht hun strekking. Deze bedeling wordt dus beschouwd als een echte DAEB.

## 5 Tijdsdruk

De leden van de brc Papier drukken hun bezorgdheid uit over de krappe timing waarbinnen de nieuwe aanbestedingsprocedure dient te worden afgerond en de nieuwe concessionaris operationeel moet zijn (uiterlijk 1 januari 2024).

Op basis van hun praktijkervaring willen de leden van de brc Papier de overheid er attent op maken dat het binnen het raam van de nieuwe concessies van essentieel belang is om de gekozen operator/concessiehouder voldoende tijd te geven om zich adequaat voor te bereiden op de effectieve bedeling van de erkende kranten en tijdschriften. Dit is belangrijk om de overgang tussen de oude en nieuwe concessionaris op een feilloze manier te laten verlopen, de continuïteit van de thuisbezorging van de erkende kranten en tijdschriften te waarborgen en te vermijden dat de jobzekerheid van de mensen die vandaag in deze waardeketen werken in gevaar komt.

Daarom roept de brc Papier de overheid op zo snel mogelijk werk te maken van de nieuwe kranten- en tijdschriftenconcessies teneinde zo weinig mogelijk kostbare tijd te verliezen.

## Conclusie

De rechtszekerheid en de operationele zekerheid van de sector moeten door de overheid ten alle prijze worden gegarandeerd. Daarom moet de overheid er alles aan doen om de nieuwe concessies binnen de kortst mogelijke termijn aan te besteden.

Gelet op de krappe timing vraagt de brc Papier met aandrang om de aanbesteding binnen de kortst mogelijke termijn te realiseren. Hierbij is het ook zeer belangrijk om



ervoor te zorgen dat er een naadloze overgang is tussen de oude en de nieuwe concessionaris om de continuïteit van de DAEB en het businessmodel van de geschreven media te verzekeren, en elke burger een constante en democratische toegang tot onafhankelijke informatie te garanderen.

Voor de brc Papier is het van primordiaal belang dat, in de context van de nieuwe concessies, de toegang voor elke burger tot een kwaliteitsvolle onafhankelijke journalistiek tegen democratische prijzen verzekerd blijft. De geschreven pers dient betaalbaar en toegankelijk te blijven voor iedereen, in het bijzonder voor de digitaal kwetsbare bevolkingsgroepen, en mag geenszins tot een luxeproduct verworden. In deze context vraagt de brc Papier aan de overheid om erop toe te zien dat de evolutie van de distributieprijzen gemodereerd verloopt, zonder onderhevig te zijn aan de grillen van de markt. Hierbij hechten de leden van de brc Papier veel belang aan een prijsplafond dat het niveau van de buurlanden niet mag overschrijden.

Ten slotte dringt de brc Papier erop aan om een sociale clause in het bestek op te nemen waarin bijzondere aandacht uitgaat naar een correcte verloning en correcte arbeidsomstandigheden voor de personen die zijn betrokken bij de distributie van de erkende kranten en tijdschriften.