



Mediasector *consolideert verder*

In de eerste *Effect* van dit jaar werd de Amerikaanse mediasector al besproken ('Disney opent de aanval op Netflix'). **Toen was de voorzichtige conclusie dat Time Warner misschien wel het aantrekkelijkste aandeel in de sector was.** Dat vond de telecomreus AT&T blijkbaar ook, want die lijfde Time Warner een paar maanden later in. De ontwikkelingen volgden elkaar daarna snel op. Tijd voor een update over deze snel veranderende sector.

Al tijdens de internet-hausse van de jaren 90 van de vorige eeuw werd het geroepen: *Content is King*, het gaat om de inhoud. Internetbedrijven, kabelbaars en telefoonmaatschappijen gingen toen achter de rechten aan van films, muziek, televisieseries, nieuws en sport en staken daar soms veel te veel geld in. Sommige gingen eraan onderdoor of draaien de overnames noodgedwongen terug.

Nu, twintig jaar later, is internet volwassen en herhaalt de geschiedenis zich; telecom-

en kabelbedrijven zijn weer op zoek naar inhoud. Een belangrijk verschil: nu wordt er wel geld verdiend.

AT&T EN WARNER MEDIA

Aandelen in de telecommunicatiesector kenmerken zich door relatief hoge dividenden, maar de groei in telefonie is beperkt. De verschillen tussen telecombedrijven zijn groot, vooral waar het de kracht van de balans betreft en de strategische richting die wordt gezocht. Het Nederlandse KPN is sterk gesaneerd en trekt zich steeds verder terug op de thuis-

markt, waar het zich toelegt op het aanbieden van pakketten met vaste en mobiele telefonie, internet en televisie. KPN ontwikkelde op kleine schaal wel programma's voor het eigen digitale televisiekanaal 'KPN Presenteert', waaronder de televisieseries *Fenix*, *Brussel* en *De Mannentester*.

Het Amerikaanse telefoonbedrijf AT&T pakt de zaken voortvanderender aan. Dat bedrijf nam eerder dit jaar het in *Effect 1* besproken Time Warner over en werd daarmee in één klap eigenaar van belangrijke mediamerken als CNN, HBO, Warner Bros Pictures en New Line Cinema. De naam Time Warner werd veranderd in WarnerMedia. AT&T kocht eerder al voor 49 miljard dollar DIRECTV, waarmee het bedrijf de grootste aanbieder van betaaltelevisie werd. DIRECTV bracht zo'n 45 miljoen klanten in Noord- en Zuid-Amerika mee en AT&T had er zelf al zes miljoen.

AT&T hield de presentatie van de tweedekwartaalcijfers in het nieuw verworven hoofdkantoor van WarnerMedia in New York. AT&T kwam met een meevallende kwartaalwinst van 5,1 miljard dollar, maar de omzet viel met 39