



vrt

JAARVERSLAG 2017





JAARVERSLAG 2017

Beheersovereenkomst 2016-2020

“De VRT zal jaarlijks, en dit vóór 1 juni aan de Vlaamse regering een door de Raad van Bestuur goedgekeurde nota voorleggen die voor elk van de performantiemaatstaven opgenomen in de beheersovereenkomst aangeeft in hoeverre de vooropgestelde doelstellingen reeds bereikt zijn.”

MISSIE

De openbare omroep wil alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden en zo de Vlaamse samenleving versterken.

De VRT wil als dienstverlenende organisatie een bijzondere positie innemen in de samenleving. De VRT wil met een kwaliteitsvol en ondersteunend aanbod dat voortkomt uit zowel interne als externe creativiteit, vernieuwend is en inzet op durf en lef alle mediagebruikers bereiken en de Vlaamse gemeenschap in al haar verscheidenheid aan bod laten komen. De VRT speelt een belangrijke rol in het stimuleren van het brede maatschappelijke debat en heeft een plaats in het leven van alle Vlamingen, ongeacht waar ze wonen, en dit over verschillende generaties heen. De VRT streeft naar een groot bereik, niet met het oog op het realiseren van hoge marktaandelen, maar met het oog op het relevant zijn voor zoveel mogelijk Vlamingen. Dat is de belangrijkste bestaansreden van de publieke omroep, namelijk het versterken van de democratie en de samenleving door bij te dragen aan een maatschappelijk en pluralistisch debat, de samenleving te documenteren en het stimuleren van cultuur- en taalbeleving en de Vlaamse identiteit in haar verscheidenheid.

Als publieke omroep vervult de VRT deze missie op een onafhankelijke manier en krijgt ze voldoende armslag, zowel operationeel als financieel, om haar cruciale en centrale rol in de samenleving waar te maken.

(Bron: Beheersovereenkomst 2016-2020)

DE VRT IN 2017



JANUARI

Het gala van de gouden K's
Lancering VRT NU



MAART

Europa nu of nooit
Hongersnood 12-12
De eregalerij



MEI

De strafste school
Red Flames-docu

FEBRUARI

De nieuwe lichting
Start Fier op de VRT



APRIL

Aanstelling nieuwsombudsman
Mensenrechtendebat Wanderlust
Iedereen tegen kanker



JUNI

Koningin Elisabethwedstrijd
Lancering Karrewiet-app





JULI

Herdenking Slag bij Passendale
Vlaanderen Feest!



SEPTEMBER

De grote levensvragen
Start Tytgat chocola



NOVEMBER

De universiteit van Vlaanderen
REYERStaal in de Somer
Emmy Award voor Sorry voor alles

AUGUSTUS

Lancering VRT NWS
Zomerhit
De zomerfestivals



OKTOBER

De stemming
Iedereen klassiek
Lancering MediaRoad Project



DECEMBER

De warmste week
Media Fast Forward



DE VRT IN 2017

DAGELIJKS BEREIK



2.964.195 luisteraars



2.755.523 KIJKERS



1.070.174 SURFERS



64,4% via mobiel toestel



13,2% klikten door via Facebook



475.553 videostarts op VRT-speler

SOCIALE MEDIA



>904.125 videostarts op Facebook & YouTube



90.685 interacties op Facebook, Twitter en Instagram

OPDRACHT

INFORMATIE (DAGELIJKS)



- **1.841.411** kijkers
- **2.852.498** luisteraars
- **401.791** surfers (Vrtnws.be)

SPORT EN ONTSPANNING



- **60** sporten op Radio 1 - **55** op Eén.
- Ontspanning met aandacht voor maatschappelijke thema's

EDUCATIE



- **23** documentaires in coproductie
- **14.000** VRT-items op Archief voor Onderwijs

CULTUUR (OP JAARBASIS)



- **375** captaties
- **677** cultuur- en media-items in *Het journal*
- Vlaamse muziekproducties op VRT-Radio: **26,4%**
- Nederlandstalige muziek: Radio 2: **30,6%** - Radio 1: **15,7%**

INNOVATIE



- **VRT Sandbox** start-ups testen bij VRT
- **VRT Start-Up** uittesten van nieuwe mediatoepassingen
- **OpenVRT** stimuleren van Vlaams creatief talent

VERSTERKING MEDIA-ECOSYSTEEM



- **71,0%** Vlaamse producties en coproducties op Eén en Canvas (primetime)
- Externe producties: **19,87%** van inkomsten



SAMENWERKING

- leveranciers in de productiesector
- mediabedrijven
- omroepen
- onderwijs
- culturele organisaties
- muzieksector
- middenveldorganisaties
- ngo's
- sportfederaties

DOELGROEPEN

NIEUWE VLAMINGEN



Schermaanwezigheid: **8,7%**

PERSONEN MET EEN BEPERKING



Schermaanwezigheid: **1,1%**

VROUWEN



Schermaanwezigheid: **38,0%**

KINDEREN



- Ketnet
- **102.025.823** videostarts op Ketnet.be, Facebook en YouTube
- Dagelijks: **59.689** surfers

JONGEREN



- MNM & Studio Brussel
- Videostarts YouTube & Facebook:
Studio Brussel: **41.799.150**
MNM: **27.359.046**

SLECHTHORENDEN



- **Teletekstondertiteling:** 98,2%
- **Vlaamse Gebarentaal:**
Het journaal en *Karrewiet*

SLECHTZIENDEN



- **Audiodescriptie:**
100% zondagavondfictie
- **Gesproken ondertiteling**

BUITENLANDERS IN VLAANDEREN



- Flandersnews.be
- Flandreinfo.be
- Flanderninfo.be

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND



- **Radio**
via internet: alle netten
via satelliet: Radio 1 en Radio 2
- **Televisie**
via satelliet: BVN
via internet en app: BVN Live
via VRT NU
- **Websites**

CREATIEVE MEDEWERKERS



- **2.107,8** medewerkers in VTE
- **3,4%** Nieuwe Vlamingen
- **2,0%** personen met een beperking
- **38,7%** vrouwen

KWALITEIT

WAARDERING (SCORE OP 10)



- Radio 2: **8,3**
- Eén en Canvas: **8,2**
- Radio 1, MNM, Studio Brussel en Klara: **8,1**

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT



Voorbeelden:

- Het pendelpeloton (Radio 1)
- Het grote afvalonderzoek (Radio2)
- Het Klarafestival (Klara)
- Let's Get Digital (MNM)
- De nieuwe lichting (Studio Brussel)
- Lights for Belgium (Eén)

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS



26.032 Klantencontacten
1.300 reacties bij de nieuwsombudsman

EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST



Overheidsdotatie:
● **286,6** miljoen euro
● **41,2** euro per Vlaming per jaar

- Thomas speelt het hard (Canvas)
- Het Gala van de gouden K's (Ketnet)
- Universiteit van Vlaanderen (VRT)
- Iedereen tegen kanker (VRT)
- De warmste week van Music For Life (VRT)
- ...





ORGANIGRAM

Raad van Bestuur

Voorzitter: Luc Van den Brande ¹
 Ondervoorzitter: Ellen Van Orshaegen ²
 Overige leden: Philippe Beinaerts , Marc De Clercq, Sihame El Kaouakibi, Christian Leysen ³, Véronique Matthys, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers ⁴, Jan Roegiers, Chris Verhaegen ⁵
 Gemeenschapsafgevaardigde: Rudi De Kerpel
 Gedelegeerd bestuurder: Paul Lembrechts
 Secretaris: Hilde Cobbaut

Raad van Bestuur – Auditcomité

Voorzitter: Véronique Matthys
 Leden: Marc De Clercq, Chris Reniers en Luc Van den Brande
 Waarnemers: Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder) en Koen De Hauw (manager Interne Audit)

Raad van Bestuur – Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

Voorzitter: Christian Leysen
 Leden: Nico Moyaert, Freya Piryns en Jan Roegiers
 Waarnemers: Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder), Marc De Clercq (bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur)

Raad van Bestuur – Remuneratie- en benoemingscomité

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Leden: Christian Leysen en Nico Moyaert

VRT-Directiecollege ⁶

Gedelegeerd bestuurder: Paul Lembrechts (nn) Operaties & Financiën
 Peter Claes (Directie Media & Productie)
 Hans Cockx (Directie HR)
 Stijn Lehaen (Technologie & Innovatie)
 Liesbet Vrieleman (Directie Informatie)

Manager Communicatie en Woordvoerder VRT:

Bob Vermeir



1

Zetelt ook als voorzitter in de Algemene Vergadering van het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT (PFOS) en als voorzitter in de Raad van Bestuur van het Pensioenfonds Contractuelen (PFC).

2

Zetelt ook als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS en als bestuurder in de Raad van Bestuur van het PFC.

3

Zetelt ook als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

4

Zetelt ook als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

5

Zetelt ook als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS en als vaste vertegenwoordiger van de VRT in de Algemene Vergadering van het PFC.

6

Op 31 december 2017 bestond het VRT-Directiecollege uit Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder), Peter Claes (Directie Media & Productie), Hans Cockx (Directie HR), Sophie Cooreman (Directie Financiën), Mick De Valck (Directie Technologie & Operaties), Liesbet Vrieleman (Directie Informatie) en Lut Vercruysee (Directie Strategie).

INHOUD

→	Missie VRT	3			
	De VRT in 2017	4			
	Organigram	8			
	Inhoud	9			
	Voorwoord	10			
	Publieke meerwaarde in tijden van verandering	12			
1	VOOR IEDEREEN RELEVANT				
	Bereik	18			
	Diversiteit	30			
	Toegankelijkheid	36			
2	INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR				
	Informatie	46			
	Cultuur	55			
	Educatie	69			
3	PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT				
	Ontspanning	78			
	Sport	81			
4	SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMEK VOOR DIGITAAL AANBOD				
	Radio 1	88			
	Radio 2	90			
	Klara	92			
	MNM	94			
	Studio Brussel	96			
	Eén	100			
	Canvas	102			
	Ketnet	104			
5	TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF				
	Toekomstgericht en digitaal aanbod	110			
	Innovatie	116			
6	SAMENWERKING				
	Versterking van het media-ecosysteem	123			
	Samenwerking met het middenveld	133			
7	EEN WENDBARE ORGANISATIE				
	Personeelsbestand	140			
	Fier op de VRT	143			
	Talentontwikkeling	146			
	Aanwervingsbeleid	148			
	Ondersteuning van loopbanen en interne mobiliteit	148			
	Sociaal overleg	149			
→	DEUGDELIJK BESTUUR				150
8	FINANCIËLE RESULTATEN				
	Jaarrekening 2017	156			
	Toelichting bij de financiële resultaten	174			
	Analyse van de opbrengsten en kosten	180			
	Nettokosten van de publieke opdracht	192			
	Uitvoering van de ESR-begroting 2017	193			
	Interne controleverklaring	194			
	Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR)	195			
	Pebble Media	196			
	Pensioenfondsen VRT	197			
9	OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN				198
→	Prijzen en nominaties				204



VOORWOORD

De VRT is geen eiland. Het medialandschap verandert aan een razendsnel tempo en de openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap maakt deel uit van die gewijzigde context. De tijd waarin omroepen zich eenzijdig konden richten tot veel passieve ontvangers is definitief voorbij. Vandaag is er een actieve wisselwerking tussen zenders en mediagebruikers en informatie wordt op heel verschillende manieren verspreid. Niet enkel via televisie en radio, maar steeds vaker via de digitale en de sociale media.

De VRT speelt in op die verandering van vraag en aanbod. De omroep wil kort bij de leefwereld van de verschillende bevolkingsgroepen blijven en de sociale realiteit van de mensen erkennen. Daar heeft de VRT in 2017 sterk op ingezet. Haar aanbodmerken houden de vinger aan de pols om zo de kijkers, luisteraars en surfers te blijven inspireren, informeren, verbinden en betrekken.

In deze digitale tijden is de drager ondergeschikt geraakt aan het aanbod. Het digitale platform VRT NU is daarvan een mooi voorbeeld. Als grootste productiehuis van Vlaanderen kan de VRT fantastische programma's maken, maar uiteindelijk moet de omroep met zijn aanbod de mediagebruikers wel bereiken waar ze zijn. En dat is hoe langer hoe meer op de online platformen zonder daarbij te korten op het lineaire aanbod.

In de enorme hoeveelheid informatie, duiding, cultuur, sport en ontspanning die de hele dag door op ons afkomt, heeft de openbare omroep een belangrijke taak ten aanzien van de Vlaamse samenleving. De VRT heeft een unieke rol te vervullen in het medialandschap. In ruil voor een overheidsdotatie, voert zij een openbare opdracht uit waarbij zij zich op tal van terreinen onderscheidt. Afgaande op de vertrouwensbarometer ⁷ is de VRT een van de publieke instellingen waarin de Vlamin-

gen het meest vertrouwen hebben. De kwaliteit van de journalistieke informatie die de openbare omroep brengt, is cruciaal. Wat hij biedt moet tot het beste behoren van wat er in Vlaanderen gebracht wordt. Daar hebben de mensen recht op.

Daarnaast heeft de VRT een belangrijke rol op het vlak van cultuurverspreiding. In elk journaal zitten cultuuritems die de kijkers warm maken om cultuur te beleven. Maar enkel prikkelen is niet genoeg. Daarom werkt de VRT ook in de diepte en besteedt zij een belangrijk deel van haar zendtijd aan cultuurele thema's over alle merken heen en langs diverse kanalen.

De VRT biedt ook ontspanning aan. Sommigen vinden dat ontspanningsprogramma's brengen enkel voor de commerciële zenders is weggelegd, en dat een openbare omroep zich daar niet moet mee bezighouden. Ik ben het daar niet mee eens.



⁷ De VRT ondervroeg tussen 12 en 25 september 2017 2.008 Vlamingen van 15 jaar en ouder over het vertrouwen dat ze hebben in het informatieaanbod van VRT en andere nieuwsmedia, en in de VRT als instelling. Het onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK.

Door de handen in elkaar te slaan, kunnen we als gewaardeerde Vlaamse mediaspelers beter een antwoord bieden aan de internationale ontwikkelingen.

Ontspanning is een essentieel bindmiddel tussen de VRT en haar publiek. Het ontspanningsaanbod moet daarbij niet alleen leuk zijn om naar te kijken maar ook gelaagd, met een onderliggende boodschap zonder betuttelend te zijn. Sport is trouwens ook zo'n krachtig middel om mensen te verbinden. Wedstrijden zoals De Ronde van Vlaanderen of veldrijden brengen een ongelooflijke dynamiek teweeg onder de Vlamingen. De openbare omroep moet blijven inzetten op het brengen van verslaggeving van sporten die ons verbinden en van kleine sporten die ondersteuning kunnen gebruiken.

De VRT wil niet alleen zoveel mogelijk mensen bereiken. De omroep kijkt ook nauwlettend of iedereen zich erin herkent en erin erkend wordt. Vanuit haar openbare opdracht brengt de VRT een media-aanbod waarvoor private spelers minder interesse hebben. Sommige programma's bereiken misschien een relatief klein publiek, maar ook aan die mensen is de VRT publieke dienstverlening verschuldigd.

De VRT is het grootste cultuurinstituut in Vlaanderen, een fantastische opportuniteit maar ook een grote uitdaging. Zij moet meer en meer ook een 'academy of creativity' worden waar mensen ruimte krijgen om creatief te zijn en nieuwe mediatoepassingen uit te testen. De externe productiesector en Vlaamse technologie-start-ups zijn op dat vlak verfrissend. Door de ervaring en de kennis van de VRT-medewerkers te verbinden met de vernieuwende blik en de creatieve aanpak van externe spelers, springen zij samen een stuk verder.

Ook de Vlaamse mediabedrijven moeten nauwer durven samenwerken. We vergissen ons immers soms van vijand. Een gezonde competitie laat inderdaad toe dat je mekaar uitdaagt en inspireert. Daar wordt de gebruiker uiteindelijk alleen maar beter van. Maar door de handen wat meer in elkaar te slaan, kunnen we als gewaardeerde Vlaamse mediaspelers beter een antwoord bieden aan de internationale ontwikkelingen die steeds meer de weg naar de Vlaamse huiskamer vinden. Een grote troef daarbij is dat de Vlaming houdt van de eigenheid, de kwaliteit en de herkenbaarheid van Vlaamse producties⁸. Het is daarom ontgoochelend dat bijvoorbeeld Ketnet Jr. er niet komt, het is een gemiste kans om de allereerste kwaliteit van eigen bodem aan te bieden.

De Vlaamse mediabedrijven moeten inzetten op die vraag naar eigen kwalitatieve content. De tegengestelde belangen die de openbare en commerciële omroepen hebben, hoeven een samenwerking daarin niet in de weg te staan. De internationalisering van het medialandschap is een feit. Als Vlaamse mediabedrijven moeten we daar niet bang voor zijn, maar we moeten er evenmin de ogen voor sluiten. Het is een uitdaging waar we met vereende krachten een antwoord op kunnen bieden.

Daarvoor zal de VRT zich blijven inzetten met al haar gemotiveerde medewerkers. Dit in het belang van alle Vlaamse mediagebruikers en de verbondenheid van onze samenleving.



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur

⁸ Mede daardoor verloopt de penetratie van Netflix en gelijkaardige spelers in Vlaanderen trager dan elders in Europa.



PUBLIEKE MEERWAARDE IN TIJDEN VAN VERANDERING

Het medialandschap werd in 2017 gekenmerkt door een groeiende diversifiëring van het mediagebruik, technologische vernieuwingen, en een verdere schaalvergroting en concentratie van mediabedrijven, zowel nationaal als internationaal. Het begrip 'fake news' was alomtegenwoordig. Voor elk Vlaams mediabedrijf waren dat grote uitdagingen. Voor de VRT waren het ook kansen om haar unieke plaats in het medialandschap en haar publieke meerwaarde te bevestigen en nog te versterken. De openbare omroep nam de handschoen op en dat in een context van budgettaire beperkingen en verdere besparingen.

De VRT slaagde er in 2017 tegelijk in haar engagementen tegenover de Vlaamse overheid en de Vlaamse bevolking waar te maken, en dat dankzij de inzet en expertise van al haar medewerkers, haar samenwerkingen binnen en buiten de organisatie, de focus op innovatie, een optimalisatie van

de bedrijfscultuur en een beleid van financiële duurzaamheid. Zo behield de openbare omroep het vertrouwen en de waardering van een groot publiek en bleef de omroep garant staan voor publieke meerwaarde op het gebied van informatie, cultuur, educatie, taal, diversiteit en verbindende ontspanning.

Voor iedereen relevant

In 2017 bereikte de VRT via al haar platformen op weekbasis 89,4% van de Vlaamse bevolking en meer dan 80% van alle relevante bevolkingsgroepen. Uit onderzoek bleek dat 92% van de Vlamingen vond dat de VRT hen interessante dingen leert. 82% vond dat de omroep hen goed informeert. Eenzelfde percentage was van oordeel dat ze zonder de openbare omroep minder zouden weten over de Vlaamse cultuur. Om de diversiteit van de Vlaamse bevolking te weerspiegelen heeft de VRT extra aandacht voor specifieke bevolkingsgroepen. Van alle mensen

die in 2017 in beeld en aan het woord kwamen op VRT-televisie waren 38,0% vrouwen, 8,7% nieuwe Vlamingen en 1,1% mensen met een beperking. Om het aanbod toegankelijk te maken voor mensen met een visuele beperking waren ondertitelde programma's beschikbaar met gesproken ondertiteling. Daarnaast werd de zondagavondfictie aangeboden met audiodescriptie. Ten behoeve van mensen met een auditieve beperking had 98,2% van de Nederlandstalige programma's teletekstondertiteling. Het Journaal en het jeugdjournaal Karrewiet werden aangeboden met Vlaamse gebarentaal.

Focus op informatie, cultuur, educatie en verbinding

Het is de kerntaak van de VRT om de Vlaamse bevolking te voorzien van informatie, cultuur en educatie op maat van de diverse doelgroepen, en te zorgen voor verbinding tussen de bevolkingsgroepen.



- In een context van internationalisering en een overaanbod aan informatie zorgde de VRT via al haar aanbodsmerken voor een onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare berichtgeving met extra aandacht voor duiding, onderzoeksjournalistiek en internationaal nieuws. De VRT-nieuwsdienst kreeg in 2017 een nieuwe naam (VRT NWS) en multimediale themaredacties. Voor het eerst werd een nieuwsombudsman aangesteld. Met haar nieuwsaanbod bereikte de VRT in 2017 wekelijks 77,5% van de Vlaamse bevolking. Dagelijks waren er gemiddeld 2.852.498 luisteraars en 1.841.411 kijkers voor de nieuwsuitzendingen. De nieuwe nieuwssite en app van VRT NWS kregen dagelijks gemiddeld 401.971 bezoekers.

- Elk aanbodsmerk had een cultuur-aanbod in functie van zijn specifieke doelgroep. Zo was er aandacht voor cultuur in de nieuws- en duidingsprogramma's, op Vrtnews.be, in generieke programma's (zoals *Van Gils & gasten* op Eén, *De madammen* op Radio 2 en *Generation M* op MNM), in cultuurmagazines (zoals *Pompidou* op Klara en *Culture club* op Canvas en Radio 1) en themareeksen (zoals *Thomas speelt het hard* op Canvas of *Trojka* op Klara). Daarnaast stimuleerde de VRT cultuurbeleving en –participatie met speciale acties en projecten zoals *Speel het hard*, *Ketnet musical*, *Iedereen klassiek*, *Zomerhit*, *de MIA's* en *MNM Rising Star*. Dat gebeurde vaak in samenwerking met de cultuur- en kunstensector.

- Op alle VRT-platformen werden educatieve thema's belicht: in de nieuws- en duidingsprogramma's,

in algemene en specifieke programma's (zoals *De klas* en *De helden van Arnout* op Eén, *Kinderen van de collaboratie* op Canvas, *Hautekiet* op Radio 1, *De inspecteur* op Radio 2 en *Iedereen klassiek* op Klara), in programma's voor kinderen (zoals *De dokter Bea Show* en *Goed gezien* op Ketnet) en in een aanbod voor jongeren (zoals *De strafste school van Vlaanderen* op MNM en *Studio dada* op Studio Brussel). De VRT werkte daarbij vaak samen met het onderwijs en andere educatieve en maatschappelijke organisaties. De universiteit van Vlaanderen bijvoorbeeld was een online lessenreeks door Vlaamse docenten, georganiseerd in samenwerking met de Vlaamse universiteiten.

- Kwaliteitsvolle ontspanningsprogramma's vormden een belangrijk onderdeel in het aanbod van de VRT omdat ze informatieve, culturele en educatieve elementen bevatten en toelaten om maatschappelijke thema's op een laagdrempelige manier te introduceren en bespreekbaar te maken. Bovendien hebben ze een verbindende kracht. Zo zond Eén de fictiereeks *Tytgat chocolat* uit, met hoofdrollen voor mensen met een beperking. Maatschappelijk relevante onderwerpen werden belicht in onder meer Thuis op Eén (o.a. *ALS* en *pleegzorg*), de Ketnet-fictieserie *4eVeR* (o.a. armoede, discriminatie en depressie), de Canvas-reeks *Radio gaga* (o.a. verslaving, demantie en jeugdcriminaliteit) en in *De madammen* op Radio 2 (o.a. diversiteit). De VRT organiseerde daarnaast verbindende acties, met als hoogtepunt *De warmste week* van *Music For Life*.

De VRT behield het vertrouwen en de waardering van een groot publiek.

De VRT ontwikkelde zich verder als flexibele en efficiënte omroeporganisatie.

Ook sport brengt mensen dichterbij elkaar. De VRT besteedde in 2017 aandacht aan meer dan 50 verschillende sportdisciplines op radio, tv en online. Extra inspanningen werden gedaan voor de verslaggeving van sportbeoefening door vrouwen. Programma's als *Vive le vélo* op Eén, *Studio France* op Radio 1, *Tour of Beauty* op MNM en *Voor de ronde* op Canvas focusten op de beleving rond sport. Duiding bij de sport was er onder meer in *Extra time* en *De kleedkamer* op Canvas.

Partner van de mediasector en het middenveld

Om zijn publieke meerwaarde te realiseren werkte de openbare omroep in 2017 nauw samen met de verschillende actoren in de mediasector, zoals productiehuizen, facilitaire bedrijven, het Vlaamse Audiovisuele Fonds, andere mediabedrijven en publieke omroepen. Initiatieven als VRT Start-up, Open VRT en VRT Sandbox gaven starters extra kansen en resulteerden in een creatieve kruisbestuiving. Zo versterkte en verankerde de VRT het Vlaamse media-ecosysteem in een context van internationale schaalvergroting en concurrentie. 71% van het aanbod van Eén en Canvas in primetime bestond uit Vlaamse producties en coproducties 19,87% van onze inkomsten besteedde de VRT bij Vlaamse productiehuizen en facilitaire bedrijven.

Om een pluralistisch en divers aanbod te verzekeren ging de VRT bovendien allianties aan met allerhande partners in de cultuursector, de muziekwereld, de sport, het onderwijs, met steden en gemeenten en allerlei andere sociale en maatschappelijke organisaties.

Merken met een sterk profiel

De publieke opdracht van de openbare omroep werd ingevuld door diverse aanbodsmerken die complementair waren geprofileerd.

Eén inspireerde en verbond zijn kijkers vanuit een nauwe betrokkenheid bij het gemeenschapsleven. Canvas maakte tijd voor mensen en inzichten die er echt toe doen. Ketnet bracht een specifiek aanbod voor kinderen. Radio 1 zette in op informatie, cultuur, maatschappelijke thema's en wetenschap. Radio 2 bood optimistische ontspanning, regionaal nieuws en Vlaamse muziek. Klara focuste op de beleving van cultuur en klassieke muziek, maar ook jazz, wereldmuziek en experimentele muziek. MNM creëerde een ontspannende omgeving voor jonge mensen en hielp hen op weg in een complexe maatschappij. Studio Brussel stimuleerde een actieve muziekbeleving en bood een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld. VRT NWS en Sporza brachten respectievelijk nieuws & duiding en sportverslaggeving.

Het koepelmerk "VRT" werd ingezet om het onderscheidend karakter van het aanbod en de activiteiten van de publieke omroep te onderlijnen, onder meer in de nieuwe naam van de nieuwsdienst (VRT NWS) en de digitale platformen Vrtnws.be en Vrtnu.be.



Een digitale en innovatieve omroep

Om in te spelen op het veranderde mediagebruik lanceerde de VRT in 2017 VRT NU, een online-platform met live-streaming en video-op-aanvraag van het aanbod van de televisienetten en allerlei video's van de radionetten. De digitale shift werd voortgezet door nog meer content en video's aan te bieden via apps en de sociale media, en door de radionetten beschikbaar te stellen via diverse online radiospelers en apps. De VRT bereidde zich ook voor op de implementatie van de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) waarbij ze een voorbeeldrol wil spelen. Voor allerlei innovatieprojecten werkte de VRT samen met andere openbare omroepen, onderzoeksinstituten, universiteiten, start-ups en Vlaamse en internationale mediapartners. Inzichten en resultaten werden gedeeld, zoals op Innovatie.vrt.be en het evenement Media Fast Forward.

Een efficiënte en toekomstgerichte organisatie

De VRT ontwikkelde zich in 2017 verder als flexibele en efficiënte omroeporganisatie. Daardoor kan ze haar publieke opdracht en de strategische doelstellingen van de beheersovereenkomst ook in de toekomst blijven vervullen in een continu veranderend medialandschap en ondanks een beperking van de overheidsdotatie. Het toekomstplan dat daarvoor in 2016 was opgesteld, werd in 2017 verder uitgevoerd. Parallel daarmee werd gewerkt aan een optimalisering van de bedrijfscultuur met het HR-traject 'Fier op de VRT'. Daartoe werden actieplannen opgesteld (onder meer over samenwerking, diversiteit, innovatie en ondernemerschap). Die werden concreetiseerd door de afdelingen en verankerd in de dagelijkse werking. Ondertussen werd verder gewerkt aan de plannen voor het nieuwe VRT-gebouw: het definitieve ontwerp werd vastgelegd, de overheids-

opdracht werd uitgeschreven en de visies voor de mediafaciliteiten in het nieuwe gebouw en een inspirerende werkomgeving werden ontwikkeld.

Want geïnspireerde en geëngageerde medewerkers blijven de motor van de VRT. Door hun inzet, talent en creativiteit was de openbare omroep in 2017 een betrouwbare gids en een baken van publieke meerwaarde voor alle Vlaamse mediagebruikers.

Het zijn ook de medewerkers die de uitdagingen van vandaag zullen omzetten in kansen voor morgen. Zij zijn het die bouwen aan een wendbare en creatieve omroep van de toekomst. Zij zijn het die kwaliteitsvolle media maken.

Voor alle Vlamingen.
Vandaag en morgen.

Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder



1

VOOR IEDEREEN RELEVANT

De openbare omroep slaagt erin de behoeften van de Vlaamse mediagebruiker in te vullen. De Vlamingen kijken en luisteren met velen naar het aanbod van de VRT, zowel op radio, televisie als online. De waarderingcijfers die de mediagebruikers geven aan de programma's, tonen aan dat de VRT tegemoetkomt aan hun verwachtingen.

Om een zo divers mogelijk publiek te bereiken, biedt de openbare omroep een aanbod voor specifieke doelgroepen zoals kinderen, jongeren, mensen met een visuele of auditieve beperking en Vlamingen die in het buitenland wonen. De VRT hanteert een inclusief diversiteitsbeleid dat aangeeft dat bij de VRT plaats is voor nieuwe Vlamingen, vrouwen en mensen met een beperking.

1.1 BEREIK

De VRT wil zoveel mogelijk mensen bereiken, los van hun afkomst, leeftijd, geslacht of opleidingsniveau. Volgens de beheersovereenkomst moet de openbare omroep 85% van de totale bevolking in Vlaanderen bereiken en 75% van elke relevante bevolkingsgroep. Dat doel wordt over de hele lijn gehaald. In 2017 bereikte de VRT met haar aanbod op weekbasis 89,4% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder).

De bereikcijfers per bevolkingsgroep (gemiddeld weekbereik):⁹

- mannen: 89,5%
- vrouwen: 89,2%
- 15- tot 24-jarigen: 87,7%
- 25- tot 44-jarigen: 86,2%
- 45- tot 64-jarigen: 89,9%
- 65-plussers: 93,7%
- opleidingsniveau lager onderwijs: 83,1%
- opleidingsniveau lager secundair onderwijs: 84,8%
- opleidingsniveau hoger secundair onderwijs: 89,6%
- opleidingsniveau hoger onderwijs: 93,8%
- nieuwe Vlamingen: 83,1%

Op weekbasis bereikte VRT-Televisie gemiddeld 615.572 van de 4- tot 16-jarigen (of 69,1%) (ten opzichte van 592.003 in 2016).¹⁰

Wekelijks bereikten de VRT-radionetten samen gemiddeld 223.340 van de 12- tot 16-jarigen (of 69,4%) (ten opzichte van 240.845 in 2016).¹¹

De VRT bereikte wekelijks 89,4% van de Vlamingen.

VERTROUWEN IN DE VRT

71% van de Vlamingen heeft (veel) vertrouwen in de VRT.¹² Daarmee is ze een van de publieke instellingen waarin de Vlaming het meest vertrouwen heeft.

Het nieuws dat de VRT brengt, vindt 80% van de Vlamingen betrouwbaar. 82% vindt dat de VRT mensen goed informeert en 81% is van oordeel dat het nieuws dat de VRT verspreidt meestal correct is. Daarnaast vindt 75% van de Vlamingen dat de VRT helpt om feiten van fictie te onderscheiden.

Indien rekening wordt gehouden met het effectief gebruik van de media, dan blijkt dat de VRT (met alle platformen samen) een betrouwbare nieuwsbron is voor 74% van de Vlamingen, terwijl het sociale netwerk Facebook dat maar voor 23% van de Vlamingen is.

Het EBU-rapport 'Trust in media 2018' toont trouwens aan dat het vertrouwen in de traditionele media (radio:71% en televisie: 66%) hoger ligt dan in de sociale media (20%).¹³



⁹ De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische en een onlinebevraging bij 2.506 Vlamingen ouder dan 15 jaar in de periode september-oktober 2017. Het onderzoek werd uitgevoerd door een externe partner, het onderzoeksbureau TNS Research. Jongeren onder de 15 jaar mogen bij wet niet deelnemen aan marktonderzoek, tenzij ze daarvoor uitdrukkelijk de toestemming van de ouders hebben. Die toestemmingen vragen zou te grote gevolgen hebben voor de complexiteit en de kosten van de bevraging. Daarom werd de bevolkingsgroep van 12 tot en met 14 jaar niet bevraged in dit onderzoek.

¹⁰ Bron: CIM, bij 1.500 gezinnen, op basis van televisiekijkgedrag.

¹¹ Bron: CIM. Gebaseerd op drie "luistergolven" van 2017 (3.726 in golf 1, 3.631 dagboeken in golf 2, 4.025 in golf 3). (Luistercijfers voor personen jonger dan 12 jaar zijn niet beschikbaar.)

¹² De VRT ondervroeg tussen 12 en 25 september 2017 2.008 Vlamingen van 15 jaar en ouder over het vertrouwen dat ze hebben in het informatieaanbod van VRT en andere nieuwsmedia, en in de VRT als instelling. Het onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK.

¹³ Cijfers voor België (er zijn geen resultaten op Vlaams niveau) voor 2018.

ONDERZOEKEN NAAR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT, PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKERS EN VLAAMSE VERANKERING

Maatschappelijke impact

Dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft, vond 71% van de Vlamingen belangrijk.¹⁴ De impact die de VRT heeft op het publiek werd gemeten aan de hand van stellingen die een groep Vlaamse mediagebruikers vorgelegd kreeg. Bij elke stelling konden ze een score geven van 0 tot 10, naargelang de mate waarin ze een bepaalde impact aan de VRT toeschrijven.

Gemiddeld gaf de Vlaming een score van 7,3 op 10 op de stelling "De VRT laat toe mijn algemene kennis te vergroten" en 7,4 op 10 op de stelling "De VRT helpt me up-to-date te blijven over wat er gebeurt".

Bepaalde programma's genereerden extra impact op specifieke terreinen. Zo verklaarde 67% van de kijkers van *Tytgat chocolat* (Eén) dat zij dankzij de reeks iets hadden bijgeleerd over mensen met een beperking.

Perceptie mediagebruiker

De VRT zocht uit welke impact de kijkers, luisteraars en surfers zelf ervaren bij hun gebruik van het aanbod. Volgende vaststellingen kwamen uit de bevraging naar voor:

- 92% van de Vlamingen vond dat de VRT hen interessante dingen leert.
- 84% zei dat ze zich minder geïnformeerd zouden voelen als de VRT niet zou bestaan.
- 83% verklaarde dat de VRT hun interesses prikkelt op het vlak van kunst en cultuur.
- 82% beweerde dat ze minder zouden weten over de Vlaamse cultuur als de VRT niet zou bestaan.

Vlaamse verankering

87% van de Vlamingen die hierover een mening hadden, vond het belangrijk dat ze naar Vlaamse tv-programma's konden kijken. Volgens 45% van de Vlamingen zond Eén de meeste Vlaamse programma's uit. 80% van de Vlamingen oordeelde dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse kinderprogramma's. 73% van de respondenten die op deze

vraag hun mening gaven, vond dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse fictie en 76% was van oordeel dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse cultuur.

Wat Vlaamse muziek betreft vond 66% van de Vlamingen die hierover een mening hadden dat de VRT daar voldoende aandacht voor heeft. De helft van de ondervraagden die hierover een mening hadden (51%) was van oordeel dat Radio 2 de Vlaamse radiozender is die het meest inzet op Nederlandstalige muziek. 14% van de ondervraagden die hierover een mening hadden, zei dat Radio 1 het vaakst Nederlandstalige nummers draait.

Verder vond 93% van de Vlamingen dat de VRT een voorbeeld is op het vlak van correct taalgebruik en 91% oordeelde dat de VRT het echte Vlaamse leven goed weerspiegelt.

> 67% van de kijkers van *Tytgat chocolat* verklaarden dat zij iets hadden bijgeleerd over mensen met een beperking.



14

Het onderzoek over Vlaamse verankering werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK, tussen 27 november en 3 december 2017 bij 1.390 Vlamingen van 15 jaar en ouder.

Marktaandeel radio (in %)

Bron: CIM-Radiostudie – VRT-Studiedienst

2016

VRT-RADIO

Luisteren naar radio

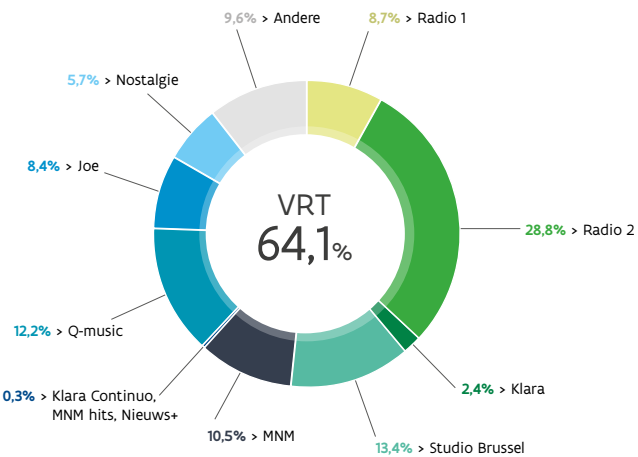
Bijna 5 miljoen Vlamingen (90,8 %) ¹⁵ luisterden in 2017 wekelijks naar de radio. 4,3 miljoen van hen luisterden dagelijks. Gemiddeld luisterden dus 78,1% van de Vlamingen (van 12 jaar of ouder) elke dag naar de radio.

Luisteren naar VRT-radio

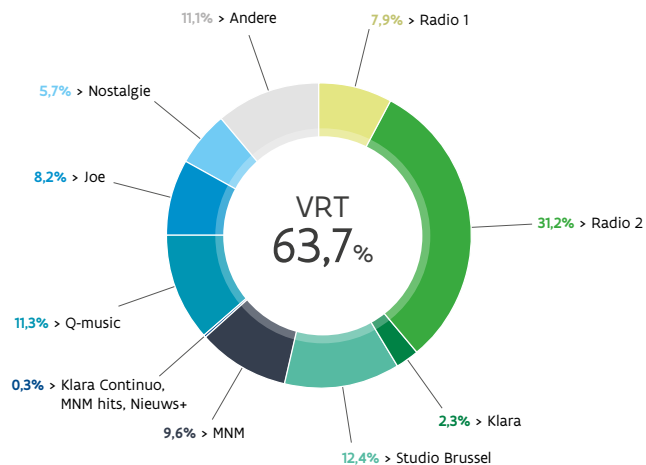
2.964.195 Vlamingen (54,1%) luisterden dagelijks naar de radionetten van de VRT. 3.926.217 (71,7%) Vlamingen luisterden wekelijks naar VRT-radio.

Radio 2 was in 2017 de zender met het grootste marktaandeel (31,2%). Studio Brussel haalde op jaarbasis een marktaandeel van 12,4%, MNM en Radio 1 volgden met respectievelijk 9,6% en 7,9%. Klara haalde een marktaandeel van 2,3%. Het totale marktaandeel van de VRT-radionetten samen (Klara Continuo, MNM Hits en Nieuws+ inbegrepen) bedroeg in 2017 63,7% (ten opzichte van 64,1% in 2016).

¹⁵ De CIM-radiostudio is gebaseerd op de groep Vlamingen van 12 jaar en ouder.



2017



INTERNETRADIO

De VRT-radiozenders kunnen via het internet beluisterd worden (bijvoorbeeld via TuneIn of via Radioplus.be). In 2017 stapte de VRT over naar een andere streamingprovider. Daardoor is het niet mogelijk om voor 2017 totaalcijfers van het aantal internetluisteraars naar de VRT-kanalen en het aantal beluisterde uren via internet te geven. De VRT bleef wel haar eigen online-luisterplatformen monitoren, maar deze luistercijfers beslaan zo slechts een deel van het totaal internetluisteren.

De eigen VRT-cijfers tonen een groei voor alle netten ten opzichte van 2016. Dat komt vooral door de stijging in het luisteren via de VRT-radio-apps. Naar Studio Brussel luisterden dagelijks gemiddeld bijna 20.000 internetluisteraars via de VRT-radioplusspeler en de VRT-radio-apps (+25,1% ten opzichte van 2016). Radio 1 volgt met gemiddeld bijna 13.000 digitale luisteraars per dag (+31,7%). De sterkste groeier was MNM, dat meer dan 40% extra internetluisteraars kende op de eigen platformen (gemiddeld bijna 8.500 dagelijkse internetluisteraars).

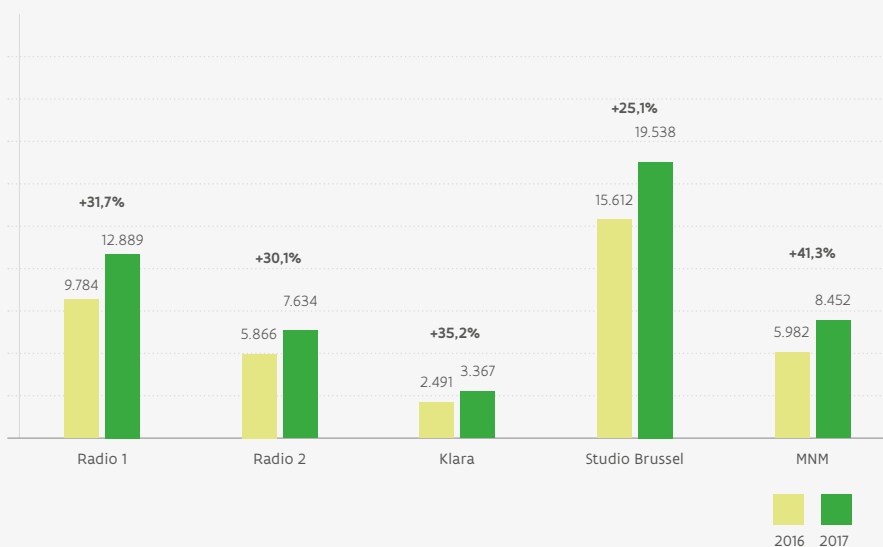
In totaal kende de VRT met de interne digitale luisterkanalen (Radioplus.be) gemiddeld 59.912 dagelijkse luisteraars (+31,7% ten opzichte van 2016). 24% van deze luisteraars luisterde via een VRT-radio-app.

Radio-apps

In 2017 downloadden 452.555 luisteraars de verschillende VRT-radio-apps. Eind december waren de verschillende apps van VRT-radio in totaal al 728.387 keer gedownload.

Gemiddeld aantal digitale radioluisteraars per dag via de VRT-radiospeler (2016-2017)

Bron: Comscore



Aantal appdownloads van VRT-radio (2016-2017)

Bron: Comscore

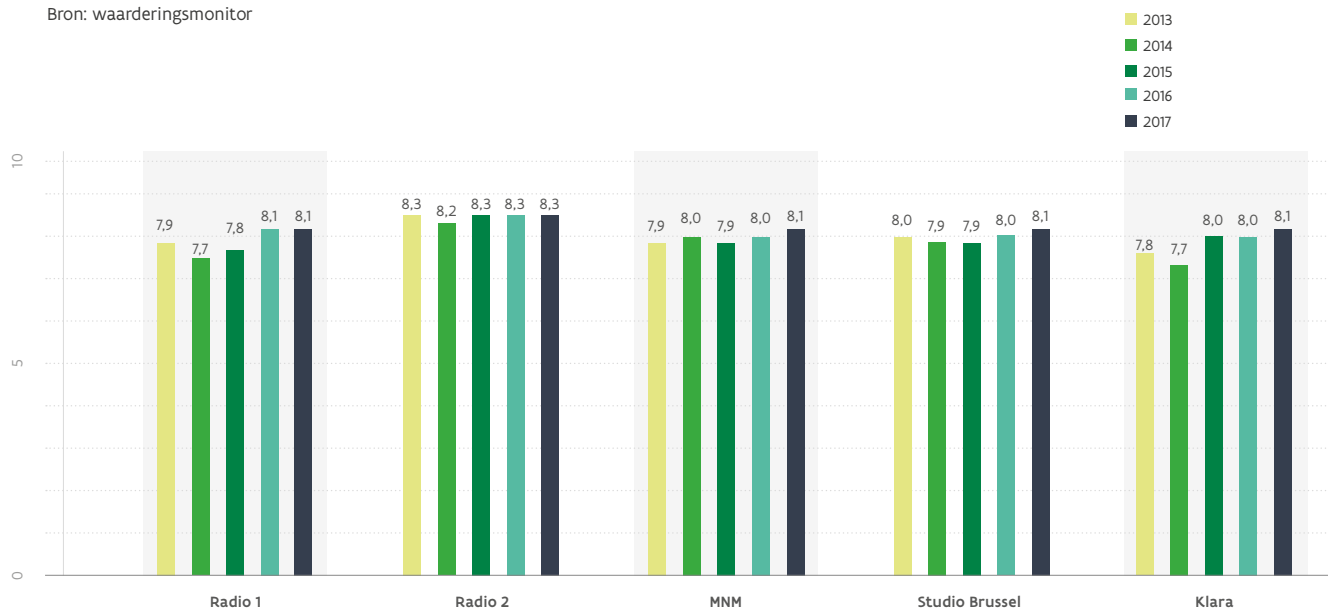
	2016	2017	Verschied
● Radio 1	24.027	67.033	+179,0%
● Radio 2	33.408	103.889	+211,0%
● Klara	11.743	34.928	+197,4%
● Studio Brussel	55.392	192.460	+247,5%
● MNM	72.087	190.287	+164,0%
● Generieke app	79.175	139.790	+76,0%
● Totaal	275.832	728.387	+264,1%

Eind 2017 waren de VRT-radio-apps al 728.387 keer gedownload.

WAARDERING RADIO

Waarderingscijfers VRT-radionetten (2013-2017) (Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: waarderingsmonitor



De mediagebruikers waardeerden het aanbod van VRT-Radio. Uit de waarderingsmonitoring bij mediagebruikers leverde dat volgende waarderingscijfers op: Radio 1: 8,1; Radio 2: 8,3; MNM: 8,1; Studio Brussel: 8,1 en Klara: 8,1.

Per zender werden volgende programma's het hoogst gewaardeerd: Studio Brussel: *De Album 50* (9,1), Radio 2: de *Top 70 van de jaren '70* (9,0), Radio 1: de *Classics 1000* (8,9), MNM: de *MNM1000* (8,6) en Klara: *Klara live* (8,5).



> *Classics 1000* was in 2017 het hoogst gewaardeerde programma bij Radio 1.

VRT-TELEVISIE

Kijken naar televisie

Op een gemiddelde dag in 2017 keek 75,0% van de Vlamingen televisie (live en/of uitgesteld). In 2016 was dat 73,7%. Tv-kijkers keken gemiddeld 3 uur en 47 minuten per dag tv, 7 minuten minder dan in 2016. Ouderen keken beduidend meer televisie dan jongeren (90,0% bij de 65-plussers tegenover 58,4% van de 4-24-jarigen) en mensen uit de lagere socio-economische klassen keken meer tv dan mensen uit de hogere socio-economische klassen (dagbereik: 70,0% bij hoogste klassen (SG 1-2) tegenover 83,7% bij laagste klassen (SG 7-8)).

- Er werd nog steeds hoofdzakelijk live televisie gekeken: 83,3% van het totale televisiegebruik ging naar live tv-kijken (tegenover 88,0% in 2016). Net als in 2016 keek op een gemiddelde dag 69,3% van de bevolking live televisie. Er werd gemiddeld 3 uur en 25 minuten per dag live gekeken, 14 minuten minder dan in 2016.
- Uitgesteld kijken was goed voor 16,7% (ten opzichte van 12,0% in 2016). Vooral fictieprogramma's werden uitgesteld bekeken (26,6% van de totale fictiezendtijd).

Bij andere programmagenres, zoals informatie (7,7%) en sport (6,9%), werd minder uitgesteld gekeken, maar wel meer dan in 2016. Gemiddeld per dag keek 43,0% van de bevolking uitgesteld naar tv (tegenover 35,6% in 2016). Deze kijkers deden dat gemiddeld 1 uur en 6 minuten per dag, of 9 minuten meer dan in 2016.

Kijken naar VRT-televisie

De VRT-televisienetten bereikten samen gemiddeld 2.755.523 Vlamingen per dag (tegenover 2.770.761 in 2016). Daarmee haalde de VRT-televisie een marktaandeel van 37,1% (2,2 procentpunt minder dan in 2016). De Vlaming (ouder dan 4 jaar) keek gemiddeld 1 uur en 49 minuten per dag naar de VRT-zenders (inclusief de uitgesteld bekeken programma's), wat 5 minuten minder is dan in 2016.

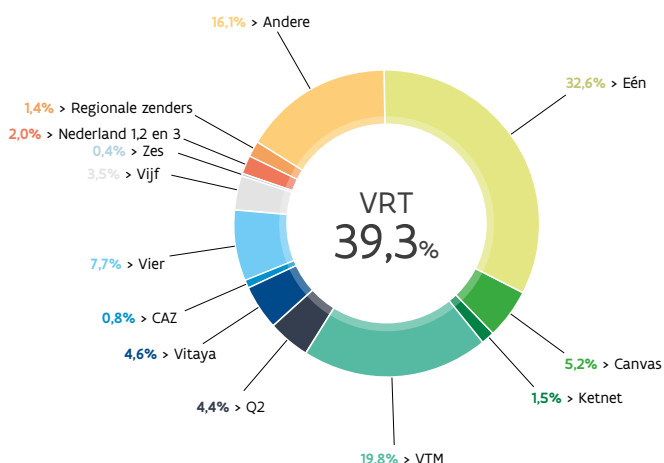
De tv-uitzendingen van VRT werden in 2017 voor 87,7% live bekeken en voor 12,3% uitgesteld (tot zeven dagen na de uitzending).



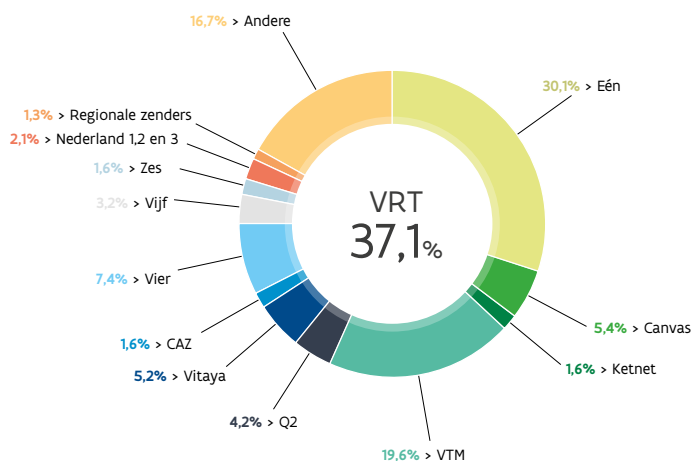
Marktaandelen televisie (in %) ¹⁶

Bron: CIM|GfK-Audimetrie – VRT-Studiedienst

2016



2017



¹⁶ In het VRT-Jaarverslag 2016 stond foutief "2,3%" als marktaandeel voor "Nederland 1, 2 en 3" in plaats van het correcte "2,0%".

UITGESTELD KIJKEN

Via de distributeurs

Digitale kijkers konden programma's (her)bekijken via de eigen VRT-diensten *Net Gemist*, een abonnementsformule waarbij men de programma's van de afgelopen week kon opvragen, en *Ooit Gemist*, dat recente programma's en oudere series aanbod tegen betaling. Daarnaast waren er de platformen van distributeurs/over-the-topspelers waarmee de VRT een overeenkomst heeft over licht uitgesteld kijken: Proximus, Telenet (in het betalend Play-pakket) en Stievie, waarbij kijkers programma's tot maximaal zeven dagen na uitzending kunnen opvragen.

Via de VRT-videospeler

Er werden in totaal 173.577.020 videoclips gestart via de eigen VRT-websites. Dat is 0,9% minder ten opzichte van 2016.¹⁷ Een daling die vooral toe te schrijven is aan het feit dat de aanbodsmerken steeds meer videofragmenten rechtstreeks op de sociale media plaatsen.

- Gemiddeld keken ruim 243.000 bezoekers per dag video's op de VRT-websites. Vooral van de VRT-televisienetten werden fragmenten aangeklikt (12.240.240 videostarts op Een.be, 2.243.522 op Canvas.be en 54.072.975 op Ketnet.be). De kijkers raadpleegden ook videomateriaal op Vrtnws.be (32.257.666), zoals een uitzending

over *De Bende van Nijvel* en een liveblog over de orkna Irma, en Sporza.be (28.708.292), zoals de fragmenten *Sagan kaapt interview met Vanmarcke: "Waarom val je niet aan?"* en *Gilbert demarreert en lost jonge wielertoerist*.

- Via VRT NU konden volledige programma's opgevraagd worden. In totaal werden er 33.601.461 video's opgestart (zowel aanbod-op-aanvraag als livestreams). De programma's die het vaakst online bekeken werden, zijn *Tabula rasa*, *De Geest* (113.136), *De dokter Bea show: Kussen* (110.720) en *Fijne vakantie en gelukkig nieuwjaar van team Rox* (98.679). Globaal gezien was *Thuis* het meest bekeken programma met 8.879.095 starts.

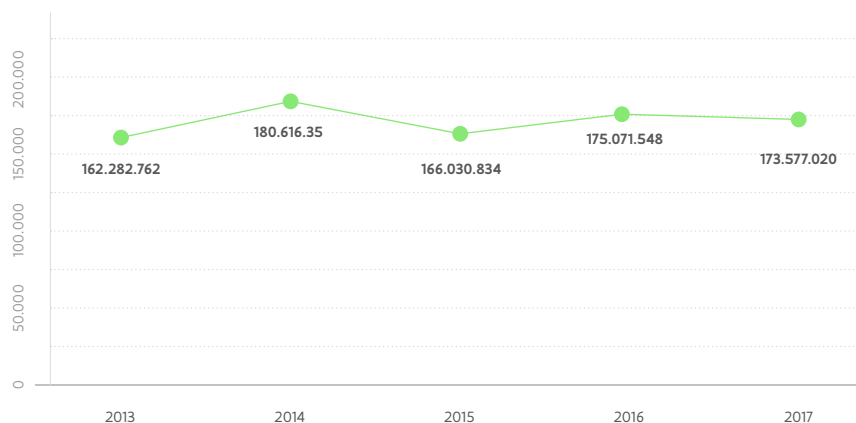
Totaal aantal opgestarte videofragmenten op de VRT-websites (via de VRT-videoplayer)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst

WEBSITE	2016	2017
• Een.be	16.979.907	12.240.240
• Canvas.be	6.987.574	2.243.522
• Ketnet.be	45.275.616	54.072.975
• Vrtnws.be	56.638.564	32.257.666
• Sporza.be	43.638.914	28.708.292
• VRT NU	/	33.601.461
• Andere sites	5.582.973	10.452.864
• TOTAAL	175.103.548	173.577.020

Totaal aantal opgestarte videofragmenten op de VRT-websites (via de VRT-videoplayer) (2013-2017)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst



> Thuis werd via VRT NU het meest bekeken.



Dagelijks: >1.379.678 videostarts op VRT-speler, Facebook en YouTube samen.

Via de sociale media

Ook via de sociale media verspreidde de VRT videofragmenten. Op Facebook werd 149.738.753 keer een VRT-videofragment gestart (een stijging met 46,6% ten opzichte van 2016) en op YouTube 180.266.795 keer (+19,8%).

Via het syndicationplatform

Andere websites konden VRT-videofragmenten overnemen (Web syndication). Via die syndicationpartners werden er 8.012.690 fragmenten opgestart. (In 2016 waren dat er 13.702.410.)¹⁸ Verschillende aspecten kunnen deze daling verklaren. Zo werden de items van *Het journaal* vroeger opgeknipt en afzonderlijk aangeboden terwijl dat in 2017 in een bestand werd aangeboden. Andere mediaspelers creëerden in 2017 ook meer eigen content waardoor de vraag naar VRT-fragmenten afnam.

Totaal aantal opgestarte videofragmenten op Facebook en YouTube van VRT-merken

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst

VRT-MERK	Facebook		YouTube	
	2016	2017	2016	2017
● Eén	14.380.195	38.198.100	9.519.585	11.471.597
● Canvas	9.473.582	10.870.689	1.376.562	1.912.957
● Ketnet	514.126	500.086	32.224.968	47.452.762
● Radio 1	2.005.699	969.247	1.173.167	1.176.932
● Radio 2 (*)	5.652.460	3.160.186		
● Studio Brussel	17.651.887	28.126.436	11.105.248	13.672.714
● MNM	6.687.868	9.994.137	15.954.612	17.364.909
● Klara (*)	76.619	263.925		
● VRT NWS (**)	31.422.827	35.930.740		
● Sporza	11.533.912	14.857.443	55.233	55.195
● VRT NU (**)	/	758.116	/	137.517
● Andere (***)	2.734.558	6.109.648	79.018.756	87.022.212
● TOTAAL (****)	102.133.733	149.738.753	150.428.131	180.266.795

(*) Daar zijn geen YouTube-cijfers van omdat deze niet verbonden zijn met de VRT-account.

(**) VRT NU ging van start in 2017.

(***) De YouTube-cijfers van "Andere" hebben betrekking op andere "pagina's", zoals Ketnet Musical.

(****) In het VRT-Jaarverslag 2016 werd gesteld dat er 72.473.529 YouTube-fragmenten werden opgestart. Dat getal was gebaseerd op een toepassing van Engagor. Die toepassing bleek bij evaluatie het aantal opgestarte fragmenten te onderschatten. Daarom wordt in voorliggend jaarverslag een beroep gedaan op de cijfers van de YouTube-statistieken.

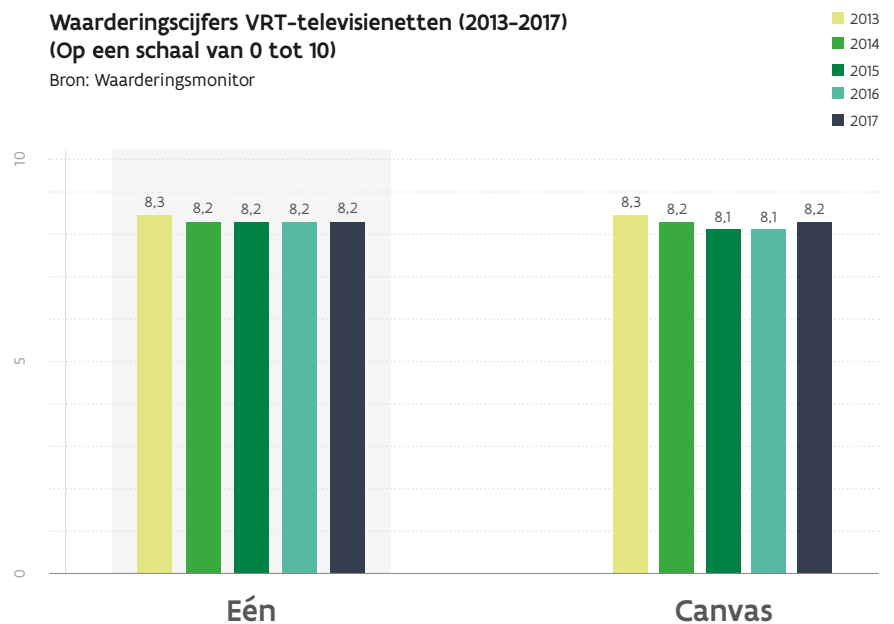
WAARDERING TELEVISIE ¹⁹

De kijker waardeerde in 2017 volgende Eén-programma's het meest: *De herdenking van 100 jaar grote oorlog in Passendale* (8,8), een aflevering van *Van vlees en bloed* (8,8), een aflevering van *How to get away with murder* (8,8), een aflevering van *Poldark* (8,8), de making-of-aflevering van *Tytgat chocolat* (8,8), een uitzending van *Het journaal van 18 uur* (8,8), een aflevering van *Terug naar Oosterdonk* (8,8), een aflevering van *Salamander* (8,8) en een aflevering van *Tabula rasa* (8,8).

Op Canvas kregen deze programma's de hoogste waarderingsscores: een aflevering van *Radio Gaga* (9,0), *De herdenking van 100 jaar grote oorlog in Passendale* ²⁰ (8,9), *Attenborough and the giant dinosaur* (8,9), een uitzending van *Vranckx* (8,8), een aflevering van de reeks *Follow the money* (8,8), en verschillende afleveringen van de documentaires *Stephen Fry in Central America* (8,8) en verschillende afleveringen van *Planet earth II* (8,8).

Waarderingscijfers VRT-televisienetten (2013-2017) (Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor



> Naar aanleiding van het overlijden van Marc Van Eeghem werd *Terug naar Oosterdonk* heruitgezonden. De kijkers waardeerden het programma met een hoge score: 8,8 op 10.



¹⁹

Voor Ketnet zijn er geen waarderingcijfers.

²⁰

Herhaald op Canvas daags na de uitzending op Eén.

VRT-ONLINE

Websites

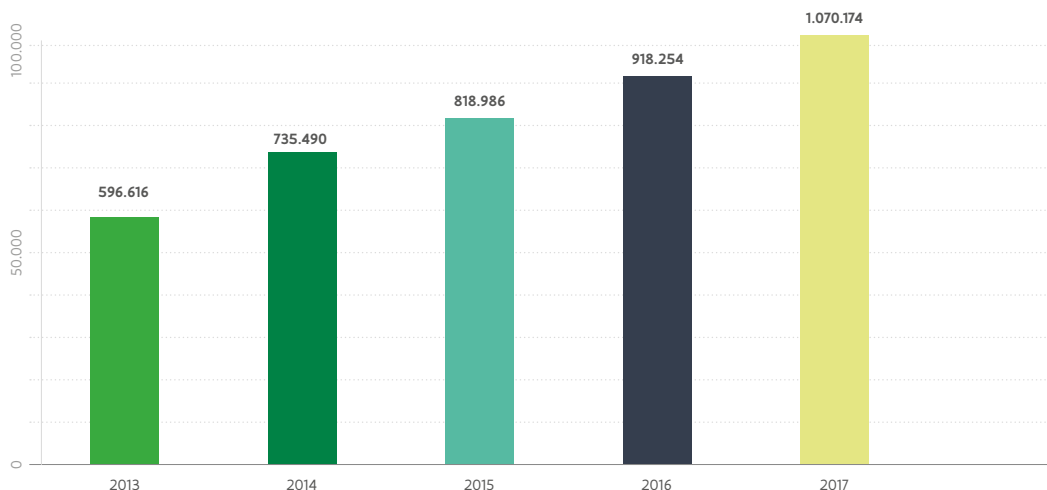
Dagelijks surfen 1.070.174 unieke bezoekers naar een van de VRT-websites, een stijging van 16,5% ten opzichte van 2016 of meer dan 100.000 extra bezoekers.²¹ 140.793 van die bezoekers waren afkomstig na doorklikken vanuit Facebook.

Het surfen naar de VRT-websites gebeurde:

- via pc of laptop door gemiddeld 365.188 bezoekers per dag (-5,3% ten opzichte van 2016);
- via smartphone door 526.005 bezoekers (+37,4%);
- via tablet door 164.887 bezoekers (+10,1%).

Aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites (2013- 2017)

Bron: Comscore



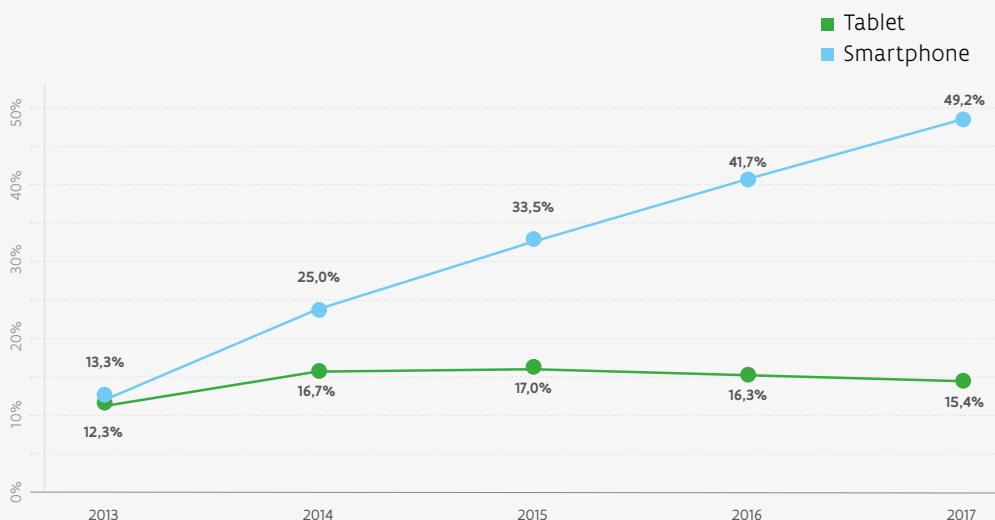
MOBIELE PLATFORMEN

Mobiele toestellen nemen een steeds groter aandeel in van het online mediagebruik. In 2017 steeg het aantal bezoeken met een mobiel toestel van het online-aanbod tot 64,6% (tegenover 58,0% in 2016). Die stijging is vooral toe te schrijven aan de smartphone (een stijging met 7,5 procentpunten). De tablet werd verhoudingsgewijs minder gebruikt dan in 2016 (-0,9 procentpunten) voor het raadplegen van de VRT-websites.

De stijging van bereikcijfers van het mobiel gebruik is te verklaren door de ruime verspreiding van mobiele toestellen, het wijzigende mediagebruik en de gebeurtenissen in de actualiteit.

Evolutie aandelen smartphone- en tabletgebruikers ten opzichte van het totaal aantal gebruikers van de VRT-sites (gemiddeld aantal bezoekers per maand) (in%) (2013-2017)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst





De cijfers van het aantal bezoeken van de websites van de VRT-aanbodsmerken evolueerden verschillend. Zo bereikte Studio Brussel minder bezoekers op zijn website omdat het merk zijn publiek meer rechtstreeks via de sociale media probeerde te bereiken.

Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van de VRT-websites (ten opzichte van 2016):

- van Radio1.be steeg met 7,8% tot 14.743 unieke bezoekers;
- van Radio2.be steeg met 78,9% tot 21.560 unieke bezoekers;
- van MNM.be steeg met 37,0% tot 35.307 unieke bezoekers;²²
- van Een.be steeg met 19,8% tot 122.196 unieke bezoekers;²³
- van Ketnet.be steeg met 56,8% tot 59.689 unieke bezoekers.²⁴
- van Canvas.be daalde met 27,0% tot 15.965 unieke bezoekers;²⁵
- van StuBru.be daalde met 9,5% tot 25.731 unieke bezoekers;
- van Klara.be daalde met 1,5% tot 4.426 unieke bezoekers;

De themawebsites Vrtnews.be en Sporza.be kregen het hoogst aantal unieke bezoekers per dag.

- Vrtnews.be bereikte gemiddeld 279.311 unieke bezoekers per dag (+3,4% tegenover 2016).²⁶
- Sporza.be bereikte gemiddeld 269.435 unieke bezoekers per dag (-7,8% tegenover 2016). De daling van het aantal bezoekers van de Sporza-website is grotendeels te verklaren door het feit dat veel kijkers via de Sporza-app keken. (In de CIM-cijfers worden de apps niet meegerekend.). Het gemiddeld aantal gebruikers per dag van de Sporza-app steeg van 41.662 in 2016 naar 57.398 in 2017. De Sporza-voetbalapp had gemiddeld 29.835 gebruikers per dag (24.907 in 2016).

2 op 3 van de bezoeken aan de VRT-websites gebeurden vanop een mobiel toestel.

²² Doordat GenerationM.be (een afgeleide site van MNM) gedurende een bepaalde periode in CIM niet werd gemeten, zijn die cijfers niet betrouwbaar. Daarom zijn de Comscorecijfers gebruikt om MNM te vergelijken.

²³ Het CIM heeft een maand lang geen cijfers kunnen registreren in 2016 door de vernieuwing van Een.be. Omdat het CIM-cijfer bijgevolg niet betrouwbaar is in 2016 en een vergelijking met 2017 zo onmogelijk wordt, wordt het Comscorecijfer gebruikt: 101.960.

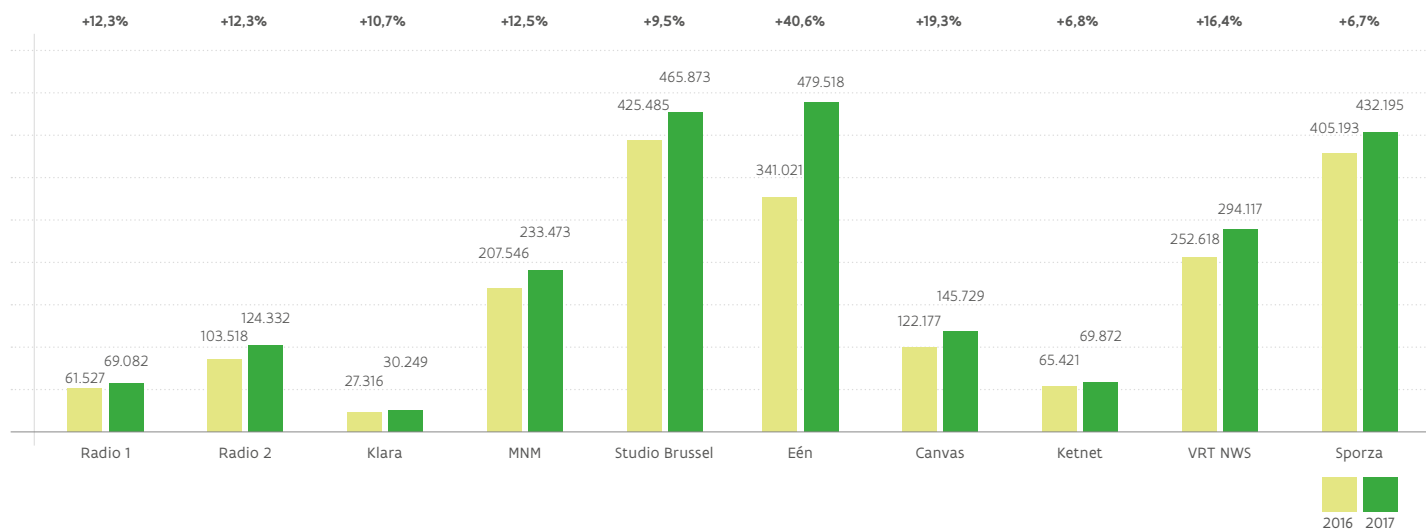
²⁴ Doordat de CIM-cijfers geen rekening houden met het stijgende appgebruik, zijn de cijfers van Ketnet.be niet volledig waarheidsgetrouw. Daarom werden de Comscorecijfers gebruikt.

²⁵ Een groot deel van het aanbod van Canvas werd overgenomen op VRT NU, wat de daling verklaart van het aantal bezoekers op Canvas.be.

²⁶ Door de verandering van Deredactie.be naar VRTnews.be en het niet meerekenen van de app in Comscore, liggen de cijfers van Deredactie.be/VRTnews.be in werkelijkheid nog een stuk hoger met gemiddeld per dag 401.971 unieke browsers.

Aantal Facebookfans per VRT-aanbodsmerk (Eind 2016 – Eind 2017)

Bron: Engagor



Sociale media

Alle VRT-aanbodsmerken²⁷ waren aanwezig op de sociale media. Ze hadden samen eind 2017 2.344.711 Facebookfans²⁸ (+16,5% tegenover eind 2016), 1.545.257 Twittervolgers (+16,3%) en 402.938 Instagramvolgers (+89,0%).²⁹

Er waren in totaal 33.100.120 interacties (likes, commentaren, delingen en tweets) op de Facebook-, Twitter- en Instagrampagina's van de VRT. Relatief gezien steeg het aantal interacties op Instagram het sterkst (+87,7% tegenover eind 2016). Op Twitter waren er minder interacties dan het jaar voordien: 205.450 (-17,5%)

Facebookfans

Eén was voor het eerst de Facebookpagina van een VRT-merk met de meeste fans en stak daarmee Studio Brussel voorbij. De Facebookpagina van *Thuis* steeg met 11,5% (tot 226.042 fans) en die van *Dagelijkse kost* steeg met 45,3% (tot 203.505 fans).

Twittervolgers & Instagramfans

Het aantal volgers op Twitter van Radio 1 steeg met 8,1% tot 60.238 (ten opzichte van 55.705 eind 2016). Voor MNM steeg het aantal volgers tot 152.131 (ten opzichte van 118.210 eind 2016), een stijging van 28,7%. Eind 2017 kende Studio Brussel 399.287 Twittervolgers (+14,3% ten opzichte van 349.299 eind 2016) en verder kende Eén 122.127 volgers (+45,0% ten opzichte van 84.089 eind 2016), VRT NWS 412.503 volgers (+11,7% ten opzichte van 369.273 eind 2016) en Sporza 258.551 volgers (+31,6% ten opzichte van 196.451 eind 2016).

De merken die het meest Instagram gebruikten in hun communicatie zagen het aantal fans verder toenemen: MNM: +34,2% (68.576 fans ten opzichte van 51.107 eind 2016), Studio Brussel: +30,6% (149.258 ten opzichte van 114.230 eind 2016), Eén: +36,0% (65.244 ten opzichte van 47.979 eind 2016) en Ketnet: +19,3% (61.895 ten opzichte van 51.829 eind 2016).

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND



BVN

Vlamingen en Nederlanders die in het buitenland verblijven, kunnen terecht op Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN), de openbare zender voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland. BVN zendt uit via satelliet en via het internet (BVN Live). BVN heeft een gratis app zodat Vlamingen in het buitenland BVN Live wereldwijd mobiel kunnen volgen.

Op de zender worden enkel Nederlandstalige producties van de VRT en NPO aangeboden. Op BVN waren in 2017 meer dan zestig programma's te zien, waaronder VRT-programma's zoals *Buurman wat doet u nu?* (Eén), *Chez Annemie* (Eén), *Dagelijkse (zomer)kost* (Eén), *De noodcentrale* (Eén), *Reizen Waes* (Eén), *Mag ik u kussen?* (Eén), *Het gezin* (Eén), *Welkom in de Wilton* (Ketnet) en *De week van Karrewiet* (Ketnet).

VRT-Radio

Wie in het buitenland naar de VRT-radio wilde luisteren, kon terecht op Radioplus.be, zowel op de pc, op de smartphone of via de app van Radioplus. Elk radionet heeft ook een eigen app.

In Europa zijn zowel Radio 1 als Radio 2 via satelliet 24 uur per dag gratis (free-to-air) te beluisteren. Buiten Europa is Radio 1 te horen via satelliet.

²⁷ Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM, Klara, VRT Nieuws en Sporza.

²⁸ Verschillenden daarvan waren Facebook-fan van meer dan een VRT-merk. Als daarmee rekening gehouden wordt, had de VRT 1 miljoen verschillende Facebookfans in Vlaanderen. Dat waren er 270.000 meer dan het jaar voordien.

²⁹ Bron sociale media: Engagor

1.2

DIVERSITEIT

BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

De VRT besteedt in haar aanbod aandacht aan specifieke bevolkingsgroepen. De Monitor diversiteit meet jaarlijks in hoeverre zij aanwezig waren in de televisieprogramma's die de VRT uitzond, zodat de actieplannen diversiteit kunnen worden bijgestuurd waar nodig. 8,7% van de sprekende actoren op Eén, Ketnet en Canvas waren nieuwe Vlamingen (streefdoel: minimaal 5%, groeien naar 7,5% in 2020). 38,0% waren vrouwen (streefdoel: minimaal 33%, groeien naar 40% in 2020) en 1,1% waren mensen met een beperking (geen streefdoel).³⁰

AANDACHT VOOR DIVERSITEIT IN HET AANBOD

De VRT-aanbodsmarken hadden op verschillende manieren extra aandacht voor diversiteit. Enkele voorbeelden:

- Op Eén kregen de kijkers in *Goed volk* een inkijk in specifieke gemeenschappen in binnen- en buitenland, zoals de aflevering over chassidische joden in Antwerpen. *Tytgat Chocolat* bracht de wereld van mensen met een verstandelijke beperking in beeld. In het reisprogramma *Weg zijn wij* was een van de deelnemers iemand met een beperking. In *Tabula rasa* speelden vrouwen de hoofdrollen en kwam het thema armoede aan bod. In *Het gezin* kreeg de kijker een blik in de huiskamer van verschillende gezinnen. Diversiteit blijft ook



een thema bij *Iedereen beroemd*. Zo maakten muzikanten met verschillende achtergronden samen muziek in *Blind jam* en vertelden hoogbejaarden hun levensverhaal in *Eeuwenoud*.

- Canvas bood met de docu's uit *4x7* een breed beeld van de maatschappij. In *Alleen Elvis blijft bestaan* werden inspanningen geleverd om een goede mix van mannen, vrouwen en mensen met een diverse achtergrond aan bod te laten komen. Canvas zette voor verschillende programma's vrouwelijke presentatoren in, zoals Alicja Gescinska, die diepgaande interviews deed in *Wanderlust*, en Annelies Beck en Kathleen Cools in *Terzake*. In *Radio Gaga* maakte op

locatie 'radio', onder meer in *De Lovie*, een tehuis voor mensen met een verstandelijke beperking.

- Op Ketnet kwamen nieuwe Vlamingen, mensen met een beperking en kansarmoede op verschillende manieren aan bod. *Karrewiet Plus* bracht reportages over thema's zoals vluchtelingen of kinderen van ouders met psychische problemen. In de realityprogramma's *Ketnet Musical*, *Sturmtroopers* en *Mijn superheld* kwamen deelnemers met een diverse afkomst aan bod. In de fictiereeks *4eVeR* en het bewegingsprogramma *Biba & Loeba* waren de helft van de hoofdrolspelers nieuwe Vlamingen en in de detectievereeks *De regel van 35* speelde een blind meisje de hoofdrol.



Schermaanwezigheid:
8,7% nieuwe Vlamingen

Daarnaast hadden verschillende schermgezichten van Ketnet een diverse afkomst (zoals Tatyana Beloy en Giovanni Kemper). Er waren acties zoals *Trek een smoel tegen Pesten* om het thema pesten aan te kaarten en de *Nationale Pyjamadag* waarmee men kinderen met een langdurige ziekte in de kijker zette.

- MNM zette actief in op interactie met en tussen de jonge en diverse groep van luisteraars, zowel op de radio als digitaal. Om doelgericht bepaalde subgroepen te bereiken, zette MNM enkele digitale experimenten op. *Generation M* bood een digitaal platform dat contacten legde met jongerenorganisaties en allochtone en urban initiatieven. Een presentatrice van diverse

afkomst (Anushka Melkonian) werd aangeworven om als dj aan de slag te gaan bij MNM.

- Radio 1 zond in de zomermaanden het programma *Dubbelbloed* uit, waarin Vlamingen met buitenlandse roots in hun platenkast lieten kijken. *De bende van Annemie* leverde extra inspanningen om zowel meer vrouwen als mensen met een migratieachtergrond als gast uit te nodigen.
- In Radio 2-programma's was structureel plaats voor diversiteit zoals in de rubrieken *Aan tafel* en *De verhalen van Ish* bij *De madammen* of *De smaaktest* (over de producten van de toekomst) in *De inspecteur*. Op Radio 2 West-

Vlaanderen was er *De Lunchbox* waarbij reporters telkens lunchten in de eetzaal van een bedrijf.

- Studio Brussel stuurde de hele zomer Bouba Kalala, een creatief talent van diverse afkomst, naar alle festivals als "de festivolverhouder". In *De nieuwe lichting*, waarbij men op zoek ging naar nieuw muzikaal talent, kwam migratieachtergrond op een natuurlijke manier naar voren.
- Op Klara focuste *Espresso* met het thema 'Home sweet home' op twaalf nieuwkomers.
- VRT NWS besteedde aandacht aan de ramadan met een 'twiftar': een bijeenkomst waar twitteraars elkaar ontmoeten naar aanleiding van de ramadan.



Nadia Hanssens
Diversiteitscoördinator

29 jaar

Ik probeer zowel voor als achter onze schermen voor meer diversiteit te zorgen. Diversiteit is niet voor iedereen het meest sexy onderwerp. Net daarom probeer ik collega's op dat vlak zoveel mogelijk in hun werk te ondersteunen.

Wij integreren diversiteit het makkelijkst vanaf de creatieve fase van een productieproces. Maar collega's kunnen ook later nog bij mij terecht voor advies. Wij krijgen wel eens positieve reacties van ons publiek dat merkt dat onze inspanningen vruchten afwerpen.

De redacties, interne teams en programmamakers die creatief met diversiteit omspringen, krijgen daarvoor erkenning. Wij geven die personen elk jaar een feestelijk schouderklopje tijdens de uitreiking van de trofee Diversiteit. Daarbij kijken

we niet alleen naar de manier waarop ze vrouwen of nieuwe Vlamingen in beeld brengen, maar hebben we ook aandacht voor armoede, leeftijd, seksuele geaardheid en functionele beperkingen. *Iedereen beroemd* is een schoolvoorbeeld. Dat programma zit boordevol diversiteit. Ook de redacties van Ketnet zijn daar structureel mee bezig. Omdat kinderen al een diverse groep vormen, verloopt het daar vanzelf al natuurlijker.

Op netwerkevenementen brengen we onze collega's in contact met externe experts uit diverse domeinen, met verschillende achtergronden. Het geeft me veel voldoening om te zien dat interne redacties met die nieuwe ontmoetingen en inzichten aan de slag gaan. Als we een van onze externe gasten in televisie- of radioprogramma's zien opduiken, geeft dat ons motivatie om door te gaan.

“De VRT integreert diversiteit vanaf de creatieve fase van een productie.”

DIVERSITEIT IN HET PERSONEELSBELEID

Personeelsbestand

De VRT wil de samenstelling van haar personeelsbestand meer divers maken zodat die in lijn komt te liggen met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.

De beheersovereenkomst stelt dat de VRT er, tegen 2020, naar moet streven dat 4,0% van haar personeel een nieuwe Vlaming is. In 2017 zijn meer medewerkers met een migratieachtergrond in dienst gekomen. Eind 2017 had 3,4% van de personeelsleden een migratieachtergrond (77 medewerkers), ten opzichte van 3,0% eind 2016. Daarnaast had 10,3% van de personen die in 2017 als uitzendkracht bij de VRT (minstens 5 dagen) werkten, een migratieachtergrond. Wat betreft de medewerkers met een

arbeidshandicap of een chronische ziekte heeft de VRT het streefcijfer uit de beheersovereenkomst (1,8%) reeds behaald: eind 2017 maakten 2,0% van de medewerkers deel uit van deze groep, ten opzichte van 1,6% eind 2016. De HR-afdeling begeleidt, samen met de arbeidsgeneesheer en de preventieadviseur, die medewerkers die na langdurige ziekte weer aan de slag gaan. Voor elk van hen wordt een integratieprotocol opgemaakt dat aangeeft welke ondersteuning zij moeten krijgen om hun opdrachten te kunnen uitvoeren. Twee medewerkers met een arbeidsbeperking kregen een contract via een voorbehouden betrekking.

Eind 2017 was 38,7% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer 2020: 40%), ten opzichte van 38,5% eind 2016. Omdat het moeilijk blijft om voor bepaalde functies geschikte

vrouwen te vinden, plant de VRT verdere acties om het streefdoel te kunnen halen. Bij het midden- en hoger kader (functieklassen A, B, C en 7) was 35,5% een vrouw (streefcijfer 2020: 33%), ten opzichte van 31,6% eind 2016. De VRT blijft alert omdat een paar wissels in een relatief kleine personeelsgroep tot sterke schommelingen kan leiden.

Aanwerven divers personeel

De VRT probeert ervoor te zorgen dat vrouwen, mensen met een migratieachtergrond en mensen met een arbeidsbeperking zich aangesproken voelen om voor de VRT (of de Vlaamse media in het algemeen) te werken en zich kandidaat te stellen voor beschikbare functies. De VRT merkt echter tot op vandaag dat bepaalde groepen nog ondervetegenwoordigd zijn in de kandidaturen.

Daarvoor onderneemt de VRT verschillende positieve acties zowel naar schoolgaande jeugd als naar reeds afgestudeerden, zoals:

- naar hen toe gaan (bijvoorbeeld op scholen of jobbeurzen);
- hen uitnodigen voor een bezoek aan de VRT;
- hen uitnodigen voor een specifiek VRT-evenement.

Dat gebeurt al dan niet samen met andere spelers uit het Vlaamse mediaveld (zoals Mediarte).

De VRT geeft een aantal personen met een migratieachtergrond of met een arbeidsbeperking de mogelijkheid om ervaring op te doen. In 2017 kregen 11 personen met een migratieachtergrond of een arbeidsbeperking een (betaalde) werkervaringsstage bij

de VRT. Op die manier versterkten de betrokkenen hun competenties, wat kan helpen om een functie te verwerven in de mediasector.

Ontwikkeling van diversiteits)competenties

- De 11 ervaringsstagiairs werden uitgenodigd op de welkomdag waarbij het thema diversiteit besproken wordt. Zij kregen de kans om een persoonlijk account te starten op een digitaal leerplatform. De ervaringsstagiairs die in een productieomgeving terechtkwamen, konden een stemtest en eventueel logopedische oefeningen doen. Vier van hen volgden ook een aantal logopedische sessies.

- De VRT werkte een aantal keer samen met een GOB (Gespecialiseerde Opleiding, Begeleiding en bemiddeling) om collega's met een arbeidsbeperking te begeleiden. Via hen kreeg de VRT ook ondersteuning. Bij een aantal beperkingen (zoals ASS) is de nodige ondersteuning van de leidinggevenden en collega's een belangrijk instrument om een zo goed mogelijke samenwerking mogelijk te maken.
- In 2017 werden, in samenwerking met Unia, twee workshops georganiseerd met als thema "diversiteit en vacatureberichten". De sessies richtten zich naar medewerkers van VRT-jobs en andere VRT-medewerkers. Een aantal VRT-medewerkers volgden de online-cursus anti-discriminatiewetgeving.



SAMENWERKING EN OVERLEG

De openbare omroep overlegt minstens tweemaal per jaar met belangenorganisaties van uiteenlopende doelgroepen zoals de Vrouwenraad, het Minderhedenforum, GRIP vzw, çavaria, het Netwerk tegen armoede en de Vlaamse Ouderraad. Daarnaast worden de Vlaamse universiteiten betrokken bij het overleg.

De gedelegeerd bestuurder ondertekende in het voorjaar van 2017 het Anti-discriminatiecharter van de Vlaamse Overheid. In het najaar bezochten een tachtigtal medewerkers de Dossin-kazerne in Mechelen en sloten zich aan bij het charter. De medewerkers van VRT-Diversiteit en HR-Diversiteit volgden een module van Unia over mogelijke discriminatie in arbeidsrelaties.

De nieuwsdienst organiseerde diversiteitsavonden op verschillende locaties. Deze netwerkvonden hadden tot doel om experts met een diverse achtergrond in contact te brengen met journalisten en programmamakers van de VRT-nieuwsdienst.

De VRT deelde de opgedane kennis over omgaan met diversiteit met externe partners via gastcolleges, lezingen, Mediarte.be en bij contacten met de Vlaamse Overheid.

**De VRT
onderschrijft het
Anti-discriminatie-
charter van de
Vlaamse overheid.**





VRT



Iedereen verschillend
Iedereen welkom

1.3

TOEGANKELIJKHEID

De VRT heeft een specifiek aanbod voor personen met een visuele of auditieve beperking. Daarmee wil de omroep ervoor zorgen dat ook zij de programma's kunnen volgen.

AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDEN

Audiodescriptie

Bij audiodescriptie (AD) vertelt een stem wat er tussen de dialogen in een programma te zien is. Vooral bij fictiereeksen is die vertelstem een toegevoegde waarde voor blinden en slechtzienenden. Zij kunnen extra audiosporen opvragen via digitale televisie zodat ze meer gedetailleerde informatie krijgen van wat zich afspeelt in een aflevering. Fictiereeksen die op zondagavond werden uitgezonden, waren op het kanaal van Ketnet systematisch met audiodescriptie te zien.

In 2017 waren op Eén volgende fictiereeksen met audiodescriptie te volgen (norm: 1 (kwaliteits)fictiereeks per jaar): *Zie mij graag*, *Zie me graag kerstspecial*, *Salamander*, *Tytgat*

chocolat, *Beau séjour* en *Tabula rasa*. In totaal werden meer dan 50 audiodescriptie-uitzendingen van deze reeksen uitgezonden. De doelstelling om tegen 2020 alle zondagavondfictie met audiodescriptie aan te bieden, werd dus al behaald. Ook de documentaire *Into the darkness* (Canvas) werd met AD aangeboden.

Op het platform van VRT NU werden alle AD-programma's in een afzonderlijk luik aangeboden.

Op de netsites werden daarnaast extra audiofiles aangeboden per programma (bijvoorbeeld van *Tytgat*, *Chocolat*, *Beau séjour* en *Zie mij graag*) met bijkomende informatie over de personages, locaties of het verhaal.

Gesproken ondertiteling

Voor mensen met een visuele beperking of bijvoorbeeld dyslectici bood de VRT gesproken ondertiteling aan. Een computerstem leest dan de ondertitels voor. Ondertitels van anderstalige programma's werden omgezet in gesproken woord door ze via speciale tv-boxen bij de gebruikers te laten omzetten.

Voor alle producties waar de ondertitels in de uitzendketen werden toegevoegd, was gesproken ondertiteling altijd beschikbaar. Voor producties waar de ondertitels last minute tijdens het montageproces werden toegevoegd (zoals bij sommige nieuws- en sportuitzendingen), trachtte de VRT steeds om de ondertitels toch simultaan mee te sturen om zo gesproken ondertiteling mogelijk te maken. De VRT onderzoekt hoe zij een geautomatiseerde flow kan opzetten zodat de norm wel gehaald kan worden.

Op VRT NU worden alle programma's met audiodescriptie en met Vlaamse Gebarentaal in aparte categorieën aangeboden.

NIET-GEHAALDE NORM:
Gesproken ondertiteling was nog niet 100% beschikbaar (norm: 100%, uitgezonderd specifieke archiefbeelden).

AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDE

Teletekstondertiteling

In 2017 werd 98,2% van de Nederlandstalige programma's ondertiteld via Teletekst-pagina 888. Daarmee werd het streefdoel van 95% ruim gehaald.

NIET-GEHAALDE NORM:

De programma's van de nieuwsdienst werden in 2017 integraal ondertiteld op Teletekst, met uitzondering van 1 extra journal op 7 april (naar aanleiding van een terreuraanslag in Zweden). Daardoor werd de norm om alle nieuws- en duidingsprogramma's met ondertiteling aan te bieden niet gehaald.



> De opnamestudio voor de uitzendingen met Vlaamse Gebarentaal

Vlaamse Gebarentaal

*Het journal met Vlaamse Gebarentaal (VGT) werd elke avond om 20.15 uur uitgezonden op het kanaal van Ketnet. Als er die dag een live-uitzending van een groot cultuur- of sportevenement te zien was op het Ketnet-kanaal, werd *Het journal met Vlaamse Gebarentaal* daarna uitgezonden. *Het journal met VGT* bleef dagelijks ook live te volgen via Vrtnws.be.*

*Karrewiet (Ketnet) en De week van Karrewiet (Ketnet) werden met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden op Ketnet en op Ketnet.be aangeboden. Daarnaast werd *De dokter Bea show* met VGT uitgezonden. Ook *De intrede van de Sint*, de boodschappen van de koning en de startuitzending van *Steracteur/sterartiest* werden met VGT uitgezonden.*

Op het platform van VRT NU waren alle lopende VGT-programma's in een aparte categorie te vinden.

> 't Gebarenhutte is het allereerste kleuterprogramma in Vlaamse Gebarentaal



OVERLEG

In oktober vond een Toegankelijkheids-overleg plaats met 12 belangenverenigingen waarvoor toegankelijkheid een belangrijk thema is, zoals De Markgrave, een groep van samenwerkende voorzieningen voor blinden en slechtzienden, en Inter, een expertisecentrum in toegankelijkheid voor mensen met een beperking. Op het overleg kwamen volgende thema's aan bod: Teletekstondertiteling, audiodescriptie, Vlaamse Gebarentaal, de VRT Sandbox (zie p. 117) en de projecten van VRT Innovatie die de toegankelijkheid van media moeten vergroten.

“Met beperkte ingrepen wordt het VRT-aanbod stap voor stap veel toegankelijker voor veel mensen.”



Marc Walraven
Digitale toegankelijkheidsexpert VRT
51 jaar

Hoe kan iedereen een bepaalde website of app makkelijk gebruiken? Hoe zorgen we ervoor dat niemand verloren loopt op onze digitale platformen? Zulke vragen beantwoord ik als coördinator van de digitale toegankelijkheid van de VRT-websites en -apps. Ik werk ook actief mee aan het verhogen van het gebruiksgemak van onze digitale producten.

Digitale toegankelijkheid heeft te maken met het feit dat iedereen onze digitale producten zo comfortabel mogelijk kan gebruiken. Personen met een tijdelijke of permanente functiebeperking (visueel, auditief, cognitief,

fysiek, etc.) vormen zo'n 15 procent van de Vlamingen. Wij willen hen allemaal bereiken. Ook ouderen en personen voor wie Nederlands niet de moedertaal is, moeten ons aanbod kunnen volgen en begrijpen.

Bij de VRT werken heel wat personen aan de toegankelijkheid van ons digitale aanbod. Ontwerpers, ontwikkelaars en redacteurs trekken mee aan de toegankelijkheidskar. Het is positief dat zij er zelf steeds vaker over beginnen na te denken en op eigen initiatief verbeteringen voorstellen. Ik beschouw mezelf als een "toegankelijkheidscoach", maar de echte uitvoering ligt bij de collega's in de operationele diensten.

Ik heb ook direct contact met de media gebruikers zelf, personen met en

zonder functiebeperking. Ik organiseer regelmatig gebruikersonderzoeken. De gebruikers kunnen dan eerlijk zeggen wat ze van onze websites en apps vinden. Ze stellen dan verbeteringen voor. Met de feedback die ik krijg uit die live ontmoetingen, ga ik graag aan de slag.

De *Sporza voetbal-app* is voor mij een voorbeeld van hoe ver we kunnen gaan in digitale toegankelijkheid. Bij de app hebben we ervoor gezorgd dat een voorleesprogramma alle statistische informatie over onder andere voetbalwedstrijden, -uitslagen en -klasseringen in een natuurlijke en begrijpelijke volgorde voorleest. Met beperkte ingrepen en een haalbare inspanning hebben wij veel mensen dichterbij ons aanbod gebracht.

TOEGANKELIJKHEID OP DIGITALE PLATFORMEN

Websites en apps

De VRT maakt haar digitale platformen (websites en apps) voor een zo breed mogelijk publiek toegankelijk. Ook mensen met uiteenlopende beperkingen (zoals dyslexie en autismespectrumstoornissen) moeten de apps en websites zo comfortabel mogelijk kunnen gebruiken.

Om dat doel te bereiken werkt de VRT nauw samen met AnySurfer. De omroep betreft de organisatie van bij de start van de ontwikkeling of de vernieuwing van digitale platformen.

Enkele voorbeelden van het meer toegankelijk maken van het digitaal aanbod:

- In 2017 werd VRT NU volledig toegankelijk gemaakt voor schermlezers.
- De VRT NU-website is nu volledig conform het AnySurfer-label.
- De nieuwe website van Radio 2 ging in 2017 online, conform de VRT-richtlijnen voor toegankelijkheid.

Ondertiteling van video

Binnen de VRT loopt een ondertitelproject dat zoekt naar de efficiëntste manier om video's op de websites te ondertitelen en waarbij het mogelijk is om de ondertitels te hergebruiken op alle platformen. In de loop van 2018 wordt de procedure voor de aankoop van een ondertitelsysteem daarvoor opgestart. De implementatie ervan is gepland eind 2018 - begin 2019 zodat de doelstelling van 90% video-ondertiteling op de websites tegen 2020 ³¹ technisch haalbaar is.

Vanaf dan zal teletekstondertiteling ook bij live streaming beschikbaar zijn op VRT NU.

Vooral bij nieuws en sport is het belangrijk om snel video online te kunnen brengen. Het kan dus gebeuren dat een video eerst online komt zonder ondertitels. Die worden dan zo snel mogelijk later toegevoegd.

Programma's die op antenne uitgezonden worden en ondertiteld worden, worden ook met ondertiteling aangeboden op VRT NU. Enkel bij lastminute-wijzigingen en bij programma's die live (of bijna live) op antenne uitgezonden worden, kan het zijn dat de ondertiteling niet op korte termijn beschikbaar is op VRT NU.

31

Hosting, trailers, commerciële communicatie en muziekprogramma's vormen een uitzondering op de norm van 90% video-ondertiteling.

> In de loop van 2017 waren er verschillende interne sessies rond digitale toegankelijkheid





Publieke meerwaarde is de mate waarin de VRT inspeelt op de behoeften van de samenleving.

KWALITEITSBELEID

De VRT streeft naar kwaliteit, zowel wat betreft het realiseren van sociaal-maatschappelijke relevantie (publieke meerwaarde) als wat het inspelen op de behoeften van de mediagebruikers betreft (functionele kwaliteit).

Publieke meerwaarde

Publieke meerwaarde is de mate waarin de VRT inspeelt op de behoeften van de samenleving. Dat wordt bepaald door het onderscheidend karakter van haar rol als publieke omroep. Daarvoor focust de omroep op verschillende hefboomen:

- **Beroepsethiek**
 - Het beroepsethisch kader: zie p. 52
 - Het vertrouwen in de VRT: zie p. 18
- **Maatschappelijke impact**
 - Programma's en acties met maatschappelijke impact: zie p. 88-106 (beschrijving van de aanbodsmerken)
 - Mediawijsheid: zie p. 73
 - Relaties met het maatschappelijk middenveld: zie p. 133
 - Perceptie van de mediagebruikers: zie p. 19
- **Diversiteit**
 - In beeldvorming: zie p. 30
 - In toegankelijkheid: zie p. 36
 - In personeelsbeleid: zie p. 32
- **Onderscheidend aanbod**
 - Informatie: zie p. 46
 - Cultuur: zie p. 55
 - Educatie: zie p. 69
 - Ontspanning: zie p. 78
 - Sport: zie p. 81
- **Innovatie**
 - Nieuwe formats: zie p. 123
 - Nieuwe platformen: zie p. 110
 - Nieuwe technologie: zie p. 116
- **Vlaamse verankering**
 - Aandeel Vlaamse producties: zie p. 87
 - Perceptie van de mediagebruikers: zie p. 19

Functionele kwaliteit

De VRT streeft ernaar om met haar aanbod tegemoet te komen aan de behoeften van de mediagebruikers. Deze functionele kwaliteit is af te leiden uit verschillende dimensies:

- **Bereik**
 - Totaal aanbod: zie p. 18
 - Informatieaanbod: zie p. 48
- **Waardering**
 - Waarderingscijfers: zie p. 22 + 26
 - Feedback van klanten: zie p. 41
 - Prijzen en nominaties: zie p. 204

FEEDBACK VAN KLANTEN

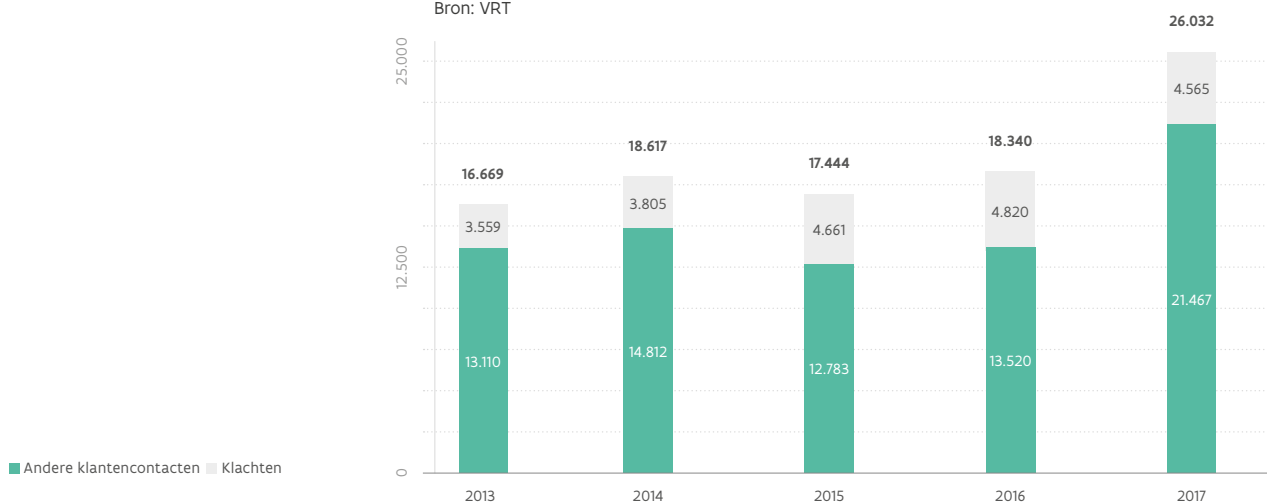
De VRT-klantendienst ontving in 2017 4.565 klachten, dat zijn er 255 of 5,3% minder dan in 2016. Het aantal andere klantcontacten steeg met 7.827 van 18.205 naar 26.032, een stijging van 43,0%. Die stijging is vooral het gevolg van de lancering van Vrtnu.be en Vrtnieuws.be.

In april 2017 startte VRT NWS met een eigen ombudsman die de beroeps-ethische klachten met betrekking tot de nieuwdienst voor zijn rekening nam. Dat verklaart de daling van het aantal klachten die door de VRT-klantendienst behandeld werden.

- Het aantal klachten over technologie en transmissie steeg tot 1.131 (572 in 2016). Die stijging is toe te schrijven aan de lancering van Vrtnu.be en Vrtnews.be. Door de nieuwe aanpak bij de start van Vrtnews.be om video te verspreiden via Vrtnu.be (in plaats van via de nieuwssite zelf), moesten video-gebruikers zich eerst registreren op VRT NU om de nieuwsvideo's uitgesteld te kunnen bekijken. Dat leidde tot klachten. Mediagebruikers klaagden ook over het feit dat ze privégegevens moesten prijsgeven om een video te kunnen bekijken.
- De klantendienst kreeg verschillende klachten over de overschakeling van de radio-uitzendingen van DAB naar DAB+. Daardoor moesten de VRT-zenders opnieuw gescand en geïnstalleerd worden. Bij oudere toestellen moest dat soms manueel gebeuren.

Klachten en andere klantencontacten (2013-2017)(*)

Bron: VRT



(*) 2013-2016: alle klantencontacten en klachten die bij de VRT aankwamen. Voor 2017 gaat het om alle klantencontacten die bij de VRT aankwamen en alle klachten die door de VRT-klantendienst behandeld werden (dat wil zeggen exclusief de klachten die de VRT-ombudsman behandelde).

Op 1 december werden door een technische ingreep alle gepubliceerde programma's op Vrtnu.be gewist. Dat leidde tot klachten. Het euvel werd na een paar dagen rechtgezet.

- 1.091 klachten waren programma- of mediagerelateerd (1.272 in 2016). Meestal ging het over de inhoud van programma's, zoals over situaties en personages in fictiereeksen.
- Het aantal programmeringsklachten kende een spectaculaire daling, die vooral toe te schrijven is aan de komst van Vrtnu.be. Er waren 149 klachten die betrekking hadden op de programmering van de tv-zenders (ten opzichte van 636 in 2016). Andere klachten gingen over het niet respecteren van programmatische tijden waardoor opnames met een digicorder of videorecorder niet volledig waren. Een andere groep klachten ging over programmawijzigingen naar aanleiding van actuele gebeurtenissen.
- Over de nieuwsdienst registreerde de klantendienst 2.646 klantcontacten, waarvan 563 klachten. De algemene klachten met betrekking tot de nieuwsdienst, werden door de klachtencoördinator behandeld. De 156 beroepsethische klachten

werden door de ombudsman van de VRT-nieuwsdienst behandeld. De meeste klachten over de nieuwsdienst gingen over de website (zoals links die niet werkten, video die niet online stond, (live)streaming die niet startte en taalfouten) en over de, onverstaanbaarheid van ankers.

- Beroepsethische klachten die geen betrekking hebben op de nieuwsdienst werden behandeld door de klachtencoördinator. Zo ontving de VRT er 404 in 2017. Het overgrote deel ging over allerlei andere onderwerpen (gaande van dierenleed tot ecologie).
- De stopzetting van de samenwerking met Bart De Pauw (naar aanleiding van klachten over grensoverschrijdend gedrag) leidde tot 170 klachten, onder andere over de VRT-houding bij de zaak en omdat de lopende reeks van *Twee tot de zesde macht* niet verder werd uitgezonden.

De VRT ontving klachten in tweede lijn, onder andere klachten die werden bezorgd aan het kabinet van de minister van Media. De Vlaamse ombudsman onderzocht slechts enkele tweedelijnsklachten, wat wijst op een goede eerstelijnsaanpak.

Het no-replybeleid van de VRT-klantendienst werd aangekaart bij de Vlaamse Ombudsdienst. Dat hield in dat mensen niet konden antwoorden op een e-mail zonder zich opnieuw aan te melden. De klantendienst heeft daar met de implementatie van een nieuw registratiesysteem rekening mee gehouden: klanten kunnen nu gewoon antwoorden op een e-mail zonder zich opnieuw aan te melden.

Een andere tweedelijnsklacht ging over het privacybeleid van de VRT. Een VRT NU-gebruiker vindt het onaanvaardbaar dat hij persoonsgegevens moet invullen om een gratis video te bekijken van de VRT. De Vlaamse ombudsman vroeg naar het standpunt van de VRT hierin. De VRT-klantendienst heeft meegegeven dat de aanpak tegen het licht zal worden gehouden en dat de VRT werkt aan een privacybeleid dat voldoet aan de Europese regelgeving die op 25 mei 2018 van kracht gaat in het kader van GDPR/AVG (meer informatie over AVG: zie p. 112). De VRT zal haar beleid hieromtrent voorleggen aan de privacycommissie.

De nieuwsombudsman boog zich over de beroepsethische klachten over de nieuwsdienst.



> Tim Pauwels is de eerste nieuwsombudsman van de VRT-nieuwsdienst.

DE NIEUWSOMBUDSMAN

Op 24 april stelde de VRT-nieuwsdienst een nieuwsombudsman aan. Hij kreeg bijna 1.300 reacties van het publiek, daarvan gingen er 935 over ongenoegen over journalistieke keuzes, 72 over taalfouten en 280 betroffen diverse vragen, suggesties en felicitaties. De onderwerpen die reacties oproepen waren divers. Meestal ging het over één persoon die reageert op één onderwerp. De meeste reacties hadden wel betrekking op de website van VRT NWS.

Onnauwkeurigheden en (veronderstelde) partijdigheden leverden de meeste wrevel op. Bij partijdigheid ging het het vaakst over het buitenland, bij nauwkeurigheid ging het over Vrtnws.be.

De nieuwsombudsman stelde zijn conclusies voor aan 116 VRT-journalisten via workshops.

RONDLEIDINGEN

In 2017 vonden er 922 rondleidingen in de VRT-gebouwen aan de Reyerslaan plaats. In totaal konden zo 25.642 bezoekers een blik werpen achter de schermen van de VRT.

Sinds oktober 2016 kunnen particulieren op zaterdagen een bezoek brengen aan de VRT.



2

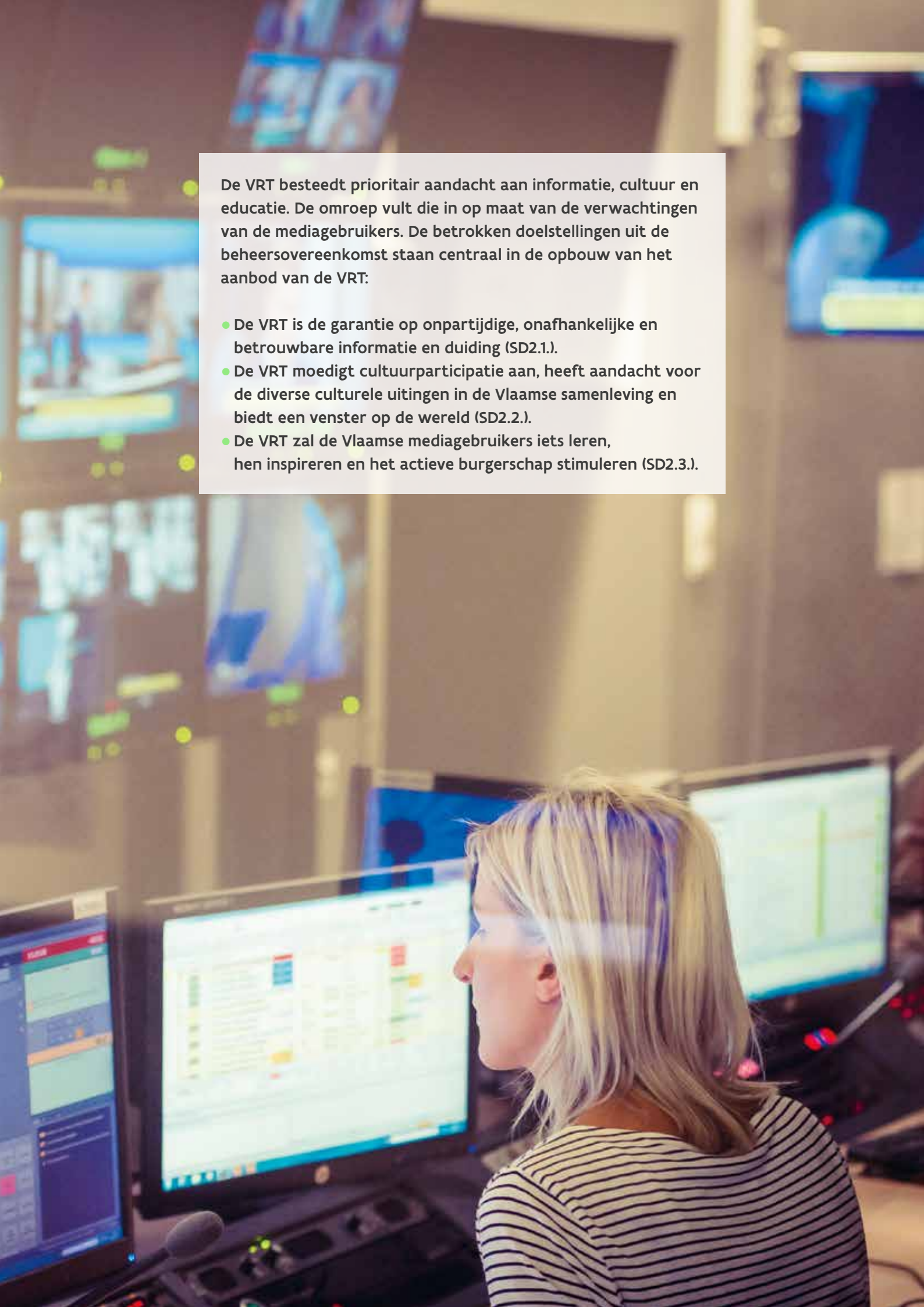
INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR

DAVID NIJPE
overname
overname

In de
studentenbuurt in
Gent, in de
Overpoortstraat,
Telegraph 1

CAMERA ROBOTICA UIT





De VRT besteedt prioritair aandacht aan informatie, cultuur en educatie. De omroep vult die in op maat van de verwachtingen van de mediagebruikers. De betrokken doelstellingen uit de beheersovereenkomst staan centraal in de opbouw van het aanbod van de VRT:

- De VRT is de garantie op onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding (SD2.1.).
- De VRT moedigt cultuurparticipatie aan, heeft aandacht voor de diverse culturele uitingen in de Vlaamse samenleving en biedt een venster op de wereld (SD2.2.).
- De VRT zal de Vlaamse mediagebruikers iets leren, hen inspireren en het actieve burgerschap stimuleren (SD2.3.).

2.1

INFORMATIE

Internationalisering en een overaanbod aan informatie kenmerken vandaag de mediaomgeving. De openbare omroep neemt in die context de unieke rol op van onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatiebron. Betrouwbaar, kwaliteitsvol, accuraat, onafhankelijk van politieke partijen en drukingsgroepen, vrij van commerciële belangen, onpartijdig en diepgaand zijn de kernwaarden die de journalistiek van de VRT kenmerken.

VRT NWS besteedde als aanbodsmerk van de openbare omroep prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht informatie, zowel op radio, op televisie als online.

Op verschillende overlegmomenten met maatschappelijke actoren werd de integratie van maatschappelijke thema's in het aanbod van de nieuwsdienst besproken. VRT NWS vervulde behalve haar informatieopdracht ook een rol bij de educatieve en culturele opdracht van de openbare omroep. Nieuws- en duidingsprogramma's besteedden dagelijks aandacht aan de culturele actualiteit. Verschillende programma's (zoals *Pano*) legden ter vervulling van de educatieve opdracht maatschappelijke gebeurtenissen op een begrijpelijke manier uit en plaatsten ze in een bredere context.

De VRT-nieuwsdienst is in de loop van 2017 hervormd, met een naamswijziging naar VRT NWS en de oprichting van

vrt **NWS**

themaredacties (dat als projectnaam News Next kreeg). Multimediale themaredacties specialiseerden zich voortaan in het nieuwsaanbod binnen een bepaald domein van de samenleving. Ze bouwden expertise op en leverden nieuwsverhalen voor alle platformen en kanalen van VRT NWS en voor programma's en platformen van andere VRT-aanbodsmerken.

In 2017 werd voor de derde keer Het vooruitzicht georganiseerd, een evenement waarop vooruitgeblikt werd op allerlei thema's die 2018 de actualiteit zouden bepalen. Het vooruitzicht vond plaats in Leuven en ging daarna on tour naar Antwerpen, Hasselt en Genk. De opbrengst van het evenement ging naar De warmste week van Music For Life.



**Multimediale
themaredacties
focusten voortaan
op bepaalde
domeinen.**

Nieuwsuitzendingen per dag en per net in 2017 (gemiddeld in minuten per dag)

Bron: VRT-Studiedienst

Net ³²	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
● Radio 1	131	107	170
● Radio 2 ³³	111	104	106
● Klara	113	73	81
● Studio Brussel	69	59	59
● MNM	83	68	68
● Eén ³⁴	100	88	79
● Canvas ³⁵	34	10	11
● Ketnet ³⁶	63	58	35

AANBOD OP RADIO EN TELEVISIE

Alle radio- en televisiezenders van de VRT vervullen een informatieopdracht. Elk net doet dat op die manier die het best aansluit bij zijn doelgroepen. Qua programma's betekende dat onder andere volgend aanbod in 2017:

- Eén vervulde zijn informatieopdracht hoofdzakelijk in de nieuws- en duidingsprogramma's. Eén trachtte met zijn informatieaanbod een breed publiek te bereiken, gaande van jonge gezinnen tot 65-plussers. Naast het reguliere aanbod van *Het journaal*, het reportage-programma *Pano*, het duidingsprogramma *De zevende dag* (dat vernieuwd werd naar inhoud en vormgeving), *Villa politica* (dat aandacht schonk aan de activiteiten in het Vlaams Parlement, De Kamer van Volksvertegenwoordigers en het Europees Parlement) en het economisch debatprogramma *De vrije markt* bood het net programma's die specifieke thema's aankaartten: *Over eten* (over voeding en de voedselketen), *Dwars door Amerika* (over het denkkader van de doorsnee Amerikaan), *Dwars door Frankrijk* (over hoe de Franse jongeren de toekomst van hun land zien), *1 jaar later* (de herdenking van de aanslagen op 22/3) en *Op straat* (over daklozen). *Het weer* werd gerestyled en uitgezonden vanuit een virtuele studio.
- Canvas zette vanuit zijn missie ruim in op informatie. Het trachtte met zijn nieuwsaanbod een publiek te bereiken dat interesse toonde voor duiding, actualiteit, synthese en diepgang. Op weekdagen waren er *Terzake*, dat inzoomde op het nieuws van de dag, en *De afspraak*, dat de actualiteit kaderde in een breder perspectief en aandacht had voor opinie en debat. Voor bepaalde gelegenheden was er op zondag *Terzake*, zoals bij de Franse en Duitse verkiezingen en de Catalaanse kwestie. Daarnaast bracht Canvas langere reportages over actuele thema's die in een ruimere context werden geschetst, zoals *Imagine Mosul*, een documentaire over een muziekschool in Mosul.

³² Voor Eén, Canvas en Ketnet: zonder de nachtelijke herhalingen. Voor de radionetten waren er elke nacht nieuwe nieuwsuitzendingen.

³³ Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen.

³⁴ De journaals van 13 uur, 18 uur en 19 uur. *Het journaal laat* en de extra journaals.

³⁵ *Het journaal van 20 uur* in het weekend. (Op weekdagen was er in principe geen uitzending van *Het journaal* op Canvas. 20 keer was dat wel het geval. Die uitzendingen hadden een diverse duur.)

³⁶ De nieuwsuitzendingen op het Ketnetkanaal (Ketnet + sinds december 2016 de uitzendingen na 20 uur): *Karrewiet*, *Karrewiet plus*, *De week van Karrewiet*, *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* en *Het journaal met Vlaamse Gebarentaal*.



> *De zevende dag* werd vernieuwd.

- In *Karrewiet* en *De week van Karrewiet* bracht Ketnet dagelijks actualiteit op kindermaat. In 2017 werd het aanbod uitgebreid met een app waar sinds september twee keer per dag een overzicht van het belangrijkste nieuws op te zien was. Op Ketnet.be waren *Karrewiet*-dossiers te vinden. *Karrewiet plus* focuste op thema's in langere reportages, zoals *Het nieuwe leven van Ayham*, over Ayham die met zijn ouders uit het Syrische Aleppo naar Zwitserland vluchtte, en *Kopp-kinderen*, over kinderen van wie de ouders kampen met psychologische problemen. *Karrewiet* kreeg bovendien een eigen app.
- Radio 1 zond vanaf september elke dag van de week *De ochtend* uit waarin het een blik op de actualiteit van de dag gaf. Voordien liep *De ochtend* enkel op weekdagen. In de vooravond bood de zender elke weekdag *De wereld vandaag*. Als de actualiteit erom vroeg werden extra nieuwsuitzendingen uitgezonden buiten het reguliere aanbod.
- Radio 2 bood vanaf april 2017 op weekdagen nieuwsuitzendingen aan op maat van zijn publiek (met andere woorden gedifferentieerd van de nieuwsuitzendingen van Radio 1). Er waren regionale nieuwsuitzendingen op het halfuur tussen 6 en 8 uur, tussen 12 en 13 uur en tussen 16 en 18 uur. De regionale redacties versterkten hun verankering als nieuwsautoriteit in de regio met reporters tussen de mensen en een verhoogde aandacht voor de digitale output. Met kleine en grote verhalen onderstreepte Radio 2 de regionale expertise, bijvoorbeeld de veranderingen na de verschuiving van de provinciale bevoegdheden, de prijsverschillen van de strandcabines aan de kust of de hereniging van een vrouw met de persoon die haar uit haar brandend voertuig redde.
- MNM focuste in zijn nieuwsaanbod op jongeren, zowel on air als online. Het Ninjanieuws bood korte videoclipjes aan voor de online-platformen.
- Studio Brussel bood extra duiding in de spitsblokken bij grote nieuwsfeiten. Zo was er veel aandacht voor onder andere het presidentschap van Trump, de onafhankelijkheid van Catalonië en de metoo-beweging.
- Klara bood naast de journaals dagelijks een overzicht van de perscommentaren.

In 2017 bereikte de VRT met haar totale informatieaanbod op weekbasis 77,5% van de Vlaamse bevolking (15 jaar of ouder)³⁷ (norm: 75%).

- De verschillende journaaluitzendingen op VRT-televisie bereikten per dag gemiddeld 1.841.411 Vlamingen of 30,7% van alle Vlamingen ouder dan 15 jaar (5.995.000 Vlamingen). Op weekbasis bereikten deze programma's 61,1% van de Vlamingen.
- De nieuwsuitzendingen op VRT-radio bereikten dagelijks gemiddeld 2.852.498 Vlamingen of 51,4% van alle Vlamingen ouder dan 15 jaar.

37

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische en online bevraging bij 2.506 Vlamingen in de periode september-oktober 2017. Het onderzoek werd uitgevoerd door een externe partner, het onderzoeksbureau TNS Research.



VRTNWS.BE

De nieuwssite van de VRT werd in 2017 vernieuwd en omgevormd van Deredactie.be tot Vrtnuws.be. Er kwam meer aandacht voor de experts en analisten bij VRT NWS. Labels geven structuur en reliëf in het nieuwsoverzicht: artikels over bepaalde thema's zijn gebundeld in vaste rubrieken, actua-dossiers en langer lopende nieuwsreeksen. Daardoor zijn de verschillende nieuwsformats (audio, video, infografieken, polls, fact-checks, expert- en opiniestukken,...) visueel herkenbaarder.

De VRT NWS-app werd vernieuwd met focus op de mobiele nieuwsgebruiker, met drie heldere overzichten: 'Hoofdpunten', 'Net binnen' en 'Meest gelezen', die sneller toegang geven tot het meest actuele nieuws, in beeld, tekst en audio.

De belangrijkste nieuwsuitzendingen waren live te bekijken op VRT NWS, waaronder ook de live uitzending van

Het Journaal met Vlaams Gebarentaal. Tv-uitzendingen van VRT NWS kunnen tot 30 dagen terug opgevraagd worden op VRT NU. Een beperkte selectie van nieuwsprogramma's was ook te herbekijken op Vrtnuws.be. Fragmenten uit tv-programma's die werden gebruikt in nieuwsartikels werden meestal verrijkt met tekst en werden automatisch bewaard in het openbare archief van Vrtnuws.be.

Vanuit een webstudio zond Vrtnuws.be geregeld live uit bij belangrijke gebeurtenissen.

De nieuwssite Vrtnuws.be kreeg dagelijks gemiddeld 401.971 unieke bezoekers (= aantal bezoekers van de website + en de app).

Engels-, Frans- en Duitstaligen konden een selectie van het informatieaanbod raadplegen op respectievelijk Flandersnews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be.

vrt **NWS**

Vrtnuws.be zond geregeld live uit bij belangrijke gebeurtenissen.



> VRTNWS-fans volgden sessies van VRT-experten op Het vooruitzicht.

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

Pano (Eén), het programma van VRT NWS dat onderzoeksjournalistiek brengt, maakte in 2017 twintig reportages over maatschappelijke thema's (norm: 10). Veel van die programma's openden een maatschappelijk debat, zoals de aflevering over het sociale drama achter de cocaïnehandel in Antwerpen, seksueel misbruik in de sport, de rol van lokale politici bij vastgoedprojecten aan de kust, de situatie in woonzorgcentra en het

gevaar van asbest. De thema's van de reportages werden ook uitgewerkt in opiniestukken op Vrtnws. De ene werd content op maat van de sociale media gemaakt. Een aantal uitzendingen leidde tot concrete resultaten. Zo leidde de *Pano*-uitzending over misbruik met interimarbeiders bij bedrijven op de luchthaven van Zaventem ertoe dat interimarbeiders een vast contract hebben gekregen.

Daarnaast besteedden ook andere programma's aandacht aan onderzoeksjournalistiek, zoals *Terzake* (Canvas) en *De ochtend* (Radio 1).

VRT NWS heeft zich geëngageerd om samen met een tiental andere omroepen die lid zijn van de EBU een Europees netwerk van onderzoeksjournalisten op te starten die samen grensoverschrijdende projecten uitwerken. In 2018 zal een eerste concreet project worden uitgewerkt.

“Met interne toepassingen, apps en websites proberen we de interne administratieve last te verminderen.”



Stefan Janssens
Klankman en monteur VRT NWS
 46 jaar

Ik werk als klankman en monteur voor VRT NWS. Samen met een journalist en een cameraman ben ik elke dag op de baan. Wij draaien beelden in Vlaanderen en soms in het buitenland. Daarna monteren we ze tot een reportage in onze satellietwagens en sturen ze door naar de nieuwsdienst in Brussel. Dankzij mijn job kom ik op veel plaatsen terecht en beleef ik nieuws vanop de eerste rij.

Toen het nieuws van de aanslagen in Barcelona (17 augustus 2017) ons bereikte, zijn we met onze ploeg met de eerste vlucht naar Barcelona vertrokken. Toen er geen direct nieuws meer was en we met de nieuwsdienst de situatie besproken

hadden, wilden we terug naar huis vertrekken. We stonden in de luchthaven en onze bagage was al ingecheckt toen we een telefoontje kregen. Een dader van de aanslagen was op 15 kilometer van ons gevat. Op dat moment hebben we onmiddellijk een taxi genomen om live te kunnen gaan op locatie. Wie wil werken op een nieuwsdienst, moet dus flexibel zijn. Anders kom je nergens.

De huidige digitale omslag merk ik vooral op twee vlakken. Ten eerste is alles kleiner en compacter geworden. Bij mijn eerste montages in het buitenland, zo'n 15 jaar geleden, hadden wij bijvoorbeeld nog 350 kilogram aan materiaal (camera's, opnametoestellen, kabels,...) mee. Nu volstaan een laptop en materiaal van 3 kilogram om een reportage te monteren, een tekst in te lezen en het

geheel door te sturen. Ten tweede verloopt alles sneller. Vroeger konden we maar één reportage maken om de twee à drie dagen. Vandaag gebruiken we het internet en kunnen we meerdere items per dag produceren.

Naast mijn functie als klankman-monteur maak ik interne technische toepassingen, apps en websites voor de nieuwsdienst. Daarmee proberen we ook onze administratieve lasten te verminderen. Dit jaar heb ik op vraag van de afdeling Beroepsethiek & integriteit de VRT *Ethiek-app* gemaakt. Mijn collega's kunnen nu overal en altijd de integriteitscode, het programmacharter en de deontologische code van de nieuwsdienst raadplegen, zelfs offline en op locatie. Dat helpt bij deontologische vraagstukken en bespaart opnieuw tijd.

AANDACHT VOOR HET BUITENLAND



> Naar aanleiding van de documentaire *Imagine Mosul*, verzamelde de redactie van *Vranckx* muziekinstrumenten voor een muziekschool in Mosul.

Zowel *De ochtend* (Radio 1) als *De wereld vandaag* (Radio 1) brachten de belangrijkste buitenlandse actualiteit. De uitbreiding van *De ochtend* naar het weekend gaf meer ruimte voor internationale thema's. De journalisten van de buitenlandredactie brachten geregeld duiding in de radio-uitzendingen op de verschillende netten.

Op Eén en Canvas kwamen buitenlandse onderwerpen aan bod zowel in de journaals als in duidingsprogramma's zoals *Terzake*. *Vranckx* bracht diepgaande documentaires over buitenlandse thema's zoals *De koptische kwestie* (over terreur bij de kopten) en *IS in het vizier* (waarin de terreurorganisatie IS in kaart wordt gebracht). In *Check-point* (Canvas) waren internationale reportages over actuele thema's te zien.

Yassine Atari Ervaringsstagiair redactie *Vranckx* 21 jaar

Ik ben ervaringsstagiair op de redactie van *Vranckx*. Mijn stage is heel veelzijdig. Ik doe niet alleen research, maar krijg ook de kans om mee te gaan filmen en fotograferen met ervaren journalisten. Ik onderhoud ook de sociale media van *Vranckx & de Nomaden*.

Ik combineer al langer mijn nieuwsgierigheid met mijn ambitie om iets in de wereld te betekenen. Als student was ik al vrijwillig humanitair werker. Maar ik bleef op mijn honger zitten. Ik vond dat ik nog niet genoeg het verschil kon maken. Uiteindelijk ben ik in Libanon een oorlogsfotograaf tegengekomen die de wereld rondtrok om fotoverhalen te maken. Hij heeft mij geïnspireerd om hetzelfde te doen.

Dankzij Vranckx & de Nomaden heb ik de wereld al kunnen rondreizen om verhalen te verzamelen, vooral over de vluchtelingenproblematiek. Ik heb bijvoorbeeld de Rohingya-dorpen in Myanmar bezocht en heb foto's gemaakt van het vluchtelingenkamp in Lesbos. De voorbije twee jaar ben ik bij wijze van spreken niet meer dan twee maanden in België geweest.

Ik heb me tot nu toe vooral beziggehouden met content te verzamelen. Bij *Vranckx* leer ik om die content te bewerken tot een goed journalistiek stuk. Ik mag dan wel nog stagiair zijn, toch merk ik dat ik als een volwaardig lid op de redactie mag meewerken. Ik word heel goed begeleid en krijg de ruimte om "mijn eigen ding" te doen.

Tijdens mijn eerste stageweek al heb ik de start van het project *Imagine Mosul* meegemaakt. Vlamingen konden toen instrumenten aan de redactie van *Vranckx* schenken. Daarmee kon de muziekschool van Mosul weer voor een stuk opgebouwd worden. De geïnteresseerde Vlamingen heb ik opgebeld. Plots mocht ik samen met een collega de muziekinstrumenten persoonlijk gaan ophalen. Wij hebben toen heel Vlaanderen doorkruist. Door het grote succes van de actie hebben we alle instrumenten in die vrachtwagen moeten *proppen*. Dat was een zalige ervaring!



“Ook als stagiair werk je als volwaardig lid op een redactie mee.”

BEROEPSETHIEK (ETHISCHE KWALITEIT)

Programma's van de VRT-nieuwsdienst

Beroepsethisch kader

De deontologische basisrichtlijnen voor VRT-journalisten zijn gebundeld in het redactiestatuut. Daarin is ook de deontologische code voor de journalisten bij de VRT opgenomen. Het statuut bevat de garanties om journalistiek onafhankelijk te werken, los van commerciële, persoonlijke, politieke en groepsbelangen.

De openbare omroep is onafhankelijk en redactioneel verantwoordelijk voor zijn aanbod. VRT NWS hanteert instrumenten om zichzelf te reguleren, zoals het redactiestatuut, de deontologische adviesraad, *De tien geboden voor sociale media*³⁸ en *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid*³⁹. VRT Nieuws onderschrijft de code van de Raad voor de Journalistiek.

Voor het online-informatieaanbod gelden dezelfde deontologische regels, die het uitgangspunt vormen van de *Gedragscode voor het online informatie- en duidingsaanbod*. Die gedragscode kwam tot stand op basis van inzichten uit onafhankelijk onderzoek en met hulp van externe en interne expertise. Ze is de leidraad voor tekst-, beeld-, video- en eindredacteuren van VRT NWS en alle journalisten van VRT NWS die meewerken aan online nieuws en duiding.

Adviezen

De deontologische adviesraad geeft "gevraagd of ongevraagd deontologisch advies aan de algemeen hoofdredacteur en/of de hoofdredacteurs" (artikel 21 van *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten van de VRT*).

In 2017 formuleerde de deontologische adviesraad 179 informele adviezen. 19,0% daarvan ging over enquêtes, 15,6% over onpartijdigheid, 13,4% over onpartijdigheid buiten het werk (cumuls), 8,4% over nauwkeurigheid, 7,8% over privacy, 7,8% over goede trouw en 7,8% over minderjarigen. 5,0% ging over verborgen opnames, montage en zelfdoding, 2,2% ging over bronnen, 1,1% over undercoverreportages en 1,1% over toestemming van derden) en 0,6% over embargo's en sociale media.

80% van de informele adviezen kwam er op vraag van een collega, 10% na een klacht van een mediagebruiker, 9% op initiatief van de deontologische adviesraad, 1% na een klacht bij de Raad voor de Journalistiek of de Vlaamse Regulator voor de Media, of om een andere reden.

Bewustmaking

Alle medewerkers van de VRT-nieuwsdienst kregen via e-mail deontologische tips. Die konden over een welbepaalde zaak gaan (bijvoorbeeld: een oproep om een slachtoffer onherkenbaar te maken), of meer algemeen zijn (bijvoorbeeld: welke benamingen het best worden gebruikt voor partijen in het buitenland, of welke beelden gemaakt kunnen worden tijdens politiecontroles).

Ook actuaagebonden programma's van buiten de nieuwsdienst kregen deze interne deontologische afspraken.

73 collega's volgden een deontologische opleiding. De nieuwsdienst lanceerde een mobiele versie van de deontologische code via de interne app *De Redaptie*, die het gedrukte deontologische zakboekje vervangt.

Andere programma's

De deontologische richtlijnen voor alle programma's die niet geproduceerd worden door VRT NWS liggen vast in het *Programm charter*.

**Het journaal
bracht 677
cultuuritems.**

38

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

39

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

Het charter bundelt de verantwoordelijkheden en plichten van de medewerkers en hun rechten en waarborgen inzake redactionele vrijheid. De programmacharterraad, die waakt over het beroepsethisch kader en de toepassing ervan, is samengesteld uit 19 vertegenwoordigers van de VRT-medi makers. De raad stelt aanpassingen of aanvullingen aan het programmacharter voor, bediscussieert beroepsethische kwesties en is het klankbord en het controleorgaan voor de manager beroepsethiek. De programmacharterraad vergaderde in 2017 tien keer. De raad deed twee formele uitspraken: een over het engagement van de VRT-netten voor de actie Dagen zonder vlees en een over native advertising (reclame in print of online die qua vorm gelijkaardig is aan een artikel dat via een redactie aangeboden wordt).

De manager beroepsethiek adviseert en coördineert dagelijks de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's en onlinediensten. Zij rapporteert maandelijks aan het directiecollege en aan de programmacharterraad.

In 2017 kwamen 250 vragen om advies binnen. Drie kwart daarvan kwam op vraag van de programmamakers zelf. In een op de vijf gevallen vroeg men advies bij het formuleren van een antwoord op een beroepsethische klacht van een betrokkene of een mediagebruiker.

Enkele programma's, diensten en thema's vereisten extra aandacht en begeleiding: de berichten op sociale media door stemmen en gezichten, de humor en satire op de sociale media van VRT-netten, de kwestie van de vuilniszak van minister Joke Schauvliege op Radio 2 ⁴⁰, de voorbereiding van een programma over transgenders (*M/V/X (Eén)*, uitgezonden in het voorjaar van 2018), *Kinderen van de colla-*

boratie (Canvas, een programma met getuigenissen van kinderen van collaborateurs) en *De dokter Bea show* (Ketnet, over seksualiteit en relaties). Er kwam intern en extern overleg tot stand over het thema suicidepreventie en fictie, waarin de beroepsethische werking een prominente rol speelde.

Het directiecollege en de directie Media & Productie kregen elke maand van de manager beroepsethiek een overzicht en een mondelinge toelichting over de belangrijkste beroepsethische kwesties en adviezen.

Opleiding en bewustwording

73 medewerkers kregen een workshop beroepsethiek, op maat van hun net, programma of project. Er kwamen telkens onderwerpen uit de integriteitscode ter sprake. Op de welkomdag voor nieuwe medewerkers stond integriteit en beroepsethiek op de agenda.

Op vraag van het Vlaams Huis voor de Verkeersveiligheid en het Vias Institute werden programmamakers gesensibiliseerd over het belang van veilig rijgedrag in tv-programma's, beeldvorming en voorbeeldgedrag.

In 2017 lanceerde de afdeling beroepsethiek de app *VRT Ethiek*, waarin elke medewerker het programmacharter en de integriteitscode kan raadplegen. Een interne campagne promootte de dienstverlening van de cel beroepsethiek.

Tegelijk werkte de manager beroepsethiek aan beroepsethische fiches per genre, zoals een leidraad voor consumentenprogramma's, reportageprogramma's, talkshows, enzovoort.



> De VRT organiseerde een congres over ethisch leiderschap.

40

Voor *Het grote afvalonderzoek* werd een vuilniszak van minister van Omgeving Joke Schauvliege buiten haar medeweten gecontroleerd om te checken of ze wel goed sorteert.

Klachten en beroepsethiek

De klachtencoördinator, de voorzitter van de programmacharterraad, het hoofd van de juridische dienst en de manager beroepsethiek zaten regelmatig samen om de beroepsethische klachten van mediagebruikers te bespreken en de antwoorden te evalueren die de programmamakers voorstelden.

Iedereen die een klacht indiende, kreeg een antwoord. De handelswijze en de beslissingen van de programmamakers kregen telkens een verklaring en een verantwoording. Als bleek dat er fouten waren gemaakt door de VRT of haar medewerkers, dan werden die toegegeven en volgden er verontschuldigungen.

Redactionele autonomie

De redacties van de VRT werken, net als de externe productiehuisen die voor de VRT een productie maken, onafhankelijk en autonoom. De eindverantwoordelijkheid over de programmering van de netten ligt altijd bij de VRT, onafhankelijk van de financieringsbronnen (eigen middelen of middelen van commerciële of institutionele partners). Productplacement of institutionele financiering moet goedgekeurd worden door de VRT.

Zowel in het Programmacharter als in het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's is de autonomie van de redacties opgenomen.

In december 2017 ontstond een publiek debat naar aanleiding van de televisieuitzendingen van erediensten.⁴¹

De VRT benadrukte haar redactionele autonomie en de Vlaamse regering besloot dat de VRT kon doorgaan met het uitzenden van erediensten.

> De Afspraak op Vrijdag blikt elke vrijdag terug op de politieke week en andere actualiteit.



ONPARTIJDIGHEID

In 2017 bleef onpartijdigheid een belangrijk onderwerp. Er werden 31,0% klachten over partijdigheid gerapporteerd, waarvan 22% gegrond werd verklaard. Twee keer was er een screening waarin de variatie aan praatgasten in radio- en tv-uidingsprogramma's van VRT NWS onder de loep genomen werd. Ook de schrijvers van opiniestukken op Vrtnws.be werden in kaart gebracht. De resultaten werden overgemaakt aan de hoofdredactie.

In april 2017 werd de ombudsman van VRT NWS aangesteld. Vanuit zijn functie waakt hij ook over de onpartijdigheid van de nieuwsdienst (zie p. 43).

⁴¹ In december 2017 werd voor het eerst op VRT-televisie ook een islamitische eredienst uitgezonden.

2.2

CULTUUR



> Gek en geniaal (Canvas)

De VRT zette in 2017 in op een actieve en geïntegreerde cultuuraanpak: de omroep informeerde de mediagebruikers met al zijn aanbodsmerken⁴² over wat er gebeurde in het culturele landschap. Elk merk deed dat op zijn eigen manier voor zijn eigen doelpubliek. Cultuur kwam aan bod zowel in algemene programma's als in specifieke cultuurprogramma's. Tegelijk stimuleerde de VRT de Vlaming om te participeren aan cultuur.

De omroep organiseerde ook zelf culturele evenementen.

De VRT had daarbij aandacht voor de culturele verscheidenheid in de Vlaamse samenleving en in de wereld. Zij moedigde de mediagebruikers aan om deel te nemen aan het culturele aanbod in Vlaanderen en Brussel in de diverse culturele domeinen, zoals beeldende kunsten, architectuur, film & fictie, muziek, toerisme, erfgoed en letteren.

AANBOD

Elk aanbodsmerk vulde de culturele opdracht van de VRT in met een cultuuraanbod dat afgestemd is op zijn doelgroep.

Enkele voorbeelden:

- Eén stemde de aandacht voor cultuur af op een breed publiek. Zo waren er redactionele cultuurbijdragen in de journaals, het praatprogramma *Van Gils & gasten* en het duidingsprogramma *De zevende dag*. In totaal werden er in 2017 677 unieke⁴³ cultuur- en media-items gemaakt voor *Het journaal* (norm: 365) (ten opzichte van 643 in 2016). Muziek kwam onder andere aan bod in *Iedereen beroemd* (bijvoorbeeld met een rubriek *Blind jam* waarbij muzikanten zonder dat ze elkaar te zien kregen muziek creëerden), *De MIA's*, *Steracteur/Sterartiest*, *Het Eurovisiesongfestival*, *The Night of the Proms*, *Het nieuwjaarsconcert van de Wiener Philharmoniker* en het concert *Chapeau! 30 jaar Clouseau*. *Voor de leeuwen* was een talentenwedstrijd voor stand-upartiesten. Eén programmeerde in 2017 vier nieuwe Vlaamse fictiereeksen (*Tabula rasa*, *Beau séjour*, *Tytgat chocolat* en *Zie me*

graag) en buitenlandse fictie met cultuurhistorische achtergrond (zoals *The Medicis* en *Versailles*). Internationale documentaires met culturele elementen waren *Great continental railway journeys* en *Joanna Lumley's India*.

- Canvas besteedde heel het jaar door aandacht aan de culturele actualiteit in de duidingsprogramma's *Terzake* en *De afspraak*, in de cultuurshow *Culture Club* (in het voor- en najaar) en op de cultuurpagina's van Canvas.be. In *Alleen Elvis blijft bestaan* (een interviewprogramma aan de hand van beeldfragmenten), *Winteruur* (een programma over literatuur) en *Wanderlust* (een programma over levensbeschouwing en zingeving) kwamen geregeld gasten uit de cultuur- en kunstwereld aan bod. Specifieke cultuur- en muziekprogramma's waren *Hopen op de goden* (over het creatieve proces van kunstenaars), *Gek en geniaal* (over kunst en psychose), *Thomas speelt het hard* (over klassieke muziek, zie p. 103), *Belpop Bonanza tv* (over Belgische popmuziek), *Lefto in transit* (over underground-muziek), *Cinema Canvas* (film) en *Made in Europe* (over Europese cultuur, een coproductie met VPRO). Canvas

capteerde cultuurevenementen (onder meer *De Koningin Elisabethwedstrijd* en *Rock Werchter*) en programmeerde internationale cultuurhistorische reeksen zoals *Treasures of Ancient Rome*, *Romanov Russia*, *Italy's invisible cities* en *The art of France*.

- Op Ketnet bracht het kinderjournaal *Karrewiet* wekelijks minstens een eigen cultuurreportage, van het Zwanenmeer in het Centraal station van Antwerpen tot de Magrittetentoonstelling in het Atomium. Daarnaast bood Ketnet regelmatig cultuur in de 'hosting', de omkadering van de programma's door de Ketnet-wrappers, onder meer over boeken, strips, films, musical en beeldende kunsten. In *Komt dat Sien* werd wekelijks een kind meegenomen naar een theatervoorstelling.

⁴² Behalve Sporza

⁴³ Uniek in die zin dat items die meerdere keren werden uitgezonden in verschillende hoofdjournaals (13u, 19u en het late journaal) maar een keer geteld worden.

- Radio 1 integreerde cultuur dagelijks in zijn hele programmering, met aandacht voor de cultuuractualiteit in de nieuws- en duidingsprogramma's *De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus* (tot augustus). De culturele agenda en de Vlaamse cultuurproductie kwamen aan bod in de cultuurmagazines *Bar du matin* (tot maart) en *Culture club* (vanaf maart). *Hautekiet*, *De bende van Annemie*, *Touché* en *Interne keuken* besteedden geregeld aandacht aan culturele onderwerpen. Radio 1 had aandacht voor poëzie met een speciale herdenkingsdag over Herman De Coninck naar aanleiding van de 20ste verjaardag van diens overlijden. In elk programma werd die dag een gedicht van de auteur voorgelezen. Daarnaast werden de nieuwsgedichten uit het actualiteitenprogramma *Bonus* uitgegeven in een dichtbundel en mochten luisteraars ook eigen gedichten rond de actualiteit insturen. Een selectie van de gedichten uit de bundel en uit de inzendingen waren te horen in een speciale uitzending op de Boekenbeurs van Antwerpen. Eveneens tijdens de Boekenbeurs van Antwerpen focuste *Touché* op literatuur en *Interne keuken* op non-fictie. De podcast *Odysseus* bracht het hele verhaal van de Griekse held Homeros, gebaseerd op een marathonvoorstelling van Michael De Cock.
- Radio 2 belichtte de culturele actualiteit en agenda uit de eigen streek in zijn regionale aanbod en in *Start je dag*. Populaire cultuur en lifestyle kwamen aan bod in programma's zoals *De madammen*, *De weekwatchers* en *De rotonde*. *De madammen* besteedde bijvoorbeeld geregeld aandacht aan klassieke muziek. Het programma zond live uit op de Boekenbeurs van Antwerpen. *Spits* bracht een wekelijkse filmrubriek.
- Cultuur was een van de pijlers in het aanbod van Klara. Het kunstprogramma *Pompidou* stond stil bij diverse kunstdisciplines met gasten uit de culturele actualiteit, vaste experts en aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. Het programma maakte ook thematische uitzendingen: onder meer over de biënnale van Venetië, Documenta in Kassel, Charlie Chaplin, Edgard Tytgat, Tom Lanoye en Stefan Hertmans. *Trio* bracht een serie van vijf afleveringen over nieuwe academische wonderkinderen. De vierdelige serie *Luther, begot* ging op zoek naar de ziel en beweegredenen van de theoloog en hervormer. Andere reeksen over culturele onderwerpen waren bijvoorbeeld *Trojka* (over de verjaardag van de Russische revolutie), *Op wandel met monsieur Magritte* (over de gelijknamige schilder), *Een gehucht in een moeras* (over Brussel), *Stiff Upper Lips* (over het Verenigd Koninkrijk in tijden van brexit), en *Looking for Jane* (over Jane Austen).
- MNM besteedde aandacht aan de cultuurbeleving van jongeren. Het net deed dat in verschillende programma's, zoals *Generation M*, *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock*.
- Studio Brussel bracht in zijn "spitsprogramma's" op weekdagen (*Linde staat op en Deroo en Byloo*) redactionele bijdragen over de brede culturele actualiteit en ontwikkelingen in nieuwe media, technologie, literatuur, podiumkunsten, films en series. De (muziek)cultuur van California en het Verenigd Koninkrijk kwamen aan bod in *California Love* en *Great Britain*. Diverse muziekgenres en de muziekgeschiedenis werden belicht in programma's als *Lemaire luistert*, *Zender* en *Lefto*.
- De website van VRT NWS berichtte op de pagina *Cultuur & media* dagelijks over de culturele actualiteit.



KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD

In 2017 was de Koningin Elisabethwedstrijd voor het eerst gewijd aan de cello. Het was tevens de eerste keer dat de VRT niet alleen mediapartner maar ook coproducteur van het concours was. De openbare omroep volgde de wedstrijd van nabij, met informatie over de eerste ronde, integrale live-uitzendingen vanaf de halve finale (op radio, tv en online) en allerlei extra initiatieven.

- Canvas zond de halve finale (15 tot 20 mei) in Flagey live uit, zowel 's middags als 's avonds (dan op Canvas+ via het kanaal van Ketnet). Tijdens de finaleweek (29 mei tot 3 juni) bracht Canvas+ vanuit Bozar dagelijks een

avondvullende liveshow, met naast de concerten reportages en commentaar van experts en andere muzikliefhebbers. De laatste finaleavond werd uitgezonden op het Canvas-kanaal. Canvas organiseerde bovendien een interactieve zoektocht naar de grootste cellist aller tijden. De Facebookgroep Koningin Elisabethwedstrijd van Canvas bracht non-stop verslagen en impressies, en het publiek kon in dialoog gaan met de redactie.

- Klara bracht met een panel van muzikkeners rechtstreeks verslag uit van de avondsessies vanaf de halve finale. Mei was voor Klara een 'cellomaand', met bijzondere aandacht voor de cellosuites

van Bach en beroemde cellisten. Daarnaast ging Klara op zoek naar de meest geliefde cello werken van de luisteraars. Ook *Espresso*, *Klassiek leeft* en *Maestro* besteedden extra aandacht aan de cello.

- Canvas.be streamde de halve finale en de finale, en bracht de hele wedstrijdmaand lang extra artikels, reportages en muziekfragmenten. Vrtnu.be streamde alle uitzendingen en bood ze een maand lang aan.

Drie Vlaamse en drie Franstalige jonge cellostudenten vormden *DeZes-lesSix*, een jongerenpanel van VRT en RTBF. Zij volgden de hele wedstrijd op de voet en gaven hun mening op Twitter, Facebook, Canvas.be en in de programma's op radio en tv.



De VRT captureerde
375 concerten,
voorstellingen
en festivals.



VRT STIMULEERT CULTUUR

De VRT maakte cultuur toegankelijk voor een breed publiek met eigen evenementen en door samen te werken met evenementen van cultuurorganisaties en kunsthuisen.

Enkele voorbeelden:

- Naar aanleiding van *De Lage Landen-lijst* organiseerde Radio 1 in de Roma in Antwerpen een *Radio 1-sessie* met muziek uit de *Lage Landen*. Er waren daarnaast *Radio 1-sessies* van Ozark Henry, Spinvis en Raymond van het Groenewoud, en themasessies gewijd aan Belgische popmuziek, David Bowie en Leonard Cohen.
- Radio 2 was op het Feest van de Vlaamse Gemeenschap partner van Brussel Danst en zond die dag de *Vlaamse 100* uit vanop de Grote Markt in Brussel. In samenwerking

met de Sportpaleisgroep werkte Radio 2 met het programma *Tussen pot en Pinte* mee aan de Cultuurmarkt Antwerpen.

- Klara organiseerde de verbredende publieksevenementen *Klara in deSingel* (in samenwerking met deSingel), *Iedereen Klassiek* (in samenwerking met Concertgebouw Brugge, Brugge Plus en Stad Brugge) en *Het Klarafestival* (Home sweet home, in samenwerking met FVV/Brussel). De programma's *Pompidou* en *Happy Hour* werden meermaals uitgezonden vanuit culturele ontmoetingsplaatsen, zoals Muzee, het ModeMuseum in Antwerpen en Museum M in Leuven. *Klara zkt. Academie* bracht live-uitzendingen vanuit toonaangevende kunstacademies in Vlaanderen.

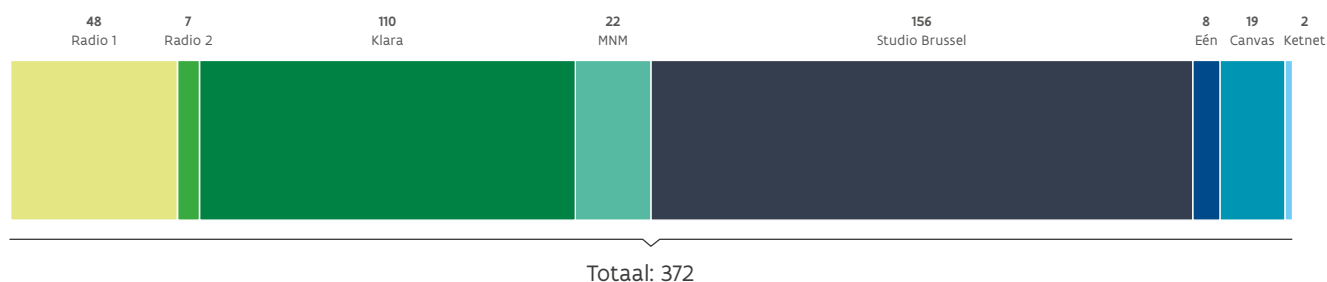
- Studio Brussel organiseerde de *Studio Brussel showcases* en de *Club 69-concerten*. De zender was partner van Poppunt voor de concerten van *Lokale helden* in Vlaamse jeugdhuizen.
- Eén organiseerde samen met Kunstenpunt de Music Industry Awards (MIA's).
- Canvas presenteerde in zeven Vlaamse steden onder de noemer *Cinema Canvas* telkens drie avonden na elkaar een filmvoorstelling met publiek, met een inleiding door experts en filmliefhebbers.
- Ketnet organiseerde samen met Studio 100 de vierde editie van *Ketnet musical*.



De VRT maakt cultuur toegankelijk voor een breed publiek.

> Radio1-sessie rond Leonard Cohen

Aantal captaties per aanbodsmerk (2017) (norm: 250)



De VRT organiseerde interactieve cultuurprojecten waarbij de mediagebruiker werd uitgenodigd om te participeren.

Enkele voorbeelden:

- Radio 1 en Canvas zochten samen met de Vlaamse cultuurliefhebbers een week lang naar de vijf Belgische kunstwerken die iedereen ooit eens zou moeten zien (*Culture club canon: 5 om te zien*).
- Radio 1 lanceerde *De grote levensvragen* en ging (samen met Lannoo en De Standaard) via een enquête op zoek naar de vragen waar Vlamingen vandaag mee zitten. De resultaten werden besproken in reeksen in *Touché* en *Hautekiet*. (zie p. 89)
- Naar aanleiding van de Boekenbeurs in Antwerpen en de VRT-Taaldag lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers *Taaltovenaar*, een creatieve woordenwedstrijd voor jongeren. MNM ging op zoek naar jong talent in *Start to dj* en met de eerste editie van *MNM rising star*, een wedstrijd voor jong muzikaal talent.
- Bij *De top 100* van Klara konden luisteraars stemmen op hun favoriete klassieke nummers en bijhorende verhalen aanbrenge.
- Studio Brussel organiseerde de muzikale talentenwedstrijd *De nieuwe lichting*, waarbij de drie winnaars mochten optreden in de AB en op Pukkelpop. *Studio dada* ging op zoek naar jong audiovisueel, online- en mediatalent. Culturele participatie werd gestimuleerd in samenwerking met Museum Night Fever in Brussel, het domein van Bokrijk (over ambachten), Bekvechten (over hiphopcultuur) en Crystal Ship (over de kunst van platenhoezen).

- Naar aanleiding van het programma *Thomas speelt het hard* organiseerden Canvas en Klara in samenwerking met Deeltijds Kunstonderwijs de wedstrijd *Speel het hard* voor amateurmuzikanten. (zie p. 103.)

Alle websites van de aanbodsmerken verwezen via een link naar UITinVlaanderen, de website van de Vlaamse overheid met een vrijetijds- en cultuuragenda van Vlaanderen en Brussel.

In 2017 capteerde de VRT 372 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via de aanbodsmerken (norm 250), ten opzichte van 355 in 2016.



> *De nieuwe lichting* (Studio Brussel)

HERDENKINGSMOMENTEN

De VRT stond stil bij belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse geschiedenis en de wereldgeschiedenis.

Enkele voorbeelden:

- Op 22 maart 2017 werden de terreuraanslagen in Zaventem en Maalbeek van 2016 herdacht. Eén zond de herdenkingsplechtigheid rechtstreeks uit. Radio 1 blikte de hele dag terug op de gebeurtenissen van 22 maart 2016 en ook de andere netten besteedden veel aandacht aan de herdenking.
- Op 11 juli was er een speciale uitzending van *Villa politica* (op Eén) over de viering van de Vlaamse feestdag in het Brusselse stadhuis. Het feest van de Vlaamse Gemeenschap werd ook door de andere VRT-netten onder de aandacht gebracht.
- De toespraak van de koning voor de nationale feestdag werd uitgezonden op Eén en Canvas. Canvas zond het nationaal défilé op 21 juli rechtstreeks uit.
- Op 30 en 31 juli 2017 brachten Eén en Canvas verslag uit van de herdenking van de Slag bij Passendale, die 100 jaar eerder begon. De herdenking van de Slag in het Polygoonbos bij Zonnebeke was rechtstreeks te volgen op VRT NWS en Canvas. Eén zond op 11 november de herdenking van de Wapenstilstand aan de Menenpoort in Ieper rechtstreeks uit. Deredactie.be (vanaf 22 augustus: Vrtnws.be) bood wekelijks een overzicht van de gebeurtenissen tijdens de Eerste Wereldoorlog, 100 jaar eerder.
- Onder de noemer *Europa nu of nooit* besteedde VRT NWS aandacht aan 60 jaar Europa (Verdrag van Rome). Op tv, radio en online werd vooruitgeblikt naar de uitdagingen waar Europa voor staat. Via de app 'Wakosta' konden gebruikers zelf bepalen waar er volgens hen meer of minder Europees geld naartoe moest gaan.
- In *Het journaal* ging aandacht naar onder meer de herdenking van de sluiting van de steenkoolmijn van Waterschei (30 jaar eerder), het overlijden van prinses Diana (20 jaar eerder) en de terreuraanslag in de concertzaal Bataclan in Parijs (2 jaar eerder).
- Canvas zond herdenkings-documentaires uit naar aanleiding van de 90ste verjaardag van de eerste trans-Atlantische vlucht, 100 jaar Russische revolutie, de tiende verjaardag van de overlijdens van beeldhouwer Reinhoud D'Haese, fotograaf Lucien Hervé en tenor Luciano Pavarotti.
- Retro op Radio 1 keek op weekdagen dagelijks terug naar Vlaamse en internationale gebeurtenissen uit het verleden. Radio 1 stond daarnaast stil bij 100 jaar jazz en 25 jaar sluiting van de laatste Limburgse mijn.
- Radio 1 en Radio 2 hadden aandacht voor de 200ste verjaardag van de Gentse universiteit.
- Radio 2 belichtte 750 jaar diamant in Antwerpen.
- Klara herdacht René Magritte, die 50 jaar eerder overleed. De zender stond stil bij de 75ste verjaardag van jazzgitarist Philippe Cathérine, de 100ste verjaardag van de jazz en de Russische revolutie, en 500 jaar Luther.
- Sporza herdacht het overlijden van wielrenner Tom Simpson in 1967.

> Herdenking van De slag van Passendale



OVERLEG CULTUURSECTOR

Op vraag van de VRT-cultuurmanager stelde de cultuursector een delegatie samen die de sector bij overleg met de VRT kan vertegenwoordigen. De delegatie bestaat uit afgevaardigden van Cultuurconnect, Kunstenpunt, De Vooruit, Het Paleis, OKO, Forum voor Amateurkunsten, Publiq, Folio – Rekto:Verso, Herita, OCE / Museum Dr. Guislain, Museumoverleg, FARO, Socius en Flanders DC. In 2017 was er een eerste overlegmoment.

Vertegenwoordigers van allerhande culturele organisaties (zoals KunstenfestivaldesArts, KVS, GoneWest en Theater aan Zee) werden tweewekelijks uitgenodigd op de vergaderingen van

de cultuurcel van de VRT, met afgevaardigden van de diverse cultuurredacties binnen de omroep.

De VRT overlegde in 2017 geregeld met Boek.be en twee keer met de uitgevers. Daarnaast was er regelmatig overleg met de klassieke-muzieksector (zoals het Concertgebouw Brugge, BOZAR en deSingel).

De cultuurmanager zetelde in de stuur-groep van Vlaamse Meesters, het cultureel-toeristische hefboomproject onder leiding van de Vlaamse minister van Toerisme. Eén overlegde met Toerisme Vlaanderen om informatie uit te wisselen en samenwerkingsmogelijkheden te bekijken.

VRT NWS werd in 2017 geherstructureerd (zie p. 46), met nieuwe experten en gespecialiseerde redacties in verschillende domeinen, onder meer cultuur. De nieuwe cultuurcel van de VRT-nieuwsdienst werd op een speciaal overlegmoment voorgesteld aan de cultuursector.

De VRT rekent het tot haar opdracht om hier invulling aan te geven en doet bijkomende inspanningen om dit aanbod, in overleg met de levensbeschouwelijke strekkingen, te bieden. Ze wil zo bijdragen tot extern pluralisme en wederzijdse openheid en respect in de maatschappij.

Touché focuste op “de grote levensvragen van de Vlaming”.

> *Wanderlust* (Canvas)



LEVENSBSCHOUWELIJK AANBOD

De subsidiëring van levensbeschouwelijke omroepen en hun “uitzendingen door derden” werd in 2016 stopgezet. De VRT nam, op vraag van de minister van Media, het initiatief om levensbeschouwing op een andere manier aan bod te laten komen. Dat streefdoel werd opgenomen in de Beheerovereenkomst 2016-2020. De VRT rekent het tot haar opdracht om hier invulling aan te geven en doet bijkomende inspanningen om dit aanbod, in overleg met de levensbeschouwelijke strekkingen, te bieden. Ze wil zo bijdragen tot extern pluralisme en wederzijdse openheid en respect in de maatschappij.

Op Radio 1 ging *Touché* regelmatig in op levensbeschouwing en zingeving. In vijf speciale afleveringen ging het programma dieper in op “de Grote Levensvragen van de Vlaming”.

Canvas zond in 2017 een tweede reeks van tien afleveringen van *Wanderlust* uit.

Daarin praatten grote internationale denkers over hun levenservaring, waardepatroon en geloofsovertuiging.

Canvas.be/wereldbeeld, het platform over zingeving, filosofie en levensbeschouwing focuste in 2017 op de grote levensvragen, rituelen en kenmerken van de verschillende religies. Het plaatsde daarbij maatschappelijke fenomenen in een filosofisch kader. Daarnaast was het platform een verzamelpunt waarop alle VRT-radio- en tv-programma's over zingeving te vinden waren.

In april organiseerde *Wanderlust* in samenwerking met het tweedaagse Europees Forum van het stadsfestival Op.Recht.Mechelen een interactief debat over mensenrechten met twintig experts. Zij gingen in debat over thema's als vrije meningsuiting, godsdienstvrijheid en recht op onderwijs.

De VRT organiseerde in 2017 drie keer (op 3 februari, 14 juni en 6 december) structureel overleg met alle erkende levensbeschouwelijke strekkingen.



“Wanderlust brengt mensen in beeld die op verschillende manieren leven en geloven.”

Leentje Lybaert
 Eindredacteur Eén, eindredacteur en
 regisseur *Wanderlust* voor Canvas
 46 jaar

Ik ben zowel eindredacteur als regisseur. Ik heb lange tijd bij verschillende productiehuisen gewerkt die programma's maakten voor de VRT. Via de nieuwdienst ben ik onder de toren zelf terechtgekomen. Ik heb onder andere voor *Het journaal*, *Panorama* (de voorloper van het duidingsprogramma *Pano*) en *Phara* (een debatprogramma dat liep van 2008 tot 2010) gewerkt. In 2017 was ik onder meer eindredacteur en regisseur van *Wanderlust* (Canvas, een programma over levensbeschouwing (zie p. 61)).

Wanderlust is ontstaan vanuit het besef dat veel mensen in de huidige wereld nood hebben aan rustpunten, hoop en schoonheid. Het programma brengt diverse mensen in beeld die op verschillende manieren leven en geloven. Het raakt mij als kijkers zeggen dat een aflevering hun wereldbeeld heeft verbreed, hen troost heeft gebracht of zelfs hun leven heeft veranderd.

Ik heb het gevoel dat ik voor *Wanderlust* interessante mensen heb kunnen ontmoeten die je anders op straat niet zomaar tegenkomt. In gesprekken met hen maak ik komaf met vooroordelen. Ik word daar een rijker mens van, denk ik. Als ik dat gevoel ook aan de kijkers kan meegeven, dan bereikt *Wanderlust* voor een groot deel zijn doel.

Aan het interview met Youssou N'Dour in Senegal houd ik bijvoorbeeld mooie herinneringen over. Met onze ploeg hebben we toen een vrijdaggebed in een moskee mogen filmen. Die moskee lag op het strand van Dakar en was verbonden met een lokale vissersgemeenschap. Het was een fantastische locatie en bidden verliep daar heel sereen en vredevol. Zowel binnen als buiten de moskee zaten mensen te bidden. Mannen en vrouwen zaten door elkaar en kinderen waren aan het spelen. Ik was daar getuige van een heel mooie kant van de islam die jammer genoeg te weinig wordt getoond. Met *Wanderlust* probeerden we die vredevolle sfeer toch over te brengen.

TAALKWALITEIT

“De VRT wil de norm voor de standaardtaal in Vlaanderen mee bepalen. Daarom hanteren alle VRT-medewerkers in hun publieke uitingen en contacten aantrekkelijk, helder en correct Nederlands. Ze gebruiken de standaardtaal in verschillende registers en vergelijken niet in tussentaal en dialect.” (VRT-Taalcharter 2012)

De VRT-taaladviseur coördineerde de diverse acties en activiteiten van de VRT rond taal. Die worden gebundeld onder de noemer REYERSTaal.

De taaladviseur behandelde een kleine duizend schriftelijke vragen en reacties van taalgebruikers binnen en buiten de VRT. De Taalmail met tips en advies over taalgebruik werd gestuurd naar meer dan 30.000 abonnees.

Na de lancering van de nieuwssite Vrtnews.be waren er veel klachten over taal-, spel- en tikfouten. In een vergadering van de redactieraad heeft de taaladviseur gesteld dat het aantal fouten onaanvaardbaar hoog was en dat moest worden ingegrepen. De hoofdredactie deed een oproep om elkaars werk beter na te lezen en duidde een medewerker aan die halftijds beschikbaar is voor taalcorrectie en -advies. Samen met hem en de eindredactie maakte de taaladviseur een stijl- en taalgids voor de website. De taaladviseur corrigeerde zelf geregeld het taalgebruik in de teksten en uitzendingen van de nieuwsdienst.

REYERSTaal liet samen met de dienst Diversiteit van de VRT een onderzoek doen naar de toegankelijkheid van de radio- en tv-journaals voor laaggeletterden. Het onderzoek werd uitgevoerd door Wablieft⁴⁴. Uit het onderzoek bleek onder meer dat de journaals voor laaggeletterden vaak te veel moeilijke woorden en figuurlijk taalgebruik bevatten, dat er vaak te snel werd gesproken en te veel voorkennis werd verondersteld. De medewerkers van Wablieft hebben daarna een opleiding gegeven aan verschillende VRT-journalisten over mogelijke manieren om daar iets aan te doen.

Onder de naam *REYERSTaal in De Somer* organiseerde de VRT voor de negende keer een taalevenement. Dat vond plaats aan de KU Leuven voor bijna 700 belangstellenden. Er werd onder meer gedebatteerd over de verruwing en polarisering van het taalgebruik en hoe de VRT daarmee om moet gaan. Op de taalavond werd voor de zesde keer de Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. De prijs van de vakjury ging naar de *Terzake*-journaliste Annelies Beck en de publieksprijs naar de Radio 2-presentatrice Britt Van Marsenille.

De VRT werkte in 2017 mee aan de Vlaamse PhD Cup, een wedstrijd waarin jonge doctors hun proefschrift in drie minuten toelichten voor een lekenpubliek. REYERSTaal organiseerde voor de finalisten een media- en communicatietraining met presentatoren en experts van VRT.

REYERSTaal organiseerde maandelijks een bijeenkomst van de auditiecommissie, die beoordeelt of medewerkers een geschikte stem hebben voor de VRT-uitzendingen. In totaal werden 80 stemmen beluisterd en hebben 15 medewerkers hun basis- of stemattest⁴⁵ behaald. Daarnaast werden 85 stemmen informeel (buiten de auditiecommissie) beoordeeld.

In het kader van het project *News Next* (zie p. 46) hebben 52 mensen logopedie en/of stemcoaching gekregen.

REYERSTaal werkte structureel samen met het Instituut voor de Levende Talen (KU Leuven) voor het onderhouden en ontwikkelen van de *Schrijfassistent*⁴⁶, een website waarop elke taalgebruiker een tekst kan laten analyseren en corrigeren. De website maakt daarvoor onder meer gebruik van de taaldatabanken⁴⁷ van de VRT.



> Op het evenement REYERSTaal in de Somer gingen taalliefhebbers in debat.

⁴⁴ Centrum ter bevordering van duidelijke taal.

⁴⁵ Een basisattest geeft toelating om kleine stemopdrachten uit te voeren. Het (volledige) stemattest is vereist voor grote presentatieopdrachten.

⁴⁶ Schrijfassistent.standaard.be

⁴⁷ De taaldatabanken zijn de gegevensbanken van de VRT met informatie over spelling en uitspraak, lexicale en grammaticale kwesties, en een landenlijst (een lijst met de juiste naam van alle landen en de spelling ervan).

MUZIEKBELEID 2017

Het muziekaanbod van de VRT wil tegemoetkomen aan de muziekbehoefte van alle bevolkingsgroepen. Daarbij wil de omroep de muziekproductie uit Vlaanderen een platform bieden. Met diverse initiatieven zorgt hij voor ondersteuning van lokale artiesten en muziekgroepen.

Muzikale diversiteit

De VRT streeft naar een grote muzikale diversiteit in haar aanbod. De muziekprofielen van de VRT-radionetten verschillen van elkaar: sommige zijn meer generalistisch, andere brengen een meer specifiek aanbod, en wel op een complementaire manier. Elk net heeft zijn eigen muziekgenres, die zowel te horen zijn in de reguliere programmering als in verdiepende, genrespecifieke programma's:

- Radio 1: soul, blues, country, world, folk en jazz (cross over / fusion);
- Radio 2: crooners en evergreens, traditionele disco en funk, Vlaamse populaire muziek;
- MNM: populaire dansmuziek (EDM, vocal house) en urban (populaire hip hop, r&b en soul);
- Studio Brussel: alternatieve dansmuziek (drum-'n-bass, techno, electro, dub step, e.a.), alternatieve gitaarmuziek (indie, metal, hard core), alternatieve urban (hip hop, trap, ragga, reggae, e.a.);
- Klara: klassiek, hedendaags klassiek, opera, traditionele jazz, etnische wereldmuziek en folk.

Uit een studie van de VRT-Studiedienst⁴⁸ blijkt dat de 'muzikale diversiteit'⁴⁹ bij de radionetten van de VRT (6,1%) in 2017 groter was dan gemiddeld bij de Vlaamse (nationale) radiozenders (3,6%). Bij Radio 1 bedroeg dat diversiteitsaandeel 14,8%. Bij Radio 2 was dat 9,3%, bij Studio Brussel 8,5% en bij MNM 4,7%. Bijna 18.000 muzieknummers en meer dan 6.900 artiesten zouden in 2017 zonder de VRT niet gedraaid zijn op de Vlaamse radio. 6.702 nummers en 2.013 artiesten waren in Vlaanderen alleen op Radio 1 te horen, 3.574 muzieknummers en 1.635 artiesten alleen op Studio Brussel, 3.501 songs en 1.064 artiesten alleen op Radio 2, 1.181 nummers en 713 artiesten alleen op MNM.

Vlaams en Nederlandstalig muziekaanbod

25% van de totale muziektijd op alle VRT-radionetten moet bestaan uit Vlaamse muziekproducties. Dat engagement nam de VRT op in haar beheersovereenkomst. In 2017 werd die norm gehaald met 26,4% Vlaamse muziek voor alle radionetten samen.

Op Radio 2 moet bovendien 30% van de muziekproducties Nederlandstalig zijn, op Radio 1 15%. In 2017 bracht Radio 2 30,6% en Radio 1 15,7% Nederlandstalige muziek.

Vlaamse artiesten (waaronder nieuw talent) konden optreden in programma's en op evenementen van de radionetten. Daarnaast organiseerden die allerhande muzikale specials en acties.

Enkele voorbeelden:

- Radio 1 had speciale aandacht voor Vlaamse artiesten en producties in programma's zoals *Allez Allez*, *Culture Club*, *Touché* en *De bende van Annemie*. De zender bracht muzikale sessies en concerten met diverse artiesten, onder wie Stef Kamil Carlens, Ozark Henry, Raymond van het Groenewoud, Bart Peeters, Isolde en Yevgueni. Radio 1 had oog voor muzikale diversiteit in het programma *Dubbelbloed*. Daarin waren landgenoten te gast die door hun familiegeschiedenis muzikaal beïnvloed waren door twee of meerdere culturen. In *De Lage Landenlijst* ging Radio 1 samen met Vlamingen en Nederlanders voor het tweede jaar op rij op zoek naar de beste muziek uit Vlaanderen en Nederland. Naast de uitzending was er een speciale *Lage landen-sessie* in De Roma in Antwerpen. De maand december stond bij Radio 1 in het teken van Vlaamse en Belgische popmuziek met een *Belpop* sessie en de *Belpop 100-hitlijst*.



> Midzomersessies (Radio 1)

⁴⁸

Muziek op de radio in Vlaanderen (2017), een onderzoek van de VRT-Studiedienst op basis van de muzieklijsten van de VRT-radionetten (behalve Klara) en de andere Vlaamse (nationale) radiozenders (Q-Music, Joe FM en Nostalgie).

⁴⁹

Het aandeel nummers dat een eerste keer wordt gespeeld (in het gemeten jaar) ten opzichte van de totaliteit van het muziekaanbod. Het restant van het muziekaanbod zijn dus heruitzendingen van die nummers.

- Radio 2 heeft binnen VRT-radio een uitgesproken Vlaams en Nederlands-talig muziekprofiel: in 2017 bestond 32,1% van het muzikale aanbod van Radio 2 uit Vlaamse producties en 30,6% was Nederlandstalig. Uit onderzoek bleek dat 51% van de Vlamingen vond dat Radio 2 van alle nationale Vlaamse radionetten het meest aandacht had voor Nederlandstalige muziek.⁵⁰ In de loop van 2017 waren meer dan 100 Vlaamse artiesten te gast bij Radio 2 om live een nummer te brengen in programma's als *De madammen*, *De weekwatchers*, *De lage landen*, *De volgelingen*, *De zoete inval* en *De popcollectie*. Daarnaast ondersteunde de zender de Vlaamse muziekproductie met allerlei initiatieven. Vlaamse artiesten werden gehuldigd in *De eregalerij* in Oostende en bekroond tijdens *Zomerhit* in Blankenberge (ook te zien op Eén). Andere muzikale evenementen waren *De Vlaamse top 100 live* vanop de Grote Markt in Brussel op 11 juli en *Radio 2 trakteert* in Roeselare met Laura Tesoro. Radio 2 bracht een live-uitzending van het croonerprogramma *The ratpack*, gewijd aan Ella Fitzgerald. Het net maakte samen met Els De Schepper een carnavalslied en met Jelle Cleymans een *Vlaanderen feest-lied*. De zender werkte in samenwerking met Sabam en Kunstenpunt verder aan Vivavlaanderen.be, het online-archief over Vlaamse muziek en artiesten.
- Klara organiseerde allerlei concertopnames, acties, evenementen en samenwerkingen gericht op de Vlaamse muzieksector. Zo waren er heel het jaar door live-uitzendingen in de "grote concerthuizen" zoals Bozar, Flagey, de Munt, Concertgebouw Brugge en deSingel. Klara was partner van Jazz Middelheim (in samenwerking met VZW Jazz & Muziek). Tijdens het publieksevenement *Klara in deSingel* reikte Klara, in samenwerking met Kunstenpunt, de Klara's uit. Dat zijn muziekprijzen voor muzikanten, vocalisten en componisten in de klassieke muziek. Pianist Fred Van Hove werd bekroond met de Klara-carrière prijs. De "Iedereen Klassiek"-publieksprijs ging naar Marc Erkens, opleidingshoofd van LUCA School of Arts.
- MNM gaf kansen aan jong muzikalent in Vlaanderen met projecten als de talentenwedstrijd *Start to dj* en *MNM rising star*. Promotiekansen voor Vlaamse artiesten waren er in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*, *Planeet De Cock*, *Big Hits*, *Urbanice* en *MNM Party*. Tijdens de acties *De strafste school van Vlaanderen* en *Marathonradio* brachten Vlaamse artiesten live hun bekendste hits.
- Studio Brussel ging op zoek naar Vlaams muzikalent. Meer dan 800 kandidaten schreven zich in voor de talentenwedstrijd *De nieuwe*

lichting. Daaruit werden er 60 geselecteerd die tijdens de wedstrijd dagelijks aandacht kregen. De drie winnaars (Tamino, Kai Wén en The Lighthouse) mochten optreden in de AB en op Pukkelpop. Studio Brussel was partner van 'Lokale helden', een initiatief van Poppunt met concerten van lokale muziekgroepen in Vlaamse jeugthuizen. Tijdens *De week van eigen kweek* stond een week lang uitsluitend muziek uit ons land centraal. Voor het *Car free festival* liet Studio Brussel het publiek kennismaken met nieuw Belgisch talent tijdens optredens op het openbaar vervoer en in verschillende treinstations. Studio Brussel organiseerde tal van andere concerten van Vlaamse en Belgische artiesten, onder meer met Bazart, Oscar and the wolf, Coely, Warhaus, Tamino, Intergalactic lovers, Het zesde metaal en Triggerfinger.

VRT-radio bood voor 26,4% aan Vlaamse muziek.



> Olivia Trappeniers (OT) werd *Rising star* van MNM.

“MNM gebruikt haar app, website en de sociale media om te connecteren met haar luisteraars.”



Elisabeth Gezels

Programmaverantwoordelijke Planeet De Cock (MNM)

27 jaar

Van maandag tot donderdag ben ik programmaverantwoordelijke van het avondprogramma *Planeet De Cock* van MNM. Dan werk ik samen met creatieve en kritische mensen. Ik schaaft de ideeën van mijn collega's en mezelf bij tot dat we met de hele redactie tevreden zijn en een goede radioshow maken.

Mijn werkdag start doorgaans met het doorlopen van de actualiteit. Ik ga op zoek naar interessante onderwerpen en bekijk wat in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* al aan bod is gekomen. In de vroege voormiddag staan vergaderingen en brainstorms gepland waarin we beslissen wat we in *Planeet De Cock* op de dag zelf en in latere uitzendingen zullen brengen. In de

laatste rechte lijn naar het programma ondersteun ik de redactie waar nodig. Als de avondshow begint, heb ik in de ideale wereld dan tijd om mijn mails in te halen.

Ik werk nog geen jaar bij MNM, maar ik voel mij er al volledig thuis. Vorig jaar heeft MNM de hashtag #family (wat staat voor "vrienden die aanvoelen als familie") gelanceerd. Ik kan beamen dat we een heel warme redactie zijn. Ik hoop dat we dat ook op onze luisteraars uitstralen. Alle collega's zijn ook sterk bezig met digitale media. We gebruiken onze MNM-app, onze website en de sociale media om contacten te leggen met onze luisteraars.

Een goed voorbeeld daarvan is de eerste editie van *Taaltovenaer* (een taalwedstrijd van MNM i.s.m. Van Dale Uitgevers), die gedeeltelijk via de MNM-app verliep. Met *Taaltovenaer* wilden we vooral aantonen dat iedereen creatief kan zijn met taal. De app-gebruikers kregen elke dag de opdracht om met een opgelegd woord een miniverhaal van zes woorden te schrijven. We vroegen niet om een nieuwe roman. We zochten wel naar speelse zinnen die tijdens een busrit of in de wachtrij aan een kassa bedacht konden zijn. Onze luisteraars reageerden opvallend snel en enthousiast. Ze zonden hun zinnen in alsof ze moppen met vrienden of familie aan het uitwisselen waren in Messenger of Whatsapp.

VRT-Televisie besteedde in diverse programma's aandacht aan Vlaamse artiesten.

Enkele voorbeelden:

- Op Eén kwam Vlaamse muziek aan bod in bijvoorbeeld *Van Gils & gasten*, *De zevende dag*, de talentwedstrijden *Steracteur Sterartiest* en *Voor de leeuwen*, en het concert *Chapeau! 30 jaar Clouseau*. Verder bracht Eén samen met Radio 2 een live-uitzending van de muziekshow *Zomerhit*. De uitreiking van de MIA's (Music Industry Awards, de Vlaamse populaire-muziekprijzen) was rechtstreeks te zien op Eén.
- Op Canvas kwamen Vlaamse en/of Nederlandstalige muzikanten en componisten aan bod in de cultuur-talkshow *Culture Club*, in de praatprogramma's *Alleen Elvis blijft*

bestaan en *Winteruur* en een aantal muziekdocumentaires (bijvoorbeeld over de Leuvense muziekszene). De reeks *Belpop bonanza* tv blikte met bijzondere verhalen terug op de Belgische en Vlaamse popgeschiedenis. In de talentwedstrijd *Speel het hard* ging Canvas samen met Klara op zoek naar amateurmuzikanten die een klassiek muziekstuk wilden instuderen en uitvoeren.

- Ketnet gaf jong Vlaams talent een forum met de opvoeringen van de derde *Ketnet musical: Unidamu* en de zoektocht naar acteurs voor de vierde editie van *Ketnet musical: Team U.P.* Vlaamse muziek stond centraal in de vierde reeks van de serie *Ghost Rockers*. Daarnaast besteedde Ketnet aandacht aan Vlaamse artiesten in de zondagochtendshow *Ketnet King Size*, de awardshow *Het gala van de gou-*

den K's, *De Ketnet zomertour*, de optredens van de KetnetBand en *Throwback Thursday in het Sportpladijs* (verjaardagshow voor 20 jaar Ketnet).

Ter gelegenheid van het Feest van de Vlaamse Gemeenschap brachten de verschillende VRT-netten veel muziek van eigen bodem, zowel in speciale gelegenheidsprogramma's als in de reguliere programma's. Eén zond de muziekshow *Vlaanderen feest!* met uitsluitend Nederlandstalig talent uit vanop de Grote Markt van Antwerpen. Radio 2 was partner van *Vlaanderen feest: Brussel danst!* en zond *De Vlaamse 100* live uit vanop de Grote Markt in Brussel. Aansluitend was er een rechtstreekse uitzending van het optreden van de Viva Vlaanderen Band. Alle andere radionetten speelden op 11 juli extra veel Vlaamse muziek.



> Steracteur Sterartiest (Eén)

“Ik verspreid mijn passie voor klassieke muziek ook via het YouTube-kanaal Iedereen Klassiek.”



Sander De Keere
Radiopresentator Klara
25 jaar

Ik presenteer het radioprogramma *Iedereen klassiek* op Klara. Tegelijk ben ik een beetje uitgegroeid tot een VRT-ambassadeur van de klassieke muziek. Bij *De madammen* van Radio 2 praat ik bijvoorbeeld af en toe over klassiek. Daarnaast zit ik soms ook mee aan tafel in het praatprogramma *Van Gils & gasten* (Eén).

Mijn missie is om een klassieke componist niet voor te stellen als iemand die enkel muziknoten op een zolderkamertje heeft neergeschreven. Zij zijn geen stoffige standbeelden of monumenten, maar echte, levende figuren. Het zijn mensen die verliefd zijn geweest, veel gereisd hebben of soms een kind hebben verloren.

Ik verwacht nooit dat leken plots, van het ene op het andere moment, vijftig minuten naar een symfonie van bijvoorbeeld Tsjajkovski luisteren of de

tijd nemen om een volledig pianoconcerto van Brahms of Mozart te beluisteren. Dat moet stap voor stap gebeuren. Ik wil mijn luisteraars wel boeien met verhalen. Ik probeer hen ook te verrassen met interessante weetjes, over de componist en over het werk. Of ik vertel hen hoe ze naar de muziek moeten luisteren en waar ze op kunnen letten. Het zijn precies die kleine verhalen die een breder beeld schetsen van de componisten en hun muziek. Zo wordt die stap naar een groot werk eigenlijk heel klein.

Sinds 2017 verspreid ik mijn passie voor klassieke muziek ook via het YouTube-kanaal *Iedereen Klassiek* van Klara. In korte, meer ludieke videofragmenten bespreek ik telkens een onderwerp uit de klassieke muziek. Wat is bijvoorbeeld het verschil tussen een piano en haar voorloper, een pianoforte? Wie was Sergej Prokofjev, die we kennen van Peter en de Wolf? Bij

Klara merken we dat we als radiozender steeds meer moeten inzetten op een digitaal aanbod. Daarom zullen we elk nieuw radioprogramma automatisch ook online aanpakken met foto's en videomateriaal.

Als je goed kijkt en luistert, komt klassieke muziek overal ter wereld tot leven. Zo had ik voor Klara een gesprek met Elena Rostropovich, de dochter van de Russische cellist Mstislav Rostropovich. Ik toonde haar foto's die ik tijdens een citytrip in Moskou had gemaakt. Op een foto van het standbeeld van haar vader kon zij mij haar ouderlijk huis aanduiden. In de radio-uitzending vertelde ze ook dat grote namen uit de muziekgeschiedenis, zoals Dmitri Sjostakovitsj, bij haar thuis dagelijks langskwamen. Daar in de Klara-studio was de geschiedenis dus op mijn tenen aan het springen. Ik hoop dat de Klara-luisteraars dat ook hebben gevoeld.

2.3

EDUCATIE



> *Kinderen van de collaboratie* (Canvas)

AANBOD

Enkele voorbeelden van de aandacht die de aanbodsmerken hadden voor educatie:

- Eén bracht in 2017 diverse programma's waar de kijker iets kon van opsteken. *De klas* toonde de leefwereld van een diverse groep zestienjarigen en hun kijk op actuele thema's. *De helden van Arnout* liet de kijker kennismaken met geschiedenis aan de hand van verhalen van landgenoten die ooit "het avontuur opzochten" in het buitenland. *Typisch mensen* bood inzicht in het gedrag van de Vlaming door middel van sociale experimenten. *Wonen*.tv was een consumentenprogramma met tips en inspiratie over wonen en de wooncultuur. Eén programmeerde nieuwe reeksen van *Over eten* (actuele voedingsvragen), *Voor hetzelfde geld* (bewust omgaan met geld) en *Copy beest* (inzichten in het dierengedrag). In *De noodcentrale* zagen de media-gebruikers hoe het eraan toegaat op de dispatching van hulpdiensten. In de rubriek *Poepsimpel in Iedereen beroemd* gaven wetenschappers uitleg over hun dagelijks werk.
- Canvas bood met documentaires en documentaire reeksen inzicht in mens en maatschappij, geschiedenis en wereldbeeld. In *Kinderen van*

de collaboratie vertelden getuigen hoe de keuzes van hun ouders in WO II hen hebben beïnvloed. *Wissel van de macht* plaatste politieke omwentelingen in ons land in een historisch perspectief. *Weduwen na de val* schetste het verhaal van dictators. *Allah in Europa* ging op zoek naar het gezicht van de islam in Europa. In *Strafpleiters* vertelden advocaten over hun vak. Gek en geniaal was een kennismaking met de problematiek van psychoses. Het archiefprogramma *Een onvergetelijke dag* blikte dagelijks terug op wat er de voorbije eeuw gebeurde op diezelfde dag. *Barber Shop* (6 afleveringen) toonde maatschappelijke veranderingen in enkele landen via plaatselijke kapsalons. In *4 x 7* (14 afleveringen) presenteerden telkens vier cineasten, een korte auteursdocumentaire over iets wat hen aan het hart lag. Canvas zond nog drie auteursdocumentaires uit (*El Color Del Camaleon*, *EXPRMNTL* en *I'm New Here*). Deze documentaires, *Barber Shop* en *4 x 7* waren coproducties gemaakt met steun van het Vlaamse Audiovisuele Fonds.

- Ketnet wil kinderen begeleiden op elk moment van hun ontwikkeling en zet sterk in op een educatief aanbod. Voor de jongste kinderen bood het merk onder meer de reeks

Als openbare omroep heeft de VRT een belangrijke taak op het vlak van educatie over alle generaties heen. Zonder belerend te zijn, komen op alle VRT-platformen educatieve thema's aanbod. Speciale aandacht gaat daarbij naar kinderen en jongeren. De VRT ondersteunt hen in hun persoonlijke en maatschappelijke ontwikkeling. Zij werkt daarvoor onder andere samen met het onderwijs.

Biba & Loeba over lichaamsbeweging. *Kaatjes kameraadjes* gaf een antwoord op kindervragen over natuur, vervoer en emoties. *De dokter Bea show* was een programma over seksualiteit en relatievorming. (zie p. 106). In *Sturmtroopers* deden kinderen allerlei experimenten rond STEM-thema's. De 'hosting' (presentaties tussen de programma's) en het zaterdagochtendprogramma *Ketnet Swipe* bevatte heel het jaar door educatieve items, onder meer over verkeersveiligheid, ongewone beroepen, mediawijsheid, wetenschap en pesten. De documentaire reeks *Goed gezien* (in samenwerking met de Belgische Ontwikkelingssamenwerking) toonde hoe mensen in andere landen op vindingrijke manier dagelijkse problemen aanpakken. In *Mijn superheld* stelden kinderen een beroep van een familielid voor. De komische fictiereeks *Lucas en zo* was een coproductie van Ketnet met Outivi (RTBF). De reeks werd zowel gedubd als met ondertitels aangeboden. Zo wou Ketnet de kinderen laten kennismaken met de Franse taal. De fictiereeks *4eVeR* kwam tot stand in samenwerking met Awel en maakte moeilijke thema's bespreekbaar, zoals holebi-ouders, depressiviteit en discriminatie. Omdat luisteren helpt om beter te leren lezen, ontwikkelde Ketnet de app *Ketnet Dub*.

Daarmee konden kinderen zelf een stemmetje bij een animatiefilmpje inspreken. In totaal spraken kinderen 235.000 filmpjes in. In samenwerking met de Universiteit Gent bood Ketnet.be een game over reclame-wijsheid aan.

- Bij Radio 1 kwamen maatschappelijke onderwerpen zoals milieu, zorg, mens en maatschappij, welzijn, gezondheid en wetenschap aan bod in programma's zoals *Hautekiet*, *De bende van Annemie* en *Nieuwe feiten*. *Interne keuken* en *Touché* maakten ruimte voor diepgaande gesprekken met prominente socioculturele, maatschappelijke en wetenschappelijke personen. *Hautekiet* maakte thema-uitzendingen om de luisteraars te informeren en/of te sensibiliseren over onderwerpen zoals mobiliteit (*Het pendelpeloton*), de fileproblematiek (*Stop 30*), zorg (in samenwerking met Dag van de zorg), geld (in samenwerking met Wikifin en De Tijd) en innovatie (*De radicale vernieuwers*).
- Radio 2 besteedde met het consumentenprogramma *De inspecteur* geregeld aandacht aan wetenschappelijke onderwerpen, bijvoorbeeld in een wekelijkse rubriek in samenwerking met Technopolis waarin consumentenvragen op een wetenschappelijke manier werden uitgelegd. *De madammen* besteedde aandacht aan de Dag van de Wetenschap, met bijdragen over onder andere robottechnologie. In *Het grote afvalonderzoek* onderzocht Radio 2 samen met OVAM de afvalgewoontes in Vlaanderen met het oog op bewustwording en sensibilisering over sorteren en recycleren.
- MNN versterkte de band met scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen met een aanbod gericht op participatie rond maatschappelijke debatten en acties. Geregeld zoomde MNN in op maatschappelijke thema's zoals onderwijs, werk en werkloosheid, relaties, discriminatie, armoede, stedelijke cultuur, ziekte en handicap, mentale gezondheid, mobiliteit en klimaat. Het onlineplatform GenerationM.be gidste jongeren door keuzes in hun leven. MNN ging op zoek naar *De strafste school van Vlaanderen* en zette zo het middelbaar onderwijs in de kijker. Met *Rock 'n Roll Radio Highschool* bood MNN kansen aan jonge radiotalenten. Op 27 mei 2017 gaf MNN samen met Digital Belgium en Proximus workshops om de huidige digitale revolutie toe te lichten.
- Studio Brussel begeleidde jong digitaal talent in het opleidingstraject *Studio dada* (zie p. 97). Het merk had aandacht voor maatschappelijke en historische onderwerpen. Zo ging de reeks *Great Britain* op zoek naar wat Groot-Brittannië groot maakt. De reeks *California Love* blikte terug op een halve eeuw Californische muziekgeschiedenis.
- Klara verlaagde de drempel voor klassieke muziek met de verbreedde publieksevenementen *Klara in deSingel* en *Iedereen Klassiek* en het YouTube-kanaal *Iedereen Klassiek*. In *Berg & dal* en *Trio* werden tijdens het weekend tal van cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema's aangesneden en waren sleutelfiguren (en ook wetenschappers) uit verschillende domeinen van de Vlaamse samenleving te gast.
- Ook VRT NWS en Sporza speelden een educatieve rol. Ze meldden niet alleen de feiten van de dag, maar brachten ook duiding bij het nieuws met achtergrondinformatie (zoals geschiedenis). Zo gaven ze de mediagebruikers meer inzicht in maatschappij en wereld. Dat deed VRT NWS ook met *Het vooruitzicht*, een reeks lezingen door VRT-journalisten over diverse thema's uit de actualiteit.

**De VRT werkt,
vanuit haar
educatieve
opdracht, samen
met het onderwijs.**



> Thema-uitzending *De radicale vernieuwers* (Radio 1) over innovatie.

KLAAR

VRT NWS ontwikkelde in 2017 het project KLAAR. Dat is een aanbod van audiovisueel lesmateriaal voor de eerste en de tweede graad van het middelbaar onderwijs. Het bestaat uit korte items over actuele begrippen en thema's, uit de leefwereld van de jongeren of uit het wereldnieuws. De items van KLAAR kunnen worden gebruikt als opstap voor een klasgesprek of inleiding van een lesonderwerp.

De videoclippen worden beschikbaar gesteld via de platformen van het Archief voor Onderwijs en Smartschool. Bij elk item voorziet Het Archief voor Onderwijs extra beeldmateriaal dat leerkrachten kunnen inzetten in de klas om de onderwerpen van KLAAR nog beter te contextualiseren. De verspreiding van de KLAAR-filmpjes startte begin 2018.



OVERLEG

De VRT overlegde regelmatig met andere organisaties over de integratie van maatschappelijke thema's in haar programma's en initiatieven.

Enkele voorbeelden:

- Ketnet overlegde met verschillende organisaties, zoals Awel (voor de fictiereeksen *D5R* en *4eVeR*); de vzw Kies kleur tegen pesten (voor de actie *Move tegen pesten*), Kom op tegen kanker (voor de actie *Pet op tegen kanker*), Sensoa, De gezinsbond, VUB en Thomas More Hogeschool (voor *De dokter Bea show*, zie p. 106) en de Belgische Ontwikkelingssamenwerking (voor *Goed gezien!*).
- Bij Eén zaten de makers van *Thuis* samen met de vzw Aditi over het thema seksuele dienstverlening voor mensen met een beperking. Ze werkten ook samen met Pleegzorg Vlaanderen, de ALS-liga en Kom op tegen Kanker ter voorbereiding van specifieke verhaallijnen over die onderwerpen in de reeks.

- Canvas overlegde onder meer met het Deeltijds Kunstonderwijs (voor de actie *Speel het hard* voor amateurmuzikanten), deBuren (voor *Made in Europe*), het Studiecentrum oorlog en maatschappij (CegeSoma) voor het programma *Kinderen van de collaboratie*, de organisatie Te Gek!? voor de reeks *Gek en geniaal*, de vzw Scriptieprijs voor de PhD Cup en de diverse erkende levensbeschouwingen (voor het platform *Wereldbeeld* over filosofie en levensbeschouwing op Canvas.be).
- Radio 1 overlegde met Wikifin en De Tijd voor *De Grote Spaarenquête* en met De universiteit van Vlaanderen voor de gelijknamige reeks lezingen, samen met de Vlaamse universiteiten, Knack Magazine en de Jonge Academie (zie p. 72).
- Radio 2 werkte onder meer samen met OVAM voor een actie over recyclen, met de Bond beter leefmilieu voor de *Week van de mobiliteit*, en met On Wheels, Toerisme Vlaanderen, Horeca Vlaanderen, Faro, Toekomst en Inter voor de *Week van de toegankelijkheid*.

- Klara overlegde met de onderwijssector voor *Klara zkt. Academie*, een reeks over Vlaamse kunstacademies.
- MNM zette onder meer samenwerkingen op met VIAS voor een actie over veilig rijden en zichtbaarheid in het verkeer, met Technopolis voor de Dag van de Wetenschap, met het onderwijs voor *De strafste school van Vlaanderen* en *Rock 'n Roll Radio Highschool*, en met de VDAB voor de actie *Spread the work* rond solliciteren en werken.

De VRT overlegde regelmatig met de sector en het VAF over het beleid inzake documentaires. Het management overlegde geregeld met producenten. Op het International Documentary Film Festival Amsterdam overlegden VRT-vertegenwoordigers informeel met vertegenwoordigers uit de documentaire sector.

NIET-GEHAALDE NORM

Een keer was er structureel overleg met de sector en het VAF (op 23 juni 2017 bij het VAF met Flanders Doc, vertegenwoordigers van de sector) (norm: 2 keer).



Universiteit van Vlaanderen

In het najaar van 2017 begon de VRT met *De universiteit van Vlaanderen*, in samenwerking met de Vlaamse universiteiten, *Knack Magazine* en de Jonge Academie. *De universiteit van Vlaanderen* wil universitaire kennis zo breed mogelijk verspreiden door colleges van een kwartier van een wetenschapper online te plaatsen op VRT NU.

Die colleges gingen over heel uiteenlopende onderwerpen uit zowel de humane als de exacte wetenschappen. De professoren maakten complexe thema's toegankelijk voor een ruim publiek. De onderwerpen die besproken werden in *De universiteit van Vlaanderen* vormden ook een inspiratiebron voor gasten en onderwerpen in Radio 1-programma's zoals *Nieuwe feiten*, *Interne keuken*, *Hautekiet* en *De bende van Annemie*.

Katleen Bracke Hoofdredacteur Universiteit van Vlaanderen 44 jaar

De universiteit van Vlaanderen is een project dat komt overwaaien uit Nederland. In het bijzijn van een live publiek leggen Vlaamse onderzoekers een boeiend wetenschappelijk thema op een laagdrempelige manier uit. Door die colleges te captureren en online te verspreiden wil de VRT wetenschap toegankelijk maken voor iedereen tussen 15 en 115 jaar oud.

Als hoofdredacteur selecteer ik samen met redacteurs de sprekers. De "beste sprekers" zijn trouwens niet zozeer "de beste onderzoekers". Zij moeten vooral een interessant verhaal kunnen brengen in 15 minuten. Wij vinden die sprekers in onze eigen netwerken of ontdekken hen in interviews of YouTube-filmpjes. Maar ook professoren en universiteiten kloppen bij ons aan. Diverse vakgebieden komen aan bod, van fysica over sociologie tot taalkunde.

De meeste sprekers bereiden zich drie dagen voor op het college, want het moet meer zijn dan een droge PowerPointpresentatie alleen. De professoren kiezen het onderwerp dat ze toelichten en wij bekijken met hen onder meer hoe we hun presentatie kunnen opsmukken, hoe ze op het podium moeten bewegen en welke rekvisieten nodig zijn. De opnames gebeuren voor-

al in grote cafés of populaire zalen. Zo willen we niet alleen jongeren aanspreken, maar ook de professoren uit hun comfortzone halen. Die laatste gedragen zich in een totaal atypische omgeving trouwens meer als podiumdier dan in een aula of cultureel centrum.

We zijn de colleges online beginnen uit te zenden en die aanpak blijkt te werken. Ik dacht in eerste instantie dat we jongeren enkel via Facebook zouden bereiken, maar de colleges worden vooral bekeken via onze website Universiteitvanvlaanderen.be, YouTube en VRT NU. Onze redactie is ook actief op sociale media.

Om de colleges ook op andere platformen en in andere media te laten leven, werk ik nauw samen met Radio 1 en Knack. Ik probeer hen te adviseren welk college in welk programma verder toegelicht of uitgediept kan worden. Soms is het interessant om een debat te starten over een onderwerp. Als een professor op basis van zijn of haar onderzoek nog meer informatie op een toegankelijke manier wil delen, laat ik dat bijvoorbeeld weten aan de redactie van *Hautekiet* (Radio 1). Sprekers met een interessante persoonlijkheid en een brede blik stel ik dan weer voor aan *De bende van Annemie* (Radio1).

"We willen jongeren aanspreken en professoren uit hun comfortzone halen."



AANDACHT VOOR MEDIAWIJSHEID

Mediawijsheid kwam in 2017 geregeld aan bod in allerlei programma's op alle netten. Onder meer *Hautekiet* (Radio 1), *De inspecteur* (Radio 2), *Generation M* (MNM), *Terzake* (Canvas), *Van Gils & Gasten* (Eén) en *Karrewiet* (Ketnet) verwerkten mediawijsheid in de thema's die ze brengen. Ook via de sociale media werden de media-gebruikers actief betrokken.

De VRT werkte in het kader van mediawijsheid regelmatig samen met anderen, bijvoorbeeld met het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid.

Participatieve acties voor doelgroepen

Verskillende doelgroepen werden op hun maat betrokken bij projecten over mediawijsheid.

Enkele voorbeelden:

- Ketnet ontwikkelde samen met Mediawijs en Mediaraven *De schaal van M*, een onlinespel om kinderen van 10 tot en met 12 jaar bewust te maken van hun mediavaardigheden op het internet. Het spel ging onder meer over privacy, cyberpesten en gaming. Via webisodes van de Ketnet-serie *4eVer* werden diverse thema's gecon-

cretiseerd. Zo werkten kinderen een week lang rond (digitale) mediawijsheid. In het kader van het spel dongen meer dan 10.000 kinderen en 500 klassen mee naar de titel van 'Meest mediawijze klas van Vlaanderen'.⁵¹ In de interactieve online community van Ketnet (met meer dan 60.000 actieve accounts) konden kinderen in een veilige omgeving experimenteren met online-media. In de rubriek *Vet op het net* op Ketnet.be kregen zij tips over mediawijsheid. *De Ketnet Jr.-app* werd uitgebreid met toepassingen waarin jonge kinderen op digitale wijze hun ontwikkelingsvaardigheden en ruimtelijk inzicht konden oefenen.

- Bij MNM besteedde het interactieve project *Generation M* (radioprogramma, onlineplatform en community) geregeld aandacht aan veiligheid op het internet. Op de website en Facebookpagina van *Generation M* kregen jongeren de kans om over bepaalde thema's video's te maken. Met *Let's get digital* lanceerde MNM een nieuw evenement om jongeren nog beter de mogelijkheden te leren kennen van de digitale wereld. Tijdens een live-uitzending werd aandacht besteed aan verschillende thema's zoals zelfrijdende auto's, programmeren en muziek- en digitale programmatie. In een nieuwe editie van het scholenproject *Rock*

'n roll radio highschool werkte MNM samen met studenten en docenten uit mediaopleidingen: zes Vlaamse hogescholen kregen zes weken lang een intensieve masterclass in de MNM-studio. Het jongerenmerk werkte mee aan de *Belgian Tube Days*, waar bekende vloggers tips over het maken en verspreiden van videocontent deelden met andere gebruikers. MNM ging samen met het online platform over mediawijsheid sCoolEdu in *De sociaalste school van Vlaanderen* op zoek naar de school die het slimst omging met sociale media en digitale geletterdheid.⁵²

- Met het opleidings- en ervaringstraject *Studio dada* ging Studio Brussel op zoek naar nieuwe talenten op het gebied van radio, video, online en techniek. De kandidaten werden gerekruteerd via speeddates en concrete opdrachten. Vooral op het digitale vlak kregen de nieuwe talenten speelruimte en konden ze hun.

⁵¹ De winnaar werd Klas 6A van de Vrije Basisschool Den Heuvel in Kalmthout.

⁵² De winnaar werd het Lucerna college in Antwerpen-Noord.



> In de Ketnet-serie *4eVer* kwamen diverse "mediawijze" thema's aan bod.

Bij *Generation M* kregen jongeren de kans om over bepaalde thema's video's te maken.

Expeditie



In november 2017 organiseerde de omroep Expeditie VRT. Aan dit evenement namen 300 leerkrachten van het lager en middelbaar onderwijs uit Vlaanderen en Brussel deel. Ze konden in presentaties en interactieve workshops ontdekken wat de VRT voor hen kan betekenen in de klas. De VRT-programmamakers konden dan weer ideeën en inspiratie opdoen bij leerkrachten.



ARCHIEFBELEID

De samenwerking met het Vlaams Instituut voor Archivering (VIAA) werd in 2017 voortgezet, zowel op het vlak van digitalisering van het archief als van de ontsluiting ervan.

Digitalisering

Alles samen werden er in 2017 16.500 audiobanden gedigitaliseerd, zowel radioprogramma's als muziekopnames. De digitalisering van audiofragmenten afkomstig van kwartsduimbanden zal in de loop van 2018 worden afgerond. Er zullen dan in totaal een kleine 100.000 audiobanden (kwartduim) gedigitaliseerd zijn.

Samen met het VIAA worden 78-toerenplaten van unieke opnames uit de jaren 30, 40 en 50 gedigitaliseerd. Het gaat daarbij zowel om commerciële als eigen opnames van concerten en andere audio-opnames. In 2017 werden zo 1.050 plaatkanten gedigitaliseerd.

Op het vlak van video werden 6.000 betacam-banden gedigitaliseerd.



Annotatie

Het gedigitaliseerde archiefmateriaal werd opzoekbaar gemaakt door in het softwaresysteem bij elk woord-, beeld- en muziekfragment minstens één basistrefwoord te noteren. Meer dan 25.000 items werden op die manier opzoekbaar gemaakt in 2017.

Dagelijks groeit het archief ook aan met alle nieuwe radio- en televisiecontent van de VRT. Die wordt voorzien van relevante annotatie om makkelijk opzoekbaar te blijven in de toekomst.

Het archief voor onderwijs

Zeven archivariissen/researchers zochten, in opdracht van het VIAA, materiaal voor het platform 'Het Archief voor Onderwijs'. Eind 2017 bevatte het Archief voor Onderwijs 14.000 VRT-items en waren op het platform meer dan 46.000 Vlaamse leerkrachten geregistreerd, die het gebruikten om hun lessen te helpen illustreren.



> Marc Stassijns, Miel Dekeyser, Gommar Vervust en Piet De Valkeneer (van links naar rechts, van boven tot onder) leven voortaan verder in het VRT-archief.

Jan Noppe
Leidinggevende Archief, Audiotheek, Documentatiedienst en Fotoarchief
 54 jaar

Ik ben de leidinggevende van het archief, de audiotheek, de documentatiedienst en het fotoarchief van de VRT. In het archief bewaren we bijna alles wat er ooit door de VRT is uitgezonden. De audiotheek levert alle muziek voor de programma's. De documentatiedienst verzamelt dan weer persartikels, die als achtergrondinformatie voor programmamakers kunnen dienen. In het fotoarchief bewaren we ten slotte foto's over de geschiedenis van de omroep.

Rond 2005 zijn we ons archief beginnen te digitaliseren. Vandaag is ongeveer 85% van al ons materiaal digitaal beschikbaar. Daardoor kunnen programmamakers ons archief veel sneller en eenvoudiger raadplegen dan vroeger. Destijds moesten ze ons nog vragen een bepaalde band uit de kelder te halen. Nu duiken ze met een paar muisklikken gewoon zelf in het archief.

In totaal hebben wij nu maar liefst 900.000 beeldfragmenten, 240.000 audiofragmenten, 220.000 muziekfragmenten en meer dan 2 miljoen persartikels digitaal ter beschikking.

Vooraf programmamakers raadplegen ons archief, maar ook andere omroepen en externe productiehuisen vragen archiefmateriaal op. We stellen ook veel materiaal ter beschikking aan het onderwijs (zie p. 74).

In het filmarchief bewaren we opnames en programma's vanaf het beginjaar van de Vlaamse televisie (1953) tot eind jaren 80, toen er nog steeds op film werd gedraaid. In onze koele kelders worden ongeveer 50.000 filmdozen bewaard. Daarvan moet nog veel gedigitaliseerd worden. Foto's en opnames op professionele video- en audiobanden zijn bijna allemaal digitaal beschikbaar. Momenteel zijn we ook oude 78-toerenplaten, de oudste grammofoonplaten, aan het digitaliseren.

Jammer genoeg zijn in de jaren 70 en 80 wel veel televisieprogramma's gewist. Dat gebeurde bij de opkomst van video-opnames. De oude videobanden werden opnieuw gebruikt en overschreven. Zo werd er op de aankoop van banden bespaard. Het klinkt logisch, maar daar hebben we nu alleen maar spijt van.



“Vooraf programmamakers raadplegen ons archief, maar ook andere omroepen en externe productiehuisen vragen archiefmateriaal op.”





QUICK-STEP FLOORS

latexco

latexco

QUICK-STEP FLOORS

ANY TEAM TIME TRIAL WORLD CHAMPIONS

LIDL

LIDL

SRAM

BOONER

SRAM

A man with short blonde hair, wearing a dark blue polo shirt and an earpiece, is shown in profile, holding a microphone. He is interviewing a cyclist who is wearing a blue and white jersey with various logos, including 'DL' and 'ST'. The background is a blurred outdoor setting.

3

PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT

Behalve informatie, cultuur en educatie heeft de openbare omroep de opdracht om ontspanning en sport aan te bieden.

Ontspanning heeft een belangrijke functie in de sociale cohesie tussen mensen. De VRT kiest vaak voor ontspannende programma's waarin op een natuurlijke manier informatie, cultuur en maatschappelijke thema's verwerkt zitten. Op die manier kunnen ontspannende programma's een aanleiding zijn om bepaalde thema's bespreekbaar te maken.

Ook sport is een vorm van ontspanning die mensen dichterbij elkaar brengt. De VRT besteedt ruim aandacht aan nieuws en duiding bij sportgebeurtenissen. Dat gebeurt in sportprogramma's, maar ook in andere programma's is er ruimte voor sport. Naast wielrennen en voetbal is er aandacht voor veel kleinere sporten.

3.1

ONTSPANNING

Zowel op haar radio- als op haar televisienetten bood de VRT in verschillende vormen ontspanningsprogramma's aan als aanvulling op haar informatieve, educatieve en culturele programma's.

- Eén zette in op ontspanning met tal van spelprogramma's en fictiereeksen met de bedoeling een zo breed mogelijk publiek te bereiken, zoals *Blokken*, *De 3 wijzen*, *Mag ik u kussen?*, *Tabula rasa*, *Beau séjour* en *Zie me graag*. (zie p. 100)
- Canvas bood ontspanning in de vorm van films en fictiereeksen, waaronder de Vlaamse fictiereeks *Generatie B*, die met humor focuste op het generatieconflict tussen jongeren en babyboomers (zie p. 102).
- Ketnet bood ontspanning op kindermaat aan (zie p. 104). Behalve op de televisie vonden kinderen ontspanningsmogelijkheden op Ketnet.be, waar ze onder andere spelletjes kunnen spelen, en op de Ketnet-app.
- De radionetten brachten, elk voor hun doelpubliek, ontspanning met hun muziekaanbod. Daarnaast boden ze enkele programma's die specifiek gericht waren op ontspanning, zoals de avondshow *Gunther D.* (Studio Brussel), het spelprogramma *De zoete inval* (Radio 2) en *Yes, weekend*, waarmee MNM het weekend inzette.



> De fictiereeks *Generatie B* (Canvas)

In ontspannende programma's was er ruimte voor maatschappelijke thema's.

Aandacht voor maatschappelijke thema's

In verschillende ontspannende programma's op alle tv- en radionetten was ruimte voor maatschappelijke thema's.

Enkele voorbeelden:

- Ketnet integreerde maatschappelijke thema's (vaak in overleg met experten) in verschillende formats zoals documentaires, fictiereeksen en doelgerichte acties. Onder meer volgende thema's kwamen aan bod: langdurige ziektes (bij de acties Nationale Pyjamadag en De pet op tegen kanker), pesten (bij de actie *Move tegen pesten*, in het kinderrechtenprogramma *Generatie K* en in het duidingsmagazine *Karrewiet plus*), milieu (in het nieuwsmagazine *Karrewiet*), en racisme, vluchtelingen, seksualiteit en religie (alle in de fictiereeks *4eVeR*).
- Eén behandelde maatschappelijke thema's onder meer in *Via Annemie*, dat verhalen van persoonlijkheden bracht. *De noodcentrale* en *Spoed 24/7* gaven de Vlaming een blik achter de schermen van respectievelijk de hulpdiensten en de spoedafdeling van een ziekenhuis.
- Op Canvas werden maatschappelijke thema's belicht in bijvoorbeeld *Radio Gaga* (een realityreeks op locatie bij kwetsbare groepen) en de fictiereeks *Generatie B* (over het generatieconflict).
- Radio 1 ging dieper in op maatschappelijke thema's, zoals in het debatprogramma *Hautekiet* en het alternatieve nieuwsprogramma *Nieuwe feiten*.
- MNM behandelde in programma's als *Generation M* thema's vanuit het standpunt van de luisteraar (zoals werkloosheid, pesten en relaties). *GenerationM.be*, een onlineplatform van MNM, sneed thema's aan zoals autisme, sociale media, afkomst en jeugdbewegingen, en gidste jongeren door keuzes en obstakels in hun leven.
- Studio Brussel organiseerde het *Car Free Festival*: op Car Free Day liet Studio Brussel de luisteraars nieuw talent ontdekken met optredens op het openbaar vervoer en in de stations. Er waren live-uitzendingen over De 1000 km tegen kanker, De Dag van de Jeugdbeweging, De Week Van Het Bos, Jong Keuken-geweld en de "studentenwelkoms" in Brussel, Leuven en Antwerpen.

- Radio 2 besprak maatschappelijke thema's in programma's als *De madammen*, onder andere bij het bespreken van nieuwe boeken, *De weekwatchers*, waarin de gebeurtenissen van de voorbije week onder de loep werden genomen, en *De rotonde*, waarin gasten vertelden over bepaalde keuzes die ze in hun leven hebben gemaakt.



HONGERSNOOD 12-12

In maart 2017 werkten VRT, Mediaaan en SBS samen om geld in te zamelen voor het Consortium 12-12 naar aanleiding van de hongersnood in Zuid-Soedan, Jemen, Somalië en Nigeria. Er werd een spot gelanceerd die drie weken lang op alle tv- en radiozenders van de deelnemende mediabedrijven te zien en te horen was. Daarnaast zond de VRT nieuws en documentaires uit over de situatie op Eén, Canvas (*Niemandland*), Ketnet (*Karrewiet*) en VRT NU en er was een speciale aflevering van *Reizen Waes (Eén)* over deze problematiek.

Samen met het Consortium 12-12 organiseerde Ketnet *Klusjes tegen honger*. De actie ging gepaard met het informeren en sensibiliseren van kinderen over de humanitaire ramp.



“Ons actieteam contacteert elke geregistreerde actie van *De warmste week*.”

Ine Vanden Eede - Actiecoördinator *De warmste week van Music For Life* 30 jaar

Al mijn VRT-ervaringen spelen zich af bij Studio Brussel. StuBru is voor mij een heel creatieve en inspirerende werkomgeving. Het klinkt misschien cliché, maar wij vormen een hechte vriendengroep. En *De warmste week van Music For Life* is als het ware de perfecte teambuilding.

Ondertussen ben ik al 5 jaren actiecoördinator van *De warmste week*. Tijdens de eerste editie belden alleen een collega en ik alle actievoerders op. Ondertussen zijn we tot een volwaardig actieteam van vijftien collega's uitgegroeid. Wij doen nu ook meer dan telefoneren alleen. Zo zijn er een viertal zogenaamde “webbies” die de website van *De warmste week* en de sociale media vullen met content.

In de aanloop van *De warmste week* contacteert ons actieteam elke geregistreerde actie. We willen niet alleen weten wat de actievoerders precies doen, maar ook de tijd nemen om hen

persoonlijk te bedanken voor hun inzet. Zij zijn het immers die *De warmste week* elk jaar opnieuw helpen waar te maken.

We sporen vooral straffe, opvallende en emotionele verhalen op die we een podium kunnen geven op radio, televisie of online. Ik merk dat *De warmste week* voor veel actievoerders een soort houvast is, soms zelfs een deel van hun rouwproces. Regelmatig hoor ik personen die iets hebben meegemaakt waarbij ikzelf in een hoekje zou kruipen en niet meer de moed zou vinden om recht te staan. Maar al die mensen staan er wel, ondanks vaak zware tegenslagen. Daar kunnen we volgens mij allemaal kracht en inspiratie uit putten.

Het actieteam gaat tijdens *De warmste week* zelf ook verder voluit! Zeven dagen lang moeten we dubbelplooiën, op adrenaline leven, echt alles geven. Ook dan blijven we elke dag verhalen verzamelen. Dat is supertof! Voor mij is dat de mooiste week van het jaar.

3.2 SPORT



AANBOD

Zowel op tv, online als op de radio kwamen meer dan dertig sportdisciplines aan bod (Radio 1 belichtte 60 sporten⁵³ en *Sportweekend* op Eén 55 sporten⁵⁴). Behalve voor voetbal, wielrennen, tennis, volleybal en basketbal had Sporza (het VRT-aanbodsmerk voor sport) aandacht voor onder meer hockey, schaatsen, skiën, schermen, boksen, karate, darts en triatlon. Ook sporten voor mensen met een beperking kwamen aan bod: er werd verslag uitgebracht van op de Special Olympics en er was aandacht voor de g-sporten voor mensen met een beperking. De VRT had in 2017 meer aandacht voor sportbeoefening door vrouwen dan voorheen met verslaggeving van de nationale vrouwenploegen voetbal, volleybal, basketbal en hockey.

De VRT deed inspanningen om minder bekende sporten te promoten. Samenvattingen van kleinere disciplines werden uitgezonden vlak voor of na populaire sportevenementen (bijvoorbeeld handbal voor of na een grote wielervedstrijd).

Radio

Radio 1 bracht live verslaggeving van tal van sportwedstrijden, onder an-

dere van wielervedstrijden en voetbalwedstrijden (de Champions League voetbal, de Europa League voetbal en de nationale voetbalploeg). Radio 1 bracht naar aanleiding van de Ronde van Frankrijk het themaprogramma *Studio France*. De sportredactie leverde sportnieuws en -analyses op de verschillende radionetten.

Televisie

- Sporza bracht een vast sportblok in de hoofdjournaals op televisie en regelmatig in duidingsprogramma's zoals *De afspraak* (Canvas). *Extra time* was een wekelijks voetbal-praatprogramma dat uitgezonden werd op Canvas. Tijdens de zomer bracht de sportdienst dagelijks verslag uit van de Ronde van Frankrijk in *Vive le vélo* (Eén).
- Behalve wedstrijdverslagen waren op de televisienetten ook andere programma's over sport te zien, zoals *De kledkamer* (een gesprekkenreeks met ex-voetballers en ex-wielrenners) en *Belga sport* (documentaires over nationale sporthelden en -gebeurtenissen). Op VRT-Televisie waren er onder andere *Kroonprinsen* (een reeks over het leven van veldrijders), de reeks *DNA Nys* (over

ex-velddrijder Sven Nys en zijn zoon) en documentaires over de Red Flames, de Special World Winter Games, de Davis Cup-ploeg en over Tom Simpson (naar aanleiding van het vijftigjarig overlijden van de wielrenner).

Uitgebreid aandacht ging naar het afscheid van Tom Boonen (onder andere met een reeks *Alles voor de koers* (Eén) en een special *Alles voor Tom* (Eén)).

- Ten slotte kwam ook in andere televisieprogramma's zoals *Van Gils & gasten* (Eén), *Iedereen beroemd* (Eén) en *De zevende dag* (Eén) sport aan bod.

Online

Online was er verslaggeving van tal van sporten, achtergrondinformatie, uitslagen en klassementen. Via de *Sporza-voetbal-app* konden mediagebruikers vanaf december 2017, tegen betaling, snel de doelpunten of andere markante gebeurtenissen van een wedstrijd (zoals kansen en kaarten) bekijken en dit binnen een korte tijdsspanne na de gebeurtenis, tot een uur na de wedstrijd. Daarnaast bleven de onlinebeelden van de wedstrijden gratis aangeboden worden zoals voorheen (via Sporza.be en via de Sporza-app).

> In *Voor de ronde* (Canvas) experimenteerde de VRT met "slow television" en nieuwe opnametechnieken.



53 American football, artistieke gymnastiek, atletiek, autosport F1, autosport rally, baanwielrennen, baseball, basketball, beachvolleybal, biljarten, bobslee, boksen, darts, duatlon, e-gaming, gewichtheffen, golf, handbal, hockey, ijshockey, judo, kajak, korfbal, kunstschaatsen, lacrosse, mixed martial arts, motorcross, motorsport snelheid, mountainbike, muurklimmen, paardensport, paralympische atletiek, petanque, roeien, rolstoel-dansen, rolstoeltennis, rugby, shorttrack, skeeleren,

skeleton, skiën, snelschaatsen, snooker, snowboard, taekwondo, tafeltennis, tennis, trial, triatlon, ultralopen, veldlopen, veldrijden, voetbal (ook vrouwenvoetbal), volleybal, waterpolo, waterski, wielrennen, zaalvoetbal, zeilen en zwemmen.

54 American Football, atletiek, autosport, baanwielrennen, basketball, beachvolleybal, biljarten, BMX, boksen, cricket, dansen, darts, duiken, e-sports, formule 1, gewichtheffen,

Golf, gymnastiek, handbal, hockey, ijshockey, judo, karate, kooivechten, korfbal, lacrosse, langlaufen, motorcross, motoGP, mountainbike, paardensport, parkour, rally, roeien, rugby, schaatsen, schaken, skeeleren, skiën, snowboard, taekwondo, tafeltennis, tennis, triatlon, veldlopen, veldrijden, vissen, voetbal, volleybal, wielrennen, wiezen, worstelen, zaalvoetbal, zeilen en zwemmen.

**De VRT had
meer aandacht
voor sportbeoefening
door vrouwen.**

VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was host broadcaster voor de Memorial Van Damme en de Vlaamse wielerklassiekers. Samen met de RTBF was de openbare omroep host broadcaster voor de thuiswedstrijden van de nationale voetbalploeg. Samen met RTL en Telenet was de VRT host broadcaster voor de thuismatches van de Belgische clubs in de Europa League.

Daarnaast stonden VRT-medewerkers in een EBU-team in voor de captatie van beelden van het Europees kampioenschap wielrennen op de weg in Denemarken.

David Naert - Eindredacteur Sport 48 jaar

Ik ben 21 jaar in dienst als sportverslaggever, -presentator en -redacteur voor de radio. Ik ben ook "eindredacteur sport" voor de televisiejournals. Sinds 2007 focus ik mij vooral op de coördinatie van alles wat te maken heeft met sport op de radio.

Mijn job verandert dus voortdurend. Ook de dagelijkse invulling ervan ligt nooit vast. Geen enkele dag verloopt precies zoals ik het op voorhand zou hebben voorspeld. Dat is net de charme van de sportjournalistiek. Ik kan de werkdag 's morgens met bepaalde plannen beginnen, maar dan gebeurt plots iets wat mijn dag volledig omgooit. Mijn job blijft daardoor elke dag boeiend.

Tijdens de wereldkampioenschappen atletiek in Londen werd ik er bijvoorbeeld opnieuw aan herinnerd dat nieuws soms helemaal anders uitdraait. Op het WK liep Usain Bolt, de beste sprinter allertijden, zijn laatste honderd meter. Maar het werd een anticlimax voor hem: Bolt raakte in de laatste honderd meter van de estafette geblesseerd en haalde de finish niet. Dat dramatische einde

van zijn carrière en tegelijk een echt sporthoogtepunt zal ik nooit vergeten.

Op zulke sportwedstrijden en -evenementen verbreederen spontaan de sportredacties van radio, televisie en online. De voorbije jaren is het besef gegroeid dat we meer samen aan de slag moeten gaan. Een voorbeeld van een goede samenwerking is de Ronde van Italië. Daarvan hadden we in 2017 geen uitzendrechten voor televisie meer. Daarom werd een verslaggever naar Italië gestuurd. Hij heeft zowel op radio, als op televisie en online verslag uitgebracht van het wielerevenement. Het verlies van rechten hoeft dus niet per se een tegenslag te betekenen. De sportredacties werken meer samen, bespreken samen onder meer de aanpak van interviews en coachen elkaar.

Qua radioverslaggeving proberen we meer online actief te zijn. We hebben wel al podcasts, maar willen ook meer delen op de sociale media. Volgers op de sociale media luisteren misschien niet naar Sporza op Radio 1. Via de digitale platformen kunnen we hen toch bereiken. Zo slagen we toch in onze missie.

**"De sportredacties
werken meer
en meer samen
over de media-
platformen heen."**





“Als cameraman is het onvermijdelijk dat je te maken krijgt met ethische dilemma’s.”

Bart Vansteenbrugge – cameraman
48 jaar

Ik werk al meer dan 15 jaar voor de VRT als motorcameraman voor de koers. De koers is niet alleen mijn werk, het is mijn passie, het is mijn hobby, het is mijn alles.

Ik beschouw het mooi in beeld brengen van de sport als de grootste uitdaging van mijn job. Dat is niet altijd evident. Je zit op de motor, het is volle koers, je krijgt te maken met vlucht-heuvels en kasseien. Soms spelen de weersomstandigheden ook niet altijd in je voordeel. Maar we proberen een wedstrijd zo goed mogelijk in beeld te brengen zodat de mensen thuis volop kunnen genieten van de koers.

Als cameraman is het onvermijdelijk dat je soms te maken krijgt met ethische dilemma’s. Wat mag je nu wel, en niet vastleggen op camera? Dat zijn vragen waar we elke dag voor staan. Soms krijg je echter te maken met een zeer ernstige valpartij. Je kunt niet iemand die zwaargewond is, blijven filmen. Dat is onethisch. Helaas kunnen we ook niet altijd helpen. Zeker voor

ons op motor 1, waar we het peloton achter ons hebben fietsen, kunnen we niet anders dan doorrijden.

De VRT is al heel lang koploper in het brengen van wielerverslagen op de motor. Het is werkelijk een samenwerking van een hele ploeg, niet enkel van de cameramannen. Daarbovenop helpen we mee de motors ontwikkelen, zodat we op een optimale manier kunnen werken. We blijven ook met kwalitatief hoogstaand materiaal werken. We werken nog steeds met groot en zwaar materiaal, in vergelijking met bijvoorbeeld de Italianen, en dat resulteert in een betere beeldkwaliteit. Ten slotte blijven we steeds bescheiden en ontvankelijk voor kritiek van de UCI.

Het camerateam blijft successen boeken en dat uit zich ook in het aantal boekingen. We zijn niet alleen gevraagd voor de Europese Spelen voor de komende paar jaar, maar ook voor het Wereldkampioenschap voor de komende zeven jaren.

De aanbodsmerken van de VRT zijn: Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel, MNM, VRT Nieuws en Sporza. Deze merken hebben een eigen missie, gericht op een bepaalde doelgroep of een specifiek domein. Ze vervulden in 2017 op complementaire manier de publieke opdracht van de openbare omroep, met bijzondere aandacht voor informatie, cultuur en educatie. Ze werkten aan verschillende uitdagingen, zoals de verdere digitalisering van het aanbod, het beter bereiken van jongeren en het streven naar kwaliteit en diversiteit in het aanbod.

Het overkoepelende merk VRT fungeerde als een kwaliteitslabel dat werd ingezet om het onderscheidend karakter van het aanbod en de activiteiten van de publieke omroep te onderstrepen. Dat gebeurde bijvoorbeeld door het koepelmerk meer naar voren te schuiven in de communicatie met het publiek en in het digitale aanbod. Zo werd de merknaam VRT gebruikt in de nieuwe website Vrtnieuws.be (zie p. 49) en het online-platform VRT NU (zie p. 110).



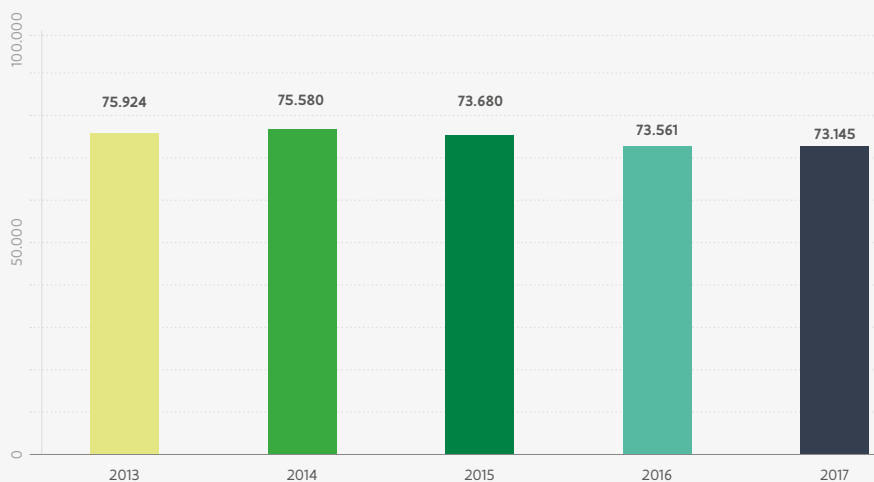
DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS DIGITAAL KOEPELMERK





Evolutie totale radio-output VRT-radio (in uur) (2013-2017) ⁵⁵

Bron: VRT



ZENDTIJD VRT-RADIO

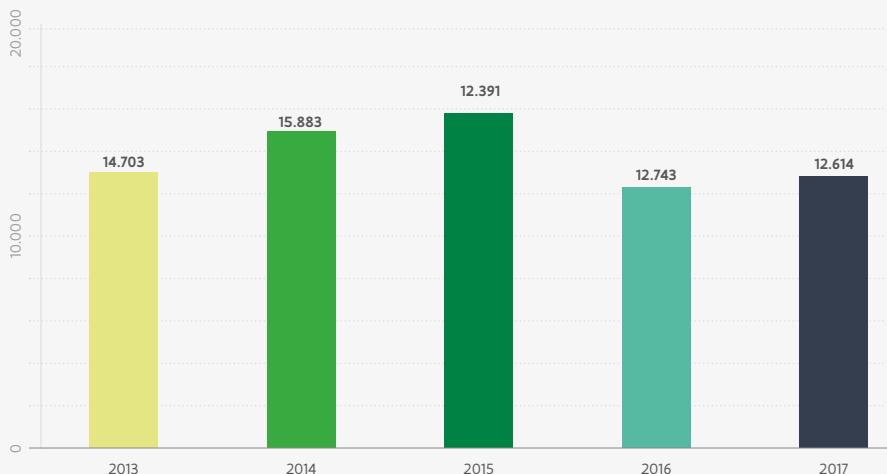
De VRT zond in 2017 73.145 uren aan radio-output uit. Dat is een daling van 416 uur ten opzichte van 2016, toen 73.561 uren uitgezonden werd. Die daling komt doordat Radio 2 in 2017 met gedifferentieerd nieuws ⁵⁶ begon. Daardoor vielen de regionale nieuwsberichten weg om 9 u, 10 u, 11 u, 14 u, 15 u en 16 u. Netto leverde dat minder uitzenduren van Radio 2-output op.

⁵⁵ Radio-output: de som van het totaal aantal uitzenduren per radiomerk (Radio 1, Radio 2, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel, Nieuws+) (Exclusief Ketnet Hits dat elk jaar goed was voor 156 uren radio-aanbod dat in "loop" werd aangeboden via het internet.). De regionale programma's van Radio 2 die vanuit de verschillende regio's worden uitgezonden, zijn inhoudelijk verschillend van elkaar en worden om die reden elk apart meegeteld.

⁵⁶ Voorheen waren de nieuwsuitzendingen van Radio 2 en Radio 1 dezelfde. Sinds 18 april 2017 kregen beide netten een eigen nieuwsuitzending. Deze van Radio 2 bevatten meer berichten uit de verschillende Vlaamse regio's.

Evolutie totale televisie-output VRT-televisie (in uur) (2013-2017) ⁵⁷

Bron: VRT



71,0% van de zendtijd in primetime op Eén en Canvas bestond uit Vlaamse producties.



< Loslopend wild en gevogelte (Eén)

ZENDTIJD VRT-TELEVISIE

- In 2017 was het aantal uren nettoprogrammazendtijd voor VRT Televisie 12.614 uur. Dat is een afname met 1,0% (of 129 uur). Deze daling is mede te verklaren door het wegvallen van de uitzendingen van de Olympische Spelen (die er wel waren in 2016).
- De televisiekanalen zonden 4.181 uur aan Vlaamse televisieprogramma's voor het eerst uit, ten opzichte van 4.660 uur in 2016 (-10,3%). In 2017 was van alle programma's die voor het eerst werden uitgezonden (in totaal 5.468 uur), 76,5% een Vlaamse productie (in 2016 was dat 77,4% op een totaal van 6.019 uur).
- Inclusief herhalingen zonden de VRT-televisienetten 7.844 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 8.164 uur in 2016). 62,2% van de nettoprogrammazendtijd was dus een Vlaamse productie (ten opzichte van 64,1% in 2016).

Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties op Eén tussen 18 en 23 uur was 80,7% (ten opzichte van 84,0% in 2016). Bij Canvas bedroeg dat 58,8% (voor producties tussen 19 en 23 uur) (ten opzichte van 59,5% in 2016). Voor Eén en Canvas samen was dat 71,0% (ten opzichte van 72,8% in 2016). Dat is boven de 65%-norm (voor Eén en Canvas samen). ⁵⁸

57

Nettoprogrammazendtijd: het totaal aantal uitzenduren via de VRT-televisiekanalen (Eén, Canvas en Ketnet) exclusief de herhalingen in lusvorm, de uitzending van TV-Brussel, *Music For Life*, lentebeelden, zomerbeelden, herfstbeelden, winterbeelden, (beeld)storingen, *De rolkrant* (Canvas), uitzendingen van de radio-netten (beelden uit de radiostudio, bijvoorbeeld *De madammen* van Radio 2) en enkele andere uitgezonden fragmenten/beelden (zoals opsporingsberichten en pancartes).

58

Bron: CIM-televisie



MISSIE:

Radio 1 is de actuazender in Vlaanderen die zijn luisteraars prikkelt en inspireert met nieuws en duiding, en programma's rond cultuur, maatschappij en wetenschap.



< Radio 1 trok met *De stemming* langs Vlaamse gemeenten. 1 jaar voor de gemeenteraadsverkiezingen.



< 200ste aflevering van *Touché*

Met programma's als *De ochtend* en *De wereld vandaag* bracht Radio 1 de hele dag door actua en duiding. Naast de vaste dagelijkse afspraken waren er ook extra uitzendingen over de inauguratie van de Amerikaanse president Trump, de Franse, Nederlandse en Duitse verkiezingen, en 60 jaar Europa (Verdrag van Rome). Om het nieuwsaanbod van Radio 1 te versterken werd *De ochtend* vanaf april ook uitgezonden op zondag (in plaats van *Bar du matin*) en vanaf september ook op zaterdag (in plaats van *Bonus*). In oktober trok Radio 1 met het project *De stemming* langs verschillende Vlaamse gemeenten om te peilen naar de verkiezingsthema's (van de gemeenteraadsverkiezingen in 2018).

Maatschappelijke onderwerpen zoals milieu, zorg, mens en maatschappij, welzijn, gezondheid en wetenschap kwamen aan bod in programma's als *Hautekiet*, *De bende van Annemie* en *Nieuwe feiten*. *Interne keuken* en *Touché* maakten ruimte voor diepgaande gesprekken met socio-culturele, maatschappelijke en

wetenschappelijke prominenten. *Touché* ging daarbij dieper in op zingeving en levensbeschouwing.

Cultuur werd geïntegreerd in de hele programmering van Radio 1, met aandacht voor de cultuuractualiteit in de nieuws- en duidingsprogramma's *De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus* (tot augustus) en in de cultuurmagazines *Bar du matin* (tot maart) en *Culture club* (vanaf maart), de radioversie van het gelijknamige Canvas-programma.

Sport bleef in 2017 een van de pijlers van Radio 1, met onder meer veel aandacht voor de Ronde van Vlaanderen, de Ronde van Frankrijk (*Sporza tour*), het WK atletiek en de finale van de Davis Cup Tennis.

Op muziekgebied bracht Radio 1 een mix van hedendaagse en klassieke pop en rock met extra aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige producties en met ruimte voor diversiteit in genres als folk, blues, jazz, soul, country en wereldmuziek.

DIGITAAL AANBOD

Radio 1 zette in 2017 nieuwe stappen om zijn missie digitaal te realiseren, met de actualiteit als speerpunt. Zo bleek het programma *Hautekiet* online een motor van het maatschappelijk debat, met onder meer vaste columnisten, interactieve toepassingen, animaties en video's. Nog meer digitaal verrijkte content was er met een dialecttest naar aanleiding van *De Week van het Nederlands*, video-content bij de verkiezing van de *Belpop 100* (de opvolger van *De 100 op 1*) en een Spotifylijst⁵⁹ van de suggesties uit *De zomer van...*

Radio 1 lanceerde nieuwe afleveringen van de podcasts *Iemand* (over gewone mensen met buitengewone verhalen), *Wanderland* (gesprekken met muzikanten tijdens een wandeling) en *Mastertrack* (het verhaal achter bekende en interessante liedjes). Ze behoorden tot de meest gedownloade podcasts in Vlaanderen. Gloednieuwe podcastreeksen waren *In mijn hoofd* (over "afwijkingen" in onze hersenen), en *Odyseus*.

In *Eén jaar later, 10 getuigenissen rond 22 maart* bracht Radio1.be videoportretten van mensen die betrokken waren bij de terreuraanslagen in Zaventem en Maalbeek.

ACTIES & EVENEMENTEN

Radio 1 organiseerde in 2017 tal van acties en evenementen, vaak in samenwerking met de culturele sector (o.a. literatuur, film, theater en podiumkunsten), de muziek-, de sport- en de mediasector. Externe partners uit het middenveld participeerden aan uitzendingen of projecten over maatschappelijke thema's.

Enkele voorbeelden:

- *Hautekiet* maakte thema-uitzendingen om de luisteraars te informeren of te sensibiliseren over thema's zoals mobiliteit en de fileproblematiek (*Stop 30* en *Het pendelpeloton*), zorg (in samenwerking met Dag van de zorg), geld (in samenwerking met Wikifin en De Tijd) en innovatie (*De radicale vernieuwers*).
- Radio 1 lanceerde het project *De grote levensvragen*: een zoektocht naar vragen waar Vlamingen van wakker lagen (zie kaderstuk).
- Radio 1 en Canvas zochten samen met de Vlaamse cultuur liefhebbers een week lang naar de vijf Belgische kunstwerken die we zeker een keer in ons leven gezien moeten hebben (*Culture club canon: 5 om te zien*).
- Radio 1 had aandacht voor poëzie. Op 22 mei 2017 was er een speciale

herdenkingsdag naar aanleiding van de 20ste verjaardag van het overlijden van Herman De Coninck. In elk programma van Radio 1 werd die dag een gedicht van de auteur voorgelezen. Er was ook een speciale aflevering van *Bonus*, rond de nieuwsgedichten die Vlaamse dichters in dat programma wekelijks maakten over de actualiteit. Tijdens de Boekenbeurs van Antwerpen focuste *Touché* op literatuur en *Interne keuken* op non-fictie.

- Radio 1 was partner van De universiteit van Vlaanderen (in samenwerking met de Vlaamse universiteiten, Knack Magazine en de Jonge Academie) (zie p. 72).
- Radio 1 zond geregeld programma's uit op locatie, bij bijzondere gelegenheden zoals de viering van 200 jaar Gentse universiteit of 25 jaar sluiting van de Limburgse mijnen.
- Voor het tweede jaar op rij ging Radio 1 samen met de Vlaamse en Nederlandse luisteraars op zoek naar de beste muziek uit de Lage Landen. *De Lage Landenlijst* werd afgesloten met een *Radio 1-sessie* in De Roma in Antwerpen. Er waren ook *Radio 1-sessies* van Ozark Henry, Spinvis en Raymond van het Groenewoud, en themasessies gewijd aan Belpop, David Bowie en Leonard Cohen.



< Opname campagnespots *De grote levensvragen*.

DE GROTE LEVENSVRAGEN

In *De grote levensvragen* ging Radio 1 in september en oktober 2017 op zoek naar vragen die de Vlamingen bezighielden. Het uitgangspunt was een peiling bij 1.000 Vlamingen. Het was het eerste onderzoek van die aard en het werd uitgevoerd door Why5Research in samenwerking met Radio 1, Lannoo en De Standaard. De belangrijkste levensvraag voor Vlamingen bleek te zijn: "Hoe kan ik lichamelijk gezond blijven?". De vijf belangrijkste levensvragen hadden trouwens allemaal betrekking op persoonlijke gezondheid en geluk. Daarna volgden vragen over veiligheid

en onzekerheid, over betekenis en engagement, en geloof en spiritualiteit.

Het programma *Hautekiet* besteedde een week lang dagelijks aandacht aan de resultaten van het onderzoek. *Touché* ging de hele maand oktober op zoek naar antwoorden op de grote levensvragen. Op Radio1.be werden de luisteraars uitgenodigd om meer inzicht te krijgen op hun eigen houding tegenover bepaalde levensvragen. Dagelijks was er een Facebook Live met de centrale gast van *Hautekiet* en een column over *De grote levensvragen*. Er volgde ook een theatertour en een boek over *De grote levensvragen*.



MISSIE:

Radio 2 is een optimistisch ontspanningsnet dat de wereld veraf en dichtbij helpt te begrijpen en houvast biedt.



< Zomerhit

De regionale redacties van Radio 2 versterkten hun verankering in de regio met losse reporters en verhalen uit de eigen provincie. Ze zetten zelf nieuws op de agenda, onder meer over wantoestanden in een woon- en zorgcentrum in Wijschate, het probleem van asbest op containerparken of de afbraak van de Fordgebouwen in Genk. De regioedacties hadden ook aandacht voor regionale economische ontwikkeling. Ze belichtten bijvoorbeeld in 2017 de activiteiten van zo'n 200 bedrijven.

Radio 2 werkte in 2017 aan een nog betere afspiegeling van de Vlaamse samenleving. In de nationale programmering hadden verschillende programma's extra aandacht voor diversiteit, onder meer *De madammen* (de rubrieken *Aan tafel* en *Verhalen van Ish*) en *De inspecteur* (smaakttests met bekende nieuwe Vlamingen over de producten van de toekomst).

Populaire cultuur en lifestyle kwamen aan bod in programma's als *De madammen*, *De weekwatchers*, en *De rotonde*. *Spits* bracht wekelijks een film- en sportrubriek. *De madammen* besteedde geregeld aandacht aan klassieke muziek.

De inspecteur focuste op de bewustmaking van consumenten, het oplossen van consumentenproblemen en de responsabilisering van beleidsmakers en bedrijven, onder meer over de huur van telefoontoestellen. Het programma besteedde geregeld aandacht aan wetenschappelijke onderwerpen, bijvoorbeeld in een wekelijkse rubriek in samenwerking met Technopolis waarin consumentenvragen op een wetenschappelijke manier werden uitgelegd, en een wekelijks overzicht van de nieuwste gadgets.

Radio 2 had in 2017 een uitgesproken Nederlandstalig en Vlaams muziekprofiel (zie p. 64).



< Radio 2 vierde 30 jaar Clouseau. + De 1000 klassiekers deelden een gouden plaat uit aan een luisteraar.

< Urbanus kreeg een plaats in *De eregalerij*.

DIGITAAL AANBOD

Radio 2 vernieuwde zijn website, met speciale aandacht voor het aanbod van regionaal nieuws en een betere mobiele beleving.

Radio 2 optimaliseerde in 2017 het online regionieuws en de digitale ontsluiting van de regionale content op de eigen platformen, via VRT NWS en via externe (nieuws)sites. Het net experimenteerde met het publiceren van regionale nieuwsberichten in lokale Facebookgroepen.

Het digitaal platform *Aha!* (met allerlei nuttige tips) werd geïntegreerd in de Radio 2-website.

Verschillende campagnes werden gelanceerd door middel van een digitaal luik (o.a. *Het grote afvalonderzoek* en *De week van de jaren 80*).



ACTIES & EVENEMENTEN

Radio 2 organiseerde en ondersteunde zowel regionaal als nationaal tal van acties en evenementen in uiteenlopende domeinen: maatschappelijk welzijn, cultuur, muziek, sport, economie, gastronomie en toerisme. De vijf regionale redacties werkten daarvoor vaak nauw samen met andere partners en provinciale actoren zoals de verschillende provinciebesturen, Westtoer, Toerisme Limburg, sportclubs, KU Leuven, Ugent, Technopolis en de Brusselse musea.

- In *Het grote afvalonderzoek* onderzocht Radio 2 samen met OVAM de afvalgewoontes in Vlaanderen met het oog op bewustwording en sensibilisering over sorteren en recycleren.
- In het voorjaar werd een *Week van de toegankelijkheid* gehouden. Radio 2 mobiliseerde zijn luisteraars om "rosse" centen te doneren voor de actie Iedereen tegen kanker.

- *De Radio 2 tuindag* in Bokrijk werd door 21.000 tuinliefhebbers bezocht.
- Radio 2 zette in juni mee de nieuwe nv Vlaamse Waterweg op de kaart met live-uitzendingen over waterwegen in heel Vlaanderen.
- De actie *Verdiend verlof* was een samenwerking met Logeren in Vlaanderen vakantieland. Voor die actie mochten luisteraars via de website mensen nomineren die 'verlof verdienden'.
- *Radio 2 trakteert* vond plaats op een markt in Roeselare. Het "feelgood"-evenement waarbij de luisteraars getrakteerd werden op oliebolletjes, werd afgesloten met een optreden van Laura Tesoro.
- Radio 2 was partner van Brussel Danst, met de *Vlaamse 100* op 11 juli, live vanop de Grote Markt in Brussel. Het Radio 2-publiek kon daarnaast op locatie genieten van de muziekshows *De eregalerij* in Oostende en

- Zomerhit* in Blankenberge. Voor *De 1000 klassiekers* organiseerde Radio 2 in tal van Vlaamse steden en gemeenten de *1000 klassiekers on tour*. Samen met de Sportpaleisgroep werkte Radio 2 mee aan de Cultuurmarkt Antwerpen via het programma *Tussen pot en Pinte*.
- *De madammen* schonk aandacht aan de *Dag van de Wetenschap* met bijdragen over onder andere robottechnologie.
- Radio 2 ondersteunde allerhande sportieve evenementen en ging op zoek naar de *Strafste supporter van Club Brugge* naar aanleiding van de 126ste verjaardag van de Club.
- *Spits* trok de *Week van de mobiliteit* mee op gang, samen met de Bond Beter Leefmilieu.



MISSIE:
Slow radio om de beleving van kunst, klassiek en jazz te stimuleren.



Onder het motto 'Iedereen klassiek' wilde Klara in 2017 zo veel mogelijk mensen warm maken voor klassieke muziek. Klara zette ook in op diversiteit in het muzikaanbod, met jazz, wereldmuziek en experimentele muziek. Het net verankerde structurele cultuurafspraken in het zendschema en bracht cultuurspecials, acties en evenementen als organisator of als partner.

Programma's als *Maestro*, *Promenade*, *Klassiek leeft* en *Boetiek klassiek* focusten op het grote klassieke repertoire en de muziekactualiteit. *Django* zorgde voor een mix van klassiek, wereldmuziek en jazz. *Late night* bleef de plek voor 'andere' muziek, zoals hedendaagse jazz, hedendaags klassiek, experimentele muziek, wereldmuziek en muziek van diverse afkomst. *Take 7* op vrijdag en *Round midnight* op

zondag brachten het jazzrepertoire, met aandacht voor onder meer de 75ste verjaardag van Philippe Cathérine. Hedendaagse jazz en de jazzactualiteit vormden de kern van *Late night jazz* op maandag, met onder andere een live verjaardagsconcert voor Thelonious Monk. De 100ste verjaardag van de jazz werd op passende wijze gevierd met een marathonuitzending. Een klassiek hoogtepunt was de *Klara top 100* (de top 100 van klassieke muziekstukken samengesteld door de luisteraars).

Klara live bleef in 2017 een vast afspraakmoment voor concerten, met een mix van eigen opnames en EBU-opnames. *Klassiek leeft*, *Maestro*, *De liefhebber*, *Iedereen klassiek* en het nieuwe programma *Uit de 1000* brachten klassieke muziek op een verbredende en ontdekkende manier tot bij de klassieke-muziek liefhebber. *Walden* bood rust en schoonheid met een bloemlezing uit woord en muziek van de middeleeuwen tot nu.

Klara vestigde in 2017 via muzikale reeksen en thematische uitzendingen aandacht op verschillende muzikale genres, componisten en stromingen. Zo waren er muzikale series over Philip Glass en Claudio Monteverdi. J.S. Bach stond centraal in de eindejaarsreeks *Iets met Bach* en zijn cellosuites in een

marathonuitzending naar aanleiding van de Koningin Elisabethwedstrijd voor cello. De reeks *The Magnificent Seven* portretteerde zeven beloftevolle muzikanten. *La vie est Riguelle* belichtte het oude en het nieuwe chanson. *Cinema Paradiso* was een zomerprogramma rond filmmuziek.

Het kunstprogramma *Pompidou* stond stil bij diverse kunst disciplines met gasten uit de culturele actualiteit, vaste experts en aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. Het programma bevatte ook thematische uitzendingen, onder meer over de biënnale van Venetië, Documenta in Kassel, Charlie Chaplin, Edgard Tytgat, Tom Lanoye en Stefan Hertmans. *Trio* bracht een serie van vijf afleveringen over nieuwe academische wonderkinderen. De serie *Luther, begot* ging op zoek naar de ziel en beweegredenen van de theoloog en hervormer.

Andere reeksen over culturele onderwerpen waren *Trojka*, over de verjaardag van de Russische revolutie, *Op wandel met monsieur Magritte*, naar aanleiding van de 50ste verjaardag van diens overlijden, *Een gehucht in een moeras*, over het Brussel van Marc Didden, *Stiff Upper Lips*, over het Verenigd Koninkrijk in tijden van Brexit, en *Looking for Jane*, over Jane Austen.



KLARA CONTINUO

Klara continuo is een digitale afgeleide van Klara en bracht 24 uur op 24 klassieke muziek. Het was digitaal te ontvangen via internet, DAB (vanaf 17 oktober 2017 DAB+), DVB-T en digitale televisie.



ACTIES & EVENEMENTEN

Klara organiseerde in 2017 acties en evenementen rond klassieke muziek, kunst en cultuur. Het net werkte daarvoor vaak samen met allerhande culturele partners en instellingen. Zo waren er samenwerkingen met Bozar, Flagey, de Munt, Concertgebouw Brugge, deSingel, de Boekenbeurs van Antwerpen, STUK, AMUZ, MUHKA, Muzee, Passa Porta en vele andere.

- *Pompidou* en *Happy Hour* werden meermaals uitgezonden vanuit culturele ontmoetingsplaatsen, zoals Muzee, het ModeMuseum van Antwerpen, het Rubenshuis, de Jubelparkmusea en Museum M. *Klara Live* was geregeld te gast in een van de grote concerthuizen, zoals Bozar, De Munt, Flagey, Concertgebouw Brugge en deSingel.
- *Klara in deSingel* was een verbredend publieksevenement over klassieke muziek, jazz, wereldmuziek en muziektheater. Bij die gelegenheid werden ook de Klara's (de Vlaamse muziekprijzen voor klassieke muziekproducties in samenwerking met Kunstenpunt) uitgereikt.
- De vijfde editie van *Iedereen Klassiek* in Brugge was een feest van de klassieke muziek voor een ruim publiek.
- Het *Klarafestival* in Bozar had in 2017 als thema "Home Sweet Home", met muziek over migratie, verplaatsing, ballingschap, identiteit en diversiteit.
- Klara besteedde uitgebreid aandacht aan de Koningin Elisabethwedstrijd (zie p. 57).
- Klara was in 2017 partner van Jazz Middelheim.
- De tweede editie van *Klara zkt. Academie* bracht live-uitzendingen vanuit toonaangevende kunstacademies in Vlaanderen, onder meer die van Borgerhout met haar specifieke multiculturele context.
- Klara werkte mee aan *Thomas speelt het hard* (zie p. 103).



< Mark Janssens interviewt Sigiswald Kuijken.

DIGITAAL AANBOD

Klara zette in 2017 meer in op de sociale media met extra aandacht voor de inhoud, stijl en vormgeving van de berichten op Facebook.

Het nieuwe YouTube-kanaal *Iedereen klassiek* gidste - net als het gelijknamige programma - beginners en leken, maar ook alle andere liefhebbers door de wereld van de klassieke muziek.

Klara bood verschillende muzikale lijsten aan op Spotify. Voorts was er blijvende aandacht voor podcasts zoals *Kant en klaar*, over filosofie, kunst en cultuur. De Klarafy-tool⁶⁰ werd in 2017 meermaals bekroond.

60

Klarafy laat de gebruikers kennismaken met klassieke muziek door hun favoriete populaire muziek via Spotify te vertalen naar suggesties voor klassieke muziek.



MISSIE:
MNM creëert een ontspannende omgeving voor jonge mensen, die elkaar op weg helpen in een complexe maatschappij.



MNM is voor veel jonge luisteraars een toegangspoort tot het aanbod en het nieuws van VRT. MNM speelt een specifieke rol in in de merkenportefeuille van de VRT: het profiel en het aanbod van de zender zijn uniek en het merk richt zich tot een specifieke bevolkingsgroep die anders door de VRT niet zou bereikt worden. MNM bereikte via de verschillende platformen in 2017 27,1% van de Vlamingen op weekbasis (ten opzichte van 25,5% in 2016) ⁶¹. Via MNM bereikte VRT in 2017 op weekbasis 617.140 Vlamin-

gen die de openbare omroep anders niet zou hebben bereikt. Daarvan waren er 244.888 jonger dan 24 jaar. MNM ondersteunt jongeren en helpt hen op weg in onze maatschappij. De band met scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen wordt versterkt met een aanbod dat focust op participatie rond maatschappelijke debatten en acties.

MNM bracht in 2017 elk uur van de dag nieuws op maat van jongeren, samen met VRT NWS. Daarnaast waren er in *De grote Peter van de Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock* om het half uur korte nieuwsuitzendingen. Geregeld zoomde MNM in op belangrijke gebeurtenissen en werden specifieke thema's behandeld, zoals onderwijs, seksualiteit, discriminatie, armoede, stedelijke cultuur, ziekte en handicap, mentale gezondheid, digitalisering, sociale media, de metoo-beweging, mobiliteit en klimaat.

In het programma *Generation M* behandelde MNM relevante thema's vanuit het standpunt van de luisteraars, zoals studeren, werken, werkloosheid, relaties en jongerencultuur.

MNM had aandacht voor grote en kleine sporten. Zo bracht het net een aantal speciale sportweken over minder bekende sporten als ijshockey, paardrijden, parachutespringen, BMX, atletiek, vrouwenvoetbal, hockey, judo, badminton, schaatsen, handbal en korfbal. Bij de grote sporten voetbal en wielrennen lag de nadruk op beleving en participatie, onder meer in *Tour of Beauty*.

Als hitradio focuste MNM op populaire hits, maar de zender bracht ook muzikale verrassingen. Het jongerenmerk promoveerde jong muzikalent in Vlaanderen met projecten als *Start to DJ* of de *MNM-liftconcerten*. Populaire hitmuziek en urban music vormden een muzikaal raakvlak voor jongeren met verschillende achtergronden en droegen zo bij tot diversiteit van het net.

DIGITAAL AANBOD

MNM is aanwezig op alle relevante digitale platformen om jongeren te bereiken. MNM groeide in 2017 verder als 360°-merk, met een aanbod op zoveel mogelijk mediaplatformen. Het had aandacht voor digitale experimenten met video, het betrekken van de luisteraar via sociale media en digitale interactie.

- Het onlineplatform GenerationM.be gidste jongeren door keuzes en langs obstakels in hun leven. Daarbij ging het onder meer over sociale en digitale media, diversiteit in jeugdbevingen, autisme en respect voor de verschillende richtingen in het middelbaar onderwijs. Vanuit GenerationM.be ging MNM verder in dialoog met allerhande organisaties uit het middenveld en bouwde het contacten uit met verschillende jongeren-

organisaties en allochtone en urban initiatieven, zoals Let's Go Urban, A Woman's View en De Ambrassade.

- MNM bracht online informatie met het Ninja-nieuws, een specifiek op-jongeren-gericht nieuwsformat.
- MNM werkte mee aan de *Belgian Tube Days*, waar bekende vloggers hun tips over het maken van videocontent deelden met andere gebruikers.
- MNM maakte video- en vlogverhalen over citytrips in Europa waarbij jongeren tips kregen om budgetvriendelijk te reizen en een stad te ontdekken.
- De luisteraars kregen via sociale media redactionele inbreng in verschillende programma's, zoals *Big Hits*, *Generation M*, *De grote Peter van de Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock*.

ACTIES & EVENEMENTEN

MNM zette in op mobiliserende acties die vertrekken vanuit de leefwereld van jongeren (school en studeren, werken, relaties, vrije tijd). Daarvoor werkte MNM samen met verschillende partners die actief zijn op die terreinen, zoals Unizo, Sensoa, steden en gemeenten, sportorganisaties, de muzieksector en verkeersorganisaties. MNM steunde ook concerten van artiesten, belangrijke muzikale evenementen en allerlei festivals (onder meer Summerfestival, Daydreamfestival, Hype-O-Dream en Genk On Stage).

- MNM zette jonge talenten in de kijker in *Limburgz Finezt*, een jongereninitiatief waarbij Limburgse jongeren uitdagingen aangingen om hun talent te tonen.
- Het evenement *Let's get digital* leerde jongeren nog beter de mogelijkheden kennen van de digitale wereld. MNM bracht een live-uitzending met bijdragen vanuit verschillende provincies met aandacht voor verschillende thema's zoals zelfrijdende auto's, programmeren en muziek- en digitale programmatie.

- MNM organiseerde in samenwerking met VAB *De verkeersweken*, met extra aandacht voor de zichtbaarheid van zwakke weggebruikers op weg naar huis, werk en school.
- De actie *Gezonde brooddoos* gaf luisteraars tips om hun lunch op school of op het werk gezonder en gevarieerder te maken.
- Naar aanleiding van de Boekenbeurs in Antwerpen en de VRT Taaldag lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers *Taaltovenaar*, een creatieve woordwedstrijd voor jongeren.
- Twee weken lang blikte MNM samen met Technopolis vooruit naar de *Dag van de Wetenschap*. Wetenschappers en luisteraars zochten samen naar oplossingen van wetenschappelijke vragen en problemen.
- Met *Rock 'n Roll Radio Highschool* ging MNM in samenwerking met studenten en docenten uit mediaopleidingen op zoek naar jong radiotalent. Studenten uit zes Vlaamse hogescholen kregen een workshop in de studio's van MNM.

MNM HITS



MNM Hits bracht als digitale afgeleide ⁶² van MNM de klok rond muziek en muziekbeleving. Net als MNM zelf werkte MNM Hits geregeld thematisch, onder meer met de *MNM1000*, *MNM50-hitlijsten*, *Summertime-hits* of *Kerst-hits*.

< Voor *Generation M* bestaat geen taboe.



- Met *Marathonradio* richtte MNM zich op studenten tijdens de examenperiode.
- *Spread the work* was een actie over solliciteren en werken, in samenwerking met de VDAB. MNM belichtte samen met de Bouwunie en Bouwkroniek beroepen in de bouwsector en knelpuntjobs.
- MNM was partner bij de voetbal-tentoonstelling *Goal* in Mechelen.
- Om gezondheid, sport en beweging te promoten ondersteunde MNM een aantal sportevenementen zoals de fietsbeurs *Velofollies*.



< Koning Filip op bezoek bij *Marathonradio*.

62
MNM Hits is te ontvangen via digitale kanalen zoals internet, DAB+, DVB-T en digitale televisie.



**studio
brussel**

MISSIE:
Studio Brussel stimuleert een actieve muziekbeleving als motor van een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld.



Studio Brussel werd in 2017 gekenmerkt door zijn eigenzinnige muziekaanbod en zijn open blik op de wereld. Die openheid ging gepaard met betrokkenheid en participatie in verschillende domeinen, zoals cultuur, ontspanning en sociaal engagement, en met thematische uitzendingen en evenementen. Studio Brussel bleef een kweekvijver voor jong mediatalent en zette in op een 360°-merkbeleving, met andere woorden via zo veel mogelijk mediaplatformen.

Muziek staat centraal bij Studio Brussel. Het muziekaanbod is gevarieerd en verrassend. Voor verdieping en ontdekking zorgde in 2017 onder meer het dagelijkse gespecialiseerde muziekprogramma *Zender*. Gast-dj's en muzikale persoonlijkheden als Faisal, Lefto, Kona en Charlotte De Witte hadden hun eigen programma. Nieuwkomers waren Soulshakers met hun wekelijks programma rond urban en bass music. *Switch* bracht de beste elektronische muziek van het moment.

Nieuw dj-talent zoals Mister T, Shizzle le Sauvage en Yolotanker kwam aan bod in het dagelijkse programma *Filefui*. In *De mixx* mocht een jonge en onbekende dj elke zaterdag een uur lang muzieknummers brengen.

In *Lemaire luistert* koos een centrale gast zijn favoriete muziek. In het zondagavondprogramma *Engelen en Chedraoui* loodsten beide presentatoren de luisteraars binnen in hun persoonlijke muzikale universum.

De inbreng van de luisteraar was cruciaal in muzikale hitlijsten als *De 100 van eigen kweek* (de 100 beste Belgische platen), *De zwaarste lijst* (de 66 beste zware gitaarplaten), *Album 500* (de beste albums aller tijden), *De tijdloze* (de 100 ultieme tijdloze nummers) en *The greatest switch* (danceclassics).

De reeks *California Love* bracht het beste uit een halve eeuw Californische muziekgeschiedenis. *Great Britain* ging op zoek naar wat Groot-Brittannië groot maakt. (Het programma had een aanvullend aanbod onder de vorm van een televisiereeks dat op het televisieplatform van Telenet en op VRT NU gratis opvraagbaar was.)

Studio Brussel zette in tal van zijn programma's in op cultuur met redactionele bijdragen over ontwikkelingen in nieuwe media, technologie, literatuur, podiumkunsten, films en series. Culturele participatie van de luisteraars werd aangemoedigd door samenwerkingen met Museum Night Fever

in Brussel, met het domein van Bokrijk (over ambachten), met Bekvechten (over de hiphopcultuur) en met Crystal Ship (over de kunst van platenhoezen).

Studio Brussel bracht actua en informatie op maat van zijn luisteraars in nieuwsupdates om het uur. Bij grote nieuwsfeiten was er extra duiding. Dat gebeurde bijvoorbeeld bij gebeurtenissen rond de Amerikaanse president Trump, de onafhankelijkheidskwestie in Catalonië, het Midden-Oosten, dieren mishandeling, terreur, het vluchtelingen-debat en grensoverschrijdend gedrag.

Studio sport op zondag benaderde de sportactualiteit op een "eigenzinnige" Studio-Brussel-manier. Onder de noemer "Sporters beleven meer" had het programma aandacht voor diverse (kleinere) sporten. Minder bekende sporten kwamen ook aan bod tijdens de *Maand van de sportclub* (mei). De actie *Goede Voornemens* steunde luisteraars bij hun gezonde en sportieve voornemens. Tijdens een live-uitzending vanop het breakdance-evenement Unbreakable besteedde Studio Brussel aandacht aan urban sports. De loopwedstrijd 10 Miles in Antwerpen werd live gevolgd.



DIGITAAL AANBOD

Studio Brussel bleef in 2017 online experimenteren met nieuwe digitale vertelvormen. De lancering van de luisterapp met een geïntegreerde chat-functie maakte het mogelijk om samen met de luisteraar content te maken. Studio Brussel experimenteerde met Facebook Live, onder meer bij de bekendmaking van de nieuwe locatie van *Music For Life*. Het nieuwe video-platform VRT NU bood Studio Brussel kansen om in te zetten op langere video-producties, bijvoorbeeld met docureeksen rond de radioprogramma's *California Love* en *Great Britain*. Op het YouTube-kanaal *Linde Vloegt* konden de surfers een kijkje nemen achter de schermen van de radio. *De festivalhouder* was een fotostroom op het Instagram-kanaal van Studio Brussel rond festivalbezoeker Bouba Kalala.

ACTIES & EVENEMENTEN

- Het maatschappelijke engagement van Studio Brussel kwam tot uiting in allerlei samenwerkingen, evenementen en live-uitzendingen over verschillende thema's, zoals studeren, milieu, mobiliteit, jongeren en ondernemerschap. In samenwerking met diverse sociale en culturele partners bood Studio Brussel live uitzendingen over bijvoorbeeld De 1000 km tegen kanker, De dag van de Jeugdbeweging, De week van het bos, Jong keukengeweld, Clean beach cup en Studentwelkoms in Brussel, Leuven en Antwerpen.
- Met het opleidings- en ervarings-traject *Studio dada* ging Studio Brussel op zoek naar nieuwe talenten op het gebied van radio, video, online en techniek. De kandidaten werden gerekruteerd via speeddates en concrete opdrachten. Vooral op het digitale vlak kregen de nieuwe talenten speelruimte en konden ze hun vaardigheden en creativiteit tonen.
- Meer dan 800 kandidaten schreven zich in voor de muzikale talentwedstrijd *De nieuwe lichting*. Daaruit werden er 60 geselecteerd die elke dag van de wedstrijd aandacht kregen. De drie winnaars (Tamino, Kai Wén en The Lighthouse) mochten optreden in de AB en op Pukkelpop.
- De *Studio Brussel showcases* waren liveconcerten rond een band of artiest op een locatie en met een beleving dat was afgestemd op de band/artiest. The XX speelden in Plein Publiek in Antwerpen, Queens of the Stone Age in Fort 2 in Wommelgem en Oscar and the Wolf in Spirito in Brussel.
- Op het *Car free festival* ter gelegenheid van *Car free day* liet Studio Brussel het publiek kennismaken met nieuw Belgisch talent tijdens optredens op het openbaar vervoer (trein, tram, bus) en in verschillende treinstations.
- Studio Brussel had live-uitzendingen vanop de muziekfestivals Extrema, Werchter, Tomorrowland en Pukkelpop. Daarnaast brachten reporters op de radio en online verslag uit van vele andere festivals (zoals De Lokerse feesten, Rock Zottegem, Suikerrock, Dour, Laundry Day) en concerten (U2, Coldplay en vele andere).
- In zijn eigen *Club 69* organiseerde Studio Brussel concerten van onder andere Bear's Den en Bazart.
- Tijdens *De week van eigen kweek* stond een week lang uitsluitend Belgische muziek centraal.
- Studio Brussel was partner van *Lokale helden*, een initiatief van Poppunt met concerten van lokale bands in Vlaamse jeugthuizen.



< DJ Lost Frequencies na een optreden in de Studio Brussel studio op Tomorrowland.

DE WARMSTE WEEK VAN MUSIC FOR LIFE

Studio Brussel was de motor achter *De warmste week van Music For Life*. De editie 2017 zorgde in de week voor Kerstmis voor grote solidariteit in heel Vlaanderen, met meer dan 10.000 acties voor 1.642 goede doelen die de Vlamingen zelf kozen. Allemaal samen leverden die acties 10.846.566 euro op. Voor de erkenning van de acties en de financiële opvolging werkte de VRT samen met de Koning Boudewijnstichting.

Het centrale evenement van *Music For Life* vond in 2017 plaats op het Provinciaal domein Puyenbroeck in Wachtebeke.

Daar maakten drie presentatoren van Studio Brussel een week lang radio. Er kwamen meer dan 75.000 bezoekers. In de vijf Vlaamse provinciehoofdsteden en in Brussel deden ongeveer 44.000 mensen mee aan het loopevenement *De warmathon*, ten voordele van alle goede doelen.

Op de laatste dag van *Music For Life* was er *De warmste radio*, een gezamenlijke uitzending van Radio 1, Radio 2, MNM en Studio Brussel. *De warmste week* werd ondersteund door de diverse VRT-merken met allerhande acties en initiatieven, en live-uitzendingen op Eén, Canvas, Dewarmsteweek.be en Vrtnu.be.

De VRT-netten hadden eigen acties, zoals *De Ketnet Koekenbak* (waarbij kinderen koekjes bakten en verkochten voor het goede doel), *Het Vooruitzicht* van VRT NWS (met voordrachten van VRT-journalisten), *Steracteur sterartiest* op Eén (waarbij de artiesten elk een goed doel vertegenwoordigden) en een concert van Editors in de AB (ten voordele van Oxfam, een door de band zelf gekozen goed doel).

Tijdens *De warmste week* werd de VRT-toren uitgelicht als een vlam, het symbool van *Music For Life*.





één

MISSIE:

Eén wil de hartslag van Vlaanderen voelen en zijn kijkers inspireren en verbinden vanuit een nauwe betrokkenheid bij het gemeenschapsleven. Dat doet het net met een kwalitatief, toegankelijk en gevarieerd aanbod dat inzet op informatie, educatie, cultuur en ontspanning.



< Frank Deboosere was in 2017 al 30 jaar weerman bij de VRT.

Eén bereikt met zijn nieuws- en duidingsprogramma's een groot en breed publiek. In 2017 bracht het televisienet dagelijks vier journaals (om 13 uur, 18 uur, 19 uur en *Het journaal laat*). Wanneer de actualiteit daarom vroeg, waren er extra journaaluitzendingen. Voor achtergrond, analyse en context bij het nieuws zorgden de duidingsprogramma's *Pano*, *De zevende dag*, *De vrije markt*, *Villa Politica* en *Van Gils & gasten*. In 1 jaar later, een speciale editie van *Van Gils & gasten*, werden de aanslagen van 22 maart herdacht. *Dwars door Frankrijk: les enfants de la patrie* portretteerde zes jonge Fransen net voor de Franse presidentsverkiezingen. *Dwars door Amerika* ging dieper in op het leven van de gewone Amerikanen na de presidents- en parlementsverkiezingen van 2016.



< De Klas (Eén)

Eén bracht in 2017 diverse programma's waar de kijker iets van kon opsteken. *De klas* was een kennismaking met de leefwereld van een groep zestienjarigen en hun kijk op actuele thema's. *Typisch mensen* bood inzicht in het gedrag van de Vlaming door middel van sociale experimenten. *Wonen.tv* was een consumentenprogramma met tips en inspiratie over wonen en de wooncultuur. *De helden van Arnout* volgde het spoor van landgenoten die ooit "het avontuur opzochten" in het buitenland, en leerde de kijker zo meer over onze geschiedenis. Eén programmeerde nieuwe reeksen van *Over eten* (actuele voedingsvragen), *Voor hetzelfde geld* (tips om te besparen), *Copy beest* (inzichten in het dierengedrag) en *Weg zijn wij* (tips voor activiteiten en logies in eigen land). In een nieuw seizoen van *Reizen Waes* kwamen landen aan bod die de meeste toeristen links laten liggen. Het programma kreeg ook een "slow tv-special" met extra beeldmateriaal. Een tweede reeks van *Goed Volk* liet de kijkers via de gastronomie kennismaken met specifieke gemeenschappen in binnen- en buitenland.

Eén belichtte maatschappelijke thema's en gebeurtenissen in de samenleving. *Op straat* bracht de daklozen-

problematiek in beeld. *De noodcentrale* en *Spoed 24/7* gaven een blik achter de schermen van de hulpdiensten en de spoedafdeling van een ziekenhuis. De special *Reizen Waes 12-12* had aandacht voor de hongersnood in Oeganda en mobiliseerde de kijkers tot een financiële bijdrage (zie p. 80).

Die Huis portretteerde bekende Vlamingen door ze 24 uur te volgen op een bijzondere locatie ver weg van hun vertrouwde wereld. *Bargoens* stelde onbekende Vlamingen voor die elk hun eigen strijd voerden (bijvoorbeeld voor hun carrière, hun vrijheid of hun gezondheid). *Iedereen beroemd* en *Dagelijkse kost* bleven vaste dagelijkse waarden die respectievelijk het gewone leven van de Vlaming toonden en op een laagdrempelige manier recepten voorstelden.

Eén had aandacht voor cultuur (onder meer in *Het journaal* en *Van Gils & gasten*) en voor muziek op maat van zijn publiek, bijvoorbeeld in de talentenwedstrijden *Voor de leeuwen* (stand-up en muziek) en *Steracteur Sterartiest* (muziek), *Het Eurovisiesongfestival*, *The Night of the Proms*, *Het nieuwjaarsconcert* van de Wiener Philharmoniker en het concert *Chapeau! 30 jaar Clouseau*.



Sport kwam aan bod in de nieuwsprogramma's en de rechtstreekse verslaggeving over onder andere de wielerklassiekers, de Ronde van Frankrijk en de wedstrijden van de nationale voetbalploeg. *Alles voor de koers* was een documentaire reeks over het leven achter de schermen van een wielerploeg.

Eén programmeerde in 2017 vier nieuwe fictiereeksen. De misdaadreeksen *Tabula rasa* en *Beau séjour* kregen ook internationale waardering. *Tabula rasa* werd aangekocht door de Britse omroep Channel 4. *Beau séjour* was te zien op Netflix. In *Tytgat Chocolat* waren de hoofdrollen voor acteurs met een mentale beperking. *Zie me graag* was een reeks over een koppel met kinderen tijdens hun scheidingsproces. De dagelijkse soap *Thuis* had geregeld aandacht voor maatschappelijk relevante thema's. Voor ontspanning zorgden ook spelprogramma's als *Blokken*, *Switch*, *De drie wijzen*, *Mag ik u kussen?*, *Twee tot de zesde macht* en *Sorry voor alles* (dat werd bekroond met een internationale Emmy Award).



DIGITAAL AANBOD

Eén vergrootte in 2017 zijn aanwezigheid op sociale media. Daarvoor experimenteerde het net met nieuwe formats, zoals live-video op Facebook. Mede door dat soort initiatieven groeide de Facebook-pagina van Eén uit tot de grootste van de VRT.

Rond heel wat programma's werd in 2017 een extra digitaal aanbod gecreëerd. Zo waren er onder meer instructievideo's over tuinieren bij de reeks *Het goeie leven*. In het najaar ging veel aandacht naar de digitale beleving rond de reeks *Steracteur Sterartiest*. De online-redactie van Eén bracht ter plaatse verslag uit over het Eurovisiesongfestival in Oekraïne.

In de zomer lanceerde Eén de *Switch*-app bij het gelijknamige quizprogramma. De game werd meer dan 430.000 keer gedownload en voerde wekenlang de lijst aan van de meest gedownloade apps in Vlaanderen.

Ondertussen bleef Eén.be groeien als een online belevingsmagazine bij de televisieprogramma's. Het aanbod rond *Thuis* bleef populair, net als de receptenpagina's van *Dagelijkse kost*. Beide programma's hadden op sociale media een grote community van belangstellenden.



< Op de *Thuisdag* konden fans de acteurs ontmoeten.

ACTIES & EVENEMENTEN

Door middel van publieke acties en evenementen versterkte Eén zijn band met de kijkers.

Enkele voorbeelden:

- Tijdens *De Thuisdag* in Wachtebeke konden de kijkers de acteurs van de serie ontmoeten.
- De *MIA's*, *Vlaanderen feest!* en *Zomerhit* waren muzikale publieke evenementen die door Eén mee werden georganiseerd en uitgezonden.
- Het zomerprogramma *De stoel* mobiliseerde dagelijks kijkers rond een specifieke locatie.
- Naar aanleiding van de actie *Lights for Belgium* riep Eén via Facebook op om online een symbolische lichtketting te vormen voor de slachtoffers van de aanslagen van 22 maart 2016.
- *Iedereen beroemd* lanceerde samen met Open VRT (zie p. 125) de actie *3 minuten zendtijd*, waarbij kijkers de kans kregen om een korte reportage te maken op basis van een creatief idee.

< Eén lanceerde een app rond de quiz *Switch*.

canvas

MISSIE:

Canvas wil tijd maken en tijd geven aan mensen en inzichten die er nu echt toe doen. Wie de snel veranderende wereld van vandaag wil vatten, moet ook kunnen stilstaan. Stilstaan om te verdiepen, om verrast te worden, om mee te leven met anderen, om nieuwe inzichten te ontdekken.



< Radio gaga bracht diepmenselijke verhalen.

Duiding bij de actualiteit was in 2017 het fundament van Canvas. *Terzake* en *De afspraak* stonden daarbij op weekdays centraal, ieder met hun eigen aanpak en journalistieke rol. *Terzake* zoomde met interviews en reportages in op het nieuws van de dag. *De afspraak* bood ruimte voor opinie en een open en betrokken debat rond de actualiteit. *Terzake* liep ook in de zomer door en als de actualiteit erom vroeg, zond Canvas in het weekend *Terzake* specials uit, bijvoorbeeld over de Franse en Duitse verkiezingen en de Catalaanse kwestie. *Check-point* bracht langere documentaires.

Vranckx presenteerde reportages over buitenlandse onderwerpen die niet altijd het grote nieuws halen. Ze werden geregeld gemaakt door jonge Vlaamse reporters.



< Het muziekprogramma *Belpop Bonanza* was ook een pop-up-winkel in Leuven.

De ideale wereld keek met een satirische blik naar de actualiteit en nam zo een eigenzinnig standpunt in het maatschappelijk debat in.

Naast de sportverslaggeving bracht Canvas duiding bij sportgebeurtenissen, onder meer in de voetbaltalkshow *Extra time*. In de periode van de voorjaarsklassiekers kwam daar *Extra time koers* bij. In *De kledkamer* getuigden voormalige voetballers over succes en verlies na een voetbalcarrière.

Canvas stond stil bij actuele thema's. *IS in het vizier* belichtte diverse aspecten van de internationale strijd tegen de terreur en het extremisme van de terreurorganisatie IS. In *Kinderen van de collaboratie* vertelden getuigen hoe de keuzes van hun ouders tijdens WO II hun eigen leven hebben beïnvloed en gevormd. *Wissel van de macht* en *Weduwen na de val* plaatsten respectievelijk nationale en internationale politieke omwentelingen in een historisch perspectief. In *Strafpleiters* vertelden acht advocaten over hun vak. *Allah in Europa* ging op zoek naar het gezicht van de islam in Europa. In *Gek en geniaal* maakten psychosegevoelige mensen samen met gerenommeerde artiesten eigen kunst. *Radio gaga* bracht vanop bijzondere locaties "diepmenselijke verhalen".

De live cultuurshow *Culture Club* keek naar de culturele actualiteit. Die kwam ook heel het jaar door geregeld aan bod in *De afspraak*. Langlopende programma's als *Alleen Elvis blijft bestaan* en *Winteruur* zorgden voortdurend voor cultuurbeleving. *Hopen op de goden* toonde het creatieve proces van toonaangevende Belgische kunstenaars. *Made in Europe*, een coproductie met VPRO, belichtte iconen van de Europese cultuur. Muziek kwam onder meer aan bod in uitzendingen over de Koningin Elisabethwedstrijd, de zomerfestivals en wekelijkse muziekdocumentaires. *Lefto in transit* onderzocht de alternatieve muzieksceen in wereldsteden. *Belpop bonanza* tv blikte terug op de Belgische popgeschiedenis. *Wanderlust* bracht gesprekken met nationale en internationale denkers met diverse filosofische en religieuze achtergronden. *Cinema Canvas* besteedde aandacht aan de cinefiele film.

Ontspanning bracht Canvas ook met fictiereeksen, waaronder de eigen Vlaamse reeks *Generatie B*, die met humor het generatieconflict tussen hedendaagse jongeren en babyboomers centraal stelde.

DIGITAAL AANBOD

- Canvas.be werkte aan een optimale kijk-service voor zijn publiek door systematisch door te verwijzen naar het aanbod van Canvas-programma's op VRT NU. Daar wordt niet alleen de lineaire programmering van Canvas online aangeboden, maar ook previews van reeksen of exclusieve digitale content.
- Het cultuurmagazine *Culture Club* bracht online en met een nieuwsbrief de interessantste cultuurtips op maat van de digitale gebruiker.
- Het levensbeschouwelijke platform *Wereldbeeld* werd wekelijks uitgebreid met nieuwe bijdragen en inzichten over filosofie, zingeving en religie.
- De makers van *Allah in Europa* en *Kinderen van de collaboratie* gingen via Facebook Live in debat met het publiek.



< Na de uitzendingen van *Allah in Europa* zond Canvas via Facebook Live gesprekken uit met de programmamaker Jan Leyers.

< Cinema Canvas



ACTIES & EVENEMENTEN

- In *Voor de ronde* fietste een Sporza-journalist twee dagen voor de Ronde van Vlaanderen het integrale vernieuwde parcours van de wielerklassieker.
- Canvas ging samen met Radio 1 op zoek naar de *Culture club canon: 5 om te zien* (zie p. 59).
- In samenwerking met het stadsfestival Op.Recht.Mechelen organiseerde het Canvas-programma *Wanderlust* een interactief debat over rechten en vrijheden (zie p. 61).
- In juli en augustus presenteerde Canvas in zeven Vlaamse steden onder de noemer *Cinema Canvas* op telkens drie weekavonden een filmvoorstelling met publiek. De film werd ingeleid in een praatprogramma door experts en film liefhebbers. Dezelfde avond werden de inleiding en de film uitgezonden op Canvas.
- Na afloop van de reeks *Kinderen van de collaboratie* gingen historici en (de)radicaliseringsexperts met elkaar in debat in Bozar rond het thema *SS of IS, wat te leren uit het verleden?*



THOMAS SPEELT HET HARD

Met *Thomas speelt het hard* wou Canvas klassieke muziek bij een breed publiek brengen. Presentator Thomas Vanderveken werd een jaar lang gevolgd terwijl hij het pianoconcerto van Edvard Grieg leerde spelen. Dat gebeurde eerst online en later ook in een televisiereeks. Ondertussen verkende hij ook de wereld van de klassieke muziek.

Parallel liep *Speel het hard*, een wedstrijd voor amateurs muzikanten die eveneens een muziekstuk instudeerden en hun vorderingen toonden op een online platform.

De climax was een concert in de Bijloke in Gent. De presentator en de winnaar van *Speel het hard* brachten daar hun

concerto onder begeleiding van het Brussels Philharmonic.

Canvas werkte voor dit project nauw samen met Klara en het deeltijds kunstonderwijs. Voor de technische omkadering deed Canvas via VRT Sandbox (zie p. 117) een beroep op enkele technologische startups. Zo creëerde Koalex het online community-platform van *Speel het hard*. Het slotconcert werd op Facebook Live uitgezonden met 360°-virtuele cameratechnologie van Azilpix. Bij de montage (voor de uitzending op Canvas op 7 januari 2018) werd gebruik gemaakt van de extra camerastandpunten van die technologie.



MISSIE:

Ketnet wil een 360°-beleving aanbieden die meegroeit met elk kind in Vlaanderen door de verschillende leefwerelden van het kind met elkaar te verbinden en hen zo te laten opgroeien tot zelfbewuste adolescenten.



< De set van De regel van 35.

Als kindernet van de VRT probeerde Ketnet in 2017 alle kinderen in Vlaanderen optimaal te bedienen met een gevarieerd en kwaliteitsvol aanbod op maat van zijn diverse leeftijdsgroepen. Dat gebeurde op verschillende platformen en in een veilige en reclamevrije omgeving. De kernwaarden die de programma's en projecten van Ketnet schragen zijn: verbindend, stimulerend, fascinerend, positief, ontspannend, gedurfd en geëngageerd. Ketnet werkte voor verschillende programma's nauw samen met diverse maatschappelijke actoren en organisaties van kind- en jeugdwerking.

Het kinderjournaal *Karrewiet* bracht dagelijks nieuws en informatie op kindermaat, zowel lineair als digitaal. In



< *Karrewiet* bracht antwoord op de vraag "Welke invloed heeft technologie in Tanzania?".

2017 koos *Karrewiet* ervoor om het nieuws meer dan vroeger actualiteitsgedreven te brengen. Het duidingsmagazine *Karrewiet Plus* zoomde zes keer in op een groter thema, onder meer over vluchtelingen, duurzaamheid en kinderen van ouders met psychologische problemen.

Cultureel nieuws kwam geregeld aan bod in *Karrewiet*, van de heropening van de Muntscouwburg tot de Poolse K3. Daarnaast was er veel aandacht voor cultuur in de hosting, de omkadering van de programma's door de Ketnet-wrappers, onder meer over boeken, strips, films en musicals. In *Komt dat Sien* werd wekelijks een kind gevolgd dat een theateervoorstelling volgde.

In *Sturmtroopers* deden kinderen allerlei experimenten rond STEM-thema's⁶³. De hosting en het zaterdagochtendprogramma *Ketnet Swipe* bevatte heel het jaar door educatieve items, onder meer over verkeersveiligheid, ongewone beroepen, mediawijsheid, wetenschap en pesten. Ook op zijn digitale platformen en met allerhande acties besteedde Ketnet aandacht aan educatieve onderwerpen (zie p. 105).

4eVeR was een realistische fictiereeks over vier vrienden en hun familie. De reeks kwam tot stand in samenwerking met Awel en maakte moeilijke thema's bespreekbaar, zoals holebi-ouders, pleegzorg, pesten op schoolarmoede, depressiviteit en discriminatie. De detectivereeks *De regel van 35* bracht een mix van humor en spanning. De komische fictiereeks *Lucas en zo* was een coproductie van Ketnet met Outivi (de kindzender van RTBF). De reeks werd zowel gedubd als met ondertitels aangeboden. Zo wou Ketnet de kinderen laten kennismaken met de Franse taal. *Trix* was een realityreeks over goochelen met een vleugje fictie. Ketnet bracht een vervolg op de muzikale fictiereeks *Ghost Rockers* en een zomerreeks van *Samson & Gert*.

De documentaire reeks *Goed gezien* (in samenwerking met de Belgische Ontwikkelingssamenwerking) toonde hoe mensen in Peru, Cambodja, Tanzania en Ghana op een vindingrijke manier dagelijkse problemen aanpakten. In *Mijn superheld* stelden kinderen een tot de verbeelding sprekend beroep van een familielid voor, van duiker en ontmijner tot agente en rallypilote.

⁶³ Stem staat voor Science, Technology, Engineering en Mathematics.

DIGITAAL AANBOD

< Junes werd Ketnet-vlogger over games.



Het online-aanbod van Ketnet was uitgebreid en divers. De Ketnet-website was de grootste Vlaamse kindersite met multidisciplinaire content. De website had aparte secties voor peuters, kleuters en ouders. 60.000 kinderen hadden een Ketprofiel en konden daarmee in een veilige omgeving interactief participeren aan een online community. Zo verbond Ketnet de kinderen en bracht het hen mediawijsheid bij. De Ketnet-apps (van Ketnet en Ketnet Jr.) boden allerlei audiovisuele en interactieve mogelijkheden. Daarnaast werd de *Karrewiet*-app gelanceerd, waarin kinderen updates van het nieuws ontvangen. Dat gebeurt twee keer per dag op weekdays en één keer per dag in het weekend.

Ketnet zette in 2017 in op zijn YouTube-kanaal met onder meer vlogs over wetenschappen, games, technologische snufjes en lifestyle.

Omdat luidop lezen helpt om beter te leren lezen, ontwikkelde Ketnet de app *Ketnet Dub*. Daarin konden kinderen zelf een stemmetje bij een animatiefilmpje inspreken. In totaal spraken kinderen 235.000 filmpjes in.

Ketnet bracht interactieve fictie, met een speciale aflevering van de fictiereeks *De regel van 35*. Kijkers konden zelf in de huid van het hoofdpersonage Dries kruipen en kiezen welke wending het verhaal nam. Meer dan 100.000 Ketnetters experimenteerden mee op Ketnet.be of in de Ketnet-app.

ACTIES & EVENEMENTEN

Ketnet staat midden in de leefwereld van zijn doelpubliek en was met verschillende acties en evenementen aanwezig in heel Vlaanderen:

- Tijdens de *Week tegen pesten* riep Ketnet alle kinderen op om met een expressieve selfie een ludiek maar krachtig signaal te geven tegen pesten. Ketnet bood op zijn website en in de hosting informatie en sensibilisering over pesten.
- Meer dan 7.000 mensen woonden het *Gala van de gouden K's* bij om te ontdekken wie door de Ketnetters beloond werd met een Gouden K in diverse categorieën (zoals muzikant, acteur, serie, film en game van het jaar).
- Met *De nationale pyjamadag* (in samenwerking met Bednet) en *De pet op tegen kanker* (in samenwerking met Kom op tegen kanker) mobiliseerde en sensibiliseerde Ketnet rond langdurige ziektes bij kinderen.
- Voor de derde editie van *Ketnet musical* ging Ketnet samen met Studio 100 op zoek naar nieuw musicaltalent. In totaal gingen 45.000 mensen de musical *Unidamu* bekijken.
- Ketnet werkte mee aan de *Buitenspeeldag*. In de aanloop naar de actiedag zorgden de wrappers voor de nodige speelinspiratie. Tijdens de middag van 19 april werden voor deze actie de programma's onderbroken en vervangen door een pancarte.
- Andere evenementen waren *Heldendag*, het *Ketnet feestweekend*, het *Ketnet Jr. feestweekend*, de *Ketnet zomertour*, de *Nachtwacht-fandagen* en *De intrede van de Sint*.



< 7.000 mensen woonden Het gala van de gouden K's bij.



DE DOKTER BEA SHOW

De dokter Bea show was een programma voor 9- tot 12-jarigen over seksualiteit en relatievorming. De centrale figuur, dokter Bea, bood in haar show elke week met humor antwoorden op vragen van kinderen over hun lichaam, seksualiteit, liefde en relaties. Ze kreeg daarbij de hulp van experts, een puberpanel van jonge ervaringsdeskundigen en bekende Vlamingen. Elke aflevering behandelde een thema, van kussen en verliefdheid, seksualiteit op de sociale media tot weerbaarheid. De dokter Bea show kwam tot stand in samenwerking met Sensoa en Awel. Sensoa ontwikkelde over de thema's van De dokter Bea show een lessenspakket.

De VRT wou de jongste kijkers beter bedienen met hun eigen televisiekanaal.



< De intrede van De Sint.

< Op de set van Kaatje.



KETNET JR.

Ketnet werkt met subdoelgroepen om kinderen in alle leeftijdscategorieën te kunnen bereiken. Omdat peuters en kleuters eigen noden en behoeften hebben, bood Ketnet in 2017 specifieke content aan voor deze subdoelgroep. Dat gebeurde onder de naam Ketnet Jr. op het Ketnet-kanaal, via de rode knop en via een digitaal lineair aanbod (Ketnet.be en een app).

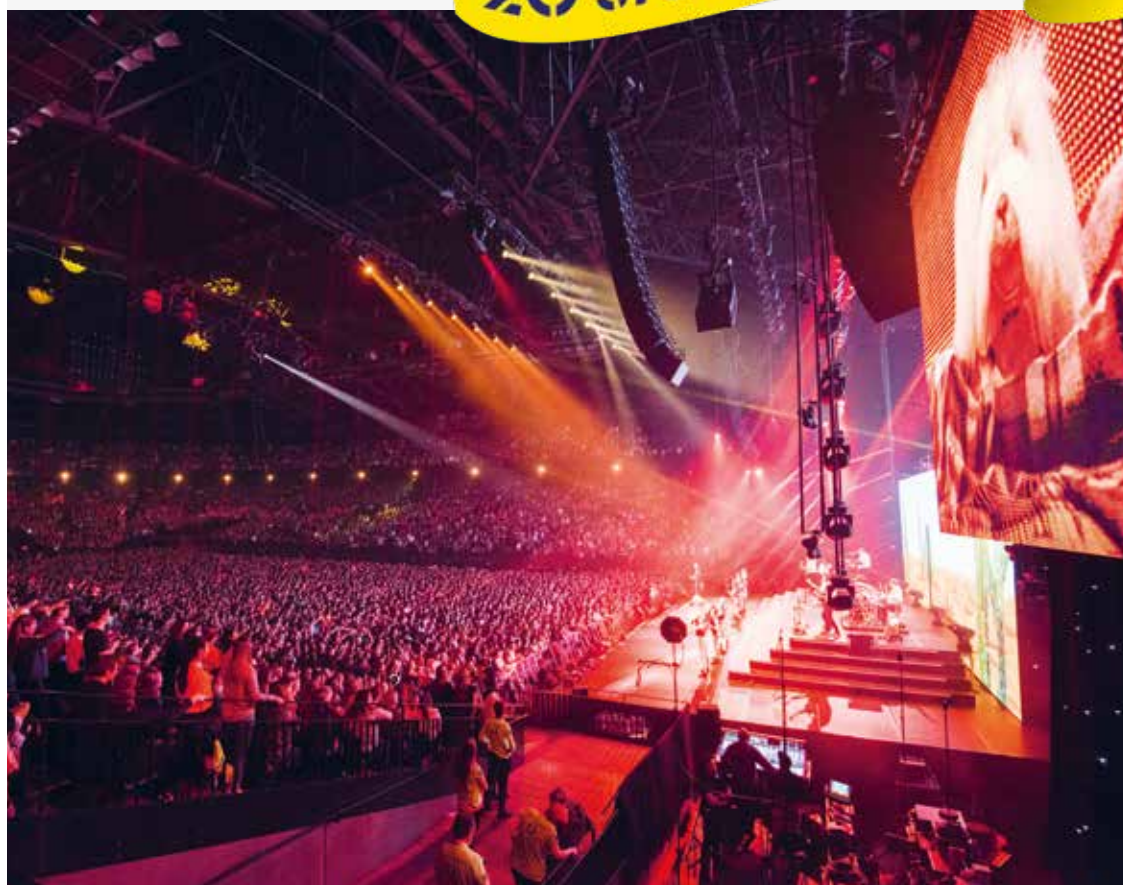
Ketnet Jr. heeft dezelfde missie en waarden als Ketnet, maar past die aan voor de subdoelgroepen. Het is een aanbod op maat van de allerjongsten met onder andere *Bumba* voor de baby's, *Uki* en *Musti* voor de peuters, *Kaatje & Kamiel* voor de kleuters en *Bob De Bouwer* voor de kinderen in de overgangsfase naar de basisschool. *Biba & Loeba* was in 2017 een nieuw programma voor kleuters over lichaamsbeweging. Nieuwe reeksen

van *Kaatjes kameraadjes* gaven antwoorden op vragen over de natuur, vervoer en emoties.

De VRT diende in 2016 een aanvraag in om Ketnet Jr. ook te kunnen aanbieden via een nieuw op te richten lineair kanaal voor kinderen tot 5 jaar. Op het Ketnet-kanaal was er weinig ruimte voor die de jongste leeftijdsgroep. De VRT wou de jongste kijkers beter bedienen met hun eigen televisiekanaal. De VRT ontwikkelde daarvoor een uitgebreid, gedetailleerd en evenwichtig dossier. De aanvraag werd, zoals dat wettelijk is voorzien, voor advies voorgelegd aan de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM). Die gaf in zijn rapport van 22 juni 2017 geen eenduidig positief of negatief advies over de wenselijkheid van een nieuw lineair kanaal Ketnet Jr. De Vlaamse Regering besliste uiteindelijk geen toestemming te geven voor dit nieuwe kanaal, tot ontgoocheling van de VRT.

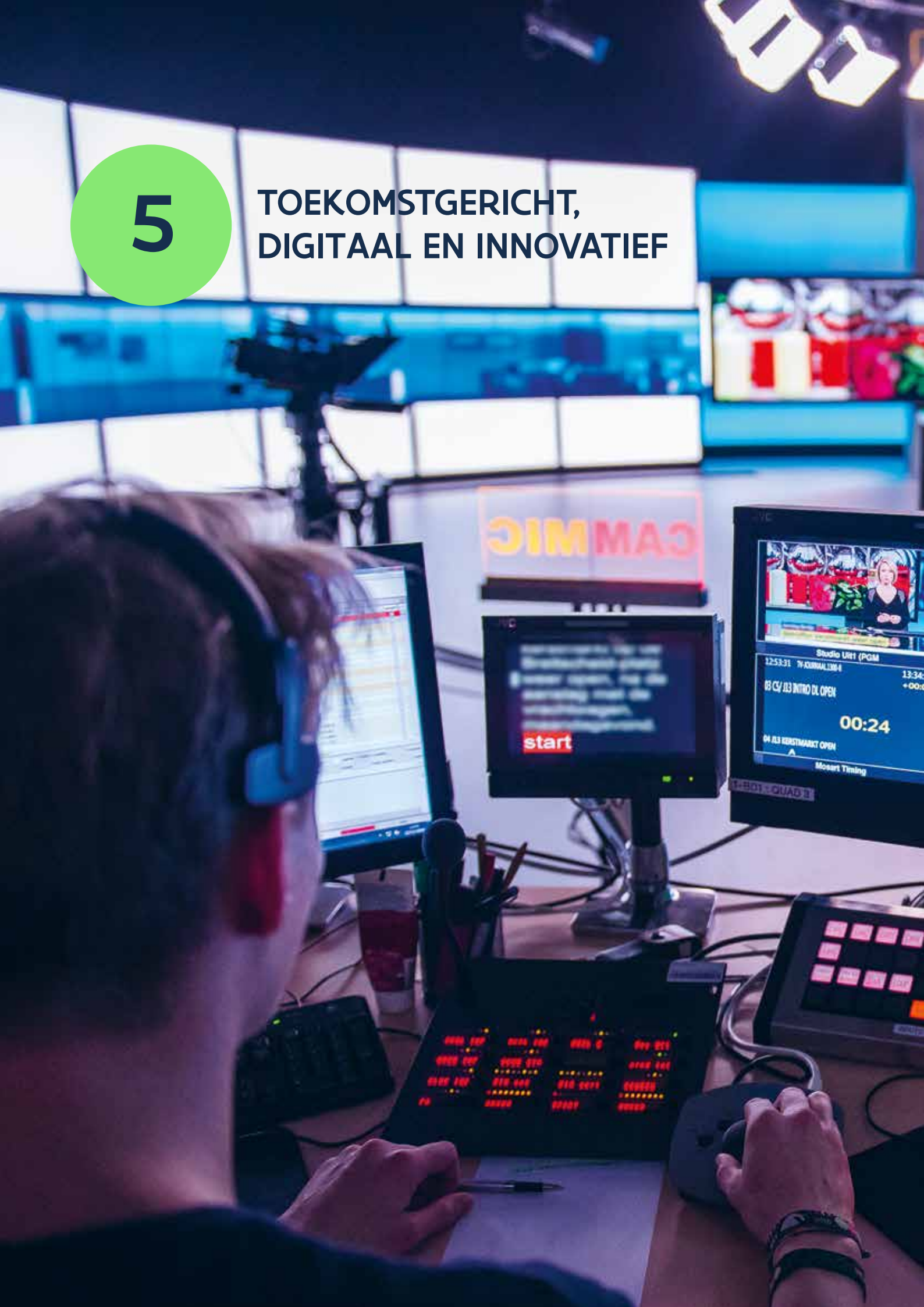
20 jaar Ketnet

Ketnet vierde in 2017 zijn twintigste verjaardag met allerlei acties. Blikvanger was het evenement *Throwback Thursday* in het Sportpladijs met optredens van vroegere Ketnet-coryfeeën. Vier keer liep het Antwerpse Sportpaleis vol, goed voor 70.000 bezoekers.



5

TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF



De VRT groeit mee met de digitalisering in de mediasector en versterkt haar online-aanbod. De content van de verschillende merken is daarom beschikbaar op alle relevante platformen. Televisieprogramma's en programma-items zijn bijvoorbeeld op de onlineplatformen en via de sociale media maximaal terug te vinden. Daardoor kunnen ze worden gedeeld door de gebruikers zelf.



Een digitale mediaorganisatie

Door de digitalisering van de media-productie en -distributie verandert het mediagebruik steeds sneller. In diezelfde context veranderen ook de verwachtingen die de gebruikers hebben van de openbare omroep. De VRT is zich daarvan bewust en houdt een sterke digitale focus om aan die verwachtingen te beantwoorden. De sterke relatie tussen de VRT-merken en de gebruiker wordt daarom op digitaal vlak verder uitgebouwd.

Daarnaast werkt de VRT actief aan de uitbouw van de Vlaamse mediasector van morgen door in te zetten op innoverende projecten en producten die voor de hele sector nuttig kunnen zijn.



5.1

TOEKOMSTGERICHT EN DIGITAAL AANBOD

VRT NU

Op 30 januari 2017 lanceerde de VRT het online videoplatform VRT NU. In de beheersovereenkomst had de VRT er zich immers toe verbonden een digitaal contentplatform aan te bieden. Op VRT NU kan de onlinekijker gratis het aanbod opvragen van Eén, Canvas, Ketnet en Ketnet Jr.. De televisiezenders worden live gestreamd en programma's zijn te bekijken tot 30 dagen na uitzending⁶⁴. Het platform biedt tevens een selectie van video-content van het VRT-radio-aanbod en archiefitems en -programma's indien die aansluiten bij een actuele gebeurtenis of een evenement. Met dit platform speelt de VRT in op de veranderende kijkgewoontes van de mediagebruikers.

VRT NU was de eerste schakel van het contentplatform onder het koepelmerk

VRT. Ook Vrtnws.be, de nieuwssite van de VRT die vernieuwd werd in 2017, maakt deel uit van dat overkoepelend platform.

In 2017 waren er 33.601.461 videostarts op VRT NU (zowel aanbod-op-aanvraag als livestream). Op 31 december hadden 872.070 personen zich geregistreerd als VRT NU-gebruiker. Het platform trok extra kijkers met het aanbod van "Ketnet-Nostalgie", waarbij de hele maand december vroegere kinderprogramma's (zoals *De Boomhut*, *Kulderzipken* en *Dag Sinterklaas*) beschikbaar waren. Daarnaast was *Thuis* populair op VRT NU.

Op VRT NU waren vanaf november ook colleges te bekijken van Vlaamse professoren onder de rubriek *De universiteit van Vlaanderen* (zie p. 72).



⁶⁴ Bij reeksen tot 30 dagen na uitzending van de laatste aflevering.

ONLINE-RADIOSPELER

De luisteraar kon online op verschillende manieren naar de VRT-radiozenders luisteren:

- Via de eigen radio-apps van de zenders, die zowel in een iOS- als in een Androidomgeving beschikbaar zijn.
- Via de website en de app van *Radioplus.be*, waarop alle zenders beluisterbaar zijn.
- Via online-radiospelers van private initiatieven.

Daarnaast stapte de VRT samen met andere Vlaamse mediaspelers in 2017 in het traject Radioplayer. Dat is een innovatieve radiospeler die de Vlaamse radiomarkt moet voorbereiden op het radioluisteren via nieuwe toestellen, geconnecteerde dashboards in wagens en slimme luidsprekers. Dat project wordt verder uitgerold in 2018.

De VRT stapte in het Radioplayer-traject dat de Vlaamse radiomarkt voorbereidt op het radioluisteren van de toekomst.



< Luisteren naar VRT-radio via de Radioplus-speler.

SHORT FORM DIGITAAL AANBOD

De VRT stelt zich als doel om alle korte fragmenten die digitaal aangeboden worden deelbaar te maken. Canvas bijvoorbeeld stelde een ruime selectie videofragmenten ter beschikking via het VRT-syndicatieplatform dat de mediapartners kunnen raadplegen. Onder meer *De ideale wereld* deelde korte fragmenten op de socialemediakanalen. Ketnet maakte alle programma's gratis beschikbaar op zijn website, de Ketnet-app en de Ketnet Jr.-app, waar bovendien extra aanbod aangeboden werd bovenop het lineaire aanbod.



ONLINE GEPERSONALISEERD AANBOD

De VRT werkte in 2017 aan een gepersonaliseerd aanbod om de relevantie en de gebruiksvriendelijkheid van haar aanbod te verhogen. Via analyse van de gebruiksgegevens trachtte de VRT de interesses van haar gebruikers te leren kennen.

In 2017 werd gewerkt aan de twee bouwstenen van het gepersonaliseerd aanbod:

- **VRT-profiel**

De eerste stappen werden gezet om een generieke login uit te werken die ingezet kan worden op de eerste digitale producten (bijvoorbeeld VRT NU). Met dat VRT-profiel zal de mediagebruiker zelf de data kunnen beheeren die de VRT over hem of haar heeft en kunnen aangeven waarvoor die data gebruikt mogen worden.

- **Analyse**

Een nieuw meetinstrument, Adobe Analytics, werd in 2017 geïmplementeerd en uitgerold bij VRT NWS. Met dat instrument trachtte de VRT inzichten te krijgen over het bereik van haar digitaal aanbod. Die gegevens zullen worden geanalyseerd om het surfgedrag van de anonieme gebruiker op de verschillende digitale kanalen in kaart te brengen.

Daarnaast werden enkele tijdelijke acties gepersonaliseerd. MNM lanceerde bijvoorbeeld in november *De grote verjaardagscampagne*, waarbij gebruikers een gepersonaliseerde video konden sturen naar een jarige. Radio 2 voerde gesegmenteerde regionale content op haar website in, waarbij de gebruiker kon bepalen uit welke regio hij of zij content zag op de homepage.

< De surfer van Radio2.be kon voortaan zelf bepalen uit welke regio hij informatie wou te zien krijgen.



De VRT wil een voorbeeld zijn op het vlak van omgaan met gebruikersgegevens.

ALGEMENE VERORDENING GEGEVENSBESCHERMING (AVG)

Vanaf 25 mei 2018 wordt de Europese wetgeving over de bescherming van persoonlijke gegevens van kracht. Alle Europese instellingen en bedrijven moeten van dan af correct omgaan met de persoonlijke gegevens van hun klanten/publiek. Om aan die regelgeving te voldoen, nam de VRT in 2017 enkele initiatieven. Er werd

een analyse gemaakt door een extern bedrijf (PwC). Op basis daarvan werd een actieplan ontwikkeld. Verschillende werkgroepen en een centrale stuurgroep maakten via dit implementatietraject alle afdelingen van de VRT bewust van het belang van de AVG.

De VRT vindt de bescherming van de privacy van haar gebruikers belangrijk. Zij streeft ernaar als openbare omroep een voorbeeld te zijn wat betreft de omgang met gebruikersgegevens, onder meer door transparant te communiceren over welke gegevens verzameld worden en waarom.

PARTICIPATIE EN COCREATIE

De VRT betrok in 2017 op allerlei manieren het publiek bij haar activiteiten.

Enkele voorbeelden (norm: 4 per aanbodsmerk):

- Op Eén was er de actie *Lights for Belgium* waarbij opgeroepen werd om een kaarsje op de vensterbank te zetten om de aanslagen van 2016 te herdenken. In de zomer liep het programma *De stoel*. Daarbij konden de kijkers raden waar de strandstoel stond en een reis winnen. Bij *Steracteur sterartiest* kon het publiek meestemmen via sms. In de rubriek *3 minuten zendtijd van Iedereen beroemd* (in samenwerking met Open VRT, zie p. 125) kreeg onbekend talent de kans om zich voor te stellen. Eén zond ook een show uit met geldinzamelacties voor Kom op tegen Kanker.
- Canvas betrok de kijker bij *Thomas speelt het hard* (zie p. 103) door, in aanloop naar het tv-programma, amateurmuzikanten aan te zetten korte opnames in te sturen van een eigen muziekkuitvoering. *Cinema Canvas* liep tijdens de zomervakantie, waarbij drie keer per week een film op locatie werd getoond op groot scherm. Op het Stadsfestival Oprecht in Mechelen nodigde *Wanderlust* twintig experts en ervaringsdeskundigen uit om te praten over 'rechten en vrijheden in tijden van polarisering'. Na elke

aflevering van *Made in Europe*, organiseerde Canvas samen met deBuren telkens een podiumprogramma rond een persoonlijkheid uit het programma.

- Ketnet riep naar aanleiding van de Week tegen pesten op om selfies te posten onder het motto *Trek een smoel tegen pesten*. Voor de Jeugd-boekenmaand lanceerde Ketnet de gratis app *Ketnet Dub*, waarin kinderen aangemoedigd werden om luisterop te lezen. Er werden drie animatiefilmpjes aangeboden in de app, waarin kinderen afhankelijk van hun leesniveau de stemmetjes konden inspreken van de verschillende personages. Die filmpjes konden ze delen met vrienden. In de rubriek *De fotofabriek* van de Ketnet-app, konden kinderen foto's bewerken met teksten, kleuren en symbolen. De verzonden creaties maakten kans om vertoond te worden in de uitzendingen van *Kingsize Live* en *De wrap*. Het Ketnet-livecenter op Ketnet.be en de Ketnet-app boden kinderen de mogelijkheid om tijdens het bekijken van live-video in een gemodereerde omgeving reacties na te laten. In december kozen de Ketnet-kijkers via een stemming 'Ewa ja' uit tot kinderwoord van het jaar.
- Studio Brussel ging met *De nieuwe lichte* op zoek naar nieuw muzikaal talent. Het net organiseerde het *Car free festival* in samenwerking met De

Lijn, waarbij Belgische muziekgroepen optraden in verschillende trein-, tram- en busstations. Op het Werchterfestival werd de app van Studio Brussel interactief ingezet. Studio Brussel bouwde *Studio dada* uit, het opleidings- en proeftraject waarmee naar nieuwe talenten werd gezocht.

- Radio 1 betrok de luisteraar onder meer bij *Stop 30* waarin op zoek werd gegaan naar "de frustrerendste file in Vlaanderen". Bij *Classics 1000* konden luisteraars hun favoriete nummer aller tijden in de lijst stemmen. In het *Pendelpeloton* werden de luisteraars aangemoedigd om met zo veel mogelijk de fiets naar het werk te nemen. *De bende van Annemie* probeerde, naar aanleiding van de laatste uitzending van het seizoen, zoveel mogelijk "Annemies" naar het Kursaal in Oostende te krijgen.
- Klara organiseerde *Klara in deSingel*, waarbij het publiek verschillende klassieke concerten kon bijwonen in deSingel in Antwerpen. De actie *Klara zoekt academie* zond uit van op drie kunstacademies. Op Valentijn werden de mooiste liefdesboodschappen van de luisteraars voorgelezen op Klara onder de noemer *Blijf verliefd. Iedereen klassiek* in het Concertgebouw in Brugge, was een evenement waarbij een breed publiek kon kennismaken met allerlei vormen van klassieke muziek.



< Studio Dada: het opleidings- en proeftraject waarmee Studio Brussel nieuwe talent zoekt.

- Radio 2 lanceerde *Het grote afvalonderzoek* waarin onderzocht werd in hoeverre de Vlaming afval sorteert. *De strafste supporter van Brugge* was een regionale actie waarbij de grootste supporter van Club Brugge gekozen werd. Radio 2 Antwerpen organiseerde *De file-week*, waarbij een week lang over mobiliteit werd gedebatteerd. Tijdens de *Tuindag* in Bokrijk konden mensen onder meer deelnemen aan workshops over tuinieren.
- MNM organiseerde *Marathonradio* waarbij radio werd gemaakt vanuit Leuven om de studenten een hart onder de riem te steken. *Spread the work* bracht werkgevers en werkzoekenden met elkaar in contact. In *De strafste school* ging MNM op zoek naar de "strafste school van Vlaanderen". Scholen konden zichzelf nomineren aan de hand van een ingezonden filmpje. Met *Peter paasei* konden luisteraars op zoek gaan naar de plek waar de presentator Peter Van de Veire verstoep zat.
- Op VRT NWS konden mensen via Facebook vragen doorgeven die een journalist kon stellen aan de eerste minister. Bij Facebook Live-sessies konden vragen gesteld worden aan experts. Bij de komst van president

Trump naar België konden mensen zich inschrijven om foto's en teksten door te sturen. In *Europa Wakosta* kreeg de mediagebruiker inzicht in het budget van Europa en kon hij of zij aangeven wat er volgens hem of haar mee moest gebeuren. Verschillende lezingen van VRT-journalisten werden gestreamd waarna er vragen konden worden gesteld. In het *Vooruitzicht*, ten voordele van *De warmste week* van *Music For Life*, konden mensen debatten en lezingen volgen over de nieuwsuitdagingen voor het komende jaar (zie p. 46).

- Sporza maakte via Facebook Live een uitgebreide vragensessie over de voetbalwedstrijd Club Brugge-Anderlecht. Er waren ook vragensessies rond andere voetbaltoppers. In de verslaggeving van de Ronde van Frankrijk bood Sporza de rubriek *Vraag het aan Michel en José* via de sociale media. Ook bij andere grote wielervedstrijden werd de mediagebruiker betrokken op de sociale media. Via de app *De rondereporter* konden mensen video's insturen van hoe zij de Ronde van Frankrijk beleefden. In *Iedereen bondscoach*, een online-spel op de Sporza.be, gingen de voetballiefhebbers op zoek naar hun ideale elftal.

Bij Facebook-Live-sessies van VRT NWS konden mensen vragen stellen aan experts.



< In *Het pendelpeleton* (Radio 1) werden luisteraars opgeroepen met de fiets naar het werk te komen.

Nikolaas Dewilde
Eindredacteur digitaal bij Eén
34 jaar

Ik ben 'eindredacteur digitaal' bij Eén. Mijn job bestaat erin om het online-luik van de programma's en alle digitale projecten van de zender te begeleiden. Ik ben eigenlijk op de VRT begonnen werken als programmamedewerker voor de website van Studio Brussel. Nadien ben ik webmaster geweest bij MNM. Daarna heb ik het online-luik en de livemuziek van *Café Corsari* (een talkshow op Eén die liep van 2012 tot 2015) voor mijn rekening genomen.

Als digitale eindredacteur werk ik mee aan diverse programma's. Het is ook een heel creatieve job. Dat maakt het voor mij dan ook elke dag boeiend! Wij proberen met een zestal "digital creatives" content te maken die bij een breed publiek in de smaak valt. Het is uitdagend om bijvoorbeeld met een enkele post op Facebook zoveel mogelijk mensen aan te spreken.

In 2017 hebben we veel toffe projecten op poten gezet. Een klein voorbeeld: we hebben *Thuis*-actrice Monika Van Lierde kunnen overtuigen om te bungeejumpen voor iedereen tegen Kanker. Bij 2.000 sms'en en 2.000 euro voor Kom op tegen Kanker waagde ze de sprong, die live op Facebook werd getoond. Mijn eeuwige dank aan Monika en haar *Thuis*-personage dokter Ann!

Eén is dus niet alleen meer een televisiezender. Het is juist belangrijk dat we onze gebruikers volgen naar de platformen waar zij zijn. Als digitaal team zijn we erg actief op onze eigen website, Een.be. Maar we zetten ook sterk in op Facebook en Instagram om een breed publiek te bereiken.

"Het is belangrijk dat we onze gebruikers volgen naar de platformen waar zij zijn."



5.2

INNOVATIE

Sinds 2015 krijgt de VRT geen dotatie meer van de Vlaamse overheid voor innovatie. De VRT financiert sindsdien zelf innoverende initiatieven met eigen middelen, projectfinanciering en aanvullende subsidies van de Europese Commissie. Horizon 2020, het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen en het Google Digital News Initiative waren de grootste financierders van de VRT-projecten.

VRT Innovatie zette in 2017 in op thema's als content-op-maat, onlinevideo (zoals vlogs van Media Fast Forward op YouTube), cocreatie en interactie met de mediagebruikers.

De openbare omroep innoveerde en informeerde door samen te werken en kennis te delen met de Vlaamse en Europese media- en technologiesector.

De afdeling VRT Innovatie was betrokken bij dertien onderzoeksprojecten.

Daarvan kregen zeven projecten de goedkeuring voor subsidiëring van de Europese Commissie. De VRT werkte voor deze projecten samen met de openbare omroepen BBC en RAI, met de onderzoeksinstituten IRT en Imec, met de VUB en met Vlaamse en internationale mediapartners (Newsmonkey, Mediahuis, The Walt Disney Company).

Enkele voorbeelden van projecten waar de VRT aan werkte:

- Flame: een project dat focust op interactieve mediatoepassingen in een smart city-omgeving.
- Media Orchestration from Screen to Screen (MOS2): een project dat zich enerzijds richt op journalistieke producten die tot stand komen in interactie met het publiek via sociale media en het gebruik van beelden gemaakt door mediagebruikers zelf, en anderzijds op de verhoging van de mediabeleving tijdens live evenementen.
- ImmersiaTV: een project dat de meerwaarde onderzoekt van een virtual-realitybril bij de televisiebeleving.
- Marconi: een project dat focust op de integratie van gebruikersinteracties in het radioproductieproces.
- Content Personalisation Network: een project waarbij nieuws op maat wordt aangeboden.
- HRADIO (hybride radio): een project dat op zoek gaat naar nieuwe radiobelevingen, onder meer in de auto.
- Providence+: een project waarin de VRT, samen met Newsmonkey en Imec, manieren onderzoekt om de impact van online-nieuws te analyseren, te voorspellen en te verbeteren.
- Content4all: een project dat onderzoekt hoe mediacontent toegankelijker gemaakt kan worden voor doven door een geautomatiseerde gebarentaal te ontwikkelen.
- Conamo: een project dat prestatie-data verzamelt tijdens fietstrainingen om de training voor en beleving van recreatieve wielerevenementen te verbeteren.

De VRT werkte voor deze projecten samen met andere openbare omroepen (BBC, IRT en RAI), met onderzoeksinstituten en universiteiten (Imec en VUB) en met Vlaamse en internationale mediapartners (Newsmonkey, Mediahuis, The Walt Disney Company).

VRT Innovatie nam deel aan de EBU Research Group, het bestuurscomité van het Europees Technologieplatform New European Media, en de raad van bestuur van de Big Data Value Association (een Europese publiek-private samenwerking).



< Het ImmersiaTV-project onderzoekt meerwaarde VR-bril bij televisiebeleving.

De VRT innoveerde door samen te werken met de Vlaamse media- en technologiesector.

VRT Sandbox

Met VRT Sandbox bood de VRT aan start-ups, kmo's uit de mediasector en andere innovatieve organisaties een tijdelijke locatie en samenwerking aan. VRT Sandbox maakte het zo mogelijk om nieuwe producten en diensten te demonstreren en uit te testen binnen de VRT. De openbare omroep stelde daarvoor zijn productiesystemen ter beschikking, net als zijn contacten met medewerkers en gebruikers en zijn netwerk van organisaties en Europese omroepen.

Dertien start-ups en kmo's kregen de kans om nieuwe producten, diensten en werkprocessen te testen en te demonstreren binnen de VRT (norm: 12 per jaar).⁶⁵

Enkele voorbeelden:

- Start-up Kiswe en Sporza realiseerden samen met VRT Sandbox een interactieve primeur tijdens de Diamond League atletiek in Brussel. Voor het eerst was het mogelijk om naast de live tv- en radio-uitzendingen alle gelijktijdige sportnummers volledig live te bekijken via de Sporza-app.
- Sinds 2017 maakt VRT NWS gebruik van Wolftech (naar de gelijknamige start-up). Dat is een toepassing waarmee nieuwsverhalen op een snelle en efficiënte manier op verschillende VRT-platformen kunnen worden verspreid. Microsoft bood voor deze toepassing cloudserver-capaciteit aan op hun Azure-

platform, zodat de Wolftech-oplossing cloud-based geëvalueerd kon worden en niet met een server ter plaatse.

- Het Belgische Punch Powertrain-team nam in oktober 2017 deel aan de World Solar Challenge in Australië. VRT Sandbox bracht satellietexpert Newtech, Network Innovations en Pacific Live Media samen en kon zo dagelijks een item uitzenden vanuit verschillende cameraperspectieven live uit de Australische woestijn.
- UXprobe levert een servicedienstverlening waarmee de gebruikerservaring van apps en websites snel in kaart kunnen worden gebracht. De start-up bezorgde de nodige toepassingen voor de vernieuwing van de nieuwssite zodat VRT NWS snel en gericht vragen kon stellen aan haar gebruikers en zo zelf de toegankelijkheid van de software kon testen.
- De automatische ondertiteling (STON) van Limecraft en Setkeeper werd uitgetest bij de (post)productie van de fictiereeks *Gevoel voor tumor* (Eén, uitgezonden in het voorjaar van 2018). In een tweede fase testte Appiness haar Spott-app die het mogelijk maakte om online producten te kopen die je ziet in het programma. Bij een evaluatie in september 2017 werd beslist om de samenwerkingen wat betreft het "koop wat je ziet"-aspect op Spott stop te zetten (onder andere wegens problemen

met betrekking tot portretrechten). De VRT wil de Spott-technologie verder onderzoeken op het vlak van technologie en van verdieping bij een programma.

- Start-up Muuselabs, VRT Diversiteit en Ketnet onderzochten samen hoe Jooki (een soort van online jukebox voor kinderen) een meerwaarde kan bieden voor kinderen met een visuele beperking.
- Koalect bouwde een crowdsourcing-platform voor *Thomas speelt het hard* (Canvas). Daarop konden muzikale Vlamingen video's over hun uitdaging uploaden.
- VRT Sandbox leverde aan Start-up Hack Belgium input en technologie om de driedaagse "hackaton voor een beter België" in beeld te brengen.

VRT SANDBOX



< VRT-Sandbox biedt startup-bedrijven kansen om te experimenteren.

65

8 Startups/starters (Kiswe, Wolftech, Uxprobe, Setkeeper, Muuselabs, Koalect, HackBelgium, Sofie Boon) en 5 kmo's (Newtec, Network Innovations, Pacific Live Media, Veset, Limecraft)

Peter De Paepe – Startup-collaborations bij VRT Sandbox 40 jaar

Ik werk bij VRT Sandbox als “head of startup-collaborations”. Onze afdeling zet samenwerkingen op touw met mediastart-ups en KMO’s. Die testen een nieuwe technologie of manieren om content te maken voor een periode van drie tot vier maanden met het publiek van onze netten. Zo halen we innovatie van buiten de VRT naar binnen en voeden we het media-ecosysteem in Vlaanderen.

Onze naam zegt het eigenlijk zelf: VRT Sandbox is een soort “zandbak” waarin geëxperimenteerd wordt en er ook fouten gemaakt kunnen worden. Ik luister naar voorstellen over interessante technologieën of ideeën. Vervolgens bekijk ik wie van de VRT met de start-up zou kunnen samenwerken. Zowel de start-ups als wijzelf hebben voordelen bij die samenwerkingen. De start-ups krijgen de kans om producten in hun beginfase bij een groot publiek te testen. Ze krijgen feedback van VRT-collega’s om hun product beter te maken. Na de samenwerking is het voor hen makkelijker om hun technologie of service aan andere mediapartijen aan te bieden. Wij leren als openbare omroep ook zelf bij. Start-ups kloppen immers vaak bij ons aan met straffe nieuwe technologieën of ideeën.

Het geeft mij persoonlijk veel voldoening om innovatie binnen de VRT te introduceren. Het geeft me sterk het gevoel bezig te zijn met de toekomst van radio, televisie en online. Ik stel regelmatig oplossingen voor die de VRT en collega’s kunnen helpen, zoals toepassingen voor data-analyse en detectie van nepnieuws.

Met VRT Sandbox hebben we bijvoorbeeld start-up Koalect en de makers van *Thomas speelt het hard* (Canvas, zie p. 103) samengebracht. Koalect had een crowdsourcing-platform. Daarmee kan je geld of middelen verzamelen of mensen zoeken, voor bijvoorbeeld een goed doel. Aan het programma was de online-wedstrijd *Speel het hard* gekoppeld. 300 enthousiaste kijkers gingen gedurende een jaar de uitdaging aan om een muziekstuk naar keuze in te oefenen. Ze konden hun vorderingen in video’s vastleggen en delen op Speelhethard.be. Wij hebben het platform van Koalect dus op een nieuwe manier gebruikt. Het leek wel alsof heel Vlaanderen muziekstukken aan het inoefenen was. Dat gaf een fantastisch samenhangingsgevoel!

Ondernemerschap bij de VRT

VRT Sandbox ondersteunde vanaf 2017 andere VRT-afdelingen, met als doel ondernemerschap binnen de VRT aan te wakkeren. Medewerkers kregen begeleiding-op-maat om nieuwe technologieën uit te testen en formats te ontwikkelen.

- Enkele voorbeelden van ondernemerschap die ondersteund werden door VRT Sandbox:
- Met het One Hertz-project werd onderzocht hoe live-radio gemaakt kan worden vanaf een tablet-computer.
- NowMax onderzocht hoe met een smartphone het best videogesprekken in HD-kwaliteit konden worden opgenomen en uitgezonden.
- Steambox was een doos vol technologie om jongeren te laten kennismaken met STEAM (science, technology, engineering, arts & mathematics). In 2017 werd een tweede versie van de doos ontworpen, met het thema licht. De dozen met bijhorende technologie werden door jongeren uitgetest in Technopolis, en op de VRT tijdens de Dag van de Wetenschap. De VRT trok met Steamboxen naar scholen om studenten uit te dagen op het vlak van creativiteit en kennis.

VRT Sandbox startte met Video Snackbar om VRT-webvideomakers beter te ondersteunen. Het stelde toepassingen voor het maken van webvideo samen en leerde de programmamakers ermee werken. Tegelijk werden op die manier mediamakers van verschillende netten samengebracht om kennis, expertise en technologie uit te wisselen.



“VRT Sandbox is een soort “zandbak” waarin geëxperimenteerd wordt en er ook fouten gemaakt kunnen worden.”

Europese werking van Sandbox

MediaRoad was een Europees project dat de starterswerking van VRT Sandbox omvormt tot een repliceerbaar model om te gebruiken door andere Europese openbare omroepen. Het ging van start in 2017. Het heeft als doel een Europees netwerk op te bouwen voor open innovatie en ondernemerschap.

In september werd de Sandbox Hub gelanceerd als onderdeel van dit Europees gefinancierde project. Deze Sandbox Hub, onder leiding van de VRT, was gericht op het creëren van een Europees netwerk van acceleratoren voor media-innovatie waarmee ideeën van ondernemers, start-ups en kmo-bedrijven kunnen worden getest en geschaald. Elke Sandbox zou onafhankelijk opereren, maar in heel Europa met elkaar verbonden zijn via een platform om kennis te delen en om start-ups zo gemakkelijker te laten groeien.



EVENEMENTEN & DELEN VAN KENNIS

< Media Fast Forward



VRT Innovatie deelde inzichten en projectresultaten met andere spelers in het Vlaamse medialandschap. De website Innovatie.vrt.be bracht nieuws en inzichten van innovatieprojecten. Op Sandbox.vrt.be waren de activiteiten van de VRT Sandbox-werking te volgen.

In 2017 experimenteerde VRT Innovatie met vlogs over media-innovatie. Deze vlogs brachten verhalen, ideeën en mensen samen rond media en technologie, zowel in Vlaanderen als daarbuiten. Zo maakte VRT Innovatie vlogs, over smart city's en user generated content tijdens live-evenementen, die geïntegreerd werden in het Steambox-project.

De vlogs werden geproduceerd door Media Fast Forward en gepost op

YouTube. Zo was er de "Wall of Moments" tijdens *De warmste week* van *Music For Life*. Dat zorgde voor interactie met de mediagebruikers, ook al waren ze niet fysiek aanwezig op *De warmste week*. "Live multicam tv" testte tijdens de Burgemeestersmarathon van Radio 2 hoe een online-programma kan worden gemaakt met maar 5 iPhones en 1 iPad. Dat maakte van radioreporters videomakers op een eenvoudige manier.

In december 2017 vond Media Fast Forward plaats. Op dat evenement, dat liep in samenwerking met VAR en Bozar, waren er presentaties over de laatste trends en inzichten op het vlak van media-innovatie. Een exoruiimte stelde twaalf innovatieprojecten voor, zowel van de VRT als van externe organisaties.

**VRT Innovatie
experimenteerde
met vlogs over
media-innovatie.**

A person wearing a white cap and sunglasses, looking down, in a park setting. The background is a lush green forest with sunlight filtering through the trees.

6

SAMENWERKING

De openbare omroep maakt deel uit van het leven van de Vlaming. De VRT werkt om die reden samen met andere Vlaamse mediaspelers, maatschappelijke organisaties en overheidsinstellingen op diverse domeinen zoals educatie, cultuur, sport en diversiteit. Met die samenwerkingen probeert de omroep enerzijds een aanbod te maken dat maatschappelijk draagvlak heeft en anderzijds om aan de partners meerwaarde te bieden op het vlak van media-aandacht.



DIENSTVERLENENDE ORGANISATIE

De VRT heeft als publieke omroep van en voor alle Vlamingen een plaats in het leven van alle inwoners van Vlaanderen, over alle generaties heen. Als dienstverlenende organisatie probeert zij daarom een belangrijke rol te spelen in het stimuleren van het brede maatschappelijke debat. De VRT vervult deze missie op een onafhankelijke en onpartijdige manier. Om die reden en om haar cruciale en centrale rol ten opzichte van de Vlaamse samenleving waar te maken, is het belangrijk dat

zij zowel operationeel als financieel voldoende armslag heeft.

De omroep biedt een kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod dat gericht is op het waarmaken van deze dienstverlenende missie. Met het oog op die doelstelling zet de VRT samenwerkingen op met tal van organisaties, zoals organisaties uit het middenveld, de onderwijssector, spelers uit de Vlaamse muziekindustrie, technologie-start-ups, enzovoort.

INTERNE PRODUCTIE

De VRT produceerde het merendeel van haar Vlaamse aanbod (programma's en digitaal aanbod) zelf. De omroep was zo het grootste audiovisuele productiebedrijf van Vlaanderen.

< Op de set van *Thuis* (Eén).



- Het grootste deel van de televisieprogramma's produceerden de VRT-televisienetten (Eén, Canvas en Ketnet) intern. De netverantwoordelijke plaatsten rechtstreeks bestellingen bij de verschillende interne productiekeren. Enkele voorbeelden van televisieproducties die in 2017 intern werden gemaakt:
 - Eén: *Thuis*, *De MIA's*, *Iedereen beroemd*, *Weg zijn wij*, *Het journaal*, *Voor hetzelfde geld*, *Chez Annemie* en *Steracteur Sterartiest*.
 - Canvas: *Alleen Elvis blijft bestaan*, *Thomas speelt het hard*, *Culture club*, *Wanderlust*, *De afspraak* en *Kinderen van de collaboratie*.
 - Ketnet: *de wrap*, *King size live*, *Karrewiet*, *Het gala van de gouden K's* en *Ketnet musical*.
- De VRT stond zelf in voor het merendeel van de productie van al haar radioprogramma's. Daar zijn enkele uitzonderingen op, zowel qua programma's als programma-items.⁶⁶
- De eigen VRT-redacties creëerden het grootste deel van de content voor de VRT-websites zelf.⁶⁷ Eén, Canvas en Ketnet hadden bovendien elk een eigen online-redactie die instaat voor de productie en de verspreiding van het digitaal aanbod en de digitale beleving.

Nieuwe websites en nieuwe versies van bestaande websites worden op een gemeenschappelijk productieplatform gecreëerd. Zo werden Vrtnu.be en Vrtnieuws.be op het zelfde platform ontwikkeld en beheerd.

66

Externe bedrijven werden in 2017 soms betrokken bij de productie van het radio-aanbod, zoals bij:

- bij de creatie van programma's
 - Enkele voorbeelden:
 - *Discobar aa moeder* van Studio Brussel (ontwikkeld door *Discobar aa moeder*);
 - *Regi in the mix* van MNM (ontwikkeld door REGI en MNM);
 - *De thuiscomers* van Radio 1 (ontwikkeld door Bankispoen).
- bij de creatie van programma-items
 - Enkele voorbeelden:
 - een filmrubriek op Studio Brussel (ontwikkeld door Lieven Trio);
 - een wekelijkse boekenrubriek in *Pompidou* van Klara (ontwikkeld door Christophe Vekeman);
 - wekelijkse humorrubrieken in *De weekwatchers* van Radio 2 (ontwikkeld door Screen Talk).

67

Externe bedrijven werden in 2017 soms betrokken bij het online-aanbod:

- bij de creatie van nieuw online-aanbod
 - Enkele voorbeelden:
 - de nieuwe *Karrewiet-app* (ontwikkeld door Small Town Heroes);
 - de productie van *Van A tot Z*, een interviewreeks van Klara voor VRTNU;
 - de webpagina's van *Dagelijkse kost* op Eén.be (ontwikkeld door Wieni);
 - een "interactieve landkaart" van *Reizen Waes* op Eén.be (ontwikkeld door Wieni);
 - een "interactief verhaal" van *Wissel van de macht* op Canvas.be (ontwikkeld door Bits of Love);
 - een "crowdsourcing-platform" van *Thomas speelt het hard* (Canvas) (ontwikkeld door Koalect);
 - extra videomateriaal voor gebruik op de online-platformen voor *De klas* (ontwikkeld door Woestijnvis), *Het goeie leven* (ontwikkeld door

De Liefhebbers) en *Sorry voor alles* (ontwikkeld door Warner Bros België);

- de digitale Ketnet-reeksen *Olly Wannabe* (ontwikkeld door Hotel Hungaria), *Samir weet het* (ontwikkeld door De Mensen) en *Helden DIY* (ontwikkeld door Hotel Hungaria);
- de interactiviteit bij *De regel van 35* (zie p. 105, technisch ontwikkeld door Pure Communication);
- de chat op de sociale media over de personages van *4eVeR* (ontwikkeld in samenwerking met ScheMa Productions en Pure Communication).
- het dagelijks beheer van online content
 - Enkele voorbeelden:
 - De webpagina's en de sociale media-pagina's van *Dagelijkse kost* (Eén) werden beheerd door Hotel Hungaria.
 - Het digitale aanbod van *Steracteur Sterartiest* (Eén) werd beheerd door Hurae.
- het technisch beheer van online platformen; de *Ketnet-* en *Ketnet Jr-app* werden bijvoorbeeld technisch beheerd door Small Town Heroes.

6.1

VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM

PRODUCTIEBELEID

De VRT-aanbodsmerken zenden producties uit die ofwel door de VRT zelf zijn geproduceerd, ofwel door een extern productiehuis (naast een aantal aangekochte programma's).

De keuze of een programma of een digitale productie intern of extern gemaakt wordt, beslist elk aanbodsmerk aan de hand van een aantal criteria, zoals:

- het budget;
- de kansen op extra inkomsten;
- de missie van het merk;
- de strategie van het merk;
- de genremix van het merk;
- de mix aan thema's dat het merk wil brengen;
- de link met schermgezichten.

Innovatieve formats

De VRT lanceerde in 2017 nieuwe programma's en ander aanbod. Daarvan werden verschillende innovatieve formats door de omroep zelf ontwikkeld.

Enkele voorbeelden:

- *Iedereen klassiek* was een programma van Klara, maar werd in 2017 ook de naam van het YouTube-kanaal van Klara waarin termen en componisten uit de klassieke muziek geduid werden (zie p. 93).
- In een vaste rubriek die verscheen op maandag, *Aster en de Premier League*, gaf de presentator Aster Nzeyimana op de Facebookpagina van Sporza een overzicht van wat hem opgevallen was bij de voorbije speeldag in de Engelse competitie.
- Verschillende aanbodsmerken boden Facebook Live-uitzendingen aan die niet focusten op het uitzenden, maar veel meer gericht waren op humor of het creëren van interactiviteit, zoals het laten voorspellen van de loting voor het WK voetbal door slakken (Sporza) en een live quiz van Studio Brussel.
- Het consumentenmagazine van Radio 2 *De inspecteur* introduceerde enkele innovaties, zoals smaaktesten (waarbij via Facebook actief werd gepeild naar de reacties van de luisteraars) en online videofilm-pjes (waarbij de presentator mensen die met een consumentenvraag zitten actief helpt).

Fictiebeleid

De VRT streeft ernaar dat fictie een belangrijke bouwsteen in de schema's van Eén, Canvas en Ketnet kan blijven. Met fictie bereiken televisiezenders immers een breed publiek. Bovendien is het een aantrekkelijk genre voor jongeren en versterkt het het imago van een net. Tegelijk is het nationale en internationale medialandschap vandaag onderhevig aan sterke wijzigingen die invloed hebben op de mediabehoefte en de mediaconsumptie (onder andere qua genres).

Daarom werkte de VRT in 2017 een nieuw zakelijk kader uit met het oog op het betaalbaar houden van fictiereeksen. Dat deed zij door financierings- en inkomstenopportunities in kaart te brengen en te onderzoeken hoe zij zich daar het best op organiseert.

De VRT onderzocht ook de mogelijkheden om met andere Europese publieke omroepen een "ontwikkelingsplatform voor fictie" op te richten. De hoge kostprijs van fictie en het feit dat er meer wereldwijde spelers op de Europese markt komen, zijn factoren die aanzetten om meer en beter samen te werken. Binnen de EBU werden daarom verkennende gesprekken over deze thematiek gevoerd en workshops georganiseerd. De focus lag daarbij in een eerste fase op samenwerking met RTBF en NPO.



VRT Start-up is de afdeling binnen VRT die zich focust op het koppelen van toekomstige trends en evoluties in de mediasector aan de toekomstige behoeften van de Vlaamse bevolking. Het traject van VRT Start-up begeleidt de digitale oplossingen die hierop een antwoord kunnen bieden, van idee, over prototype tot lancering van een product of dienst.

Dat gebeurt zodanig dat deze geïntegreerd kunnen worden binnen een VRT-merk of dat ze overgedragen kunnen worden binnen of buiten de organisatie (ter ondersteuning van het media-ecosysteem). Op deze manier draagt VRT Start-up bij aan de VRT van de toekomst.

Gitte Van Hasselt
Hoofd VRT Start-up
 31 jaar

De mediacontext en de verwachtingen van onze mediagebruikers veranderen razendsnel. Het is de ambitie van VRT Start-up om innovaties te lanceren die onze omroep klaarstomen voor de toekomst. De VRT vervult haar rol momenteel goed, maar ze heeft de uitdaging om relevant te blijven, ook wanneer de context volledig verandert.

Vanaf mijn start bij de VRT, in juni 2017, heb ik geprobeerd om de krijtlijnen van VRT Start-up opnieuw uit te tekenen. Wat is de missie van VRT Start-up? Hoe maken wij ons team uniek voor de VRT? Tijdens mijn eerste werkmaanden heb ik voornamelijk intern veel gesprekken gehad om te ontdekken wat dit bedrijf op het vlak van innovatie wil

bereiken. Onze missie met VRT Start-up is om toekomstige trends en evoluties in de mediasector te koppelen aan de toekomstige noden en behoeften van de Vlaming. Tot nu toe hebben wij de thema's gedefinieerd die opportuniteiten bieden voor onze omroep.

Een van deze innovatiethema's is Third Space, waarover we een proactief innovatieproject hebben opgestart. Third Space verwijst naar de "meso-momenten", momenten waarop we niet thuis maar onderweg zijn. Een meso-moment definiëren we als een moment waar een persoon tijd heeft om media te gebruiken. Een voorbeeld van zo'n moment dat iedereen kent is de treinrit naar je werk, maar het kan

even goed het moment zijn dat je voor het restaurant wacht tot de rest van je gezelschap is aangekomen. Het is belangrijk om te beseffen dat het mediagedrag evolueert naar een mobiele mediabeleving. Wij zien hier een gigantische opportuniteit en willen met VRT Start-up zorgen voor een waardevolle invulling van deze momenten.

Mijn werk verrast me elke dag opnieuw. Als je rond innovatie werkt, moet je heel flexibel zijn. Geen enkele werkdag is dezelfde als de vorige. Soms moet je wat je gisteren hebt gedaan, vandaag weer van tafel vegen om opnieuw te beginnen. Voor sommige mensen kan dat vervelend zijn, maar volgens mij maakt dat een job net heel interessant.



“De VRT gaat de uitdaging aan om ook relevant te blijven wanneer de context verandert.”

OPEN vrt

OpenVRT is een gemeenschap van jonge, creatieve makers in Vlaanderen. De VRT brengt hen bijeen. Door met elkaar in verbinding te komen kunnen ze creatieve meerwaarde op media- en technologievlak creëren. OpenVRT vormt een platform dat creatief talent wil inspireren, stimuleren en met elkaar in contact brengen zodat er kruisbestuiving ontstaat. Via OpenVRT kunnen de VRT-merken ook in contact komen met creatieve digitale talenten.

In 2017 zette OpenVRT in op inspiratie, talentontwikkeling en de versterking van de competenties van onafhankelijke makers. Dat gebeurde onder andere via:

- gratis evenementen, zoals de *OpenVRT#talks* waarbij creatievelingen inzicht kregen in het creatief proces van anderen

- workshops, zoals over podcasts maken, short form-video's maken en "mobiel journalisme" (waarbij een journalist voor het maken van een reportage enkel zijn smartphone gebruikt).

Naast een inspirerend netwerk werd OpenVRT een experimenteel platform dat de VRT-merken verbond met creatieve makers. Zo bood de VRT onder de naam *Studio Open VRT* toepassingen en faciliteiten aan creatieve makers om samen met de aanbodsmerken nieuwe online videoformats en -producten te bedenken en uit te testen. Jonge talenten kregen bijvoorbeeld de kans om content te creëren voor het human-interestprogramma *Iedereen beroemd* (Eén), de soap *Thuis* (Eén) en Radio 1.

OpenVRT wil creatief talent inspireren, stimuleren en met elkaar in contact brengen zodat er kruisbestuiving ontstaat.



< Open VRT organiseert regelmatig OpenVRT#talks.

SAMENWERKEN MET DE EXTERNE PRODUCTIESECTOR

De VRT zette zich in om het Vlaamse media-ecosysteem te ondersteunen, zoals vastgelegd in de Beheersovereenkomst 2016-2020. De openbare omroep stimuleerde de economische leefbaarheid in het medialandschap enerzijds om een zo divers mogelijk aanbod te kunnen creëren en aan te bieden en anderzijds om het Vlaamse karakter van de grote Vlaamse omroepen te vrijwaren. Tegelijk waakt de VRT er ook over dat het Sociaal Charter voor de Audiovisuele sector wordt nageleefd door de bedrijven (productiehuizen en facilitaire bedrijven) waar zij mee samenwerkt.

In 2017 steunde de VRT de Vlaamse audiovisuele sector op verschillende manieren:

- door producties te bestellen bij onafhankelijke productiehuizen;
- door te bestellen bij facilitaire bedrijven;
- door ontwikkelingsgelden toe te kennen aan externe productiehuizen;
- door coproducties op te zetten (al dan niet in samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds);
- door samen te werken met Vlaamse start-ups (zie p. 107).

19,87% van de inkomsten besteedde de VRT aan Vlaamse productiehuizen en facilitaire bedrijven.



< Sorry voor alles was een programma van Warner Bros International Television Production België in samenwerking met Eén.

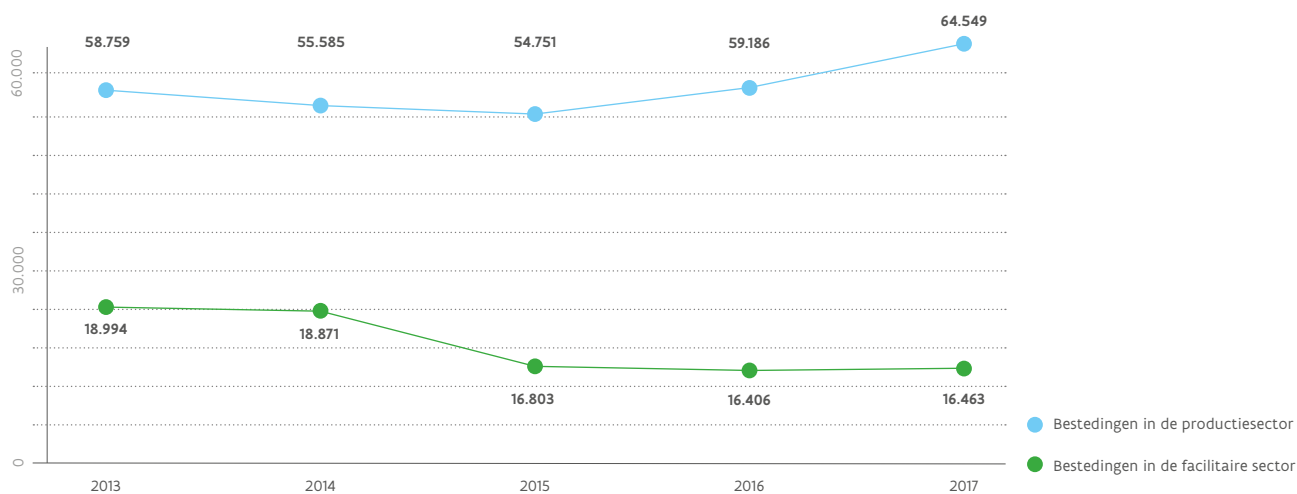
Volgens de Beheersovereenkomst 2016–2020 moet de VRT in 2016 minimaal 15% van haar totale inkomsten⁶⁸ besteden aan externe productie⁶⁹ (evoluerend naar minimaal 18,25% tegen 2020). Om te kunnen vergelijken tussen verschillende jaren, worden de bestedingen als gevolg van grote sportevenementen in de even jaren (EK Voetbal, WK Voetbal, Olympische spelen) en verkiezingen niet meegenomen bij de berekening van het aandeel externe producties.

In 2017 besteedde de VRT 19,87% van de totale inkomsten in de Vlaamse productie- en facilitaire sector (ten opzichte van 18,89% in 2016).

De VRT besteedde 64,5 miljoen euro aan de Vlaamse productiesector (ten opzichte van 59,2 miljoen euro in 2016) en 16,5 miljoen euro aan de Vlaamse facilitaire sector (ten opzichte van 16,4 miljoen euro in 2016). De investeringen in de productiesector stegen met 5,3 miljoen euro ten opzichte van 2016 door de uitvoering van het meerjarenplan.

Evolutie bestedingen in de Vlaamse productiesector en de facilitaire sector (in duizend euro)

Bron: VRT



68

De definitie van de totale inkomsten werd in de Beheersovereenkomst 2016 – 2020 (p.57) als volgt bepaald: "Totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten". Voor 2017 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke inkomsten (extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds Contractuelen en de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite).

69

De definitie van de bestedingen in de sector werd in de Beheersovereenkomst 2016 – 2020 (p. 57) als volgt bepaald:

"De bestedingen in de sector worden berekend op basis van uitgaande geldstromen aan de externe productie (televisie, radio en digitaal) en facilitaire sector. Deze bestedingen bevatten 2 types: i.e. bestedingen in de productiesector (1) en de facilitaire sector (2). Bestedingen in de productiesector zijn cash out van tape op tafel (zonder schermwaarde en VRT-inbreng in natura), cash out van afgewerkte online producten, cash out van afgewerkte reportages, ontwikkelingsbudget externe productiehuisen (extern kernpersoneel interne productie, bodysoppers interne productie en versleuteling van de exclusiviteiten over de externe producenten vallen hier niet onder). Bestedingen in de facilitaire sector zijn cameraploegen, huur extern facilitair personeel en ENG personeel, huur productiemiddelen, opnamemiddelen, studio's, reportagewagens, montage. Bestedingen type (1) en type (2) blijven grosso modo in gelijke mate evolueren. Een globale stijging van externe bestedingen kan niet gepaard gaan met een negatieve evolutie van bestedingen type (1)."



De productiesector

De externe productiebestedingen vanwege de VRT gingen in 2017 naar 65 verschillende leveranciers, hoofdzakelijk uit de televisieproductiesector maar ook uit de digitale sector. De belangrijkste leveranciers (samen goed voor 97% van de bestedingen) waren: *De Mensen, Woestijnvis, De Chinezen, Panenka, Hotel Hungaria, Quality Levels, Ded's it, Studio 100, Koeken Troef!, Sylvester, De Liefhebbers, Bonka Circus, HH 107, Eyeworks/Warner Bros, Het Nieuwshuis, Sallie Gardner and Domm, Skyline Entertainment, Sputnik TV, ScheMa Producties, Borgerhoff & Lamberigts, Geronimo, Roses are blue, Zodiak / Kanakna, Deklat Binnen, Caviar, Tin Can België, Pretpratens, Jonnydepony, Small Town Heroes, Wieni en Midlife Cowboy.*

De VRT had in 2017 een raamovereenkomst met De Mensen.

De facilitaire sector

80% van de bestedingen in de facilitaire sector ging in 2017 naar 29 verschillende leveranciers. De overige 20% was verdeeld over tal van "kleine" leveranciers. De belangrijkste leveranciers (samen goed voor 60% van de bestedingen) waren: *Videohouse, Production Resource Group, Jan Verbeke producties, Vanhaeren Services & Scaffoldings, Het Huis, Kadenza Media, Eurogrip, Nep Belgium, Exit 399, Arf en Yes en Novid Video Solutions.*

De VRT had in 2017 een raamovereenkomst met 122 facilitaire bedrijven. Dat waren bedrijven in verschillende domeinen:

- cameraploegen
- klankploegen
- postproductiehuizen
- facilitaire toelevering (studio's, reportagewagens, bijhorend personeel)
- huur camerakranen
- commentatorcabines en cameraplatformen
- huur audio(visueel) materiaal
- decorbouwers

De Chinezen

Sinds oktober 2013 heeft de openbare omroep een minderheidsparticipatie van 10% in het productiehuis De Chinezen. De VRT trekt bovendien jaarlijks een budget uit voor de creatie van innovatieve content door dit productiehuis. Dat budget werd vastgelegd in een aparte innovatie-overeenkomst.

De Chinezen produceerden in 2017 onder meer deze programma's voor de VRT: *4x7 (Canvas), Een onvergetelijke dag (Canvas), Gek en geniaal (Canvas), Radio gaga (Canvas), De kroonprinsen (Eén), De noodcentrale (Eén) en De zoo 175 jaar (Eén, uitgezonden in het voorjaar van 2018). Gek en geniaal ontstond uit de overeenkomst voor creatieve contentinnovatie.*



< *Gevoel voor tumor* (Eén) kreeg ontwikkelingssteun van het VAF.



MEDIA-INVEST VLAANDEREN

De Vlaamse regering gaf eind 2017 haar goedkeuring aan PMV en de VRT om samen een joint-venture investeringsfonds op te richten voor de ondersteuning, versterking en duurzame groei van het media-ecosysteem. Op die manier kan de omroep start-ups in de mediasector mee financieren en ondersteunen van bij hun start. De VRT en PMV zullen elk 5 miljoen euro kapitaal in het fonds storten.

Media-Invest Vlaanderen wordt een samenwerking waarbinnen de VRT haar expertise inzake media-innovatie, mediatechnologie en content inbrengt en PMV haar uitgebreide kennis van zaken op vlak van investeringsbeleid, ondernemerschap in Vlaanderen en professionalisering van bedrijven ter beschikking stelt.

Media-Invest Vlaanderen: investeringsfonds voor de ondersteuning, versterking en duurzame groei van het media-ecosysteem.

Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)

Het Vlaams Audiovisueel Fonds ondersteunde in 2017 de productie van 17 Vlaamse tv-programma's die via een VRT-aanbodsmerk verspreid zullen worden: 7 fictiereeksen, 2 documentaire reeksen en 8 animatiereeksen.

De producties kregen van het VAF op drie manieren steun: scenariosteun (SS), ontwikkelingssteun (OS) en/of productiesteun (PS).

- Fictie: *De twaalf* (PS), *Gevoel voor tumor* (OS), *Vuurlinie* (OS), *Beau Séjour II* (SS) voor Eén en *De uitzending* (SS), *Albatros* (PS), *Snapshots* (SS) voor Canvas;
- Documentaire: *Het mirakel van Almeria* (PS) en *Borderline* (PS) voor Canvas;
- Animatie: *Dimitri* (PS), *Posi & friends* (OS), *Later als ik groot ben* (PS), *Koning Jiro* (SS), *Ollie* (OS en PS), *Meneer Papier* (PS), *Ridder muis* (PS) en *Knofje* (PS) voor Ketnet.

De nieuwe Algemene Voorwaarden leggen de nadruk op overleg, transparantie en gezamenlijk ondernemerschap.

PRODUCTIONELE KWALITEIT

Het netmanagement bewaakt de voortgang en de kwaliteit van het ontwikkelingsproces van elke productie. De aanbodsverantwoordelijken van een net doen dat zowel voor producties die door een VRT-productieteam worden gemaakt als voor extern geproduceerde producties. Na uitzending evalueren de netten elke productie. Zij maken daarbij onder andere gebruik van bereikcijfers, waarderingscijfers, reacties van mediagebruikers en een SWOT-analyse.

Maatschappelijk verantwoord produceren

De VRT probeert zo maatschappelijk verantwoord mogelijk te produceren. Zij wil dat ook de leveranciers (zoals externe productiehuisen en facilitaire bedrijven) daarnaar streven. Om die

reden wordt in alle overeenkomsten die de VRT met hen afsluit een clause opgenomen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Met de ondertekening van een overeenkomst bevestigt de leverancier dat en moet ook de geldende sociale regelgeving toegepast worden.

Samenwerking met externe partners

De VRT volgt een traject tot duurzame samenwerking met de externe productiehuissector. Op 1 januari 2017 traden daarvoor nieuwe Algemene Voorwaarden in voege. Ze kwamen tot stand na onderhandelingen met het VOFTP (Vlaamse Onafhankelijke Film en Televisieproducenten). De nieuwe Algemene Voorwaarden leggen de nadruk op overleg, transparantie en gezamenlijk ondernemerschap. Ze zijn van toepassing op producties die de VRT voor 100% financiert.

De VRT wil ook ontwikkeling en innovatie stimuleren en koppelde dit in de nieuwe Algemene Voorwaarden aan het zogenaamde "bonussysteem".⁷⁰

In 2017 startte de VRT gesprekken op met de externe productiesector over de actualisering van het coproductiebeleid (in het genre fictie). Anders dan bij producties die 100% door VRT gefinancierd worden, worden voor coproducties geen "algemene voorwaarden" onderhandeld. (Algemene voorwaarden voor coproducties opmaken, is niet haalbaar aangezien er verschillende vormen afhankelijk zijn van de financieringsbronnen die men aanspreekt (zoals tax shelter, VAF/Mediafonds of presales).) Wel worden basisprincipes uitgewerkt in een beleidsnota. Bedoeling is het kader in de loop van 2018 af te spreken en te implementeren.

< Voor Belgodyssee werkte de VRT samen met het Prins Filipfonds, RTBF, Metro en l'Avenir.



SAMENWERKING MET ANDERE MEDIASPELERS

De VRT werkt regelmatig samen met andere mediaspelers. Dat kan zolang het gebeurt conform een kader van samenwerking dat goedgekeurd werd door de Raad van Bestuur. Dat bepaalt dat de openbare omroep kan samenwerken onder twee voorwaarden:

- als de samenwerking een positieve impact heeft op het Vlaamse media-ecosysteem;
- en als het samenwerken bijdraagt tot het vervullen van de maatschappelijke opdracht van de VRT.

Samenwerken met andere Vlaamse mediabedrijven verliep in 2017 op verschillende manieren.

⁷⁰

Voorafgaand aan iedere externe productie wordt in onderling overleg een aantal parameters vastgelegd (zoals over diversiteit, bereik en zakelijke transparantie). Na uitzending wordt geëvalueerd in hoeverre de vastgelegde parameters behaald werden. Indien 60% van de parameters wordt behaald, kent de VRT aan het productiehuis een bonus toe die die kan aanwenden voor ontwikkeling en innovatie.

Overeenkomsten met Vlaamse mediabedrijven:

- overeenkomst met Mediaaan over het uitwisselen van sportcontent voor nieuwsuitzendingen;
- overeenkomsten met SBS Belgium over het uitwisselen van sportcontent voor nieuwsuitzendingen en met betrekking tot het gebruik van beelden voor *Sports Late Night* (Vier) en news access van de Jupiler Pro League (voetbalbeelden);
- overeenkomst met RTL over de captatie van wedstrijden van de Europa League voetbal;
- overeenkomsten met Telenet (voor Play Sports) over de samenwerkingen met betrekking tot veldrijden, het gebruik van archiefbeelden, Formule 1, Engels voetbal, De Beker van België voetbal, basketbal, hockey, de documentaire series *Belga Sport* en *De kroonprinsen* en het inzetten van commentatoren;
- overeenkomsten met Proximus-TV over de samenwerkingen met betrekking tot Proximus League voetbal, veldrijden en het inzetten van commentatoren
- overeenkomsten met Telenet en Proximus-TV over het aanbod-op-aanvraag van VRT-programma's in hun aanbod.

Op inhoudelijk en productioneel vlak werd geregeld samengewerkt met andere, vooral Vlaamse, mediabedrijven, bijvoorbeeld voor de Buitenspeeldag (samenwerking van KETNET met VTM-KZOOM, Studio 100 TV en Nickolodeon). Ook met de schrijvende pers werd samengewerkt rond inhoudelijke thema's (bijvoorbeeld voor *De grote levensvragen*-actie van Radio 1 samen met De Standaard (zie p. 89) en *De universiteit van Vlaanderen* samen met Knack (zie p. 72)) en kennisuitwisseling (bijvoorbeeld over de aanpak en werking van nieuwsdiensten).

De VRT had met de directies van alle regionale televisieomroepen een gemeenschappelijk overleg op 25 april 2017. Alle vragen en wensen van de regionale omroepen ten aanzien van de openbare omroep werden er besproken. Nadien voerde de VRT-nieuwsdienst bilaterale gesprekken met de regionale omroepen (o.a. over de samenwerking met de regionale redacties van Radio 2 en het uitwisselen van beeldmateriaal). De VRT wil verder bekijken hoe zij haar ondersteunende rol ten aanzien van de regionale omroepen kan versterken (bijvoorbeeld op het vlak van nieuwsgaring).

De VRT werkt op inhoudelijk en productioneel vlak samen met andere mediabedrijven in Vlaanderen.

Websyndicatie

De Vlaamse uitgevers (zoals De Persgroep en Mediahuis) kunnen VRT-videofragmenten publiceren op de websites van hun merken. De fragmenten zijn afkomstig van programma's van de nieuwsdienst en van andere VRT-programma's. (zie p. 25).

Het publiceren van VRT-fragmenten op de websites van andere Vlaamse mediaspelers zorgt er voor dat het bereik van het video-aanbod vergroot en het bereik van de websites van de uitgevers wordt ondersteund. Het leidt tevens tot extra advertentie-inkomsten.

Gezamenlijke acties

De VRT en andere mediaspelers werkten samen aan concrete "beleidsdossiers", zoals een gezamenlijke aanpak over auteursrechtelijke dossiers en een DAB+-stappenplan. Samen met andere Vlaamse mediaspelers stapte de VRT in een traject rond Radioplayer (zie p. 111).

Innovatie

De VRT zet samenwerkingsverbanden op met Europese en Vlaamse mediapartners om innovatie te stimuleren en mee te bouwen aan een aangepaste mediabeleving in de toekomst.

Zo kunnen bijvoorbeeld via VRT Sandbox Vlaamse mediabedrijven (veelal start-ups en innovatieve organisaties) samenwerken met de VRT op het vlak van het uittesten van mediatechnologieën (zie p. 117).

SAMENWERKING MET ANDERE PUBLIEKE OMROEPEN

De VRT werkte in 2017 samen met andere publieke omroepen.

Enkele voorbeelden:

- De VRT werkte samen met RTBF voor de productie en de captaties van de thuiswedstrijden van de Rode Duivels en de Davis Cup tennis. De beide omroepen werkten samen voor de captatie van de Koningin Elisabethwedstrijd en de uitzending van het nationaal defilé (beide uitgezonden op Canvas).
- Belgodysee is een initiatief van het Prins Filipfonds, VRT NWS, RTBF, Metro en l'Avenir. Acht duo's laatstejaarsstudenten – de ene Nederlandstalig, de andere Franstalig – werkten samen aan radioreportages en artikels voor de geschreven pers en online. De winnaars kregen een betaalde stage bij de VRT en RTBF.
- De VRT overlegde op regelmatige basis met RTBF en NPO. Dat gebeurde op directieniveau en op netniveau. Daarbij werd van gedachten gewisseld over uitdagingen, strategieën en projecten.
- Met de NOS was er een overeenkomst over het uitwisselen van beelden van het WK atletiek. De VRT werkte met de Nederlandse publieke omroep samen om hun buitenlandse correspondenten te kunnen inzetten.
- De Canvas-reeks *Allah in Europa* (zie p. 102) was een coproductie met VPRO. Dat was tevens het geval met de culturele reisreeks *Made in Europe* (waarbij ook deBuren partner was).
- Samen met onder andere ZDF coproduceerde Eén de fictiereeks *Tabula rasa*. Eén werkte samen met ZDF en Netflix aan de fictiereeks *Undercover* (uitzending voorzien ten vroegste einde 2018). Eén was samen met AVROTROS coproductie van de fictiereeks *Grensländers* (uitzending voorzien in 2019).
- Ketnet was coproductie van enkele internationale reeksen die samen met andere openbare omroepen worden gemaakt, zoals de animatiereeks *Alva & De trollen* (samen met Cheebies BBC), de fictie-docu-reeks *Heroes wit a Tail* (samen met Z@ppelin NPO en NDR) en de "live-action"-reeks *Lucas etc.* (samen met Ouftivi RTBF en TV5 Monde). Het kindernet werkte ook samen met andere omroepen met betrekking tot het dubben van reeksen en films (zoals met Z@ppelin NPO).
- De VRT werkte samen met de EBU op verschillende vlakken, zoals:
 - het verzorgen van de host-broadcasting van het EK wielrennen op de weg in Denemarken;
 - het uitwisselen van producties en het coproduceren (onder andere door Ketnet via EBU Youth News Exchange (reportages van kind- en jeugdjournaals) en EBU Children Documentary Exchange (documentaires));
 - het uitwisselen van captaties van klassieke concerten (voor Klara);
 - het bijdragen aan seminaries en congressen (onder andere EBU Digital Days, EBU Children & Youth Experts Meeting en Eurovision Connect).



< *Tabula Rasa* (Eén) kwam tot stand in coproductie met het Duitse ZDF.

6.2

SAMENWERKING MET
HET MIDDENVELD

Kunstenpunt is de vaste gesprekspartner voor overleg met de professionele muzieksector.

CULTUURPARTNERS

Enkele voorbeelden van samenwerking:

- Voor de *Radio 1-sessies* werkte het net samen met De Roma, Ancienne Belgique, Het Depot en Rivierenhof.
- De vijf regionale redacties van Radio 2 zetten in 2017 verschillende samenwerkingen op met musea, zoals het MAS (rond het diamantjaar), het Gallo-Romeins museum (rond de tentoonstelling *Timeless Beauty*) en het Museum voor Natuurwetenschappen Brussel (rond de tentoonstelling *Apenstreken*).
- Radio 2 werkte samen met Brussel Danst in het kader van de Vlaamse feestdag.
- In het kader van Cultuurmarkt Antwerpen werkte Radio 2 samen met de Sportpaleisgroep.
- *Klara in deSingel* werd georganiseerd in samenwerking met het cultuurhuis. *Iedereen klassiek* werd opgezet samen met onder andere Concertgebouw Brugge en Brugge Plus. Het *Klarafestival* kwam tot stand in samenwerking met FVV/Brussel. Klara zond regelmatig uit vanuit cultuurinstellingen (zoals het ModeMuseum van Antwerpen en Museum M).
- De concerten van *Lokale helden* in jeugdhuizen werden opgezet door Studio Brussel en Poppunt samen.
- De muziekshow van de *MIA's* (uitgezonden op Eén) werd gerealiseerd met steun van het Kunstenpunt.
- Ketnet werkte samen met Iedereen Leest voor de leesapp *Ketnet Dub* (zie p. 105).
- De VRT was, samen met De Morgen, mediapartner van de *Ultima's*. Daarvoor werd samengewerkt met Het departement Cultuur van de Vlaamse overheid. Op *Deredactie.be* (de voorloper van *Vrtnews.be*) kon de prijsuitreiking live gevolgd worden.

Meer voorbeelden: zie p. 55-61.

MUZIEKPARTNERS

Koepelorganisaties uit de muzieksector

Kunstenpunt is de vaste gesprekspartner van de VRT voor overleg met de professionele muzieksector. De VRT organiseerde samen met hen ook de prijsuitreikingen van de *MIA's* en de *Klara's*.

Muziekoverleg, de koepel van 19 Vlaamse muziekorganisaties, was een belangrijke samenwerkingspartner voor de VRT. Met hen overlegde de VRT onder andere over de muzikale diversiteit bij de omroep, het brengen van nieuwe muzieknummers en het promoten van de Vlaamse muziek.

Daarnaast had de VRT samenwerkingen met belangenverenigingen en steunpunten zoals Poppunt (voor *Vi.be*) en Sabam for Culture, waarmee de VRT een structurele sponsorovereenkomst sloot voor het ondersteunen van verschillende muziek evenementen van de VRT.



< De *MIA's*: een samenwerking met Kunstenpunt.

Artiesten

Vlaamse artiesten en nieuw talent kregen een forum voor hun muziek in het aanbod van de VRT-merken (zie p. 64-67). Nieuw talent kreeg een kans in diverse ontdekkingsacties en -wedstrijden, zoals *Speel het hard* (Canvas en Klara), *De nieuwe lichting* (Studio Brussel), *Start do dj* (MNM) en *Ketnet musical*.

De VRT bood artiesten een platform om nieuw materiaal te presenteren tijdens studio- en publieksessies en radio-evenementen zoals de *Radio 1-sessies*, *Zomerhit* (Radio 2), *Urbanice* (MNM), *Iedereen klassiek* (Klara) en *Music For Life*. De omroep investeerde in nieuwe muziekproducties voor generiekmuziek, jingles en muzieknummers zoals het zomernummer *Poco loco* van Ketnet.

Concertcircuit

De VRT zette samenwerkingen op met concertpromotoren, zoals Live Nation en Greenhouse Talent, en concertzalen of cultuurcentra, zoals Bozar, De Vooruit, De Roma, deSingel, Kaaithheater, Concertgebouw Brugge en Trix. Tal van Vlaamse festivals kregen ondersteuning van de omroep, zoals Rock Werchter, Pukkelpop, Dranouter, Cactusfestival, De Lokerse Feesten, Blues Peer, Gent Jazz, Jazz Middelheim en Afro Latino Festival. Ten slotte was de VRT coproducent van diverse festivals, zoals *Het Klarafestival* in samenwerking met het Festival van Vlaanderen, de *Lage landen-sessie* (Radio 1) in samenwerking met De Roma, de *David Bowie-sessie* (Radio 1) in samenwerking met de Ancienne Belgique en *De eregalerij* (Radio 2) in samenwerking met Sabam.

Platenmaatschappijen

De Belgische platenfirma's waren belangrijke partners van de VRT voor de uitvoering van haar muziekopdracht. Dat gebeurde door hun muziek uit te zenden en optredens, concertopnames en coproducties met Vlaamse artiesten te verzorgen. Vertegenwoordigers van de platenfirma's namen twee keer deel aan een overleg met alle muziekverantwoordelijken van de VRT-radionetten om mogelijke samenwerkingen te bespreken. Ten slotte lanceerde VRT Brand Extensions in samenwerking met de platenmaatschappijen tal van VRT-muziekcompilaties.

Beheersvennootschappen

De VRT werkte samen met Sabam, Simim, Imagia en Play Right voor het collectief innen van auteursrechten en naburige rechten ⁷¹.



⁷¹ Naburige rechten zijn een aantal rechten die een uitvoerend kunstenaar of producent het recht geven te beslissen over opname, vermenigvuldiging en uitzending van een uitvoering. Hij krijgt daar een billijke vergoeding voor.

ONDERWIJSINSTELLINGEN

Enkele voorbeelden van samenwerking:

- Voor het project *De universiteit van Vlaanderen* (zie p. 72) was Radio 1 de VRT-trekker van de samenwerking met de Vlaamse universiteiten.
- Radio 2 zette verschillende samenwerkingen op met onderwijsinstellingen zoals de Universiteit Gent (rond het tweehonderdjarig bestaan van de instelling, o.a. met een reportagereeks over de geschiedenis van de universiteit).
- Ook Radio 1 werkte samen met Universiteit Gent voor de viering van de 200-ste verjaardag van de universiteit. Zo zorgde het net voor een live-uitzending vanop de feestelijkheden.
- MNM maakte samen met verschillende Vlaamse scholen de actie *De strafste school 2017*. Daarvoor werkte het aanbodsmerk ook samen met de Vlaamse Scholierenkoepel (onder andere met een eigen jurylid).
- Klara werkte samen met het Deeltijds Kunstonderwijs voor drie live-uitzendingen.
- VUB en Thomas More hogeschool verleenden hun medewerking aan *De dokter Bea Show* (Ketnet), zowel op logistiek als op inhoudelijk vlak. Via Schooldirect werden leerkrachten van de derde graad lager onderwijs op de hoogte gebracht van de educatieve pakketten bij dit programma.
- Samen met Bednet en de verschillende onderwijskoepels zette Ketnet zijn schouders onder de Nationale Pyjamadag, een actiedag rond de educatieve en sociale behoeften van langdurig zieke kinderen.
- Naar aanleiding van de reeks *De helden van Arnout* organiseerde Eén samen met het Vlaams Instituut voor Archivering een online-actie waarbij scholen opgeroepen werd zelf een filmpje te maken over een lokale verzetsheld.
- Samen met Smartschool en Het Archief voor Onderwijs richtte de openbare omroep VRT KLAAR op, een project dat audiovisuele content aanreikt voor de eerste en tweede graad van het middelbaar onderwijs. Dat beeldmateriaal kunnen leerkrachten gebruiken om de context van de actualiteit te verduidelijken en visueel te ondersteunen.



< In *Rock and roll radio highschool* geeft MNM kansen aan nieuw talent

Voor *De strafste school* werkte MNM samen met de Vlaamse Scholierenkoepel.

SPORTORGANISATIES

De sportredactie overlegde voortdurend met de organisaties waarvan ze evenementen covert. Zo had de redactie regelmatig contact met de Belgische voetbalbond, de Pro League, de Belgische wielerbond, de Volleyballiga en –bond, de Basketball-, Handbal- en Hockeyfederaties, de organisatie van de Memorial Van Damme, de organisatoren van alle klassieke wielervedstrijden in Vlaanderen, van het tennistoernooi in Antwerpen, van jumpings, van het gymgala, enzovoort.

De VRT overlegde met de vertegenwoordigers van Sport Vlaanderen en met de Vlaamse Sportfederatie en Sportraad.

Om gezondheid, sport en beweging te promoten ondersteunde Radio 2 een aantal sportevenementen, zoals verscheidene veldritten, de Gentse zesdaagse, Urban Trail in Leuven en Hasselt, de wedstrijden van de Davis Cup Tennis in Oostende en de Kerstjumping in Mechelen. Radio 2 was partner van basketbalclub HUBO

Limburg United en van voetbalclubs STVV en KV Oostende. De regionale redacties van Radio 2 werkten samen met verschillende sportclubs. In *Kwistet* (MNM) werd aandacht besteed aan bekende en minder bekende sporten. Daarvoor werkte het net samen met de betrokken sportfederaties en Vlaamse sportclubs. MNM ondersteunde ook sport en beweging, zoals met aandacht voor de fietsbeurs Velofollies (MNM). Eén werkte samen met de Belgische Wielerbond voor de productie van de reeks *Kroonprinsen*.



< Voor *Spread the work* werkte MNM samen met VDAB.

ANDERE ORGANISATIES

Behalve met cultuurorganisaties, muziekpartners, sportorganisaties en onderwijsinstellingen werkte de VRT in 2017 samen met nog andere organisaties. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 werkte samen met Dag van de Zorg over het thema zorginstellingen. Het net steunde het project *Radical Vernieuwers* van de Sociale Innovatiefabriek. Samen met Mobiel21 stimuleerde Radio 1 via het *Radio 1 Fietspeloton* het fietsen naar het werk. De zender ging samen met NMBS, MIVB en BeMobile op zoek naar "de frustrerendste file" tijdens *STOP 30*. Samen met De Standaard zette Radio 1 de dialecten centraal tijdens *De Taalweek* van *Hautekiet*.
- Radio 2 werkte samen met OVAM voor een actie over huisvuil en sorteren. Het merkte samenwerkingen op met lokale afdelingen van het Rode Kruis: om aandacht te vragen voor extra bloedinzamelingen in de zomermaanden, zond elke regioredactie op 7 augustus live uit vanuit een bloedtransfusiecentrum

Eén werkte samen met Vlaanderen Feest! voor de organisatie en de productie van de gelijknamige muziekshow op de Vlaamse feestdag.

< Voor *De noodcentrale* werd samengewerkt met de politiediensten en 112



van het Rode Kruis. Radio 2 zette in juni mee de nieuwe NV Vlaamse Waterweg op de kaart met live-uitzendingen over Vlaamse waterwegen. Met de actie *Verdiend verlof* werkte het net samen met logeerinstanties uit heel Vlaanderen. *Spits met David* trok De week van de mobiliteit mee op gang met de Bond beter Leefmilieu.

- Samen met de steun van VDAB gaf MNM, met de actie *Spread the work*, jongeren tips om de collegialiteit op de werkvloer te verbeteren. Met de Bouwunie zette MNM een actie op om de beroepen in de bouwsector en de knelpuntjobs extra te belichten. In het kader van de Boekenbeurs van Antwerpen en de VRT-Taaldag lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers *Taaltovenaar*, een creatieve woordenwedstrijd voor jongeren (zie p. 66). MNM zette in op samenwerkingen met organisaties die breed cultureel actief zijn, zo had MNM als partner aandacht voor Brussel Bad en Winterpret in Brussel.
- Studio Brussel werkte samen met vele diverse sociale actoren, zoals De Lijn (voor het *Car Free Festival*)

en De Koning Boudewijnstichting (voor *Music For Life*).

- De programmamakers van *Thuis* (Eén) werkten voor de verhaallijnen onder andere samen met Aditi vzw (seksuele dienstverlening), Pleegzorg Vlaanderen en de ALS-Liga. Voor de productie en promotie van de fictiereeks *Tytgat Chocolat* werd samengewerkt met Theater Stap. Eén organiseerde samen met Kom op tegen Kanker de campagne Iedereen tegen kanker (aansluitend werd een slotshow uitgezonden). Het net werkte samen met Vlaanderen Feest! voor de organisatie en de productie van de gelijknamige muziekshow op 11 juli. *Reizen Waes 12-12* (een speciale aflevering van het reisprogramma) werd gemaakt in samenwerking met het Consortium 12-12. Voor *De noodcentrale* werd samengewerkt met de politiediensten en 112.
- Canvas werkte samen met verschillende Vlaamse steden en gemeenten voor het "rondreizend filmfestival" *Cinema Canvas* (zie p. 103) en voor de marathonuitzending

van *Voor de ronde* (zie p. 103). Voor het evenement verbonden aan *Wanderlust* (programma over levensbeschouwing, zie p. 61) werkte de VRT samen met Op.Recht.Mechelen en Let's Go Urban. Voor de realisatie van het programma werkten de programmamakers samen met de levensbeschouwelijke verenigingen. De cultuurreeks *Gek en geniaal* werd geproduceerd in samenwerking met Te Gek!?

- Awel was de inhoudelijke partner van de fictiereeks *4eVeR* (Ketnet). Hun medewerkers leverden inspiratie voor de verhaallijnen en lazen de scenario's na. Ketnet werkte samen met Mediawijs voor *De schaal van M* (zie p. 73). De vzw Kies Kleur tegen Pesten werkte samen met Ketnet in het kader van De week tegen pesten. In 2017 kreeg deze gezamenlijke actie de titel *Smoel tegen pesten*.
- Voor de Dag van de Wetenschap op de VRT werkte de omroep samen met anderen, bijvoorbeeld met Technopolis (voor wetenschapsproeven op MNM).

7

EFFICIËNTE EN WENDBARE ORGANISATIE

Om haar opdrachten in de toekomst waar te blijven maken is het nodig dat de VRT een meer wendbare, efficiënte en dynamische organisatie wordt. Daarvoor ontwikkelde de VRT in 2016 een toekomstplan. 2017 stond in het teken van de uitvoering van dit toekomstplan.





De VRT besteedde
42,10% van haar
ontvangsten aan
personeelskosten.

7.1

PERSONEELSBESTAND

In 2017 telde de VRT gemiddeld 2.107,8 voltijds equivalenten (ten opzichte van 2.116,3 in 2016) of gemiddeld 2.265,4 actieve personeelsleden ⁷² (ten opzichte van 2.273,2 actieve personeelsleden in 2016).

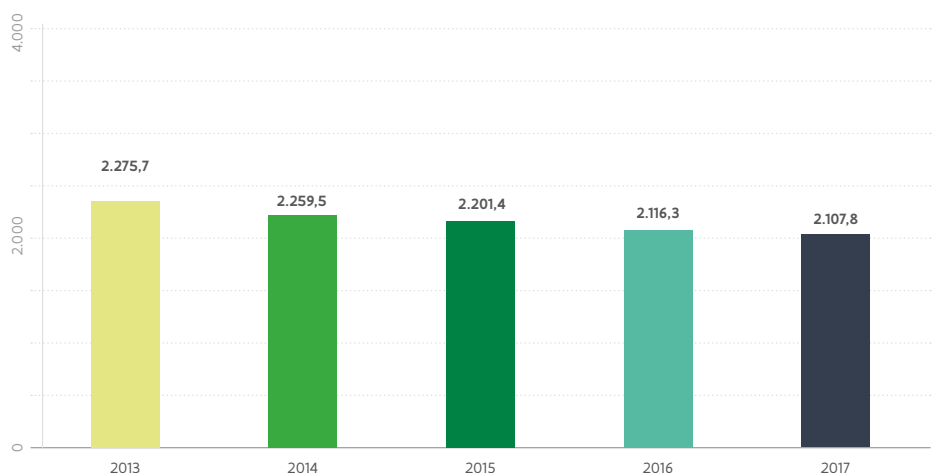
81,7% van de personeelsleden was eind 2017 contractueel ⁷³ (ten opzichte van 80,1% eind 2016), 18,3% was statutair (ten opzichte van 19,9% eind 2016).

De Beheersovereenkomst 2016-2020 bepaalt dat maximaal 43,25% van de totale ontvangsten ⁷⁴ mag gaan naar de personeelskosten ⁷⁵. In 2017 was deze verhouding 42,10%.



Evolutie aantal voltijds equivalenten (2013-2017) ⁷⁶

Bron: VRT



⁷²

Dat aantal bevat niet de 14 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, de gemiddeld 19,8 personeelsleden met loopbaanonderbreking en de gemiddeld 114,4 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -ontheffingen, gedetacheerden, e.d.).

⁷³

Als contractueel wordt beschouwd die medewerkers met een contract van bepaalde of onbepaalde duur en de medewerkers met een vervangingscontract.

⁷⁴

Gemiddeld aantal VTE's met effectieve prestaties, exclusief statutaire personeelsleden Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor.

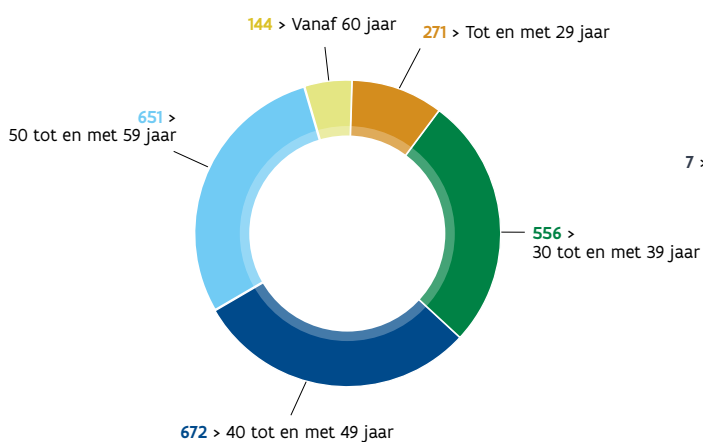
⁷⁵

Exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst worden gefinancierd door externe partijen en meer in het bijzonder Ukkepek, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar, waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage *Pensioensfinancieringsmechanisme Statutairen VRT*. Voor 2017 werd ook abstractie gemaakt van de extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen*.

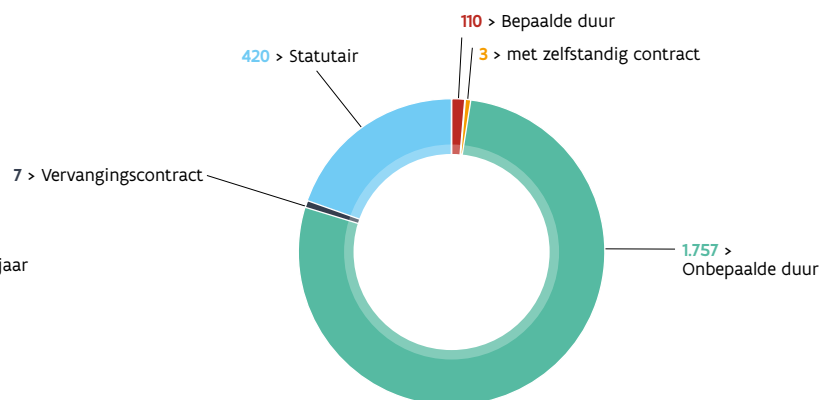
⁷⁶

In tegenstelling tot vorige jaarverslagen van de VRT wordt in voorliggend jaarverslag geopteerd voor een rapportering van het gemiddeld aantal personeelsleden dat effectieve prestaties levert voor de VRT. Dat gemiddelde sluit beter aan bij de Beheersovereenkomst 2016-2020 en geeft een vollediger beeld dan de momentopname op 31 december die conform de vorige beheersovereenkomsten gebruikelijk was.

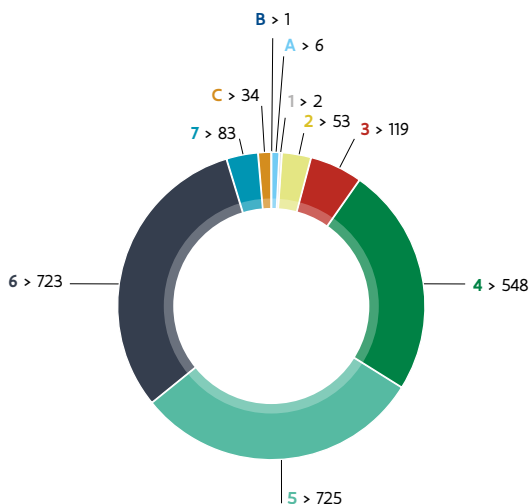
De verdeling van de medewerkers volgens leeftijd ⁷⁷



De verdeling van de medewerkers volgens contractsoort ⁷⁸



De verdeling van de medewerkers over de functieklassen ⁷⁹



De verdeling van de medewerkers volgens directie (gemiddeld aantal VTE)

Directie (voltijds equivalenten)	2016	2017
● Algemene diensten & Financiën	160,0	143,1
● Beleid	47,2	53,3
● Human Resources	53,5	50,3
● Informatie	510,3	506,4
● Media & Productie	710,9	718,2
● Technologie & Operaties	634,5	636,4
● Totaal	2.116,3	2.107,8

⁷⁷ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2017.

⁷⁸ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2017.

⁷⁹ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2017.

INZETTEN VAN UITZENDKRACHTEN

In de eerste helft van 2017 steeg het aantal uitzendkrachten ten opzichte van 2016. Dat kwam onder andere door extra opleidingen bij de VRT-nieuwsdienst (zoals HR-opleidingen en opleidingen als gevolg van de interne reorganisatie) waardoor extra vervangers met een uitzendcontract moesten worden ingezet om het aanbod te garanderen. Een tweede hoofdreden was het feit dat de realisatie van de besparingen en de aanpassing van de interne VRT-werking (als gevolg van het sociaal plan) de nodige tijd vergden. Bij de televisiezenders bijvoorbeeld hadden verschillende medewerkers vroeger dan voorzien de VRT

vrijwillig verlaten. Dat terwijl (nieuwe) programma's reeds opgestart waren en niet meer stopgezet konden worden. Dat leidde tot het inzetten van extra uitzendkrachten.

Het aantal uitzendkrachten verminderte in de tweede jaarhelft (van 2.450 dagen uitzendarbeid in januari naar 1.678 dagen in december). Dat was het gevolg van enerzijds een nauwgezette opvolging en rapportering van het inzetten van interimkrachten en anderzijds van de beslissing van de directie om voor 37 uitzendkrachten (uitgedrukt in VTE) hun overeenkomst om te zetten naar een VRT-arbeids-overeenkomst van bepaalde duur.



7.2

FIER OP DE VRT

Fier op de VRT is de overkoepelende naam voor het veranderingstraject van de VRT-bedrijfscultuur. Het traject focust op het realiseren van vooruitgang op 15 thema's die een weerspiegeling zijn van de bedrijfscultuur waarnaar de VRT streeft.

In het voorjaar organiseerde de VRT een tweedaagse voor 238 leidinggevenden en experts. Zij volgden verschillende sessies met als doel geïnspireerd te worden en zelf te ondervinden wat een andere cultuur voor hen zelf en hun teams zou kunnen betekenen.

Elke afdeling in het bedrijf koos vervolgens de thema's waarrond ze in 2017 wilden werken en zich engageerden, rekening houdend met de eigen prioriteiten en context. Over het algemeen waren de belangrijkste thema's waarvoor gekozen werd: vertrouwen opbouwen, samenwerken, feedback geven, leiderschap tonen, diversiteit versterken en ondernemerschap stimuleren.

In de loop van het jaar werden talloze initiatieven opgestart, gaande van Fier op de VRT-dagen voor een hele afdeling (voor inspiratie en beleving

rond de gekozen thema's), specifieke workshops rond feedback, vertrouwen, ondernemerschap, diepgaande oefeningen waarbij de hele werking van een afdeling onder de loep werd genomen, afname van vragenlijsten om te evalueren waar men op de 15 thema's stond om vervolgens verdere actie(s) te ondernemen, persoonlijke en team-coachings, e.d. . In totaal namen meer dan 1.300 medewerkers hieraan deel. Daarnaast werd sterk ingezet op de begeleiding van leidinggevenden (zie p. 146).

De VRT slaagde er in om de bewustmaking rond de gewenste cultuurverandering te realiseren. Sommige afdelingen konden grote stappen zetten, anderen zetten voorzichtiger stappen. De vraag naar begeleiding en ondersteuning nam exponentieel toe. Dat betekent dat "de wil om te veranderen" en "daadwerkelijk actie te ondernemen" sterk leeft in de organisatie. De VRT wil enerzijds haar inspanningen verderzetten, zowel in de diepte (focussen op echte gedragsverandering), als in de breedte (iedereen bereiken) en anderzijds de reeds gerealiseerde verandering verankeren in de dagelijkse werking.

“De wil om te veranderen” leeft sterk in de organisatie.



NIEUW GEBOUW

De VRT bouwt een nieuw omroepgebouw op de Reyerssite in Schaarbeek. De bedoeling is om het nieuwe gebouw te gebruiken in 2021. Het nieuwbouwproject bevat drie deeltrajecten: de bouw zelf, een inspirerende werkomgeving en mediafaciliteiten.

- De bouw

In 2017 werd een definitief ontwerp van het omroepgebouw vastgelegd. Daarop werd een bouwvergunningsdossier ingediend bij de gewestelijke overheidsdienst Brussel Stedenbouw en Erfgoed en bij Leefmilieu Brussel.

Tegelijk werd een uitvoeringsdossier opgemaakt. Het vormde de basis waarop de kandidaat-aannemers hun offertes konden indienen. Op 26 juni plaatste de VRT de overheidsopdracht voor werken met als voorwerp *De realisatie van de nieuwbouw voor de huisvesting van de VRT in de markt*. Dat gebeurde aan de hand van een onderhandelingsprocedure met bekendmaking, met een selectie- en een biedingsfase. Tijdens de selectieperiode werden een aantal criteria afgetoetst (toegangsrecht – betrouwbaarheidscriteria, toelaatbaarheids criterium (erkenning), kwalitatieve selectie – geschiktheidscriteria, financiële en economische draagkracht). Zeven kandidaten dienden een dossier in. Vijf ervan werden meegenomen naar de biedingsfase.

De bouwwerken starten begin 2019.

- Inspirerende werkomgeving

De VRT ontwikkelde een visie voor “een effectieve, efficiënte en inspirerende werkomgeving op maat van de VRT”. De VRT koos voor “activiteitgebaseerd werken” omdat dit het best garandeert dat de medewerkers op een aangename manier creatief en efficiënt kunnen werken.

- Mediafaciliteiten

Eind 2017 werd de selectieleidraad voor de selectie van de “design- en integratiepartner” Europees en federaal gepubliceerd in het bulletin der aanbestedingen. De voorschriften kwamen mede tot stand dankzij de inbreng van een adviesraad met externe vakspecialisten. De lopende procedure is een ‘innovatie-partnerschap’. In de loop van 2018 wordt de gunning voor een partner uitgesproken.



Jan Sulmont - Communicatieverantwoordelijke Nieuw Gebouw & Technologie 39 jaar

2017 stond voor mij vooral in het teken van Atelier VRT, de projectgroep van ons nieuwe omroepgebouw. Dat team draagt letterlijk zijn steentje bij aan de toekomst van de openbare omroep. Ons nieuwe gebouw zal liggen in het toekomstige 'Mediapark Brussels', waarin onder andere ook het nieuwe RTBF-gebouw, een publiek park, woningen en horecavoorzieningen komen.

Atelier VRT denkt na over het nieuwe gebouw zelf, maar ook over de infrastructuur en de werkomgeving. Ik communiceer daarover naar onze collega's, buurtbewoners en andere belangengroepen. Ik probeer hen allemaal zo goed mogelijk over onze plannen te informeren. Natuurlijk neem ik hun reacties ook mee naar onze projectgroep.

Collega's kunnen steeds bij Atelier VRT terecht voor meer informatie over het nieuwe gebouw. Wij presenteren af en toe maquettes en posters. Elke afdeling van de VRT heeft ook een nieuwbouw-vertegenwoordiger gekregen. Die krijgt bij Atelier VRT informatie uit eerste hand om zijn of haar medewerkers verder in te lichten. De vertegenwoordigers geven ook de reacties en behoeften van hun teams aan ons door.

De meeste vragen van die collega's gaan over de toekomstige werkomstandigheden, zoals 'Zullen er open ruimtes zijn?' en 'Is er ook gedacht aan creatieve ruimtes om met anderen samen te werken en te brainstormen?' Collega's zijn ook nieuwsgierig naar de nieuwe media-infrastructuur. Zij willen graag weten hoe de televisie- en radiostudio's van de toekomst eruit zullen zien.

Het nieuwe gebouw is een groot project dat zeker niet alleen alle VRT-medewerkers aanbelangt. Ook de buurt en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest zijn betrokken partij. Daarom organiseren wij bijvoorbeeld "burendagen" in samenwerking met de RTBF. Op die momenten tonen we hoever het project staat en peilen we naar de meningen van de buurtbewoners. Schaarbeek en Brussel zullen straks immers een wijk rijker zijn.

Ik kijk vooral uit naar het open karakter van ons nieuwe gebouw. We zullen een open huis worden, een echte publieke omroep dus. Bovendien zullen er over de hele lengte van het gebouw tuinkamers zijn, waar je in een groen decor op adem kunt komen. Maar voor we zover zijn, is het eerst onze uitdaging om in de werfsituatie content te blijven creëren op radio, televisie en online.



“We zullen een open huis worden, een echte publieke omroep dus”

7.3

TALENTONTWIKKELING

**Leidinggevend
zijn belangrijk
bij het opbouwen
van een nieuwe
bedrijfscultuur.**

Ondersteunen van talent

De VRT zette in op de opleiding en ondersteuning van haar medewerkers. Dat gebeurde op verschillende terreinen:

- leiderschapstrajecten en -begeleiding (zie verder);
- de ontwikkeling van persoonlijke en interpersoonlijke vaardigheden;
- de ontwikkeling van vaktechnische en digitale competenties.

1.370 unieke medewerkers volgden samen 3.889 opleidingen (ten opzichte van 1.097 in 2016), goed voor 2.989 werkdagen (ten opzichte van 1.769 in 2016).

Tientallen teams kregen begeleiding vanuit de HR-afdeling op het vlak van feedback geven, participeren, conflicten begeleiden, samenwerken, e.d.

Ondersteuning van leidinggevend

Leidinggevend zijn belangrijk bij het opbouwen van een nieuwe bedrijfscultuur (zie boven). Vanuit de HR-afdeling werden ze in 2017, op het vlak van leidinggeven, ondersteund op verschillende manieren:

- een vragenlijst over de verschillende thema's waarmee leidinggevend feedback konden vragen aan hun afdelingen (dit als barometer van waar ze vandaag als team staan);
- een vragenlijst over vier leiderschapsrollen (leider, manager, ondernemer en "people coach") waarover leidinggevend feedback konden vragen aan hun medewerkers, collega's, leidinggevend en klanten;
- individuele begeleidingstrajecten (voor 30 leidinggevend);
- teambegeleiding;
- het meten van competenties van medewerkers met het oog op een nieuwe functie. (Op basis van vrijwillige deelname aan deze meting kunnen adviezen geformuleerd worden voor de ontwikkeling van de betrokken medewerkers.)

Vanuit de HR-afdeling werd gefocust op het versterken van de leidinggevend vaardigheden en het ondersteunen van samenwerkingsdynamieken in de praktijk van de dagelijkse werking.



“Iedereen die de VRT wil bezoeken moet langs mij passeren.”

Mehnaz Peer Mohamady (Hanni)
Medewerker bezoekersingang & onthaal
39 jaar

Iedereen die de VRT wil bezoeken, moet langs mij passeren. Ik werk namelijk bij de bezoekersingang en het onthaal. Ik ontvang allerlei gasten, zoals leerkrachten, radiogasten en ministers, en verwijst hen door naar de juiste persoon of plaats. Dat is absoluut nodig, want wie nog nooit op de VRT is geweest verdwaalt al snel in de vele gangen.

Dagelijks bezoeken 100 tot 300 mensen de VRT. Groepsrondleidingen zijn erg populair. Ik merk dat vooral studenten en gepensioneerden nieuwsgierig zijn naar wat er allemaal op de VRT gebeurt. Wanneer ik 's morgens begin te werken, staan er vaak al mensen aan het onthaal te wachten om het gebouw binnen te gaan. Ik ontvang meestal eerst radiogasten. Daarna volgen de gasten voor televisieprogramma's of programmamakers van externe productiebedrijven. Maar eigenlijk kan iedereen van de VRT bezoekers verwachten, van de aankoopdienst tot de afdeling technologie.

Het gebeurt soms dat onverwachte of ongewenste gasten de VRT proberen binnen te raken. Toen bijvoorbeeld Ian Thomas bij een radiozender op bezoek was, stonden heel wat fans aan de bezoekersingang te drommen. Zij wilden even naar binnen gaan om een handtekening van hun idool te vragen. Wij konden dat niet toestaan wegens de veiligheidsregels.

Die veiligheidsregels zijn strikter geworden na de terreuraanslagen in Brussel in 2016. Wij mogen niemand binnenlaten die niet ingepland is. Het is dus heel belangrijk dat iedereen een afspraak maakt. Alleen wie een afspraak heeft, mag het domein betreden na een identiteitscontrole. Onder dreigingsniveau 4 in Brussel en België mochten wij mensen fouilleren of handtassen en rugzakken controleren. Er kwamen ook tweemaal per dag militairen langs om te zien of alles in orde was. Dat gaf ons een rustig en veilig gevoel. Voor onze eigen veiligheid hebben we kogelvrij glas in onze onthaalruimte.



7.4

AANWERVINGSBELEID

140 interne en externe medewerkers kregen begeleiding van de HR-afdeling bij de invulling van een nieuwe job:

- 60 medewerkers doorliepen een intern selectieproces voor een nieuwe job;
- 43 externe personen kregen een contract van onbepaalde duur;
- 37 externe personen kregen een tijdelijke job.

3.011 personen kandideerden voor de openstaande functies. 1.414 personen waren kandidaat voor een stageplaats. 230 kregen een stageplaats aangeboden.

Voor de promotie van de vacatures werden videoclipps gemaakt die de VRT profileerden als een aantrekkelijke werkgever. Deze werden onder andere verspreid op de sociale media. Wekelijks

werden filmpjes, foto's en artikels gepubliceerd. De vacatureberichten werden ook verspreid bij de medewerkers. Zij konden ze delen via de socialemediakanalen. De "mailinglijst van organisaties van de kansengroepen" van de Vlaamse overheid werd gebruikt om de externe vacatures verder kenbaar te maken bij een breed publiek.

In 2017 werden acht op maat gemaakte rondleidingen georganiseerd voor verschillende hogescholen. Op die manier werden 200 studenten bereikt. De HR-afdeling VRT Jobs was aanwezig op verschillende jobbeurzen, onder andere met een mobiele radiostudio, een SNG-wagen⁸⁰ en demonstraties van technologische projecten van de afdeling Onderzoek & Innovatie.



7.5

ONDERSTEUNING VAN LOOPBANEN EN INTERNE MOBILITEIT

De VRT wil leidinggevend en medewerkers de gelegenheid geven om een loopbaancoaching op te starten. Op die manier wil de omroep nagaan welke talenten van medewerkers mogelijk onderbenut worden. Dat biedt medewerkers eventueel de gelegenheid om een nieuwe functie op te nemen binnen de organisatie, zich verder te ontwikkelen en zo inzetbaar te blijven in een continu veranderende omgeving.

Sinds 2017 biedt de VRT de mogelijkheid aan medewerkers om loopbaancoaching te volgen. 17 medewerkers maakten hiervan gebruik.

In 2017 was de gemiddelde mobiliteitsgraad 4,7%. Dat betekent dat 112 medewerkers intern van opdracht veranderden, waarvan 95 structureel en 17 tijdelijk. 60 van deze opdrachten werden begeleid door VRT jobs.

7.6

SOCIAAL OVERLEG

Het sociaal overleg was in 2017 voornamelijk gefocust op een correcte uitvoering van het Sociaal Plan. Dat plan uit 2016 bevat maatregelen om enerzijds het arbeidsvolume te verminderen en anderzijds de personeelskosten te beheersen. Dankzij de inzet en de constructieve houding van de VRT-medewerkers en de vakorganisaties, kon het Sociaal Plan in 2017 zo optimaal mogelijk verder uitgevoerd worden. Dat ondanks de impact op de organisatie en de dagelijks werking. De VRT-directie drukt daarvoor haar waardering uit.

- Begin 2017 werd snel duidelijk in welke afdelingen de vermindering van het arbeidsvolume niet zou lukken met enkel natuurlijke uitstroom en arbeidsherverdeling. Daarom werden binnen deze diensten "hertewerkstellingstrajecten" opgestart. Medewerkers van wie de functie noodgedwongen werd geschrapt, werden door de HR-afdeling begeleid in het vinden van een nieuwe opdracht.
- Het is onvermijdelijk dat dergelijke maatregelen leiden tot een grote ongerustheid binnen de organisatie. Daarom werden

de verschillende stappen en beslissingen op een transparante manier met de vakbonden besproken.

In een "hertewerkstellingscel" volgden directie en vakbonden samen de individuele dossiers op en werden mobiliteitsoplossingen of heroriënteringsmogelijkheden in kaart gebracht.

- Het Sociaal Plan bevatte een engagement van directie en vakbonden om *Het reglement kosten eigen aan de werkgever* te heronderhandelen. De bedoeling was te komen tot een vereenvoudiging van het reglement en een automatisering van het administratief verwerkingsproces van de kosten. Dat leverde eind 2017 een nieuw reglement op.
- In het kader van het Sociaal Plan werd in 2017 verder sociaal overleg gevoerd met het oog op een regelmatige opvolging en rapportering van de diverse afspraken uit het plan. De directie en de vakbonden monitorde de impact van de maatregelen, zodat de vooropgestelde doelstellingen konden worden gerealiseerd.

Twee andere "grote" dossiers kwamen aan bod op het sociaal overleg:

- *Het re-integratiebeleid*
Samen met de VRT-verantwoordelijken voor Preventie en Bescherming op het Werk werd de visie en de aanpak over het re-integreren van medewerkers na langdurige afwezigheid herzien. Het nieuwe beleid zette voortaan in op enerzijds een goed contact met de betrokkenen en anderzijds een goede opvolging vanaf het begin van de afwezigheidsperiode. De bedoeling was dat de drempel om de functie te hervatten zo klein mogelijk kon worden gehouden en dat dit op een vlotte en respectvolle manier kon gebeuren.
- *Duurzame mobiliteit*
Met het oog op de nieuwe huisvesting van de VRT en in het kader van de wijzigende wetgeving, wil de omroep inzake duurzame mobiliteit een voorbeeldrol opnemen. De HR-afdeling ontwikkelde verschillende initiatieven die in de loop van 2018 uitgerold worden binnen het bedrijf.

Ukkepuk
KINDERDAGVERBLIJF

 vrt
Sociale Werken
vzw

De VRT biedt aan haar medewerkers de mogelijkheid om zich te beroepen op het kinderdagverblijf Ukkepuk voor de opvang van hun kinderen. De vzw Ukkepuk VRT beheert het kinderdagverblijf en biedt opvang aan baby's en peuters tot 3 jaar aan. De vzw wordt gesubsidieerd door middelen vanuit Kind en gezin, het Stedenfonds van de VGC en Actiris.

Via de vzw Sociale werken worden (sociale voordelen) voor de medewerkers toegekend, zoals de voordelen van PLUSPAS (opgezet door de Vlaamse overheid), viering van medewerkers die 5 jaar in dienst zijn, viering nieuw gepensioneerd, kinderopvang tijdens de schoolvakanties op het terrein van de VRT, geboortechques, sportinitiatieven, enzovoort.

DEUGDELIJK BESTUUR

RAAD VAN BESTUUR

Samenstelling

De samenstelling van de Raad van Bestuur en de benoemingsbepalingen van bestuurders en van de voorzitter zijn vastgelegd in artikelen 12 en 13 van het Mediadecreet ⁸¹. Artikel 19 van de Cultuurpactwet vereist bovendien dat de samenstelling van de Raad van Bestuur de evenredige vertegenwoordiging van de politieke fracties in het Vlaams Parlement weerspiegelt.

Sinds 30 januari 2017 is de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- Luc Van den Brande, voorzitter
- Ellen Van Orshaegen, ondervoorzitter
- Philippe Beinaerts,
- Marc De Clercq,
- Sihame El Kaouakibi,
- Christian Leysen,
- Véronique Matthys,
- Nico Moyaert,
- Freya Piryns,
- Chris Reniers,
- Jan Roegiers,
- Chris Verhaegen

Een korte biografie van de bestuurders en de belangrijkste functies die ze buiten de VRT uitoefenen, staat te lezen op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be).

Vergaderfrequentie

De Raad van Bestuur vergadert in principe de laatste maandag van elke maand (behalve in juli en augustus).

In 2017 vergaderde de Raad van Bestuur 10 keer.

Bevoegdheden

De bevoegdheden van de Raad van Bestuur zijn bepaald in artikel 13, §1 van het Mediadecreet:

1. het vastleggen van de algemene strategie van de VRT;
2. het nemen van beslissingen over aangelegenheden met strategisch karakter. Een aangelegenheid heeft een strategisch karakter als ze een belangrijke impact heeft op het handelen van de VRT in de Vlaamse samenleving of op het medialandschap. De raad van bestuur beslist over het strategische karakter van een aangelegenheid;
3. het goedkeuren, namens de VRT, van de beheersovereenkomst en van elke wijziging ervan;
4. het goedkeuren van het jaarlijkse ondernemingsplan en van strategische meerjarenplannen die de doelstellingen en de strategie op de halflange termijn vastleggen. Het jaarlijkse ondernemingsplan bevat onder meer het algemene programabeleid, de strategie inzake communicatie en public relations, de raming van de inkomsten en uitgaven en van het personeelscontingent;
5. het opmaken van de inventaris en de jaarrekening met de balans, de resultatenrekening en de toelichting, en het opstellen van het jaarverslag;
6. het goedkeuren van de regels voor de aanwerving en de rechtspositie van het personeel;
7. het aanstellen en ontslaan van de leden van het directiecollege, op voordracht van de gedelegeerd bestuurder;
8. het uitoefenen van toezicht op de gedelegeerd bestuurder bij de uit-

voering van de beheersovereenkomst, het ondernemingsplan en de beslissingen van de raad van bestuur;

9. het bemiddelen bij personele conflicten binnen het directiecollege;
10. het beslissen over deelneming van de VRT aan vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden;
11. het beslissen over de oprichting van vennootschappen door de VRT;
12. het toezicht op de werking en de resultaten van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
13. de aanwijzing van de vertegenwoordigers van de VRT in de bestuursorganen van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
14. het bijeenroepen van de algemene vergadering en het vaststellen van de agenda;
15. het opstellen van het kader waarbinnen de VRT merchandising- en nevenactiviteiten uitoefent.

Het beslissingsproces binnen de Raad van Bestuur wordt uiteengezet in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, dat opgenomen is op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be).

Comités opgericht door de Raad van Bestuur

Binnen de Raad van Bestuur bestaan volgende comités:

Auditcomité

Samenstelling

Zoals bepaald in artikel 31 van het Mediadecreet en artikel 11bis van de statuten heeft de Raad van Bestuur

⁸¹

Met de term "Mediadecreet" wordt verwezen naar het Decreet van 27 maart 2009 betreffende Radio-Omroep en Televisie.

een Auditcomité opgericht. De samenstelling van het Auditcomité is geregeld in *bijlage C.1 Auditcomité – 4. Samenstelling* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

In het Auditcomité zetelden in 2017:

- Véronique Matthys (voorzitter)
- Marc De Clercq
- Chris Reniers
- Luc Van den Brande

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder en de manager Interne Audit worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Auditcomité bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Auditcomité vergaderde tien keer in 2017.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Auditcomité is bepaald in *bijlage C.1 Auditcomité - Opdracht* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

In essentie staat het Auditcomité de Raad van Bestuur bij in zijn toezichtsfunctie, meer bepaald op het vlak van de financiële informatie van de VRT, de naleving door de vennootschap VRT van wettelijke verplichtingen, de kwalificaties en de onafhankelijkheid van de bij de VRT aangestelde commissaris en de werking van interne controle en risicobeheersing.

Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

Samenstelling

De samenstelling van het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR (hierna 'Strategisch Comité VAR' genoemd), is geregeld in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR – 3. Samenstelling* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

In het Strategisch Comité VAR zetelden in 2017:

- Christian Leysen (voorzitter)
- Nico Moyaert
- Freya Piryns
- Jan Roegiers

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder, het bestuurslid dat ook het bestuursmandaat van VRT bij VAR uitoefent (Marc De Clercq, vaste vertegenwoordiger) en de voorzitter van de Raad van Bestuur worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Strategisch Comité VAR bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Strategisch Comité VAR vergaderde vier keer in 2017.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Strategisch Comité VAR is bepaald in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR – 2. Rol en opdracht* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

Het Strategisch Comité VAR ondersteunt de Raad van Bestuur van de VRT bij het oriënteren van de strategie van VAR en van haar dochterondernemingen en het toezien op de uitvoering van deze

strategie. Het functioneert als overlegforum met het management van VAR en bereidt de beslissingen inzake VAR en dochterondernemingen van VAR voor.

Remuneratie- en benoemingscomité

Samenstelling

De Raad van Bestuur heeft een Remuneratie- en benoemingscomité. De samenstelling van het Remuneratie- en benoemingscomité is geregeld in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter – 3. Samenstelling* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

In het Remuneratie- en benoemingscomité zetelden in 2017:

- Luc Van den Brande (voorzitter)
- Christian Leysen
- Nico Moyaert

Vergaderfrequentie

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde zes keer in 2017.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Remuneratie- en benoemingscomité is bepaald in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter – 2. Rol en opdracht* van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.

Het Remuneratie- en benoemingscomité doet voorstellen aan de Raad van Bestuur voor het vastleggen van de jaarlijkse doelstellingen voor de gedelegeerd bestuurder en de leden van het VRT-directiecollege. Het bereidt de evaluatie over het behalen van deze doelstellingen voor en heeft een rol bij het formuleren van voorstellen voor het verloningsbeleid van het management en voor benoeming of ontslag van leden van het VRT-directiecollege.

Gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege

Samenstelling

De gedelegeerd bestuurder wordt benoemd en ontslagen door de Algemene Vergadering. Dit is zo bepaald in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten van de VRT.

De gedelegeerd bestuurder wordt bijgestaan door het VRT-directiecollege, dat hij voorziet.

De samenstelling van het VRT-directiecollege is vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en in artikel 17 van de statuten. De leden van het VRT-directiecollege worden aangesteld en ontslagen door de Raad van Bestuur op voordracht van de gedelegeerd bestuurder.

Het VRT-directiecollege was in 2017 als volgt samengesteld:

- Paul Lembrechts, gedelegeerd bestuurder
- Hans Cockx, algemeen directeur HR
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie
- Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën
- Mick De Valck, algemeen directeur Technologie en operaties
- Lut Vercruysse, directeur Strategie
- Liesbet Vrieleman, algemeen directeur Informatie

Een korte biografie van de leden van het VRT-directiecollege en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, wordt weergegeven op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be).

Vergaderfrequentie

De vergaderingen van het VRT-Directiecollege worden in principe wekelijks gehouden, gewoonlijk op woensdag. Het VRT-Directiecollege vergaderde 41 keer in 2017.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van de gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege zijn vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten.

De gedelegeerd bestuurder is belast met en exclusief bevoegd voor de volgende taken van het operationele bestuur van de VRT:

1. op het vlak van het management van de dienstverlening: de voorbereiding en de uitvoering van de jaarlijkse ondernemingsplannen en strategische meerjarenplannen, die voortvloeien uit de beheerovereenkomst en goedgekeurd worden door de raad van bestuur;
2. inzake de productontwikkeling: het ontwikkelen van nieuwe en het verbeteren van bestaande diensten, producten en processen die passen in het beleid van de VRT;
3. inzake het personeelsbeleid: het voeren van een coherent personeelsbeleid, dat afgestemd is op de strategische ontwikkeling van de VRT en de omgevingsfactoren waarbinnen de dienstverlening plaatsvindt, overeenkomstig de rechtspositieregeling van het personeel en de richtlijnen van de Raad van Bestuur binnen het jaarlijkse ondernemingsplan daarover;
4. inzake het financiële beleid: de uitvoering van alle budgettaire en boekhoudkundige verrichtingen binnen het jaarlijkse ondernemingsplan, met inbegrip van het registreren van de verbintenissen, de goedkeuring en de boeking van de verplichtingen, de boeking van de vorderingen en het doen van alle ontvangsten en uitgaven binnen de machtigende begroting;
5. inzake het beheer van de infrastructuur: het voeren van een coherent beleid voor gebouwen, verbruiks- en patrimoniumgoederen, een efficiënt voorraadbeheer en het optimale

beheer van de infrastructuur van de VRT binnen de limieten van het door de Raad van Bestuur goedgekeurde investeringsprogramma;

6. inzake communicatie en public relations: het voeren van een eigentijds intern en extern communicatiebeleid, in overeenstemming met de door de Raad van Bestuur vastgelegde richtlijnen daarover;
7. het vaststellen van het programma-aanbod en het uitzendschema;
8. het nemen van andere operationele beslissingen die nuttig of nodig zijn voor de goede werking van de VRT en die niet tot de bevoegdheden behoren van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder neemt met raadgevende stem deel aan de vergaderingen van de Raad van Bestuur. Hij bereidt de beslissingen van de Raad van Bestuur voor en verstrekt de Raad van Bestuur alle nodige inlichtingen. Hij brengt alle voorstellen die voor de werking van de VRT nuttig of nodig zijn op de agenda van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder vertegenwoordigt de VRT in de gerechtelijke en buitengerechtelijke handelingen, met inbegrip van het optreden voor administratieve rechtscolleges, en treedt rechtsgeldig op in naam en voor rekening van de VRT, zonder dat hij dat aan de hand van een beslissing van de Raad van Bestuur moet staven.

Met behoud van de toepassing van de rechtspositieregeling van het personeel mag de gedelegeerd bestuurder onder zijn verantwoordelijkheid een of meer specifieke bevoegdheden, met inbegrip van die welke vermeld worden in dit artikel, delegeren aan een of meer personeelsleden van de VRT.

De gedelegeerd bestuurder voert de beslissingen van de Raad van Bestuur uit.

Bezoldigingen van de leden van de bestuursorganen

Bezoldiging van de bestuurders

Aan alle bestuurders samen werd met betrekking tot 2017 in totaal een brutobedrag uitgekeerd van 106.086,10 euro aan vaste vergoedingen en presentiegelden.

Artikel 14 van de statuten bepaalt: "De algemene vergadering legt de vergoeding van de bestuurders vast."

De door de algemene vergadering goedgekeurde regeling omvat:

De vergoedingen van de leden van de Raad van Bestuur bestaan uit:

- een vaste vergoeding op jaarbasis van 2.500 euro (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 2.987,7 euro).
- een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur voor maximaal 15 vergaderingen per jaar (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 298,77 euro). Vanaf de 16e vergadering op jaarbasis en ongeacht de aan- of afwezigheid van een bestuurder op de voorafgaande vergaderingen, wordt het bedrag per vergadering gehalveerd.
- de vaste vergoeding op jaarbasis en het presentiegeld per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur wordt verdubbeld voor de Voorzitter van de Raad van Bestuur.
- een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde (buitengewone) Algemene Vergadering toe te kennen (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 298,77 euro). Voor de voorzitter van de Raad van Bestuur wordt dit presentiegeld per bijgewoonde vergadering verdubbeld.
- de bestuurders die lid zijn van het Auditcomité, het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen VAR, het Remuneratie- en benoemingscomité en het ad-hoc-subcomité Beheersovereenkomst, ontvangen een presentiegeld

van 250 euro per bijgewoonde vergadering (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 298,77 euro).

- de bestuurder die als vaste vertegenwoordiger in de Raad van Bestuur VAR zetelt voor het uitoefenen van het bestuurdersmandaat namens de VRT ontvangt een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 298,77 euro).
- de bestuurders die lid zijn van het Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT (in vereffening) en/of het Pensioenfonds Contractuelen VRT ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering (huidig geïndexeerd brutobedrag bedraagt 298,77 euro).

De vermelde bedragen zijn 100% bedragen, volgen de evolutie van het gezondheidsindexcijfer en zijn gekoppeld aan de spilindex.

De bestuurders ontvangen daarnaast ook een vergoeding voor de reiskosten verbonden aan de uitoefening van hun mandaat.

Aan alle bestuurders samen werd met betrekking tot 2017 in totaal een bedrag uitgekeerd van 6.016,69 euro aan vergoedingen voor reiskosten.

Deze regeling staat beschreven in het reglement 'Terugbetaling reiskosten leden Raad van Bestuur', goedgekeurd door het Remuneratie- en benoemingscomité van 29 maart 2011.

Door de Vlaamse overheid werd in 2017 een vergoeding van 10.532,34 euro bruto toegekend aan de gemeenschapsafgevaardigde.

Bezoldiging van de gedelegeerd bestuurder en het directiecollege.

Artikel 19 van het Decreet Deugdelijk bestuur⁸² bepaalt: "De jaarlijkse bezoldiging van de personeelsleden en de leden van de Raad van Bestuur van

de entiteiten, vermeld in artikel 2§1, mag niet meer bedragen dan de jaarlijkse bezoldiging van de minister-president van de Vlaamse regering."

In 2017 ontving de gedelegeerd bestuurder een bruto bezoldiging van 252.285,57 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel 19 van het Decreet Deugdelijk Bestuur.

In 2017 bedroeg de totale bruto bezoldiging van het directiecollege (6 directieleden, exclusief de gedelegeerd bestuurder) 1.077.886,96 euro.

Mededelingen inzake deugdelijk bestuur

Conform het Charter van Deugdelijk Bestuur voert de Raad van Bestuur, onder leiding van de voorzitter van de Raad van Bestuur, tweejaarlijks een zelfevaluatie door om vast te stellen of de Raad zelf en de Comités efficiënt functioneren.

De evaluatie heeft als doelstellingen:

- Beoordelen hoe de Raad werkt waaronder ook zijn rol, positie, omvang en samenstelling;
- Nagaan of de belangrijke punten behoorlijk worden voorbereid en behandeld.

De Raad van Bestuur beoordeelt ook de interactie met de gedelegeerd bestuurder en het Directiecollege en met de Aandeelhouder(s).

Aan de hand van een zelfevaluatievragenlijst wordt gevraagd in welke mate er voldaan wordt aan de vereisten, handelingen en te nemen beslissingen die worden opgelegd door het Charter van Deugdelijk Bestuur en op de werking van de Raad van Bestuur.

De laatste tweejaarlijkse zelfevaluatie vond plaats in februari 2016. De eerstvolgende vindt plaats in 2018.

⁸²

Decreet van 22 november 2013 betreffende deugdelijk bestuur in de Vlaamse publieke sector

8

FINANCIËLE RESULTATEN





JAARREKENING 2017

EVALUATIE 2017

De VRT is een NV van publiek recht. Zij kreeg van de Vlaamse overheid een opdracht inzake het openbaar omroepen van radio-, televisie- en digitaal aanbod. De uitgangspunten van die opdracht zijn opgenomen in het Mediadecreet⁸³. In een vijfjaarlijkse overeenkomst tussen de Vlaamse overheid en de openbare omroep (Beheersovereenkomst) worden de strategische doelstellingen ter invulling van de openbare opdracht beschreven.

De VRT evolueert in de periode van deze beheersovereenkomst (2016-2020) naar een wendbare en toekomstgerichte publieke mediaorganisatie. Zij wil daarbij een sterke publieke omroep blijven voor iedereen die in de Vlaamse Gemeenschap leeft. Met een kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod (dat focust op informatie, cultuur en educatie en met een kwaliteitsvol verbindend aanbod (voor ontspanning en sport)) bereikte de VRT in 2017 bijna alle Vlaamse mediagebruikers. Conform de beheersovereenkomst zette de omroep in op het stimuleren van het brede maatschappelijke debat.

De VRT hanteert een brede merkenportfolio om alle Vlamingen te bereiken: generalistische aanbodsmerken (zoals Eén), merken gericht op specifieke doelgroepen (zoals Ketnet voor kinderen), programmamerken (zoals *Dagelijkse kost* (Eén)), themamerken (zoals *De warmste week*), "gezichten"

(zoals Rudi Vranckx) en dienstverlenende merken (zoals VRT NU). Alle merken richtten zich in 2017 op het versterken van de publieke meerwaarde van de openbare omroep VRT (het koepelmerk). Daarvoor zijn alle merken complementair opgebouwd en worden ze volgens hun specifiek profiel ingezet.

Alle aanbodsmerken streven er naar om zich zo multimediaal mogelijk te ontplooien. Afhankelijk van hun profiel zijn zij aanwezig op die mediaplatformen waar hun doelgroepen zijn.

De aanbodsmerken van de VRT maakten in 2017 hun opdracht waar:

- Eén bood een aanbod dat gericht is op het verbinden van alle generaties. Het bracht een mix van informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport.
- Vlaamse meerwaardezoekers die op zoek zijn naar duiding en inzicht konden terecht bij Canvas. Het merk had aandacht voor specifieke domeinen zoals politiek, cultuur, wetenschappen, economie en sport.
- Ketnet richtte zich op kinderen tot twaalf jaar. Zij konden rekenen op een veilig en kwaliteitsvol aanbod. Het merk zette een dochtermerk Ketnet Jr. in dat gericht was op kinderen tot vijf jaar.
- Luisteraars die zich willen informeren over de samenleving, politiek,

cultuur, wetenschap en sport konden terecht bij Radio 1.

- Radio 2 benadrukte zijn profiel dat gericht is op het bereiken van een breed publiek, onder andere door in te zetten op informatie uit de Vlaamse regio's en op Vlaamse muziek.
- Studio Brussel stimuleerde jongeren in hun creativiteit, vooral op vlak van muziek. Het merk bracht een mix van informatie, muziek, cultuur en sport.
- MNM richtte zich op jongeren (waaronder ook deze van vreemde afkomst) met een aanbod dat aansluit op hun interesses: nieuws, geëngageerde acties en ontspanning.
- Klara bood een aanbod van klassieke muziek, jazz, wereldmuziek, hedendaagse muziek en kunst & cultuur.
- VRT Nieuws was het aanbodsmerk dat het onpartijdige en kwaliteitsvolle nieuws- en duidingsaanbod overkoepelde.
- Sporza bood een aanbod van verslaggeving en duiding bij sportgebeurtenissen en –evenementen, dit voor grote en kleine sporten.

Deze opdracht werd vervuld met gemiddeld 2.130,2 VTE waarvan 1.326,9 mannen en 803,3 vrouwen.

Financieel verslag

De VRT werd door de Vlaamse overheid in 2014 een bijkomend besparings-traject opgelegd, zijnde 15 miljoen euro in 2015 en oplopend met 5,5 miljoen in 2016 en telkens 3 miljoen in 2017, 2018 en 2019 of in totaal 29,5 miljoen euro. Daarnaast werd de VRT geconfronteerd met horizontale besparingen (onder andere niet-indexering en besparingen in het budget voor Onderzoek & Innovatie).

Tijdens de onderhandelingen voor de Beheersovereenkomst 2016-2020 werd bijkomend opgelegd dat de VRT niet meer gecompenseerd zou worden voor de stijgende personeelskost, de zogenaamde vergrijzingskosten (zoals voordien wel gebeurde).

In de Beheersovereenkomst 2016-2020 was bovendien voorzien dat het werkingsaandeel van de dotatie vanaf 2017 geïndexeerd zou worden. Dat gebeurde evenwel niet in 2017.

In de beheersovereenkomst werden ook bijkomende doelstellingen opgenomen die mee bepalend zijn geweest in de gemaakte keuzes om budgettair in evenwicht te geraken doorheen de periode van de beheersovereenkomst. Deze doelstellingen gaan onder andere over een opgelegde bovengrens voor de personeelskosten (maximum 43,25% van de totale inkomsten) en een minimumbesteding van VRT-middelen aan externe producties (15% van de totale inkomsten in 2016, oplopend tot 18,25% in 2020).

Enkele voorbeelden van de besparingen die werden ingeschreven:

- Geen indexatie van werkingsmiddelen
- Actualisering / scherper zetten van het personeelsbudget

- Actualisering / scherper zetten van het investeringsplan
- Extra inkomsten (o.a. samenwerkingen met distributie)
- Her-allocatie reserves & consultancybudgetten
- Sociaal akkoord over uitstroom personeel

Er werd tegelijk ook extra geïnvesteerd in:

- de instroom van nieuwe medewerkers
- de ontwikkeling van medewerkers en leidinggevenden

Tevens garandeert de Vlaamse Regering deze basisdotatie, voor zover dit engagement kadert binnen de jaarlijks goed te keuren begroting van de Vlaamse gemeenschap.

Daarnaast werd er in 2017 een eenmalige vooruitgeschoven bijdrage van 18,3 miljoen euro ontvangen van de Vlaamse overheid en doorgestort aan het *Pensioenfonds Contractuelen* ter ondersteuning van het vermogen.

Op 28 september 2017 werd een verkoopakte gesloten tussen enerzijds VRT en RTBF en anderzijds het Brussels Hoofdstedelijk Gewest m.b.t. de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite. Er werd een vaste – te indexeren – verkoopprijs overeengekomen van 136 miljoen euro waarvan 55,47% voor VRT en 44,53% voor RTBF. Voor VRT betekent dit een te indexeren bedrag van 75,4 miljoen euro.

In de overeenkomst is een uitgestelde en geleidelijke eigendomsoverdracht van onroerende goederen voorzien, met de ambitie van beide partijen om tot een toekomstige herontwikkeling van

de Reyerssite te komen. Het goed zal in eigendom worden overgedragen in de vorm van acht delen tussen 2018 en 2025 en de geïndexeerde verkoopprijs (abex 2017) werd in 2017 in de balans opgenomen als openstaande vordering. De meerwaarde uit deze verkoop bedroeg in 2017 59,6 miljoen euro. In de resultaatverwerking werd dit toegevoegd aan het reservefonds voor de nieuwbouw. Deze reserve zal later aangewend worden voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe gebouw.

Deze uitvoering ligt volledig in lijn met het gehele plan van het nieuwe omroepcentrum dat, zoals afgesproken met de Vlaamse regering, volledig zelf door de VRT wordt gefinancierd. Om die reden werd de bedrijfseconomische meerwaarde dan ook in een aparte reserve opgenomen.

ESR-matig worden de ontvangsten uit de verkoop geboekt bij de gespreide eigendomsoverdracht in de jaren 2018 tot 2025.

Onderzoek en innovatie

In 2017 bouwde de afdeling VRT Innovatie mee aan de mediabeleving van de toekomst door in te zetten op thema's als content op maat, co-creatie & interactie, en online video. Door kennisdeling en samenwerking met de Vlaamse en Europese audiovisuele sector innoveerde en informeerde de openbare omroep binnen technologische en maatschappelijke veranderingen. Daarvoor nam VRT Innovatie ook deel aan de EBU Research Group, het bestuurscomité van het Europees Technologieplatform New European Media en de Raad van Bestuur van de Big Data Value Association, een Europese publiek-private samenwerking.

VRT Innovatie deelde inzichten en projectresultaten met het bredere medialandschap via verschillende kanalen en formats. Tijdens het Media Fast Forward-evenement bracht VRT Innovatie meer dan 750 onderzoekers, ondernemers en media professionelen samen met als doelstelling te informeren, inspireren, en samen te werken in de toekomst.

Financiële instrumenten

Gezien het belang van de aankopen in vreemde deviezen (USD, CHF en GBP) en de noodzaak om de aankoop- en projectbudgetten efficiënt te kunnen plannen, worden jaarlijks valuta-optiecontracten afgesloten die de onderneming maximaal indekken tegen wisselkoersrisico's op de schulden in vreemde deviezen over een periode van 1 jaar. De totale waarde van de hedgingcontracten op 31 december 2017 bedroeg 5,7 miljoen euro.

Remuneratieverslag

Conform artikel 100, 6°/3 van het Wetboek van Vennootschappen geven wij u een overzicht op individuele basis van het bedrag van de remuneratie en andere betaalde voordelen, zowel in speciën als in natura, die, rechtstreeks of onrechtstreeks, door de vennootschap of een vennootschap die tot de consolidatiekring van de vennootschap behoort, aan niet-uitvoerende bestuurders en de uitvoerende bestuurders wat betreft hun mandaat als lid van de raad van bestuur tijdens het door het jaarverslag behandelde boekjaar werden toegekend.

Naam	Vergoedingen
Van den Brande Luc	21.960,63
Van Orshaegen Ellen	8.823,35
Beinaerts Philippe	5.286,49
De Clercq Marc	11.264,47
El Kaouakibi Sihame	3.936,66
Leysen Christian	9.329,40
Matthys Véronique	9.866,88
Moyaert Nico	9.946,29
Piryns Freya	7.083,86
Reniers Christine	9.780,27
Roegiers Jan	6.976,93
Verhaegen Christianne	7.847,56

Bijkantoren

De vennootschap heeft geen bijkantoren.

Continuïteitsverklaring

Niet van toepassing.

Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

Niet van toepassing.

Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 64.461.561,72 euro, waarvan 59.601.534,08 euro uitzonderlijk resultaat door de meerwaarde op de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite..

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 3.223.078,09 euro toe te voegen aan de wettelijke reserve, zijnde 5% van de winst.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 3.561.949,55 euro toe te voegen aan het reservefonds publieke opdracht, zijnde het resultaat van de publieke opdracht verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve. De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een bedrag van 1.350.000,00 euro over te hevelen van de reserve publieke opdracht naar het reservefonds buitengebruikstelling Omroepcentrum. De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om voor de kosten van de versnelde afschrijvingen ingevolge de geplande nieuwbouw 1.925.000,00 euro af te nemen van de reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum. De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 59.601.534,08 euro toe te voegen aan het reservefonds voor de nieuwbouw. Deze reserve zal later aangewend worden voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe gebouw.

Brussel, 23 april 2018



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur



Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder VRT

BALANS EN RESULTATENREKENING

(in euro)

VOL 3.1 BALANS NA WINSTVERDELING	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
ACTIVA				
VASTE ACTIVA		21/28	63.578.681,28	87.478.695,05
Immateriële vaste activa	5.2	21	8.184.585,00	6.014.837,00
Materiële vaste activa	5.3	22/27	41.591.391,01	67.661.152,78
Terreinen en gebouwen		22	5.843.516,42	29.192.511,72
Installaties, machines en uitrusting		23	20.082.788,00	24.571.214,00
Meubilair en rollend materieel		24	5.515.579,37	6.217.399,37
Overige materiële vaste activa		26	108.470,25	108.470,25
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	10.041.036,97	7.571.557,44
Financiële vaste activa	5.4/5.5.1	28	13.802.705,27	13.802.705,27
Verbonden ondernemingen	5.14	280/1	13.567.336,31	13.567.336,31
Deelnemingen		280	13.567.336,31	13.567.336,31
Andere financiële vaste activa		284/8	235.368,96	235.368,96
Aandelen		284	235.368,96	235.368,96
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	372.742.553,72	269.741.060,04
Vorderingen op meer dan één jaar		29	77.651.122,00	
Overige vorderingen		291	77.651.122,00	
Voorraden en bestellingen in uitvoering		3	100.178.761,94	80.029.395,68
Voorraden		30/36	100.178.761,94	80.029.395,68
Grond- en hulpstoffen		30/31	47.763.471,19	36.555.229,27
Goederen in bewerking		32	49.190.954,98	39.229.606,57
Gereed product		33	3.086,44	981.313,03
Handelsgoederen		34	1.618,20	1.618,20
Vooruitbetalingen		36	3.219.631,13	3.261.628,61
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	58.965.980,13	179.032.842,33
Handelsvorderingen		40	51.546.720,28	45.590.897,09
Overige vorderingen		41	7.419.259,85	133.441.945,24
Liquide middelen		54/58	130.999.232,11	6.120.569,28
Overlopende rekeningen	5.6	490/1	4.947.457,54	4.558.252,75
TOTAAL DER ACTIVA		20/58	436.321.235,00	357.219.755,09

VOL 3.2 PASSIVA	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
EIGEN VERMOGEN		10/15	275.428.650,35	211.002.672,63
Kapitaal	6.7.1	10	137.509.336,99	137.509.336,99
Geplaatst kapitaal		100	137.509.336,99	137.509.336,99
Reserves		13	92.352.329,64	27.890.767,92
Wettelijke reserve		130	4.607.237,13	1.384.159,04
Beschikbare reserves		133	87.745.092,51	26.506.608,88
Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)		14	45.551.078,72	45.551.078,72
Kapitaalsubsidies		15	15.905,00	51.489,00
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN		16	6.064.982,28	9.213.682,32
Voorzieningen voor risico's en kosten		160/5	6.064.982,28	9.213.682,32
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	82.406,19	103.103,17
Overige risico's en kosten	6.8	163/5	5.982.576,09	9.110.579,15
SCHULDEN		17/49	154.827.602,37	137.003.400,14
Schulden op ten hoogste één jaar		42/48	147.555.755,51	133.586.026,27
Handelsschulden		44	79.019.539,66	70.654.532,23
Leveranciers		440/4	79.019.539,66	70.654.532,23
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	6.9	45	51.117.276,01	48.232.350,23
Belastingen		450/3	21.545.244,18	19.025.411,11
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	29.572.031,83	29.206.939,12
Overige schulden		47/48	17.418.939,84	14.699.143,81
Overlopende rekeningen	6.9	492/3	7.271.846,86	3.417.373,87
TOTAAL DER PASSIVA		10/49	436.321.235,00	357.219.755,09

VOL 4 RESULTATENREKENING	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Bedrijfsopbrengsten		70/74	526.632.589,72	439.007.354,33
Omzet	6.10	70	447.665.892,14	425.193.221,23
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	8.983.121,82	6.300.193,89
Andere bedrijfsopbrengsten	6.10	74	10.382.041,68	7.513.939,21
Niet-recurente bedrijfsopbrengsten	6.12	76A	59.601.534,08	
Bedrijfskosten		60/64	465.281.813,97	445.034.417,54
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60	19.055.414,88	25.559.529,96
Aankopen		600/8	29.955.548,13	18.793.361,31
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	-10.900.133,25	6.766.168,65
Diensten en diverse goederen		61	228.828.997,14	217.904.284,42
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	6.10	62	200.769.381,3	183.054.580,03
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	18.041.145,03	20.513.211,01
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	-371.767,74	34.847,01
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	6.10	635/7	-3.148.700,04	-3.992.494,65
Andere bedrijfskosten	6.10	640/8	2.107.343,39	1.960.459,76
Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) (+)/(-)		9901	61.350.775,75	-6.027.063,21
Financiële opbrengsten		75	3.728.144,76	3.155.188,82
Recurente financiële opbrengsten		75	3.728.144,76	3.155.188,82
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	3.606.000,00	2.605.513,30
Opbrengsten uit vlottende activa		751	60.297,86	507.546,52
Andere financiële opbrengsten	6.11	752/9	61.846,90	42.129,00
Financiële kosten	6.11	65	538.947,14	826.622,89
Recurrente financiële kosten		65	538.947,14	826.622,89
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-)		651	182.000,00	
Andere financiële kosten		652/9	356.947,14	826.622,89
Winst (Verlies) van het boekjaar voor belasting (+)/(-)		9903	64.539.973,37	-3.698.497,28
Belastingen op het resultaat (+)/(-)	6.13	67/77	78.411,65	30.069,62
Belastingen		670/3	78.411,65	30.069,62
Winst (Verlies) van het boekjaar (+)/(-)		9904	64.461.561,72	-3.728.566,90
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)		9905	64.461.561,72	-3.728.566,90

VOL 5 RESULTAATVERWERKING	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)	9906	110.012.640,44	41.822.511,82
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	64.461.561,72	-3.728.566,90
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	45.551.078,72	45.551.078,72
Onttrekking aan het eigen vermogen	791/2	3.275.000,00	4.828.566,90
aan de reserves	792	3.275.000,00	4.828.566,90
Toevoeging aan het eigen vermogen	691/2	67.736.561,72	1.100.000,00
aan de wettelijke reserves	6920	3.223.078,09	
aan de overige reserves	6921	64.513.483,63	1.100.000,00
Over te dragen winst (verlies) (+)/(-)	(14)	45.551.078,72	45.551.078,72

VOL 6.2.3. CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052P	xxxxxxxxxxxxxx	37.123.700,34
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	3.976.539,37	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8032	478.241,99	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	1.230.103,82	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052	41.852.101,54	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122P	xxxxxxxxxxxxxx	31.108.863,34
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8072	3.126.796,50	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8102	478.241,99	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	-89.901,31	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122	33.667.516,54	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	211	8.184.585,00	

VOL 6.3.1. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
TERREINEN EN GEBOUWEN			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191P	xxxxxxxxxxxxxx	126.979.071,94
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	147.399,12	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8171	106.900.572,84	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8181	-10.984,74	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191	20.214.913,48	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321P	xxxxxxxxxxxxxx	97.786.560,22
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8271	4.423.552,12	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8301	87.829.043,54	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8311	-9.671,74	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321	14.371.397,06	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(22)	5.843.516,42	

VOL 6.3.2. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192P	xxxxxxxxxxxxxx	172.694.631,98
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	3.116.111,72	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	1.209.698,05	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	416.888,97	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192	175.017.934,62	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322P	xxxxxxxxxxxxxx	148.123.417,98
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8272	8.159.628,84	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	1.207.578,05	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-140.322,15	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322	154.935.146,62	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(23)	20.082.788,00	

VOL 6.3.3. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193P	xxxxxxxxxxx	64.572.999,46
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	1.582.353,73	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	322.544,78	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	-175.271,97	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193	65.657.536,44	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323P	xxxxxxxxxxx	58.355.600,09
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8273	2.329.854,57	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	320.887,78	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-222.609,81	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323	60.141.957,07	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(24)	5.515.579,37	

VOL 6.3.5. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195P	xxxxxxxxxxx	1.999.146,69
Mutaties tijdens het boekjaar			
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	686.920,25	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	463.818,01	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195	1.776.044,45	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325P	xxxxxxxxxxx	1.890.676,44
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8275	1.313,00	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	686.920,25	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	462.505,01	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325	1.667.574,20	
Nettoboekwaarde per definitie van het boekjaar	(26)	108.470,25	

VOL 6.3.6. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196P	xxxxxxxxxxx	7.571.557,44
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	4.802.831,41	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	408.797,79	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-1.924.554,09	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196	10.041.036,97	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(27)	10.041.036,97	

VOL 6.4.1. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391P	xxxxxxxxxxx	13.567.336,31
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391	13.567.336,31	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(280)	13.567.336,31	

VOL 6.4.3. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
ANDERE ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN			
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393P	xxxxxxxxxxx	235.368,96
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393	235.368,96	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(284)	235.368,96	

VOL 5.5.1. INLICHTINGEN OMTRENT DE DEELNEMINGEN

DEELNEMINGEN EN MAATSCHAPPELIJKE RECHTEN AANGEHOUDEN IN ANDERE ONDERNEMINGEN
 Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit (opgenomen in de posten 280 en 282 van de activa), alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit (opgenomen in de posten 284 en 51/53 van de activa) ten belope van ten minste 10 % van het geplaatste kapitaal.

NAAM, volledig adres van de ZETEL en zo het een onderneming naar Belgisch recht betreft, het ONDERNEMINGSNUMMER	Aangehouden maatschappelijke rechten			Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening			
	rechtstreeks		dochter	Jaarrekening per	Munt- code	Eigen vermogen	Nettoresultaat
	Aantal	%	%			(+) of (-) (in eenheden)	
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaan 107 , bus b3 1932 Sint-Stevens-Woluwe België 0441.331.984 Gewone aandelen op naam	10.000	100,00	0,00	31/12/16	EUR	21.811.894	6.834.468
de chinezen NV Paul Deschannellaan 62 1030 Brussel 3 België 0840.958.326 Klasse B-aandelen	100	10,00	0,00	30/06/17	EUR	523.592	15.516

VOL 6.6. GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)

OVERLOPENDE REKENINGEN		Boekjaar
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Voorafbetaalde kosten		4.751.993,01
Nog te ontvangen diverse		195.464,53

VOL 6.7.1 STAAT VAN HET KAPITAAL EN DE AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR				
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar	Aantal aandelen
STAAT VAN HET KAPITAAL				
Maatschappelijk kapitaal				
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	100P	xxxxxxxxxxx	137.509.336,99	
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	(100)	137.509.336,99		
Samenstelling van het kapitaal				
Soorten aandelen				
aandelen zonder nominale waarde		137.509.336,99		100.000
aandelen op naam	8702	xxxxxxxxxxx		100.000

VOL 6.8. VOORZIENINGEN VOOR OVERIGE RISICO'S EN KOSTEN	
UITSPLITSING VAN DE POST 163/5 VAN DE PASSIVA INDIEN DAARONDER EEN BELANGRIJK BEDRAG VOORKOMT	Boekjaar
Voorzieningen voor uitstroommaatregelen en overige herstructureringen	471.523,09
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten	5.251.053,00
Voorzieningen voor hangende geschillen	260.000,00

VOL 6.9. STAAT VAN DE SCHULDEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (PASSIVA)		
	Codes	Boekjaar
SCHULDEN MET BETREKKING TOT BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN		
Belastingen (post 450/3 van de passiva)		
Niet-vervallen belastingsschulden	9073	2.708.229,85
Geraamde belastingsschulden	450	18.837.014,33
Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)		
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten	9077	29.572.031,83
OVERLOPENDE REKENINGEN		
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.754.476,32
Reeds ontvangen supranationale subsidies		1.905.314,70
Andere over te dragen diverse		2.582.289,84

VOL 6.10. BEDRIJFSRESULTATEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
BEDRIJFSKOSTEN			
Werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-verklaring heeft ingediend of die zijn ingeschreven in het personeelsregister			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.417,00	2.398,00
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.130,20	2.138,60
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	3.483.558	3.577.654
Personeelskosten			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	132.264.458,39	133.278.308,91
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	65.889.438,32	47.083.310,76
Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen	622	26.878,20	22.420,32
Andere personeelskosten	623	2.519.863,48	2.603.026,35
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	68.742,92	67.513,69
Voorzieningen voor pensioenen en soortgelijke verplichtingen			
Toevoegingen (bestedingen en terugnemingen)	635	-20.696,98	
Waardeverminderingen			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	170.207,85	607.887,67
Teruggenomen	9111	478.316,52	545.822,65
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	36.953,90	54.131,53
Teruggenomen	9113	100.612,97	81.349,54
Voorzieningen voor risico's en kosten			
Toevoegingen	9115	524.914,31	1.167.774,08
Bestedingen en terugnemingen	9116	3.673.614,35	5.160.268,73
Andere bedrijfskosten			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	1.950.815,71	1.952.911,76
Andere	641/8	156.527,68	7.548,00
Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	20	24
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	103,60	105,7
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	204.683	208.935
Kosten voor de onderneming	617	5.956.997,34	5.957.952,97

VOL 6.11. FINANCIËLE RESULTATEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Andere financiële opbrengsten			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	35.584,00	42.129,00
Uitsplitsing van de overige financiële opbrengsten			
Ristorino verzekeringspremie		26.262,90	
Waardeverminderingen op vlottende activa			
Geboekt	6510	182.000,00	
Uitsplitsing van de overige financiële kosten			
Overige kosten		263.675,82	412.234,89
Verwijlinteressen		7,57	12,83
Kosten omrekening vreemde valuta		27.085,21	414.375,17

VOL 6.12 OPBRENGSTEN EN KOSTEN VAN UITZONDERLIJKE OMVANG OF UITZONDERLIJKE MATE VAN VOORKOMEN	Codes	Boekjaar
Niet-recurrente opbrengsten	76	59.601.534,08
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	(76A)	59.601.534,08
Meerwaarde bij de realisatie van immateriële en materiële vaste activa	7630	59.601.534,08

VOL 6.13. BELASTINGEN EN TAKSEN	Codes	Boekjaar	
BELASTINGEN OP HET RESULTAAT			
Belastingen op het resultaat van het boekjaar	9134	78.411,65	
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen	9135	78.411,65	
Bronnen van belastinglatenties			
Actieve latenties	9141	75.268.907,89	
Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten	9142	75.268.907,89	
Andere actieve latenties			
Overdraagbare notionele interestaftrek		5.558.679,04	
Belastingkrediet Onderzoek&Ontwikkeling		462.637,77	
BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN			
In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	37.008.528,94	35.456.523,95
Door de onderneming	9146	36.405.368,99	35.988.777,40
Ingehouden bedragen ten laste van derden als			
Bedrijfsvoorheffing	9147	39.028.709,69	38.960.919,31
Roerende voorheffing	9148	44.957,72	49.776,09

VOL 6.14. NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN	Codes	Boekjaar
Belangrijke verplichtingen tot aankoop vaste activa		2.156.629,33
Termijnverrichtingen		
Gekochte (te ontvangen) deviezen		5.709.486,24
Bedrag, aard en vorm van belangrijke hangende geschillen en andere belangrijke verplichtingen		
Andere belangrijke verplichtingen		59.704.977,73

VOL 6.15. BETREKKINGEN MET VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN MET ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGS-VERHOUDING BESTAAT			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
VERBONDEN ONDERNEMINGEN			
Financiële vaste activa	(280/1)	13.567.336,31	13.567.336,31
Deelnemingen	(280)	13.567.336,31	13.567.336,31
Vorderingen op verbonden ondernemingen	9291	24.704.595,95	24.642.786,64
Op hoogstens één jaar	9311	24.704.595,95	24.642.786,64
Schulden	9351	74.497,99	64.986,50
Op hoogstens één jaar	9371	74.497,99	64.986,50
Financiële resultaten			
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421	3.600.000,00	2.600.000,00

VOL 6.16. FINANCIËLE BETREKKINGEN MET			Codes	Boekjaar
BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLEREN ZONDERVERBONDEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOORDEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN				
Rechtstreekse en onrechtstreekse bezoldigingen en ten laste van de resultatenrekening toegekende pensioenen, voor zover deze vermelding niet uitsluitend of hoofdzakelijk betrekking heeft op de toestand van een enkel identificeerbaar persoon				
Aan bestuurders en zaakvoerders		9503	112.102,79	
DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)				
Bezoldiging van de commissaris(sen)		9505	78.675,00	
Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd binnen de vennootschap door de commissaris(sen)				
Andere controleopdrachten		95061	5.150,00	

VOL 6.17.1 VERKLARING BETREFFENDE DE GECONSOLIDEERDE JAARREKENING	
Inlichtingen te verstrekken door elke onderneming die onderworpen is aan de bepalingen van het wetboek van vennootschappen inzake de geconsolideerde jaarrekening	
De onderneming heeft een geconsolideerde jaarrekening en een geconsolideerd jaarverslag opgesteld en openbaar gemaakt.	

VOL 6.17.2. FINANCIËLE BETREKKINGEN VAN DE GROEP WAARVAN DE ONDERNEMING AAN HET HOOFD STAAT VAN IN BELGIE MET DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)		
	Codes	Boekjaar
Vermeldingen in toepassing van het artikel 134, paragrafen 4 en 5 van het Wetboek van vennootschappen		
Bezoldiging van de commissaris(sen) voor de uitoefening van een mandaat van commissaris op het niveau van de groep waarvan de vennootschap die de informatie publiceert aan het hoofd staat	9507	82.590,00
Andere controleopdrachten	95071	5.150,00

VOL 10. SOCIALE BALANS STAAT VAN DE TEWERKGESTELDE PERSONEN

Werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-verklaring heeft ingediend of die ingeschreven zijn in het personeelsregister.

Tijdens het boekjaar	Codes	Totaal	1. Mannen	2. Vrouwen
Gemiddeld aantal werknemers				
Voltijds	1001	1.697,4	1.114,3	583,1
Deeltijds	1002	581,8	281,8	300,0
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.130,2	1.326,9	803,3
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren				
Voltijds	1011	2.602.905	1.753.037	849.868
Deeltijds	1012	880.653	443.333	437.320
Totaal	1013	3.483.558	2.196.370	1.287.188
Personeelskosten				
Voltijds	1021	149.962.947,32	101.534.791,92	48.428.155,40
Deeltijds	1022	50.737.691,07	25.014.486,10	25.723.204,97
Totaal	1023	200.700.638,39	126.549.278,02	74.151.360,37
Tijdens het vorige boekjaar				
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.138,6	1.335,4	803,2
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	3.577.654	2.255.714	1.321.940
Personeelskosten	1023	182.987.066,34	115.594.874,97	67.392.191,37
Op de afsluitingsdatum van het boekjaar				
Aantal werknemers	105	1.860	557	2273,5
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	1.752	548	2160,2
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	102	8	106,5
Vervangingsovereenkomst	113	6	1	6,8
Volgens het geslacht en het studieniveau				
Mannen	120	1.180	268	1382,8
lager onderwijs	1200	23	8	29,2
secundair onderwijs	1201	77	12	85,5
hoger niet-universitair onderwijs	1202	251	98	325,3
universitair onderwijs	1203	829	150	942,8
Vrouwen	121	680	289	890,7
lager onderwijs	1210	17	15	27,2
secundair onderwijs	1211	46	17	58,0
hoger niet-universitair onderwijs	1212	132	71	181,8
universitair onderwijs	1213	485	186	623,7
Volgens de beroepscategorie				
Directiepersoneel	130	8		8,0
Bedienden	134	1.838	556	2251,0
Arbeiders	132	14	1	14,5

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN

Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking vande onderneming gestelde personen
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	103,60	
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	204.683,00	
Kosten voor de onderneming	152	5.956.997,34	

TABEL VAN HET PERSONEELVERLOOP TIJDENS HET BOEKJAAR INGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-aangifte deed of die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven	205	162	10	168,4
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	65	2	66,6
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	93	7	97,0
Vervangingsovereenkomst	213	4	1	4,8

UITGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers met een DIMONA-verklaring aangegeven of met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam	305	135	18	147,2
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	124	16	135,0
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	8	2	9,2
Vervangingsovereenkomst	313	3		3,0
Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst				
Pensioen	340	42	4	44,7
Afdanking	342	90	13	99,0
Andere redenen	343	3	1	3,5

INLICHTINGEN OVER DE OPLEIDING VOOR DE WERKNEMERS TIJDENS HET BOEKJAAR

	Codes	Mannen	Codes	Vrouwen
Totaal van de formele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5801	925	5811	593
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	12.142	5812	7.309
Nettokosten voor de onderneming	5803	394.751,77	5813	237.615,05
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	394.751,77	58131	237.615,05
Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5821	102	5831	65
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	2.059	5832	1.097
Nettokosten voor de onderneming	5823	66.954,19	5833	35.679,64
Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5841	25	5851	23
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	200	5852	184
Nettokosten voor de onderneming	5843	6.501,99	5853	5.981,83

SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE WAARDERINGSREGELS

1. Immateriële vaste activa

Computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar voor de standaard software en over een periode van 5 jaar voor productie gebonden softwareapplicaties. Softwareontwikkelingen in het kader van innovatieprojecten worden onmiddellijk in resultaat genomen. Architect kosten & studies worden geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar.

2. Materiële vaste activa

Volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

gronden	0,00 %
gebouwen en zendmasten	3,03 %
uitrusting gebouwen	5,00%
vaste inrichtingen gebouwen	10,00%
zenders en vaste straalverbindingen	10,00%
tijdelijke en mobiele straalverbindingen	12,50%
radio- en tv-productie-infrastructuur	12,50%
consumerapparatuur radio en televisie	12,50%
productie gebonden informatica-apparatuur 8 jaar	12,50%
productie gebonden informatica-apparatuur 5 jaar	20,00%
kantoormeubilair en -materieel	10,00%
informaticamaterieel 3 jaar	33,33%
informaticamaterieel 5 jaar	20,00%
rollend materiaal	20,00%
allerhande materiaal	20,00%
informatica-gebaseerde telecomapparatuur	20,00%
kunstwerken	0,00%

In 2013 werd door de Raad van Bestuur beslist om een nieuwbouw te realiseren op de site Reyers. De ingebruikname werd oorspronkelijk voorzien op 1 januari 2020. In de loop van het kalenderjaar 2017 werd deze datum herzien naar 1 april 2022. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2022 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuis buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2017 bedraagt 1.755.000 euro.

Op 28 september 2017 werd een verkoopakte gesloten tussen enerzijds VRT en RTBF en anderzijds het Brussels Hoofdstedelijk Gewest m.b.t. de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite. Al deze vaste activa werden per 31/12/2017 uit de inventaris geschrapt. Dit gaf aanleiding tot een meerwaarde van 59.601.534,08 euro.

3. Financiële vaste activa

De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

4. Vorderingen op meer dan 1 jaar

In de verkoopakte, gesloten tussen enerzijds VRT en RTBF en anderzijds het Brussels Hoofdstedelijk Gewest m.b.t. de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite, werd een vaste – te indexerende – verkoopprijs overeengekomen van 136 miljoen euro. Voor VRT betekent dit een bedrag van 78,4 miljoen euro, berekend aan abex-index van eind 2017. De eigendomsoverdracht en de betalingen zijn gespreid over de jaren 2018 tot 2025. De vordering voor 2018 bedraagt 0,9 miljoen euro en werd opgenomen in de rubriek 41. Voor de periode 2019-2025 is een vordering van 77,7 miljoen euro geboekt. Het gaat hier om een niet-verdisconteerd bedrag, berekend aan de abex-index van eind 2017.

5. Voorraden

Grond- en hulpstoffen: omvatten voornamelijk de rechten op films, televisiefilms en sportevenementen (die niet in opdracht van de Omroep geproduceerd werden). Deze worden gewaardeerd aan hun aanschaffingsprijs (contractuele prijs). De rechten op films en televisiefilms worden ten laste van het resultaat genomen bij uitzending. Ingeval ook herhalingsrechten gekocht werden, gebeurt de ten laste neming à rato van 90% bij eerste uitzending en de resterende 10 % bij hun eerste heruitzending. Rechten met betrekking tot sportuitzendingen worden volledig in resultaat genomen bij uitzending.

De aangekochte filmrechten worden in voorraad geactiveerd op het ogenblik van de ingang van de uitzendrechten. De aangekochte sportrechten worden in voorraad opgenomen op het ogenblik dat er een overeenkomst tussen de partijen bestaat.

Anderzijds bevatten de grond- en hulpstoffen ook het technische magazijn. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

Eigen producties en producties die in opdracht van de Omroep worden geproduceerd, worden opgenomen in de voorraad onder 'goederen in bewerking' en 'gereed product'. De waardering van de programma's onder 'goederen in bewerking' gebeurt deels aan werkelijke kosten. De programma's in 'gereed product' worden gewaardeerd aan standaardkostprijs.

Handelsgoederen omvatten merchandisinggoederen. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

Vooruitbetalingen voorraadin-kopen omvatten vooruitbetaalde uitzendrechten.

6. Vorderingen/liquide middelen/schulden/overlopende rekeningen: tegen de nominale waarde

Met ingang van het dienstjaar 2008 stuurt de gemeente Schaarbeek ambtshalve aanslagen voor de belasting op de kantoorruimten.

De VRT heeft tegen deze aanslagen telkens bezwaar aangetekend. Op 29 mei 2012 heeft de rechtbank van Eerste Aanleg te Brussel de VRT in het gelijk gesteld. De gemeente Schaarbeek heeft hier tegen beroep aangetekend. Een uitspraak wordt verwacht in het voorjaar 2020. De VRT legt hiervoor jaarlijks een voorziening aan die lager is dan de aanslagen, aangezien ook de oppervlakte cijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2017 belooft inmiddels 14.527.700 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

7. Overheidsfinanciering

Het Ministerieel besluit dd. 25 juli 2017, houdende de toekenning van een dotatie voor 2017, vermeldt een bedrag van 275.167.000 euro. Het Ministerieel besluit dd. 11 oktober 2017, houdende de toekenning van middelen uit de indexprovisie voor 2017, vermeldt een bedrag van 1.156.000 euro. Het Ministerieel besluit dd. 19 december 2017, houdende de toekenning van een dotatie voor de ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds contractuelen VRT OFP in 2017, vermeldt een bedrag van 18,3 miljoen euro.

Voor O&I werd een dotatie van 190.327,34 euro toegekend voor 3 projecten: HD2R (richtlijnen en ontwerp van nieuwe instrumenten voor High Dynamic Range televisie en digitale cinema), CONAMO (Gepersonaliseerde training en beleving voor recreatieve fietsers) en MOS2S (Co-creatie burgerjournalistiek en live evenement belevingen).

8. Kapitaalsubsidies

In de overeenkomst Innovatieve Mediaprojecten e-vrt 2002-2006 werd door de Vlaamse Gemeenschap een steun toegekend voor de investeringen in het project Mediadienstenplatform. Een bedrag van 12.453,00 euro werd in opbrengst genomen à rato van de in 2017 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2007-2011 werd een bedrag van 4.342,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2017 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2012-2015 werd een bedrag van 18.789,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2017 geboekte afschrijvingen

9. Voorzieningen

Vanaf 2015 is VRT, omwille van besparingen bij de Vlaamse overheid, onderworpen aan een eigen besparingstraject. Eén van de maatregelen om de besparingen te realiseren is een personeelsherstructurering, met de bedoeling het personeelscontingent verder te reduceren. In 2014 werden hiervoor de nodige voorzieningen aangelegd. De resterende voorzieningen voor de verplichtingen voortvloeiend uit de uitstroombaatregelen 2015 bedragen per 31 december 2017 553.929 euro.

10. Wisselkoersen

De VRT heeft zich voor de drie voornaamste transactiemunten (USD, GBP en CHF) specifiek ingedekt tegen mogelijke wisselkoersrisico's. De transacties in deze munten werden in de loop van het boekjaar tegen een gemiddelde hedgingkoers geboekt.

11. Omzet

Het begrip omzet wordt gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkingsmiddelen die de VRT ontvangt voor de invulling van de haar opgelegde activiteiten in de beheersovereenkomst. Daarom werd sinds het boekjaar 2004 de werkingsdotatie van de Vlaamse Gemeenschap geboekt onder de rubriek 70.

12. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

Het betreft enerzijds verplichtingen tot aankoop van vaste activa, anderzijds de bestellingen op exploitatierekeningen, waaronder een aantal verplichtingen ingevolge raamovereenkomsten afgesloten met een aantal Vlaamse televisieproductiehuizen.

13. Personeelskosten

Het aantal overgedragen niet opgenomen vakantiedagen bedroeg 19.308 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 4.438.012,34 euro. Hiervoor is geen voorziening aangelegd. Bij ministerieel besluit van 19 december 2017 werd aan de VRT een dotatie van 18.300.000 euro uitbetaald. Deze dotatie, betrekking hebbende op het begrotingsjaar 2017, werd volledig doorgestort aan het Pensioenfonds contractuelen VR OFP ter ondersteuning van het vermogen.

14. Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 64.461.561,72 euro.

1. Een bedrag van 5% (3.223.078,09 euro) wordt toegevoegd aan de wettelijke reserve.
2. Het positief saldo van de publieke opdracht (6.785.028,64 euro), verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve en verminderd met het overschot op de afschrijvingen omwille van de geplande verhuis in 2022 (1.350.000,00 euro) wordt toegevoegd aan het reservefonds voor de financiering van de publieke opdracht (2.211.949,55 euro).
3. Een bedrag van 575.000,00 euro wordt in mindering gebracht van het reservefondsbuitengebruikstelling Omroepcentrum. Dit bedrag is het resultaat van de boeking van een waardevermindering voor het omroepcentrum (1.925.000,00 euro) en het effect van de geplande nieuwbouw op de afschrijvingen, die hierdoor 1.350.000,00 euro lager liggen.
4. Een bedrag van 59.601.534,08 euro wordt toegevoegd aan het reservefonds voor de nieuwbouw.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

1) Wettelijke reserve	3.223.078,09 euro
2) reserve publieke opdracht	2.211.949,55 euro
3) reserve nieuwbouw	59.601.534,08 euro
4) effect versnelde afschrijvingen	-575.000,00 euro
Resultaat van het jaar	64.461.561,72 euro

Verslag van de commissaris aan de algemene vergadering van de vennootschap Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie NV van publiek recht over het boekjaar afgesloten op 31 december 2017

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen, brengen wij u verslag uit in het kader van ons mandaat van commissaris. Dit verslag omvat ons oordeel over de balans op 31 december 2017, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2017 en over de toelichting (alle stukken gezamenlijk de "Jaarrekening") en omvat tevens ons verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen. Deze verslagen zijn één en ondeelbaar. Wij werden als commissaris benoemd door de algemene vergadering op 11 mei 2010, overeenkomstig het voorstel van het bestuursorgaan uitgebracht op aanbeveling van het auditcomité. Ons mandaat loopt af op de datum van de algemene vergadering die zal beraadslagen over de Jaarrekening afgesloten op 31 december 2018. We hebben de wettelijke controle van de Jaarrekening van de Vennootschap uitgevoerd gedurende 8 opeenvolgende boekjaren.

VERSLAG OVER DE CONTROLE VAN DE JAARREKENING

Oordeel zonder voorbehoud

Wij hebben de wettelijke controle uitgevoerd van de Jaarrekening van de vennootschap Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie NV van publiek recht (de "Vennootschap"), die de balans op 31 december 2017 omvat, alsook de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op die datum en de toelichting, met een balanstotaal van € 436.321.235 en waarvan de resultatenrekening afsluit met een winst van het boekjaar van € 64.461.562.

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening een getrouw beeld van het vermogen en van de financiële toestand van de Vennootschap per 31 december 2017, alsook van haar resultaten over het boekjaar dat op die datum is afgesloten, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

Basis voor ons oordeel zonder voorbehoud

We hebben onze controle uitgevoerd in overeenstemming met de International Standards on Auditing ("ISA's"). Onze verantwoordelijkheden uit hoofde van die standaarden zijn nader beschreven in het gedeelte "Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de Jaarrekening" van ons verslag. Wij hebben alle deontologische vereisten die relevant zijn voor de controle van de Jaarrekening in België nageleefd, met inbegrip van deze met betrekking tot de onafhankelijkheid. Wij hebben van het bestuursorgaan en van de aangestelden van de Vennootschap de voor onze controle vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen. Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis van ons oordeel.

Verantwoordelijkheden van het bestuursorgaan voor het opstellen van de Jaarrekening

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen van de Jaarrekening die een getrouw beeld geeft in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel alsook een systeem van interne beheersing die het bestuursorgaan noodzakelijk acht voor het opstellen van de Jaarrekening die geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten. In het kader van de opstelling van de Jaarrekening, is het bestuursorgaan verantwoordelijk voor het inschatten van de mogelijkheid van de Vennootschap om haar continuïteit te handhaven, het toelichten, indien van toepassing, van aangelegenheden die met continuïteit verband houden en het gebruiken van de continuïteitsveronderstelling tenzij het bestuursorgaan het voornemen heeft om de Vennootschap te vereffenen of om de bedrijfsactiviteiten stop te zetten of geen realistisch alternatief heeft dan dit te doen.

Onze verantwoordelijkheid voor de controle over de Jaarrekening

Onze doelstellingen zijn het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid over de vraag of de Jaarrekening als geheel geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten en het uitbrengen van een commissarisverslag waarin ons oordeel is opgenomen. Een redelijke mate van zekerheid is een hoog niveau van zekerheid, maar is geen garantie dat een controle die overeenkomstig de ISA's is uitgevoerd altijd een afwijking van materieel belang ontdekt wanneer die bestaat. Afwijkingen kunnen zich voordoen als gevolg van fraude of fouten en worden als van materieel belang beschouwd indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat zij, individueel of gezamenlijk, de economische beslissingen genomen door gebruikers op basis van de Jaarrekening, beïnvloeden. Als deel van een controle uitgevoerd overeenkomstig de ISA's, passen wij professionele oordeelsvorming toe en handhaven wij een professioneel-kritische instelling gedurende de controle. We voeren tevens de volgende werkzaamheden uit:

- Het identificeren en inschatten van de risico's dat de Jaarrekening een afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of fouten, het bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden die op deze risico's inspelen en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Het risico van het niet detecteren van een van materieel belang zijnde afwijking is groter indien die afwijking het gevolg is van fraude dan indien zij het gevolg is van fouten, omdat bij fraude sprake kan zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten om transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van het systeem van interne beheersing;
- Het verkrijgen van inzicht in het systeem van interne beheersing dat relevant is voor de controle, met als doel controlewerkzaamheden op te zetten die in de gegeven omstandigheden geschikt zijn maar die niet zijn gericht op het geven van een oordeel over de effectiviteit van het systeem van interne beheersing van de Vennootschap;
- Het evalueren van de geschiktheid van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van de door het bestuursorgaan gemaakte schattingen en van de daarop betrekking hebbende toelichtingen;
- Het concluderen van de aanvaardbaarheid van de door het bestuursorgaan gehanteerde continuïteitsveronderstelling, en op basis van de verkregen controle-informatie, concluderen of er een onzekerheid bestaat met betrekking tot gebeurtenissen of omstandigheden die significante twijfel kunnen doen ontstaan over de mogelijkheid van de Vennootschap om haar continuïteit te handhaven. Indien we besluiten dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij ertoe gehouden om de aandacht in ons commissarisverslag te vestigen op de daarop betrekking hebbende toelichtingen in de Jaarrekening of, indien deze toelichtingen inadequaat zijn, om ons oordeel aan te passen. Onze conclusies zijn gebaseerd op controle-informatie die verkregen is tot op de datum van ons commissarisverslag. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat de continuïteit van de Vennootschap niet langer gehandhaafd kan worden;
- Het evalueren van de algehele presentatie, structuur en inhoud van de Jaarrekening, en of deze Jaarrekening, de onderliggende transacties en gebeurtenissen weergeeft op een wijze die leidt tot een getrouw beeld.

Wij communiceren met het bestuursorgaan en de aangestelden van de Vennootschap, onder meer over de geplande reikwijdte en de timing van de controle en over de significante controlebevindingen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing die we identificeren tijdens onze controle.

VERSLAG BETREFFENDE DE OVERIGE DOOR WET- EN REGELGEVING GESTELDE EISEN

Verantwoordelijkheden van het bestuursorgaan

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen en de inhoud van het jaarverslag, voor het naleven van de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die van toepassing zijn op het voeren van de boekhouding, alsook voor het naleven van het Wetboek van vennootschappen en van de statuten van de Vennootschap.

Verantwoordelijkheden van de commissaris

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de Belgische bijkomende norm (Herzien) bij de in België van toepassing zijnde ISA's, is het onze verantwoordelijkheid om, in alle van materieel belang zijnde opzichten, het jaarverslag, alsook de naleving van bepaalde verplichtingen uit het Wetboek van vennootschappen en statuten te verifiëren, alsook verslag over deze aangelegenheden uit te brengen.

Aspecten betreffende het jaarverslag

Naar ons oordeel, na het uitvoeren van specifieke werkzaamheden op het jaarverslag, stemt dit jaarverslag overeen met de Jaarrekening voor hetzelfde boekjaar, enerzijds, en is dit jaarverslag opgesteld overeenkomstig artikelen 95 en 96 van het Wetboek van vennootschappen, anderzijds. In de context van onze controle van de Jaarrekening, zijn wij tevens verantwoordelijk voor het overwegen, op basis van de kennis verkregen in de controle, of het jaarverslag een afwijking van materieel belang bevat, hetzij informatie die onjuist vermeld is of anderszins misleidend is. In het licht van de werkzaamheden die wij hebben uitgevoerd, dienen wij u geen afwijking van materieel belang te melden. Verder drukken wij geen redelijke mate van zekerheid uit over het jaarverslag.

Vermeldingen betreffende de sociale balans

De sociale balans, neer te leggen overeenkomstig artikel 100, § 1, 6°/2 van het Wetboek van vennootschappen, bevat, zowel qua vorm als qua inhoud, de door de wet vereiste inlichtingen, en bevat geen van materieel belang zijnde inconsistenties op basis van de informatie waarover wij beschikken in ons controledossier.

Vermeldingen betreffende de onafhankelijkheid

Ons bedrijfsrevisorenkantoor en ons netwerk heeft geen opdrachten verricht die onverenigbaar zijn met de wettelijke controle van de Jaarrekening en is in de loop van ons mandaat onafhankelijk gebleven tegenover de Vennootschap. Er werden geen bijkomende opdrachten die verenigbaar zijn met de wettelijke controle van de jaarrekening bedoeld in artikel 134 van het Wetboek van vennootschappen en waarvoor honoraria verschuldigd zijn, verricht.

Andere vermeldingen

- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en reglementaire voorschriften.
- De resultaatverwerking, die aan de algemene vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.
- Wij hebben geen kennis van verrichtingen of beslissingen die in overtreding met de statuten of het Wetboek van vennootschappen zijn gedaan of genomen en die in ons verslag zouden moeten vermeld worden.

Diegem, 24 april 2018

Ernst & Young Bedrijfsrevisoren BCVBA
Commissaris
Vertegenwoordigd door

Han Wevers
Vennoot*

* Handelend in naam van een BVBA

Unique sequential number of EY reports tracking db

8.2

TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

Statutair resultaat Jaarrekening

De statutaire jaarrekening 2017 sloot af met een overschot van 64,5 miljoen euro.

De omzet is gestegen van 425,2 miljoen euro in 2016 naar 447,7 miljoen euro in 2017, of een stijging met 5,3% (+22,5 miljoen euro). Deze stijging is voornamelijk het gevolg van de eenmalige bijdrage ter ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds Contractuelen. Deze bijdrage werd in 2017 doorbetaald aan het pensioenfonds (zie ook verder bij de personeelskosten), en heeft dus geen invloed op het resultaat van het boekjaar.

De voorraad eigen producties steeg in 2017 met 9,0 miljoen euro. Ook in 2016 was er een voorraadstijging bij de eigen producties (6,3 miljoen euro). Zoals voorzien in de beheersovereenkomst, en het daaruit voortvloeiende toekomstplan⁸⁴ werd er meer ingezet op externe productie, en minder op interne productie. Ook is er de versterking van het ecosysteem, waardoor er meer op voorhand werd betaald.

De andere bedrijfsopbrengsten bedroegen 10,4 miljoen euro in 2017, dat is een stijging met 2,9 miljoen euro ten opzichte van 2016. De inkomsten uit de vergoedingen voor thuiskopies liggen 1,0 miljoen euro hoger dan in 2016. Verder stegen de projectsubsidies voor Onderzoek en Ontwikkeling met 0,6 miljoen euro, en waren er 0,5 miljoen euro opbrengsten uit de verkoop van het gebouw van het voormalig kinderdagverblijf in 2017.

De financiële opbrengsten bedroegen 3,7 miljoen euro in 2017. Ze stegen met 0,6 miljoen euro t.o.v. 2016, omwille van een groter uitgekeerd dividend van VAR in 2017.

In 2017 werd een uitzonderlijke opbrengst geboekt van 59,6 miljoen euro voor de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

De bedrijfskosten stegen globaal met 20,2 miljoen euro ten opzichte van 2016 (van 445,0 miljoen euro in 2016 naar 465,3 miljoen euro in 2017, of + 4,5%).

- Het verbruik van sport- en filmrechten uit de voorraad lag 6,5 miljoen euro lager dan in 2016. Deze daling komt door de grote sportevenementen in de even jaren. Voor 2016 was dit het EK Voetbal en de Olympische Spelen.
- De post "diensten en diverse goederen" steeg met 10,9 miljoen euro (+5,0 %) ten opzichte van 2016. Om (zoals bepaald in de beheersovereenkomst) de transitie naar een flexibele omroeporganisatie te kunnen verwezenlijken, werd er meer geïnvesteerd in externe producties, en minder ingezet op interne productie. Ook focuste de VRT zich meer op haar kerntaken, en werden andere diensten uitbesteed.
- De personeelskosten stegen met 17,7 miljoen euro. Deze stijging is te verklaren door een eenmalige bijdrage van 18,3 miljoen euro aan het Pensioenfonds Contractuelen ter ondersteuning van het vermogen. Verder waren er ook hogere kosten omwille van de SAC-verhogingen en de loonindexering in juli 2017. Anderzijds daalden de uitgaven

door de personeelsafslanking voorzien in het toekomstplan, en de maatregelen tot arbeidsherverdeling (voornamelijk via het "kopen" van extra vakantiedagen door de medewerkers).

- De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 2,5 miljoen euro lager dan vorig jaar. Door de geplande verhuizing naar een nieuwe gebouw in 2022 wordt er minder geïnvesteerd in de huidige faciliteiten.
- De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen daalden met 0,4 miljoen euro ten opzichte van het voorgaand jaar.
- In 2017 werden 3,1 miljoen euro voorzieningen teruggenomen, voornamelijk voor de kosten van de vroegere personeelsafslankingen. In 2016 was de terugname nog 4,0 miljoen euro.
- De andere bedrijfskosten stegen met 0,1 miljoen euro.

⁸⁴ In de Beheersovereenkomst 2016-2020 nog 'transformatieplan' genoemd.

KASSTROOMTABEL 2017		
(in 1.000 euro)	2017	2016
Bedrijfsresultaat	1.749	-6.027
Kapitaalsubsidie	-36	-42
Niet kasstromen	93.380	16.561
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	39.813	-5.644
Netto operationele cashflow	134.907	4.848
FINANCIERINGSTABEL		
Netto operationele cashflow	134.907	4.848
Verbonden ondernemingen	3.606	2.606
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	-452	-319
Netto cashflow uit investeringen	-13.181	-14.084
Kasbewegingen in het boekjaar	124.879	-6.950

In 2017 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow 134,9 miljoen euro.

De cashflow uit verbonden ondernemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR. De investeringsuitgaven bedroegen 13,2 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de verdere uitrol van de HD-projecten en de investeringen in de digitale omgeving (zoals het opleveren van het videoplatform VRT NU) en de start van de projecten in het kader van het nieuwbouwproject.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2016 gestegen met 124,9 miljoen euro. Deze stijging wordt volledig verklaard door het feit dat de achterstand in de uitbetaling van de nog te ontvangen dotatie in 2017 grotendeels werd weggewerkt.

Uitvoering Budget

1. Financieel plan 2017

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 62,9 miljoen euro hoger. Indien abstractie wordt gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten die voortvloeien uit de meerwaarde op de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite (59,6 miljoen euro), dan lagen de opbrengsten 3,3 miljoen euro hoger dan voor 2017 was gebudgetteerd.

De subsidies lagen 3,6 miljoen euro lager dan gebudgetteerd. Oorzaak is de overboeking van dotatie naar een wachtrekening à rato van het excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut", in afwachting van een latere beslissing door de Vlaamse overheid^{B5}.

Het excedent bedroeg 7,5 miljoen euro, wat 4,5 miljoen euro meer was dan in het budget voorzien. Anderzijds waren er hogere subsidies dan gebudgetteerd voor Onderzoek & Innovatie.

De eigen opbrengsten lagen 6,9 miljoen euro hoger dan gepland. Er waren overschotten bij de distributie-inkomsten, de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie, de inkomsten uit commerciële exploitatie en de andere inkomsten. De inkomsten uit de ruilovereenkomsten daarentegen lagen lager dan voorzien.

In de beheersovereenkomst was voor 2017 een maximumgrens van 73,1 miljoen euro voorzien voor de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden er 80,6 miljoen euro ontvangsten geboekt, zodat de grens met 7,5 miljoen euro overschreden werd.

Binnen de grens van boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 17,6 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen en een derde grens van 3,1 miljoen euro voor websites en mobiele platformen. Beide grenzen werden niet overschreden in 2017.

De totale kosten bedroegen 456,9 miljoen euro in 2017. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 0,3 miljoen euro lager dan gepland.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 454,1 miljoen euro. De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 0,9 miljoen euro. Tenslotte werden 1,9 miljoen euro waardeverminderingen geboekt voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing naar een nieuwe gebouw.

In het budget was een bedrijfseconomisch overschot van 1,9 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot de VRT 2017 af met een overschot van 64,5 miljoen euro.

Indien abstractie wordt gemaakt van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum en de meerwaarde uit verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite, dan sloot de VRT het jaar af met een overschot van 5,4 miljoen euro ten opzichte van een budget van 5,3 miljoen euro, of 0,1 miljoen euro beter dan voorzien.

UITVOERING BUDGET (in 1.000 euro)	Budget	Werkelijk	Resultaat tov budget
	2017	2017	2017
OPBRENGSTEN			
Subsidies			
Basisdotatie	271.005	266.496	-4.509
Eenmalige bijdrage Ondersteuning vermogen Pensioenfondsen Contractuelen	18.300	18.300	0
Dotatie Brussels Philharmonic	936	859	-77
Overige subsidies	0	927	927
Subtotaal Subsidies	290.241	286.582	-3.659
Distributie-inkomsten	36.317	37.770	1.453
Inkomsten uit Boodschappen van algemeen nut	8.526	9.683	1.157
Inkomsten uit commerciële communicatie	67.569	70.929	3.360
Inkomsten uit exploitatie afgeleiden	6.897	8.156	1.259
Inkomsten uit andere commerciële exploitaties	1.585	2.004	419
Andere inkomsten	12.943	14.905	1.962
Ruilen	34.430	31.747	-2.683
Subtotaal Eigen inkomsten	168.267	175.194	6.927
Meerwaarde verkoop grond en gebouwen Reyerssite	0	59.602	59.602
Totaal opbrengsten	458.508	521.378	62.870
Kosten			
Inhoudelijke publieke opdracht	452.441	454.133	-1.692
Kosten Brussels Philharmonic	936	859	77
Huisvesting	3.209	1.925	1.284
Totaal kosten	456.586	456.917	-332
Bedrijfseconomisch Resultaat	1.922	64.461	62.539
Aanwending reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum (*)	3.209	575	2.634
Aanwending reserve Onderzoek & Innovatie	200	0	200
Toevoegen reserve Nieuwbouw (**)	0	-59.602	59.602
Resultaat na aanwending reserves	5.332	5.434	102

(*)

De geboekte waardevermindering op het Omroepcentrum in het kader van het nieuwe gebouw bedroeg 1.925.000 euro. De Beheersovereenkomst 2016-2020 maakt abstractie van de extra kosten in verband met de nieuwe huisvesting. Als vergeleken wordt met het resultaat van de beheersovereenkomst, dan moet de aanwending van de reserve voor de buitengebruikstelling van het Omroepcentrum uit het resultaat gehaald worden. De waardevermindering van 1.925.000 euro werd voor 1.300.000 euro gefinancierd door de lagere afschrijvingen en 50.000 euro door lagere exploitatiekosten bij de publieke opdracht omwille van de geplande nieuwbouw (cfr. Ondernemingsplan 2017). De resterende 575.000 euro werd gefinancierd door een extra afname van het reservefonds voor de Buitengebruikstelling Omroepcentrum.

(**)

De geboekte meerwaarde op de verkoop van de grond en gebouwen op de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in het kader van het nieuwe gebouw bedroeg 59.602.000 euro. De Beheersovereenkomst 2016-2020 maakt abstractie van het resultaat in verband met de nieuwe huisvesting. Als vergeleken wordt met het resultaat van de beheersovereenkomst, dan moet de toevoeging aan de reserve voor Nieuwbouw uit het resultaat gehaald worden.

2. Aandeel personeelskosten

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de personeelskosten ⁸⁶ maximaal 43,25% van de totale ontvangsten ⁸⁷ mag bedragen. In het boekjaar 2017 was deze verhouding 42,10%.

3. Aandeel bestedingen aan externe productie

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de externe bestedingen in de productie-sector en de facilitaire sector minstens 15% van de totale ontvangsten ⁸⁸

moet bedragen in 2016, en moet evolueren naar minimaal 18,25% in 2020. In het boekjaar 2017 was deze verhouding 19,87%.

4. Resultaat 2017

DEELRESULTATEN 2017 (in 1.000 euro)				
Deelresultaten - werkelijk 2017	Publieke Opdracht	Meerwaarde uit verkoop grond en gebouwen Reyerssite	Buiten-gebruikstelling Omroepcentrum	Totaal VRT
Statutair resultaat	6.785	59.602	-1.925	64.462
Resultaatverwerking				
Toevoeging (-) Wettelijke reserve	-3.223			-3.223
Toevoeging (-) Reserve Publieke Opdracht	-3.562			-3.562
Toevoeging (-) Reserve Nieuwbouw		-59.602		-59.602
Onttrekking (+) Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum			1.925	1.925
Resultaat	-6.785	-59.602	1.925	-64.462

Het jaar 2017 sloot voor de publieke opdracht af met een overschot van 6,8 miljoen euro, hiervan werd 3,2 miljoen euro toegevoegd aan de wettelijke reserve en 3,6 miljoen euro aan de beschikbare reserve voor de publieke opdracht.

De kosten voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum werden aangezuiverd vanuit een afzonderlijke reserve die daarvoor in 2013 werd aangelegd.

Het resultaat uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite werd toegevoegd aan de nieuwe reserve voor Nieuwbouw en zal later aangewend worden voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe omroepcentrum..

⁸⁶ De personeelskosten zoals bepaald in het addendum aan de Beheersovereenkomst 2016 -2020 zijn exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst worden gefinancierd door externe partijen met een looptijd van meer dan een jaar en meer in het bijzonder Ukkepek, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage Pensioensfinancieringsmechanisme Statutaire VRT. Voor 2017 werd ook abstractie gemaakt van de extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds Contractuelen.

⁸⁷ De totale inkomsten zoals bepaald in het addendum aan de Beheersovereenkomst 2016 -2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de inkomsten met betrekking tot de personeelskosten die gefinancierd worden door externe partijen en de inkomsten uit innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt. Voor 2017 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten (extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds Contractuelen en de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite).

⁸⁸ De totale inkomsten zoals bepaald in de Beheersovereenkomst 2016 -2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, en de dotatie voor herstructureringskosten. Voor 2017 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten (extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het Pensioenfonds Contractuelen en de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite).

5. Stand van de beschikbare reserves

Bij de aanvang van het boekjaar 2017 bedroegen de beschikbare reserves 26,5 miljoen euro en de wettelijke reserve 1,4 miljoen euro.

- In het kader van het geplande nieuwe gebouw worden jaarlijks waardeverminderingen aangelegd voor de financiering van de versnelde afschrijvingen op het omroepcentrum bij de verhuizing. Deze waardeverminderingen worden deels aangezuiverd via een afzonderlijke reserve aangelegd in 2013, en deels door het vrijkomen van budgetten bij de publieke opdracht (minder reguliere afschrijvingen en besparingen op de exploitatiekosten)

In 2017 lagen de kosten van het Omroepcentrum 1,35 miljoen euro onder het regulier niveau omwille van het geplande nieuwe gebouw. Dit bedrag werd overgeheveld vanuit de publieke opdracht naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum. De geboekte waardevermindering van 1,9 miljoen euro werd vervolgens door deze reserve gefinancierd, zodat de stand van deze nieuwe reserve na resultaatverwerking 5,7 miljoen euro bedraagt.

- In het kader van de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, werd in 2017 een meerwaarde van 59,6 miljoen euro geboekt.

Dat bedrag werd naar een afzonderlijke reserve overgedragen, en zal later aangewend worden voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe omroepcentrum.

- De stand van de reserve voor de publieke opdracht bedroeg na overheveling van 1,35 miljoen euro naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, en na de resultaatverwerking van 2017, 21,9 miljoen euro.
- De reserve voor Onderzoek & Innovatie werd in 2017 niet aangesproken.
- De wettelijke reserve bedroeg 4,6 miljoen euro na resultaatverwerking.

STAND RESERVES (in 1.000 euro)				
	Stand reserve 31/12/2016	Overheveling Buit.Gebr. OC	Resultaat 2017	Stand reserve 31/12/2017
Wettelijke reserve	1.384		3.223	4.607
Reserve Publieke opdracht	19.646	-1.350	3.562	21.858
Reserve Onderzoek & Innovatie	600		0	600
Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum	6.260	1.350	-1.925	5.685
Reserve Nieuwbouw	0		59.602	59.602
Totaal	27.890	0	64.462	92.352

Sven Van Lokeren
Aankoper fictiereeksen Eén,
Canvas & VRT NU
 47 jaar

Mijn collega's van de programma-aankoopdienst en ik kopen programma's aan, zoals series, films, documentaires en lifestyleprogramma's. Dat doen we voor alle televisie merken en platformen. Ikzelf spits me toe op de aankoop van fictiereeksen voor Eén, Canvas en het videoplatform VRT NU. Als fervente seriekijker doe ik mijn job maar al te graag.

In de tien jaren dat ik in het team programma-aankoop aan de slag ben, merk ik dat alles steeds sneller gaat. Als ik vandaag iets interessants zie op een internationale beurs, moet ik al ter plaatse beslissen of ik er een bod op zal doen. Alle concurrenten rondom mij doen namelijk hetzelfde. Om de eerste te kunnen zijn, komt het er dus op aan het profiel van je net goed aan te voelen en de behoeften

van de kijkers en de concurrentie juist in te schatten.

Bepaalde periodes van het jaar zijn wij extra druk in de weer. In november en december bijvoorbeeld, wanneer enkele van de grote internationale beurzen plaatsvinden. Dat is dan ook het ultieme moment voor ons om alles aan te kopen voor het volgende jaar. Tegelijkertijd wordt het budgetjaar bij de netten en bij onze verdelers afgesloten. Die verdelers willen op het laatste moment nog zoveel mogelijk verkopen. Als verantwoorde omroep maken wij van die gelegenheid gebruik om zachte prijzen en sterke voorwaarden te bekomen. Op die momenten is de spanning te snijden, maar wordt er ook heel wat gelachen in ons team.

Bij de beurzen in Cannes mag je je niet enkel beroemde sterren en adembenemende locaties voorstellen. Die beursdagen zijn eigenlijk vooral erg vermoeiend. Ik ben die dagen op meetings aanwezig van acht uur 's

morgens tot acht uur 's avonds. Meestal is er om het halfuur een andere meeting. Dan volgen verplichte recepties, waarop er ook over zaken wordt gesproken. Daarna word je vaak nog op een avant-première en zakelijk diner verwacht. Het is dus de klok rond goede contacten leggen, opbouwen en onderhouden.

Een grote uitdaging voor ons team was de lancering van het online videoplatform VRT NU. Wij moesten toen immers over nieuwe rechten onderhandelen. Dat is niet zo eenvoudig, want je wordt al snel als concurrent van andere platformen, zoals Netflix, beschouwd. Wij mogen dus wel fier zijn dat de VRT beroemde televisieseries als *Midnight Sun* (krimi uitgezonden op Canvas en Canvas.be in januari 2017) als een van de eersten ter wereld heeft uitgezonden. Daardoor moest Netflix lang op de wereldwijde rechten van *Midnight Sun* wachten, totdat de VRT de volledige serie had uitgezonden.

“Als ik vandaag iets interessants zie op een internationale beurs, moet ik al ter plaatse beslissen of ik er een bod op zal doen.”



8.3

ANALYSE VAN DE OPBRENGSTEN EN KOSTEN

1. TRANSPARANTIEVERKLARING

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Zij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil over de bestedingen van deze overheidsmiddelen, de uitvoering van haar opdracht en de realisatie van de performantiemaatstaven zo transparant mogelijk zijn.

De VRT geeft met de publicatie van de financiële informatie in dit jaarverslag de informatie vrij die ze kan en mag bekendmaken. Het verstrekken van nog meer gedetailleerde gegevens is niet opportuun omdat zij daarmee vertrouwelijke of bedrijfsgevoelige informatie publiek zou maken. Dat zou de VRT kunnen schaden. De omroep werkt immers in een sterk concurrentiële markt. Daartegenover staat evenwel dat het VRT-management door tal van organen gecontroleerd wordt en dit op verschillende niveaus. Deze controleorganen brengen verslag uit over hun bevindingen aan de Raad van Bestuur, de Vlaamse regering en het Vlaams parlement. Het VRT-management geeft aan elk controleorgaan de meest ruime informatie nodig voor het uitvoeren van het toezicht. De leidende principes

van het toezicht zijn vastgelegd in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT. Vertrouwelijke en bedrijfsgevoelige documenten en informatie kunnen worden opgevraagd door het Rekenhof, de Gemeenschapsafgevaardigde, het Auditcomité, Audit Vlaanderen en de Commissaris-revisor.

De transparantie situeert zich op twee domeinen:

- 1) De VRT wil via haar analytisch boekhouding publieke verantwoording afleggen over de ter beschikking gestelde middelen en hun bestedingen.
 1. De opbrengsten worden gerapporteerd volgens het *Kader van merchandising en nevenactiviteiten*, goedgekeurd door de Raad van Bestuur. De opbrengsten worden daarbij verdeeld in acht pijlers, conform de indeling die is afgeleid uit het *Kader voor merchandising en nevenactiviteiten*.
 2. De kosten worden in eerste instantie ingedeeld naargelang ze betrekking hebben op programma-output, Onderzoek & Innovatie, ondersteunende diensten of Brand Extensions.

- De kosten van de programma-output worden onderverdeeld volgens de aanbodsmerken.
- De kosten van Onderzoek & Innovatie, Brand Extensions en de kosten van de ondersteunende directies worden afzonderlijk gerapporteerd.
- Er wordt voor het uitzendschema informatie verschaft over de kosten per mediagebruiker en over de productiekosten per productiewijze.

3. Tenslotte wordt additionele informatie verschaft over de voorraden (sport- en filmrechten en eigen producties).

- 2) De VRT rapporteert in een afzonderlijk hoofdstuk over de nettokosten van de publieke opdracht.

Deze rapportering wordt opgelegd door de transparantierichtlijn van de Europese Commissie. De richtlijn heeft als algemene principes dat de overheid de uitvoering van de publieke opdracht niet mag over-subsidiëren en dat kruis-subsidiëring van de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe niet mag.

2. OPBRENGSTEN

2.1 Analytische verdeling opbrengsten – totaal

De opbrengsten van de openbare omroepopdracht worden gerapporteerd volgens acht financieringspijlers.

FINANCIERINGSPIJLERS VRT (in mio euro)	2017		2016	
1. Overheidsfinanciering	286,6	62,1%	267,2	61,3%
Subtotaal Overheidsfinanciering	286,6	62,1%	267,2	61,3%
2. Distributie-inkomsten	37,8	8,2%	36,0	8,3%
3. Boodschappen van algemeen nut	9,7	2,1%	9,3	2,1%
4. Commerciële Communicatie	70,9	15,3%	69,1	15,9%
5. Exploitatie van afgeleiden	8,2	1,8%	7,4	1,7%
6. Andere commerciële exploitatie	2,0	0,4%	2,1	0,5%
7. Andere inkomsten	14,9	3,2%	11,9	2,7%
8. Ruilen	31,7	6,9%	32,9	7,5%
Subtotaal Eigen Inkomsten	175,2	37,9%	168,7	38,7%
Subtotaal Opbrengsten	461,8	100,0%	435,9	100,0%
Meerwaarde verkoop grond en gebouwen Reyerssite	59,6		0,0	
Totaal	521,4		435,9	100,0%

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering steeg van 61,3% in 2016 naar 62,1% in 2017. In absolute bedragen steeg de overheidsfinanciering met 19,4 miljoen euro, hoofdzakelijk omwille van de eenmalige bijdrage van 18,3 miljoen euro voor doorstorting naar het *Pensioenfonds Contractuelen* ter

ondersteuning van het vermogen van het fonds.

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijlers 2 t.e.m. 8) bedroeg 37,9% in 2017. In 2016 lag dit aandeel op 38,7%, of 0,8% hoger. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is de *commerciële communicatie*.

Naast de *overheidsfinanciering* en de eigen inkomsten, werd er in 2017 ook uitzonderlijk een meerwaarde uit de verkoop voor de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in ontvangst genomen. Deze werd in de resultaatverwerking toegevoegd aan de reserve Nieuwbouw voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe gebouw.

2.2 Pijler 1: Overheidsfinanciering

OVERHEIDSFINANCIERING VRT (in mio euro)	2017		2016	
Basisdotatie	274,0	95,6%	272,7	102,1%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-7,5	-2,6%	-6,5	-2,4%
Eenmalige Bijdrage ondersteuning vermogen Pensioenfonds Contractuelen	18,3	6,4%	0,0	0,0%
Dotatie Brussels Philharmonic	0,9	0,3%	0,9	0,3%
Overige subsidies	0,9	0,3%	0,1	0,0%
Totaal	286,6	100,0%	267,2	100,0%

In 2017 bedroeg de basisdotatie 274,0 miljoen euro, of 1,3 miljoen euro meer dan in 2016:

- De VRT was vanaf 2015 onderworpen aan een nieuw besparingstraject. Voor 2017 betekende dat een vermindering van 3,0 miljoen euro aan overheidsmiddelen. Deze besparing maakt deel uit van het eigen besparingstraject over de periode 2015-2019 voor een totaal bedrag van 29,5 miljoen euro.
- Voor de financiering van de kosten m.b.t. de loonindexering per 1 juli 2017 ontving de VRT een dotatie van 1,2 miljoen euro uit de indexprovisie. Samen met de dotatie voor de loonindexering per 1 juli 2016 bedroeg deze dotatie in 2017 3,4 miljoen euro. In 2016 was dit 1,3 miljoen euro.
- Voor de financiering van de herstructureringskosten, voortvloeiend uit het toekomstplan,

werd een dotatie toegekend van 3,1 miljoen euro, terwijl daarvoor in 2016 een bedrag van 1,0 miljoen euro werd uitgetrokken.

- Conform de begrotingsinstructies van de Vlaamse overheid werd het werkingsaandeel van de dotatie in 2017 niet geïndexeerd.

In 2017 werd de maximumgrens voor boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie met 7,5 miljoen euro overschreden.

De VRT ontving in 2017 een eenmalige bijdrage van 18,3 miljoen euro die doorgestort werd naar het *Pensioenfonds Contractuelen* ter ondersteuning van het vermogen van het fonds.

De dotatie Brussels Philharmonic was bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewerkers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst was resultaatneutraal

omdat er een gelijk bedrag aan kosten tegenover staat.

De 'overige subsidies' zijn gebaseerd op subsidiebesluiten van overheidsinstanties. Voor 2017 gaat het voornamelijk om subsidies voor onderzoeksprojecten bij de afdeling Onderzoek & Innovatie, gefinancierd vanuit de Europese Commissie en vanuit het Hermesfonds. Daarnaast was er ook nog een subsidie vanuit Stad Brussel voor de organisatie van de MIA's, een subsidie vanuit de Europese Unie voor de viering van 60 jaar "Verdrag van Rome" en een subsidie vanuit het Vlaams departement voor Cultuur, Jeugd, en Media voor *Generation K* (Ketnet). Andere samenwerkingsvormen met overheden zitten vervat in pijler 7, en worden hieronder apart gerapporteerd onder de rubriek "institutionele financiering" (zie p. 186).

2.3 Pijler 2: Distributie-inkomsten

DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (in mio euro)	2017		2016	
Distributiecontracten	37,2	98,4%	35,3	98,1%
Net Gemist	0,4	1,1%	0,4	1,1%
SMS, betaallijnen en apps	0,2	0,5%	0,3	0,8%
Totaal	37,8	100,0%	36,0	100,0%

De inkomsten uit distributieovereenkomsten stegen in 2017 met 1,9 miljoen euro ten opzichte van 2016, en dit meer specifiek bij de inkomsten uit contracten met Belgische distributeurs.

De inkomsten voor Net Gemist en uit SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht zijn op hetzelfde niveau gebleven als in 2016.

2.4 Pijlers 3 en 4: Boodschappen van Algemeen Nut en Commerciële Communicatie

BAN EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE (in mio euro)		2017		2016	
Boodschappen van algemeen nut		9,7		9,3	
Totaal BAN		9,7		9,3	
Radioreclame		48,2	68,0%	45,3	65,6%
Sponsoring Radio		2,2	3,1%	2,1	3,0%
Sponsoring TV		14,4	20,3%	14,6	21,1%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen (*)		1,7	2,4%	1,9	2,7%
Sponsoring campagnes aanbod-op-aanvraag (*)		1,1	1,6%	1,1	1,6%
Commercialisering op internet en mobiele platformen		2,3	3,2%	2,6	3,8%
Financiële Productplaatsing		1,0	1,4%	1,5	2,2%
Totaal Commerciële communicatie		70,9	100,0%	69,1	100,0%
Totaal		80,6		78,4	

(*) vanaf 2017 wordt sponsoring bij het voormalige Line Extensions uitgesplitst over Sponsoring niet-uitgezonden evenementen (Brand Extensions) en Sponsoring campagnes aanbod-op-aanvraag. Dit werd retroactief toegepast voor 2016.

De inkomsten uit boodschappen van algemeen nut (BAN) en commerciële communicatie lagen 2,2 miljoen euro hoger dan in 2016.

De *boodschappen van algemeen nut* lagen in 2017 0,4 miljoen euro hoger dan in 2016.

De *radioreclame* steeg in 2017 met 2,9 miljoen euro ten opzichte van 2016. Per radionet zijn de opbrengsten uit radioreclame de volgende:

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (in mio euro)		2017		2016	
MNM		11,5	23,9%	10,1	22,3%
Radio 1		7,0	14,5%	6,3	13,9%
Radio 2		10,3	21,4%	9,9	21,9%
Studio Brussel		19,4	40,2%	19,0	41,9%
Totaal		48,2	100,0%	45,3	100,0%

De stijging van de opbrengsten uit radioreclame deed zich bij alle netten voor, maar vooral bij MNM (+1,4 miljoen euro ten opzichte van 2016). Er was verder een toename van de opbrengsten uit radioreclame bij Radio 1 (+0,7 miljoen euro) en een toename bij Radio 2 en Studio Brussel van telkens +0,4 miljoen euro.

Wat de *sponsoring* betreft, was er een lichte stijging bij de *radiosponsoring* (+0,1 miljoen euro) en een daling bij de *televiesponsoring* (-0,2 miljoen euro)

ten opzichte van 2016. De ontvangsten uit *sponsoring van niet uitgezonden evenementen* daalden eveneens met 0,2 miljoen euro.

De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* daalden ten opzichte van 2016 met -0,3 miljoen euro.

De *financiële productplaatsing* daalde van 1,5 miljoen euro in 2016 naar 1,0 miljoen euro in 2017, en heeft betrekking op programma's zoals

Thuis (Eén), Iedereen beroemd (Eén) en Dagelijkse kost (Eén).

De ontvangsten uit *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie* bedroegen samen 80,6 miljoen euro in 2017. Volgens de bepalingen in de Beheersovereenkomst 2016-2020 werden deze inkomsten voor 2017 begrensd tot maximaal 73,1 miljoen euro. Het excedent bedraagt 7,5 miljoen euro.

2.5 Pijler 5: Exploitatie van afgeleiden

EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN (in mio euro)	2017		2016	
Evenementen	1,9	23,2%	1,2	16,2%
Merchandising	2,8	34,1%	2,9	39,2%
Ooit Gemist en andere exploitaties van aanbod-op-aanvraag	3,5	42,7%	3,3	44,6%
Totaal	8,2	100,0%	7,4	100,0%

De opbrengsten uit Evenementen stegen ten opzichte van 2016 met 0,7 miljoen euro. De stijging is te danken aan inkomsten uit de film FC de Kampioenen 3, de Radio 2 Cruise en verschillende nieuwe evenementiële samenwerkingen zoals Cinema Canvas. De regel van 35-speurtocht, Ketnet Helden en Sportopia.

De opbrengsten uit Merchandising bleven, in een eerder dalende markt, vrij stabiel.

De inkomsten uit *Ooit Gemist en andere exploitaties van aanbod-op-aanvraag* stegen met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2016, en zijn de belangrijkste inkomstenbron binnen de exploitatie van afgeleiden.

Pijler 6: Andere commerciële exploitatie

ANDERE COMMERCIËLE EXPLOITATIE (in mio euro)	2017		2016	
Verkoop van programma's en fragmenten	1,0	50,0%	1,3	60,0%
Dienstverlening	1,0	50,0%	0,8	40,0%
Totaal	2,0	100,0%	2,1	100,0%

De inkomsten uit verkoop van programma's en fragmenten is ten opzichte van 2016 met 0,3 miljoen euro gedaald. In 2017 werden onder andere de reisreeksen *Reizen Waes* (Eén) en *Goed volk* (Eén), de fictiereeksen *Nachtwacht* (Ketnet) en *Ghost Rockers* (Ketnet), de captatie van de *Memorial Van Damme*, en het spelprogramma *Mag ik U kussen?* (Eén) verkocht.

De inkomsten uit dienstverlening bestonden voornamelijk uit transmissiediensten, de verhuring van productiemiddelen, huurgelden en vergoedingen voor het realiseren van dubbing en ondertiteling van audiovisuele producties. De inkomsten uit dienstverlening stegen in 2017 met 0,2 miljoen euro vanwege van de captatie van de *Polygon Wood Commemoration* te Zonnebeke voor ABC (Australische TV).

2.6 Pijler 7: Andere inkomsten

ANDERE INKOMSTEN (in mio euro)	2017		2016	
Dienstverlening aan VAR	0,7	4,7%	0,7	5,9%
Samenwerking rond programma's	3,0	20,1%	2,7	22,7%
Bedrijfsrestaurant	1,4	9,4%	1,4	11,8%
Financiële opbrengsten	3,7	24,8%	3,1	26,1%
Andere bedrijfsopbrengsten	6,1	41,0%	4,0	33,5%
Totaal	14,9	100,0%	11,9	100,0%

De *andere inkomsten* stegen globaal met 3,0 miljoen euro. Deze stijging wordt voornamelijk verklaard door hogere opbrengsten uit samenwerking rond programma's (+0,3 miljoen euro), financiële opbrengsten (+0,6 miljoen euro) en de andere bedrijfsopbrengsten (+2,1 miljoen euro).

De *samenwerkingen rond programma's* stegen 0,3 miljoen ten opzichte van 2017. Belangrijke samenwerkingen van 2017 waren *Allah in Europa* (Canvas, samen met VPRO), *Music For*

Life (samen met GOLAZO sports, Sport Vlaanderen en BNP Paribas Fortis), *Intrede van de Sint* (Stad Antwerpen), *Radio 2 Zomerhit* (Stad Blankenberge)

Binnen de *financiële opbrengsten* is de uitkering van het dividend door VAR de grootste opbrengstesoort. VAR keerde in 2017 een dividend van 3,6 miljoen euro uit ten opzichte van 2,6 miljoen euro in 2016. Andere belangrijke financiële opbrengsten zijn de wisselresultaten op vreemde valuta, deze daalden met 0,4 miljoen ten

opzichte van het voorgaande jaar.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat de gerecupereerde kosten, de tussenkomsten van verzekeringen, de vergoeding voor thuishopies en de geleide bezoeken. De stijging van 2,1 miljoen euro bij *andere bedrijfsopbrengsten* wordt verklaard door onder andere de verkoop van het voormalige gebouw van het kinderdagverblijf, de stijging van de vergoedingen voor thuishopies en meer gerecupereerde kosten.

2.7 Pijler 8: Ruilen

RUILEN (in mio euro)	2017		2016	
Mediaruil	8,9	28,1%	9,0	27,3%
Facilitaire toelevering	3,3	10,4%	2,8	8,5%
Productplaatsing in natura en aftiteling	2,1	6,6%	2,7	8,2%
Andere ruil:				
TV	2,3	7,3%	2,5	7,6%
Radio	13,8	43,5%	14,1	42,9%
Webruimte	1,3	4,1%	1,8	5,5%
Totaal	31,7	100,0%	32,9	100,0%

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. De mediaruil bleef in 2017 nagenoeg constant in vergelijking met 2016.

Bij de *facilitaire toelevering* levert de VRT prestaties aan externe productiehuizen in het kader van productieovereenkomsten. De waarde van de onderaanneming wordt mee opgenomen in de waarde van de uitzendrechten. Ten opzichte van 2016 is deze ruil met 0,5 miljoen euro gestegen tot 3,3 miljoen euro. Voornamelijk Canvas kende een stijging mede door programma's als

Een onvergetelijke dag (een geschiedenisprogramma), *De ideale wereld* (een satirisch programma) en *Strafpleiters* (een interviewreeks). Studio Brussel kende een stijging door het geven van meerdere showcases in 2017.

Bij de *productplaatsing in natura en aftiteling* levert de adverteerder goederen en diensten, waaronder prijzen, en in ruil geeft de VRT visibiliteit en/of aftiteling in het programma. De ruilen met betrekking tot de productplaatsing in natura en aftiteling daalden ten opzichte van 2016 met 0,6 miljoen euro. Deze daling komt voornamelijk door het wegvallen van het EK voetbal, het human inter-

estprogramma *Flying doctors* (Eén), de spelprogramma's *Beste vrienden* (Eén) en *Het goeie leven* (Eén), het relatieprogramma *Vind je lief* (Eén) en de oudejaarsspecial van *Mag ik u kussen?* (Eén).

Bij de *andere ruilen* worden spotjes of promotionele aankondigingen via een VRT-kanaal geruild voor onder andere visibiliteit van de VRT-netten in de promotiecampagne van de organisator, gratis tickets, aanwezigheid van de VRT op evenementen (muziek, theater, beeldende kunst, film), levering van diensten voor een VRT-productie, uitzendrechten, enzovoort.

2.8 Additionele informatie

In dit jaarverslag wordt afzonderlijk gerapporteerd over institutionele financiering en productplaatsing. De opbrengsten hiervan zitten verspreid onder verschillende pijlers en kunnen dus niet rechtstreeks afgeleid worden

uit de voorgaande rapporteringen, daarom koos de VRT er voor om deze afzonderlijk te vermelden.

INSTITUTIONELE FINANCIERING

Onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering van bepaalde programma's door overheids-

instellingen of aanverwante instellingen rond een thema of locatie. Hieronder vallen onder andere bepaalde toerismediensten, steden, gemeenten en provincies.

INSTITUTIONELE FINANCIERING (in mio euro)	2017	2016
Institutionele financiering via eigen programma's VRT	1,1	1,1
Institutionele financiering via externe productiehuisen	0,7	0,9
Totaal	1,8	2,0

De *institutionele financiering via eigen programma's VRT* bedroeg 1,1 miljoen euro in 2017, en bleef gelijk aan 2016. De voornaamste bronnen van institutionele financiering via eigen programma's zijn de tussenkomst van stad Antwerpen voor *De intrede van de Sint* (Ketnet), de tussenkomst van de stad Blankenberge voor de muziekshow *Zomerhit* (Radio 2 en Eén) en samenwerking rond *De warmste week van Music For Life*.

De *institutionele financiering bij externe productiehuisen* daalde in 2017 met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2016. In 2017 hadden onder meer volgende programma's institutionele financiering: de fictiereeks *Over water* (Eén), het wielersprogramma *Voor de ronde* (Canvas), de documentaire reeks *Amazones* (Canvas) en *Zomertour* (Ketnet).

PRODUCTPLAATSING

Onder *productplaatsing* verstaat men het opnemen van een product of dienst in de setting van een televisieprogramma. Dat kan ofwel tegen betaling (financiële productplaatsing) ofwel tegen levering van goederen of diensten waaronder prijzen (ruilcontracten waarbij de VRT in ruil visibiliteit geeft met of zonder aftiteling in het programma).

PRODUCTPLAATSING (in mio euro)	2017		2016	
Financiële productplaatsing	1,0	32,3%	1,5	35,7%
Productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)	2,1	67,7%	2,7	64,3%
Totaal	3,1	100,0%	4,2	100,0%

De ontvangsten uit *financiële productplaatsing* bedroegen 1,0 miljoen euro in 2017. Het gaat hier vooral over de programma's het kookprogramma *Dagelijkse kost* (Eén), het magazine *Iedereen beroemd* (Eén), de soap *Thuis* (Eén) en het spelprogramma *De stoel* (Eén). Deze opbrengsten daalden met 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2016, voor-

namelijk door een daling in financiële productplaatsing bij *Dagelijkse kost* en *Iedereen beroemd*.

De *productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)* bedroeg 2,1 miljoen euro in 2017 en omvat ruilvereenkomsten voor onder andere de Eén-programma's *Dagelijkse kost*, *M/V van het*

jaar, *Blokken*, *Voor de leeuwen*, *De drie wijzen*, *Switch*, *Mag ik u kussen?*, *De club*, *Goed volk*, *Typisch mensen*, *Alles voor de koers*, *Iedereen beroemd*, *Thuis*, *La Vie en Rose*, *MIA's*, *De stoel*, *Steracteur*, *Sterartiest*, *Van Gils & gasten* en *Music For Life*. De *productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)* daalde met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2016.

3. KOSTEN

3.1 Analytische verdeling van de kosten – totaal

Als een van de strategische doelstellingen in de Beheersovereenkomst 2016-2020 wordt aangegeven dat de VRT-merken de belangrijkste connectoren zijn tussen de mediagebruiker en het publieke aanbod. De VRT heeft onder andere als opdracht om de aanbodsmerken doelgericht multimediaal

uit te bouwen. De VRT-merken moeten aanwezig zijn op de platformen die hun publiek in hun mediagebruik geïntegreerd hebben. Een aanbodsmerk kan met andere woorden zowel een radio-, televisie-, online- als een eventueel aanbod bevatten.

Vanaf 2016 wordt de kostprijs van een aanbodsmerk als geheel gerapporteerd: de kostprijs van de website van Studio Brussel bijvoorbeeld zit vanaf de rapportering 2016 mee vevat in de totale

kostprijs van het aanbodsmerk Studio Brussel (en niet meer als een aparte rubriek in de analytische rapportering).

In dit hoofdstuk wordt informatie verschaft over de *kosten van de programma-output* (hierbij wordt voor de aanbodsmerken een indeling gebruikt volgens de mediabeleving waar het aanbodsmerk het sterkst aanwezig is), de *kosten voor Onderzoek & Innovatie*, de *kosten van de Ondersteunende directies* en de *kosten van Brand Extensions*.

ANALYTISCHE VERDELING VAN DE KOSTEN (in mio euro)		2017		2016	
TV-aanbodsmerken	257,2	60,9%	264,4	62,4%	
Radio-aanbodsmerken	97,8	23,2%	94,4	22,3%	
Thema-aanbodsmerken	13,9	3,3%	12,4	2,9%	
Kosten programma-output	368,9	87,4%	371,2	87,6%	
Onderzoek en innovatie	1,9	0,4%	1,2	0,3%	
Ondersteunende directies	46,8	11,1%	45,7	10,8%	
Brand extensions	4,8	1,1%	5,8	1,4%	
Subtotaal	422,4	100,0%	423,9	100,0%	
Andere	34,5		15,7		
Totaal (*)	456,9		439,6		

(*) Inclusief voorraadwijzigingen

De *kosten van de programma-output* bedroegen 87,4% in 2017, een daling met 2,3 miljoen euro ten opzichte van 2016.

De *kosten van de tv-aanbodsmerken* daalden met 7,2 miljoen euro omwille van niet jaarlijkse weerkerende evenementen die plaatsvonden in 2016 (EK Voetbal en Olympische spelen). De kosten van de radio-aanbodsmerken en de thema-aanbodsmerken stegen met respectievelijk 3,4 miljoen en 1,5 miljoen. De kosten van de programma-output worden verder in detail besproken.

De *kosten voor Onderzoek & Innovatie* stegen in 2017 met 0,7 miljoen euro.

De VRT heeft in 2017 van de Europese Commissie groen licht gekregen voor vijf nieuwe innovatieprojecten: MediaRoad (een Europese samenwerkingsvorm voor startups gebaseerd op de aanpak van VRT Sandbox), CPN (nieuws op maat, op het gepaste moment van de dag), MARCONI (interacti-

eve en gepersonaliseerde radio), HRadio (hybride radio die muziek en gepersonaliseerde informatie combineert) en Content4All (geautomatiseerde vorm van gebarenondertiteling). Deze projecten werden in de loop van 2017 opgestart.

De *kosten van de ondersteunende directies*⁸⁹ stegen in 2017 met 1,1 miljoen euro. Ze bedroegen 11,1% van de totale kosten. Deze percentuele stijging tegenover 2016 is gedeeltelijk te verklaren door de grote sportevenementen in de even jaren (i.c. de Olympische Spelen en het EK Voetbal in 2016). Daarnaast stegen deze kosten in absolute waarde in 2017 omdat de VRT extra ingezet heeft op het ontwikkelen van een nieuwe bedrijfscultuur en het versterken van het leiderschap (project "Fier op de VRT").

De *kosten voor de commerciële activiteiten van Brand Extensions* daalden in 2017 met 1,0 miljoen euro ten opzichte

van 2016. De belangrijkste reden van deze daling is de verschuiving vanaf 2017 van de kosten met betrekking tot aanbod-op-aanvraag naar programmakosten.

In de rubriek *Andere kosten*, worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderings einde boekjaar, de provisie voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, de digitalisering van het archief, de belastingen, de herstructureringskosten en de kosten voor het Brussels Philharmonic. *Andere kosten* worden afzonderlijk gerapporteerd omdat ze anders vergelijken over de jaren moeilijk maakt. Deze kosten stegen ten opzichte van 2016 met 18,8 miljoen euro. Deze stijging wordt voornamelijk veroorzaakt door de aanvullende dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen*, die eind 2017 werd doorgestort ter ondersteuning van het fonds.

3.1 Analytische verdeling kosten programma-output Radio-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIO-AANBODSMERK (in mio euro)				
	2017		2016	
Radio 1	19,9	20,4%	21,4	22,7%
Radio 2	28,7	29,3%	28,7	30,4%
MNM	13,8	14,1%	12,2	12,9%
Studio Brussel	21,0	21,5%	18,9	20,0%
Klara	14,4	14,7%	13,2	14,0%
Totaal Radio	97,8	100,0%	94,4	100,0%

De totale kosten van de radio-aanbodsmerken stegen in 2017 met 3,4 miljoen euro.

De kosten voor Radio 1 daalden met 1,5 miljoen euro. Dat is voornamelijk te verklaren door de grote sportevenementen in 2016, het EK Voetbal en de Olympische Spelen. Daarnaast werd er geen *BEL10* georganiseerd in 2017.

Bij Radio 2 bleven de kosten gelijk. Bij MNM stegen de kosten met 1,6 miljoen euro. Het opzetten van imago-campagnes en meer promotie voor MNM-evenementen zorgden voor een toename van mediaruilen. Ook het digitaal aanbod werd verder uitgebouwd, onder andere met investeringen in de Marathonradio (zie p. 95), de ontwikkeling van een specifieke videobeleving en meer digitale content.

Bij Studio Brussel was er een toename in de kosten van 2,1 miljoen euro. Er werd meer geïnvesteerd in *De warmste week* van *Music For Life*. Op het digitale vlak werd ingezet op het versterken van campagnes zoals *De nieuwe lichtung*, *The Greatest Switch* en *De week van eigen kweek*.

De uitgaven bij Klara stegen omdat er meer ruilovereenkomsten werden afgesloten in 2017. Digitaal focuste Klara op acties zoals de *Klara Top 100* en de *Koningin Elisabethwedstrijd*.

3.3 Analytische verdeling kosten programma-output tv-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER TV-AANBODSMERK (in mio euro)				
	2017		2016	
Eén	170,0	66,1%	173,1	65,4%
Canvas	58,6	22,8%	61,5	23,3%
Ketnet	28,6	11,1%	29,8	11,3%
Totaal Televisie	257,2	100,0%	264,4	100,0%

De kosten van de tv-aanbodsmerken daalden met 7,2 miljoen euro tot 257,2 miljoen euro in 2017.

De totale kostprijs van Eén daalde met 3,1 miljoen euro. De kosten van sport in het schema namen af door de grote sportevenementen die plaatsvonden in 2016. Eén noteerde eveneens een vermindering van mediaruilen. Anderzijds werden er meer interne producties uitgezonden, zoals *Steracteur sterartiest* en *Wonen.tv*.

Tegenover 2016 daalde de kostprijs van Canvas met 2,9 miljoen euro. In 2016 werd tijdens de zomer sterk ingezet op sport met het EK Voetbal en vooral de Olympische Spelen. *Pano* verschoof van Canvas naar Eén in het najaar 2016 en werd vervangen door het goedkopere programma *Checkpoint* (met actua-documentaires).

In 2017 daalde de kostprijs van Ketnet met 1,2 miljoen euro. Op vlak van ontwikkeling en marketing werd in 2016 bij

Ketnet extra geïnvesteerd in de ontwikkeling van onder meer een nieuwe reeks (*Biba & Louba*) en in de *Ketnet-dub-app*. In 2017 vielen deze uitgaven terug op hun normale niveau. Verder was er de uitvoering van het toekomstplan. Daarin werd beslist om één entertainment slot volledig uit te besteden en fictie te verschuiven van interne naar externe of gemengde productie. Tenslotte werd beslist om de structurele band *Karrewiet plus* en *Ketnet Swipe* in het uitzend-schema van Ketnet te schrappen.

3.4 Rapporteringen van de thema-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER THEMA-AANBODSMERK (in mio euro)				
	2017		2016	
VRT NWS	8,8	63,3%	7,9	63,7%
Sporza	5,1	36,7%	4,5	36,3%
Totaal Thema-aanbodsmerken	13,9	100,0%	12,4	100,0%

De kosten van de thema-aanbodsmerken stegen met 1,5 miljoen ten opzichte van 2016.

Op 22 augustus verdween Deredactie.be en werd de nieuwssite vervangen door Vrtnews.be. De vervanging bevatte een nieuwe nieuwssite, een

nieuwe nieuwsapp, een nieuwe naam, een nieuw logo, een nieuwe look&feel, nieuwe inhoudelijke keuzes en een nieuwe technologie waarmee video en artikels worden gepubliceerd. Voor VRT NWS werd software aangekocht waardoor het voor de nieuwsdienst mogelijk is om beter op de hoogte te

zijn van de bereik- en gebruikcijfers. Ook de nieuwsbrieven van VRT NWS werden vernieuwd.

Voor Sporza werd gewerkt aan een nieuwe website met betere integratiemogelijkheden als voorbereiding op het WK Voetbal van 2018.

3.5 Verdeling kosten per mediagebruiker

DE KOSTEN PER MEDIATEGEBRUIKER (2016-2017) ⁹⁰ (in euro)		
	2017	2016
TV-aanbodsmerken	48,9	48,3
Radio-aanbodsmerken	18,6	17,3
Thema-aanbodsmerken	2,6	2,3
Totale kosten ⁽¹⁾ per mediagebruiker	70,1	67,9
Totale overheidsfinanciering per mediagebruiker	44,0	41,2

(1) Inclusief Toeslag in 2017 van 23,9% voor toerekening van de kosten voor Onderzoek en Innovatie, Brand extensions, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten

De kosten per mediagebruiker stegen van 67,9 euro naar 70,1 euro doordat de totale kosten van de VRT stegen (omwille van de eenmalige extra ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen*), terwijl het aantal mediagebruikers ongeveer

gelijk bleef (een beperkte stijging met 38.207 personen).

Van de totale kosten van 70,1 euro in 2017 was er 44,0 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 26,1 euro uit eigen middelen ⁹¹.

90

Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,52 miljoen inwoners op 1 januari 2017 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

91

Indien abstractie gemaakt wordt van de versterking van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen*, dan waren de totale kosten per mediagebruiker 67,3 euro. De totale overheidsfinanciering per mediagebruiker was dan 41,2 euro (stabiel ten opzichte van 2016).

4. VOORRADEN

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2017 100,2 miljoen euro, een stijging met 20,1 miljoen euro ten opzichte van 2016, voornamelijk te verklaren door de aankoop van sportrechten en de stijging van de eigen producties. In de voorraad zitten sportrechten

(37,7 miljoen euro), filmrechten (10,7 miljoen euro), eigen producties (49,2 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (3,2 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-0,8 miljoen euro) en een voorraad technische artikelen (0,2 miljoen euro).

A. Sportrechten

VOORRAAD SPORTRECHTEN (in mio euro)			
Voorraad op 31/12/2016	Aankopen in 2017	Uitgezonden in 2017	Voorraad op 31/12/2017
26,7	+18,1	-7,1	37,7
	o.a.	o.a.	o.a.
	Olympische Spelen (2018-2020)	kwalificaties WK Voetbal 2018	Olympische Spelen (2018-2020)
	Wielrennen Ronde van Frankrijk (2020-2023)	UEFA Europa league voetbal	Atletiek Memorial Van Damme (2018-2021)
	Voetbal ProLeague (2017-2020)	EK Voetbal vrouwen	Tennis Roland Garros (2018)
	BK Wielrennen en Veldrijden (2018-2022)	Voetbal ProLeague	WK Voetbal 2018 en 2022
	Atletiek Memorial Van Damme (2018-2021)	Beker van België (voetbal)	EK voetbal 2020
	Wielrennen Flanders Classics (2017)	Wielrennen Ronde van Frankrijk	Voetbal ProLeague (2017-2020)
	DVV Veldrijden (2018-2021)	WK Wielrennen en Baanwielrennen	Beker van België (voetbal) (2018)
		Wielrennen Flanders Classics	UEFA Europa league voetbal (2018)
		BK Wielrennen en Veldrijden	Ronde van Frankrijk (2018-2023)
		Atletiek Memorial Van Damme	Wielrennen Vuelta (2018-2020)
		Tennis Roland Garros	UCI Weg- en Baanrijden (2018-2024)
		Basketbalcompetitie	BK Wielrennen en Veldrijden (2018-2022)
			Trofee veldrijden (2018-2021)

De voorraad sportrechten steeg in 2017 met 11,0 miljoen euro tot 37,7 miljoen euro. Er werden voor 18,1 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 7,1 miljoen euro aan rechten werd verbruikt. De voorraadstijging is in belangrijke mate

te verklaren door de aankoop van de uitzendrechten voor de Olympische Winterspelen 2018 en de Olympische Zomerspelen 2020, de Belgische voetbalcompetitie (Proleague), de Ronde van Frankrijk en het Belgisch kampioenschap wielrennen en veldrijden.

B. Filmrechten

VOORRAAD FILMRECHTEN (in mio euro)					
Filmrechten	Voorraad op 31/12/2016	Aankopen in 2017	Verbruik in 2017	Schrapping in 2017	Voorraad op 31/12/2017
Films	3,35	2,58	-2,90	-0,06	2,97
Documentaires	1,31	2,21	-1,86	-0,18	1,48
Series, Comedy's, Animatie, enz	6,07	6,84	-6,36	-0,34	6,21
Totaal	10,73	11,63	-11,12	-0,58	10,66

De totale filmvoorraad bleef ongeveer op het niveau van 2016. De voorraad Documentaires en 'Series, comedy's, animatie, enz' nam licht toe, terwijl de voorraad Films daalde.

C. Eigen producties

EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (in mio euro)		2017	2016
Fictie		25,1	25,7
Andere		24,1	14,5
Totaal		49,2	40,2

Eigen producties zijn de programma's die specifiek voor de VRT gemaakt worden, ofwel via interne productie, ofwel door een extern productiehuis.

De eindvoorraad van de eigen producties steeg met 9,0 miljoen tegenover 2016.

De voorraad Fictie daalde met 0,6 miljoen tegenover 2016. Deze daling is grotendeels veroorzaakt doordat *Ghost Rockers* (Ketnet) volledig werd uitgezonden in 2016 en 2017.

De voorraad andere eigen producties steeg met 9,6 miljoen. Deze stijging is te verklaren door nieuwe producties zoals *Op de man af* (Eén), *Van algemeen nut* (Eén), *Taboe* (Eén), *Over een jaar* (Eén), *Kinderziekenhuis 24/7* (Eén), *Columbus* (Eén) en *Droomshow & Trix* (Ketnet).

8.4

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

De nettokosten van de publieke opdracht van de VRT zijn het verschil tussen:

- de op bedrijfsniveau geboekte ondernemingskosten na aftrek van de kosten verbonden aan de commerciële activiteiten die noch direct noch indirect enig voordeel halen uit de openbare omroepopdracht;
- en de inkomsten uit niet-commerciële activiteiten en de inkomsten uit commerciële activiteiten die wel voordeel halen uit de openbare omroepopdracht.

De nettokosten van de publieke opdracht mogen volgens de transparantierichtlijn van de Europese Commissie niet lager zijn dan de toegekende overheidssubsidies ter financiering van de publieke opdracht.

De Vlaamse Regering heeft, op verzoek van de Europese Commissie, de reservering van het eventuele netto-surplus uit de exploitatie van de openbare omroepopdracht wettelijk geregeld. De term netto-surplus of overcompensatie verwijst naar het verschil tussen de overheidsdotatie

en de nettokosten van de publieke opdracht. De reservering van het netto-surplus zal beperkt worden tot 10% van de in dat betrokken boekjaar ontvangen bedragen aan overheidsmiddelen. Deze bepalingen werden opgenomen in het mediadecreet.

De vergelijking tussen de nettokosten en de overheidsfinanciering van de publieke opdracht wordt weergegeven in de volgende tabel.

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT (in mio euro)			
	2017	2016	Vershil
Totaal kosten	456,9	439,6	-17,3
- minus kosten van commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht	-3,0	-2,5	+0,5
- minus opbrengsten van commerciële activiteiten die voordeel halen uit de publieke opdracht	-159,1	-155,2	+3,9
- minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten	-9,9	-8,1	+1,8
Nettokosten van de publieke opdracht	284,9	273,8	-11,1
Overheidssubsidies	286,6	267,2	+19,4
Overheidssubsidies - Nettokosten publieke opdracht = - = onderfinanciering of netto deficit, + = overfinanciering of netto surplus	+1,7	-6,6	+8,3
Cumulatief netto deficit 2016-2017 (onderfinanciering)	-4,9		

De nettokosten van de publieke opdracht bedroegen in 2017 284,9 miljoen euro en lagen 11,1 miljoen euro hoger dan in 2016. In 2017 waren er enerzijds hogere kosten door een eenmalige overdracht naar het *Pensioenfonds Contractuelen* voor 18,3 miljoen euro. Anderzijds was 2017 een oneven jaar. Dat betekende een jaar zonder grote sportevenementen, wat wel het geval was in 2016 (het EK Voetbal en de Olympische Spelen). Op dat vlak waren de kosten van de publieke opdracht lager in 2017 dan in 2016.

De overheidssubsidies stegen van 267,2 miljoen euro in 2016 naar 286,6 miljoen euro in 2017, wat 19,4 miljoen euro hoger is. Maar ook hierin is een eenmalig bedrag van 18,3 miljoen euro opgenomen, met name de dotatie voor de financiering van de bovenvermelde eenmalige overdracht naar het pensioenfonds contractuelen.

De nettokosten lagen in 2017 1,7 miljoen euro lager dan de overheidsfinanciering. Het jaar 2017 sloot dus af met een netto-surplus of een overfinanciering van de publieke opdracht.

Nemen we 2016 (even jaar – grote sportevenementen – netto deficit van -6,6 miljoen euro) en 2017 (oneven jaar – geen grote sportevenementen – netto surplus van 1,7 miljoen euro) samen, dan is er een cumulatief netto deficit of een onderfinanciering van -4,9 miljoen euro.

8.5

UITVOERING VAN DE
ESR-BEGROTING 2017

SAMENVATTING RESULTAAT 2017 (in 1.000 euro)	ESR: budget 2017	ESR: Werkelijk 2017	Variantie
Resultaat exclusief overschot dotatie herstructureringskosten en exclusief excedent	-5.200	-16.506	-11.306
Overschot op de dotatie herstructureringskosten Niet aanwenden van herstructureringsdotatie in 2017, overheveling naar volgend jaar		+2.352	+2.352
Overschot opwille van het excedent "commerciële communicatie" Overheveling naar volgend jaren via overgedragen saldo, in afwachting van beslissing		+7.475	+7.475
ESR resultaat	-5.200	-6.679	-1.479

De ESR-begroting BA ⁹² 2017 werd opge-
maakt met een tekort van 5,2 miljoen
euro. Dat tekort werd in de begroting
aangezuiverd via een vermindering van
het "over te dragen ESR-resultaat".

Het tekort is samengesteld uit:

- Een bedrag van 200.000 euro voor de kosten van de herstructureringskosten tot 2014. Dat is conform de bepalingen van de Beheersovereenkomst 2016-2020 (p. 39).
- Een bedrag van 5 miljoen euro voor het betalen van een deel van het excedent uit de jaren 2015 en 2016 aan de Vlaamse overheid. In 2015 en 2016 werd het excedent uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut telkens toegevoegd aan het over te dragen saldo. Bij de doorbetaling in 2017 werd het gefinancierd via een intoring op het overgedragen saldo.

In werkelijkheid bedroeg de intoring op het overgedragen saldo 6,7 miljoen euro, wat 1,5 miljoen meer is dan voorzien in de begroting.

De variantie is het resultaat van:

- Een excedent van 7,5 miljoen euro op de ontvangsten uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut. Dat excedent was niet gebudgetteerd. Conform de bepalingen van de beheersovereenkomst beslist de Vlaamse regering later over de toewijzing van deze middelen.
- Een overschot van 2,4 miljoen euro op de herstructureringskosten. De dotatie van 5,5 miljoen euro werd niet volledig aangewend in 2017. De besteding van het saldo wordt doorgeschoven naar het boekjaar 2018.

- Een tekort van -11,3 miljoen euro omwille van hogere aankopen van sportrechten en een voorraadopbouw van eigen programma's (externe producties). Voor de sportrechten gaat het om de verlenging van bestaande rechten uit de voorraad voor een langere periode. De stijging van de voorraad externe producties is het gevolg van het meer inzetten op externe productie en minder op interne productie, conform de bepalingen van de beheersovereenkomst en het toekomstplan. Verder betaalt de VRT bij producties door externe productiehuizen meer op voorhand. Dat heeft eveneens een stijging van de VRT-voorraden tot gevolg. Dit versterkt de goede werking van het media-ecosysteem, wat een doelstelling is van de beheersovereenkomst.

8.6

INTERNE CONTROLEVERKLARING

De VRT-directie is verantwoordelijk voor een goede werking van het interne controlesysteem, zijnde het proces gericht op het verkrijgen van een redelijke zekerheid omtrent het bereiken van de doelstellingen op het gebied van:

- de effectiviteit van de bedrijfsprocessen;
- de efficiëntie van de bedrijfsprocessen;
- de betrouwbaarheid van de financiële informatie;
- de naleving van de wet- en regelgeving;
- de naleving van de interne beleidslijnen en procedures;
- het bewaken van de activa.

De VRT heeft hiertoe de nodige maatregelen genomen, zoals:

- de uitvoering van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, met een duidelijke beschrijving van de rol en de bevoegdheden van de

Raad van Bestuur, de comités, de Gedelegeerd Bestuurder en het Directiecollege;

- de toepassing van het single auditprincipe: de samenwerking tussen de statutaire commissaris, het Rekenhof en de interne audit zodat er een grotere dekking is van de controlegebieden en een efficiënte en geïntegreerde rapportering;
- uitgebreide rapporteringsprocessen omtrent financiële gegevens op maand-, kwartaal- en jaarbasis naar de Raad van Bestuur, het Directiecollege, binnen de directies en binnen de afdelingen;
- een financiële delegatieregeling die beschrijft wie welke beslissingen met financiële gevolgen kan nemen;
- de permanente aandacht om de organisatie af te stemmen op de noden vanuit de opdrachten of de omgeving;
- de implementatie en de concrete

uitrol van een informatie-veiligheidsbeleid;

- het formeel beschrijven van een "risk & compliance"-functie met directe rapporteringslijn aan de Gedelegeerd Bestuurder. Ook de rol van functionaris voor de gegevensbescherming ("Data Protection Officer") zoals voorgeschreven door de verordening over de privacy van persoonsgegevens is opgenomen in deze functie. (De invulling van deze functie werd opgestart in 2017);
- het laten uitvoeren van een analyse van de tweedelijns controlefuncties door een externe partij. Op basis daarvan werd een implementatietraject opgesteld en zal in 2018 verder uitgewerkt worden om deze controlelijn verder te versterken.

8.7

VLAAMSE AUDIOVISUELE REGIE (VAR)



De NV VAR is een 100% dochteronderneming van de VRT. VAR verleent diensten op het vlak van radio-reclame, sponsoring, boodschappen van algemeen nut en commercialisering van digitaal aanbod.

De bedrijfsopbrengsten van VAR bedroegen in 2017 103,9 miljoen euro. VAR haalde een resultaat na belasting van 7,6 miljoen euro

VAR: RESULTAAT (in 1.000 euro)		
	2017 (*)	2016
Bedrijfsopbrengsten	103.921	98.232
Regie voor VRT	79.615	76.891
Overige Aankopen	5.877	5.910
Bezoldigingen	3.949	3.768
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	498	442
Bedrijfsresultaat	13.982	11.221
Financieel resultaat	-1.668	-752
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-4.748	-3.635
VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN	7.566	6.834

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 06/06/2018

8.8

PEBBLE MEDIA



De NV Pebble Media is een naamloze vennootschap met twee aandeelhouders die elk voor de helft participeren: Telenet en VAR. Pebble Media marketeert en verkoopt digitale reclameconcepten.

De bedrijfsopbrengsten van Pebble Media bedroegen in 2017 8,9 miljoen euro. Pebble Media haalde een resultaat na belasting van -0,7 miljoen euro

PEBBLE MEDIA: RESULTAAT (in 1.000 euro)		
	2017 (*)	2016
Bedrijfsopbrengsten	8.931	11.352
Aankopen	7.587	9.647
Bezoldigingen	1.514	1.368
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	474	442
Bedrijfsresultaat	-644	-105
Financieel resultaat	-16	-16
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2	-26
Pebble Media RESULTAAT NA BELASTINGEN	-662	-147

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 17/05/2018

8.9

PENSIOENFONDSEN VRT

vrt

**Pensioenfonds
Contractuelen VRT****PENSIOENFINANCIERINGSORGANISME
STATUTAIREN VRT**

De Algemene Vergadering van het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* (PFOS) besliste tijdens een Buitengewone Algemene Vergadering op 28 januari 2016 tot de vrijwillige ontbinding en de in-vereffeningstelling van het PFOS. Dat gebeurt als gevolg van de overname van de verbintenissen uit het Pensioendecreet en de overdracht van activa van het PFOS op 18 december 2015 door de Vlaamse Gemeenschap waardoor het PFOS geen nut meer had.

De Algemene vergadering stelde per 28 januari 2016 een vereffenaar aan. Het PFOS in vereffening kon in 2017 nog niet ontbonden worden. Verwacht wordt dat het PFOS in vereffening wordt ontbonden in de loop van 2018.

PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

De contractuele werknemers vallen onder de pensioenregelingen van de private sector. Voor deze medewerkers bestaat er sinds januari 2001 het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. Dat voorziet in een aanvullende pensioenregeling (de zogenaamde tweede pensioenpijler) bovenop het wettelijk pensioen en in een tegemoetkoming in geval van overlijden of invaliditeit. Het fonds wordt integraal door de werkgever gefinancierd door een jaarlijkse werkgeversbijdrage van 6% van de bruto loonmassa.

Het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* was eind 2017 volledig gefinancierd. De allocatie van de middelen binnen het fonds was als volgt: de aandelen vertegenwoordigden 45,0% van de portefeuille, de obligaties 31,6%, het vastgoed 7,6% en cash 15,8%. Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* bedroeg de return over het boekjaar 2017 +9,0%. De totale activa bedroegen eind 2017 122,1 miljoen euro (ten opzichte van 81,4 miljoen euro eind 2016).



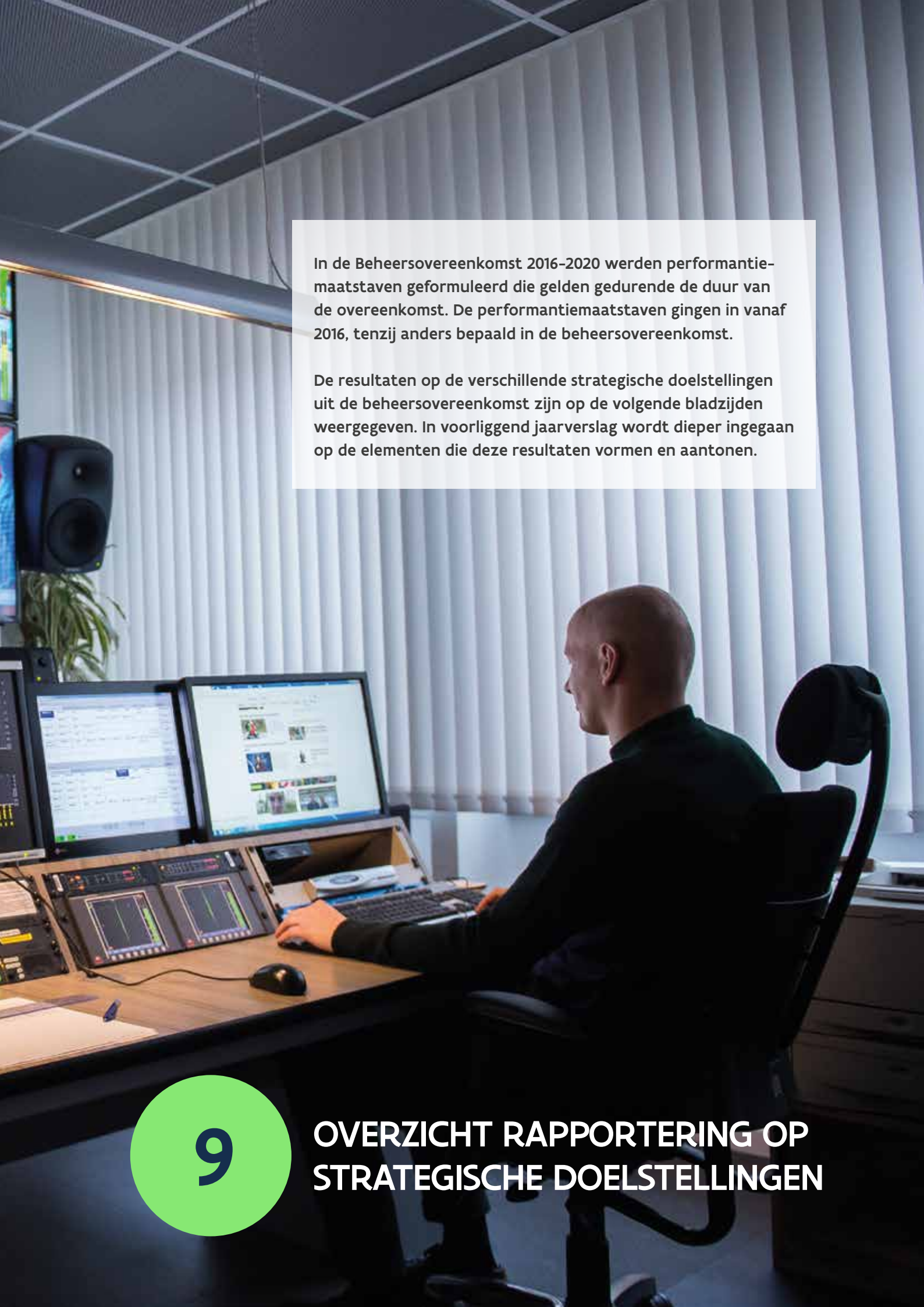
10:09 25



A control panel with a telephone and a printer. The panel features a grid of colored buttons (yellow, green, blue, purple) and a telephone handset resting on a base. A printer is also visible on the desk.

A digital display showing 'L: 25 25' in red LED characters. The display is mounted on a black panel with several knobs and buttons.

A control panel with a grid of green buttons. The panel is mounted on a black base and features a grid of small, square buttons.

A man is sitting at a desk in a control room or office, viewed from the side. He is looking at two computer monitors. The desk is equipped with a keyboard, a mouse, and a mixing console. There are large speakers on the desk and a potted plant in the background. The room has a modern, professional look with a grid ceiling and large windows with blinds.

In de Beheersovereenkomst 2016–2020 werden performantiemaatstaven geformuleerd die gelden gedurende de duur van de overeenkomst. De performantiemaatstaven gingen in vanaf 2016, tenzij anders bepaald in de beheersovereenkomst.

De resultaten op de verschillende strategische doelstellingen uit de beheersovereenkomst zijn op de volgende bladzijden weergegeven. In voorliggend jaarverslag wordt dieper ingegaan op de elementen die deze resultaten vormen en aantonen.

9

OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: VOOR IEDEREEN RELEVANT		PAGINA
1.	De VRT bereikte met haar aanbod op weekbasis 89,4% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder) (norm 85%).	18
2.	De VRT rapporteerde bereikcijfers voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue technologieneutrale meting van bereik.	18
3.	De VRT bereikte minstens 75,0% van elke relevante doelgroep op weekbasis (= norm): mannen: 89,5%, vrouwen: 89,2%, leeftijd van 15 t.e.m. 24 jaar: 87,7% ⁹³ , leeftijd van 25 t.e.m. 44 jaar: 86,2%, leeftijd van 45 t.e.m. 64 jaar: 89,9%, leeftijd 65 jaar en ouder: 93,7%, opleidingsniveau: lager onderwijs: 83,1%, lager secundair onderwijs: 84,8%, hoger secundair onderwijs: 89,6%, hoger onderwijs: 93,8%, nieuwe Vlamingen: 83,1%.	18
4.	De VRT streefde naar diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde televisieaanbod, uitgezonderd programma-aankoop: ● Geslacht: 38,0% vrouwen (norm: 33%) ● Afkomst: 8,7% nieuwe Vlamingen (norm: 5%)	30
5.	De VRT maakte haar aanbod toegankelijk voor personen met een auditieve of visuele beperking. ● NIET-GEHAALDE DOELSTELLING Gesproken ondertiteling was nog niet 100% beschikbaar (norm: 100%, uitgezonderd specifieke archiefbeelden). ● Audiodescriptie was beschikbaar bij alle fictiereeksen die op zondagavond na 20 uur werden uitgezonden. ● Websites werden zo gebruiksvriendelijk en zo toegankelijk mogelijk gemaakt, in lijn met de principes van het AnySurfer-label. ● Teletekstondertiteling was beschikbaar bij 98,2% van alle Nederlandstalige programma's (norm: 95%). ● NIET-GEHAALDE DOELSTELLING Alle nieuws en duidingsprogramma's werden ondersteund met teletekstondertiteling, met uitzondering van 1 extra journaal op 7 april 2017 (norm: 100%). ● In 2017 waren ondertitels beschikbaar voor veel video-aanbod op de websites. Verschillende werktrajecten worden de komende jaren gevolgd om het ondertitelaanbod op de online-platformen nog uit te breiden (norm: progressieve groei naar 90% ondertiteling van video op websites tegen 2020). ● Een journaal voor volwassenen (<i>Het journaal van 19 uur</i>) en het kinderjournaal (<i>Karrewiet</i>) werden met een tolk Vlaamse gebarentaal aangeboden via open net.	36 36 39 37 37 39 37
6.	De samenstelling van het personeelsbestand bestond uit: 38,7% vrouwen voor het hele personeelsbestand (norm: 40% tegen 2020) en 35,5% voor midden en hoger kader (norm: 33 % tegen 2020), 2,0% personen met een arbeidshandicap (norm: 1,8 % tegen 2020) en 3,4% nieuwe Vlamingen (norm: 4% tegen 2020).	32
7.	11 mensen met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond volgden een opleidingsstage (norm: 10).	33

93

Aangezien Vlamingen jonger dan 15 jaar bij wet niet mogen deelnemen aan marktonderzoek, tenzij ze daarvoor de uitdrukkelijke toestemming hebben van de ouders, was het niet mogelijk om respondenten van 12 tot en met 14 jaar in de bevraging op te nemen (wat wel was bepaald in de beheersovereenkomst). De VRT heeft samen met TNS Research onderzocht of toestemming vragen aan de ouders mogelijk en haalbaar was maar dat had te grote consequenties voor de complexiteit en de prijs van het veldwerk. Daarom werd besloten om de bevolkingsgroep van 12 tot en met 14 jaar niet te bevragen in dit bereiksonderzoek.

STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR

2.1 Informatie		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk bracht een informatieaanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	47
2.	De VRT bereikte met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis 77,5% van de Vlaamse bevolking (norm: 75,0%).	48
3.	De VRT rapporteerde bereikcijfers voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologie neutrale meting van bereik.	48 + 49
4.	VRT NWS bood internationale duiding in televisieprogramma's, radioprogramma's en in een aparte sectie op Vrtnws.be.	49
5.	<i>Pano</i> (Eén) maakte 20 diepgravende, onderzoeksjournalistieke reportages in 2017 (norm: 10).	50
6.	De Vlaming vond het informatieaanbod van de VRT betrouwbaar. De VRT bevroeg de betrouwbaarheid van haar informatieaanbod op basis van een transparante en representatieve methode (Vertrouwensbarometer).	18
7.	De VRT organiseerde in 2017 3 keer (op 3 februari, 14 juni en 6 december) overleg met vertegenwoordigers van erkende levensbeschouwelijke stekkingen (norm: 2).	61
8.	VRT NWS voerde haar opdracht uit op een deontologisch verantwoorde manier. De VRT liet de onpartijdigheid van haar aanbod onderzoeken door onafhankelijke deskundigen. De resultaten daarvan werden besproken met de programmacharterraad, de manager beroepsethiek, de deontologische adviesraad en de raad van bestuur.	52-54
9.	De VRT rapporteert in voorliggend jaarverslag over het onpartijdigheidsbeleid en eventuele bijsturingen.	54
10.	De VRT evalueerde meerdere keren de kwaliteit van haar informatieaanbod. Zo worden door de VRT-studiedienst bijvoorbeeld regelmatig rapporten gemaakt over de verschillende informatieprogramma's (zoals <i>De afspraak</i> en <i>De zevende dag</i>), is er een waarderingsonderzoek over Vrtnws.be, een vertrouwensonderzoek (over vertrouwen in het aanbod van VRT NWS), een diversiteitsmeting bij het radio- en tv-aanbod, enzovoort.	
11.	De VRT voorzag met Flandersnews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be in een Engels-, Frans- en Duitstalig informatieaanbod voor anderstaligen met interesse in Vlaanderen.	49

2.2 Cultuur		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk (met uitzondering van Sporza) bracht een cultuuraanbod aangepast aan de doelgroep van dat merk.	55
2.	Het aandeel van de Vlaamse producties en van de coproducties bedroeg 71,0% van de totale input op Eén, uitgezonden in open net tussen 18 en 23 uur, en Canvas, uitgezonden in open net tussen 19 en 23 uur (norm: 65%).	87
3.	<i>Het journaal</i> van Eén bevatte 677 unieke cultuur- en media-items (norm: 365).	55
4.	De VRT besteedde in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.	60
5.	De VRT bracht een brede keuze uit de Vlaamse culturele agenda onder de aandacht van de mediagebruiker.	55-56
6.	Alle aanbodsmerken maakten een link naar UiTinVlaanderen.be.	
7.	De VRT organiseerde meer dan 5 evenementen die een cultureel thema of muziekgenre toegankelijker maken voor een breed publiek (norm: 5).	58
8.	De VRT introduceerde meer dan 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen cultuuraanbod (norm: 5).	59
9.	De VRT capteerde 372 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via meerdere aanbodsmerken (norm: 250).	58
10.	De VRT organiseerde meer dan 4 keer overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse cultuursector (zoals met deSingel, Bozar, Boek.be, Concertgebouw Brugge en Kunstenfestivaldesarts) (norm: 4).	61
11.	De VRT organiseerde 2 keer (op 26 juni en 21 december 2017) overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse muzieksector (MuziekOverleg) (norm: 2).	133
12.	Op Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Klara en MNM namen de Vlaamse muziekproducties 26,4% van de totale muziektijd in (norm: 25%).	64
13.	30,6% van de muziektijd op Radio 2 was Nederlandstalig (norm: 30%).	64
14.	15,7% van de muziektijd op Radio 1 was Nederlandstalig (norm: 15%).	64

2.3 Educatie		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk bracht een educatief aanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	69
2.	De VRT bracht een aangepast aanbod voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met nieuwe mediatoepassingen.	73
3.	De VRT organiseerde verschillende keren overleg met de partners op het veld, zoals het Kenniscentrum Mediawijsheid (11 keer) en onderwijspartners (11 keer) (norm: 2).	135
4.	Radio en VRT NU voorzagen in een multimediaal aanbod over wetenschap zoals met de Universiteit van Vlaanderen.	72
5.	De VRT ondersteunde het onderwijs door actueel aanbod en aangepaste formats met betrekking tot actueel aanbod beschikbaar te stellen, onder andere door nieuwsbrieven te sturen over de maandelijkse uitzending van <i>Karrewiet plus</i> .	
6.	De VRT overlegde regelmatig met maatschappelijke actoren over de integratie van maatschappelijke thema's in haar aanbod (norm: 2).	71
7.	De VRT investeerde in de coproductie van 23 documentaires (norm: 15), alle 23 waren auteursdocumentaires (norm: 7,5 auteursdocumentaires); 20 documentaires in reeksverband en 3 op zichzelf staande documentaires werden gecoproduceerd en uitgezonden.	69
8.	NIET-GEHAALDE DOELSTELLING De VRT pleegde 1 keer structureel overleg met de sector en het VAF (23 juni 2017 bij het VAF met Flanders Doc, vertegenwoordigers van de sector) (norm: 2). Er waren wel regelmatig contacten en overlegmomenten met de sector en het VAF, zoals overleg met producenten. De VRT volgt het strategisch plan inzake documentaires dat uitgeschreven werd in 2016.	71
9.	Canvas had aandacht voor documentaires in primetime, inclusief auteursdocumentaires.	102
10.	De VRT was aanwezig op het IDFA-forum Sheffield Doc/Fest (11 juni 2017) en op het IDFA-forum (Amsterdam, 20 tot 22 november 2017) om Vlaamse documentaires in het buitenland te ondersteunen (norm: 2).	

STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT		PAGINA
1.	Alle aanbodsmerken maakten belangrijke maatschappelijke thema's bespreekbaar in kwaliteitsvolle en ontspannende thema's (norm: 4).	79
2.	<i>Sportweekend (Eén)</i> , <i>Sporza.be</i> en Radio 1 besteedden elk naast voetbal en wielrennen aandacht aan ten minste dertig "kleine" sporten" (norm: 30).	81
3.	De VRT organiseerde continu overleg met partners op het veld, zoals de sportfederaties en Sport Vlaanderen (norm: 2).	136

STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMEK VOOR DIGITAAL AANBOD		PAGINA
1.	VRT NWS gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht informatie. Klara gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht cultuur. Canvas gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht educatie.	46 92 102
2.	Ketnet gaf prioriteit aan de doelgroep kinderen.	104
3.	MNM gaf prioritair aandacht aan de doelgroep jongeren.	94
4.	Radio 2 had een uitgesproken Nederlandstalig en Vlaams muziekprofiel.	90
5.	De VRT rapporteert in dit jaarverslag over haar beleid inzake kwaliteit, onpartijdigheid, beroepsethiek en integriteit.	40, 52, 53
6.	De VRT ontwikkelde haar overkoepelend digitaal contentplatform onder het koepelmerk 'VRT' verder uit.	110

STRATEGISCHE DOELSTELLING 5: TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF		PAGINA
1.	De VRT ontwikkelde en lanceerde een videoplatform, VRT NU.	110
2.	De VRT bood een online radiospeler aan.	111
3.	De VRT stelde in 2017 een deel van haar short form digitaal aanbod ter beschikking waarvoor ze over de nodige rechten beschikt, zodat die 100% deelbaar zijn voor individuele mediagebruikers en niet-commerciële actoren.	111
4.	De VRT bood online gepersoniseerd aanbod aan bij de <i>Sporza voetbal-app</i> .	112
5.	Elk aanbodsmerk had meer dan vier acties die inzetten op participatie en cocreatie met het publiek (zoals: <i>Thomas speelt het hard</i> op Canvas en <i>De nieuwe lichtung</i> op Studio Brussel) (norm: 4 per aanbodsmerk).	113
6.	De VRT realiseerde meer dan drie innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters (zoals de projecten Marconi, HRadio, MOS2 en Flame) (norm: 3).	116
7.	In 2017 werden 15 projecten opgestart waarvan 11 keer met externe innovators werd samengewerkt. 13 van die innovators waren starters & kmo's (norm: 12), 4 daarvan waren Vlaams.	117
8.	De VRT verspreidde de opgedane kennis uit Vlaamse en internationale innovatieprojecten en EBU-werkgroepen via haar websites, via sociale media en via daarop gerichte netwerkevenementen.	119

STRATEGISCHE DOELSTELLING 6: VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM		PAGINA
1.	De VRT besteedde 19,87% (norm: 15%) van haar inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten aan externe productie.	127
2.	De VRT zal in 2018 haar samenwerkingsinitiatieven met de mediasector laten evalueren door een onafhankelijke deskundige (norm: tweejaarlijks).	

STRATEGISCHE DOELSTELLING 7: EFFICIËNTE EN MEER WENDBARE ORGANISATIE		PAGINA
1.	De VRT voerde haar Toekomstplan (zoals voorgelegd aan de Vlaamse regering in 2016) verder uit.	143
2.	Het Toekomstplan werd uitgevoerd binnen het budgettaire kader en binnen de looptijd van de Beheersovereenkomst 2016-2020.	
3.	Het aandeel van de personeelskosten (exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst volledig worden gefinancierd door externe partijen en meer in het bijzonder Ukkepuk, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten met een looptijd van meer dan 1 jaar, waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT) bedroeg in 2017 42,10% van de totale ontvangsten (exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de inkomsten met betrekking tot de personeelskosten die volledig gefinancierd worden door externe partijen, en de inkomsten uit innovatieprojecten met een looptijd van meer dan 1 jaar, waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt) (norm: maximaal 43,25%).	140
4.	De VRT voerde het HR-beleidsplan Fier op de VRT (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	142
5.	De VRT voerde een programma voor leidinggeevenden (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	146
6.	De VRT voerde een programma voor loopbaan- en mobiliteitsmanagement (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	148
7.	De VRT actualiseerde het Toekomstplan door verdere invulling te geven in het Ondernemingsplan. Zij voerde het plan uit.	

FINANCIËLE BETREKKINGEN TUSSEN DE ONDERTEKENENDE PARTIJEN		PAGINA
1.	In het budget 2017 was een bedrijfseconomisch overschot van +1,9 miljoen euro voorzien voor 2017. Na aanwending van de reserve voor Onderzoek & Innovatie en de reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum was een overschot gebudgetteerd van +5,3 miljoen euro. Dit overschot van +5,3 miljoen euro is het "te behalen resultaat" voorzien in de beheersovereenkomst. In de werkelijkheid sloot de VRT 2017 af met een overschot van +64,5 miljoen euro. Indien abstractie wordt gemaakt van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum en de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite in het kader van het nieuwe gebouw, dan sloot de VRT het jaar af met een overschot van +5,4 miljoen euro, wat 0,1 miljoen euro beter is dan het financieel resultaat voorzien in de beheersovereenkomst. Cumulatief gezien bedroeg het te behalen resultaat van 2016 en 2017 in de beheersovereenkomst +2,5 miljoen euro. In werkelijkheid bedroeg het cumulatief resultaat +3,3 miljoen euro, of 0,8 miljoen euro beter dan voorzien in de beheersovereenkomst.	176
2.	NIET-GEHAALDE DOELSTELLING Het ESR-budget werd opgesteld met een tekort van -5,2 miljoen euro. Het werkelijk tekort bedroeg -6,7 miljoen euro, of 1,5 miljoen euro slechter. Bij de beoordeling van het resultaat moet er evenwel abstractie worden gemaakt van het excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" ⁹⁴ en het saldo op de aanwending van de dotatie voor de herstructureringskosten ⁹⁵ . Beide posten werden immers doorgeschoven naar het volgend boekjaar. Maken we abstractie van deze 2 posten, dan sloot ESR af met een tekort van -16,5 miljoen euro, of 11,3 miljoen euro slechter dan voorzien in het budget.	193

⁹⁴ Het excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" bedraagt 7,475 miljoen euro, en wordt in ESR toegevoegd aan het "naar 2018 over te dragen saldo".

⁹⁵ De dotatie van 5,5 miljoen euro werd niet volledig aangewend. De besteding van het saldo (2,352 miljoen euro) wordt doorgeschoven naar het boekjaar 2018.

PRIJZEN EN NOMINATIES

PRIJZEN

- *Gold award op de Best of Activation Awards* in de categorie *digital* voor de campagne *Klarafy* (FamousGrey/Klara)
- *Gold award op de Best of Activation Awards* in de categorie *creatives* voor de campagne *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- *Coup de coeur pressaward op de Best of Activation Awards* voor de campagne *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- *54e Belfius Persprijzen* in de categorie *digitale pers* voor Anneleen Ophoff, Rudi Vranckx en Vincent Merckx met *Een dag als geen ander* (Eén)
- *54e Belfius Persprijzen* in de categorie *radio* voor Katrien Vanderschoot en Mick Delbarre met *Einde mandaat Kabila in Congo: Belgische pers niet welkom* (Radio 1)
- *Zilveren Ring* op de *Ceremony of the Olympic Golden Rings* in de categorie *the best Olympic sports production* voor de captatie van de wegrit op de Olympische Spelen 2016 door VRT
- *Beste Nederlandse televisieproductie voor 4-6-jarigen (publieksprijs)* op het *Cinekid-festival* voor *George & Paul* (Ketnet-NTR)
- *Cutting Edge Award* in de categorie *televisie non-fictie* voor *Radio gaga* (Canvas)
- *Cutting Edge Award* in de categorie *beste radio* voor *De Roo & Byloo* (Studio Brussel)
- *Gouden award op EBU-connect* in de categorie *beste conceptueel idee met een laag budget* voor de spot *Purple rain* (Eén)
- *Tweede prijs op het EBU creative forum* in de categorie *beste format* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- *Emmy Award* in de categorie *non-scripted entertainment* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- *Hal van Humo* voor *Een kwestie van geluk* (Eén)
- *Hal van Humo* voor *Goed volk* (Eén)
- *Humo's Pop Poll* uitgereikt door de lezers van Humo in de categorie *beste radioprogramma* voor *Music For Life* (Studio Brussel)
- *Humo's Pop Poll* in de categorie *bekwaamste radiofiguur* voor Eva De Roo (Studio Brussel)
- *Gouden Flip* uitgereikt door de lezers van de Jommekeskrant in de categorie *beste televisieserie* voor *D5R* (Ketnet)
- *Gouden Flip* uitgereikt door de lezers van de Jommekeskrant in de categorie *beste televisie-acteur* voor Sander Provoost (*D5R* (Ketnet))
- *Gouden Flip* uitgereikt door de lezers van de Jommekeskrant in de categorie *beste televisie-actrice* voor Jamie-Lee Six (*D5R* (Ketnet))
- *Diversity Award* op *MIPCOM 2017* in de categorie *disability scripted series* voor *Tytgat Chocolat* (Eén)
- *Gold world medal* op het *New York Festival in Las Vegas* in de categorie *entertainment en familieprogramma's* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- *Gold pencil* op de *One Show Awards* in de categorie *innovatie voor radio* voor *Klarafy* (Klara)
- *De pen van Apache-prijs* voor Luc Pauwels (VRT)
- *Persprijzen van de Vlaamse balies* voor *Euthanasie in de gevangenis* (*Panorama* (Canvas))
- *Pink Brand of the Year Award* in de categorie *diversity ambassador* voor *Generation M* (MNM)
- *Prix Europa* in de categorie *tv-fictie* voor *Tytgat Chocolat* (Eén)
- *Prix Europa* in de categorie *tv-documentaire* voor *Goed volk* (Eén)
- *SABAM-prijs* in de categorie *fictiereeks* voor *Bevergem* (Canvas)
- *SABAM-prijs* in de categorie *documentaire* voor *Een kwestie van geluk* (Eén)
- *Seoul International Drama Award* in de categorie *beste mini-serie* voor *Zie me graag* (Eén)
- *Juryprijs* op het *Festival fur Serien und TV-Kultur* voor *Generatie B* (Canvas)
- *Strategic Shift Award* op de *Effie Awards* voor *Klarafy* (Klara)
- *Vlaamse Televisiester* in de categorie *rijzende ster* voor Karine Claassen (VRT)
- *Vlaamse Televisiester* in de categorie *beste actrice* voor Eva Van Der Gucht (*De elfde van de elfde* (Eén))
- *Vlaamse Televisiester* in de categorie *beste presentatrice* voor Danira Boukhriss (*Over eten* (Eén))
- *Vlaamse Televisiester* in de categorie *beste presentator* voor Otto-Jan Ham (*De ideale wereld* (Canvas))
- *Vlaamse Televisiester* in de categorie *beste drama* voor *Professor T.* (Eén)
- *20e Wablieft-prijs* voor *duidelijke taal* voor Chris De Nijs (VRT)

NOMINATIES

- Eervolle vermelding voor *AIB-awards* in categorie *human interest* in video voor *Surviving the Brussels attack* (Eén/VRTNWS)
- Nominatie voor de *54e Belfius Persprijzen* in de categorie *lokale pers* voor Luc van Bakel met *Love, Peace & Antwerp* (Radio 2)
- Nominaties voor de *54e Belfius Persprijzen* in de categorie *radio* voor Els Aeyels met *Amerika, land van tegenstellingen* (Radio 1) en Philip Heymans met *Ben, de pedofiel* (Radio 1)
- Nominaties voor de *54e Belfius Persprijzen* in de categorie *televisie* voor Machteld Libert en Tomas Teetaert met *Revalideren na 22 maart* (Pano (Eén)) en Dirk Leestmans met *Pieter 0167* (*Panorama* (Canvas))
- *Silver award* voor de *Best of Activation Awards* in de categorie *creatives* voor de campagne *Klarafy* (Klara)
- *Silver award* voor de *Best of Activation Awards* in de categorie *product launch* voor de campagne *Klarafy* (Klara)
- *Silver award* voor de *Best of Activation Awards* in de categorie *innovative* voor de campagne *Klarafy* (Klara)
- *Silver award* voor de *Best of Activation Awards* in de categorie *digital* voor de campagne *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- *Shortlist* voor *Cannes Lions* in de categorie *use of digital platforms* voor *Ketnet dub* (Ketnet)
- *Bronzen Leeuw* voor *Cannes Lions* in de categorie *innovative use of social or community* voor *Klarafy* (Klara)

- Nominatie voor de *Cutting edge award* in de categorie *televisie non-fictie nationaal* voor *De Noodcentrale* (Eén), *Sorry voor Alles* (Eén) en *Winteruur* (Canvas)
- Nominatie voor de *Cutting Edge award* in categorie *televisie fictie nationaal* voor *De 16* (Canvas) en *Professor T.* (Eén)
- Nominatie voor de *Cutting Edge award* in de categorie *beste radio* voor *Generation M* (MNM) en *Lemaire luistert* (Studio Brussel)
- Zilver voor *EBU-Connect* in de categorie *best promotion for children* voor de Terror-spot van *Karrewiet* (Ketnet)
- Zilver voor *EBU-Connect* in de categorie *best use of music or sound design in a promotion* met de zomerspot *Summer of Canvas* (Canvas)
- Zilver voor *EBU-Connect* in de categorie *best entertainment promotion* met een spot van *Voor hetzelfde geld* (Eén)
- *Zilveren Effie* op de *Belgium Effie Awards* voor de *Klarafy*-campagne (Klara)
- *Bronzen Effie* op de *Belgium Effie Awards* voor *De warmste week* (VRT)
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best entertainment promotion* voor een spot van *Voor hetzelfde geld* (Eén)
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best fictional promotion* voor de spot *White chapel* (Canvas)
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best promotion for children* voor de spot *Karrewiet-Terror* (Ketnet)
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best promotion for children* voor *Ketnet summer image* (Ketnet)
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best use of music or sound design in promotion* voor *Summer of Canvas*
- Nominatie voor de *Eurovision connect awards* in de categorie *best conceptual idea on a low budget* voor *Prince* (Eén)
- Selectie voor *Fantastic Fest* voor *Generatie B* (Canvas)
- Nominaties voor de *Ha!* van *Humo* voor *België scherpgesteld* (Canvas), *Clinch* (Canvas), *Winteruur* (Canvas), *4 x 7* (Canvas), *De noodcentrale* (Eén), *Het goeie leven* (Eén), *Sorry voor alles* (Eén), *Allah in Europa* (Canvas), *Generatie B* (Canvas), *Radio Gaga* (Canvas), *Beau séjour* (Eén), *Dwars door Amerika* (Eén) en *Tabula rasa* (Eén)
- Nominatie voor het *International Film Festival Rotterdam* in de categorie *voices* voor *Beau séjour* (Eén)
- *Zilveren Lia* in categorie *innovative use of radio and audio* voor de *Klarafy*-campagne (Klara)
- Bronzen Lia* in categorie *digital* voor *Ketnet dub* (Ketnet)
- Nominatie voor *Pink Brand of the Year* in de categorie *LGBTQ friendly company* voor *Generation M* (MNM)
- Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *online* voor *Europa, wakosta?* (VRT)
- Nominaties voor de *Prix Europa* in de categorie *radio music* voor *Pop=art* (Studio Brussel) en *De Lage Landenlijst* (Radio 1-Radio 5 (NPO))
- Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *tv current affairs* voor *Hoe schadelijk zijn antibiotica* (Pano (Eén))
- Nominatie voor een *Rockie Award* op het *Banff World Media festival* in de categorie *comedy* voor *Generatie B* (Canvas)
- Eervolle vermelding voor de *Sabam-prijs* in de categorie *fictie* voor *Generatie B* (Canvas)
- Nominatie voor *Seoul International Drama Awards* in de categorie *beste regie* voor *Cecilia Verheyden* en *Toon Slembrouck* voor *Zie me graag* (Eén)
- Nominatie voor de *TVB awards* in de categorie *achievement in live production* voor de mobiele live-uitzending van *Voor de Ronde* (Canvas)
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste actrice* voor *Ella Leyers* (*Professor T.* (Eén)), *Maaïke Cafmeyer* (*Eigen kweek* (Eén)) en *Sien Eggers* (*Eigen kweek* (Eén))
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste presentator* voor *Adriaan Van den Hoof* (*Sorry voor alles* (Eén)) en *Thomas Vanderveken* (*Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas))
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste presentatrice* voor *Cath Luyten* (*Buurman, wat doet u nu?* (Eén)) en *Sofie Lemaire* (*Culture club* (Canvas))
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste drama* voor *Als de dijken breken* (Eén/EO) en *De elfde van de elfde* (Eén)
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste humor en comedy* voor *De ideale wereld* (Canvas)
- Nominatie voor de *Vlaamse televisiesternen* in de categorie *beste entertainment op locatie* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste entertainment in studio* voor *Kalmte kan u redden* (Eén) en *Mag ik u kussen?* (Eén)
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *beste reportage, documentaire en informatie* voor *De noodcentrale* (Eén) en *Een kwestie van geluk* (Eén)
- Nominatie voor de *Vlaamse Televisiesterren* in de categorie *Telenet publieksprijs* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- *Silver award intermedia global award* op het *World media festival in Hamburg* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- Nominatie voor *marketeer van het jaar* voor algemeen directeur Media & Productie *Peter Claes* (VRT)
- Zesde positie in de *Randstad Award* in de rangschikking van meest aantrekkelijke werkgevers (relatieve aantrekkelijkheid) voor VRT

AFKORTINGEN

AB	Ancienne Belgique
AD	Audiodescriptie
AMUZ	Augustinus Muziekcentrum
ASS	Autismespectrumstoornis
AVG	Algemene Verordening Gegevensbescherming
BA	Begrotingsaanpassing
BAN	Boodschappen van Algemeen Nut
BBC	British Broadcasting Corporation
BHO	Beheersovereenkomst
BMX	Bicycle Motocross (X staat voor cross)
BVN	Het Beste van Vlaanderen en Nederland
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Swiss currency)
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
DAB	Digital Audio Broadcasting
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial
EBU	European Broadcasting Union
EDM	Electronic Dance Music
EK	Europees Kampioenschap
ESR	Europees Stelsel van Rekeningen
F1	Formule 1
FIFO	First In, First Out
FVV	Festival Van Vlaanderen
GBP	Great-Britain Pound
GDPR	General Data Protection Regulation
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GOB	Gespecialiseerde Opleiding, Begeleiding en bemiddeling
GRIP	Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap
HD	High-definition
HR	Human Resources
HRADIO	Hybride Radio
IDFA	International Documentary Film Festival Amsterdam
IMEC	Interuniversitair Micro-Elektronica Centrum
IRT	Institut für Rundfunktechnik
iOS	iPhone Operating System
IS	Islamitische Staat
KMO's	Kleine en Middelgrote ondernemingen
KPI's	Kritieke Prestatie-indicatoren
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
KV	Koninklijke Voetbalclub
KVS	Koninklijke Vlaamse Schouwburg
MAS	Museum aan de Stroom
MIA's	Music Industry Awards
MOS2	Media Orchestration from Screen to Screen
MUHKA	Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
NOS	Nederlandse Omroep Stichting

NPO	Nederlandse Publieke Omroep
NTR	NPS (Nederlandse Programma Stichting), Teleac (Television Academie) en RVU (Radio Volksuniversiteit), gefusioneerd tot NTR sinds 2010
NV	Naamloze Vennootschap
OCE	Overleg Cultureel Erfgoed
O&I	Onderzoek & Innovatie
OFP	Organisme van de Financiering van Pensioenen
OKO	Overleg Kunstenorganisaties
OS	Ontwikkelingssteun
OVAM	Openbare Vlaamse Afvalmaatschappij
PFC	Pensioenfonds Contractuelen
PFOS	Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT
PMV	Participatiemaatschappij Vlaanderen
PS	Productiesteun
PWC	PricewaterhouseCoopers
RAI	Radiotelevisione Italiana
R&B	Rhythm-and-blues
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
RTL	Radio Télévision Luxembourg
SABAM	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SD	Strategische Doelstelling
SG	Sociale groep
SNG	Satellite News Gathering
SS	Scenariosteun
STEM	Science, Technologie, Engineering & Mathematics
STON	Spraak en Taaltechnologisch Ondertitelen in het Nederlands
STVV	Sint-Truidense Voetbalvereniging
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats
TNS	Taylor Nelson Sofres
TVB	Television Broadcasts Limited
UCI	Union Cycliste Internationale
UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
USD	United States Dollar
VAB	Vlaamse Automobilistenbond
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
VDAB	Vlaamse Dienst Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
VGT	Vlaamse Gebarentaal
VIAA	Vlaams Instituut voor Archivering
VOFTP	Vlaamse Onafhankelijke Film en Televisieproducenten
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTE	Voltijds Equivalenten
VTM	Vlaamse Televisie Maatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
VZW	Vereniging Zonder Winstoogmerk
WK	Wereldkampioenschap
WO II	Tweede wereldoorlog
ZDF	Zweite Deutsche Fernsehen

COLOFON

Paul De Borger, Hanan El Bastani, Jan Homblé, Charlotte Knapen, Frederik Leyts, Yves Podevyn, Eva Van den Eynde, Geert Van Hoeymissen

FOTOGRAFIE © VRT

Toon Aerts, Philippe Banze, Jef Boes, Elisabeth Broekaert, Robbie Depuydt, Chrostin, Mark De Vilder, Thomas Geuens, Freya Goossens, Foto Jokko, Joost Joossen, Bart Musschoot, Jenthe Nonneman, Sofie Silbermann, Frank Toussaint, Universiteit van Vlaanderen, Neil Van Craeynest, Danny Van der Elst, Alex Van Hee, Geert Van Hoeymissen, Lies Willaert

VORMGEVING

Mathildestudios



NV van Publiek Recht
Auguste Reyerslaan 52,
1043 Brussel
Tel. 02 741 31 11
E-mail: info@VRT.be
www.VRT.be
BTW BE 0244 142 664
RPR BRUSSEL

v.u. Bob Vermeir