

A man with short brown hair, wearing a dark blue jacket with a brown horse logo on the chest, is carrying a woman with blonde hair piggyback. They are both smiling broadly. The woman is also wearing a dark blue jacket. They are in front of a large, cheering crowd of people at night, many with their hands raised. The background shows a large, white, tent-like structure with lights.

vrt

JAARVERSLAG 2016



JAARVERSLAG 2016

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 VRT 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 onderscheidend 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 de 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 2016



JANUARI

Het vooruitzicht
De MIA's



MAART

Het Klarafestival
Aandacht voor terreur
Week van de toegankelijkheid



MEI

Koningin Elisabethwedstrijd
Lancering Klarafy
Buurtfeest Mijn Straat (Iedereen beroemd)
Thuis-dag

FEBRUARI

De eregalerij
De week tegen pesten



PARTICIPATIESESSIES

Participatiesessies

- opstart dialoogproces tussen management en medewerkers
- doel: alternatieven en nieuwe ideeën op organisatievlak verzamelen en uitwerken
- elke medewerker kon deelnemen aan een tiental participatietrajecten over diverse thema's

APRIL

De strafste school 2016
Lancering Generation What



TOEKOMSTPLAN

Toekomstplan

- april 2016: ontwikkeling van het toekomstplan 'Fier op de VRT van morgen'
- plan bevat beeld van het aanbod in de komende vijf jaar en hoe de VRT als organisatie wil zijn
- doel: meer efficiëntie en wendbaarheid realiseren

JUNI

Start sportzomer
Einde teletekst



SOCIALE ONDERHANDELINGEN

Sociale onderhandelingen

- start van de sociale onderhandelingen op basis van toekomstplan
- doel:
 - sociaal plan opmaken dat de realisatie van het toekomstplan mogelijk maakt
 - maximaal behoud van de interne medewerkers en optimalisatie van de beschikbare capaciteit



JULI

Vlaanderen feest!
Festivalzomer



SEPTEMBER

#Bel10
Start Culture Club
Live IP wint IBC Innovation Award



NOVEMBER

Herdenking
Wapenstilstand live
(foto: Ten oorlog special:
Onder Vlaamse velden)
VRT Focus op integriteit

AUGUSTUS

Zomerhit
Lancering Wereldbeeld op canvas.be



OKTOBER

REYERStaal
De pet op tegen kanker



DECEMBER

De warmste week
van Music for Life
Media fast forward



VOORAKKOORD

SOCIAAL PLAN

COMMUNICATIE EN IMPLEMENTATIE

Voorakkoord

De sociale onderhandelingen resulteerden in september 2016 tot een voorakkoord.

Sociaal plan

- 24 oktober 2016: goedkeuring van het Sociaal Plan door de Raad van Bestuur.
- De sociale maatregelen boden:
 - mogelijkheden tot arbeidsherverdeling
 - besparingen op loonkosten
 - optimalisatie van de capaciteitsplanning
 - vereenvoudiging van de vergoedingsreglementering
- Het plan voorzag ook een hertewerkstellingstraject voor medewerkers van wie de functie verdwijnt.

Communicatie & implementatie

Tijdens de laatste twee maanden van 2016 werd het plan uitvoerig gecommuniceerd. Tegelijk werd de implementatie ervan opgestart.

DAGELIJKS BEREIK



3.097.754 LUISTERAARS

153.437 via internet



2.770.761 KIJKERS



918.254 SURFERS



58% via smartphone
en tablet



478.337 videostarts
op VRT-speler

SOCIALE MEDIA



477.069 videostarts op
Facebook & Youtube



65.501 interacties
op Facebook, Twitter
en Instagram



INNOVATIEF

- **VRT Start-Up**
testen formats met
nieuwe media
- **Open VRT**
netwerk van creatievelingen
- **VRT Sandbox**
testruimte voor start-ups

DE VRT IN 2016

OPDRACHT

INFORMATIE (DAGELIJKS)



- **2.947.913** luisteraars
- **1.919.559** kijkers
- **270.140** surfers

CULTUUR (OP JAARBASIS)



- **355** captaties
- **643** cultuur- en media-items
in Het Journaal
- Vlaamse muziekproducties
op VRT-Radio: **25,5%**
- Nederlandstalige muziek:
Radio 2: **30,4%** - Radio 1: **15,6%**

EDUCATIE



- **21** documentaires in coproductie
- **9.400** VRT-items op
Archief voor Onderwijs
- **60.000** Ketprofielen (mediawijsheid)

SPORT EN ONTSPANNING



- **> 30** 'kleine sporten' op radio,
tv, online (jaarbasis)
- **Maatschappelijke
meerwaarde**
in ontspanningsaanbod

VERSTERKING MEDIA-ECOSYSTEEM

- **72,8%** Vlaamse producties
en coproducties op Eén
en Canvas (primetime)

- Externe producties:
18,89% van inkomsten



SAMENWERKING



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

CREATIEVE MEDEWERKERS

- **2061,3** VTE
- **38,5%** vrouwen
- **3,0%** Nieuwe Vlamingen
- **1,6%** personen met een beperking



DOELGROEPEN

NIEUWE VLAMINGEN



Schermaanwezigheid: **8,0%**

PERSONEN MET EEN BEPERKING



Schermaanwezigheid: **0,9%**

VROUWEN



Schermaanwezigheid: **37,4%**

KINDEREN



- Ketnet
- Wekelijks bereik: **49,6%**
- Dagelijks: **38.072** surfers

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**
- **Websites**

SLECHTHORENDEN



- **Teletekstondertiteling**: 98,6%
- **Vlaamse Gebarentaal**:
Het journaal & Karrewiet

SLECHTZIENDEN



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

KWALITEIT

WAARDERING (SCORE OP 10)



- Radio 2: **8,3**
- Eén: **8,2**
- Radio 1 en Canvas: **8,1**
- MNM, Studio Brussel, Klara: **8,0**

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT



- BEL10 (Radio 1)
- Aha-platform (Radio 2)
- Het grootste arbeidsbureau van de wereld (MNM)
- Klara in deSingel (Klara)
- Over eten (Eén)
- Het eerste kwartaal (Canvas)
- De move tegen pesten (Ketnet)
- De warmste week van Music for Life (VRT en Studio Brussel)

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS



18.340 Klantencontacten

EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST



Overheidsdotatie:

- **5,5** miljoen euro besparingen
- **41,2** euro per Vlaming per jaar

ORGANIGRAM



Raad van Bestuur

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Ondervoorzitter: Ellen Van Orshaegen
 Overige leden: Philippe Beinaerts¹, Marc De Clercq, Sihame El Kaouakibi, Christian Leysen, Véronique Matthys, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers, Jan Roegiers, Chris Verhaegen
 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

Gedelegeerd bestuurder: Paul Lembrechts
 Peter Claes (Directie Media & Productie)
 Hans Cockx (Directie HR)
 Sophie Cooreman (Directie Financiën)
 Mick De Valck (Directie Technologie & Operaties)
 Lut Vercruyssen (Directie Strategie)
 Liesbet Vrieman (Directie Informatie)

Manager Communicatie en Woordvoerder VRT:

Bob Vermeir

¹

Op 31 december 2016 was Philippe Beinaerts nog geen lid van de Raad van Bestuur. Hij verving tijdens de lopende ambtsperiode Eric Defoort die op 16 december 2016 overleed.



INHOUD

| | | | | | |
|----------|--|-----|--|--|-----|
| → | Missie VRT | 3 | | | |
| | De VRT in 2016 | 4 | | | |
| | Organigram | 8 | | | |
| | Inhoud | 9 | | | |
| | Voorwoord | 10 | | | |
| | Fier op de VRT | 12 | | | |
| 1 | VOOR IEDEREEN RELEVANT | | | | |
| | Bereik | 18 | | | |
| | Diversiteit | 34 | | | |
| | Toegankelijkheid | 42 | | | |
| 2 | INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR | | | | |
| | Informatie | 52 | | | |
| | Cultuur | 63 | | | |
| | Educatie | 75 | | | |
| 3 | PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT | | | | |
| | Ontspanning | 86 | | | |
| | Sport | 89 | | | |
| 4 | SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMERK VOOR DIGITAAL AANBOD | | | | |
| | Radio 1 | 96 | | | |
| | Radio 2 | 98 | | | |
| | Klara | 100 | | | |
| | MNM | 102 | | | |
| | Studio Brussel | 104 | | | |
| | Eén | 108 | | | |
| | Canvas | 110 | | | |
| | Ketnet | 112 | | | |
| 5 | TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF | | | | |
| | Toekomstgericht en digitaal aanbod | 119 | | | |
| | Innovatie | 126 | | | |
| 6 | SAMENWERKING | | | | |
| | Versterking van het media-ecosysteem | 132 | | | |
| | Samenwerking met het middenveld | 143 | | | |
| 7 | EFFICIËNTE EN MEER WENDBARE ORGANISATIE | | | | |
| | Personeelsbestand | 150 | | | |
| | HR-beleid | 153 | | | |
| | Aandacht voor efficiëntie | 159 | | | |
| | Nieuw VRT-gebouw | 160 | | | |
| → | DEUGDELIJK BESTUUR | | | | 162 |
| 8 | FINANCIËLE RESULTATEN | | | | |
| | Jaarrekening 2016 | 168 | | | |
| | Toelichting bij de financiële resultaten | 184 | | | |
| | Analyse van de opbrengsten en kosten | 189 | | | |
| | Nettokosten van de publieke opdracht | 201 | | | |
| | Uitvoering van de ESR-begroting 2016 | 202 | | | |
| | Interne controleverklaring | 202 | | | |
| | Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR) | 203 | | | |
| | Pebble Media | 204 | | | |
| | Pensioenfondsen VRT | 205 | | | |
| 9 | OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN | | | | 208 |
| → | Prijzen en nominaties | | | | 212 |



VOORWOORD

We beleven onzekere tijden. We hebben vaak het gevoel dat gemeenschappelijke waarden en evenwichten in het gedrang komen. Tegenstellingen worden op de spits gedreven en polarisering bedreigt het sociale weefsel. In tijden van onzekerheid heeft een samenleving nood aan houvast en vertrouwen. De openbare omroep speelt daarbij een grote rol door zijn onderscheidende opdracht om te informeren, te inspireren en te verbinden.

De VRT geniet bij de meeste Vlamingen nog steeds een groot vertrouwen. Daarvoor zetten alle medewerkers en de directie, onder de krachtige leiding van onze nieuwe gedelegeerd bestuurder, zich elke dag opnieuw in. De Raad van Bestuur biedt hun daarbij het strategische kader waarin de openbare opdracht kan waargemaakt worden en de leden van de Raad doen dat met grote betrokkenheid en inzet. Graag breng ik hier in het bijzonder nog hulde aan Eric Defoort, die eind 2016 overleed. Hij was jarenlang een sterkhouder binnen de raad. Hij bewaakte met grote zorg de rol van de openbare omroep in het medialandschap. Zo was hij ook een warm pleitbezorger voor de Vlaamse identiteit van de omroep en het streven

naar kwaliteit, ook in ons taalgebruik. Niet in het minst was hij een bijzonder fijne collega waarnaar geluisterd werd als hij sprak.

Informatie en duiding, over wat bij ons, in Europa en in de wereld gebeurt, vormen de hoeksteen van de publieke omroep. Met objectieve en neutrale journalistiek zorgt de VRT via al haar kanalen voor betrouwbare informatie waarbij feiten van fictie worden onderscheiden en wenst dat te doen in volle onafhankelijkheid. De VRT doet dat op maat van de verschillende doelgroepen en steunt daarbij op pluralisme en diversiteit. Zo faciliteert de openbare omroep een geïnformeerd burgerschap dat de basis vormt voor inzicht, wederzijds begrip en een sterkere democratie. Uit onderzoek blijkt trouwens dat de Vlamingen veel vertrouwen hebben in de VRT als instelling en in haar nieuwsaanbod.

Daarnaast creëert de VRT maatschappelijke meerwaarde door haar veelzijdige en inclusieve cultuuraanbod, door verrijkende educatieve programma's en projecten, door verbindende ontspanning en sportbeleving, en door een zorgvuldig samengesteld aanbod voor kinderen in een veilige en reclamevrije omgeving.

Met dat kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod wil de openbare omroep ten dienste staan van de hele Vlaamse

bevolking in al haar diversiteit. Daarom doen we extra inspanningen om alle doelgroepen te bereiken, ook mensen met een migratieachtergrond en personen met een beperking. Dat draagt bij aan ons democratisch en maatschappelijk dividend, aan de meerwaarde die we willen bieden. We doen dat ook door kijkers en luisteraars mee te laten participeren aan evenementen, acties en interactieve programma's.

De VRT wil nauw samenwerken met andere spelers in de Vlaamse mediasector. En dat is nodig, want het Vlaamse medialandschap wordt alsmat internationaler en lokale mediabedrijven moeten wedijveren met internationale spelers. Die laatsten kennen geen grenzen en breken ook door in de nationale markten. In die internationale mediacontext wil de VRT de plaatselijke mediasector versterken door samenwerkingen aan te gaan. Alleen zo kunnen we onze eigenheid bewaren, creativiteit aanmoedigen, tewerkstelling in onze regio beschermen, relame-inkomsten in eigen land houden, risico's spreiden en opbrengsten delen. Zo kan de publieke omroep een hefboom zijn voor de hele mediasector en een partner in de ontwikkeling van het media-ecosysteem. Jaarlijks kost de VRT ongeveer 41 euro per Vlaming; een relatief klein bedrag in vergelijking met andere openbare omroepen. Zowat de helft daarvan wordt geïnvesteerd in lokale content. Dat komt niet alleen de plaatselijke mediaproductie ten goede, maar ook de mediagebruiker, want die houdt van lokale producties.

”De VRT wil nauw samenwerken met andere spelers in de Vlaamse mediasector.”

Samenwerking is er ook met instellingen en organisaties in allerlei domeinen van het maatschappelijk leven, zoals het onderwijs, cultuur, muziek, sport, economie en het middenveld. Op die manier houdt de openbare omroep een vinger aan de pols van de Vlaamse samenleving en draagt hij bij tot de versterking van het maatschappelijke weefsel in al zijn diversiteit.

Een mediaorganisatie als de VRT wordt tegelijk geconfronteerd met de vergrijzing van de bevolking en met jongeren die een andere manier van mediaconsumptie hebben. Als openbare omroep willen we alle mediagebruikers optimaal bedienen en moeten we dus ook rekening houden met het meer traditionele mediagedrag van de oudere bevolkingsgroep. Anderzijds moeten we volop blijven inzetten op de digitalisering van ons aanbod en op innovatie. Dat laatste gebeurt onder meer in creatieve 'hotspots' als VRT Sandbox, VRT Start-Up en OpenVRT. Het zijn kweekvijvers van talent waar volop geëxperimenteerd wordt met nieuwe mediaproducten, processen en formaten. Zo kunnen we op een dynamische manier inspelen op de veranderingen in de mediaproductie en het mediagebruik.



Al die nieuwe platformen, mediaformaten en apparaten leiden tot een alsmear groter wordende fragmentatie van de media. Het niet-lineaire kijken neemt jaar na jaar verder toe. Het Vlaamse publiek heeft de weg naar digitale alternatieven gevonden. De mediagebruikers kijken en luisteren waar ze willen, wanneer ze willen en hoe ze willen. Voor publieke omroepen is dat voorlopig misschien minder problematisch dan voor commerciële omroepen, waar mensen door de reclameblokken zappen. Maar het is voor de VRT wel belangrijk om er rekening mee te houden in de analyse en de interpretatie van het mediagedrag. En vooral ook om ons aanbod af te stemmen op de verwachtingen van ons publiek. Dat doen we onder meer door nieuwe producten en toepassingen te ontwikkelen, zoals het online-videoplatform VRT NU.

Op die manier willen we een toekomstgerichte VRT verder realiseren. Het Toekomstplan "Fier op de VRT", met daarin een doorgesproken evenwichtig sociaal plan, getuigt daarvan. Zo kunnen we ook de volgende jaren onze opdracht uitvoeren ten dienste van de Vlaamse samenleving en het vertrouwen van het publiek blijven verdienen waardoor iedereen fier op de VRT kan zijn.

Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur



FIER OP DE VRT

2016 was een jaar vol uitdagingen. Ook voor de VRT. De Beheersovereenkomst 2016-2020 werd van kracht: ze bracht nieuwe opdrachten en extra besparingen met zich mee, maar ook opportuniteiten. De VRT kreeg de kans om haar onderscheidende rol als publieke omroep met maatschappelijk relevantie voor alle Vlamingen te versterken. Tegelijk profileerde ze haar aanbodsmerken scherper, waarbij de nadruk werd gelegd op informatie, cultuur en educatie, maar ook op publieke meerwaarde in ontspanning en sport. De beheersovereenkomst was bovendien een stimulans om de VRT nog meer te verankeren in de Vlaamse mediasector en nog beter aan te passen aan het veranderende mediagebruik.

De besparingsopdracht, de strategische doelstellingen uit de beheersovereenkomst en de verplichting om de personeelskosten te beperken, resulteerden in een toekomstplan dat tot stand kwam met ruime inbreng van de medewerkers en de sociale partners. Zo werd 2016 voor de VRT ondanks de moeilijke omstandigheden een succesvol jaar waarin de doelstellingen van haar beheersovereenkomst grotendeels gerealiseerd werden.

Voor alle Vlamingen

De VRT wil er zijn voor alle Vlamingen. In 2016 bereikte de openbare omroep met haar aanbod op alle platformen samen wekelijks 90,7% van de Vlaamse bevolking. Voor elke relevante bevolkingsgroep volgens leeftijd, geslacht, opleiding en afkomst was het weekbereik hoger dan 75%. De omroep maakte zijn televisieaanbod toegankelijk voor mensen met een auditieve beperking door middel van teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal (*Het journaal* en het jeugdjournaal *Karrewiet*). Voor personen met een visuele beperking waren de meeste anderstalige televisieprogramma's beschikbaar met in spraak omgezette ondertiteling (computerstem) en was alle zondagavondfictie op Eén voorzien van een extra vertelstem

(audiodescriptie). De websites van de VRT werden zo gebruiksvriendelijk en toegankelijk mogelijk gemaakt voor personen met een beperking. Veel van het video-aanbod op de websites was reeds ondertiteld.

De VRT wil in haar aanbod ook de diversiteit van de samenleving weerspiegelen. Van alle mensen die in 2016 in beeld en aan het woord kwamen op VRT-Televisie waren 37,4% vrouwen, 8,0% nieuwe Vlamingen en 0,9% personen met een beperking. Eind 2016 was 38,5% van de medewerkers een vrouw, 1,6% had een beperking en 3,0% een migratieachtergrond. De VRT



”2016 werd voor de VRT ondanks de moeilijke omstandigheden een succesvol jaar.”

wil de komende jaren verder inzetten op het verhogen van de diversiteit voor en achter de schermen zodat zij de samenleving beter weerspiegelt in alles wat ze doet.

Informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport

De Vlaams bevolking voorzien van informatie, cultuur en educatie is de hoofdpdracht van de VRT.

- De VRT bracht op een onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare manier informatie en duiding via al haar aanbodsmarken, telkens aangepast aan de doelgroep. Daarbij werd

veel aandacht besteed aan internationale duiding en onderzoeksjournalistiek. Op weekbasis bereikte de omroep met haar informatieaanbod 81,0% van de Vlaamse bevolking. Dagelijks waren dat bijna 3 miljoen luisteraars, bijna 2 miljoen kijkers en ruim 270.000 bezoekers voor Deredactie.be. Uit onderzoek bleek dat de Vlaamse mediagebruikers het nieuwsaanbod van VRT-Televisie, VRT-Radio en Deredactie.be als de drie meest betrouwbare nieuwsbronnen beschouwde.

- De aanbodsmarken besteedden elk op hun eigen manier aandacht aan cultuur. Dat gebeurde in de journaals en duidingsmagazines, in algemene programma's (zoals *Van Gils & gasten* op Eén of *Planeet De Cock* op MNM), in specifieke cultuur-

magazines (zoals *Culture Club* op Canvas en *Pompidou* op Klara) en themareeksen (zoals *België scherpgesteld* op Canvas). Cultuurbeleving en –participatie werden gestimuleerd met evenementen en acties, vaak in samenwerking met cultuurverenigingen, onder meer *De Lage Landenlijst*, *Zomerhit*, *De nieuwe lichte*, *De MIA's*, en *Iedereen klassiek*.

- Educatie kwam op een inclusieve manier aan bod in tal van programma's, zowel generiek (nieuws- en duidingsprogramma's) als specifiek (zoals *De herontdekking van de wereld* en *Het eerste kwartaal* op Canvas), en zowel voor kinderen (zoals *Generatie K* en *Klein gespuis* op Ketnet), jongeren (zoals *De strafste school 2016* en *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* op MNM) als voor volwassenen (zoals *Voor hetzelfde geld* op Eén, *Hautekiet* op Radio 1 en *De inspecteur* op Radio 2). De VRT werkte daarbij vaak samen met de onderwijssector, organisaties rond kinderrechten, mediawijsheid en andere educatieve projecten.

De VRT bracht in 2016 kwaliteitsvolle ontspanningsprogramma's omdat ze een verbindende rol kunnen spelen, omdat ze maatschappelijke meerwaarde kunnen bieden aan een groot publiek en omdat ze het aanbod van informatie, cultuur en educatie ondersteunen. Sociale en ethische thema's kwamen aan bod in populaire ontspanningsprogramma's, zoals de fictieserie *Thuis* op Eén (bijvoorbeeld met een transgender-personage en het verlies van een kind na een ongeval), de Ketnet-reeks *D5R* (bijvoorbeeld over de thema's pesten of sociale afkomst), *Radio Gaga* op Canvas (bijvoorbeeld over palliatieve zorg en leven in een gevangenis) of *De madammen* op Radio 2 (over stress en burn-out).

Met haar sportaanbod speelt de VRT in op zowel haar informatie- als haar ontspanningsopdracht. In totaal kwamen op elk medium een 50-tal verschillende sporten aan bod. 2016 was een druk sportjaar, vooral tijdens de zomer, met onder meer het EK Voetbal, De ronde van Frankrijk, de Olympische Spelen en de Paralympische Spelen. Sportverslagen maar ook praatprogramma's zoals *Panenska!* (tijdens het EK Voetbal) en *Vive*

le vélo (tijdens De ronde van Frankrijk) creëerden een gevoel van samenhangigheid.

Een toekomstgerichte omroep met scherpe merken

Met het oog op de uitvoering van haar opdracht, verscherpte de VRT in 2016 de missie van haar aanbodsmerken. Radio 1 focuste op informatie, cultuur en educatie. Radio 2 was een verbindend ontspanningsnet met veel nieuws uit de Vlaamse regio's en een uitgesproken Vlaams en Nederlandstalig muziekprofiel. Klara stimuleerde de beleving van kunst en cultuur, klassieke muziek en jazz. MNM stelde de leefwereld van jongeren centraal en gidste hen door een relevant informatief aanbod. Studio Brussel bood een actieve muziekbeleving en een eigenzinnige kijk op de wereld. Eén bracht een gevarieerd aanbod van informatie, cultuur, sport en ontspanning voor een breed publiek. Canvas zette in op informatie, duiding en nieuwe inzichten. Ketnet had een specifiek aanbod gericht op kinderen. VRT Nieuws en Sporza brachten respectievelijk online nieuws (Deredactie.be) en sport (Sporza.be). Daarnaast werd in 2016 beslist om

het merk VRT meer zichtbaar te maken en de kwaliteit van VRT te accentueren. De eerste initiatieven daarvoor waren de voorbereiding van een videoplatform onder de naam VRT NU en het nieuwsmerk VRT NWS.

VRT NU biedt naast live-streaming van de televisienetten en een video-stream van de radionetten ook een aanbod-op-aanvraag. Daarnaast werd de online radiospeler in 2016 beschikbaar gemaakt via apps van alle radiomerkten. Ook op andere vlakken vergrootte de VRT haar digitale voetafdruk. Zo verspreidden de aanbodsmerken meer berichten en videofragmenten op de sociale media. De Ketnet Jr.-app en de Sporza-voetbal-app experimenteerden met een aanbod op maat van de individuele gebruiker. De VRT bleef ook inzetten op innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten, starters en kmo's. De VRT werkte, met andere woorden, intens verder aan de digitale shift, onder andere door haar aanbod maximaal beschikbaar te maken op alle relevante digitale platformen.

”De VRT werkt aan een modernere, wendbare en dynamische mediaorganisatie.”

Samen met de Vlaamse mediasector en samenleving

Om meerwaarde te bieden voor de Vlaamse samenleving en mediagebruiker werkte de VRT in 2016 samen met tal van andere organisaties en bedrijven, waaronder Vlaamse mediaspelers, maatschappelijke organisaties, overheden en overheidsinstellingen. In een internationaliserende context wil de VRT haar rol opnemen als hefboom in het media-ecosysteem. Ze wil zo bijdragen aan een sterk kwalitatief en economisch Vlaams medialandschap met een pluralistisch en divers aanbod. Van haar totale inkomsten besteedde de VRT 18,89% in de Vlaamse productie- en facilitaire sector. De openbare omroep werkte onder meer samen met 63 verschillende productiehuisen. Het aanbod op Eén en Canvas bestond in 2016 in primetime voor 72,8% uit Vlaamse tv-producties en coproducties. Daarnaast werkte de VRT nauw samen met andere organisaties binnen verscheidene domeinen zoals cultuur, muziek, onderwijs, sport, taal, diversiteit, enzovoort.

Een organisatie voor de toekomst

De VRT werkt aan modernere, wendbare en dynamische mediaorganisatie. Dat is nodig om in te spelen op de verdere digitalisering van het mediagebruik, om het besparingsplan (als gevolg van de beperking van de over-

heidsdotatie) te kunnen uitvoeren en om de strategische doelstellingen uit de beheersovereenkomst te realiseren. Om de transitie naar een flexibele en efficiënte omroeporganisatie te kunnen verwezenlijken heeft de VRT in 2016 een toekomstplan ontwikkeld. Het kwam tot stand na een uitgebreid participatieproces met de medewerkers en na onderhandelingen met de sociale partners. Het plan focust op de kerntaken van de openbare omroep, op het verfijnen van het aanbod in lijn met de opdracht, en op een toekomstgerichte manier van werken.

De VRT zette in 2016 belangrijke stappen naar een compactere organisatie met minder medewerkers. Dat ondanks de verdere uitbreiding van de opdracht om een meer digitale omroep te worden. Een aantal van de collega's die de omroep verlieten, werd dan ook niet vervangen. Zij verdienen onze dank. Want het menselijk kapitaal was en is cruciaal voor een bedrijf als de VRT. Het is door de inspanningen, het talent en de creativiteit van de medewerkers dat de VRT haar opdracht ten volle kon en zal blijven waarmaken.

Om de medewerkers optimaal te betrekken bij het toekomstplan werd het project 'Fier op de VRT' ontwikkeld. Het is een omroepbreed traject van interne cultuurverandering voor

de komende 5 jaar. Daarom nemen we initiatieven over onder meer talentontwikkeling, participatie, vertrouwen, feedback, innovatie, ondernemerschap, diversiteit en het creëren van een aangename werkplek. Ook de plannen van het nieuwe VRT-gebouw sluiten daarbij aan. In de loop van 2016 was er nauw overleg met de VRT-medewerkers over het ontwerp van dat gebouw, zodat het beter zal voldoen aan de noden van de verschillende afdelingen en de medewerkers. We zetten dus grote stappen op tal van domeinen, zodat de nieuwe omgeving van ons nieuw gebouw een afspiegeling wordt van onze nieuwe organisatiecultuur.

Met z'n allen willen we werken aan een openbare omroep om 'fier' op te zijn. Dat is waar we naar streven. Een omroep waar alle Vlaamse mediagebruikers, de 6,5 miljoen aandeelhouders van de openbare omroep, fier op kunnen zijn.



Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder

An aerial photograph of a city, likely Amsterdam, showing a dense urban landscape with various buildings, streets, and trees. The sky is blue with scattered white clouds. In the top left corner, there is a bright green circle containing the number '1'.

1

VOOR IEDEREEN RELEVANT



De VRT speelt in op de behoeften van de Vlaamse mediagebruikers. Dat is af te leiden uit de mate waarin de Vlaming naar het televisieaanbod van de omroep kijkt, de radiozenders beluistert en het online-aanbod raadpleegt. Een andere indicator zijn de waarderingscijfers die kijkers en luisteraars geven aan het programma-aanbod.

De openbare omroep wil bovendien de diversiteit van de samenleving bereiken en weerspiegelen. Daarom biedt hij een aanbod voor specifieke bevolkingsgroepen (kinderen, jongeren, Vlamingen in het buitenland, buitenlanders in Vlaanderen, slechthorenden, slechtzienden). Voor nieuwe Vlamingen, vrouwen en personen met een handicap hanteert de VRT een inclusief diversiteitsbeleid.

1.1

BEREIK

De VRT wil iedereen bereiken. De publieke omroep is er voor alle bevolkingsgroepen, die onder andere onderscheiden worden op basis van gender, leeftijd, afkomst en opleidingsniveau. Hij moet ook een aanbod hebben via verschillende media: radio, televisie en online. In 2016 bereikte de VRT met haar aanbod op alle platformen samen op weekbasis 90,7% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder) (norm: 85%)².

In 2016 bereikte de VRT, conform de beheersovereenkomst, op weekbasis minstens 75% van elke relevante bevolkingsgroep. De bereikcijfers per bevolkingsgroep (gemiddeld weekbereik):

- mannen: 92,1%
- vrouwen: 89,4%
- leeftijd van 15 t.e.m. 24 jaar: 81,9%³
- leeftijd van 25 t.e.m. 44 jaar: 90,1%
- leeftijd van 45 t.e.m. 64 jaar: 92,0%
- leeftijd 65 jaar en ouder: 94,8%
- opleidingsniveau: lager onderwijs: 89,0%
- opleidingsniveau: lager secundair onderwijs: 85,0%
- opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs: 90,5%
- opleidingsniveau: hoger onderwijs: 95,2%
- nieuwe Vlamingen: 78,4%

De VRT bereikte in 2016 wekelijks 90,7% van de Vlamingen

1

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische bevraging bij 2.512 Vlamingen in de periode september-oktober 2016. Het onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau TNS Research. Het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) had in 2016 geen continue technologieneutrale bereiksmeting. Hierdoor zijn er in de markt enkel bereikcijfers per platform beschikbaar (radio, televisie, online) en bestaat er geen totaal bereikcijfer. Omdat de VRT in dit jaarverslag moet rapporteren over een totaal bereikcijfer op alle platformen, maar zij een dergelijke meting (na budgettaire afweging) niet alleen kan financieren, kiest zij ervoor om een keer per jaar een totaalbereikstudie uit te voeren bij meer dan 2.000 Vlamingen. De VRT is voorstander van een continue technologieneutrale meting van bereik op alle platformen binnen het CIM. Zij verdedigt dat standpunt binnen de verschillende commissies van het CIM.

2

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. (Deze bevolkingsgroep was wel deel van de groep 12-24-jarigen, zoals bepaald in de Beheersovereenkomst 2016-2020.) 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.

VERTROUWEN IN DE VRT

De VRT ontwikkelde een nieuwe vertrouwensbarometer ⁴. Dat onderzoek vroeg bij Vlaamse mediagebruikers of en in hoeverre ze vertrouwen hadden in het informatieaanbod van de VRT.

Het nieuwsaanbod op VRT-televisie, op VRT-radio en Deredactie.be

eindigde respectievelijk als eerste (76%), tweede (74%) en derde (71%) meest betrouwbare nieuwsbron (op 14 nieuwsbronnen) (tegenover 74%, 72% en 69% in 2015) ⁵.

70% van de Vlamingen zei (veel) vertrouwen te hebben in de VRT. Daarmee was de VRT nog steeds een van de instellingen waar de Vlaming het meest vertrouwen in heeft.

ONDERZOEKEN NAAR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT, PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKERS EN VLAAMSE VERANKERING

Maatschappelijke impact

67% van de Vlamingen vond het belangrijk dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft en schreef aan de VRT behoorlijk wat impact toe. ⁶ Veel mediagebruikers gaven aan dat de VRT hen hielp hun algemene kennis te vergroten en hen interessante dingen leerde. Gemiddeld gaven de respondenten een score van 7,3 op 10 op de stelling "De VRT laat me toe mijn algemene kennis te vergroten". De VRT hielp de mediagebruikers vooral om up-to-date te blijven met wat er in de wereld gaande is. Gemiddeld gaven de respondenten een score van 7,4 op 10 op de stelling "De VRT helpt me up-to-date te blijven over wat er gebeurt".

Met specifieke acties kon de VRT impact genereren op verschillende terreinen.

- Zo verklaarde 50% van de luisteraars van *De 100 op 1* (de hitlijst van de beste Belgische muziek op Radio 1) dat ze dankzij deze actie Belgische muziek hebben leren kennen die ze voordien nog niet kenden.
- Ook de impact van de VRT-uitzendingen over het EK Voetbal op de sociale cohesie werd onderzocht: zeven op de tien Vlamingen (68%) vonden dat het kijken naar de Rode Duivels iets is "wat het hele land (even) met elkaar verbindt".

Perceptie mediagebruiker ⁷

De VRT peilde naar de impact van de VRT die mediagebruikers zelf ervaren. Enkele resultaten van het onderzoek:

- 82% van de respondenten stelt dat ze zonder de VRT minder zouden weten over Vlaamse cultuur.
- 86% geeft aan dat ze zich minder geïnformeerd zouden voelen over de actualiteit indien de VRT niet meer zou bestaan.
- 90% vindt dat de VRT soms taboedoorbrekend is in haar aanbod.

Vlaamse verankering

Uit een online-bevraging blijkt dat de mediagebruiker vond dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaams aanbod. Van de respondenten die op deze vraag hun mening gaven, vond 74% dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse cultuur in haar aanbod (ten opzichte van 73% in 2015). 73% vond dit voor Vlaamse fictie, 78% voor Vlaamse kinderprogramma's, 66% voor Vlaamse muziek en 65% voor de geschiedenis van Vlaanderen (respectievelijk 71%, 76%, 62% en 65% in 2015).

Bovendien identificeerde 52% van de Vlamingen Radio 2 als het radionet dat het meest aandacht heeft voor Nederlandse muziek (op de tweede plaats stond Radio 1 met 14%). 47% vond dat Eén het vaakst Vlaamse programma's brengt.

Van de respondenten die hierover een mening hadden, vond 81% dat de VRT een goed beeld geeft over Vlaanderen. Radio 2 en Eén worden door de mediagebruiker aangeduid als respectievelijk het radio- (46%) en televisienet (44%) dat het best de Vlaamse samenleving toont zoals ze is.



VRT-televisie, VRT-radio en Deredactie.be: de drie meest betrouwbare nieuwsbronnen in Vlaanderen.

⁴ De vertrouwensbarometer is een bevraging uitgevoerd door GfK bij 1.365 Vlamingen (representatieve steekproef, 14 jaar en ouder) (oktober 2016).

⁵ De vraag die gesteld werd was: "We willen weten of je het nieuws gelooft dat je hoort, ziet of leest. Kan je aangeven in welke mate je vertrouwen hebt in de volgende nieuwsbronnen?".

⁶ Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK, tussen 14 en 22 november 2016 bij 1.442 Vlamingen. Het ging om een online-bevraging. Ook het onderzoek naar de perceptie van de mediagebruiker en naar Vlaamse verankering gebeurde op deze manier.

⁷ Dit gaat over hetzelfde onderzoek als in voetnoot 7.

3,1 miljoen Vlamingen
luisterden dagelijks
naar VRT-radio

VRT-RADIO

Luisteren naar radio

In 2016 luisterden wekelijks ruim 5 miljoen Vlamingen naar de radio (92,0%)⁸; 4,3 miljoen daarvan luisterden dagelijks. Dat betekent dat in 2016 gemiddeld 78,8% van de Vlamingen dagelijks naar de radio luisterde.

Luisteren naar VRT-radio

De VRT bereikte met al haar radionetten samen dagelijks 3.097.754 Vlamingen (56,3% van de Vlamingen) en wekelijks meer dan 4 miljoen Vlamingen (74,0% van de Vlamingen).

Radio 2 bleef het radiomerk met het grootste marktaandeel (28,8%). Studio Brussel, MNM en Radio 1 haalden een marktaandeel van respectievelijk 13,4%, 10,5% en 8,7%. Klara haalde een marktaandeel van 2,4%. Het marktaandeel van VRT bedroeg 64,1% (tegenover 62,2% in 2015).

8

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

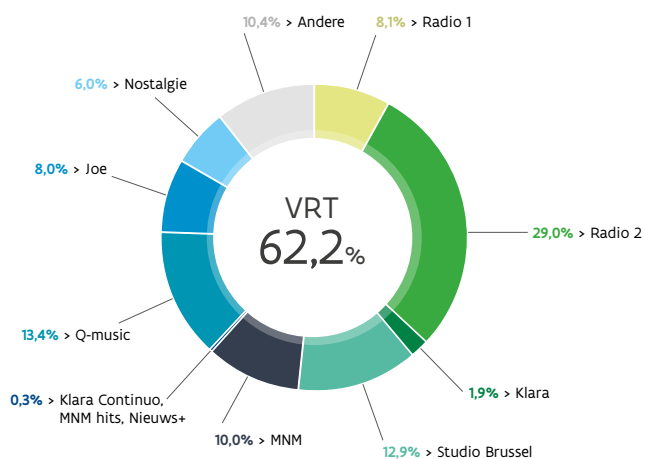


> Sensibiliseringsactie De warmste week (VRT)

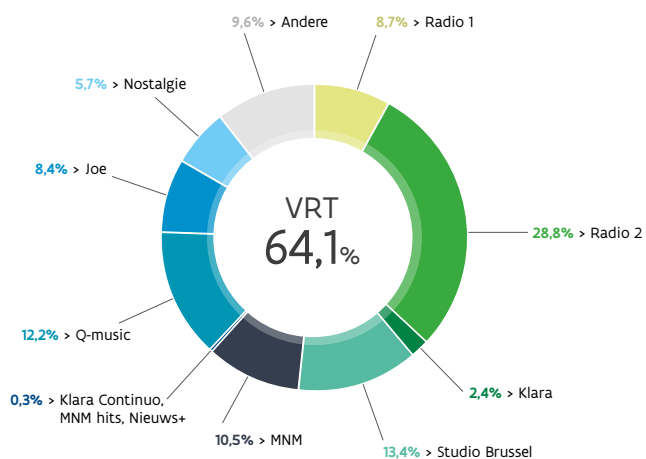
Marktaandelen radio (in %)

Bron: CIM-Radiostudie – VRT-Studiedienst

2015



2016



INTERNETRADIO

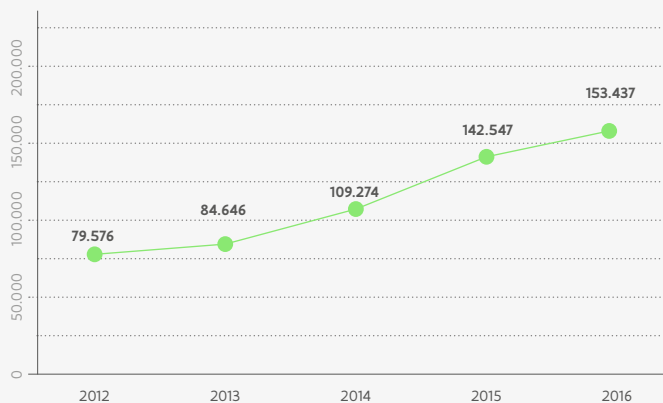
In 2016 luisterden gemiddeld per dag 153.437 personen naar VRT-radio via internet (ten opzichte van 142.547 in 2015). Samen luisterden zij 157,5 miljoen uur naar VRT-radio (ten opzichte van 124,9 in 2015). Radio 2 (29.382) en Studio Brussel (41.530) hadden per dag de meeste online-luisteraars.

Radio luisteren via het internet kon bijvoorbeeld via Radioplus. Dat is het online radioplatform van de openbare omroep waarop de VRT-netten (Radio 1, Radio 2, MNM, Studio Brussel en Klara) te beluisteren zijn. Daarnaast biedt het platform de radiostromen die alleen digitaal beschikbaar zijn (MNM Hits, Klara Continuo, Nieuws+ en Ketnet Hits). In 2016 had Radioplus 49.201 unieke bezoekers per dag.

De Radioplus-app bleef bestaan, maar voortaan kreeg elk radiomerk ook een eigen afgeleide radio-app. Daarmee speelde de VRT in op een behoefte aan herkenbaarheid bij de luisteraars. Met de apps van alle zenders bleef het mogelijk om naar de andere VRT-zenders te luisteren.

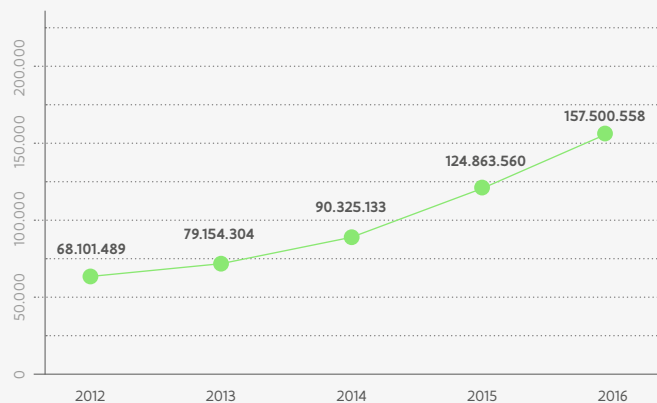
Evolutie gemiddeld aantal internetluisteraars per dag (2012-2016)

Bron: Sawmill – VRT-Studiedienst



Evolutie aantal beluisterde uren via internet (2012 – 2016)

Bron: Sawmill – VRT-Studiedienst



Gemiddeld aantal internetluisteraars per dag (2015-2016)

Bron: Sawmill – VRT-Studiedienst

| | 2015 | 2016 |
|------------------|----------------|----------------|
| ● Radio 1 | 26.354 | 28.911 |
| ● Radio 2 | 25.396 | 29.382 |
| ● Klara | 7.585 | 8.719 |
| ● Studio Brussel | 41.004 | 41.530 |
| ● MNM | 22.800 | 23.793 |
| ● Klara Continuo | 3.829 | 4.269 |
| ● MNM Hits | 7.860 | 8.854 |
| ● Ketnet Hits | 6.068 | 7.221 |
| ● Sporza | 1.651 | 1.278 |
| ● TOTAAL | 142.547 | 153.437 |

Totaal aantal beluisterd via internet (2015-2016)

Bron: Sawmill – VRT-Studiedienst

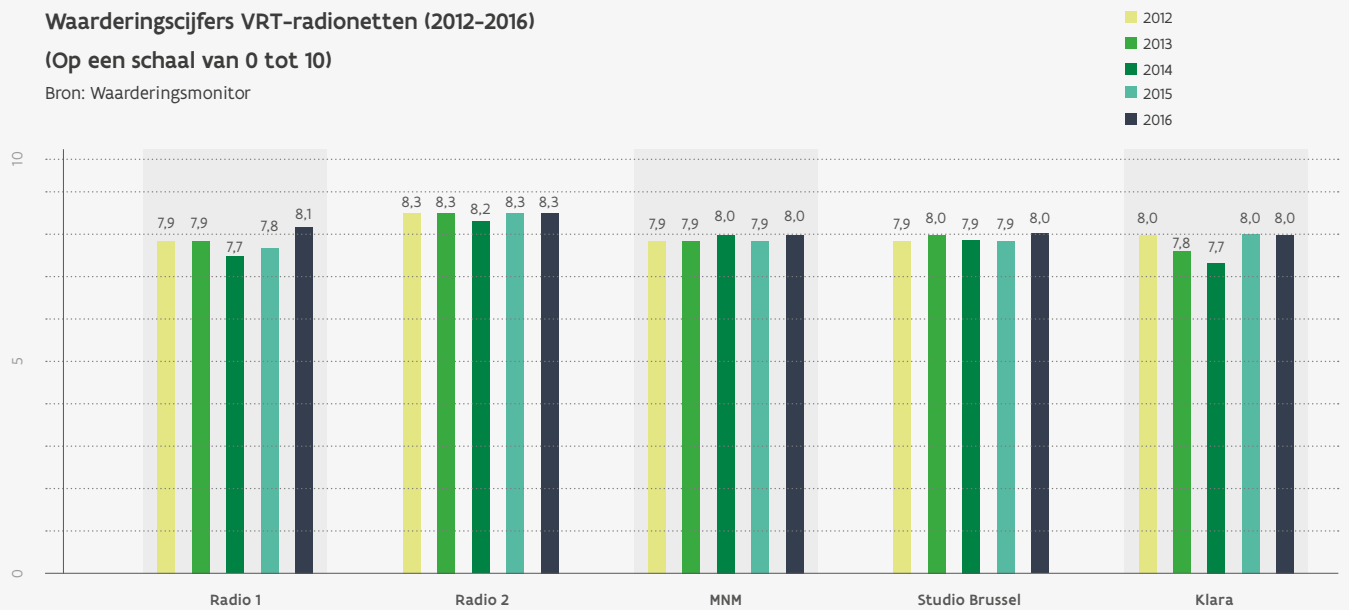
| | 2015 | 2016 |
|------------------|--------------------|--------------------|
| ● Radio 1 | 19.619.685 | 26.012.690 |
| ● Radio 2 | 25.309.480 | 33.256.712 |
| ● Klara | 4.775.934 | 5.963.137 |
| ● Studio Brussel | 46.051.122 | 55.429.681 |
| ● MNM | 19.418.713 | 24.264.669 |
| ● Klara Continuo | 2.790.378 | 3.760.591 |
| ● MNM Hits | 5.674.569 | 7.426.066 |
| ● Ketnet Hits | 669.266 | 806.776 |
| ● Sporza | 554.413 | 580.236 |
| ● TOTAAL | 124.863.560 | 157.500.558 |

WAARDERING RADIO

Waarderingscijfers VRT-radionetten (2012-2016)

(Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor



De waarderingscijfers voor de radionetten waren: Radio 1: 8,1, Radio 2: 8,3, Klara: 8,0, MNM: 8,0 en Studio Brussel: 8,0.

Het hoogst gewaardeerde programma op Radio 1 was *Sporza* (8,6), op Radio 2 *De 1000 klassiekers* (9,0), op Klara *Trio* (9,1), op MNM de *MNM1000* (8,4) en op Studio Brussel *The final countdown* (8,7).



2.8 miljoen Vlamingen keken dagelijks naar VRT-televisie

VRT-TELEVISIE

Kijken naar televisie

Gemiddeld 73,7% van de bevolking keek dagelijks naar televisie, live en/of uitgesteld (ten opzichte van 73,3% in 2015). Deze kijkers spendeerden gemiddeld 3 uur en 54 minuten per dag aan televisie kijken, 2 minuten minder dan in 2015.

Oudere kijkers keken globaal gezien vaker televisie dan jongere (dagbereik: 56,2% bij de groep 4-24 jaar versus 89,0% bij 65+-ers) en personen uit de lagere socio-economische klassen meer dan uit de hogere socio-economische klassen (dagbereik: 69,6% bij hoogste klassen (SG 1-2) versus 81,4% bij laagste klassen (SG 7-8)).

- 88,0% van het totale televisiegebruik ging naar live tv-kijken (ten opzichte van 92,0% in 2015). 69,3% van de bevolking keek dagelijks live televisie (ten opzichte van 70,3% in 2015). Deze kijkers deden dat gemiddeld 3 uur en 39 minuten per dag, 8 minuten minder dan in 2015.
- 12,0% ging naar uitgesteld kijken. Naar fictieprogramma's werd voor 21,8% van de totale fictiezendtijd uitgesteld gekeken. Bij andere programmagenres werd minder uitgesteld gekeken, zoals naar informatie (5,2%) en sport (4,1%) (maar wel meer dan in 2015). Gemiddeld per dag keek 35,6% van de bevolking uitgesteld naar televisie (ten opzichte van 28,2% in 2015). Deze kijkers deden dat gemiddeld 57 minuten per dag, 8 minuten meer dan in 2015.

Kijken naar VRT-televisie

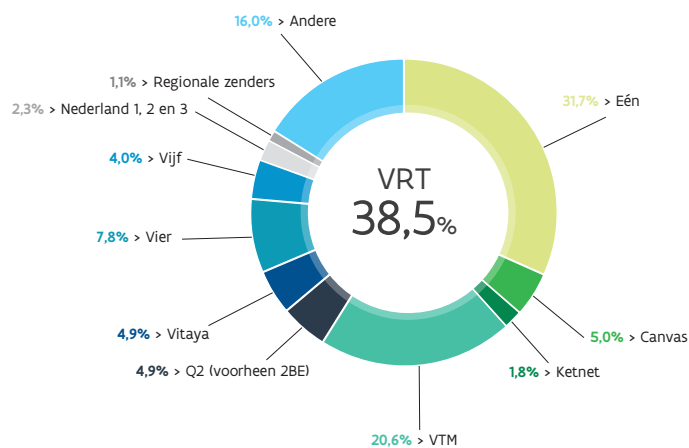
Samen bereikten de VRT-televisienetten gemiddeld 2.770.761 Vlamingen per dag (ten opzichte van 2.793.459 in 2015).

In 2016 had VRT-Televisie een marktaandeel van 39,3% (0,8 procentpunt meer dan in 2015).

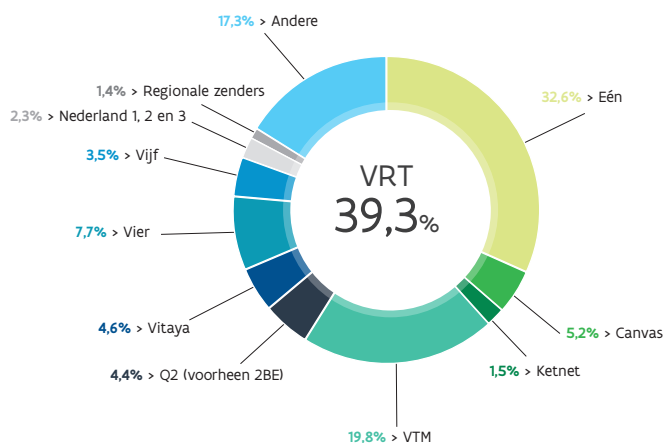
De Vlaamse kijker (ouder dan 4 jaar) keek gemiddeld 1 uur en 54 minuten per dag naar de VRT-televisienetten (inclusief de uitgesteld bekeken programma's), 4 minuten meer dan in 2015.

Marktaandelen televisie (in %)
Bron: CIM|GfK-Audimetrie – VRT-Studiedienst

2015



2016



UITGESTELD KIJKEN

Via de distributeurs

VRT-programma's konden door digitale kijkers (her)bekeken worden.

- Via de eigen VRT-diensten: Met *Net Gemist* (een abonnementsformule) konden de lopende programma's van de voorbije week herbekeken worden. Met *Ooit Gemist* konden recente programma's en oudere series opgevraagd worden (tegen een vergoeding).
- Via platformen van de distributeurs/over-the-top-spelers waarmee de openbare omroep een overeenkomst sloot over licht uitgesteld kijken: Proximus Replay (van Proximus TV), Yelo Play en Yelo Play More (van Telenet) en Stievie (van Stievie NV).



**Dagelijks: 478.337
videostarts op de
VRT-videospeler**

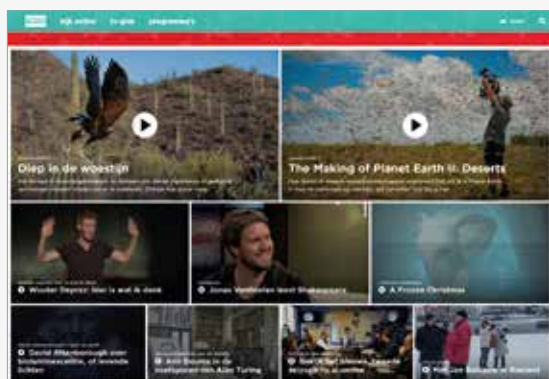
Totaal aantal opgestarte videofragmenten op de VRT-websites (via de VRT-videospeler)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst

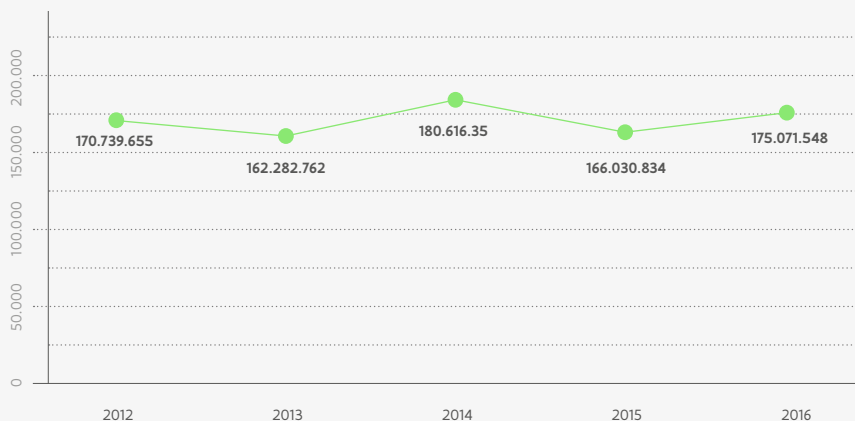
| WEBSITE | 2015 | 2016 |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| • Een.be | 15.077.914 | 16.947.907 |
| • Canvas.be | 2.488.906 | 6.987.574 |
| • Ketnet.be | 43.025.144 | 45.275.616 |
| • Deredactie.be | 59.915.676 | 56.638.564 |
| • Sporza.be | 39.335.305 | 43.638.914 |
| • Andere VRT-sites | 6.187.889 | 5.582.973 |
| • TOTAAL | 166.030.834 | 175.071.548 |

Totaal aantal opgestarte videofragmenten op de VRT-websites (via de VRT-videospeler) (2012 – 2016)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst



> Videozone op Canvas.be



Via de VRT-videospeler

In totaal werden er via de eigen VRT-websites 175.071.548 videoclips gestart (+5,4% ten opzichte van 2015)⁹. De fragmenten waren hoofdzakelijk afkomstig van de VRT-televisienetten (16.947.907 videostarts op Een.be, 6.987.574 op Canvas.be en 45.275.616 op Ketnet.be) en de themasites (56.638.564 videostarts op Deredactie.be en 43.638.914 op Sporza.be).

Er waren dagelijks gemiddeld ruim 243.000 bezoekers die video keken op de VRT-websites in 2016. Deredactie.be kende het grootste aantal videokijkers. Dagelijks telde de nieuwssite gemiddeld 73.000 unieke videokijkers. Sommige videoberichten werden extra veel bekeken, zoals "Eerste beelden in vernielde vertrekhal Zaventem" (140.581 starts), "Reiziger filmt paniek na ontploffingen in vertrekhal" (107.851 starts) en "Amateurbeelden tonen hoe vrachtwagen op menigte in Nice inrijdt" (106.957 starts). De populairste videofragmenten op Sporza.be waren: "Bekijk de zilveren race van Pieter Timmers op de 100m vrije slag" (136.570 starts), "Wiggins kaapt de podiumceremonie, ploegmakers liggen in een deuk" (108.355 starts) en "Yess!! Van Avermaet is olympisch kampioen" (106.957 starts).

Via de sociale media

De VRT verspreidde in 2016 videofragmenten via de sociale media. Via Facebook werd 102.133.733 keer een VRT-videofragment gestart (+351,3% ten opzichte van 2015) en via Youtube 72.473.529 keer (+73,9% ten opzichte van 2015).

Via het syndication-platform

De openbare omroep stelde in 2016 videofragmenten ter beschikking van andere websites (Web syndication). Via syndication-partners werden er 13.702.410 VRT-videofragmenten gestart (ten opzichte van 13.075.495 in 2015).

⁹

Bron: Comscore

> Dit videobericht werd 140.581 keer gestart via de VRT-videospeler



Eerste beelden in vernielde vertrekhal Zaventem

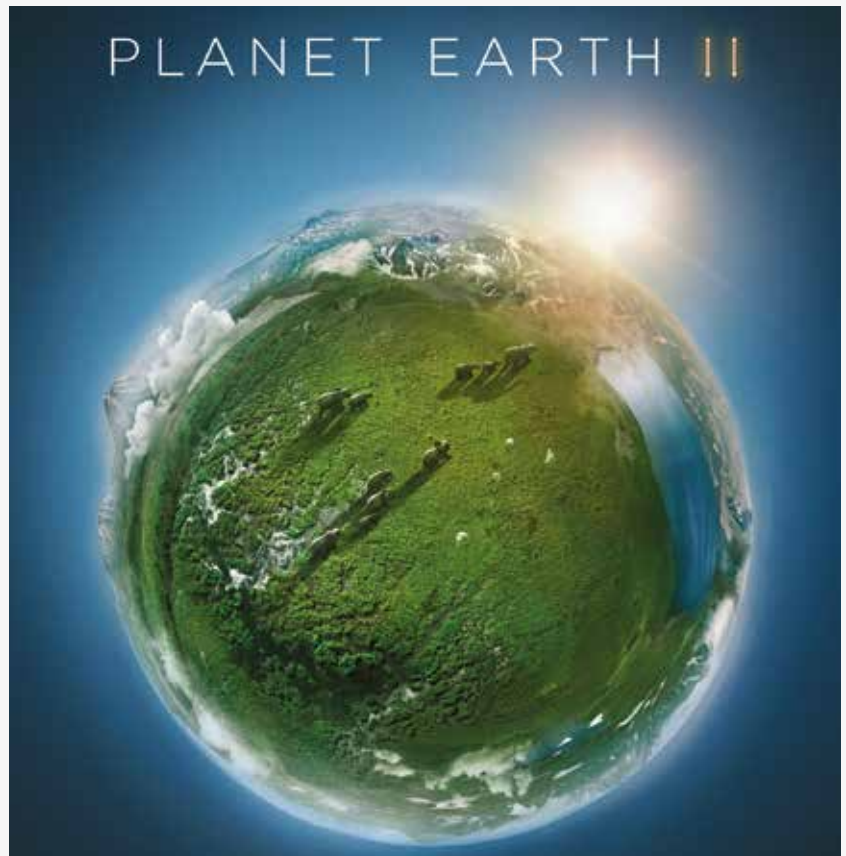
DI 22/03/2016 09:37

De ravage binnen in de grote vertrekhal van de luchthaven is enorm. Er zijn zeker 14 dodelijke slachtoffers geteld, de dodentol kan nog optlopen.



WAARDERING TELEVISIE ¹⁰

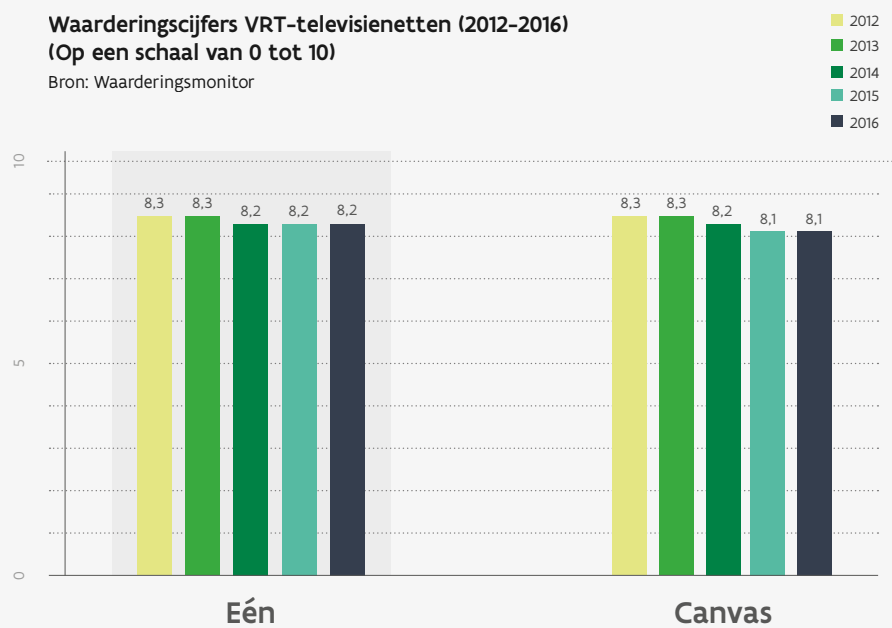
- De hoogst gewaardeerde programma's op Eén waren een optreden van Toots Thielemans & Kenny Werner Quartet (9,0), een aflevering van *Downton Abbey* (9,0), een aflevering van *Murder in the first* (8,9), een aflevering van *Sydney Zoo* (8,8), een aflevering van *Major Crimes* (8,8), een uitzending van *Het journaal laat* (8,8) en een aflevering van *Perception* (8,8).
- De hoogst gewaardeerde programma's van Canvas waren een aflevering van *Planet Earth II* (9,1), een aflevering van *Borgen* (9,1), de natuurdocumentaire *David Attenborough's Light on Earth* (9,0), een aflevering van *Wild New Zealand* (8,9), een aflevering van *Sacred Rivers with Simon Reeve* (8,9) en een aflevering van *Radio Gaga* (8,9).



< *Planet Earth II* kreeg 9,1 als waarderingsscore.

Waarderingcijfers VRT-televisienetten (2012-2016) (Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor



VRT-ONLINE

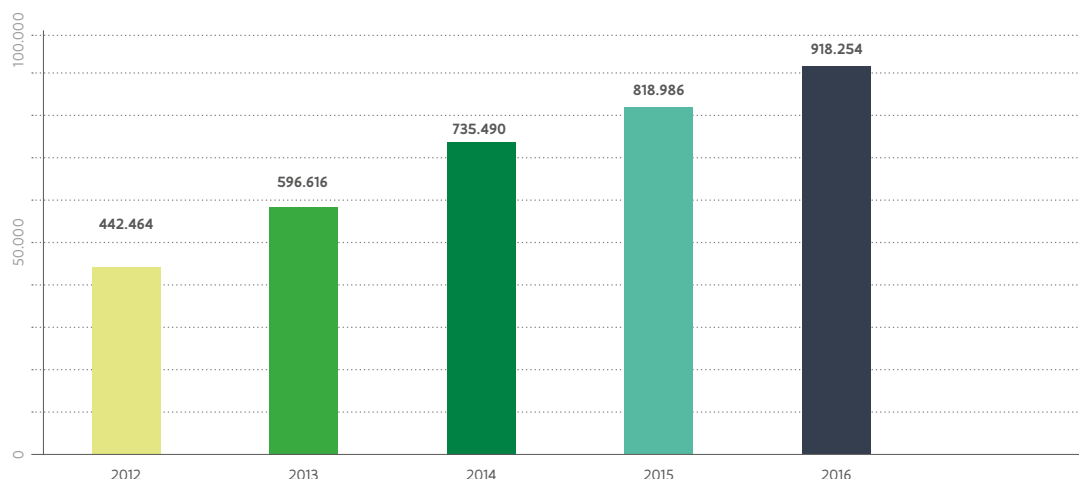
Websites

In 2016 raadpleegden per dag gemiddeld 918.254 unieke bezoekers een van de VRT-websites (+12,1% ten opzichte van 2015) ¹¹.

- via pc of laptop: 385.749 surfers (4,8% minder dan in 2015)
- via smartphone: 382.804 surfers (+39,4%)
- via tablet: 149.701 surfers (+7,7%)

Aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites (2012-2016)

Bron: Comscore



58% van de bezoeken aan de VRT-sites gebeurden via een mobiel toestel.

MOBIELE PLATFORMEN

In 2016 zette de trend zich door waarbij online mediagebruik steeds meer op mobiele toestellen gebeurt. 58,0% van de bezoeken aan het online-aanbod gebeurde met een mobiel toestel (ten opzichte van 50,5% in 2015). Die stijging situeerde zich vooral bij de smartphone (een stijging met 8,2 procentpunten). Het tabletgebruik nam immers (verhoudingsgewijs) af (met 0,7 procentpunten).

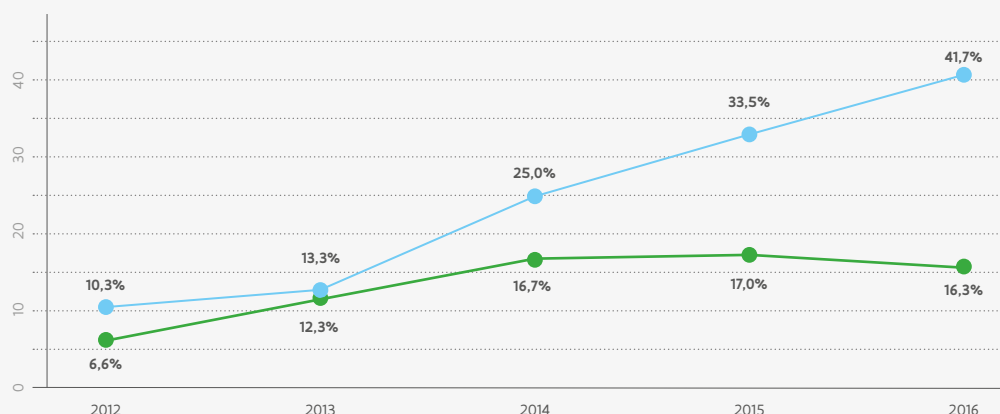
Veel gebruikers raadpleegden vaker het nieuwsaanbod als ze onderweg waren en enkel met een mobiel toestel op internet konden.

Verschillende redenen hadden impact op de mobiele bereikcijfers:

- de verspreiding van de mobiele toestellen
- het wijzigende mediagebruik
- de gebeurtenissen in de actualiteit
- de uitzendingen van grote sportevenementen (zoals het EK voetbal en de Olympische Spelen).

Evolutie aandelen smartphone- en tabletgebruikers ten opzichte van het totaal aantal gebruikers van de VRT-sites (gemiddeld aantal bezoekers per maand) (in%) (2012-2016)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst



De VRT zorgde ervoor dat het online-aanbod op de mobiele platformen zo gebruiksvriendelijk en toegankelijk mogelijk geraadpleegd kon worden. Dat gebeurde enerzijds met websites die "responsive" (aanpasbaar) zijn volgens het gebruikte toestel en anderzijds door gebruik te maken van mobiele applicaties.



Gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag – VRT-merksites (2012 – 2016)

Bron: CIM-internetstudie – VRT-Studiedienst



Het aantal unieke bezoekers op de websites evolueerde voor elk aanbodsmerk verschillend. Verschillende merken (zoals Studio Brussel) bereikten minder unieke bezoekers via hun eigen website omdat ze actiever waren op de sociale media en zo meer rechtstreeks de mediagebruikers konden bereiken.

Het gemiddeld aantal bezoekers per dag (ten opzichte van 2015):

- van Radio2.be steeg met 25,1% tot 15.546 unieke bezoekers;
- van Klara.be steeg met 8,6% tot 4.496 unieke bezoekers;
- van Canvas.be steeg met 79,0% tot 21.877 unieke bezoekers;
- van Radio1.be daalde met 12,7% tot 13.672 unieke bezoekers;
- van MNM.be daalde met 3,3% tot 19.738 unieke bezoekers;
- van StuBru.be daalde met 23,0% tot 28.428 unieke bezoekers;
- van Een.be daalde met 3,4% tot 101.960 unieke bezoekers;¹²
- van Ketnet.be daalde met 16,6% tot 38.072 unieke bezoekers.¹³

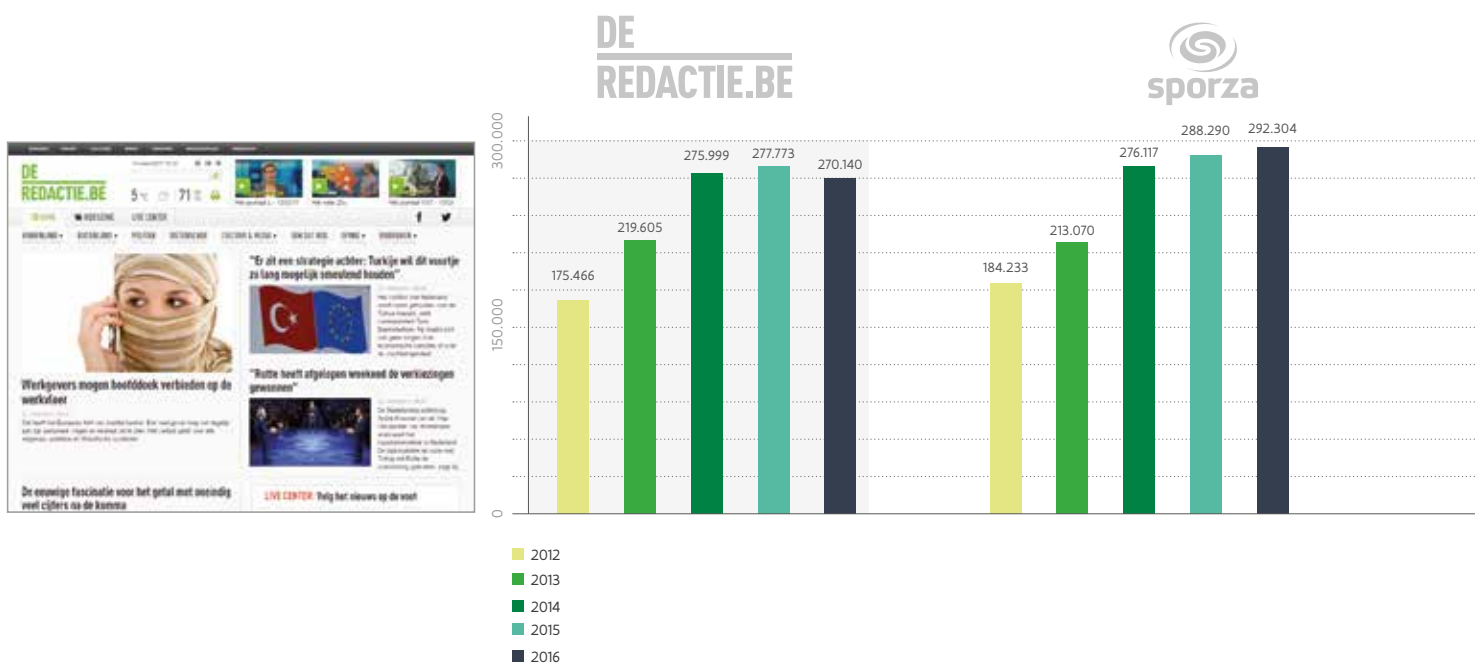
(Informatie over het website-aanbod: zie p.95-114)

¹² Het CIM heeft een maand lang geen cijfers kunnen registreren door de vernieuwing van Een.be. Omdat het CIM-cijfer bijgevolg niet betrouwbaar is, wordt het Comscorecijfer gebruikt: 101.960.

¹³ Deze CIM-cijfers hielden geen rekening met het aantal app-gebruikers. Comscore meette dat er gemiddeld 5.306 Ketnet-appgebruikers waren (sinds de start op 8 juni 2016) en gemiddeld 8.687 Ketnet Jr.-app-gebruikers.

Gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag – Deredactie.be en Sporza.be (2012 – 2016)

Bron: CIM-internetstudie – VRT-Studiedienst



De websites van de thematische aanbodsmerken VRT Nieuws (Deredactie.be) en Sporza (Sporza.be) telden per dag het hoogste aantal unieke bezoekers.

- Deredactie.be haalde gemiddeld 270.140 unieke bezoekers per dag (-2,7% ten opzichte van 2015). De app van Deredactie.be had gemiddeld 63.437 unieke bezoekers per dag.¹⁴ Op 22 maart, de dag van de aanslagen in Brussel, surfden ruim 1,5 miljoen bezoekers naar Deredactie.be.
- Het aantal unieke bezoekers van Sporza.be steeg in 2016 tot gemiddeld 292.304 (+1,4% ten opzichte van 2015). De Sporza-app kende in 2016 gemiddeld 41.662 gebruikers per dag (ten opzichte van 24.458 in 2015). De Sporza-voetbal-app had gemiddeld 24.907 gebruikers (ten opzichte van 10.685 in 2015).

Sociale media

Alle VRT-merken waren aanwezig op de sociale media. Samen hadden alle VRT-hoofdmerken ¹⁵ eind 2016 2.011.817 Facebook-fans ¹⁶ (+51,3% ten opzichte van eind 2015), 1.328.493 Twitter-volgers (+28,3%) en 305.731 Instagram-volgers (+88,1%). ¹⁷

In totaal waren er 23.973.526 interacties (zoals likes, commentaren, delen en tweets) op de sociale-mediapagina's van de VRT (Facebook, Twitter en Instagram). Instagram steeg relatief het sterkst (+112,7% ten opzichte van eind 2015). Op Twitter waren er minder interacties dan het jaar voordien: 159.597 (-5,8%).

> Het aantal fans van *Dagelijkse kost* op Facebook steeg met 28,8%



Radio 1

- Het aantal fans op Facebook steeg met 56,9%: 61.527 ten opzichte van 39.209 eind 2015.
- Het aantal Twitter-volgers steeg met 22,8%: 55.705 ten opzichte van 45.376 eind 2015.

Radio 2

- Het aantal fans op Facebook steeg met 91,7%: 103.518 ten opzichte van 53.975 eind 2015.
- Radio 2 had nog andere Facebook-accounts. Die kenden ook meer fans in vergelijking met 2015, zoals Aha!, dat in 2016 14.405 fans had (ten opzichte van 7.025 in 2015 (+105,1%)) en het aantal Facebookfans van Radio 2 Limburg steeg van 7.206 naar 27.690 (+284,3%).
- De twitteraccounts van de regio's tekenden een groei, op met eind 2016 5.413 volgers voor Radio 2 West-Vlaanderen (ten opzichte van 4.265 in 2015, +26,9%) en 3.048 voor Radio 2 Limburg (ten opzichte van 1.878, + 62,3%).

Klara

- Het aantal fans op Facebook steeg met 18,1%: 27.316 ten opzichte van 23.128 eind 2016.

MNM

- Het aantal fans op Facebook steeg met 17,7%: 207.546 ten opzichte van 176.382 eind 2015.
- Het aantal volgers op Twitter steeg met 31,6%: 118.210 ten opzichte van 89.809 eind 2015.

- Het aantal fans op Instagram steeg met 84,7%: 51.107 ten opzichte van 27.676 eind 2015.

Studio Brussel

- Het aantal fans op Facebook steeg met 14,5%: 425.485 ten opzichte van 371.447 eind 2015. Studio Brussel was daarmee het VRT-aanbodsmerk met de meeste Facebookfans. Vanop de Facebook-pagina van Studio Brussel werd 48.229 keer een video opgestart (+70,8% ten opzichte van eind 2015).
- Het aantal volgers op Twitter steeg met 26,3%: 349.299 ten opzichte van 276.642 eind 2015.
- Het aantal fans op Instagram steeg met 40,0%: 114.230 ten opzichte van 81.621 eind 2015.

Eén

- Het aantal Facebook-fans steeg met 192,7%: 341.021 ten opzichte van 116.513 eind 2015. Het aantal fans van de Facebook-pagina's van *Thuis* steeg met 49,0% (tot 202.776 fans) ten opzichte van eind 2015 en *Dagelijkse kost* met 28,8% (tot 140.051 fans).
- Het aantal volgers op Twitter steeg met 36,1%: 84.089 ten opzichte van 61.792 eind 2015.
- Het aantal volgers op Instagram steeg met 177,5%: 47.979 ten opzichte van 17.288 eind 2015.



¹⁵

Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM, Klara, Deredactie.be en Sporza.

¹⁶

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.

¹⁷

Bron sociale media: Engagor

Canvas

- Het aantal Facebook-fans steeg met 104,5%: 122.177 ten opzichte van 59.735 eind 2015.

Ketnet

- Het aantal Facebook-fans steeg met 19,8%: 65.421 ten opzichte van 54.609 eind 2015.
- Het aantal volgers op Instagram steeg met 107,0%: 51.829 ten opzichte van 25.034 eind 2015.

Deredactie.be

- VRT Nieuws verspreidde berichten van Deredactie.be via de sociale media.
- Het aantal fans op Facebook steeg met 44,0%: 252.618 ten opzichte van 175.409 eind 2015.
- Het aantal volgers op Twitter steeg met 36,7%: 369.273 ten opzichte van 270.056 eind 2015.

Sporza

- Het aantal Facebook-fans steeg met 56,2%: 405.193 ten opzichte van 259.460 eind 2015. Tijdens de Olympische Spelen waren de Sporza-posts goed voor meer dan 1,2 miljoen interacties en enkele posts haalden meer dan 100.000 likes, reacties en delen.
- Het aantal volgers op Twitter steeg met 23,2%: 258.551 ten opzichte van 209.913 eind 2015.





“Ik wil dat onze luisteraars zich heel welkom voelen op onze online-platformen”



Matthias Andriessen,
Online-verantwoordelijke MNM
 25 jaar

“Ik ben betrokken bij alles wat er online gebeurt rond MNM. Ik denk ideeën mee uit en verwerk dat tot content. Ik zie er ook op toe dat wat we brengen goed is. Eigenlijk alles wat je online kan doen, doe ik.”

“Het succes van de online content bij MNM zit volgens mij in het persoonlijke aspect. Een goed voorbeeld hiervan was het online-verhaal van MNM rond Music for Life. Daarbij gingen we in heel Vlaanderen op zoek naar de warmste acties. De luisteraars werden daarbij eens in de kijker gezet en ze apprecieerden dat echt. Ik ben echt heel fier op dat online-verhaal. Dat was dik oké! Sowieso is die persoonlijke aanpak iets waar ik in de toekomst nog meer op in wil zetten. Ik wil dat onze luisteraars zich heel welkom voelen op onze online platformen en zich er wat in kunnen verliezen.”

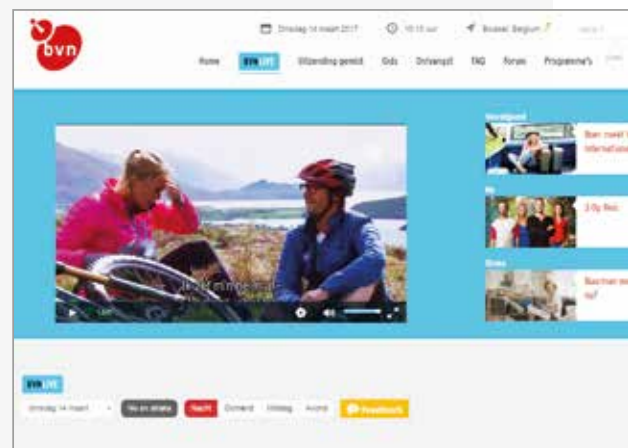


VLAMINGEN IN HET BUITENLAND - BVN & BVN LIVE

Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke zender voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland. BVN zendt uit via satelliet en via het internet (BVN Live) en bestaat uitsluitend uit Nederlandstalige producties van de Vlaamse en Nederlandse publieke omroepen.

In 2016 konden Vlamingen in het buitenland op BVN onder andere kijken naar: *Het journaal*, *De zevende dag*, *Iedereen beroemd*, *Dagelijkse kost*, *Kalmte kan u redden*, *Molenbeek*, *De geonauten*, *Eigen kweek*, *Over eten*, *Welkom in de Wilton*, *Weg zijn wij*, *Professor T* en *Wetenschap redt de wereld*.

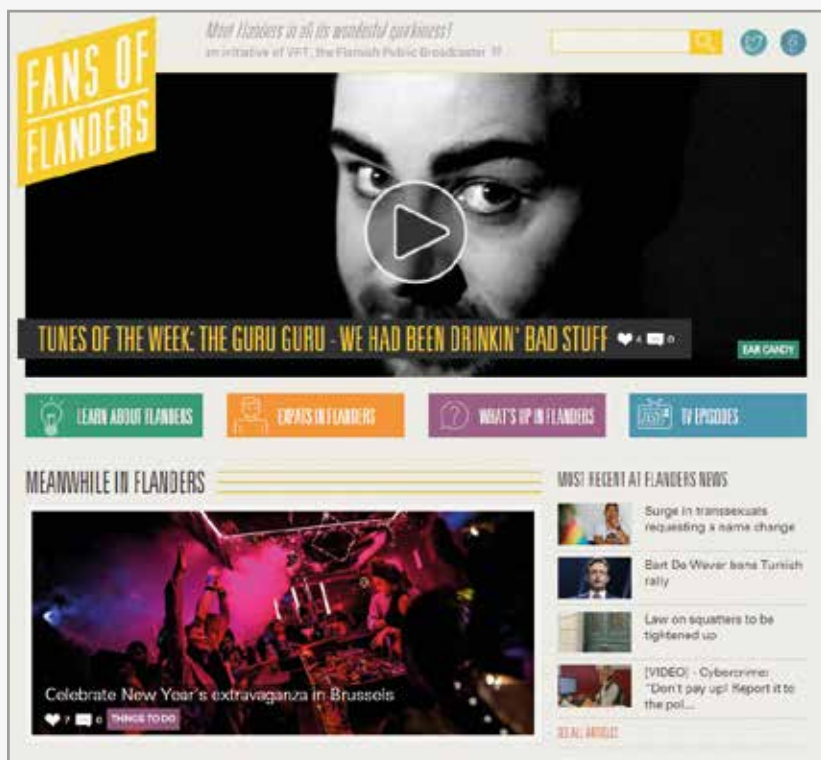
In juni 2016 werd een gratis app gelanceerd zodat Vlaamse vakantiegangers en expats met hun tablet of smartphone wereldwijd konden kijken naar BVN Live.



BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

Fans of Flanders is een Engelstalig VRT-initiatief dat wil laten zien wat Vlaanderen te bieden heeft aan de internationale gemeenschap in Vlaanderen en Brussel. *Fans of Flanders* werd in het voorjaar van 2016 nog uitgezonden op Canvas en in herhaling op Eén. Na overleg met de producenten werd *Fans of Flanders* in het najaar alleen nog online aangeboden op de website Fansofflanders.be waar video's aangeboden werden en een forum in opgenomen was.

Voor anderstaligen met interesse in Vlaanderen, had VRT Nieuws een Engels-, Frans- en Duitstalig informatieaanbod met respectievelijk Flandernews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be. Dat aanbod werd gerealiseerd door eigen redacties. De keuze van de artikels voor deze subsites van Deredactie.be gebeurde met het oog op het specifieke doelpubliek.



1.2

DIVERSITEIT

BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

De VRT streeft ernaar om specifieke bevolkingsgroepen voldoende aanbod te laten komen in haar aanbod. De aanwezigheid van die bevolkingsgroepen in het televisie-aanbod (behalve aangekochte programma's) wordt jaarlijks gemeten in de Monitor diversiteit televisie.¹⁸ Dat helpt de VRT in het bijsturen van haar actieplannen diversiteit.

In 2016 waren 8,0% van alle sprekende actoren op Eén, Ketnet en Canvas nieuwe Vlamingen (streefcijfer 2016: 5%). 37,4% waren vrouwen (streefcijfer 2016: 33%). 0,9% waren personen met een beperking (geen streefcijfer).

¹⁸ Die wordt gemaakt door het Elektronisch Nieuwsarchief, een samenwerking van VUB, UA, KULeuven en UG.



**8% van de sprekende
personen op Eén,
Canvas en Ketnet waren
nieuwe Vlamingen**



> Een kwestie van geluk (Eén)



AANDACHT VOOR DIVERSITEIT IN HET AANBOD

Eén belichtte de diversiteit in onze samenleving in verschillende programma's. Zo portretteerde *Een kwestie van geluk* mensen van diverse afkomst in Borgerhout en Antwerpen-Noord: twee wijken met inwoners uit meer dan 170 landen. De rubriek *Mijn straat in Iedereen beroemd* liet de kijkers kennismaken met mensen van diverse afkomst in een Brusselse straat. Ook in andere rubrieken van *Iedereen beroemd* en in de programma's *1000 zonnen* en *Van Gils & gasten* kwamen geregeld mensen met een diverse achtergrond of met een beperking aan bod. In de reeks *Hallo televisie* gaven allerlei mensen - ook multiculturele koppels en gezinnen - hun mening over wat er op televisie te zien was.

Ketnet besteedde in zijn programma's en acties aandacht aan nieuwe Vlamingen en mensen met een beperking of kansarmoede. Dat gebeurde

onder meer in het jeugdjournaal *Karrewiet*, het duidingsmagazine *Karrewiet plus*, de fictiereeksen *D5R* en *Ghost Rockers*, de dagelijkse hosting (*de wrap*) en de zondagochtendshow *Kingsize Live*. *Generatie K* zette kinderen aan het denken over zichzelf, over de maatschappij en over rechtvaardigheid, met onder andere reportages over kansarmoede, vluchtelingen, autisme, discriminatie en racisme. Ook in de kleuterprogramma's *Kaatje & co* en *Boris en Binti* kwam diversiteit aan bod. Het sportprogramma *De Ketnet-arena* bracht verslag uit over de Paralympische Spelen. Ketnet gaf presentatoren met een migratie-achtergrond of een beperking een dragende rol, zoals een wrapster en de presentatoren van *Ketnet Musical* en *Boeva & The Games*. Ketnet had verschillende acties over diversiteitsthema's, zoals de *Move tegen pesten*, de *Nationale pyjamadag*

(langdurig zieken) en *Pet op tegen kanker*. In de special *Professor Doof en (S)Tom* konden de Ketnetters op een speelse manier kennismaken met de Vlaamse Gebarentaal.

Canvas zette in op diversiteit over genderbeeldvorming, etnisch-culturele achtergrond, seksuele geaardheid en mensen met een beperking. Canvas koos voor vrouwelijke presentatoren in verschillende programma's, zoals *Terzake* en *Wanderlust* (zie p. 55). Diversiteit liep als een rode draad door een aantal afleveringen van *Radio Gaga*, onder meer die over multiculturele wijken in Houthalen-Helchteren en Antwerpen, en de blindenvoorziening *De Markgrave* in Antwerpen. Tientallen vrouwen (vaak nieuwe Vlamingen) maakten reportages voor *De nomaden* (op Canvas en Canvas.be). De documentaire reeks *4 X 7* sneed geregeld diversiteitsthema's aan.

VRT-radio had aandacht voor de specifieke doelgroepen op verschillende niveaus (muziek, presentatoren, gasten en onderwerpen).

Enkele voorbeelden daarvan:

- Om de diversiteit in zijn aanbod nauwer aan te laten sluiten bij de multiculturele samenleving organiseerde de muziekredactie van Radio 1 een inspiratiedag in het Radiohuis van Leuven. Daaruit ontstond bijvoorbeeld de reeks *Radio Candip*, waarin een muzikale Vlaams-Congolese familie vertelde over hun leven. Voor de tweede editie van *#BEL10* (zie p. 97) werden de groepen van participerende luisteraars divers samengesteld. Mensen met een migratieachtergrond werden geregeld uitgenodigd als

praatgast of expert, onder meer in *De bende van Annemie*.

- Radio 2 zette in op een goede afspiegeling van de Vlaamse samenleving. Een Vlaamse humorist met Turkse roots, bracht wekelijks (in *Start je dag*) zijn kijk op de actualiteit in elke regio. Radio 2 Vlaams-Brabant volgde mensen die Nederlands leerden. Het panel voor de rubriek *De smaaktest* bij *De inspecteur* was divers samengesteld. Tijdens *De week van de toegankelijkheid* besteedden *De madammen* en *De inspecteur* aandacht aan mensen met een beperking. Radio 2 Vlaams-Brabant had een live-uitzending met rolstoelatlete Marieke Vervoort over haar uitzonderlijk jaar 2016.

- Met nieuws op maat van jongeren op MNM en met *Ninja-nieuws* via sociale media speelde MNM in op de diversiteit binnen zijn doelgroep. Op het digitale platform Generation M zette MNM vloggers in met een diversiteitsachtergrond en ging het net in dialoog met jongerenorganisaties en allochtone en urban initiatieven.
- *De spitlist* van Studio Brussel bood een forum aan YouTube-filmers met een diversiteitsachtergrond.
- Klara zorgde voor diversiteit bij de gasten in programma's zoals *Trio*, *Berg & dal*, *De liefhebber* en *Pompidou*. Diversiteit in het muziekaanbod was er onder meer in *Late Night World*, met veel aandacht voor artiesten met allochtone roots.



> *De spitlist* (Studio Brussel)

“We laten iedereen met een goed verhaal aan bod komen, ongeacht ras, cultuur, beperking of overtuiging.”



Jo Dehennin,
Hoofdredacteur *Iedereen beroemd*
43 jaar

“Elke weekdag hebben we een uitzending van *Iedereen beroemd*. Ik tracht dagelijks de hele ploeg van het programma aan te sturen. Ik trek en bewaak de lijn van waar het programma dagelijks voor moet staan: een reportageprogramma waarin elke dag iets nieuws te ontdekken valt. Daarbij proberen we met z'n allen een open sfeer te creëren waar iedereen voldoening in vindt en zijn creatief ei in kwijt kan.”

“Wij gaan niet “bewust” op zoek naar diversiteit, maar toch komen onze reporters elke dag opnieuw naar huis met straffe verhalen. Zij willen immers mooie, ontroerende en verrassende verhalen brengen die vertrekken vanuit authenticiteit, warmte en vooral: een open blik. Zo sluipt er vanzelf enorm veel diversiteit in wat we dagelijks brengen. Zoals de titel *Iedereen beroemd* aangeeft, laten we iedereen met een goed verhaal aan bod komen. En dat ongeacht ras, cultuur, beperkingen, overtuiging, kleur, enzovoort. We willen een reflectie zijn van wat er in Vlaanderen leeft. Ik denk dat de diversiteit van de maatschappij zo vanzelf op een ongeforceerde manier in het programma kruipt. Een goed voorbeeld daarvan was de rubriek *Mijn Straat*. Een reporter bezocht elke dag iemand anders uit haar straat. Zo kwamen de meest uiteenlopende persoonlijkheden aan bod.”

DIVERSITEIT IN HET PERSONEELSBELEID

Personeelsbestand

De beheersovereenkomst 2016-2020 geeft de VRT de opdracht om verder te werken aan een diverser personeelsbestand.

Eind 2016 waren bij de VRT meer nieuwe Vlamingen in dienst, namelijk 3,0% (of 68 medewerkers op een totaal van 2.227 personeelsleden) tegenover 2,9% eind 2015 (streefcijfer 2020: 4%). 12,0% van de nieuw aangeworven medewerkers had een migratieachtergrond, tegenover 9,4% in 2015.

Eind 2016 had 1,6% van de medewerkers een arbeidshandicap (streefcijfer 2020: 1,8%). Door een nieuwe definitie van de Vlaamse overheid van medewerkers met een arbeidshandicap¹⁹, werden voortaan ook sommige medewerkers met een chronische ziekte opgenomen in de categorie medewerkers met een arbeidshandicap. Bij de re-integratie van deze chronisch zieke medewerkers werd daarom, net als voor medewerkers



met een "gewone" arbeidshandicap, een integratieprotocol opgesteld. Dat wil zeggen dat samen met de leidinggevende werd nagegaan welke ondersteuning zij nodig hebben om hun taken efficiënt te kunnen uitvoeren. De VRT hielp hen ook bij het aanvragen van een erkenning als werknemer met een arbeidsbeperking (om begeleiding en tussenkomsten van de VDAB te krijgen).

Eind 2016 was 38,5% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer 2020: 40%)²⁰, een achteruitgang in vergelijking met 2015 (39,0%). Een aantal, vooral technische, afdelingen stelde weinig vrouwen te werk. Het aantrekken van vrouwelijke medewerkers blijft dus een aandachtspunt. In het midden- en hoger kader²¹ was er wel een stijging: eind 2016 was 31,6% van de medewerkers in die categorie een vrouw, tegenover 30,8% eind 2015 (streefcijfer 2020: 33%).

¹⁹ Daardoor is een kwantitatieve vergelijking met 2015 (toen de nieuwe definitie nog niet was ingevoerd) niet mogelijk.

²⁰ Op een totaal van 2.227 personeelsleden (op 31/12/2016).

²¹ Functieklassen A, B, C en 7.

Aantrekken van divers talent

Om meer vrouwen en mensen met een beperking of een migratieachtergrond aan te trekken, ondernam de VRT in 2016 een aantal acties:

- 10 mensen met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond deden een bezoldigde ervaringsstage (norm: 10) ²².
- 361 jongeren kwamen via een schoolstage in contact met de VRT en het werken in de media. 28 van hen hadden een migratieachtergrond.
- Met het oog op een brede instroom van stagiairs nodigde MNM in het najaar een grote groep kandidaat-stagiairs uit. Daarbij werden maximaal kansen gegeven aan mensen met een migratieachtergrond.

In 2016 waren er een aantal acties die focusten op gender en de doorstroming van vrouwen binnen de VRT. Zo werd bij de directie Informatie gepeild naar de interesse van vrouwelijke medewerkers om door te groeien naar een leidinggevende functie. Zo wilde de VRT weten wat vrouwen aanzette of tegenhield om die stap te zetten in hun loopbaan. Dat leverde input voor een informatiesessie voor alle VRT-medewerkers over "het glazen plafond bij de VRT", met een externe expert en getuigenissen van vrouwelijke leidinggevenden bij de VRT.

< Thuis (Eén)



< Gala van de gouden K's (Ketnet)

Opleiding en ontwikkeling van (diversiteits)competenties

Alle ervaringsstagiairs (zie hoger) werden uitgenodigd op de "Welkomdag" (een introductiedag voor nieuwe medewerkers), zodat zij een beter beeld kregen van de VRT en de arbeidsmogelijkheden bij de omroep. Het liet hen toe hun contactennetwerk uit te breiden. Ze kregen ook toegang tot een digitaal leerplatform. De ervaringsstagiairs bij de dienst Informatie werden bovendien uitgenodigd om deel te

nemen aan de workshops die georganiseerd werden in het kader van een interne reorganisatie van de VRT-nieuwsdienst.

Elf medewerkers met een migratieachtergrond kregen logopedische begeleiding (in totaal 179 sessies).

De medewerkers van de dienst talentontwikkeling volgden samen met een aantal leidinggevenden en mentoren van ervaringsstagiairs de workshop "Omgaan met diversiteit in een team".

12% van de nieuwe personeelsleden had een migratieachtergrond.

²² Een persoon met een arbeidshandicap stopte vroeger met zijn ervaringsstage.

SAMENWERKING EN OVERLEG

Om het aanbod en de beeldvorming van diversiteit bij de omroep te bespreken en de mediabehoefte van minderheden in kaart te brengen, overlegde de VRT met belangenorganisaties zoals de Vrouwenraad, het Minderhedenforum, GRIP vzw, de Vlaamse Ouderenraad, çavaria en het Netwerk tegen armoede. Ook de Vlaamse universiteiten werden daarbij betrokken. In een gemeenschappelijk overleg in het voorjaar werden de resultaten van de kwantitatieve studie over de aanwezigheid van minderheden op het scherm (zie p. 39) besproken. Tijdens een overleg in het najaar werden de actieplannen toegelicht en bediscussieerd. (De actieplannen bevatten onder andere de verschillende acties van de VRT om programmamakers te inspireren en te stimuleren om minderheden vaker en meer representatief aan bod te laten komen in programma's.)

Het stimuleren van programmamakers gebeurde bijvoorbeeld door het toekennen van de Diversiteitstrofeeën

aan programmamakers die creatief omsprongen met diversiteit. De selectie van de winnaars gebeurde in overleg met externe partners zoals Grip vzw en Vrouwenraad.

In overleg met de belangenverenigingen diversiteit werd een interne "woordenlijst diversiteit" geactualiseerd. Die lijst geeft tips over de gepaste woordkeuze om mensen met een handicap, een migratieachtergrond, een specifieke seksuele geaardheid of identiteit te benoemen.

VRT-radio bouwde een maatschappelijk netwerk uit dat de radionetten in staat stelde de diversiteit in de samenleving beter te ervaren en te vertolken. Zo zorgde een netwerk-evenement van Radio 2 voor extra contacten en mogelijke gasten. Bij Radio 2 was een redacteur per regio verantwoordelijk voor contacten met het middenveld en experts en/of organisaties die specifiek actief zijn in de diversiteitssfeer. Dat resulteerde in een betere informatie-uitwisseling en hielp om correspondenten te vinden in diverse gemeenschappen.



> Diversiteitstrofee 2016

1.3

TOEGANKELIJKHEID

Alle zondagavond-fictie werd uitgezonden met audiodescriptie.

Als omroep van en voor alle Vlamingen wil de VRT toegankelijk zijn voor iedereen. Daarom investeert ze in specifieke toepassingen zodat haar aanbod door personen met een auditieve of visuele beperking, ouderen, dyslectici, enzovoort gevolgd kan worden.

AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDEN

Audiodescriptie

Bij audiodescriptie beschrijft een vertelstem wat er tussen de dialogen te zien is. Dat is vooral bij fictiereeksen relevant.

Slechtzienden en blinden konden via digitale televisie extra audiosporen opvragen zodat ze bijkomende achtergrondinformatie kregen of ze konden de uitzending volgen via het kanaal van Ketnet (na 20 uur).

In 2016 bood de VRT de fictiereeksen *Eigen kweek* (reeksen 1 en 2 en een kerstspecial), *Den elfde van den elfde*, *Professor T.* (reeks 2), *De Ridder* (reeks 4) en *Witse* (een driedelige mini-reeks) met audiodescriptie aan (norm: minstens 1 (kwaliteits)fictiereeks per jaar). In 2016 zond de VRT in totaal 50 audiodescriptie-uitzendingen

van deze reeksen uit. Daardoor werd de doelstelling om alle zondagavond-fictie met audiodescriptie aan te bieden, reeds in 2016 behaald (norm: 100% tegen 2020).

In november was de aflevering *De Markgrave* van het reality-programma *Radio Gaga* (Canvas) ook beschikbaar met audiodescriptie als experiment.

Gesproken ondertiteling

Personen met een visuele beperking (maar ook ouderen of dyslectici) hebben er baat bij om de ondertitels te kunnen horen. De VRT bood gesproken ondertiteling aan waarbij een computerstem de ondertitels voorleest. Ondertitels van anderstalige televisieprogramma's werden meegezonden bij het programma naar de speciale tv-boxen van gebruikers. Die boxen zetten die informatie om in gesproken woord.



< Ondertiteling

< Eigen kweek: kerstspecial (Eén)
werd uitgezonden met audiodescriptie



NIET-GEHAALDE NORM

Bij een aantal programma's van de nieuwsdienst (zoals *Terzake* en *De zevende dag*) werkte gesproken ondertiteling nog niet omdat de bijpassende ondertitels ingebrand werden tijdens het productieproces. Hierdoor werd de norm (gesproken ondertiteling bij

100% van de anderstalige programma's en programmafragmenten) in 2016 nog niet behaald. Door technische ingrepen zal de VRT er in 2017 wel in slagen om gesproken ondertiteling beschikbaar te maken bij alle programma's.

AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDE

Teletekstondertiteling

Teletekstondertiteling (T888) was beschikbaar bij 98,6% van alle Nederlandstalige programma's²³ (norm 2016: 95%).

NIET-GEHAALDE NORM

Nieuws- en duidingsprogramma's werden voor 99,9% ondersteund met teletekstondertiteling (norm: 100%). Een extra journaal op 11 oktober 2016 om 7u35 over de begrotingsperikelen in de federale regering was niet beschikbaar met teletekstondertiteling. De VRT slaagde er voor die uitzending niet in zich te organiseren zodat teletekstondertiteling kon worden voorzien.



< Het jeugdjournaal *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal*

Vlaamse Gebarentaal (VGT)

- *Het journaal met Vlaamse Gebarentaal* werd vanaf 6 december 2016 elke avond om 20.15 uur uitgezonden op het kanaal van Ketnet.²⁴ *Het journaal met VGT* bleef, zoals voorheen, dagelijks ook live te volgen via Deredactie.be.
- *Karrewiet* (Ketnet), *De week van Karrewiet* (Ketnet) en *Karrewiet Plus* (Ketnet) werden met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden op Ketnet en aangeboden op Ketnet.be.
- Alle programma's met Vlaamse Gebarentaal waren gratis te herbe-kijken via *Net Gemist* en *Ooit Gemist*, het aanbod-op-aanvraag van de VRT.
- Andere programma's die met Vlaamse Gebarentaal werden uitgezonden in 2016:
 - extra journaals (onder andere naar aanleiding van de aanslagen in Brussel)
 - *De intrede van de Sint* (Ketnet – Eén)
 - Toespraken van de Koning (de kerstboodschap en de 21 juli-boodschap)



Kristien Vanluyl 40 jaar - Jorn Rijckaert 31 jaar, Tolken Vlaamse Gebarentaal

Kristien (horende tolk): "Wij tolken allebei voor de nieuwsdienst. Ik doe dat voor *Het journaal van 19 uur* (Eén) en Jorn voor *Karrewiet* (Ketnet)."

Jorn (dove tolk): "Het leuke aan deze job is dat het heel gevarieerd werk is dat veel kansen biedt, zowel voor ons als tolk als voor de dovengemeenschap."

Kristien: "Net zoals veel tolken ben ik zelfstandige. De andere gelegenheden waar ik tolk, zoals een begrafenis of een vergadering, hebben vaak een heel specifiek jargon. Bij *Het journaal* is dat helemaal niet het geval!"

Jorn: "Het is zeer aangenaam om de Vlaamse Gebarentaal te kunnen gebruiken voor mijn job. Ik ken net als andere dove tolken de gevoeligheden en de nuances van de taal en dat is zeker een troef bij de vertalingen!"

Kristien: "Wij zorgen ervoor dat mensen die doof of slechthorend zijn de actualiteit ook kunnen volgen. In een jaar als 2016 met de aanslagen op 22 maart was dat belangrijker dan ooit. Wij zijn maar met negen personen, maar wij hebben er toen alles aan gedaan de verslaggeving ook toen toegankelijk te maken voor de doven en de slechthorenden. Die voortdurende inzet van ons team is fantastisch."

Jorn: "Ook de aandacht voor dove en slechthorende kinderen is geweldig. Met het programma *Professor Doof & (S)Tom* kregen deze Ketnet-kijkers voor het eerst een aanbod in hun eigen taal en cultuur. Bovendien was dit het eerste programma ooit in Vlaamse Gebarentaal dat geproduceerd en gepresenteerd werd door dove gebarentaligen. Dat kunnen wij alleen maar aanmoedigen!"



"Wij zorgen ervoor dat ook mensen die doof of slechthorend zijn de actualiteit kunnen volgen. In een jaar als 2016 was dat belangrijker dan ooit."



< Testsessie digitale toegankelijkheid VRT-websites



TOEGANKELIJKHEID OP DIGITALE PLATFORMEN

Websites en apps

De VRT streeft ernaar dat iedereen toegang heeft tot haar digitale producten (websites en apps) en dat die gemakkelijk te begrijpen en te gebruiken zijn.

Voor elke nieuwe of vernieuwde app (zoals de Ketnet-app) en website (zoals Klara.be en Radio1.be) startte de VRT een toegankelijkheidstraject op. Tijdens de ontwerp- en ontwikkelingsfase werden AnySurfer en personen met een functiebeperking nauw betrokken, met het oog op de gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid van het digitale aanbod. Gebruikers met een beperking werden betrokken bij de verbetering van de toegankelijkheid van de bestaande digitale producten. Verschillende personen die voorheen een toegankelijkheidsklacht hadden ingediend, werden uitgenodigd om te overleggen

over aanpassingen aan de websites en apps. De VRT organiseerde een testsessie voor tientallen personen met uiteenlopende functiebeperkingen (dyslexie, verstandelijke beperking, ASS, visuele en auditieve beperking), zowel kinderen als volwassenen. Op dit overleg werd nagegaan wat de digitale eindgebruiker met een functiebeperking "echt" belangrijk vindt om een interne richtlijnsset te kunnen optimaliseren.

Om toegankelijkheid permanent onder de aandacht te houden, werden binnen de VRT extra sensibiliseringsessies georganiseerd. AnySurfer organiseerde een opleidingsreeks voor ontwerpers, ontwikkelaars en redacteurs, aangepast aan de digitale VRT-content en de interne operationele mogelijkheden. Sinds september 2016 komt AnySurfer elke maand een screeningsessie uitvoeren van een nieuw digitaal product. De ontwikkelaars zijn daarbij aanwezig zodat direct naar gepaste oplossingen gezocht kan worden.

Elke nieuwe app en website volgde een toegankelijkheidstraject



< VRT NU met gesloten ondertiteling

OVERLEG

Met de belangenverenigingen van mensen met een beperking overlegde de omroep over de toegankelijkheid van het aanbod op tv en op de digitale platformen (zie p.41) onder meer voor mensen met een visuele of auditieve beperking.

Er was extra overleg over de kwaliteit van de beeldvorming van personen met een beperking. Dat leidde tot een bijkomend onderzoek aan de KU Leuven naar die beeldvorming in recente tv-producties. Daarbij werden items uit tv-programma's geanalyseerd en voorgelegd aan belanghebbenden. Zo werd nagegaan welke elementen en keuzes programmamakers maken

Ondertiteling van video

De Beheersovereenkomst stelt dat 90% van de video's op de websites tegen 2020 beschikbaar moet zijn met ondertitels. De VRT beschikte in 2016 nog niet over een meetsysteem dat kon aangeven wat het aandeel van het ondertitelde video-aanbod was op de online-platformen.

De VRT zorgde er in 2016 voor dat bij de technische ontwikkeling van de nieuwe videospeler VRT NU (gelanceerd op 30 januari 2017) ook aandacht ging naar de ondertitels.

De videospeler biedt de meeste televisieprogramma's met ondertiteling aan. Open ondertitels²⁵ worden op dezelfde manier "uitgezonden" op VRT NU als in de uitzending op televisie. Gesloten ondertitels²⁶ kan de gebruiker zelf aan- of uitschakelen.

Binnen de VRT loopt een project om het aandeel van ondertitelde video's op het online-platform te verhogen zodat ook dagproducties en beelden van de radionetten ondertiteld kunnen worden. Daarnaast streeft de omroep ernaar om ook gesloten ondertiteling te kunnen aanbieden bij de livestreams.

om de beeldvorming van personen met een beperking te verbeteren. Op basis van de resultaten werd een checklist met aandachtspunten gemaakt voor programmamakers.

TOEGANKELIJKE TAAL

Ook op het gebied van taal wou de VRT haar aanbod zo toegankelijk mogelijk houden. Standaardtaal bleef de norm voor de VRT. Programmamakers moesten op een heldere manier de Nederlandse taal gebruiken. Zij vermeden waar het kon moeilijke zinsconstructies en woorden in de programma's en op het internet.

(Meer informatie over het taalbeleid: zie p. 71)

²⁵ Ondertitels die bij een programma mee in beeld worden uitgezonden. Ze worden vooral gebruikt voor programma's in andere talen of voor fragmenten waarin dialect gesproken wordt.

²⁶ Ondertitels die de gebruiker zelf kan oproepen indien hij die wil zien tijdens de uitzending. Bij een televisietoestel gebeurt dat via het Teletekst-sigitaal T888. Bij de videospeler van de VRT met het aanklikken van een knop.

KWALITEITSBELEID

De VRT streeft naar kwaliteit op verschillende vlakken:

- het realiseren van sociaal-maatschappelijke relevantie (publieke meerwaarde);
- het inspelen op de behoeften van de mediagebruikers (functionele kwaliteit).



Publieke meerwaarde

Publieke meerwaarde is de mate waarop de VRT inspelt 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 hefbomen:

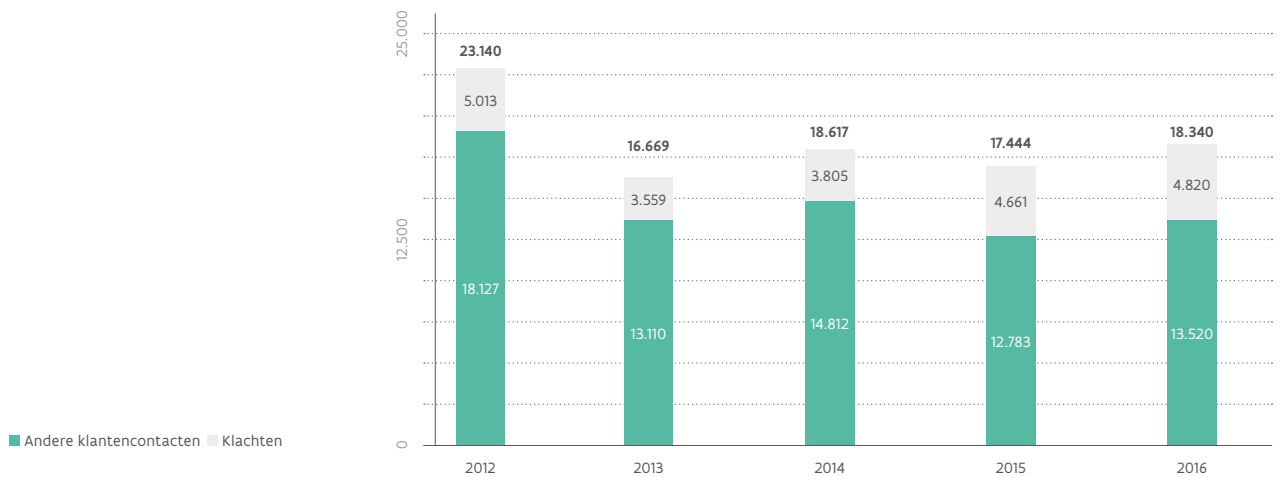
- **beroepsethiek**
 - het beroepsethisch kader: zie p. 60
 - het vertrouwen in de VRT: zie p. 19
- **maatschappelijke impact**
 - programma's en acties met maatschappelijke impact: zie p. 96-114 (beschrijvingen van de aanbodsmerken)
 - mediawijsheid: zie p. 78
 - relaties met het maatschappelijk middenveld: zie p. 143
 - perceptie van de mediagebruikers: zie p. 19
- **diversiteit**
 - in beeldvorming: zie p. 34
 - in toegankelijkheid: zie p. 42
 - in personeelsbeleid: zie p. 38
- **onderscheidend aanbod**
 - informatie: zie p. 52
 - cultuur: zie p. 63
 - educatie: zie p. 75
 - ontspanning: zie p. 86
 - sport: zie p. 89
- **innovatie**
 - nieuwe formats: zie p. 134
 - nieuwe platformen: zie p. 119
 - nieuwe technologie: zie p. 126
- **Vlaamse verankering**
 - aandeel Vlaamse producties: zie p. 133
 - 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. Het realiseren van deze functionele kwaliteit is af te leiden uit verschillende dimensies:

- **Bereik**
 - totaal aanbod: zie p. 18
 - informatieaanbod: zie p. 54
- **Waardering**
 - waarderingscijfers: zie p. 22 + 26
 - feedback van klanten: zie p. 48
 - prijzen en nominaties: zie p. 212

FEEDBACK VAN KLANTEN



In 2016 behandelde de VRT via haar klantendienst 18.340 klantencontacten (+5,1% ten opzichte van 2015). In dat totaal zitten ook de klachten. Die namen toe met 3,4% tot 4.820 klachten.

De stijging in het aantal klachten was vooral te wijten aan het stopzetten van de Teletekst-dienstverlening.

- Net zoals in 2015 steeg het aantal klachten over de nieuwsdienst tot 1.135 (+210 (of + 22,7%) ten opzichte van 925 in 2015). Deze stijging is vooral te wijten aan de klachten die gingen over de perceptie van een gemis aan neutraliteit in de berichtgeving. Ook de actualiteit (voornamelijk met de aanslagen in ons land) en de "onrust in de samenleving" droegen bij aan de toename van het aantal klachten over de nieuwsdienst. Uit de reacties van kijkers bleek dat

het onrechtmatig gebruik van archiefmateriaal door programmamakers een heikel punt bleef. De manager beroepsethiek, de programmacharterraad en de deontologische adviesraad brachten dat onder de aandacht van de programmamakers.

- Het aantal technologieklachten steeg (van 543 in 2015 naar 572 in 2016). Dat was voornamelijk te wijten aan een concreet incident. De VRT stelde vast dat de radiostreamingdienst Tuneln onrechtmatig gebruik maakte van het VRT-sigitaal. Daarom trad zij op tegen het bedrijf en werden de radiozenders tijdelijk uit het Tuneln-aanbod gehaald. De VRT ontving daardoor klachten van de gebruikers van deze dienst. De openbare omroep ging met Tuneln in overleg. Dat leidde tot een duurzame oplossing.

- Het aantal klachten over de VRT-radio-speler (Radioplus) daalde in 2016 (van 94 naar 67 klachten) dankzij technische aanpassingen op vraag van de gebruikers.
- Net zoals in 2015 was er een daling (-33) in het aantal programmeringsklachten (van 669 klachten in 2015 naar 636 in 2016). Het doorstromen van de programmering van de zenders en de programmawijzigingen bleef echter een aandachtspunt. De tv-gids op Sporza.be werd nog steeds manueel aangevuld, waardoor op de website soms gedateerde of foutieve informatie werd gecommuniceerd met betrekking tot de programmering. De VRT zoekt naar een efficiënte oplossing daarvoor, maar vond die nog niet.
- Wedstrijdklachten daalden (-60) in 2016 door een verbeteringstraject over de afhandeling van prijzen bij Radio 2 en Sporza (van 132 in 2015 naar 72 in 2016).
- Taalfouten bleven een aandachtspunt voor Deredactie.be. Ondanks de inspanningen van de taaladviseur was er in 2016 geen merkbare verbetering te melden.

Overmatig alcoholgebruik in programma's stuitte af en toe op onbegrip van sommige kijkers. Zij vonden dat de VRT aanzette tot meer alcoholgebruik. De manager beroepsethiek werkte aan een bewustwording bij de programmamakers om de zichtbaarheid van het gebruik van alcohol in programma's te verminderen.

De VRT ontving een beperkt aantal klachten via andere instanties (zoals het kabinet van de minister van Media en de Vlaamse Regulator Media). De Vlaamse ombudsman onderzocht een klacht met betrekking tot het geluidsniveau van het programma *Blokken* (Eén). Hij oordeelde dat de VRT voldoende waarborgen had ingebouwd om de wettelijke normen te respecteren.



Elise Vandevenne ,
Coördinator klantenvragen en -klachten
 26 jaar

“Alle vragen, klachten en opmerkingen voor de VRT komen bij de klantendienst terecht. Ze komen binnen via de post, via e-mail, via de formulieren op de websites en via de sociale media. De inhoud van de klachten is zeer uiteenlopend: van beroepsethiek en deontologie tot de nieuwe videospeler en transmissie. Deze variatie is wat ik zo leuk vind aan mijn job.”

“De doelstelling is nooit om het aantal klachten te verminderen. Het is name-

lijk niet zo dat meer klachten gelijk staat aan slechtere prestaties. Meer nog: hoe meer de Vlaming zijn bezorgdheden en problemen over de openbare omroep uit, hoe hoger zijn inbreng is voor verbeteringen bij de VRT. Dat is ook waar, volgens mij, de sterkte van de klantendienst in zit: we staan niet enkel open voor klachten, maar we doen er ook wel degelijk iets mee. Vragen en opmerkingen vloeien effectief door in de organisatie en dragen bij tot structurele veranderingen.”

“Vragen en opmerkingen vloeien effectief door in de organisatie en dragen bij tot structurele veranderingen.”



A close-up, low-angle shot of a black industrial robotic arm in a factory. The arm is positioned diagonally across the frame, with its joints and cables visible. The background is a bright, blue-lit industrial environment with large windows and structural elements. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a futuristic and industrial atmosphere. The overall color palette is dominated by blues and blacks.

2

**INFORMATIE, CULTUUR EN
EDUCATIE PRIORITAIR**

De VRT besteedt prioritair aandacht aan informatie, cultuur en educatie. De omroep vult die in op maat van de verwachtingen van de diverse 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

De mediaomgeving van vandaag wordt gekenmerkt door internationalisering en een overaanbod aan informatie. In die context biedt de publieke omroep als unieke mediaspeler de garantie op onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding. Elementen waarop de VRT-nieuwsdienst focust in haar deontologisch kader. De onafhankelijke en kwaliteitsvolle journalistiek van de omroep hanteert dan ook als kernwaarden: betrouwbaar, kwalitatief, accuraat, onafhankelijk van politieke partijen en drukingsgroepen, vrij van commerciële belangen, onpartijdig en diepgaand.

Wekelijks bereikte het VRT-informatieaanbod 81,0% van de Vlamingen.



NIEUWSUITZENDINGEN PER DAG EN PER NET IN 2016 (GEMIDDELD IN MINUTEN PER DAG)

Bron: VRT-Studiedienst

(*) Voor Eén, Canvas en Ketnet: zonder de nachtelijke herhalingen. Voor de radionetten waren er geen nachtelijke herhalingen maar telkens nieuwe bulletins.

(**) Regionale uitzendingen inbegrepen.

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

(****) Het journaal van 20 uur (en 1 uitzending van *Het journaal laat*).

(*****) *Karrewiet*, *Karrewiet plus*, *De week van Karrewiet* en *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal*.

| Net (*) | WEEKDAGEN | ZATERDAG | ZONDAG |
|------------------|-----------|----------|--------|
| ● Radio 1 | 109 | 99 | 101 |
| ● Radio 2 (**) | 116 | 92 | 98 |
| ● Klara | 94 | 92 | 65 |
| ● Studio Brussel | 69 | 59 | 59 |
| ● MNM | 82 | 67 | 69 |
| ● Eén (****) | 108 | 91 | 83 |
| ● Canvas (*****) | 9 | 6 | 6 |
| ● Ketnet (*****) | 26 | 33 | 19 |

> Campagnebeeld *Over eten* (Eén)**AANBOD**

VRT Nieuws was het aanbodsmark van de openbare omroep dat prioritair en multimediaal aandacht besteedde aan de basisopdrachten informatie. VRT Nieuws had een evenwaardig aanbod op radio, televisie en online.

VRT Nieuws overlegde verschillende keren met maatschappelijke actoren. Daarbij werd de integratie van verschillende maatschappelijke thema's in het aanbod van de nieuwsdienst besproken.

Hoewel het merk "VRT-Nieuws" vooral werd ingezet op de informatieopdracht, speelde het ook een rol voor de invulling van de culturele en educatieve opdracht van de openbare omroep. In het nieuws- en duidings-

aanbod werd dagelijks aandacht besteed aan de culturele actualiteit. Verschillende programma's (bijvoorbeeld reportage-programma's zoals *Vranckx*) legden op een begrijpbare manier maatschappelijke gebeurtenissen en evoluties uit (ter vervulling van de educatieve opdracht).

Eén vervulde zijn informatieve opdracht onder andere in de nieuws- en duidingsprogramma's *Het journaal*, *Koppen*, *Koppen XL*, *Pano*, *Villa politica*, *De zevende dag*, *Over eten* en *De vrije markt*. De verschillende nieuwsuitzendingen probeerden daarbij bepaalde doelgroepen te bereiken, zowel ouders van jonge kinderen, familiekiijkers als ouderen werden bediend.



> #BEL10

Alle nieuwsdienstprogramma's op Canvas brachten een informatieaanbod voor een publiek dat interesse had in duiding, actualiteit, synthese en diepgang. Dat deden ze in een 'nieuwsuur' met *Het journaal van 20 uur*, *Terzake* en *De afspraak*. *Terzake* bracht duiding en verdieping van het nieuws, terwijl *De afspraak* ruimte bood aan debat en opinie. Daarnaast bood Canvas nog andere duidingsprogramma's zoals *Panorama*, *Vranckx* en *Check-point* (als opvolger van *Panorama* in het najaar).

Voor kinderen bood Ketnet het dagelijkse nieuwsprogramma *Karrewiet*. Daarnaast bevatte het informatie-aanbod van het kindermerk onder andere de *Karrewiet*-pagina's en -dossiers op Ketnet.be, *De week van Karrewiet* en *Karrewiet plus* (met reportages over maatschappelijke thema's zoals pesten en jongeren die revalideren). *Het journaal laat* werd opgebouwd op een manier die jongeren kon aanspreken. Ook in de andere journaals werd aandacht besteed aan onderwerpen uit de leefwereld van jongeren.

Radio 1 bracht nieuws en duiding in programma's zoals *De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus*. Met speciale uitzendingen stond de zender stil bij de actualiteit (bijvoorbeeld naar aanleiding van de aanslagen op 22 maart, de brexit en de Amerikaanse verkiezingen). In de reguliere programma's werden, als de actualiteit erom vroeg, extra nieuwsbulletins uitgezonden. In de ontkoppelde Radio 2-uitzendingen (*Start je dag* en het middagblok om 12 uur) bood de

< Redactie Karrewiet



zender informatie uit en over de eigen regio. In totaal bood Radio 2 op weekdays tien regionale nieuwsbulletins per dag. In het avondprogramma *De spits* werden regionale nieuwsbulletins uitgezonden. Studio Brussel en MNM boden nieuws dat afgestemd is op hun doelgroepen. MNM bracht een digitaal nieuwsaanbod gericht op jongeren (*Ninja-nieuws*). De jongerenzenders boden extra nieuwsuitzendingen bij belangrijke gebeurtenissen. Klara bood elke dag een overzicht van de perscommentaren.

Voor anderstaligen met interesse in Vlaanderen, had VRT Nieuws een Engels-, Frans- en Duitstalig informatieaanbod met de websites Flandernews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be (zie p. 33).

In 2016 bereikte de VRT met haar volledige informatieaanbod op tele-

visie, radio en online op weekbasis 81,0% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder) (of ongeveer 4,2 miljoen Vlamingen) (norm: 75%).²⁷ De verschillende journaaluitzendingen op VRT-Televisie bereikten per dag gemiddeld 1.919.559 Vlamingen (of 32,0% van alle Vlamingen ouder dan 4 jaar (5.995.000 Vlamingen)). Op weekbasis bereikten deze programma's 63,7% van de Vlamingen. VRT-Radio bereikte in 2016 dagelijks gemiddeld 2.947.913 Vlamingen met de nieuwsuitzendingen (of 53,5% van de Vlamingen ouder dan 12 jaar): via Radio 2 werden 1.247.665 personen bereikt, via Radio 1 651.524, via Studio Brussel 666.024, via MNM 645.816 en via Klara 148.237.²⁸ Op weekbasis bereikte het nieuwsaanbod op VRT-radio 72,6% van de Vlamingen ouder dan 12 jaar. Deredactie.be bereikte gemiddeld 270.140 unieke bezoekers per dag. Voor de app van Deredactie.be waren er daarnaast nog gemiddeld 63.437 unieke bezoekers per dag.

27

Bron: totaalbereikstudie van TNS bij 2.512 Vlamingen

28

Bron: CIM



De VRT lanceerde een online-platform over filosofie, zingeving en levensbeschouwing.

LEVENSBESCHOUWELIJK AANBOD

Midden 2015 besliste de minister van Media om de subsidiëring van de levensbeschouwelijke omroepen stop te zetten en de "Uitzending door derden" op VRT-radio en -televisie vanaf 1 januari 2016 te beëindigen. Hij vroeg de VRT om op een gepaste en efficiënte manier aandacht te besteden aan de diverse levensbeschouwelijke overtuigingen. In de Beheersovereenkomst 2016-2020 werd die vraag bevestigd.

Met *Canvas.be/wereldbeeld* lanceerde de VRT in het voorjaar van 2016 een online platform over filosofie, zingeving en levensbeschouwing. *Wereldbeeld* behandelde "de grote levensvragen, rituelen en eigenheden van elke religie en filosofische reflectie op maatschappelijke fenomenen".

Het platform verzamelde ook alle programma's van VRT-radio en -televisie over zingeving en levensbeschouwing.

De Canvas-reeks *Wanderlust* handelde over grote internationale denkers en hun levenservaring, waardepatroon en geloofsovertuiging.

In het Radio 1-programma *Touché* werd regelmatig met een centrale gast gefocust op levensbeschouwing.

De VRT organiseerde structureel overleg met erkende levensbeschouwelijke strekkingen (op 4 maart en 30 september) (norm: 2). De omroep organiseerde daarnaast dertien informele brainstorms met werkgroepen binnen de levensbeschouwelijke verenigingen. De redacties van het levensbeschouwelijk aanbod overlegden met academici en experts die niet expliciet verbonden waren aan een vereniging.

> Wanderlust (Canvas)



> Touché (Radio 1)



NIEUWE INITIATIEVEN

- *Pano* was een nieuw reportagemagazine op Eén dat vanaf oktober 2016 te zien was. De redacties van *Koppen* en *Panorama* werden samengevoegd om dit programma te realiseren. Het wekelijks duidingsprogramma ging over onderwerpen uit de samenleving zoals het leven in de kleuterklas, drankgebruik bij jongeren en revalideren na de aanslagen in Brussel.
- Op vrijdagavond blikte *De afspraak* terug op de politieke week. (Het werd zo de opvolger van *Keien van de Wetstraat*.)
- Nieuw in 2016 waren de Facebook Live-uitzendingen van VRT Nieuws. Daarbij konden kijkers live vragen stellen aan experts. Zo waren er Facebook Live-uitzendingen over gezond eten, de Amerikaanse verkiezingscampagne en de uitreiking van de Oscars. Deze "uitzendingen"

werden ook gestreamd op Deredactie.be. Eind 2016 konden kijkers live elke dag vragen stellen die beantwoord werden door VRT-journalisten (over politiek, justitie, economie, terreur en de Verenigde Staten).

- De VRT maakte speciale longreads op Deredactie.be. Deze lange artikels gingen dieper in op bepaalde nieuwsberichten en actuele thema's en werden aangevuld met beeldmateriaal. Voorbeelden daarvan waren *De werkdag van een kleuterjuf of -meester (Pano)*, *Van wie namen we afscheid in 2016*, *New Yorkse moslims ten tijde van Trump* en *Kaviaar en kreeft* (over het team achter president Trump).
- *Kleine helden* was een achtdelige reeks documentaires met portretten van "gewone mensen die in de moeilijkste omstandigheden boven zichzelf uitstijgen en het verschil maken in

hun eigen leven en dat van anderen". In de productieperiode van de reeks werd informatie gedeeld op Canvas.be.

- In *Studio France* (Radio 1, zie p. 91) werd in juni en juli naast sportverslaggeving van het EK Voetbal en De ronde van Frankrijk ook nieuws en duiding gegeven.



Het vooruitzicht was een evenement van VRT Nieuws. Op 30 januari 2016 organiseerde de nieuws- en sportredactie een conferentie in Het Pand in Gent. VRT-experten deelden daar hun kennis met het brede publiek. De opbrengst van het evenement ging naar Music for Life.

DEREDACTIE.BE + LIVESTREAMING

Deredactie.be was het online-nieuwsplatform van de VRT-nieuwsdienst. Audiovisuele fragmenten vormden het hoofdaanbod van de nieuwssite. Die werden ondersteund met grafieken, foto's en teksten.

Deredactie.be bood livestreaming van *De ochtend* (Radio 1), *Het Journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (Eén), *Villa Politica* (Eén) en alle extra journaals (bijvoorbeeld naar aanleiding van het "massaontslag" bij ING en

de uitslag van het brexit-referendum in het Verenigd Koninkrijk). Inspelend op de actualiteit zond Deredactie.be ook nationale en internationale evenementen rechtstreeks uit, zoals de begrafenis van Toots Thielemans, de drie debatten tussen de presidentskandidaten Hillary Clinton en Donald Trump, de beleidsverklaring van premier Charles Michel, de heiligverklaring van Moeder Teresa en de persconferentie over de nieuwe NMBS-baas Sophie Dutordoir.

TELETEKST

Door het toenemende gebruik van de digitale platformen was het gebruik van Teletekst de voorgaande jaren verminderd. Daarom besliste de VRT om dit medium stop te zetten. Vanaf 1 juni 2016 werden er geen nieuwe berichten gepubliceerd op Teletekst. Teletekst-pagina 888 (voor het oproepen van ondertitels) bleef wel behouden.

(Meer over ondertiteling: zie p. 43.)

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

Panorama maakte 13 onderzoeks-journalistieke reportages over onder andere alcoholgebruik bij jongeren, hormoonverstoorders, vluchtelingen, de gevolgen voor de slachtoffers van de aanslagen van 22 maart en burn-outs. *Pano* bracht daarnaast ook 8 reportages over maatschappelijke onderwerpen (norm: 10).

Ook in andere nieuwsdienstprogramma's ging aandacht naar journalistiek onderzoekswerk, bijvoorbeeld in *Terzake* (Canvas) en *De ochtend* (Eén).

AANDACHT VOOR HET BUITENLAND

Internationale gebeurtenissen werden dagelijks bericht in de nieuwsuitzendingen op radio en televisie. Op Radio 1 werden ze verder geduid in *De ochtend* en *De wereld vandaag*. In *Bonus* werd in belangrijke mate gefocust op de buitenlandse actualiteit.

Op televisie bracht VRT Nieuws wekelijks duiding over het buitenland in *Vranckx* (Canvas) en in *Panorama* (Canvas). *Vranckx* focuste daarbij op de conflictgebieden. *Panorama*

bood een brede waaier aan onderwerpen en had extra aandacht voor geopolitiek. Nadat *Panorama* verhuisde naar Eén (en *Pano* als naam kreeg), bood *Check-point* internationale reportages. Daarbij werd naast aangekochte reportages ook journalistiek werk van de VRT-nieuwsdienst gebracht.

Deredactie.be had een aparte sectie 'buitenland'. Die bood geregeld specifieke, thematische clusters zoals Amerika kiest, IS in het vizier en Brexit.

Het beschikbare buitenlandbudget binnen VRT Nieuws werd opnieuw geheroriënteerd. Zogenaamde pop-up-correspondenten zal de VRT-nieuwsdienst blijven inzetten, maar er werd eind 2016 opnieuw gekozen voor een vaste correspondent in de Verenigde Staten. Het doel blijft om het buitenlandaanbod "gevarieerd en evenwichtig" te houden, waardoor ook voldoende aandacht kan gaan naar de verschillende regio's in de wereld en een thematisch aanbod gebracht kan worden (waar het relevant is).



AANDACHT VOOR TERREUR EN VEILIGHEID

Op 22 maart 2016 werd ons land getroffen door zware aanslagen in Brussel en Zaventem.

Zodra het terreurnieuws binnenkwam bij de VRT-nieuwsdienst werd de radio- en televisieprogrammering grondig gewijzigd. De VRT-nieuwsdienst startte 's morgens een live-uitzending die de hele dag duurde en enkel onderbroken werd door de uitzendingen van *Het journaal*. Canvas nam het signaal over van Eén. Ook Radio 1 als actualiteitenzender en de

andere VRT-radio-zenders focussten op de gebeurtenissen in de hoofdstad. Daarnaast was *Het journaal van 13 uur* beschikbaar met Vlaamse Gebarentaal.

Ook de dagen nadien werd de programmering op de netten aangepast. Verschillende programma's van de nieuwsdienst werden verlengd om duiding te kunnen geven bij de gebeurtenissen en de gevolgen.

Op Deredactie.be werden verschillende livestreams uitgezonden, zoals de herdenkingsplechtigheid aan het Federaal Parlement, een persont-

moeting van het federaal parket over de arrestatie van terreurverdachten, een persconferentie van de federale premier en de herdenkingsplechtigheid met de secretaris-generaal van de Verenigde Naties.

In de periode na de aanslagen schonk de VRT op verschillende manieren aandacht aan de terreurproblematiek en de gevolgen ervan. Bijvoorbeeld in *Koppen (Een dag als geen ander, dat de dag van de aanslagen reconstrueerde)* en *Pano* (met een reportage over personen die revalideerden na de aanslagen en een longread op Deredactie.be).



< Reconstructie van de dag van de aanslagen voor *Een dag als geen ander*, Koppen (Eén)



“Je moet soms echt heel flexibel zijn en snel inspelen op de actualiteit. Maar dat is net het leuke aan deze job.”

Eva Van Dyck,
Journalist – eindredacteur *De Ochtend*
 42 jaar

“Het is mijn taak om een boeiende en gevarieerde uitzending van *De ochtend* (Radio 1) te maken. Het grootste deel van het programma stellen we de dag voordien samen. De dag nadien, werken we af zodat de uitzending op antenne kan. Dan voegen we nieuw nieuws toe en actualiseren we de geplande dingen. Je moet daarbij soms echt heel flexibel zijn en snel inspelen op de actualiteit. Maar dat is net wat ik het leuke vind aan deze job. Het geeft ook voldoening om te zien dat anderen later op de dag voortbouwen op de zaken die jij 's ochtends aankaartte.”

“22 maart was een dag waarop we heel sterk hebben moeten inspelen op de actualiteit. In het begin relativeer je de berichten die binnenkomen, maar al

vrij snel werd duidelijk dat het serieus was. Dan ontstaat de 'magie' op de nieuwsdienst: iedereen springt spontaan bij, neemt de telefoon en begint rond te bellen en ideeën te spuien. Journalisten die onderweg of nog thuis zijn, bieden spontaan hun diensten aan. De Radio 1-collega's van *Hautekiet* kwamen bijspringen. Als eindredacteur moest ik dan vooral coördineren en zorgen voor orde in de chaos om het nieuws op een zo helder en correct mogelijke manier te kunnen brengen. Je werkt dan op pure adrenaline. Pas na de uitzending drong alles tot mij door. En toen overviel me plots een immens verdriet, leegte en een compleet irrationele angst. Ik ging die dag naar huis met een dubbel gevoel, want de journalist in jezelf wil eigenlijk blijven.”

BEROEPSETHIEK (ETHISCHE KWALITEIT)

VRT-nieuwsdienstprogramma's

Beroepsethisch kader

Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT bundelt de deontologische basisrichtlijnen voor VRT-journalisten. Het statuut bevat ook de waarborgen om journalistiek onafhankelijk te werken, los van commerciële, particuliere, politieke en groepsbelangen. Betrouwbaar, accuraat, kwalitatief, onafhankelijk van politieke partijen en drukkingsgroepen, onpartijdig en diepgaand zijn de centrale waarden die van toepassing zijn in de deontologie van de VRT-nieuwsdienst.

De publieke omroep is onafhankelijk en redactioneel verantwoordelijk voor haar aanbod. VRT Nieuws heeft daarbij een traditie van zelfregulering ontwikkeld met instrumenten zoals: *Het redactiestatuut*, de deontologische adviesraad, *De tien geboden voor sociale media* (ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's) en *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid*. VRT Nieuws onder-

schrijft ook de zelfregulerende code van de sector: de code van de Raad voor de Journalistiek.

De deontologische afspraken zijn ook van toepassing op het online informatie-aanbod. Ze vormen ook het uitgangspunt van de *Gedragscode inzake het online informatie- en duidingsaanbod* (geschreven en ingevoerd in 2016). Deze nieuwe code is tot stand gekomen op basis van inzichten uit onafhankelijk onderzoek en met hulp van externe en interne expertise. Het vormt voortaan de leidraad voor tekst-, beeld-, video- en eindredacteurs van Deredactie.be en bij uitbreiding alle journalisten van VRT Nieuws die meewerken aan online-nieuws en -duiding.

Adviezen

De deontologische adviesraad is bevoegd om "gevraagd of ongevraagd deontologisch advies te geven 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*).

De deontologische adviesraad formuleerde in 2016 meer informele

adviezen (120 tegenover 69 in 2015). De stijging was het gevolg van een correctere, meer accurate registratie doordat er in 2016 maandelijks gerapporteerd werd. In 80% van de adviesbehandelingen was dat na een vraag van een collega-journalist. Vooral onpartijdigheid en privacy waren de meest bevroegde onderwerpen. De deontologische adviesraad formuleerde twee formele adviezen aan de hoofdredactie, een over het VRT-antwoord op eenzijdige verzoekschriften en een over de cumulregeling bij de nieuwsdienst.

Opleiding en bewustwording

73 journalisten en technische medewerkers volgden een deontologische opleiding.

De deontologische adviesraad stuurde zeven deontologische tips naar de journalisten of de VRT-nieuwsdienst, bijvoorbeeld over de 'jungle van Calais' waarbij er debat was over het gebruik van het woord 'jungle', dat sommigen denigrerend vonden. Andere tips gingen onder andere over de privacy van verdachten en het taalgebruik over transgenders (iemand hij of zij noemen).

Het Redactiestatuut en het Programmacharter bevatten de deontologische richtlijnen voor respectievelijk de VRT-journalisten en de andere programmamakers.

Andere programma's

Het Programmacharter bevat de deontologische richtlijnen voor alle programma's die niet geproduceerd worden door VRT Nieuws.

Het Programmacharter en de manager beroepsethiek spelen beiden een rol binnen het beroepsethisch kader van de openbare omroep.

- Het Programmacharter bevat enerzijds de verantwoordelijkheden en plichten van de medewerkers en anderzijds hun rechten en waarborgen inzake redactionele vrijheid. De programmacharterraad is samengesteld uit 19 vertegenwoordigers van de VRT-medi makers. De raad waakt over het beroepsethisch kader en de toepassing ervan, initieert aanpassingen of aanvullingen en is het klankbord en het controleorgaan voor de manager beroepsethiek.
- De manager beroepsethiek heeft een dagelijkse adviserende en coördinerende rol met betrekking tot de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's en onlinediensten. Hij rapporteert maandelijks aan het directiecollege en aan de programmacharterraad.

In 2016 gaf de manager beroepsethiek, in de voorbereiding van programma's en ander aanbod, 290 adviezen aan medewerkers en externe productiehuizen met een beroepsethische vraag.

- Het aantal vragen naar advies voor programma's met verborgen opnames nam toe, bijvoorbeeld voor *Sorry voor alles* (Eén), *De fiscus* (Eén), *Voor hetzelfde geld* (Eén) en *Generatie K* (Ketnet). Deze programma's kregen advies-op-maat. Toch waren er enkele klachten van betrokkenen, vooral over toestemming en herkenbaarheid. De juridische dienst en de cel beroepsethiek werkten samen in het beantwoorden en bemiddelen ervan.

Opleiding en bewustwording

De opleidingsworkshops beroepsethiek werden in 2016 echte opleidingen op maat van een programma of een dienst. De leidinggevendenden bepaalden samen met de manager beroepsethiek welke onderwerpen aan bod kwamen in de workshops beroepsethiek. 221 programmamakers namen eraan deel.

Nieuwe medewerkers kregen op hun "welkomdag" een algemene toelichting over beroepsethiek.

Klachten en beroepsethiek

De klachtencoördinator, de voorzitter van de programmacharterraad, het hoofd van de juridische dienst en de manager beroepsethiek overliepen op regelmatige basis samen de beroepsethische klachten van mediagebruikers. Ze evalueerden ook samen de antwoorden, die door de programmamakers werden voorgesteld.

Elke klacht kreeg een antwoord. De handelswijze en de beslissingen van de programmamakers kregen telkens een verklaring en verantwoording. Als er fouten waren gemaakt, dan werden die toegegeven en volgden er verontschuldiging.

Redactionele autonomie

De redacties van de VRT werken in alle onafhankelijkheid en autonoom. Ook de externe productiehuizen die een productie maken voor de VRT moeten redactioneel autonoom handelen. De VRT draagt steeds de eindverantwoordelijkheid over de programmering van de netten. Financieringsbronnen (eigen middelen of middelen van commerciële of institutionele partners) spelen daarbij geen rol. Product placement of institutionele financiering moet ook goedgekeurd worden door de VRT.

De autonomie van de redacties is opgenomen in Het Programmacharter en het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's.



ONPARTIJDIGHEID

De klachten in verband met onpartijdigheid (in totaal 133) werden maandelijks gerapporteerd aan het directiecollege. Vooral over de *Pano*-uitzending met een fictief moslimechtpaar in Tremelo, de berichtgeving over de Amerikaanse verkiezingen en over de berichtgeving over terreur kwamen extra klachten binnen.

De 10 richtlijnen voor onpartijdigheid vormden een vast onderdeel in de opleidingen deontologie en beroeps-ethiek. Ook in de nieuwe *Gedragcode voor het online informatie- en duidingsaanbod* van de publieke omroep werd er duidelijk verwezen naar het belang van onpartijdigheid en naar de 10 richtlijnen.



Hans Roggen, fictie- en merkproducer *Thuis*

36 jaar

“Ik ben samen met een collega productieleider van *Thuis* (Eén). Naast het maken van de fictiereeks, verzorg ik het communicatieve aspect dat daarbij komt kijken. Ik overleg dus met belangrijke stakeholders zoals bedrijven en overheidsinstanties. Er is ook een groot luik publiekscommunicatie via onze kanalen op Facebook, Instagram... en via de pers. Wat daar nog bij komt kijken, is de merkopvolging bij ontwikkelingen rond commerciële afgeleiden. Specifiek voor de productie is het natuurlijk belangrijk dat ik mijn verantwoordelijkheid op vlak van visie en leiderschap opneem tegenover de medewerkers. Zo kunnen we dan samen een topprogramma realiseren.”

“Bij *Thuis* sluiten we geen thema's op voorhand uit. Daarin zit, volgens mij, het succes van de reeks: in het echte leven bots je soms op tegenslagen. Dan kan je die ook in een fictiereeks zoals *Thuis*, niet gewoon uit de weg gaan. Zo was een van de thema's in 2016 het verlies van een kind na een auto-ongeval. Dat is een emotionele en impactvolle gebeurtenis in een gezin. Wij hebben geprobeerd om dit zo realistisch en begripvol mogelijk te brengen. Samen met de Vereniging van Ouders van Verongelukte Kinderen hebben we dat gekaderd wanneer het op antenne kwam. Achteraf kregen we massaal veel reacties van ouders die zelf zo'n tragische gebeurtenis mee hadden gemaakt. Zij waren blij dat dankzij die verhaallijn in *Thuis*, anderen eindelijk hun lijden konden zien en begrijpen.”

“*Thuis* had in 2016 een verhaal over het verlies van een kind na een auto-ongeval. Samen met de Vereniging van ouders van verongelukte kinderen hebben we dat verhaal gekaderd.”



2.2 CULTUUR

De VRT had aandacht voor de culturele verscheidenheid in de Vlaamse samenleving en in de wereld. Ze maakt cultuur op een brede en verdiepende manier toegankelijk voor een breed publiek. De openbare omroep 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 en fictie, muziek, toerisme, erfgoed en letteren.

Onder het motto "cultuur is de (buiten) gewoonste zaak van de wereld" zette de VRT in 2016 in op een actieve en geïntegreerde cultuuraanpak: de omroep informeerde de mediagebruikers met al zijn aanbodsmarken (behalve Sporza) over wat er gebeurde in het culturele landschap. Elk merk deed dat op zijn eigen manier voor zijn eigen specifieke doelpubliek. Cultuur kwam zowel aan bod in algemene programma's als in specifieke cultuurprogramma's. Tegelijk stimuleerde de VRT de Vlaming om te participeren aan cultuur en organiseerde de omroep ook zelf culturele evenementen.

"Je kan de interesse van mensen voor cultuur echt wel wekken als je het op een fijne manier uitwerkt."



Vicky Van den Bergh, Programmamedewerker *Culture Club*
34 jaar

"Als programmamedewerker bij *Culture Club* (Canvas) bedenk ik mee welke onderwerpen we aan bod willen laten komen in het programma. Ik brief de gasten. Ik bereid de interviews voor de presentatoren voor. Ik zoek mee naar beeldfragmenten die we kunnen gebruiken, enzovoort. Het is dus een heel veelzijdige job. Bij het uitwerken van de interviews denk ik mee na hoe we een duidelijk verhaal kunnen brengen."

"Bij *Culture Club* brengen we cultuur vanuit een brede basis. Er zit heel veel cultuur in de samenleving en je kan de interesse van mensen echt wel

wekken als je een onderwerp op een fijne manier brengt. Bij die uitwerking moet je een evenwicht zoeken: je mag de inhoud niet 'verkleuteren' of belerend overkomen, maar je moet ook zien dat het niet te ingewikkeld wordt. Iets waar we heel trots op waren, was de passage van Marc Erkens in *Culture Club*. Hij is opleidingshoofd muziek aan de LUCA-campus Lemmens in Leuven. De vlotte manier waarop hij over klassieke muziek vertelt, zorgde ervoor dat je er met totaal andere oren naar luistert. Dat zijn passages waar je een fijn gevoel bij krijgt."



> Culture Club (Canvas)

AANBOD

Alle VRT-netten droegen in 2016 bij aan de invulling van de culturele opdracht. Elk aanbodsmerk bracht een cultuur-aanbod dat aangepast was aan zijn doelgroep.

Enkele voorbeelden:

- Eén bracht cultuur onder de aandacht in verschillende programma's voor het brede publiek. Redactionele cultuurbijdragen waren er onder andere in de journaals, *Van Gils & gasten* en *De zevende dag*. In totaal werden er 643 unieke²⁹ cultuur- en media-items gemaakt voor *Het journaal* (norm: 365) (ten opzichte van 674 in 2015). Muziek kwam aan bod in *De zevende dag*, *Van Gils & gasten*, het Eurovisiesongfestival, *Nekkanacht*, *the Night of the Proms* en *De MIA's*. De zender programmeerde Vlaamse fictie (zoals *Eigen kweek*, *Den elfde van de elfde*, *Professor T.*, *Loslopend wild en gevogelte* en *De Ridder*), de documentaire serie over Vlaamse comedians (*Helden van de lach*) en buitenlandse fictie (*Versailles*, *Victoria*).
- Canvas had permanent aandacht voor de culturele actualiteit in zijn informatieve duidingsprogramma's (*Terzake* en *De afspraak*), in culturele items op Canvas.be en in een wekelijkse cultuur-talkshow *Culture Club* (vanaf het najaar). Daarnaast waren er specifieke cultuur- en muziekprogramma's (zoals *De canvasconnectie*, *Poporama*, *Studio Flagey Klassiek*, *Off the record*, *België scherpgesteld (fotografie)* en *Winteruur*), captaties van cultuurevenementen (zoals *De Koningin Elisabethwedstrijd*, *Fintro Literatuurprijs*, *Rock Werchter en Pukkelpop*) en projecten op Canvas.be (zoals *Festivalkoorts* en *Ik ga op reis en ik lees*). Ook internationale cultuurreeksen werden geprogrammeerd, zoals: *The story of China*, *The Celts*, *Treasures of ancient Greece* en *The art of Scandinavia*.
- Op Ketnet bood het nieuwsprogramma *Karrewiet* wekelijks minstens één eigen cultuuritem. In de Ketnet-wrap werd er onder andere aandacht geschonken aan Gedichtendag, de Jeugdboekenweek en het Jeugdfilmfestival. De Ketnet-presentatoren belichtten ook cultuur in de studio-opnames en in de omkadering van de programma's. Onder meer het Eurovisiesongfestival, 100 jaar Roald Dahl, het Moov filmfestival, de Voorleesweek en het thema kunst naar aanleiding van Kunstendag, kwamen aan bod.
- Radio 1 had dagelijks oog voor de cultuuractualiteit in de duidingsprogramma's (*De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus*). Het net bracht het culturele nieuws en de hoogtepunten uit de podiumkunsten, de boekenwereld, de beeldende kunst en andere kunstvormen in *Hautekiet*, *De bende van Annemie*, *Interne keuken* en *Touché*. Het wekelijks cultuur-programma *Bar du matin* focuste op de cultuurproductie in Vlaanderen (in diverse disciplines zoals beeldende kunsten, podiumkunsten, literatuur, architectuur en fotografie) en interviewde de gasten over hun cultuurvisie. Met *De prachtige 80* zette Radio 1 80 jaar Boekenbeurs van Antwerpen en literatuur in de verf. Op 23 april stond de zender in het teken van 400 jaar Shakespeare.

- De culturele actualiteit en agenda uit de regio werden belicht in het regionale aanbod van Radio 2 en in *Start je dag*. *De rotonde* zoomde dieper in op het leven en de ervaringen van een centrale gast, veelal een persoon uit de cultuursector. Populaire cultuur en lifestyle kwamen regelmatig aan bod in *De madammen* en in *De weekwatchers*.
- Cultuur stond centraal in het aanbod van Klara. De programma's *Pompidou* en *Happy Hour* hadden live-uitzendingen op locatie in verschillende musea en instellingen. In *Trio* en *Berg & dal* was er ruimte voor diepgaande debatten en gesprekken met experts over maatschappelijke en culturele thema's. Klara bood in 2016 speciale radioseries aan (zoals *Venezia*, over cultuur in Venetië). Op 17 mei stond Klara stil bij Eric Satie, die op die dag 150 jaar geleden werd geboren. Er was ook een radioreeks over de schrijver, dichter en kunsthistoricus Emile Verhaeren, naar aanleiding van de 100ste verjaardag van diens overlijden. (Meer informatie over de cultuurzender Klara: zie p. 100)
- MNM had aandacht voor taal en cultuur, onder andere met acties over creatief taalgebruik zoals *Woordslam*, met live-uitzendingen op de Boekenbeurs van Antwerpen (*MNM Boekendag*) en op de VRT-Taaldag. In *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock* kwamen de levenssfeer van jongeren en de culturele actualiteit aan bod.
- De vaste muziekprogramma's van Studio Brussel zoals *Zender*, *Lemaire luistert*, *Lefto* en *TLP* brachten hedendaagse muziekgenres onder de aandacht en belichtten de muziekgeschiedenis. *De playlist* belichtte Vlaamse producties. Er was aandacht voor de Vlaamse muzieksector en nieuw Vlaams talent door acties zoals *De nieuwe lichting* en *De week van eigen kweek*, en de verslaggeving vanop de festivals. In zijn spitsprogramma's (*Siska staat op* en *Vincent Byloo*) op weekdagen belichtte Studio Brussel de bredere culturele actualiteit in diverse disciplines (zoals film, documentaires, podiumkunsten, fotografie en literatuur).
- Deredactie.be berichtte op de pagina *Cultuur & media* dagelijks over de culturele actualiteit.



> Bar du matin (Radio 1)

De Koningin Elisabethwedstrijd

De VRT volgde de Koningin Elisabethwedstrijd 2016 voor piano op de voet, zowel via radio en tv als online.

Klara bracht rechtstreeks verslag uit van de halve finale (9 tot 14 mei) en de finale (23 tot 28 mei). Voor het commentaar werd een beroep gedaan op een panel van muzikkeners.

Canvas volgde de halve finale live op Canvas+ (via het kanaal van Ketnet) en bracht in de finaleweek op Canvas+ een avondvullend programma dat de concerten van de pianisten combineerde met een talkshow. De laatste finaleavond werd op het eigen Canvas-kanaal uitgezonden.

Canvas.be was er al bij vanaf de eerste ronde (2 tot 7 mei) en focuste dan op de prestaties van de Belgen in de competitie. De volledige halve finale en de finale werden in live-stream aangeboden. Canvas.be bood ook extra content, onder meer met een kennismaking met de locaties van het concours, een voorstelling in virtual reality van het Nationaal Orkest van België en een interactief verhaal over de geschiedenis van de Koningin Elisabethwedstrijd.

Canvas, Canvas.be en Klara organiseerden tijdens de finaleweek het publieksevenement *Piano voor pendelaars*, waarbij ze passanten in vijf grote treinstations uitnodigden om een stukje piano te spelen voor de andere pendelaars.

Samen met de RTBF stelde VRT het jongerenpanel De Zes | les Six samen: drie Nederlandstalige en drie Frans-talige pianostudenten uit het hoger muziekonderwijs. Zij volgden de Koningin Elisabethwedstrijd en gaven hun mening op Twitter, Facebook en Canvas.be en in de uitzendingen van Klara en Canvas.



KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD



De VRT volgde de Koningin Elisabethwedstrijd via radio, tv en online.



VRT STIMULEERT CULTUUR

De VRT organiseerde in 2016 verschillende evenementen om een cultureel thema of muziekgenre toegankelijker te maken voor een breed publiek. Enkele voorbeelden:

- Klara organiseerde de projecten *Klara in deSingel* (in samenwerking met deSingel), *Iedereen Klassiek* (Klara in samenwerking met Concertgebouw Brugge, Brugge Plus en Stad Brugge), *Het Klarafestival* (*Erbarme Dich*, in samenwerking met FVV/ Brussel), *Jazz Middelheim* (in samenwerking met VZW Jazz & Muziek) en *De Klara Top 100*.
- Studio Brussel had zijn *Club 69-concerten* en organiseerde *De nieuwe lichting*.
- Radio 1 bracht een ode aan Prince tijdens de *Prince-tributes* en organiseerde de *Radio 1-sessies*.
- Radio 1, Radio 2 en Klara organiseerden samen met musea en culturele instellingen live- uitzendingen over onder andere literatuur, beeldende kunst en erfgoed. Zo was er *Touché* live op Radio 1 vanuit Bozar naar aanleiding van *Toast Literair*, *Pompidou* live op Klara vanuit het MOMU naar aan-

leiding van een tentoonstelling rond Rik Wouters en *Bar du matin* live op Radio 1 vanuit de oude elektriciteitscentrale Transfo in Zwevegem.

- Canvas zond de uitreiking van de Fintro Literatuurprijs rechtstreeks uit (in samenwerking met Boek.be).

Daarnaast stimuleerde de VRT interactieve cultuurprojecten waarbij de mediagebruiker aangezet werd om te participeren. Enkele voorbeelden:

- In 2016 vierde de Boekenbeurs van Antwerpen haar 80ste verjaardag. Radio 1 ging in *De prachtige 80* (in samenwerking met Boek.be) na welk boek volgens luisteraars het allerbeste was van de voorbije 80 jaar (*De vliegeraar* van Khaled Hosseini).
- MNM zond live uit vanop de Boekenbeurs van Antwerpen tijdens de *MNM Boekendag*. Daarnaast betrok de zender jongeren actief bij het maken van radioprogramma's met acties als *Rock 'n roll radio highschool* en *Start to dj*.
- De *humorklas* was een humorconcours van Radio 2 waarbij deelnemers begeleid en gecoacht werden om "sterker, beter en grappiger te worden".

De VRT capteerde 355 concerten, Vlaamse voorstellingen en festivals.

> *De nieuwe lichting* 2016 (Studio Brussel) op Pukkelpop



> Tijdens *Klara in deSingel* werden De Klara's uitgereikt

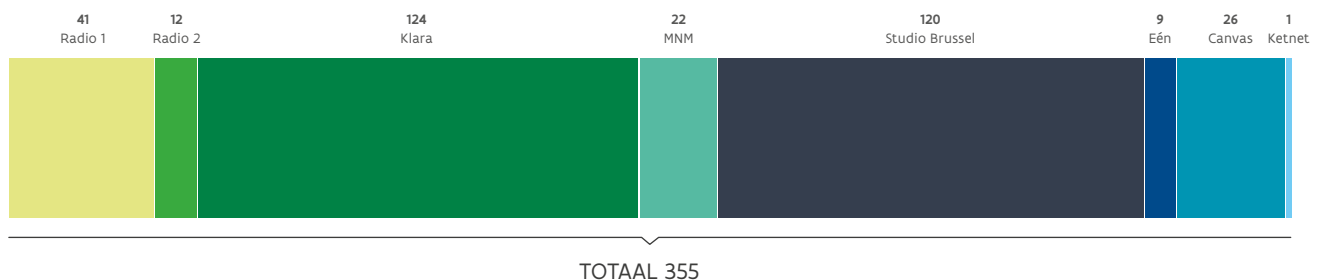


- Bij *De top 100* van Klara konden luisteraars stemmen op hun favoriete nummers maar ze konden ook bijkomende verhalen aanbrengen. Klarafy zette mensen aan om klassieke muziek te ontdekken door hun eigen muziekljstjes te laten vertalen in klassieke muziek via een internettoepassing.
- Studio Brussel organiseerde *De nieuwe lichtung*, een muzikale talentwedstrijd waarbij de drie winnaars een forum kregen op een voorstelling in de AB en op Pukkelpop.
- Canvas organiseerde *Wanderlust: Geloof in Utopia*, een debatavond met inbreng van het publiek over religie en levensbeschouwing (in samenwerking met het stadsfestival 500 jaar Utopia, de KU Leuven en Museum M).

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

In 2016 capteerde de VRT 355 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via de aanbodsmerken (norm: 250).

Aantal captaties per aanbodsmerk (2016) (norm: 250)



HERDENKINGSMOMENTEN

De VRT besteedde aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse geschiedenis en de wereldgeschiedenis. Enkele voorbeelden:

- De 100ste verjaardag van de Slag bij de Somme werd op 1 juli herdacht met een herdenkingsdienst die live te volgen was via Eén en Deredactie.be. Ook de herdenking van de Wapenstilstand aan de Menenpoort in Ieper werd rechtstreeks uitgezonden. Daarnaast had *Het Journaal* aandacht voor de herdenkingen van onder meer de overstroming in Ruisbroek in 1976, de aanslag op het Joods museum in 2014, de atoomaanval op Hiroshima in 1945, de mijnramp in Marcinelle in 1956 en de storm tijdens Pukkelpop in 2011.
- Canvas zond het Nationaal défilé op 21 juli uit en herdacht de Eerste Wereldoorlog met de documentaire reeks *Apocalyps, de Eerste Wereldoorlog en de Slag van Verdun* in *Apocalypse Verdun*. Op cultureel vlak werd er onder andere aandacht geschonken aan De dag van de dans, de Olympische Spelen van 1936 in Berlijn (*Les Champions d'Hitlers*), het overlijden van Serge Gainsbourg (*Gainsbourg: Vie Heroique*), het overlijden van Muhammed Ali (*Facing Ali*) en de geboortedag van Sigmund Freud (*Dangerous Method*).
- Ketnet had in *Karrewiet* aandacht voor de Wapenstilstand, de Slag van Verdun en de verjaardag van de Britse koningin Elizabeth II.
- Retro op Radio 1 stond op weekdagen dagelijks stil bij Vlaamse en internationale gebeurtenissen uit het verleden. Op 1 november was er extra aandacht voor onlangs overleden artiesten in *Lang zullen ze leven*.
- Klara lanceerde een podcast over de Beeldenstorm en herdacht de 400ste verjaardag van het overlijden van Shakespeare.
- Deredactie.be bracht wekelijks een overzicht van grote en kleine gebeurtenissen tijdens de Eerste Wereldoorlog.
- Sporza maakte een televisiereeks over de laatste Belgische Touroverwinning van Lucien Van Impe.



> Sporza-televisiereeks *De zomer van Lucien*

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. Onder ‘standaardtaal’ verstaat de VRT Nederlands dat taalbewuste sprekers in het publieke domein gebruiken wanneer zij hun taal verzorgen.”
(VRT-Taalcharter 2012)

De diverse acties en activiteiten van de VRT over taal werden in 2016 gebundeld onder de noemer REYERSTaal.

Onder diezelfde naam REYERSTaal organiseerde de VRT in de Handelsbeurs in Gent voor de achtste keer een taalevenement, met als motto ‘Als we mekaar maar verstaan’. Daarbij was er aandacht voor diverse vormen van taalgebruik. Voor het eerst werd de hele avond ook in Vlaamse Gebarentaal getolkt. Op de taalavond werd de vijfde Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. De prijs ging naar Sporzapresentator Peter Vandenbempt, die tevens de eerste Publieksprijs won. Ook de winnaar van de derde *Woordslam*, een wedstrijd van MNM en Van Dale Uitgevers, werd op de taalavond bekendgemaakt. Tim Konings won deze wedstrijd als King Tim IV met *U nu!*.

De Radio 1-actie *Heerlijk Helder* werd voortgezet onder de vleugels van REYERSTaal. De actie werd opgepikt door de Vlaamse overheid, die een Heerlijk Helder-charter in de ambtenarij wil verspreiden.

De VRT was partner in de eerste Vlaamse PhD Cup, een wedstrijd waarbij jonge doctors hun proefschrift in drie minuten voor een lekenpubliek moesten toelichten. REYERSTaal organiseerde voor de zestien finalisten een media- en communicatietraining met onder anderen presentatoren en experts van de VRT. De finale werd gestreamd op Canvas.be. De winnaar was ook te zien op de taalavond in de Handelsbeurs.

REYERSTaal heeft voor het project *News Next 75* kandidaat-stemmen beoordeeld. *News Next* is een project van de nieuwsdienst: de dienst wordt gereorganiseerd in themaredacties en journalisten moeten voor minstens twee media (radio, tv, online) kunnen werken. Dat betekent onder andere dat een aantal mensen die tot nu toe alleen voor online werkten, klaargestoomd worden voor radio- of tv-werk. In het kader daarvan kregen ze logopedische begeleiding.

De taaladviseur organiseerde in 2016 informatiesessies voor (nieuwe) interne en externe programmamakers over de geldende afspraken in verband met taalgebruik. Hij overlegde proactief met de netmanagers over nieuw aanbod

(bijvoorbeeld bij nieuwe programmaformats en stemmen), met het oog op opleiding en coaching van presentatoren (logopedie, spreektraining).

De VRT heeft ook meegewerkt aan initiatieven over taalverwerving, taal- en spreekvaardigheid.

- De volledige taaldatabanken³⁰ van de VRT werden ter beschikking gesteld van de KU Leuven voor de ontwikkeling van de *Schrijfassistent*, een website waarop elke taalgebruiker een tekst kan laten analyseren en corrigeren.³¹
- De *Transcriptor* werd ter beschikking gesteld van de VRT-medewerkers en het grote publiek.³² Het is een toepassing die Russische namen vanuit het cyrillische schrift of in Engelse transcriptie omzet in het Nederlands. De uitspraakbank³³ van de VRT werd verwerkt in deze toepassing.
- REYERSTaal heeft verder meegewerkt aan de zomercursus Nederlands voor anderstalige studenten, georganiseerd door de Nederlandse Taalunie.
- Eind 2016 had de VRT *Taalmail* bijna 30.000 abonnees.

> REYERSTaal in de Handelsbeurs in Gent op 26 oktober



Het VRT-taalevenement REYERSTaal had als motto ‘Als we mekaar maar verstaan’.



> Peter Vandenbempt won de vijfde Grote Prijs Jan Wauters en de eerste Publieksprijs

30

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).

31

Schrijfassistent.standaard.be

32

Taalmannetje.nl/transcriptor

33

De uitspraakbank, een onderdeel van de taaldatabanken, bevat de fonetisch geschreven uitspraak van duizenden woorden en eigennamen (zoals plaatsen en personen).

Overleg cultuursector

In maart 2016 stelde de VRT een cultuurmanager aan. Die overlegde geregeld met vertegenwoordigers uit de culturele sector. Zo werd de VRT-beleidsnota cultuur voorgesteld bij Overleg Kunstenorganisaties, was er overleg met de klassieke-muzieksector (zoals het Concertgebouw Brugge, BOZAR en deSingel), met belangrijke festivals (zoals het Kunstenfestival-desarts en het Theaterfestival), met de boekensector (uitgeverijen en Boek.be) en met vertegenwoordigers van belangrijke culturele evenementen (zoals Utopia en Leuven/ opening Plantin-Moretus Museum).

Vanaf september 2016 kwamen alle eindredacteuren van VRT-programma's waar cultuur in aan bod komt, wekelijks samen. Daar werd de culturele agenda onderzocht, werden prioriteiten vastgelegd voor de verschillende programma's en werd nagegaan welke cultuuritems het best pasten bij welke programma's. Verschillende organisatoren stelden er ook hun culturele evenementen voor.

(Meer informatie over samenwerking met de cultuursector: zie p. 143)



MUZIEKBELEID

De VRT is er voor iedereen en wil ook met haar muziekaanbod alle lagen van de bevolking aanspreken. Tegelijk wil de openbare omroep op een zo omvattend mogelijke manier het rijke en diverse muzieklandschap weer spiegelen. Vlaamse muziek, zowel Nederlandstalige als anderstalige, neemt daarbij een belangrijke plaats in. De VRT wil een breed platform bieden aan artiesten van eigen bodem en zo de lokale muzieksector maximaal ondersteunen.

Muzikale diversiteit

De VRT zorgde in 2016 voor muzikale diversiteit in haar aanbod. De muziekprofielen van de VRT-radionetten zijn complementair aan elkaar. Elk net heeft aandacht voor specifieke muzikale genres:

- 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 hiphop, r&b en soul).
- Studio Brussel: alternatieve dansmuziek (drum-'n-bass, techno, electro, dubstep, e.a), alternatieve gitaarmuziek (indie, metal, hardcore), alternatieve urban (hiphop, trap, ragga, reggae, e.a.).
- Klara: klassiek, hedendaags klassiek, opera, traditionele jazz, etnische wereldmuziek en folk.

De VRT werkte voor de realisatie van haar muziekbeleid samen met de muzieksector en dat op verschillende vlakken (zie p. 144).

Uit een studie van de VRT-Studiedienst³⁴ blijkt dat de 'muzikale diversiteit'³⁵ bij de radionetten van de VRT (6,0%) in 2016 groter was dan gemiddeld bij de Vlaamse (nationale) radiozenders (3,6%). Bij Radio 1 bedroeg dat diversiteitsaandeel zelfs 14,6%. Bijna 18.000 muzieknummers en bijna 6.500 artiesten zouden in 2016 zonder de VRT niet gedraaid zijn op de Vlaamse radio.

³⁴ Muziekdiversiteit en muziekbeleving in Vlaanderen. *Muziek op radio in Vlaanderen (2016)*, 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).

³⁵ 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.

Vlaamse producties en Nederlandstalig aanbod

Om te garanderen dat Vlaamse en Nederlandstalige muziek voldoende aan bod komt, verbindt de VRT zich ertoe dat 25% van de totale muziek-tijd op alle VRT-radionetten bestaat uit Vlaamse muziekproducties. In 2016 werd dat engagement gehaald met 25,5% Vlaamse muziek voor alle radionetten samen. Op Radio 2 moet, volgens de beheersovereenkomst, 30% van de muziekproducties Nederlandstalig zijn, op Radio 1 15%. In 2016 bracht Radio 2 30,4% en Radio 1 15,6% Nederlandstalige muziek.

De radionetten van de VRT ondersteunden de Vlaamse muziek ook met optredens van Vlaamse artiesten en de organisatie van muzikale specials, acties en evenementen. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 organiseerde muziek-sessies en concerten met diverse artiesten, onder wie Bent Van Looy, Taxi Wars, Admiral Freebee, Ertebrekers, Raymond van het Groenewoud en Eefje De Visser. Naar aanleiding van *Komaf met Kafka* werd een nieuw lied geproduceerd door de groep Waar Is Ken?. Om de muzikale diversiteit in zijn aanbod nauwer te laten aansluiten met onze multicultu-

turele samenleving organiseerde de muziekredactie een inspiratiedag in het Radiohuis van Leuven. Daaruit ontstond de reeks *Radio Candip*, gepresenteerd door de Vlaams-Congolese muzikale familie Gijsel. Radio 1 lanceerde in 2016, samen met het Nederlandse Radio 5 en de Taalunie, *De Lage Landenlijst*. Deze gemeenschappelijke muzieklijst met de beste Nederlandstalige nummers uit Vlaanderen en Nederland werd samengesteld door Vlaamse en Nederlandse luisteraars.

- Radio 2 ondersteunde de Vlaamse muziekproductie met allerlei initiatieven. Zo organiseerde de zender in 2016 onder andere concerten van Hooverphonic, Clouseau, Natalia, Stan Van Samang en Johan Verminnen. Radio 2 vroeg drie artiesten om een lentelied te schrijven (Gene Thomas, Stoomboot en Ronny Mosuse). Samen met Els De Schepper werd een carnavalslied gemaakt dat wekenlang in de Vlaamse Top 50 stond. Radio 2 organiseerde een live-uitzending van het croonerprogramma *The Ratpack*, met onder anderen Will Tura, Viktor Lazlo en Lady Linn. Vlaamse artiesten stonden centraal bij *De eregalerij* in Oostende en *Zomerhit* in Blankenberge (look op Eén). Radio 2 werkte in 2016 samen met Sabam en Kunstenpunt verder

aan Vivavlaanderen.be, het online-archief rond Vlaamse muziek en Vlaamse artiesten. Zo werd er een Facebook-pagina van Viva Vlaanderen gemaakt en een aangepaste concertkalender toegevoegd met optredens van Vlaamse artiesten (in samenwerking met Uit in Vlaanderen).

- Klara was met allerlei acties, evenementen en samenwerkingen verankerd in het Vlaamse muzikale landschap. Tijdens het publieks-evenement *Klara in deSingel* reikte Klara in samenwerking met Kunstenpunt, voor de zevende keer de Klara's uit. Dat zijn muziekprijzen voor muzikanten, vocalisten en componisten in de klassieke muziek. De Klara-carrièreprijs ging naar Sigiswald Kuijken. De reeks *Vlaamse reuzen* bracht de tenoren van de Oude Muziek-beweging in Vlaanderen voor de microfoon (onder meer Paul Van Nevel, Philippe Herreweghe en Jos Van Immerseel).
- MNM steunde en stimuleerde jong muzikalent in Vlaanderen met projecten als de talentenwedstrijd *Start to dj* en *De liftconcerten* (concerten in een lift nabij de MNM-studio) die werden uitgezonden in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*.

25,5% van de muziek op VRT-radio was Vlaams.





- Studio Brussel focuste op Vlaamse en Belgische muziek in *De week van eigen kweek* en *De 100 van eigen kweek* (met de 100 beste Belgische platen). Meer dan 800 muzikanten of bands schreven zich in voor de muzikale talentwedstrijd *De nieuwe lichting*. De drie winnaars (Clear Season, Equal Idiots en Wanthanee) mochten optreden in de Ancienne Belgique en op Pukkelpop. Studio Brussel was mediapartner van Festival National, waarbij op 16 en 17 september concerten plaatsvonden in meer dan 200 Vlaamse cafés. De muzikale afstudeerprojecten van hogeschool PXL kregen een avondvullende live-uitzending op Studio Brussel. In *Peepshow* organiseerde Studio Brussel optredens van onder meer Vlaamse artiesten op een geheime en originele locatie: Trixie Whitley speelde in het Atomium,

Goose in de Beurs van Brussel en SX in de Conscience-bibliotheek in Antwerpen.

VRT-Televisie besteedde in diverse programma's aandacht aan Vlaamse artiesten. Op Eén was dat onder meer het geval in *Van Gils & gasten* en *De zevende dag*. Eén bracht samen met Radio 2 een live-uitzending van de muziekshow *Zomerhit*. Ook de uitreiking van de MIA's (Music Industry Awards, de Vlaamse populaire-muziekprijzen) werd rechtstreeks uitgezonden op Eén. Op Canvas kwamen Vlaamse muzikanten en componisten aan bod in *Studio Flagey klassiek* (een talkshow over klassieke muziek), *Off the record* (een portrettenreeks van artiesten aan de hand van hun favoriete platen), *Poporama* (over alternatieve popmuziek), de cultuur-talkshow *Culture Club* en een aantal

muziekdocumentaires (zoals over Toots Thielemans).

Naar aanleiding van het Feest van de Vlaamse Gemeenschap zorgden de VRT-netten op 11 juli voor extra veel muziek van eigen bodem, zowel in de reguliere programma's als in allerlei specials. Eén zond de muziekshow *Vlaanderen feest* uit vanop de Grote Markt in Antwerpen. Radio 2 presenteerde *De Vlaamse Top 100* vanop de Grote Markt in Brussel. Ketnet zorgde op de Groenplaats in Antwerpen voor een feestelijke editie van de Ketnet Zomertour, met jonge Vlaamse artiesten. Radio 2 vroeg aan Raymond van het Groenewoud om het Vlaanderen Feest-lied *Vlaanderen boven* in een nieuw jasje te steken. Hij vertaalde de tekst naar 2016, en bracht ook diversiteit in het nummer (zowel qua muzikanten als qua stemmen).



> *Off the record* (Canvas)

EDUCATIE 2.3

De VRT heeft een belangrijke rol op het vlak van educatie. En dit voor alle mediagebruikers van alle generaties. Zij vormt mee het collectief geheugen van Vlaanderen. In tal van programma's en op alle platformen komen educatieve elementen aan bod. Zo heeft de omroep ook bijzondere aandacht voor het ondersteunen van kinderen en jongeren in hun algemene ontwikkeling. Hij werkt daarvoor op verschillende vlakken samen met het onderwijs.



> Copy beest (Eén)

AANBOD

Eén bracht verschillende programma's die aandacht hadden voor de educatieve meerwaarde. Dat deed het net in informatieprogramma's zoals *Het journaal*, *Koppen* en *Pano*. Het dierenprogramma *Copy beest* ging na hoe dieren de mens fascineren. *Voor hetzelfde geld* gaf tips over hoe het dagelijks leven goedkoper kan. *Spoed 24/7* toonde wat gebeurt achter de schermen van de spoedafdeling van het UZ Leuven. In het reportagemagazine *Over eten* werden voedsel en eten onderzocht. Ook andere programma's hadden educatieve waarde zoals *Ten oorlog: onder Vlaamse Velden*, *De noodcentrale*, *De fiscus*, *Dagelijkse kost* en

natuurdocumentaires zoals *The wonder of animals* en *Wild Britain*.

Canvas toonde *De herontdekking van de wereld* (zie kader). *Het eerste kwartaal* volgde beginnende ondernemers en mensen die ervoor kozen om hun eigen baas te worden. In 2016 heeft Canvas acht Belgische auteursdocumentaires geproduceerd en uitgezonden: *Oratorium zonder Doel*, *WIM*, *No man is an Island*, *Gardenia*, *Back to Utopia*, *Samuel in de wolken*, *Arno* en *The Invincible City [Kakuma]*. Daarnaast heeft Canvas twee documentairereeksen uitgezonden: *Exitus* en *België scherpgesteld*, in totaal 13 afleveringen.

In 2016 heeft Canvas 11 coproductieovereenkomsten afgesloten voor

auteursdocumentaires die de komende jaren uitgezonden zullen worden: *Fields of hope*, *Madre del oro*, *I Am Golden Karen*, *Sideline*, *Humeuren en temperamenten*, *Rabot*, *Totems en taboes*, *Touching infinity*, *Coup de grâce*, *Harry Gruyaert* en *El Color del camaleon*. Zowel de auteursdocumentaires als de documentaire reeksen zijn coproducties waarbij een belangrijk deel van de financiering via het VAF (Filmfonds en Mediafonds) of andere vormen van cofinanciering tot stand kwamen. In totaal werden er 21 afleveringen gemaakt, waarvan 8 auteursdocumentaires, waardoor de norm behaald werd (15 afleveringen documentaires, waarvan de helft auteursdocumentaires).



DE HERONTDEKKING VAN DE WERELD

In *De herontdekking van de wereld* (Canvas) gingen Vlaamse wetenschappers op zoek naar de wetenschappers die hen geïnspireerd hebben om een wetenschappelijke carrière uit te bouwen. Ook op Canvas.be werd het programma belicht.

Het net organiseerde naar aanleiding van De Dag van de Wetenschap een debat in de Bijloke in Gent. De sprekers belichtten het belang van wetenschappers die hun vakgebied veranderden en invloed hadden op de geschiedenis van de 20ste eeuw.

In samenwerking met het Kinderrechtencommissariaat maakte Ketnet *Generatie K*, een programma over kinderrechten. Verschillende afleveringen van *Ketnet swipe* hadden aandacht voor onder andere de ruimte en sterrenkijken, robots en de toekomst. *Superbrein* was een wetenschappelijke quiz waar proeven en experimenten uitgevoerd werden.

Ketnet informeerde scholen over programma's en fragmenten door een nieuwsbrief te versturen over de maandelijkse uitzending van *Karrewiet plus*, waarbij een link zat naar volledige afleveringen. Daarnaast werden onderdelen van *Generatie K* als beeldfragment opgenomen in gratis lespakketten die ter beschikking stonden van verenigingen en scholen.



> *Superbrein* (Ketnet)

Met *Generatie K* maakte Ketnet een programma over kinderrechten.

Ook op de radionetten vervulde de VRT haar educatieve functie.

Enkele voorbeelden:

- Radio 1 ontwikkelde vanuit het programma *Hautekiet* acties waarin de Vlaming zijn kennis over bepaalde thema's kon toetsen en verruimen (onder andere over taal, verkeer, geld, geschiedenis en werk). Ook in *Interne keuken*, *De bende van Annemie* en *Touché* kwamen wetenschappelijke thema's aan bod.
- Het consumentenprogramma *De inspecteur* (Radio 2) informeerde de Vlaamse consument over zijn of haar dagelijks aankoopgedrag. Universele maatschappelijke en

ethische thema's zoals rouwen, abortus en nieuwe gezinnen, werden vanuit menselijke verhalen besproken en geduid in *De madammen*.

- Tijdens *Iedereen klassiek* probeerde Klara mensen warm te maken voor klassieke muziek door een gebruiksaanwijzing aan te bieden met 100 muziektermen en cd's.
- *Generation M* (MNM) schonk aandacht aan thema's die jongeren bezighouden. Met de actie *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* werkte MNM samen met VDAB om aandacht te hebben voor werken en solliciteren.

- Tijdens de actie *De digitale balans* onderzocht Studio Brussel samen met de luisteraars de impact van de digitalisering in het dagelijkse leven.

VRT Nieuws zorgde ervoor dat nieuwsgebeurtenissen voldoende werden geduid (onder andere met experts) en gekaderd binnen een (historische en maatschappelijke) context. Sporza gaf ook achtergrondinformatie bij sportgebeurtenissen en gebeurtenissen in de sportcontext (zoals dopinggebruik). Het organiseerde een informatiedag voor studenten sportmanagement.



OVERLEG

De VRT overlegde regelmatig met actoren over de integratie van maatschappelijke thema's in haar aanbod (norm: 2x per jaar).

Enkele voorbeelden:

- Voor *Thuis* (Eén) was er overleg met het Transgender-infopunt voor de verhaallijn van Franky/Kaat. Voor *De noodcentrale* was er overleg met FOD Binnenlandse Zaken en de federale politie, voor *Spoed 24/7* met UZ Leuven en voor *De fiscus* met FOD Financiën. Voor *Weg zijn wij* zat de VRT samen met de toeristische diensten van de Vlaamse provincies. Voor de *MIA's* was er overleg met Kunstenpunt. Eén overlegde ook met Tele-Onthaal (bijvoorbeeld om na een uitzending met gevoelige thema's extra mankracht te kunnen voorzien).
- Voor *De herontdekking van de wereld* werkte Canvas samen met de Jonge Academie.
- Ketnet zat op geregelde basis samen met diverse organisaties, zoals Awel (voor *D5R*), Kom op tegen Kanker (voor *De pet op tegen kanker*), de Vlaamse Stichting Verkeerskunde, Unicef, de Koning Boudewijnstichting (*Karrewiet*) en Bednet (*Nationale pyjamadag*).
- Voor *De week van het geld* zat Radio 1 samen met De Tijd en Wikifin.
- Voor *De inspecteur* (Radio 2) werd er samengewerkt met het Computer Emergency Response Team tijdens *De maand van de cyberveiligheid*.
- Klara werkte samen met de onderwijssector voor *Klara zkt. Academie*.
- Voor het *Car Free Festival* pleegde Studio Brussel overleg met De Lijn.
- Naar aanleiding van *De dag van de wetenschap*, zat MNM samen met Technopolis.



“We maken elk onderwerp *Karrewiet-proof*: aangepast aan ons kinderpublik.”

Lisa Van Den Abeele, Programmamedewerker *Karrewiet*

29 jaar

“Als researcher bij *Karrewiet* (Ketnet) ga ik in de eerste plaats op zoek naar onderwerpen die passen in de uitzending van de dag. Daarna bedenk ik een manier waarop we die gaan brengen. De invalshoek is voor *Karrewiet* heel belangrijk, omdat we elk onderwerp ‘*Karrewiet-proof*’ moeten maken. Dat betekent vooral dat het op kindermaat moet zijn. Ik zorg er dan samen met mijn collega’s voor om alle onderwerpen op een bevattelijke en speelse manier te brengen. Het allerleukste aan werken bij *Karrewiet*? Elke dag is anders en we hebben het meest eerlijke en enthousiaste doelpublik. Als ik kinderen vraag om mee te werken aan een reportage, springen ze meestal een gat in de lucht. Dat we hen tegelijkertijd

ook iets bijleren over de wereld, maakt voor mij het cirkeltje rond.”

“De aanslagen van 22 maart was een onderwerp dat wel belangrijk was om te brengen, want ook kinderen zaten met veel vragen. Bij zo’n ingrijpende, enge gebeurtenis is het net extra belangrijk om de juiste toon, beelden, woorden en muziek te kiezen. Hoewel je zelf ook best onder de indruk bent van wat er gebeurd is, zet je alles op alles om de kinderen juist te informeren. En dat is ons toen ook gelukt. *Karrewiet* was die dag een referentiepunt. Niet enkel voor de kinderen, maar ook voor ouders en de leerkrachten. Ook internationaal werd de uitzending opgepikt.”

AANDACHT VOOR MEDIAWIJSHEID

In Het Actieplan Mediawijsheid schonk de VRT aandacht aan mediawijsheid in de algemene programmering, bij participatieve acties voor doelgroepen en bij het samenwerken met partners.

Aanbod

De VRT had voortdurend aandacht voor mediawijsheid in (informatieve) programma’s op diverse netten, zoals *Hautekiet* (Radio 1), *De madammen* (Radio 2), *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* (MNM), *Generation M* (MNM), *Koppen* (Eén), *Van Gils & gasten* (Eén), *Terzake* (Canvas), *De afspraak* (Canvas), *Panorama* (Canvas) en *Karrewiet* (Ketnet). Online was er aandacht op de websites en de sociale media van de netten. Tijdens *De digitale week* hadden de netten een week lang multimedia-activiteiten om de digitale geletterdheid van iedereen te bevorderen. Op Safer Internet Day schonk *Karrewiet* (Ketnet) aandacht aan veilig en verstandig internetgebruik.



Participatieve acties voor doelgroepen

De VRT richtte zich tot specifieke groepen met participatieve projecten rond mediawijsheid.

- Naar kinderen toe gebeurde dat via Ketnet en Ketnet.be, waarbij kinderen in de rubriek *Vet op het net* tips kregen over veilig media-gebruik. Met de *Ketnet Jr.-app* konden kinderen tot 6 jaar veilig hun eerste stappen op het net zetten. *Boeva & The Games* was een multimediaal aanbod dat inging op gaming. Ouders kregen informatie om mediawijs om te gaan met het gamegedrag van hun kinderen.
- Jong digitaal talent kon aan de slag bij VRT Start-up, waar ze de kans kregen om nieuwe digitale formats en applicaties te helpen ontwikkelen. Open VRT organiseerde onder andere evenementen en workshops voor jonge creatievelingen die hun ideeën rond de digitale omroep van

morgen met elkaar kunnen delen. Studenten communicatie konden deelnemen aan Camping VRT waar zij het informatieaanbod voor jongeren hielpen "heruitvinden". Met het interactieve format STEAM-box hielp de VRT jongeren om hun competenties op het vlak van wetenschap, technologie, kunst en wiskunde te ontwikkelen. Jongeren werden actief betrokken bij het maken van radioprogramma's zoals *Rock 'n roll Radio Highschool* en *Start to dj* bij MNM. Dat net organiseerde tijdens de Boekenbeurs van Antwerpen de jaarlijkse editie van *Woordslam*, een wedstrijd waarbij jongeren een creatief taalimpje insturen.

- *Studio Dada* was een opleidings- en proeftraject waarmee Studio Brussel op zoek ging naar veelzijdige Studio Brussel-gezichten. 500 jongeren namen eraan deel. Digitale nieuwkomers maakten kennis met nieuwe vormen van kijken, luisteren en media maken op *De digitale doebeurs*

bij de Boekenbeurs in Antwerpen. Iedereen kon er digitale toepassingen testen en vragen stellen over DAB+, virtual reality of Snapchat.

- Het Radiohuis Leuven van de VRT werkte samen met Mediawijs.be aan een educatief pakket dat kan worden gebruikt bij een bezoek aan de tentoonstelling R100+ (over de geschiedenis van de radio). Het pakket, voor leerlingen uit de tweede graad van het middelbaar onderwijs, bestaat uit: materiaal waarmee leerkrachten vooraf het bezoek aan de expo kunnen voorbereiden, een bewegwijzering die gevolgd kan worden bij het bezoek, en een toepassing om de verworven inzichten achteraf te gebruiken in klasverband.

De VRT werkte voor de uitvoering van haar opdracht inzake mediawijsheid samen met verschillende organisaties en instellingen: zie p.145.



< STEAM-box

De VRT besteedde aandacht aan digitale geletterdheid.



Ajereh Noor, Lid van Watch22
21 jaar

"Samen met 21 andere jongeren maak ik deel uit van Watch22. Wij zijn een zeer diverse groep van 22 jongeren die een soort klankbord vormen voor de VRT. Wij komen van tijd tot tijd samen op de omroep om te spreken met leidinggevenden, programmamakers, journalisten en andere VRT-medewerkers. We geven dan onze visie en mening over actuele thema's die zowel voor de media als voor jongeren relevant zijn."

"Ik vind dat we met Watch22 wel iets bereiken, omdat de VRT oprecht geïnteresseerd is in onze mening. Ik denk dat ze dankzij ons tenminste iets beter weten waar jongeren mee bezig zijn, wat er in hen omgaat en wat ze van het VRT-aanbod vinden. In de toekomst wil ik met Watch22 de focus nog meer op diversiteit leggen, want dat is volgens mij een onderwerp waar er bij de VRT nog wat werk aan is."

"Ik denk dat de VRT dankzij ons iets beter weet waar jongeren mee bezig zijn en wat ze van het VRT-aanbod vinden."

GENERATION WHAT?

De VRT organiseerde in 2016 samen met 14 omroepen uit 12 landen *Generation What?*, het eerste grootschalig en multimediaal Europees jongerenonderzoek naar wat de generatie van 18-34-jarigen (de millennials) bezighoudt. Het project werd opgebouwd rond een online-enquête met 149 vragen, opgedeeld in 21 thema's. De vragen gingen over intimiteit, familie, werk, vrienden, samenleving, de toekomst en Europa.

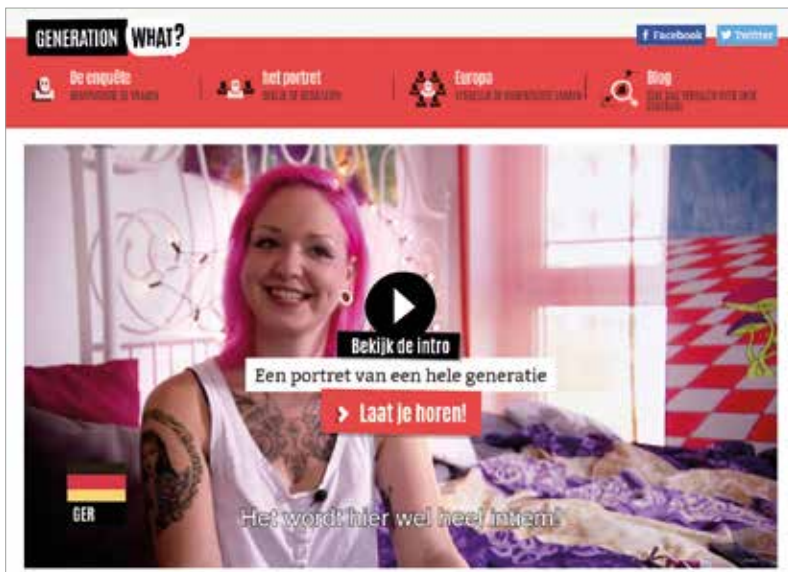
- Elke deelnemende omroep (dus ook de VRT) lanceerde een lokale website die video's, blogposts en andere content bevatte. Van half maart tot eind september verwerkten voor de VRT in totaal veertig stagestudenten, onder begeleiding van twee

eindredacteuren, de resultaten op de enquêtevragen en de reacties op de socialemedia-pagina's van *Generation What?*. Zij maakten in totaal zo'n 200 (video)bijdragen over hun generatiegenoten. Op *Generation-what.be* konden jongeren onder andere de laatste statistieken bekijken op basis van de al ingevulde enquêtes.

- Sociologen uit de deelnemende landen begonnen in augustus aan een analyse van de beschikbare data. Daarvoor werkte de VRT onder andere samen met het Jeugdonderzoeksplatform van de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse resultaten van het onderzoek werden in oktober gepubliceerd. In 2016 namen meer dan 52.000 Vlaamse jongeren deel aan de enquête. Zij beantwoordden samen meer dan 4 miljoen

vragen. Een globaal Europees rapport werd door EBU voorgesteld in november. (In heel Europa namen bijna 1 miljoen jongeren deel.)

- Een greep uit de Vlaamse resultaten:
 - De grote meerderheid van de respondenten had vertrouwen in de school. Toch vonden 2 op de 3 Vlaamse jongeren dat het onderwijs hen niet goed voorbereidt op de arbeidsmarkt doordat ze de vaardigheden die nodig zijn om te kunnen meedraaien in het werklevens niet aangeleerd krijgen.
 - De meeste jongeren voelden zich gewaardeerd in hun job. Slechts 1 op de 10 voelde er zich eenzaam of ongelukkig. Bijna 7 op de 10 vonden dat er te veel rijke mensen zijn en 75% geloofde dat de economische crisis omgekeerd kan worden.



De VRT was medeorganisator van het Europese jongerenonderzoek *Generation What?*, met 52.000 Vlaamse deelnemers.

- 3 op de 10 Vlaamse jongeren stelden dat ze niet konden of wilden leven zonder televisie. Meer dan de helft gaf aan dat ze een leven zonder internet niet zagen zitten. Lager opgeleide jongeren zijn meer aan hun televisie gehecht: bijna de helft van hen zei niet gelukkig te kunnen zijn zonder tv.
- De jongeren hadden het meeste vertrouwen in volgende instellingen: de school, de politie, humanitaire organisaties en het leger. Ze waren niet tegen de politiek, al vond een meerderheid dat sommige politici corrupt zijn.

De resultaten van het onderzoek zijn relevant bronmateriaal voor beleidsinstellingen en programmamakers.



GENERATION WHAT?

ARCHIEFBELEID

De samenwerking tussen de VRT en het Vlaams Instituut voor Archivering (VIAA) werd in 2016 voortgezet. Dat leverde ook resultaat op.



Digitalisering

- Het digitaliseren van de eigen SP-SX-videocollectie werd in 2016 afgerond. Met dit project werden er in totaal meer dan 135.000 cassettes gedigitaliseerd, goed voor meer dan 100.000 uur materiaal. Alle nog bewaarde nieuws- en sportbeelden van de jaren 90 van de vorige eeuw en de eerste jaren van deze eeuw zijn nu digitaal bewaard. In de periode 2014 - 2016 werd dit project financieel gesteund door het VIAA.
- In 2016 finaliseerde de VRT, gefinancierd door het VIAA, het overzetten van radio-opnames op CDR naar digitale bestanden. Er werd in 2016 nog 4.000 uur gedigitaliseerd. In totaal ging het om meer dan 15.000 uur materiaal.
- Sinds eind 2014 werkte de VRT, samen met VIAA, aan een project om ongeveer 100.000 analoge audiobanden (zogenaamde kwart-duimbanden) te digitaliseren. Ook in 2016 werden meer dan 25.000 banden naar een duurzaam digitaal formaat overgezet. De audiobanden bevatten zowel gesproken radioprogramma's als muziekopnames.
- In 2016 werden door het VIAA 17.000 digitale betacam-tapes gedigitaliseerd.
- De VRT startte in 2016, samen met het VIAA, met de voorbereiding van de digitalisering van haar unieke collectie grammofoonplaten. Het belangrijkste deel van die collectie bestaat uit eigen opnames van vaak Vlaamse en Belgische muziek, uit de jaren 30 en 40 van de vorige eeuw.

> Gaston Berghmans



> Paul De Meulder

**De VRT finaliseerde
de duurzame
digitalisering van
100.000 uur
videocassettes**

> Bart Peeters en Paskal Deboosere



> Freddy Sunder



Annotatie

In 2016 werden ongeveer 10.000 pas gedigitaliseerde items (zowel woord als beeld) van minstens een basisannotatie voorzien. Daardoor is dit materiaal nu ook gemakkelijk digitaal terug te vinden door programmamakers of voor gebruik voor de VIAA-doelstellingen (de ontsluiting naar het onderwijs, wetenschappelijk onderzoek en bibliotheken).

Het Archief voor Onderwijs

Een groep van acht VRT-archivarissen/researchers zocht, in opdracht van het VIAA, materiaal voor het platform 'Het Archief voor Onderwijs'. Meer dan 26.000 Vlaamse leerkrachten ³⁶ (en leerkrachten in opleiding) maken intussen gebruik van dit platform. Zij beschikten over 9.400 items uit het VRT-archief.

³⁶

Op datum van 31 december 2016.





3

**PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR
ONTSPANNING EN SPORT**

De VRT heeft in de Beheersovereenkomst 2016-2020 expliciet de opdracht gekregen om zich niet enkel toe te leggen op informatie, cultuur en educatie. Zij moet ook ontspanning en sport brengen.

Ontspanning is een belangrijke hefboom voor het ondersteunen van de sociale cohesie en het samenbrengen van mensen. De VRT gaat daarbij voor kwaliteitsvolle ontspanning. Ze neemt daarbij veelvuldig informatieve, culturele en/of educatieve elementen op in die ontspannende programma's. Tegelijk zet de omroep ook in op ontspanningsprogramma's die maatschappelijke thema's aankaarten en bespreekbaar maken.

Een bijzondere vorm van ontspanning is aandacht voor sport. Maar sport is ook een relevant onderdeel van de informatieopdracht en de verbindende rol van de publieke omroep. Daarom biedt de VRT sportnieuws en duiding bij sportgebeurtenissen. De omroep heeft niet alleen aandacht voor wielrennen en voetbal maar ook voor tal van kleinere sporten. Door haar aandacht voor sport (look in niet-sportprogramma's) wil de VRT zowel de passieve sportbeleving als het actieve sporten en bewegen aanmoedigen.

3.1

ONTSPANNING

De VRT-zenders brachten onder verschillende vormen ontspanning. Daardoor ondersteunde de VRT haar bereik van haar informatie-, cultuur- en educatief aanbod. Daarenboven hadden verschillende ontspanningsprogramma's informatieve, culturele en educatieve elementen in hun aanbod.

Op de radionetten zorgde vooral muziek voor ontspanning. Verschillende netten boden daarnaast ook programma's die specifiek gericht waren op ontspanning (zoals het spelprogramma *De zoete inval* op Radio 2).

Om zijn bereik voldoende hoog te houden bood Eén, als televisienet voor een breed publiek, verschillende ontspanningsprogramma's. Dat aanbod bestond uit een programmamix, zoals spelprogramma's en fictiereeksen (zie p. 108).

> De zoete inval (Radio 2)



Op Canvas, dat zich richt op meerwaardezoekers, was het aandeel ontspanningsprogramma's beperkter. Het bestond onder andere uit fictiereeksen (zoals *De 16* en *Clinch*) en het satirisch actualiteitenprogramma *De ideale wereld*.

Ketnet had een ontspannend aanbod op maat van kinderen (zie p. 112).

> Sorry voor alles (Eén)

> De ideale wereld (Canvas)



Aandacht voor maatschappelijke thema's

De VRT vindt het belangrijk om maatschappelijke thema's bespreekbaar te maken in kwaliteitsvolle en ontspannende programma's. Dat deed ze in 2016 in verschillende programma's.

> Generatie K (Ketnet)



> De pet op tegen kanker, actie Thuis (Ketnet)

Enkele voorbeelden:

- *Iedereen beroemd* (Eén) had in verschillende rubrieken aandacht voor maatschappelijke thema's en evoluties, zoals duurzaamheid, genderdiversiteit, de vergrijzing en het groeiende aantal alleenstaanden.
- In *De madammen* op Radio 2 werden ethische thema's vanuit menselijke verhalen besproken en geduid zoals stress, burn-out en wensouderschap.
- In Ketnetfictie (zoals *D5R* en *Boe boem*), het verborgencamera-programma *Generatie K*, en via mobiliserende acties (zoals *De pet op tegen kanker*, *Move tegen pesten* en *Nationale pyjamadag*) kwamen diverse thema's aan bod zoals langdurige ziekte, pesten, echtscheidingen, racisme, vandalisme en armoede.
- In het Radio 1-programma *Nieuwe feiten* werd op een ontspannende manier achtergrondinformatie meegegeven over nieuwsfeiten.

(Meer voorbeelden: zie p. 96-114)

TRANSGENDER IN THUIS

In *Thuis* (Eén) werd het transgenderthema in de schijnwerpers gezet. Onderzoek door de VRT-studiedienst leverde onder andere volgende resultaten op:

- Ruim de helft van de mensen die *Thuis* kenden, hoorde of zag iets over de transgenderverhaallijn. Televisie was daarbij het belangrijkste contactpunt. 38,0% was geen *Thuis*-kijker,

maar kwam toch te weten dat het transgenderthema in *Thuis* aan bod kwam, zoals via kranten en contact met andere mensen. 28,7% van de mensen die in contact kwam met het thema, ondernam een of meerdere acties naar aanleiding van de verhaallijn, zoals nadenken over transgenders of erover spreken met anderen. *Thuis*-kijkers (37,2%) ondernamen vaker soortgelijke actie dan niet-*Thuis*-kijkers (14,9%).

- Een meerderheid (58,8%) vond de verhaallijn over de transgender respectvol gebracht. Een meerderheid vond dat de verhaallijn past bij Eén (59,6%) en de VRT (62,3%). 61,4% vond dat *Thuis* het onderwerp transgenders meer bespreekbaar maakte. 57,1% stelde dat het programma een rol speelde in het doorbreken van taboes over transgenders en 52,2% vond dat *Thuis* het begrip voor transgenders vergrootte.



**De VRT maakte
maatschappelijke
thema's bespreekbaar
in ontspannings-
programma's.**

3.2 SPORT

AANBOD

Om minder bekende sporten te promoten voerde VRT-Televisie een actief programmeringsbeleid. wedstrijden van minder bekende sportdisciplines werden regelmatig gekoppeld aan populaire sportevenementen. Bijvoorbeeld: motorcross, handbal en atletiek krijgen aandacht voor of na een wielervedstrijd. Op die manier bereikte een "kleine sport" meer kijkers dan wanneer ze niet in combinatie met een populairdere sport uitgezonden zou worden.

Sporza leverde een vast sportblok in de hoofdjournaals op televisie. Als er voldoende sportactualiteit was en de VRT beschikte over de betrokken uitzendrechten, dan zond Eén op zondagmiddag *Sporza op zondag* uit. Daarin ging aandacht naar tal van sporten. Het net bracht daarnaast de rechtstreekse verslagen van verschillende wielervedstrijden en de voetbalwedstrijden van De rode duivels. In *Sportweekend* (Eén) kwamen in 2016 49 verschillende sportdisciplines³⁷ aan bod (norm: 30). Nog op Eén kwamen sport en sportbeleving aan bod in diverse "gemengde" programma's zoals *Van Gils & gasten, iedereen beroemd* en *De zevende dag*. De reeks *Jonge benen* portretteerde jonge Vlaamse wielrenners.

> De kleedkamer (Canvas)



Canvas bood naast wedstrijdverslagen verschillende programma's over sport aan, zoals *Slijk* (met portretten van atleten in diverse sporten), *Asfalt* (een soortgelijk programma) en *De kleedkamer* (een interviewreeks over vroegere voetbalhelden). *Extra time* was een voetbaltalkshow tijdens de periode van de voetbalcompetitie. Nadien zond Canvas wekelijks nog sportdocumentaires uit over diverse onderwerpen.

Radio 1 bracht live-verslaggeving van wielervedstrijden (zoals de voorjaarsklassiekers en de Ronde van Frankrijk), voetbalwedstrijden uit de Belgische competitie, de Europa League en van de Belgische nationale voetbalploeg, en tal van andere sporten. Op Radio 1 kwamen meer dan 50 verschillende sporten aan bod.

Ook Sporza.be had aandacht voor een diversiteit aan sporten (meer dan 50).

Naast de klassieke sporttakken zoals voetbal, wielrennen, atletiek, tennis en de traditionele zalsporten was er aandacht voor onder andere zeilen, badminton, schaatsen, schermen, boksen en taekwondo.

De *Sporza-voetbal-app* werd vernieuwd naar aanleiding van het EK Voetbal. De app kreeg nieuwe functionaliteiten in het kader van het EK Voetbal enerzijds voor het gebruik van videofragmenten en livestreaming en anderzijds met het oog op de toegankelijkheid voor mediagebruikers met een beperking. Nadien werd de app ook verder ingezet voor de reguliere voetbalcompetities.

De sportredactie overlegde regelmatig met partners uit de sportsector (zie p. 146).



³⁷ Atletiek, autosport, baanwielrennen, badminton, basketbal, beachvolleybal, bobslee, boksen, curling, darts, formatiespringen, formule 1, gewichtheffen, golf, g-sport, (acro-)gymnastiek, handbal, hockey, ijshockey, judo, korfbal, kub, langlaufen, motorcross, motoGP, mountainbike, paardensport, rally, roeien, schaatsen, schermen, skiën, snooker, snowboard, sportklimmen, surfen, taekwondo, tennis, trialbikel, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, wielrennen, worstelen, zaalvoetbal, zeilen en zwemmen.



Stefaan Lammens,
Sportjournalist/anker televisie
50 jaar

“Ik maak sportreportages voor *Het journaal* (Eén) en *Sportweekend* (Eén). Nu en dan ben ik ook sportanker in *Het journaal*. Ik ben Formule 1- en paarden-sportspecialist en soms geef ik live commentaar. Occasioneel ben ik dan ook nog eindredacteur. Het leuke aan deze job is dus dat het heel gevarieerd werken is en dat je veel verschillende mensen ontmoet.”

“Op vlak van sport waren in 2016 de Paralympische Spelen in Rio een verrassende openbaring. Ik had nooit gedacht dat ik na 20 jaar vaste dienst nog zoiets ‘nieuws’ mee zou maken. Ik vond het wel flatterend dat ik in Vlaanderen meegeholpen heb aan de creatie van een kleine hype rond die Paralympische Spelen. Het zal niemand verwonderen dat de ontroerende, aparte ‘een dikke poef’-interviews met Florian Van Acker daarbij het meest memorabel waren. Het is als journalist belangrijk om altijd goed geïnformeerd te zijn, maar het is ook leuk om soms een beetje ‘Kuifje in wonderland’ te spelen. Op die manier maak je dan soms plots verrassend leuke en goede televisie.”

“De Paralympische Spelen in Rio waren voor mij een verrassende openbaring.”

> Marieke Vervoort op de Paralympische Spelen



VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was host broadcaster voor diverse sportevenementen zoals de thuiswedstrijden van de nationale voetbalploeg (in samenwerking met RTBF), de thuismatchen van de Belgische clubs in de Europa League voetbal (samen met RTL en Telenet) en de Belgische clubs in de Champions League volleybal, de Memorial Van Damme en de Vlaamse wielervedstrijden.

De VRT bracht de wielervedstrijden, de marathon- en de snelwandelwedstrijden in beeld op de Olympische Spelen in Rio. Ook op het WK wielervedstrijden in Qatar zorgde VRT-expertise voor het internationale uitzendingsignaal van de wedstrijden.

DE SPORTZOMER

In de zomer van 2016 vonden drie grote sportevenementen plaats: het EK Voetbal, de Olympische Spelen en de Ronde van Frankrijk. De VRT zorgde voor rechtstreekse uitzendingen en omkaderende programma's.

Het EK Voetbal en de Olympische Spelen waren deels op Eén en deels op Canvas te bekijken, de Ronde van Frankrijk (bijna helemaal) op Eén. Radio 1 volgde het EK Voetbal en de Ronde van Frankrijk op de voet in *Studio France* en de Olympische Spelen in *De olympische ochtend*.

- Het aanbod over het EK Voetbal bestond uit de rechtstreekse uitzending van alle wedstrijden met omkaderende duiding (op Eén en ten dele op Canvas), een talkshow *Panenka!* (Eén), rechtstreekse wedstrijdverslaggeving op Radio 1 (in *Studio France*) en verslaggeving in de journaals en op Sporza.be (dat ook alle wedstrijden streamde). Met de *Sporza-voetbal-app* konden wedstrijden gevolgd worden en uitslagen, nieuwsberichten en de wedstrijdkalender geraadpleegd

worden. Andere VRT-netten volgden ook het EK Voetbal, elk in lijn met hun profiel (zoals *De Ketnet-arena*).

- De ritten van de Ronde van Frankrijk werden uitgezonden op Eén. De uitzending van de slotrit werd voorafgegaan door een live verslag van *La Course*, een wielervedstrijd voor vrouwen. De dagelijkse talkshow *Vive le vélo* (Eén) (waarin teruggeblikt werd op de wedstrijd van de dag) werd uitgezonden vanaf de tweede week van de rittenwedstrijd. Verslaggeving en interviews over de ritten in de eerste week werden, om budgettaire redenen, mee opgenomen in *Panenka!* (Eén). In *Studio France* volgde Radio 1 de wielervedstrijd volledig, met rechtstreekse live-interventies vanuit de commentaarcabines en vanop een motor die meereed in de wedstrijd. MNM had ook aandacht voor de Ronde van Frankrijk. In *Tour of Beauty* had het net drie weken lang elke dag een vrouw op bezoek die iets met wielrennen heeft. Sporza.be bood een uitgebreid aanbod over de Franse wielervedstrijd.
- De Olympische Spelen in Rio kregen op alle platformen van de VRT aandacht. *Sporza: Rio 2016* was

een doorlopend programma dat elke wedstrijddag van 14 uur 's middags tot 5 uur 's nachts uitzond (op Eén, behalve tussen 19 en 23 uur). Het accent lag op live-sportverslaggeving en lange samenvattingen, op de prestaties van de Belgen en op de "grote olympische sporten" (zoals zwemmen en atletiek). Wie de nachtelijke wedstrijden niet kon volgen, maar zich toch wou informeren, kon de volgende ochtend korte verslagen op Eén zien. Ook Sporza.be en Radio 1 (met *De olympische ochtend* en rechtstreekse verslaggeving in de reguliere programma's) volgden de Olympische Spelen. Op de *Rio-2016-app* konden acht videostreams van wedstrijden die niet op televisie kwamen, gevolgd worden. De reeks *Afspraak in Rio* (Eén) toonde, voorafgaand aan de Olympische Spelen, de voorbereiding van topsporters aan het sportevenement.

De VRT schonk aandacht aan de paralympische sporters. Die werden dagelijks gevolgd tijdens de paralympische Spelen, onder andere met een dagelijks magazine op Eén. Eind 2016 zond Sporza-televisie ook een paralympisch jaaroverzicht uit.



> Olympische Spelen in Rio (Sporza)

> Voetbalapp EK livestream (Sporza)





4

SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMERK VOOR DIGITAAL AANBOD





> Flying Doctors (Eén)

DE MERKENPORTFOLIO

De VRT biedt een brede en gediversifieerde portfolio van merken aan, ieder met hun eigen specifieke opdracht en aanbod. De merkenportfolio van de VRT bevat aanbodsmerken, submerken en dienstverlenende merken.

- De aanbodsmerken van de VRT zijn Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel, MNM, VRT Nieuws en Sporza. Deze aanbodsmerken hebben een eigen missie, al dan niet gericht op een bepaalde doelgroep of een specifiek publiek domein. De VRT streefde er in 2016 naar om het profiel van haar aanbodsmerken te verscherpen, onder andere door scherpe keuzes te maken in het aanbod dat elk merk biedt.
- Onder submerken vallen de programmamerken zoals *Dagelijkse*

kost, themamerken zoals *De warmste week* en gezichten zoals Rudi Vranckx. Deze submerken dragen impliciet bij aan de realisatie van de publieke opdracht inzake informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport.

- De dienstverlenende merken zijn merken met een servicegericht karakter met betrekking tot de mediaconsumptie zoals het videoplatform VRT NU.

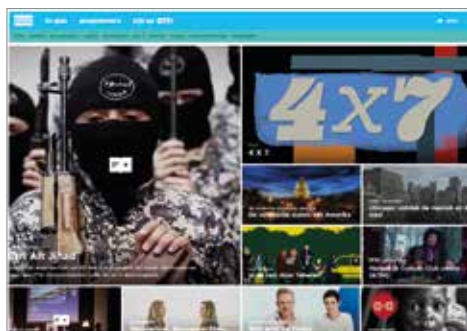
In 2016 werd er beslist om het merk VRT meer zichtbaar te maken en de kwaliteit van VRT te accentueren. De eerste initiatieven daarvoor waren de ontwikkeling van een videoplatform onder de naam VRT NU (gelanceerd op 30 januari 2017) en de lancering van het nieuwsmerk VRT NWS (voorjaar 2017).

In 2016 kwam er ook een nieuwe versie van de VRT-bedrijfswebsite vrt.be.

WEBSITES

In dit jaarverslag is de informatie over het aanbod op de websites van de aanbodsmerken en de sociale media terug te vinden onder de beschrijving van de merken (zie p. 96-114).

Het bereik van de verschillende VRT-websites en de pagina's op de sociale media werd beschreven in het hoofdstuk Bereik (zie p. 27-31).





MISSIE:

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



< De Radio 1-sessie met Balthazar XL

Radio 1 bracht in 2016 de hele dag door nieuws en duiding in programma's zoals *De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus*. Bovendien stond het net in speciale uitzendingen stil bij de actualiteit zoals de aanslagen van 22 maart, de brexit en de Amerikaanse verkiezingen. *Retro* op Radio 1 stond dagelijks stil bij Vlaamse en internationale gebeurtenissen uit het verleden.

Wetenschap, cultuur, maatschappij en politiek vormden de belangrijkste domeinen van de zender. Ze kwamen aan bod in verschillende programma's op Radio 1. Het cultuuraanbod was doorheen de hele zender verankerd, zowel wat betreft cultuuractualiteit (in duidingsprogramma's) als cultuurparticipatie (bijvoorbeeld in *De prachtige 80*) en culturele ontdekking (bijvoorbeeld met de boekentips tijdens de zomer).

Bar du matin was de wekelijkse afspraak voor culturele verdieping. De focus lag daarbij op cultuurproductie in Vlaanderen (onder andere beeldende

kunsten, podiumkunsten, literatuur, architectuur en fotografie) en op de visie van centrale gasten. Het programma werd geregeld uitgezonden vanop culturele locaties in Vlaanderen (zoals Art en Design in Gent, GC Buda in Kortrijk en het Mooov-festival).

Radio 1 maakte in programma's als *Interne keuken*, *De bende van Annemie* en *Touché* ruimte voor gesprekken met culturele, maatschappelijke en wetenschappelijke actoren. *Hautekiet* debatteerde over diverse maatschappelijke thema's en had acties over taal, verkeer, geld en geschiedenis (zie verder).

Sport bleef ook in 2016 een belangrijke pijler van Radio 1, met extra aandacht voor het EK Voetbal, de Olympische Spelen en de Paralympische Spelen.

Het muziekaanbod bestreek verschillende genres zoals pop-rock, world, jazz en soul. Het Vlaamse en Nederlandstalige repertoire kwam daarbij ruim aan bod.

< Podcast Amerika kiest



DIGITAAL AANBOD

Radio 1 vernieuwde in het voorjaar zijn website en die werd meteen aangepast voor mobiele apparaten. Radio1.be verhoogde de overzichtelijkheid met meer witruimte en aandacht voor leesbaarheid. De website zette meer in op digitaal verrijkte content, zoals bijvoorbeeld een taaltest naar aanleiding van De week van het Nederlands, een videoclip om de start van de *Radio1-sessies* aan te kondigen of een animatie om de *Komaf met Kafka*-actie te illustreren.

Het programma *Hautekiet* maakte ook online ruimte voor maatschappelijk debat. Radiocontent van het programma werd digitaal vertaald en aangevuld via interactieve toepassingen, animaties en video's.

Radio1.be lanceerde diverse podcastreeksen: *Iemand*, *Amerika kiest*, *Wanderland* en *Mastertrack*. *De beste podcast* ging op zoek naar creatieve, Nederlandstalige audioverhalen. In de zomervakantie was er elke zaterdag de podcast *Podgrond*.

ACTIES & EVENEMENTEN

Radio 1 organiseerde in 2016 diverse evenementen en speciale acties, geregeld in samenwerking met de culturele sector (onder andere literatuur, film, theater en podiumkunsten), de muzieksector, de sportsector en de mediasector. Enkele voorbeelden:

- *Hautekiet* organiseerde acties over onder andere taal, verkeer, geld, geschiedenis en werk waarin de Vlaming zijn kennis over bepaalde thema's kon verruimen. De actie *Komaf met Kafka* deed een oproep aan luisteraars om onnodig ingewikkelde documenten of voorbeelden van bureaucratische ballast door te sturen. De luisteraars bepaalden samen met experts en beleidsmensen welke concrete maatregelen moesten worden genomen. Luisteraars konden ook mee discussiëren, zowel in de radio-uitzending als online.
- Radio 1 ging in een tweede editie van *#BEL10* interactief op zoek naar inspiratie voor een betere samenleving rond tien thema's die luisteraars zelf op de agenda hebben gezet (zoals de energiebevoorrading, de gezondheidszorg, de ouderenzorg en het veiligheidsbeleid). Daarmee stimuleerde het net het maatschappelijk debat door burgers een constructieve, betrokken en kritische stem te geven. Meer dan 1.200 Vlamingen stuurden ideeën in en 100 luisteraars gingen praten met experts, deden in workshops nieuwe inzichten op en konden rechtstreeks het gesprek aangaan met de beleidsmakers.
- Radio 1 lanceerde samen met de Nederlandse Radio 5 en de Nederlandse Taalunie *De Lage Landenlijst*. Deze gemeenschappelijke muzieklijst bevatte de beste Nederlandstalige nummers uit Vlaanderen en Nederland.
- Met de speciale uitzending *De prachtige 80* zette Radio 1 80 jaar Boekenbeurs en literatuur in de verf. Er hoorde een online-actie bij die op zoek ging naar het beste boek van de voorbije 80 jaar volgens lezers en luisteraars.
- Meer dan 48.500 luisteraars deden mee aan *De Grote Geschiedenisquiz*, een online-quiz die werd georganiseerd door Radio 1, het Davidsfonds en de KU Leuven, naar aanleiding van de 14de editie van *De Nacht van de Geschiedenis*.
- In *De week van het geld* wilde Radio 1 de Vlamingen nog bewuster maken van alles wat met geld te maken heeft.
- Radio 1 startte een zoektocht naar Nederlandstalige audioverhalen met de nieuwe wedstrijd *De beste podcast*. De winnaar kreeg een budget en technische ondersteuning om een podcastreeks te maken voor Radio 1.
- Radio 1 had speciale aandacht voor de 100ste Ronde van Vlaanderen, met een reeks over de geschiedenis van de wedstrijd.
- Op 23 april stonden alle Radio 1-programma's in het teken van 400 jaar Shakespeare.
- *Lang zullen ze leven* bracht hulde aan artiesten die recent waren gestorven, zoals Prince, David Bowie, Toots Thielemans en Jzef Vanuysel.



< De Lage Landenlijst



MISSIE:

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



< Ushuaia (K3) won Zomerhit 2016

De regionale redacties van Radio 2 bleven stevig verankerd in hun regio. De aanslagen in Brussel en Zaventem hadden een grote impact op het leven in Vlaams-Brabant en Brussel. De dag zelf en de dagen en nachten nadien bracht Radio 2 Vlaams-Brabant verslag uit over de gebeurtenissen, de hulpverlening en de genomen veiligheidsmaatregelen. Met *Klassiekers op de werkvloer*, waarin bedrijven hun favoriete platen kunnen kiezen, brachten de regioredacties gezamenlijk ongeveer 200 bedrijven onder de aandacht. Radio 2 Vlaams-Brabant volgde in 2016 een aantal mensen die Nederlands leerden. Er was een live-uitzending met rolstoelatlete Marieke Vervoort over haar uitzonderlijke jaar 2016. Tijdens De week van de toegankelijkheid was er aandacht voor personen met een beperking in *De madammen* en *De inspecteur*.

Regionale culturele actualiteit kwam aan bod in *De rotonde* met onder meer aandacht voor muzikanten, acteurs en mediafiguren.

De madammen en *Weekwatchers* besteedden aandacht aan populaire cultuur en levensstijl. Radio 2 werkte samen rond diverse culturele evenementen in Vlaanderen zoals de Boekenbeurs van Antwerpen, Erfgoeddag en Open Monumentendag. Het consumentenprogramma *De inspecteur* informeerde de Vlaamse consumenten over hun koopgedrag en besteedde daarbij aandacht aan onderwerpen die door de luisteraars zelf als prioritair werden aangegeven, onder meer het openbaar vervoer, de (on)bereikbaarheid van klantendiensten en agressieve verkooptechnieken via de telefoon.

Tijdens muzikale themadagen en -weken, zoals *Vraag het aan, 1000 klassiekers*, het muzikale eindejaarsprogramma van Radio 2 en *Klassiekers van de jaren 70* draaide Radio 2 de favoriete hits van de luisteraar. Met *The Rat Pack Kerstshow* zette Radio 2 in op de ondersteuning van de Vlaamse muziekproductie.



< De gekste straatnaam van Vlaanderen

DIGITAAL AANBOD

Radio 2 vergrootte zijn digitale voetafdruk: het aantal bezoekers steeg met 21,0% tegenover 2015.³⁸ Dat was in grote mate te danken aan het Aha-platform, waar allerlei tips en creatieve ideeën staan die dagelijks toepasbaar zijn.

In 2016 werden verschillende campagnes gelanceerd met een digitaal luik. Zo was er de verkiezing van *De gekste straatnaam van Vlaanderen* (Oude Zak in Brugge). *De gelukszoekers* bood online dan weer een interviewreeks met bekende Vlamingen over hun groot en klein geluk.

De inspecteur zette een mini-website op om mensen attent te maken op 'phishing' of spam-mails. Dat gebeurde ter ondersteuning van de cyberveiligheids campagne van het federale cyber emergency-team.

Radio 2 werkte samen met externe partners om de digitale expertise te versterken. Zo organiseerde Radio 2 samen met OpenVRT (zie p. 135) een "bootcamp" dat jonge digitale makers in Vlaanderen probeerde te verbinden met de VRT-merken. De deelnemers ontwikkelden samen met professionele coaches mogelijke digitale concepten voor *De 1000 klassiekers*.

ACTIES & EVENEMENTEN

Radio 2 is zowel regionaal als nationaal de partner van tal van evenementen in uiteenlopende sectoren: sport, cultuur, muziek, culinair en toerisme. De vijf regionale redacties van Radio 2 zetten in 2016 talloze samenwerkingen op met diverse provinciale actoren. De regionale redacties van Radio 2 zetten onder meer samenwerkingen op met Westtoer, het Centrum Ronde van Vlaanderen, Toerisme Limburg, sportclubs, de KU Leuven, Amateurama, Museum M, de Brussels musea, de Antwerpse musea, enzovoort.

- Het consumentenprogramma *De inspecteur* maakte geregeld ruimte voor grotere dossiers, bijvoorbeeld in 'de energieweek' of 'de garantieweek'. Luisteraars konden via de sociale media en andere kanalen participeren met ideeën en voorstellen.
- Naar aanleiding van de *Burgemeestersdag* werden 307 van de 308 Vlaamse burgemeesters bevraagd over hoe het met hen en hun gemeente gaat. De resultaten werden online in kaart gebracht en interactief ontsloten. Elke regionale omroep van Radio 2 nodigde ook alle burgemeesters uit op een netwerkevenement om de nieuwsconclusies voor te stellen.
- De *eregalerij* huldigde de Vlaamse artiesten Nicole en Hugo, Zjef Vanuytsel en Sylvain Vanholme.
- Op het muziek-evenement *Zomerhit* traden tal van Vlaamse artiesten op. De show was ook live te zien op Eén.
- In aanloop naar *De 1000 klassiekers* trok Radio 2 door Vlaanderen met *De 1000 klassiekers on tour*.
- Radio 2 was ook partner van Brussel Danst, met *De Vlaamse 100* op 11 juli, live vanop de Grote Markt in Brussel.



< De Eregalerij huldigde o.a. de Vlaamse artiesten Nicole en Hugo

³⁸ Berekend voor Radio2.be, Aha.radio2.be en Vivavlaanderen.radio2.be samen. (Bron: Comscore)


MISSIE:

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



< De grote Reve revue

Klara zette in 2016 in op rust en inzicht. Zo stimuleerde Klara de beleving van kunst en cultuur, klassieke muziek en jazz.

Met programma's als *Klassiek leeft*, *Promenade*, *Maestro* en *Boetiek klassiek* had Klara aandacht voor het klassieke repertoire en de muziekactualiteit. *Django* bracht een mix van klassieke muziek, wereldmuziek en jazz. *Late night* was de plek voor 'andere' muziek, waarbij diverse muziekstijlen aan bod kwamen, zoals hedendaagse jazz, hedendaags klassiek, experimentele muziek en wereldmuziek. *Take 7* en *Round midnight* lieten het jazz-repertoire horen. *Klara live* bleef in 2016 een vast afsprakemoment voor concerten. *De liefhebber* en *Iedereen klassiek* brachten klassiek tot bij de klassieke muzikliefhebber. *Walden* stond garant voor "rustgevende en inspirerende" muziek.

Vlaamse reuzen bracht de tenoren van de Oude Muziek-beweging voor de microfoon. *La vie est Riguelle* ging op zoek naar het oude en het nieuwe Franse chanson. Klara zond de vijfde en laatste reeks uit van *The Original Soundtrack*, waarin Italiaanse filmmuziek centraal stond. Een nieuw programma rond country-muziek was *Hillbilly fever*.

Pompidou stond stil bij diverse kunst disciplines met gasten uit de culturele actualiteit en vaste experts. Het kunstprogramma had aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. *Pompidou* maakte thematische uitzendingen over de Franse filosoof Michel de Montaigne, dichter en beeldend kunstenaar Marcel Broodthaers (naar aanleiding van zijn dood 40 jaar geleden) en het dadaïsme. In *Berg en dal* en *Trio* werden tal van cultuurmaatschappelijke, ethische en filosofische thema's aangesneden in gesprekken met experts, zoals de energievoorrading, migratie, de rol van Europa en het onderwijs. *Trio* maakte onder de noemer *New Minds on the Block* een serie over een aantal nieuwe academische wonderkinderen.

Venezia was een serie over Venetië. *De grote Reve revue* bracht een ode aan de schrijver Gerard Reve. Met *Radio Balu* werd de aandacht op de

maand van de filosofie gevestigd. De driedelige serie *Escout! Escout!* bracht een ode aan vijf Franstalige Vlaamse dichters zoals Max Elskamp en Maurice Maeterlinck. De reeks werd gemaakt in samenwerking met het Letterenhuis Antwerpen. De serie *Utopia ... and More* ging op zoek naar Utopia, naar aanleiding van de tentoonstellingen rond het jarige boek van Thomas More.

Klassieke "hoogtepunten" waren *De Klara Top 100* en *Amadeus*, een zesdaagse uitzending over W.A. Mozart. Ter ere van de feestdag van de Vlaamse gemeenschap werden uitsluitend Vlaamse musici of werken gespeeld. De geboorte van Erik Satie, 150 jaar geleden, werd gevierd met een "marathonuitzending" vanuit Flagey. In *Maestro* stond een week lang de piano centraal naar aanleiding van de *Flagey Piano Days*.

Klara was live aanwezig op de Frankfurter Buchmesse met drie afleveringen van *Bericht uit Frankfurt* in samenwerking met Radio 1 en Canvas.be. Op 11 november vond de marathonuitzending *Beeldenstormen*, een serie met verhalen over iconoclasme (naar aanleiding van 450ste verjaardag van de Beeldenstorm in onze gewesten) plaats, op basis van de gelijknamige podcast.

KLARA CONTINUO

Klara Continuo bracht 24 uur op 24 klassieke muziek en was digitaal³⁹ te ontvangen. Naar Klara Continuo luisterden in 2016 gemiddeld 7.856 mensen per dag (tegenover 5.951 in 2015).



< Campagnebeeld Klarafy



DIGITAAL AANBOD

Klara kreeg in 2016 een nieuwe website. Het bood ook meer aanbods informatie op zijn sociale media.

Met de in 2016 gelanceerde webtoepassing *Klarafy* kunnen luisteraars muzikale lijstjes en voorkeuren op Spotify naar klassieke muziek vertalen.

Klara maakte verschillende podcasts, zoals *Beeldenstormen* (zie eerder) en *Het hart van Napoleon*, over de belangrijke vrouwen in het leven van Keizer Napoleon.

ACTIES & EVENEMENTEN

Klara zette in op acties en evenementen over klassieke muziek, vaak in samenwerking met externe partners. Zo bleef het net verankerd in het Vlaamse culturele landschap. Klara werkte in 2016 samen met verschillende culturele partners en instellingen zoals Bozar, Flagey, De Munt, Concertgebouw Brugge, deSingel, de boekenbeurs, STUK, AMUZ, MUHKA, Muzee en Passa Porta. Er waren live-uitzendingen van *Pompidou* en *Happy Hour* vanuit diverse culturele ontmoetingsplaatsen zoals Muzee, het Plantin-Moretus Museum, het Lijsternest, het ModeMuseum in Antwerpen en Museum M. *Klara live* zond geregeld live uit vanuit een van de grote concertthuizen. Enkele hoogtepunten:

- Met *Klara in deSingel* organiseerde Klara een verbredend publieks-evenement in Antwerpen, met klassieke muziek, jazz, wereldmuziek en muziektheater.
- Klara reikte zijn muziekprijzen *de Klara's* uit tijdens *Klara in deSingel*. (zie ook: p. 73)
- *Iedereen Klassiek* vanuit het Concertgebouw Brugge was een feest van de klassieke muziek voor een ruim publiek.
- *Het Klarafestival* vond plaats onder de noemer *Erbarme Dich*, over de rol van kunst en muziek in ons tijdsgewricht.
- Klara was ook in 2016 partner van Jazz Middelheim.
- Met *Klara zkt Academie* verzorgde Klara een reeks live-uitzendingen vanuit toonaangevende kunst-academies in Vlaanderen.



< Klara in deSingel

³⁹ Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie (bron: CIM).



MISSIE:

MNM is een ontspannende hitradio die de jonge luisteraars en hun leefwereld centraal stelt en hen door een relevant informatief aanbod gidst. MNM is een aanstekelijk platform dat het uitwisselen van ervaringen faciliteert en engagement stimuleert.



MNM ondersteunt jongeren en helpt hen op weg in de maatschappij. Het net heeft zo een band met vooral scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen. In zijn aanbod gaat extra aandacht naar participatie van deze groepen via maatschappelijke debatten en acties.

Elk uur van de dag bracht MNM nieuws op maat van jongeren. In *De grote Peter van de Veire-ochtendshow* en *Planeet De Cock* waren er ook korte nieuwsuitzendingen op elk half uur.

Regelmatig zoemde MNM in op belangrijke gebeurtenissen (zoals de aanslagen van 22 maart) met meer duiding en achtergrond. Thema-uitzendingen belichtten maatschappelijke thema's uit de actualiteit, zoals werken in de zorgsector, studeren in de toekomst en langdurige ziekte.

MNM had geregeld aandacht voor grote en kleine sporten. *Road to Rio* (een programma in aanloop van de Olympische Spelen) focuste op diverse sporten zoals badminton, zwemmen, golf, hockey, tienkamp, judo, baanwielrennen, schermen, taekwando en hordelopen. *Tour of beauty* had aandacht voor wielrennen en de Ronde van Frankrijk. Tijdens het EK Voetbal volgde MNM verschillende supporters van de Rode Duivels. Een week lang had MNM aandacht voor "kleine sporten" zoals waterpolo, gymnastiek, volleybal, kunstschaatsen en handbal in het programma *Kwistet*.

In programma's zoals *Generation M* behandelde MNM maatschappelijke onderwerpen die relevant zijn in het leven van jongeren (onder meer werkloosheid, pesten en relaties vanuit het standpunt van de luisteraar). *Marathonradio* zette in juni de studenten

centraal tijdens de examenperiode, met studie- en ontspanningstips. In *De langste liefde* peilde MNM naar liefde en vriendschap bij de luisteraars.

Het muziekaanbod van MNM focuste op populaire hits. Het net zorgde voor muzikale verrassingen en ondersteunde jong muzikalent in Vlaanderen via projecten zoals *Start to dj* of de *MNM-liftconcerten*. Als hitradio investeerde MNM in hitlijsten zoals de *Click-Like40*, *MNM50*, *Ultratop50*, *MNM Dance50* en *MNM Urban50*. Er waren occasionele hitlijsten zoals de *Teens600* en de *Fan500*. Tijdens *MNM Back to the 90's & Nillies*, de *MNM1000* en de *Fan500* bepaalden de luisteraars de speellijst.



MNM HITS

MNM Hits is een digitale afgeleide⁴⁰ van MNM met non-stop hits. MNM Hits had in 2016 geregeld een aangepast muziekaanbod dat aansloot bij themaweken van MNM zoals *MNM1000*, *MNM50-hitlijsten*, *Summertime-hits* of Kerst-hits.

⁴⁰ MNM Hits is te ontvangen via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie. (bron: CIM).



< Campagnebeeld Marathonradio

ACTIES & EVENEMENTEN

MNM zette in 2016 mobiliserende acties op over jongerenthema's, zoals werk zoeken en zelfvertrouwen. Dat gebeurde in samenwerking met verschillende partners die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen zoals Let's go Urban, Unizo, verkeersorganisaties, Sensoa, steden en gemeenten en sportorganisaties. Enkele voorbeelden:

- MNM ging op zoek naar *De strafste school 2016*. Alle middelbare scholen in Vlaanderen konden deelnemen door een zelfgemaakt filmpje in te zenden waarin ze zichzelf op een originele manier voorstellen. Het Stedelijke Lyceum Lamorinière uit Antwerpen kwam uit de bus als winnaar.
- In *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* sloeg MNM een brug tussen werkgevers en werkzoekenden. De radio-actie gaf met de steun van VDAB tips aan jonge schoolverlaters om

een job te vinden en het werk aange-naam te houden. Daarnaast was er aandacht voor her- en bijscholing.

- De actie *Pop up store* gaf drie luisteraars de kans om hun ondernemerschap en hun onderneming voor te stellen.
- Samen met de VRT-verkeersredactie en VAB organiseerde MNM *De verkeersweken* met aandacht voor de zwakke weggebruikers.
- Naar aanleiding van de dag van de wetenschap werden, in samenwerking met Technopolis, wetenschapsproeven en -vraagstukken voorgelegd aan wetenschappers en luisteraars.
- In het kader van de Boekenbeurs in Antwerpen en de VRT-Taaldag lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers in 2016 de derde editie van *Woordslam*, een wedstrijd voor jongeren in diverse expressieve taalvormen (zoals rap, dans en poëzie).
- Voor de vijfde keer ging MNM op zoek naar nieuwe radiotalenten in Rock 'n roll radio highschool. Dat scholenproject liep in samenwerking met studenten en docenten uit verschillende media-opleidingen. Daarbij kregen zes Vlaamse hogescholen zes weken lang een masterclass in de MNM-studio's.
- Om sport en beweging te promoten ondersteunde MNM een aantal sportevenementen, zoals *Velofollies* (een fietsbeurs) en *Wings for life* (een loopwedstrijd).
- Tijdens *De dag van de luisteraar* zette MNM zijn publiek centraal met verschillende acties, waaronder een gratis ontbijt voor een aantal luisteraars (via een wedstrijd) en live-optredens.
- In *Sing your song live* konden luisteraars in de zomer de grootste hits meezingen met een liveband.
- MNM riep samen met de Vlaamse minister van Onderwijs, de Koning Boudewijnstichting, de Vlaamse Onderwijsraad en de Vlaamse Scholierenkoepel jongeren op om "de school van morgen te ontwerpen" en aan te geven wat in de toekomst geleerd zou moeten worden. *Generation M* ging drie weken lang mee op zoek naar antwoorden. Er kwamen in totaal 76 inzendingen binnen. De selectie van de 10 finalisten gebeurde door een jury van experts. De uitgewerkte voorstellen werden overgemaakt aan de Vlaamse minister van Onderwijs.



< UrbaNice

DIGITAAL AANBOD

MNM is meer dan radio alleen en is aanwezig op alle relevante digitale platformen om jongeren te bereiken. MNM werkte in 2016 verder aan die 360°-aanpak, zowel via de eigen website als via sociale media. Op digitaal vlak zette het net onder meer video-experimenten op en testte het via sociale media de betrokkenheid van de luisteraar en zijn behoeften rond digitale interactie.

- Online en via de sociale media was er het *Ninja-nieuws*, een nieuwsaanbod afgestemd op jonge luisteraars.
- MNM bouwde verder aan MNM.be en GenerationM.be, een onlineplatform dat inspeelt op de leefwereld van jongemensen. MNM bracht verhalen die exclusief voor die digitale platformen gemaakt werden, zoals een verslag vanop de Belgian Tube Days, waar bekende vloggers hun expertise rond videocontent deelden.

- MNM bracht ook een video- en vlogverhaal over citytrips in Europa. Jongeren kregen daarbij tips over de steden en over budgetvriendelijk reizen.
- Via de sociale media konden de luisteraars hun berichten posten. Verschillende reacties kwamen aan bod in verschillende programma's zoals *Big hits*, *Generation M*, *De grote Peter Van De Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock*.
- MNM bouwde zijn aanwezigheid op Spotify uit met MNM-afspeellijsten (bijvoorbeeld *MNM 50*, *MNM 1000*, *Urbanice classics*, *Top 100 van 90's* en *Marathonradio 100*) en plaatste meer verhalen op Snapchat.



studio
brussel

MISSIE:

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



< De warmste week van Music for life

Onder het motto *Life is music* staat muziek centraal bij Studio Brussel. In 2016 bood het net veel ruimte voor het verdiepende muziekaanbod en ontdekkingen in specifieke muziekprogramma's en -evenementen. Naast het dagelijkse muziekprogramma Zender, hadden dj's en muziekspecialisten zoals Faisal, Lefto, Discobaar A Moeder, Goe Vur in den Otto, Murdock, Goldfox, Stavroz en Sheridan hun eigen programma.

Nieuwkomer Dj Konna kreeg zijn eigen programma (*Konna*). In *Playground* speelden dj's uit het elektronische genre. In De mixx mocht een jonge, onbekende dj elke zaterdag een uur lang plaatjes draaien. In *All Night Long* speelde een dj samen met zijn gasten een hele nacht radio. Een centrale gast koos zelf zijn favoriete muziek in *Lemaire luistert*. *Engelen & Chedraoui* ging op zoek naar muziek over levens-thema's zoals liefde, dood, huwelijk, school, seks en ziekte.

Met de inbreng van de luisteraar werden verschillende muzikale hitlijsten samengesteld, zoals *De 100 van eigen kweek* (de 100 beste Belgische platen), *The Greatest Switch* (de 100 beste dansplaten), *De zwaarste lijst* (de 66 beste "zwarte gitaar"-platen), *Album 500* (de 500 beste albums) en *De tijdloze* (de 100 meest "tijdloze" nummers).

De muzikale actualiteit kreeg aandacht met verschillende thema-uitzendingen, zoals bij het overlijden van Leonard Cohen, Prince en David Bowie.

Pop = art vierde 60 jaar popmuziek met een muzikale reeks van 60 muzieknummers uit elk popjaar, een boek en een tentoonstelling in Museum M in Leuven. Studio Brussel besteedde een week lang aandacht aan de 40ste verjaardag van de punk (onder meer met de *Punk 40*, een muzieklijst gekozen door de luisteraars).

Studio Brussel gaf elk uur nieuwsupdates op maat van zijn luisteraars. Bij "grote nieuwsfeiten" was er extra duiding in de reguliere programma's. Na de aanslagen in Brussel paste het net zijn programmering aan: onder het motto *Beats of love* bracht Studio Brussel toen informatie, reacties en gevoelens van luisteraars, en aangepaste muziek.

Op zondagmiddag belichtte *Studio sport* de sportactualiteit. Het programma had aandacht voor kleine sporten en sporters. Ter promotie van De maand van de sportclub zond het programma live uit vanuit de Atletiekclub Lokeren. Het net had aandacht voor "urban sports" (met een live-uitzending vanop Antwerp Urban City) en de 10 Miles van Antwerpen (met een live-uitzending).



ACTIES & EVENEMENTEN

De sociale en maatschappelijke betrokkenheid van Studio Brussel weerspiegelde zich onder andere in samenwerkingen, evenementen en live-uitzendingen over verschillende thema's, zoals studeren, milieu, mobiliteit, jongeren en kunst en ondernemerschap.

- Studio Brussel werkte vaak samen met diverse sociale en culturele actoren. Dat leidde tot verschillende live-uitzendingen, onder andere in het kader van De 1000 km tegen kanker, De dag van de jeugdbeweging, De week van het bos, Kunstbende, Jong keukengeweld, Clean Beach Cup, en de "studentenwelkoms" in Brussel, Leuven en Antwerpen.
- De radio-actie *Villa 84* focuste op de impact van de digitalisering op het dagelijks leven, onder andere met een online bevraging over 'digitale afhankelijkheid'. Voor *Villa 84* werd live uitgezonden vanuit een huis uit 1984. Luisteraars konden hun ervaringen en herinneringen uit de jaren 80 online met elkaar delen.
- In *Studio dada* ging Studio Brussel op zoek naar nieuwe talenten, onder meer in radio maken, het creëren van online-aanbod en in het realiseren van videofilmpjes. Luisteraars konden zich via speeddates kandidaat stellen om voor Studio Brussel te werken.
- Studio Brussel organiseerde ook het *Car Free Festival*. Op Car Free Day konden pendelaars in trein-,

tram- en busstations genieten van optredens van Belgisch muzikaal talent.

- Meer dan 800 mensen schreven zich in voor de muzikale talentwedstrijd *De nieuwe lichting*. (zie ook p. 69).
- Onder de noemer *All Areas* zond Studio Brussel live uit vanop de festivals Extrema, Rock Werchter, Tomorrowland, Pukkelpop en Laundry Day. Vele andere festivals en concerten kregen een verslag op radio en op de digitale platformen.
- Studio Brussel hield muzikale themaweekens zoals *De week van eigen kweek* (een week lang alleen Belgische muziek) en *De week van de eeuw* (zoektocht naar de soundtrack van de 21e eeuw).
- De eigen *Club 69*-concerten gaven in 2016 een platform aan verschillende artiesten, zoals Years & Years, Underworld en Last Shadow Puppets.
- Een aantal afgestudeerden van de muzikafdeling van de hogeschool PXL kregen de kans om een hele avond live uit te zenden op Studio Brussel.
- Met *Dance with the devils* speelde Studio Brussel in op het Europees kampioenschap voetbal. In de Lotto Arena werden de wedstrijden van de Rode Duivels op een reuzenscherm getoond. Ze werden voorafgegaan en gevolgd door muzikale optredens.

< Stardust for Bowie



DIGITAAL AANBOD

De radiopresentatoren werden door Studio Brussel op de digitale platformen meer naar voor geschoven als trekkers en gidsen bij het digitaal aanbod. Het net ging bij elk bericht of actie steeds na welk digitaal platform het best ingezet kon worden.

De spitlist scoutte YouTube-hosts van diverse afkomst om hun speellijst te komen voorstellen. Op Snapchat kregen de accountbeheerders carte blanche om geheel volgens hun eigen stijl verslag uit te brengen vanop muziekevenementen. Van tientallen radio-acties bracht Studio Brussel een Facebook Live-uitzending.

Om Bowie te huldigen creëerde Studio Brussel *Stardust For Bowie*, een online platform waaraan wereldwijd meer dan 250.000 fans hun favoriete David Bowie-song toevoegden.



< Villa 84 (Studio Brussel)



DE WARMSTE WEEK VAN MUSIC FOR LIFE

De warmste week van *Music for life* zorgde in heel Vlaanderen voor een golf van solidariteit met 6.195 acties voor 1.311 verschillende goede doelen. Al die acties samen leverden een bedrag op van 7.802.913 euro. Als organiserend VRT-net zond Studio Brussel een hele week voor Kerstmis live uit vanuit de Schorre in Boom. In de vijf provinciehoofdsteden en Brussel kon iedereen deelnemen aan de *Warmathons*, een loopevenement ten voordele van alle goede doelen.

Op de laatste dag van *Music for Life* was er *De warmste radio*, waarbij Radio 1, Radio 2, MNM en Studio Brussel in een gemeenschappelijke uitzending aandacht besteedden aan de solidariteitsactie. Ook de televisienetten van de VRT deden mee met *De warmste week*, met live-uitzendingen (op Eén en Canvas), tv-specials en allerlei acties, zoals *De Ketnet koekenbak* en *Blokken for life* (Eén). VRT Nieuws organiseerde de actie *Het vooruitzicht*, met lezingen en voordrachten van de VRT-journalisten over allerhande thema's. *Bastille for life* was een concert in de Ancienne Belgique ten voordele van Unicef, het goede doel dat de band Bastille zelf koos voor *Music for life*.

De warmste week-app liet toe om beelden en foto's op een eenvoudige manier te bezorgen aan de redactie van *De warmste week*. Dat beeldmateriaal werd gebruikt in de livestream en de televisie-uitzending van het evenement.

Als symbool voor *De warmste week* werd de VRT-toren een week lang uitgelicht als 'vlam'.



< Campagnebeeld De warmste week



Iedereen zorgt voor iedereen

De
Warmste
Week

MUSIC for LIFE

18-24 december

Lorenzo Van Loon,
Medewerker realisatie Studio Brussel –
Coördinatie actiedorp *Music for life*
29 jaar

“Samen met de rest van het team realiseer ik alles bij Studio Brussel dat niet onder het dagdagelijkse radio maken valt. Dat is bijvoorbeeld het realiseren van de eenmalige thema-uitzendingen, het uitwerken van de radiospots, de technische flow verbeteren, enzovoort. Het leuke aan deze job is dat het heel gevarieerd werk is: de ene dag zit ik binnen in de studio te monteren, de andere dag ben ik in Boom om kabels door tentjes te trekken voor *Music for life*.”

“Bij *Music for life* hadden we in 2016 een actiedorp. Daar konden mensen die een actie deden hun verhaal vertellen aan de presentatoren. Dat actiedorp realiseren was niet gemakkelijk. Er waren amper voorbeelden, waarop

we ons konden baseren. We moesten dan ook over de meest uiteenlopende zaken goed nadenken om alles tot een goed einde te brengen: het decor moest 100% *Music for life*-waardig zijn, alles moest goed in beeld gebracht kunnen worden, technisch moest alles vlot verlopen en de mensen moesten vloeiend door kunnen stromen. Net omdat alle medewerkers zo gemotiveerd waren, is het een onwaarschijnlijk succes geworden. Uiteindelijk hebben meer dan 1.000 mensen hun babbel gedaan en iedereen ging met een warm gevoel naar huis. In de toekomst willen we dan ook nog extra inzetten op die publiekservaring waarbij luisteraars zelf hun verhaal kunnen doen aan de presentatoren.”



“Omdat alle medewerkers zo gemotiveerd waren, is *De warmste week* een onwaarschijnlijk succes geworden.”

één

MISSIE:

Eén wil zoveel mogelijk Vlamingen inspireren met een breed en gevarieerd programma-aanbod: een mix van nieuws en informatie, cultuur, human interest, Vlaamse fictie, documentaire reeksen, sport en ontspanning.



< Ten oorlog special: Onder Vlaamse velden

Om te voldoen aan haar informatie-opdracht is het voor de VRT belangrijk dat het nieuws- en informatieaanbod op Eén een breed publiek bereikt. Eén bracht in 2016 vier journaals per dag (om 13 uur, 18 uur, 19 uur en *Het journaal laat*) en extra journaals wanneer de actualiteit daarom vroeg. De duidingsprogramma's *Villa Politica*, *De zevende dag* en *De vrije markt* werden voortgezet. *Pano*⁴¹ volgde sinds het najaar van 2016 *Koppen* en *Koppen XL* op. Het duidingsprogramma bood telkens een lange reportage van eigen makelij over actuele thema's. De talkshow *Van Gils & gasten* ging op weekdagen ook dagelijks in op gebeurtenissen in de actualiteit. De reeks *Over 5 jaar* blikte met een aantal bekende gasten terug op de gebeurtenissen in de voorbije vijf jaar. Eén speelde in op de actualiteit, onder andere met de reportagereeks *Molen-*

< Het goeie leven

beek, onbemind en onbekend naar aanleiding van de terreur in ons land en met *Afspraak in Rio* in de aanloop naar de Olympische Spelen in Rio.

Eén zette in op ontspannende programma's met een educatieve insteek. In 2016 zond het net een nieuw programma uit over actuele voedingsvragen: *Over eten*. In *Voor hetzelfde geld* kregen de kijkers tips om "het leven goedkoper te maken". *Het goeie leven* probeerde mensen warm te maken voor tuinieren en koken. *Dagelijkse kost* zette mensen aan tot koken. *Copy beest* wierp een blik op de relatie tussen mens en dier. De reeks *Een kwestie van geluk* zette de bewoners van Antwerpen-Noord in de kijker. *Iedereen beroemd* liet dagelijks zien wat er leeft in Vlaanderen. Het toeristisch programma *Weg zijn wij* gaf de kijker tips over activiteiten en overnachtingen in eigen land. *Het huis* portretteerde een aantal bekende Vlamingen. *Buurman, wat doet u nu?* portretteerde dan weer bekende Nederlanders. *Flying doctors: Virunga* toonde het werk van Vlaamse hulpverleners in het oosten van Congo.

Eén informeerde de kijker over maatschappelijke thema's en gebeurtenissen in de samenleving. *Ten oorlog special: Onder Vlaamse velden* was een driedelige reeks over de Eerste

Wereldoorlog in Vlaanderen. *Via Annemie* bracht verhalen over de weerbaarheid van mensen, hun moeilijke keuzes en de grillige wegen van het lot. *De noodcentrale*, *Spoed 24/7* en *De fiscus* lieten de Vlaming meekijken achter de schermen van respectievelijk een noodcentrale van de hulpdiensten, een spoedafdeling en de federale belastingdiensten.

Eén programmeerde Vlaamse fictie. *Den elfde van de elfde* en *Als de dijken breken* waren nieuwe fictiereeksen. Van *Professor T.* en *Eigen kweek* werd een tweede seizoen uitgezonden. De Ridder kreeg een vierde reeks. Thuis bracht dagelijks ontspanning met aandacht voor actuele thema's. Er werd gekwist in *Kalmte kan u reddden*, *Twee tot de zesde macht*, *Switch*, *Blokken* en *De allesweter*. *Sorry voor alles* was een spelprogramma waarin kandidaten geconfronteerd werden met verborgen opnames waarin ze zelf een centrale rol speelden.

Eén investeerde in de verslaggeving, duiding en omkadering van evenementen die het land samenbrachten, zoals over de Rode Duivels op het EK Voetbal met de talkshow *Panenka!*, de atleten op de Olympische Spelen in *Sporza Rio 2016* en de renners in de Ronde van Frankrijk met de talkshow *Vive le vélo*.

⁴¹ Het was ook de opvolger van Panorama, dat voorheen op Canvas liep.



DAGELIJKSE KOST

— MET JACQUES WILMS —



DIGITAAL AANBOD

- Eén vernieuwde in 2016 zijn website. Een.be werd uitgebouwd als een “ontspannend en informerend digitaal belevingsmagazine” in functie van het programma-aanbod van de televisiezender. De website bood extra inhoud en achtergrond bij verschillende programma's, zoals de consumentenprogramma's *Voor hetzelfde geld* en *Over eten*. Extra aandacht ging uit naar de versterking van de digitale “communities” van *Thuis*, *Dagelijkse kost* en *Iedereen beroemd*. Videofragmenten die specifiek gemaakt werden voor de digitale platformen verbreedde de context van programma's of ging er net dieper op in. De receptenservice van *Dagelijkse kost* werd vernieuwd met aandacht voor toegankelijkheid op mobiele platformen. Ontspanning en

humor stonden centraal bij het digitale aanbod van (de heruitzending van) *Het eiland*. Een tv-gids maakte de gebruiker wegwijs door het Eén-aanbod.

- In 2016 vergrootte Eén zijn aanwezigheid op de sociale media, zowel op Facebook als op Instagram. Daarbij speelde de zender in op wat leeft in Vlaanderen. Bij de aanslagen in Zaventem en Brussel op 22 maart lanceerde Eén de hashtag #lightsforbelgium. Daarmee kon iedereen een bericht van hoop of een foto posten op sociale media. Eén experimenteerde met interactieve livevideo op Facebook. *Zomerkost* gaf bijvoorbeeld hobbykoks de kans om live in de keuken van *Dagelijkse kost* te koken voor een digitaal publiek. Voor de conversaties op Facebook Messenger over *Thuis* (Eén) konden surfers gebruik maken van digitale stickers.

ACTIES & EVENEMENTEN

Eén wil de band met zijn kijkers versterken door middel van speciale acties en belevingsevenementen.

Enkele voorbeelden:

- Duizenden fans konden tijdens de *Thuisdag* in Sint-Niklaas persoonlijk kennismaken met de acteurs van de serie.
- Op Valentijnsdag nodigde Eén een aantal kijkers uit om samen met een partner de romantische film *Achter de wolven* te gaan bekijken.
- Op Moederdag deelde Eén gratis kinderschorten uit.
- Bij de lancering van de najaars-programmering konden een aantal kijkers samen met presentatoren en andere gezichten van Eén de programma's ontdekken tijdens een pop-uptuinfeest in Lier.



< Den elfde van den elfde



< Campagnebeeld Kinderschortenactie

canvas

MISSIE:

Canvas inspireert een bewust publiek dat op zoek is naar meer duiding en verrijking, nieuwe inzichten en eigenzinnige, verrassende content.



< Asfalt

Canvas werkte in 2016 verder aan de vernieuwing die het in 2015 had ingezet en legde enkele nieuwe accenten.

In januari werd de uitzending van *Terzake* van de late avond verschoven naar 20.05 uur. Zo ontstond een informatie- en duidingsblok van ruim een uur waarin *Het Journaal van 20 uur*, *Terzake* en *De afspraak* elkaar opvolgden. *Terzake* focuste daarbij vooral op het nieuws van de dag met interviews en reportages. In *De afspraak* was er ruimte voor opinie en debat over de bredere actualiteit en maatschappelijke thema's. Canvas paste zijn programmering soms aan naar aanleiding van de actualiteit, met extra en/of langere uitzendingen. Dat gebeurde onder meer bij de aanslagen van 22 maart, de presidents- en parlementsverkiezingen in Amerika en het overlijden van Fidel Castro.



< België scherpgesteld

In het najaar werd *Panorama* op Canvas vervangen door *Check-point*.⁴² Dat programma bracht langere documentaires over de grote verhalen van onze tijd. Het waren meestal internationale producties, maar er was ook ruimte voor een eigen reportage over de relatie tussen Europa en Rusland, 25 jaar na de val van de USSR.

De ideale wereld zorgde (in principe) drie keer in de week voor een satirische blik op de actualiteit.

In 2016 had Canvas aandacht voor kunst en cultuur met muziek- en praatprogramma's zoals *Studio Flagey Klassiek* en *Off the record, Poporama* (een programma over hedendaagse alternatieve muziek), *de Koningin Elisabethwedstrijd*, *Rock Werchter Live*, documentaires over architectuur (zoals *Reyers 2020*, over de visie van architectenbureaus op het nieuwe VRT-gebouw), beeldende kunsten (zoals *De Canvasconnectie*, met portretten van kunstenaars) en fotografie (*België scherpgesteld*, met portretten van Belgische topfotografen), en een dagelijks literatuurprogramma (*Winteruur*). In het najaar startte *Culture Club*: een wekelijkse talkshow over de culturele actualiteit. In *Wanderlust* deelden filosofen, kunstenaars, schrijvers en wetenschappers met diverse filosofische en religieuze achtergronden hun visie op het leven.

In *Radio Gaga* luisterden de presentatoren naar diepmenselijke verhalen op specifieke locaties, zoals het Zeepreventorium in De Haan, het penitentiair landbouwcentrum van Ruiselede, een palliatieve zorgorganisatie, een multiculturele wijk en een voorziening voor blinden en slechtzienden. *Kleine helden* portretteerde gewone mensen die op verschillende plaatsen in de wereld in moeilijke omstandigheden het verschil maken. In het programma kwamen diverse thema's aan bod, zoals omgaan met verlies van dierbaren en onrechtvaardigheid.

Het eerste kwartaal volgde startende Vlaamse ondernemers in de meest diverse domeinen. *Changemakers* bracht vijf mensen in beeld die "op een alternatieve manier" grote maatschappelijke problemen aanpakken.



< *Check-point* had aandacht voor De Amerikaanse presidentsverkiezingen

⁴² *Panorama* verhuisde in het najaar naar Eén, en heette voortaan *Pano*.



DIGITAAL AANBOD

- Op Canvas.be kon het publiek in 2016 het merendeel van de Canvas-programma's herbekijken of nieuwe programma's in preview ontdekken.
- Het onlineplatform *Wereldbeeld* focuste op levensbeschouwelijke thema's.
- In de webserie *#Pitch* presenteerden jonge bedenkers en ondernemers hun ideeën om extra hulp en middelen te vinden voor hun (toekomstige) onderneming.
- Er waren in 2016 verschillende interactieve onlineprojecten. *Ik ga op reis en ik lees* was een actie naar aanleiding van de zomervakantie waarbij lezers elkaar boeken konden aanraden. In de

periode van de muziekfestivals in de zomer bood *Festivalkalender* iedereen de mogelijkheid zijn of haar ultieme festivalkalender samen te stellen. Naar aanleiding van de Boekenbeurs in Antwerpen ging *De zin van* op zoek naar "de mooiste, spannendste, meest intrigerende of grappigste zin" die de bezoekers van de site ooit gelezen hadden.

- In het najaar startte Canvas met een online-magazine vol cultuurtips, als 'bijlage' bij het televisieprogramma *Culture Club*.
- Canvas verspreidde de informatie over haar aanbod maximaal via de sociale media en met behulp van het VRT-syndicaatieplatform, dat mediapartners beelden aanbiedt om te delen.

In de documentaire reeks *De herontdekking van de wereld* reisden zes Vlaamse wetenschappers hun helden achterna en vertelden over hun belang voor de wetenschap. Diepgaande gesprekken aan de hand van filmfragmenten vormden het uitgangspunt van het interviewprogramma *Alleen Elvis blijft bestaan*.

Canvas zette in op sport en sportuiding, onder meer in de wekelijkse uitzending van *Extra Time*, dat achtergrond verschaft bij de voetbalactualiteit. Tijdens de voorjaarsklassiekers wielrennen kwam daar *Extra Time Koers* bij. In de reeks *De kleedkamer* vertelden voormalige voetballers over succes en vergankelijkheid. *Asfalt* keek op een alternatieve manier naar wielrennen, karten, autoracen, skateboarden, motorracen en breakdancen. Daarnaast waren er de talrijke sportverslagen, onder meer van het EK Voetbal en de Olympische Spelen.

Ontspanning bood Canvas onder andere met films en fictiereeksen. Zo waren er twee nieuwe Vlaamse fictiereeksen met humor: *Clinch*, waarin telkens drie personages werden samengebracht door het noodlot, en *De 16* over het leven op het kabinet van een vicepremier.



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- Naar aanleiding van de documentaire *Oratorium zonder Doel*, over de havenuitbreiding in en rond Antwerpen, organiseerde Canvas een première en een debat met vertegenwoordigers van het havenbeleid en actiegroepen.
- *Wanderlust: Geloof in Utopia* was een debatavond met 20 experts over religie en levensbeschouwing, in samenwerking met het stadsfestival 500 jaar Utopia, de KU Leuven en Museum M.
- In het kader van de Canvasreeks *De herontdekking van de wereld* organiseerde Canvas een debat met als centrale vraag 'Zit het kwaad in elk van ons?'.



MISSIE:

Ketnet wil een unieke 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.



< Boeva & The Games

De VRT heeft een bijzondere opdracht te vervullen ten aanzien van kinderen. Daarom geeft een aanbodsmerk (Ketnet) prioriteit aan deze doelgroep. Het merk biedt een hedendaagse en creatieve mediabeleving die inspelt op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen.

Ketnet wil kinderen begeleiden in alle domeinen van hun ontwikkeling en met heel uiteenlopende programma's: van *Bumba* voor de allerkleinsten tot *D5R* voor de oudere kinderen. Ketnet is een kwalitatief, reclamevrij en veilig vertrouwensmerk met een aanbod voor alle kinderen. Vijf kernwaarden vormen de basis van dit aanbod: Ket-



< Generatie K

net is verbindend, stimulerend, fascinerend, positief en ontspannend. Aan de hand van die waarden bood Ketnet in 2016 een mix van vertrouwde en nieuwe programma's die nauw aansluiten bij de leefwereld van de kinderen.

Met *Karrewiet* bracht Ketnet nieuws op kindermaat en met *Karrewiet plus* gaf het net duiding bij maatschappelijk relevante thema's. *De geonauten* ging dieper in op de actualiteit aan de hand van de millenniumdoelstellingen. Daarbij werden net als in het magazine *Generatie K* ook de kinderrechten verkend.

Op educatief vlak ging de wetenschappelijke quiz *Superbrein* op zoek naar "het superbrein onder de Ketnetters". *Klein gespuis* bracht de jongste kijkers biologische kennis bij door de zwangerschap van verschillende huisdieren op te volgen. *Kaatjes kameraadjes* zocht een antwoord of een oplossing op alledaagse vragen en problemen waar de jongste kinderen mee in contact komen.

Generatie K zette kinderen aan het denken over zichzelf, over hun rechten, over de maatschappij en over rechtvaardigheid.

Boeva & The Games liet de kinderen kennismaken met de inspirerende, creatieve en sociale mogelijkheden van het gamen.

In *De blacklist* werden kinderen aangemoedigd en geholpen om hun dromen waar te maken. *De checklist* stimuleerde kinderen om actie te ondernemen door records te verbreken. Een nieuw seizoen van *Mijn sport is top* daagde Ketnetters uit om hun sport te demonstreren en het daarbij op te nemen tegen een bekende Vlaming.

In 2016 waren er een aantal vervolgrekken van Vlaamse fictieseries, zoals de realistische fictiereeks⁴³ van *D5R*, het muzikale verhaal van *Ghost Rockers* en de stopmotionreeks *Rintje*. Andere nieuwe fictieprogramma's waren onder meer *De leeuwenkuil* en *Dance academy*.

Voor muzikaal amusement zorgde onder meer *Ketnet musical*. Nadat in het voorjaar van 2016 de musical *Kadanza together* liep, volgde in het najaar een nieuwe zoektocht naar musicaltalent: *Ketnet musical Unidamu*.

⁴³ Realistische fictie is een fictiegenre dat stijlistisch en inhoudelijk aanleunt bij de documentaire.

DIGITAAL AANBOD

Het online-aanbod van Ketnet bestond uit drie hoofdcomponenten: de website, de interactieve online-community van Ketnet en de apps:

- Op Ketnet.be hadden kinderen toegang tot onder meer volgende diensten:
 - (her)bekijken van audiovisueel aanbod, met een afzonderlijke informatiekanal voor *Karrewiet*
 - spelletjes zoals puzzels, quizen en behendigheidsspelletjes
 - doe-activiteiten, zoals knutselen en kookinspiratie
 - wedstrijden
 - een tv-gids
 - informatie en nieuws over de wrappers

- De interactieve online-community van Ketnet telde in 2016 meer dan 60.000 actieve 'Ketprofielen' per maand. Ketnetters hebben daarmee de mogelijkheid om te reageren op filmpjes en om de nieuwsbrieven van Ketnet en *Karrewiet* te ontvangen. Ze kunnen vrienden worden met de wrappers, berichten schrijven en foto's uploaden. Kinderen die een King Size-profiel aanmaken, kunnen andere vriendjes toevoegen en elkaars berichtjes en foto's bekijken. Ouders moeten dat profiel activeren. Via deze online-community verbindt Ketnet kinderen met elkaar en brengt het hen mediawijsheid bij. *Karrewiet* bundelde vanaf mei via de

Twitteraccount @Karrewiet "de slimste, tofste en grappigste uitspraken" van kinderen over de actualiteit.

- De Ketnet-app richtte zich op kinderen tussen 6 en 12 jaar. Met de gratis app (voor tablet en smartphone) konden de kinderen audiovisuele content van Ketnet bekijken op hun smartphone of tablet. Verder was het mogelijk om spelletjes te spelen, foto's te bewerken en vrienden en wrappers te volgen. Het aanbod op de Ketnet Jr.-app bestond uit volledige programma's, videofragmenten en spelletjes zoals puzzels en zoekspellen op maat van peuters en kleuters.

ACTIES & EVENEMENTEN

Ketnet was in 2016 met verschillende evenementen aanwezig in heel Vlaanderen:

- In de dagen na de aanslagen van 22 maart probeerde Ketnet kinderen te helpen om dat nieuws te verwerken en hen positief naar de toekomst te laten kijken. Onder de noemer *#krijtjesvolhoop* werden kinderen uitgenodigd om de wereld wat kleur te geven en hun gevoelens een plaats te geven in een krijttekening.
- Ketnet reikte tijdens *het Gala van de*

Gouden K's awards uit in verschillende categorieën, zoals sport, muziek, games, tv en hypes.

- Na de televisiereeks *De helden* kwam een langspeelfilm, waarin de hoofdpersonages hun handigheid en vindingrijkheid gebruikten om hun doel te bereiken: *Helden van de zee*.
- In februari ging de *Ketnet Musical-Kadanza Together* in première, met liedjes uit 10 jaar Junior Eurosong.
- Voor de actie *Move tegen pesten* mobiliseerde Ketnet iedereen om een vuist te maken tegen pesten. 324.314 kinderen uit 2.068 scholen schreven

zich samen met hun klas of school online in voor de actie. Ze maakten zo duidelijk dat ze in actie wilden komen tegen pesterijen. Uit een impactonderzoek na afloop bleek dat 83% van de Vlaamse kinderen vond dat er op hun school minder gepest werd door de *Move tegen pesten*.

- Ketnet zette in het najaar van 2016 sterk in op de mogelijkheden van gamen. Alle game-initiatieven uit de *game-weeken van Ketnet* kwamen samen in het *Ketnet Game Event* in Flanders Expo. Kinderen en ouders konden er kennis maken met 'virtual & augmented reality', 'co-derdojo's' (workshops om te leren programmeren), robots en een stand-up-comedyshow.
- Meer dan 2.000 klassen uit de lagere school staken de handen uit de mouwen voor de *Ketnet-Koekenbak*, in het kader van *De warmste week*. (zie ook: p. 106)
- Andere evenementen en acties waren onder andere Buitenspeeldag (in samenwerking met Nicklodeon, VTMKZOOM en Studio 100 TV), *Heldendag*, *De pet op tegen kanker*, *Ghost Rockers Show*, *De Ketnet Zomertour*, *Ketnet Arena* (rond het EK Voetbal en de Olympische Spelen), *Duivelse +school* (in samenwerking met de Rode Duivels), *Ketnet Halloween* en *D5R-fandagen*.



< Ketnet musical



KETNET JR.

Om alle kinderen te kunnen bereiken, werkt Ketnet met subdoelgroepen. Omdat peuters en kleuters eigen noden en behoeften hebben, bood Ketnet dagelijks content aan voor deze subdoelgroep. Dat gebeurde op het Ketnet-kanaal, via de rode knop (op de digitale platformen van Telenet en Proximus) en via een digitaal lineair aanbod onder de naam K'tje. In 2016 werd K'tje omgedoopt tot Ketnet Jr.⁴⁴ en ook aangeboden via een app en Ketnet.be.

Ketnet Jr. heeft dezelfde missie en waarden als Ketnet, maar past die aan voor de specifieke 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.

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 6 jaar. Op het huidige Ketnet-kanaal is er weinig ruimte (zendtijd) voor die leeftijdsgroep. De VRT wil de jongste kijkers beter bedienen met hun eigen televisiekanaal en veel Vlaamse (co-)producties in een reclamevrije omgeving. De aanvraag werd, conform de beheersovereenkomst, door de Vlaamse regering voor advies voorgelegd aan de Vlaamse Regulator voor de Media. De Vlaamse regering zal uiteindelijk beslissen of Ketnet al dan niet gesplitst kan worden in een Ketnet-kanaal dat zich richt op 6- tot 12-jarigen, en een Ketnet Jr.-kanaal dat zich richt op de kinderen tot 6 jaar.

44

Deze naamsverandering kwam er omdat er verwarring was omtrent de naam 'K'tje'. Deze naam werd namelijk ook gebruikt voor het aanbodsfiguur 'Kaatje'.

Telidja Klai,
Aanbodverantwoordelijke programma-aankoop en coproductie Ketnet

"Ik vind dat de openbare omroep, naast ouders en leerkrachten, even goed een belangrijke opdracht heeft in de begeleiding van kinderen en jongeren in hun ontwikkeling. Media hebben gewoon een heel grote impact op het leven van iedereen, en zeker ook op dat van kinderen. Met Ketnet bereiken we wekelijks een kind op twee en kinderen kijken gemiddeld twee uur per dag televisie. Ik zie er, als ontwikkelingspsychologe, dan ook meteen een uitdaging in om kinderen op de juiste manier te bereiken en een bepaald normen- en waardenkader mee te geven.

Als openbare omroep is het onze maatschappelijke plicht om kinderen mee groot te brengen tot zelfstandige, kritische, jonge mensen die gelukkig zijn en de juiste waarden meedragen. Daarom spreken we ook over een 360°-benadering. Dat betekent dat Ketnet deel wil uitmaken van de leefwereld van kinderen om echt een impact te hebben. Dat gaat niet als je enkel op de televisie aanwezig bent. Met Ketnet willen we echt een 'love-brand' zijn. Als ze op een evenement confetti in de lucht schieten en ik zie

al die kinderen joelen dan denk ik 'dit is waarom we het doen'. Elke glimlach die wij tevoorschijn toveren, daar word ik gelukkig van. Elke droom die we waar kunnen maken, daar word ik gelukkig van. Als er iets negatiefs gebeurt en we kunnen de kinderen hoop meegeven voor een betere wereld, dat is waar we het verschil maken. Het is belangrijk dat we hen die hoop geven. Het leven is geen roze wolk, maar je moet hen wel duidelijk maken dat zij zelf een stuk verandering kunnen en zullen moeten brengen in hun leefwereld. Je moet hen emanciperen. Als wij aanwezig zijn in hun leven en echt dicht bij de kinderen staan, dan vormen we mee de bouwstenen van hun leefwereld.

Kinderen zijn de toekomst. Binnen 20 jaar maken zij de beslissingen voor ons. Daarom ook dat we er van overtuigd zijn dat een eigen televisiekanaal voor Ketnet Jr. (dat gericht is op de allerjongste kinderen) een positief element kan zijn in de ontwikkeling van deze doelgroep. Die hele jonge doelgroep bereiken we nu onvoldoende, terwijl het net belangrijk is dat we er al vroeg bij zijn in hun ontwikkeling."



"Ketnet wil deel uitmaken van de leefwereld van kinderen om echt een impact te hebben."





5

**TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL
EN INNOVATIEF**

De VRT wil een echte digitale mediaorganisatie worden. De omroep streeft er naar om het aanbod van de VRT-merken op alle relevante digitale platformen te brengen. Daarom versterkt zij haar online aanbod stap voor stap.

Anderzijds wil de VRT ook inzetten op innovatie. Dat gebeurt aan de hand van verschillende projecten waarvan de resultaten van nut kunnen zijn voor haarzelf en voor de hele sector. De omroep innoveert daarnaast door nieuwe vertelvormen en producten te ontwikkelen.

NAAR EEN DIGITALE MEDIAORGANISATIE

Steeds sneller verandert het mediagebruik. Dat komt door de digitalisering van de mediaproductie en –distributie. Daarmee samengaan wijzigen dan ook de verwachtingen die de mediagebruikers hebben ten aanzien van hun publieke omroep. Om een relevante omroep te blijven is het dan ook van groot belang dat de VRT een digitale focus houdt.

De VRT bouwt de sterke relatie van de aanbodsmerken met de mediagebruikers ook verder op digitaal vlak uit. De missie van de VRT en van haar merken en de persoonlijke mediabehoefte van de gebruikers zijn daarvoor bepalend.

De VRT stelt zich tot doel dat de mediagebruiker het aanbod van de publieke omroep zal kunnen vinden op de diverse relevante platformen en via de sociale media. Zij stelt ook deelbare content ter beschikking, zodat de mediagebruiker ook zelf een belangrijke rol speelt in de verspreiding van het aanbod.



5.1

TOEKOMSTGERICHT EN DIGITAAL AANBOD

VIDEOPLATFORM

De VRT kreeg in haar beheerovereenkomst de opdracht om een videoplat­form te ontwikkelen om zo maximale vindbaarheid te garanderen.

*"Het videoplat­form biedt dit aanbod aan op de voor de gebruiker meest relevante manier. Het videoplat­form evolueert volgens de noden van de mediagebruiker".*⁴⁵

Nadat Ketnet en Canvas al eerder een uitgebreid aanbod aan programma's op hun websites beschikbaar hadden gesteld, konden kijkers vanaf september 2016 tal van Eén-programma's op Een.be herbekijken. Op die manier werd de aanloop genomen naar de nieuwe videospeler die in januari 2017 gelanceerd werd. Dat nieuwe plat­form werd de verzamelplaats van alle video-aanbod van de VRT.

De doelstelling van VRT NU is tweeledig. VRT NU tracht het totaalbereik van

het aanbod te verhogen. Het laat ook toe nieuwe kijk- en programmeringsvormen te onderzoeken, te ontwikkelen en aan te bieden.

De VRT bereidde zich in 2016 voor op de lancering van VRT NU. Dat gebeurde op technisch vlak, op vlak van rechtenverdeling en qua marketing. De nieuwe videospeler brengt volgend aanbod:

- Live-streaming van de televisienetten en een videostream van de radionetten.
- Een aanbod-op-aanvraag van programma's (beschikbaar tot 30 dagen na eerste uitzending).

De programma's worden per uitzending aangeboden. Indien dat relevant is, krijgen ze tussenpunten zodat de kijker kan springen naar de verschillende programma-items. Programma's uit het VRT-archief of extra aanbod zullen geleidelijk toegevoegd en aangeboden worden, afhankelijk van de actualiteit en het aanbodsplan van de aanbodsmerken.



In 2016 werd de lancering voorbereid van een nieuw videoplat­form: VRT NU.



Jan Bruyneel,
Projectleider VRT NU
37 jaar

“In 2016 hebben we de eerste stappen gezet naar ons nieuwe videoplatform VRT NU. Binnen ons team ben ik verantwoordelijk voor het aanbod en zorg ik ervoor dat het project binnen de organisatie gedragen wordt.”

“VRT NU was een heel leuk product om aan te werken juist omdat er al heel lang vraag naar was. Het is gewoon zo handig om programma's te kunnen kijken waar en wanneer je wil. Je weet dat veel mensen daarop zitten te wachten. Dat is heel motiverend en plezierig! Bij de bouw van zo'n videoplatform breng je technologie en inhoud samen in een team. Er waren dan ook veel mensen van verschillende diensten betrokken bij de realisatie van VRT-NU. Dit maakt het een echt VRT-product. Dat idee op papier zien uitgroeien tot iets wat er echt staat, was fantastisch.”

“Het was heel motiverend en plezierig om aan VRT NU te werken, net omdat er al zo lang vraag naar was.”



ONLINE-RADIOPELER

De VRT zette in 2016 nieuwe stappen om haar online radiospeler nog beter te doen aansluiten bij de behoeften van de gebruiker.

- Zo kwam er in juni 2016 voor elk radiomerk een eigen radio-app (voor iOS en Android). Dat ondersteunde het (digitale) bereik van de VRT-radionetten (en vormt een basis voor interactie en personalisatie).
- De website Radioplus.be kreeg regelmatig updates met verbeterde functionaliteiten. Zo was voor alle programma's nu een speellijst beschikbaar.



SHORT FORM DIGITAAL AANBOD

De VRT moet tegen 2020, volgens de beheersovereenkomst, haar short form digitaal aanbod (fragmenten van het audiovisuele en audio-aanbod) 100% deelbaar maken voor individuele mediagebruikers en niet-commerciële actoren. De omroep kon in 2016 reeds een deel van zijn aanbod op die manier ter beschikking stellen.

- Canvas ontsloot zijn eigen programma's en redactionele selecties uit programma's via het VRT-syndicatieplatform dat ter beschikking staat van mediapartners. Daarnaast werd dit aanbod ook maximaal verspreid via de sociale-mediakanalen van Canvas en van programma's zoals *De ideale wereld* en *Wanderlust* en het informatieproject *In het spoor van Rudi Vranckx*.

- Via Ketnet.be, de Ketnet-app en de Ketnet Jr.-app was heel het programma-aanbod ⁴⁶ gratis beschikbaar voor alle Vlaamse mediagebruikers.

Op deze platformen was er bovendien nog meer aanbod opvraagbaar dan het lineaire televisieaanbod.

Ketnet informeerde scholen over programma's en fragmenten.

Ook niet-commerciële actoren hadden de kans om bestaand beeldmateriaal voor educatieve en maatschappelijke doeleinden aangeleverd te krijgen. Zo kon Mediawijs beschikken over content uit *Boeva & The Games*, kregen scholen een nieuwsbrief over *Karrewiet plus* (met een link naar de aflevering) en werden onderdelen van *Generatie K* opgenomen in gratis lespakketten voor scholen en verenigingen.



ONLINE GEPERSONALISEERD AANBOD

Gepersonaliseerd aanbod betekent een aanbod dat gericht is op een specifieke mediagebruiker. Zo'n aanbod kan tot stand komen door gebruik te maken van gebruikersdata afkomstig van digitale platformen.

Het is de bedoeling dat de VRT-aanbodsmerken hun digitaal aanbod verder zullen personaliseren, naar diverse persoonskenmerken (zoals leeftijd, geslacht, regio en interesses). De VRT onderzoekt hoe zij zo'n aanbod op een efficiënte manier tot stand kan brengen, met voldoende respect voor de privacy van de gebruikers.

De *Ketnet Jr.-app* en de *Sporza voetbal-app* waren in 2016 reeds gedreven door personalisatie. Bij de *Ketnet Jr.-app* moesten kinderen hun leeftijd ingeven bij het aanmelden. Op basis daarvan bood de app hen andere spelletjes aan. Die werden gesegmenteerd op basis van de verworven vaardigheden van kinderen. De *Sporza voetbal-app* heeft personalisatie toegevoegd doordat de bezoeker kon kiezen van welke ploegen zij supporter zijn en hiervan meldingen wensten te krijgen.

Meer informatie over het online-aanbod: zie p. 96-114.

46

Zowel eigen producties als externe Vlaamse producties, coproducties en internationale aankoop. Van elke titel die Ketnet lineair uitzendt, werden tegelijk ook enkele afleveringen op de website en in de apps aangeboden.

PARTICIPATIE EN COCREATIE

De openbare omroep zette in 2016 in op cocreatie en participatie van het publiek (norm: 4 per aanbodmerk). Enkele voorbeelden:

- Eén zond de rubrieken *Mijn straat*, *Lights for Belgium* en *De rode telefoon in Iedereen beroemd* uit. Deze rubrieken kwamen tot stand dankzij de medewerking van kijkers. *1000 zonnen* richtte zich op het brede publiek in de rubriek *De stoel* (waarbij kijkers naar een locatie moesten gaan) en de rubriek *Wij willen winnen!* (waarbij kijkers opdrachten gaven aan de redactie). Iedereen kon zich inschrijven om zijn recept te koken in *Dagelijkse kost*. Deze kookactie werd via Facebook live uitgezonden onder de noemer *Zomerkost*.
- Naar aanleiding van de documentaire *Oratium zonder Doel* (Canvas), werd een debat over het polderdorp Doel georganiseerd in de Bourlaschouwburg. Canvas organiseerde (in het kader van het wetenschapsprogramma *De herontdekking van de wereld*) een rondetafelgesprek in de Bijloke. In aanvulling van het programma *Wanderlust* en in samenwerking met het stadsfestival *500 jaar Utopia* organiseerde Canvas het evenement *Wanderlust: Geloof in Utopia*, waarbij over levensbeschouwing gedebatteerd werd. Om mensen warm te maken voor de Koningin Elisabethwedstrijd, organiseerden Canvas, Canvas.be en Klara piano-evenementen in vijf grote treinstations. Geïnteresseerden konden piano spelen voor voorbijgangers. Voor *Culture Club* werden twee evenementen georganiseerd: een concert en een lezing door Mark Erkens en een filmnamiddag met vier Belgische regisseurs die hun debuut(kort)-film voorstelden.



> Straatfeest ter afsluiting van de reportagereeks *Mijn straat* uit *Iedereen Beroemd* op Eén.

> Campagnebeeld Move tegen pesten



- De Move tegen pesten van Ketnet wou iedereen aanzetten om te reageren op pestgedrag. Het net riep op om antipest-filmpjes en -foto's in te zenden. Voor de actie *Duivelse +school* konden scholen die zich engageerden in een lokaal sociaal project, bezoek krijgen van enkele Rode Duivels. Naar aanleiding van de aanslagen op 22 maart 2016 konden kinderen via Ketnet.be vragen stellen aan experts. Daarna werden, onder de noemer *Krijtjes vol hoop*, kinderen

opgeroepen om een tekening te maken. 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.



> N.a.v. de aanslagen op 22 maart lanceerde Eén de hashtag #lightsforbelgium en Ketnet #krijgtjesvolhoop

- Radio 1 riep in *Komaf met Kafka* luisteraars op om ingewikkelde documenten, te lange formulieren of voorbeelden van bureaucratische ballast te melden om erover te discussiëren, zowel online als op de radio. Tijdens *De beste podcast* ging Radio 1 op zoek naar Nederlandstalige audioverhalen. Mensen konden hun “idee voor morgen” insturen voor het radio-evenement *Bel 10*. Ze konden zich ook inschrijven voor de “groepen van 10” die op een inspiratiedag debatteerden over een bepaald thema en beleidsvoorstellen formuleerden. Voor *De Lage Landenlijst* konden luisteraars uit Vlaanderen en Nederland stemmen op hun favoriete Nederlandstalige nummers. Daarnaast konden luisteraars stemmen op het beste boek in *De prachtige 80*.
- *De humorklas* op Radio 2 was een humorwedstrijd waarbij deelnemers begeleid werden om “sterker, beter en grappiger te worden”. De vragen die *De inspecteur* dagelijks beantwoordde kwamen bijna altijd van de luisteraars. Radio 2-luisteraars konden stemmen voor *De gekste straatnaam van Vlaanderen* (met winnaar Oude Zak in Brugge) en *De 1000 klassiekers*.
- Tijdens *Iedereen klassiek* boden Klara en het Concertgebouw Brugge, samen met de stad Brugge en BruggePlus, een programma van klassieke muziek voor het brede publiek. Op het evenement kon iedereen deelnemen aan activiteiten zoals *De langste fanfare* en een fotosessie waarbij hij/zij eruit kon zien als Mozart of Beethoven. *De Klara top 100* nodigde luisteraars uit om te stemmen op hun favoriete klassieke muzieknummer.
- MNM ging op zoek naar *De strafste school 2016*.⁴⁷ Met dit initiatief wou MNM zoveel mogelijk Vlaamse scholieren engageren om als groep samen te werken. *Woordslam* (in 2016 met het thema ‘als we mekaar maar verstaan’) was een initiatief van MNM en Van Dale Uitgevers dat jonge mensen uitnodigde om creatief om te gaan met taal (bijvoorbeeld op een grappige of originele manier, in gebarentaal of in het dialect). Luisteraars met vragen over werk zoeken, konden ze stellen aan experts tijdens *Het grootste arbeidsbureau van de wereld*. Luisteraars gaven elkaar ook tips bij het zoeken naar werk en het solliciteren. MNM ging met *Start to dj* op zoek naar een “straffe, jonge dj”. Luisteraars konden stemmen op de lijst van *MNM 1000*.



> De inspiratiedag van #BEL10

47
Het Stedelijk Lyceum Lamorinière in Antwerpen won de editie in 2016.

- Luisteraars van Studio Brussel konden, bij een live-stream *Villa 84*, in de wereld van het jaar 1984 stappen en ervaringen en herinneringen uit de jaren 80 op radio en online delen. *De nieuwe lichting* was een talentenwedstijd voor jonge bands en artiesten. Jongeren konden zich ook inschrijven voor een soortgelijke zoektocht, nu naar mediatalent: *Studio Dada*. Tijdens De week van de mobiliteit moedigde Studio Brussel zijn luisteraars aan om de auto niet te gebruiken.

De VRT organiseerde tal van acties waaraan het publiek kon deelnemen.



- Voor tal van reportages deed VRT Nieuws een beroep op het Vlaamse publiek, bijvoorbeeld voor het realiseren van interviews die een beeld moesten schetsen over wat Vlamingen dachten over bepaalde actuele gebeurtenissen of maatschappelijke evoluties. Verschillende experts van de nieuwsdienst gaven lezingen over hun expertisedomein. Tijdens *Het vooruitzicht* kwam VRT Nieuws aan de hand van een reeks lezingen en debatten rechtstreeks in contact met publiek. Luisteraars werden actief betrokken bij *Bel10* (zie hoger).
- Tijdens het EK Voetbal kon iedereen tijdens verschillende Facebook Live-uitzendingen van Sporza vragen stellen aan analisten. Ze konden voor de voetbal-talkshow *Panenka!* (in het kader van het EK Voetbal) en de wielertalkshow *Vive le vélo* (in het kader van De ronde van Frankrijk) vragen stellen aan de redacties. Op Sporza.be konden gebruikers onder de rubriek *Iedereen bondscoach* hun eigen nationale voetbalploeg samenstellen.

5.2

INNOVATIE

In 2016 voorzag de nieuwe beheers-overeenkomst geen dotatie meer voor innovatie. De VRT innoveerde verder met eigen middelen en projectfinanciering, aangevuld met subsidies. Deze kwamen van de Europese Commissie (FP7 en het Horizon 2020 programma), het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen en het Google Digital News Initiative.

In haar werking focuste de afdeling VRT Innovatie voornamelijk op de thema's data en personalisatie, crowdsourcing en co-creatie, en online-video.

VRT ONDERZOEK & INNOVATIE

De VRT-afdeling Onderzoek & Innovatie werkte aan verschillende Vlaamse en Europese innovatieprojecten.

Enkele voorbeelden:

- ICoSOLE is een project, in samenwerking met onder andere BBC R&D en IMEC, over de totaalbeleving van live-evenementen, zoals festivals en sportwedstrijden, dat afgerond werd in 2016. De resultaten ervan zijn onder andere geïmplementeerd in Radioplus, de online radiospeler van de VRT.
- Het Conamo-project wil prestatie-data tijdens fietstrainingen verzamelen om de training en beleving van recreatieve wielerevenementen te verbeteren. Het project verkent mogelijkheden om nieuwe marktsegmenten te openen, een actieve

en gezonde levensstijl te promoten, fietsers nieuwe inzichten te bezorgen in hun training en prestaties, en de ervaring van fietsritten met anderen te delen via de sociale media.

- Het project STON onderzoekt hoe de processen van ondertiteling via spraak- en taaltechnologie versneld kunnen worden en het werk van ondertitelaars efficiënter en gebruiksvriendelijker tot stand kan komen.
- Providence+ is een vervolgtraject op Providence waarbij de VRT, Newsmonkey en IMEC manieren nagaan om samen de impact van online-nieuws te analyseren, te voorstellen en te verbeteren.
- Het ImmersiaTV-project onderzoekt hoe de televisiebeleving beter verbonden kan worden met de beleving van content via een virtualrealitybril.
- Het MOS2S-project richt zich enerzijds op journalistiek, waarbij het publiek participeert via sociale media en zelfgemaakte beelden, en anderzijds op mediaverrijking bij de captatie van live-evenementen.

Door haar deelname aan de EBU Research Group, heeft VRT Onderzoek & Innovatie een adviesrol aan de Europese Commissie. Daarnaast zetelde de afdeling in 2016 ook in 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 LiveIP-project was het eerste live-productiesysteem voor televisie dat volledig is gebaseerd op internettechnologie.

VRT SANDBOX

Binnen het omroepcentrum biedt VRT Sandbox een tijdelijke locatie en samenwerking aan startups, kmo's binnen de mediasector, en andere innovatieve organisaties. Het initiatief heeft als doel nieuwe producten, diensten en werkprocessen binnen de VRT te demonstreren en testen. De openbare omroep stelt daarvoor haar productiesystemen, rechtstreekse contacten met medewerkers en gebruikers, en het VRT-netwerk van organisaties en Europese omroepen ter beschikking.

In 2016 werden 16 projecten opgestart waarbij met innovators werd samengewerkt. 16 van die innovators waren starters & KMO's, 12 daarvan waren Vlaams (norm: 12).

Enkele voorbeelden:

- Startup Tinkerlist en Eén (*De allesweter*): een systeem dat de werkprocessen van televisieproducties stroomlijnt;
- Startup Appiness en Eén (*Thuis en Dagelijkse kost*): objectherkenning en interactie met video- en televisie-inhoud. Appiness maakte een app genaamd Spott die het mogelijk maakt voor gebruikers om de producten die ze op tv zien snel terug te vinden;
- Startup Muuselabs en Ketnet: jukebox die specifiek voor kinderen ontwikkeld is.

Steambox ⁴⁸ is een project van VRT Sandbox. In samenwerking met onder andere Imec wil de VRT zich engageren om jongeren voor te bereiden op de technologische en wetenschappelijke uitdagingen. Dat doet Steambox door een nieuwe manier van lesgeven te ontwikkelen met ruimte voor experimenten. Steambox is letterlijk een soort doos met technologische lessenmateriaal. De VRT organiseerde in 2016 een evenement met demonstraties uit de doos over het thema "sound". Met de toepassingen van de box kunnen leerlingen en leerkrachten de demonstraties en experimenten van het evenement vervolgens simuleren in een klas.

⁴⁸ STEAM staat voor science, technology, engineering, art en mathematics





LiveIP-PROJECT

Binnen VRT Sandbox werd het LiveIP-project gerealiseerd om een televisie-productiestudio voor live-uitzendingen te bouwen en te besturen met de nieuwste IP-en IT-technologie.

Bij de klassieke werking worden live-signalen van captaties verstuurd via SDI-kabels. Deze kabels zijn gelimiteerd. Zo is er een beperkte kabellengte en kan er maar een signaal per kabel verstuurd worden. "Live IP" kan langere kabels gebruiken en bovendien meerdere signalen via een kabel versturen, in beide richtingen. Dit zorgt voor meer mogelijkheden en efficiëntiewinsten.

De IP-studio werd voor het eerst gebruikt tijdens een live-uitzending van *De Ketnet-arena*, een programma over het EK Voetbal.

Voor het open innovatieproject werkten 12 internationale mediatechnologie-bedrijven samen met de EBU (marketing) en de VRT. De deelnemende bedrijven sponsorden het project. Wereldwijd kreeg het LiveIP-project pers aandacht en won het vijf internationale prijzen (IABM Innovation Award in 2015, IBC Innovation Award for "Content Creation", EBU Technology and Innovation award, TVB Award for "Live Production" en TVB Award for "Hall of Fame" in 2016).

Karel De Bondt, VRT Sandbox 38 jaar

"Met VRT Sandbox realiseren wij kortlopende samenwerkingen tussen innovatieve bedrijven (vaak start-ups) en interne teams van de VRT. Zo kan een start-up zijn nieuw product eens uitproberen in het professionele VRT-media-ecosysteem. Anderzijds kunnen de interne teams dan bijvoorbeeld hun workflow verbeteren of een probleem oplossen waarmee ze kampen. Ze kunnen daarbij gebruikmaken van de nieuwe oplossingen of technologieën van die bedrijven."

"In de toekomst willen we ook louter interne samenwerkingen aangaan, omdat er op de VRT heel wat knappe koppen zitten die de kans moeten krijgen om hun ideeën uit te werken."

"Een van de realisaties uit 2016 waar ik het meest trots op ben, is het LiveIP-project. Dat was een samenwerking tussen de VRT en externe partners waarbij we een live-televisiestudio gebouwd hebben gebaseerd op een compleet nieuwe technologie. Voor die studio werd in plaats van klassieke videokabels gebruik gemaakt van een internet(IP)-infrastructuur. Op die manier kan er vlotter en efficiënter televisie gemaakt worden vanop afstand, wat veel voordelen biedt. Het hele team hoeft bijvoorbeeld niet steeds in de studio zelf aanwezig te zijn. Het was een uitdagend project omdat het een samenwerking was tussen zoveel verschillende partners. Dat we de IBC Innovation Award for Content Creation gewonnen hebben, bewijst dat ons project geslaagd was en dat we er zeker trots op mogen zijn!"

"Dankzij het LiveIP-project kan er in de toekomst vlotter en efficiënter televisie gemaakt worden vanop afstand."



DELEN VAN KENNIS

VRT Innovatie stelde in 2016 de resultaten van media-innovatieonderzoek ter beschikking van het bredere medialandschap.

- Tijdens *Media Fast Forward* gingen nationale en internationale sprekers, mediamakers en onderzoekers van binnen en buiten de VRT dieper in op thema's als crowdsourcing, co-creatie, data, media in smart cities en online video. Dit inspiratie- en netwerkevenement richtte zich zowel op VRT-medewerkers, als het bredere medialandschap. De resultaten van de innovatieprojecten van de VRT werden voorgesteld tijdens presentaties, panelgesprekken en demonstratiestanden.
- Op de *Creative Circle-evenementen* werden de inzichten en resultaten van Sandboxprojecten gepresenteerd aan de mediasector. De Vlaamse innovators waarmee de VRT op innovatief vlak samenwerkte kwamen zo in contact met andere spelers in het Vlaamse medialandschap.
- Innovatie.vrt.be breidde uit naar een breder platform voor media-innovatie. Op de website staat informatie over lopende en afgeronde onderzoeksprojecten, evenementen, nieuws en innovatie-activiteiten van de openbare omroep en haar partners.
- Sandbox.vrt.be biedt informatie over samenwerkingen en projecten op vlak van nieuwe technologieën en media-innovaties.
- Aftermovies, foto's en nieuwsberichten werden gepost op de bijhorende socialemedia-kanalen van VRT Innovatie en VRT Sandbox (Facebook, Youtube en Instagram).



**Media Fast Forward:
een inspiratie-
evenement over
media-innovatie
voor de hele
Vlaamse mediasector**





6

SAMENWERKING



De openbare omroep werkte in 2016 samen met tal van andere organisaties en bedrijven, zoals met andere Vlaamse mediaspelers, maatschappelijke organisaties, overheden en overheidsinstellingen om meerwaarde te bieden voor de Vlaamse samenleving en mediagebruikers.

Die samenwerkingen situeerden zich binnen verscheidene domeinen zoals cultuur, onderwijs, sport, taal, diversiteit, educatie, enzovoort.

DIENSTVERLENENDE ORGANISATIE

De VRT speelt een belangrijke rol in het stimuleren van het brede maatschappelijke en pluralistische debat in de samenleving. De omroep neemt immers een plaats in het leven van alle Vlamingen in. Dat uit zich in een kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod en in samenwerkingen met bijvoorbeeld onderwijsorganisaties (onder andere in het kader van mediawijsheid, zie p. 78), de muziekindustrie (onder andere in het ondersteunen van de Vlaamse en Nederlandstalige muziek) en werkgeversorganisaties (bijvoorbeeld voor *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* op MNM).

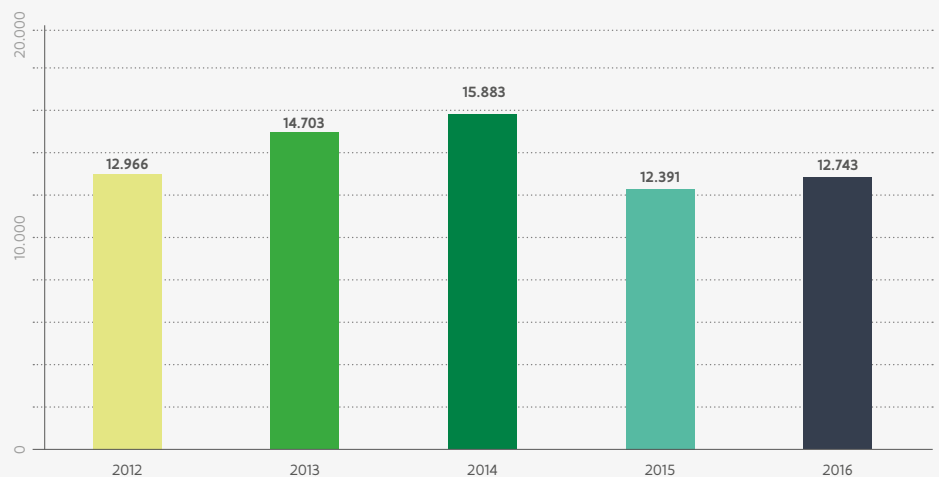


6.1

VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM

Evolutie nettoprogrammazendtijd VRT-televisie (in uur) (2012-2016) ⁴⁹

Bron: VRT



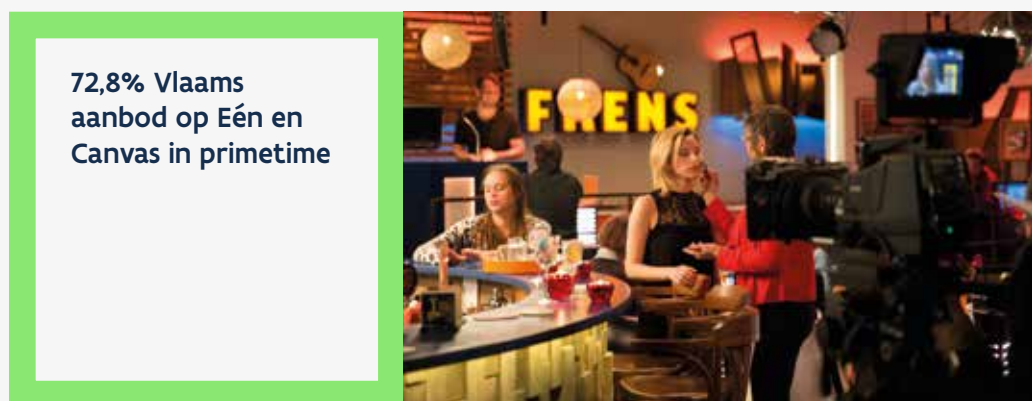
49

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

ZENDTIJD VRT-TELEVISIE

- In 2016 bedroeg het aantal uren nettoprogrammazendtijd voor VRT-Televisie 12.743 uur, een toename met 2,8% (of 352 uur). Deze stijging is onder meer het gevolg van het uitzenden van de Olympische en Paralympische Spelen, samen goed voor 285 uur zendtijd.
- De VRT zond 4.660 uur aan Vlaamse televisieprogramma's voor het eerst uit, ten opzichte van 4.004 uur in 2015 (+16,4%). Van alle programma's die voor het eerst werden uitgezonden in 2016 (in totaal 6.019 uur), was 77,4% een Vlaamse productie (in 2015 was dat 72,3%, op een totaal van 5.538 uur).
- Als rekening wordt gehouden met herhalingen, dan zonden de VRT-televisienetten 8.164 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 7.273 uur in 2015). 64,1% van de nettoprogrammazendtijd was dus een Vlaamse productie (ten opzichte van 58,7% in 2015).

Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties op Eén tussen 18 en 23 uur bedroeg 84%. Bij Canvas was dat 59,5% (voor producties tussen 19 en 23 uur). Voor Eén en Canvas samen werd zo 72,8% gehaald, boven de 65%-norm (voor Eén en Canvas samen).⁵⁰



ZENDTIJD VRT-RADIO

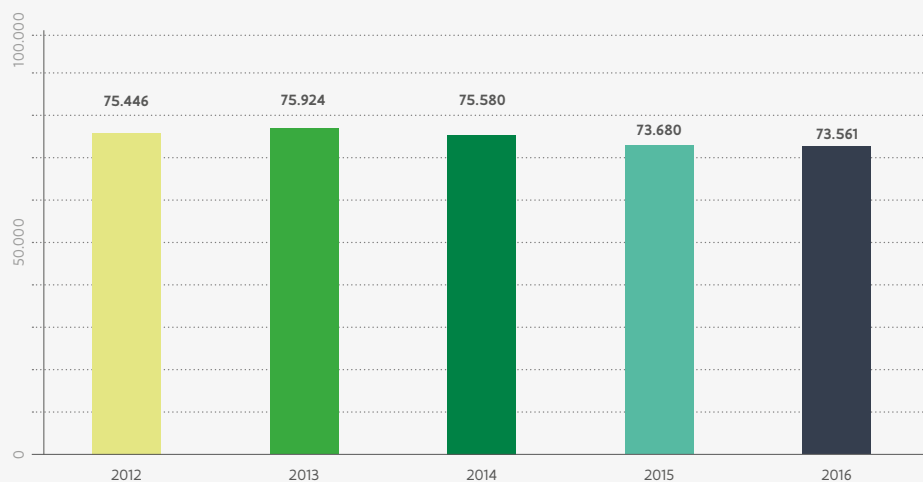
De radio-output⁵¹ daalde van 73.680 uur in 2015 naar 73.561 uur in 2016 (-0,16%). 2016 was weliswaar een schrikkeljaar (goed voor meer uren radio-output), maar toch nam het aantal uren radio-output af omdat Radio 2 's avonds geen regionaal ontkoppeld programma meer uitzond (terwijl dat in januari en februari 2015 nog wel het geval was).

⁵⁰
Bron: CIM-televisie

⁵¹
Radio-output: de som van het totaal aantal uitzendingen per radiomerk (Radio 1, Radio 2, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel, Nieuws+). 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.

Evolutie totale radio-output VRT-radio (in uur) (2012-2016)

Bron: VRT





> Uniek productieproces van *Spoed 24/7* (Eén): 6 kilometer kabel, 60 camera's en 86 microfoons, dag en nacht, goed voor 8000 uur videomateriaal per week

PRODUCTIEBELEID

INNOVATIEVE FORMATS

De VRT innoveerde op vlak van formats. Enkele voorbeelden:

- Het Eén-programma *Sorry voor alles* was een spelprogramma waarin verborgencamera-opnames een centrale rol speelden.
- De reeks *Spoed 24/7* (Eén) toonde hoe het eraan toeging op een spoedafdeling van een ziekenhuis. De beelden die gebruikt werden in het programma waren allemaal geregistreerd met vaste camera's.

- De fictiereeks *De 16* (Canvas, over het leven op het kabinet van een vicepremier) werd opgenomen met iPhones (in plaats van klassieke camera's).
- *Generatie K* was een Ketnet-programma dat onder andere aan de hand van verborgencamera-opnames toonde hoe kinderen zelf hun morele rechten en waarden ervaren en ermee omgaan.
- *Klein gespuis* was een televisieprogramma over dieren en een online-project met livestreams in 'dieren-nesten' waar nieuw leven verwacht werd. (Het project kwam tot stand in samenwerking met Natuurpunt.)

VRT START-UP

De afdeling VRT Start-up zoekt naar content, formats, mediaproducten en werkmethodes die de omroep en zijn netten kunnen inspireren om te connecteren met mediagebruikers. De sterkste ideeën en processen worden geïmplementeerd bij de VRT-merken.

VRT Start-up focuste in 2016 op deze projecten:

- Medewerkers van de VRT Start-up, journalisten en externe experts bundelden hun krachten in de Nieuws-Hub. Samen met de VRT-nieuwsdienst werd gezocht naar manieren hoe online-nieuws beter gebracht en verdeeld kan worden. Om redacties op lange termijn te ondersteunen, werden toepassingen ontwikkeld om op een snelle en efficiënte manier goede visuele content te maken, bijvoorbeeld een applicatie om grafiek te voorzien op foto's of video's.
- Bij het project Super<div> ondersteunde VRT Start-up jonge Vlamingen met een etnisch of cultureel diverse achtergrond bij het ontwikkelen van een media-aanbod en media-beleving. Het traject leidde onder andere tot

een nieuwe redactiewerking voor *Generation M* (een onlineplatform en een radioprogramma van MNM dat focust op maatschappelijke thema's). In het kader van het project Super<div> werden prototypes ontwikkeld, zoals *Spitlist* waarbij een radio-uitzending vertaald werd naar YouTube (het format werd nadien door Studio Brussel overgenomen).

- In het project *Hack the Sound* stond audio storytelling centraal en werden verschillende pistes uitgewerkt. De inzichten en nieuwe functionaliteiten werden nadien overgenomen naar Radioplus (de VRT-radiospeler voor op de online platformen).

VRT Start-Up experimenteerde met vertelstructuren, productievormen en mediaformats.



OPENVRT

De VRT stimuleert creatief talent. OpenVRT (een onderdeel van VRT Start-up), is een gemeenschap van jonge creatievelingen, zoals bloggers, app-bouwers en fotografen. In 2016 waren ongeveer 1.300 personen bij dit netwerk betrokken.

OpenVRT bracht jonge digitale talenten met elkaar in contact om elkaar te inspireren en te stimuleren. Daarnaast wilde OpenVRT verder groeien tot een professionele plek om te experimenteren en een platform te worden waar de VRT-merken in contact komen met creatievelingen. OpenVRT bood de nodige middelen en faciliteiten aan creatieve mediamakers om samen met de bestaande merken nieuwe formats en producten uit te werken.

OpenVRT organiseerde voor workshops, evenementen en hackatons. Enkele voorbeelden:

- Op 19 mei ging de *OpenVRT PechaKucha* door in Antwerpen. Verschillende sprekers inspireerden zo'n 180 deelnemers.
- Op 1 en 2 juni organiseerde *OpenVRT Hacks/Hackers Connect* in Brussel in samenwerking met Hacks/Hackers, Google en NEST. Het evenement stond in het teken van de toekomst van journalistiek. Belgische start-ups toonden hun media-innovaties en stimuleerden de deelnemers tot innovatief denken.



> OpenVRT Hacks/Hackers Connect op 1 en 2 juni

INTERNE PRODUCTIE

In april 2016 werd het Toekomstplan ⁵² goedgekeurd. Op productioneel vlak wou dat zeggen dat de VRT meer producties zou uitbesteden. Toch bleef de VRT het grootste deel van haar Vlaams aanbod zelf produceren.

Televisieproducties

De VRT maakte zelf televisieprogramma's voor Eén, Canvas en Ketnet. De productiekernen rapporteerden rechtstreeks aan de netverantwoordelijken.

Producties die de VRT in 2016 intern produceerde, voorbeelden:

- Eén: *Thuis*, *Loslopend wild*, *De MIA's*, *De Ridder*, *Iedereen beroemd*, *De allesweter*, *1000 zonnen*, *Eurosong preselectie*, *Voor hetzelfde geld*, *Via Annemie*, *Het journaal* en *Weg zijn wij*.
- Canvas: *Kleine helden*, *Off the record*, *Changemakers*, *De herontdekking van de wereld*, *Alleen Elvis blijft bestaan*, *Culture Club*, *Studio Flagey: Van Bowie tot onder*, *Studio Flagey: Klassiek*, *Reyers 2020*, *Canvasconnectie*, *Wanderlust*, *De afspraak* en *Rock Werchter live*
- Ketnet: *de wrap*, *Ketnet Swipe*, *King Size Live*, *Karrewiet*, *Ketnet Kick off*, *Ketnet Arena*, *Boeva & The Games*, *Het gala van de gouden K's*, *Ketnet Musical* en *Kaatjes kameraadjes*.

Radioproducties

Alle radioprogramma's werden intern geproduceerd, op enkele producties na. ⁵³

Onlineproducties

Het merendeel van het aanbod op de VRT-websites werd door de interne redacties onderhouden en aangevuld met nieuwe berichten. Ten dele deed de VRT ook een beroep op externe partners om het online-aanbod mogelijk te maken. ⁵⁴

In 2016 onderzocht de VRT hoe zij haar online-aanbod op een meer efficiënte manier kan produceren en aanbieden en hoe zij daarbij gebruik kan maken van overkoepelende platformen. De omroep besliste dat alle online-content voortaan beschikbaar zal worden op een gedeeld productie- en publicatieplatform. Tegelijk streeft de VRT ernaar dat de websites van de merken nauwer zouden aansluiten bij Radioplus (de radiospeler) en de nieuwe videospeler (VRT NU). Ook de nieuwe nieuwssite (VRTnieuws.be) en Sporza.be zullen op het gemeenschappelijke productieplatform worden opgebouwd.

**OpenVRT bracht
meer dan 1000
jonge digitale
talenten met
elkaar in contact.**

52

In de Beheersovereenkomst 2016-2020 wordt voor Toekomstplan de term Transformatieplan gehanteerd.

53

Enkele voorbeelden van radioprogramma's die extern werden geproduceerd:

- *Radio Candip* (Radio 1) was een radioprogramma dat volledig door een extern productiehuis werd gemaakt, weliswaar met ondersteuning van Radio 1 en opgenomen in de VRT-studio's.
- De driedelige radioserie *Escout! Escout! Een literaire Scheldetocht met Verhaeren en Co* (Klara) werd volledig extern geproduceerd.
- *Discobar Aa Moeder* (Studio Brussel) werd door externe makers geproduceerd in de Studio Brussel-studio's.
- *Radio Gaga* (Radio 2) werd extern geproduceerd.
- Radio 2 deed een beroep op externen bij bepaalde items zoals de rubriek *Wikipedia* in *De rotonde*.

54

Het inzetten van externe bedrijven voor het online-aanbod gebeurde op twee vlakken:

- bij de creatie van een (ver)nieuwd online-aanbod

Enkele voorbeelden uit 2016:

 - de nieuwe website van Eén werd gebouwd door Wieni
 - de Ketnet-app en het "digitale magazine" bij het Canvas-programma *Culture Club* (www.cultureclubmagazine.be) werden geconstrueerd door Small Town Heroes.
- bij het dagelijkse beheer van een website.

Zo werden de webpagina's van *Dagelijkse kost* (op Eén.be) en het aanbod op de sociale mediakanalen van het programma in 2016 gerealiseerd door Hotel Hungaria.



Brenda Creve,
Styling assistent | Set dresser
 26 jaar

“Samen met mijn collega’s voorzie ik de rekwisieten en decoratie voor evenementen, programma’s, persconferenties, beursstanden, e.d. van de VRT. Wat ik er heel leuk aan vind, is de ongelooflijke afwisseling. Voor Ketnet bijvoorbeeld zijn we altijd heel creatief: we maken kastelen uit karton, toveren de Ketnetstudio om tot een bos of een strand, verzinnen de gekste thema’s... Voor de evenementen bekijken we altijd wat er mogelijk is binnen het budget en de tijd. En dan begint onze zoektocht: wat hebben we in ons magazijn, wat kan het decoratier maken, waar kunnen we alle andere zaken lenen, huren, laten maken? Uiteindelijk hou je er echt een goed gevoel aan over als we binnen de tijd en het budget een decor maken waar iedereen blij mee is.”

“In 2016 zijn er veel diverse opdrachten tot bij ons gekomen die we ervoor nog nooit gedaan hadden. We hebben persconferenties mogen aankleden. We hebben het decor voor het personeelsfeest vormgegeven. We hebben de creatieve ruimtes in het VRT-gebouw ingericht. Ook *Het gala van de gouden K’s* had ik niet willen missen! Het is fantastisch om van al die dingen deel uit te maken met ons team.”

“Je houdt er echt een goed gevoel aan over als we binnen de tijd en het budget tot een uitwerking komen waar iedereen blij mee is.”



SAMENWERKING MET DE EXTERNE PRODUCTIESECTOR

In de Beheersovereenkomst 2016-2020 wordt de rol van de VRT als versterker van het media-ecosysteem benadrukt. Naast het waken over de toepassing van het Sociaal Charter in de sector, dient de omroep een kwalitatief sterk en economisch leefbaar landschap te stimuleren om zo een pluralistisch en divers aanbod mee in stand te houden.

De VRT ondersteunde de Vlaamse audiovisuele sector in 2016 op verschillende manieren:

- via productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen
- via bestellingen bij facilitaire bedrijven
- via ontwikkelingsgelden
- via coproducties
- via samenwerking met Vlaams Audiovisueel Fonds

De beheersovereenkomst 2016– 2020 bepaalt dat de VRT in 2016 minimaal 15% van haar totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten besteedt aan externe productie, evoluerend naar minimaal 18,25% tegen 2020.⁵⁵ Omwille van de vergelijkbaarheid over de jaren heen worden de bestedingen als gevolg van verkiezingen en grote sportevenementen (in de even jaren) (EK Voetbal, WK Voetbal, Olympische spelen) niet meegenomen bij de berekening van dit percentage.

In 2016 besteedde VRT 18,89% van de totale inkomsten (exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten) in de Vlaamse productie- en facilitaire sector. Ondanks de besparingen blijven de totale investeringen in de sector verhoudingsgewijs ongeveer op hetzelfde niveau als in 2014 (18,08%) en 2015 (17,80%).

De VRT deed een beroep op de Vlaamse productiesector voor 59,2 miljoen euro (ten opzichte van 54,8 miljoen euro in 2015) en de Vlaamse facilitaire sector voor 16,4 miljoen euro (ten opzichte van 16,8 miljoen euro in 2015).

De VRT besteedde 18,89% van haar inkomsten aan externe producties



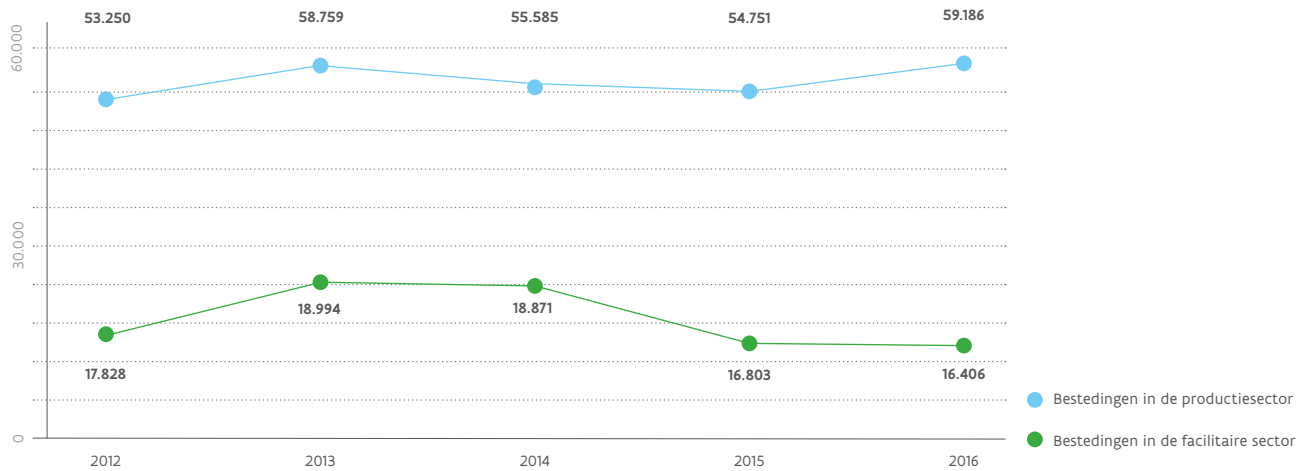
55

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).”

Evolutie bestedingen in de Vlaamse productiesector en de facilitaire sector (in duizend euro)

Bron: VRT



De productiesector

De bestedingen in de productiesector vanwege de VRT gingen in 2016 naar 63 verschillende leveranciers, voornamelijk uit de televisieproductiesector maar ook uit de digitale sector. De belangrijkste leveranciers (samen goed voor 97% van de bestedingen) waren:

De Mensen, Eyeworks / Warner Bros, De Chinezen, Woestijnvis, Skyline Entertainment, Studio 100, Panenka, Koeken Troef!, Hotel Hungaria, Zodiak / Kanakna, Quality Levels, Het Nieuwshuis, Sputnik TV, Borgerhoff & Lamberigts, Sylvester, De Liefhebbers, Bonka Circus, Caviar, Wieni, HH 107, ScheMa Producties, Small Town Heroes, Diplodokus, Pretpratens, Luna Films, Ded's it, Het Chemische Circus en Blazhoffska België.

1.557.404 euro of 2,6% van de bestedingen in de productiesector werd gebruikt ter ondersteuning van de Vlaamse productiehuisen bij de ontwikkeling van formats en concepten.

De VRT had in 2016 een raamovereenkomst met drie productiehuisen: *De Mensen, Hotel Hungaria en Studio 100.*

De facilitaire sector

80% van de bestedingen in de facilitaire sector ging in 2016 naar 45 verschillende leveranciers. De overige 20% is verdeeld over vele "kleine" leveranciers. De belangrijkste leveranciers (samen goed voor 60% van de bestedingen) zijn: *Videohouse, Production Resource Group, Jan Verbeke producties, Vanhaeren Services & Scaffoldings, Het Huis, Kadenza Media, Eurogrip, Nep Belgium, Exit 399, ES Broadcast & Media en DB Video.*

De VRT had in 2016 een raamovereenkomst met 122 facilitaire bedrijven.

Dat waren bedrijven in verschillende domeinen:

- cameraploegen
- klankploegen
- postproductiehuisen
- facilitaire toelevering (studio's, reportagewagens, bijhorend personeel)
- huur camerakranen
- commentatorcabines en cameraplatformen
- huur audio(visueel) materiaal
- decorbouwers

De Chinezen

De VRT heeft een minderheidsparticipatie van 10% in het productiehuis De Chinezen. Daarnaast stelt de VRT (vastgelegd in een afzonderlijke overeenkomst) jaarlijks een budget ter beschikking voor innovatieve contentcreatie.

In 2016 produceerden *De Chinezen* voor de VRT onder andere *Afspraak in Rio* (Eén), *De noodcentrale* (Eén), *Man/Vrouw van het jaar* (Eén), *Ten oorlog special: Onder Vlaamse velden* (Eén), *4x7* (Canvas) en *Radio Gaga* (Canvas). De overeenkomst over creatieve contentinnovatie lag in 2016 aan de basis van onder andere *4x7* en het Vlaamse luik van het crossmediale *Generation What*-project met de EBU.



“De succesfactor bij onze samenwerking is volgens mij de combinatie van onze flexibiliteit als externe partner en de ‘rustige vastheid’ van de VRT.”

Elke Neuville,
Eindredacteur bij *De Chinezen*
36 jaar

“Beroepshalve mag ik mij met alles moeien wat we bij ons productiehuis *De Chinezen* maken. En dat doe ik graag, want ik heb overal wel een mening over. Er zit veel variatie in mijn job, maar soms is het ook zo dat ik heel monomaan met een ding bezig ben.”

“Al sinds de start van ons productiehuis staan we met *De Chinezen* erg dicht bij de openbare omroep. Sinds 2013 heeft de VRT een minderheidsparticipatie van 10% bij *De Chinezen*. Binnen onze nauwe samenwerking voor verschillende programma's, zoals *Radio Gaga*, *Iedereen beroemd* en *Ten oorlog special: Onder Vlaamse velden*, is er plaats voor experiment. Als dat experiment goed uitdraait, voel je dat het wederzijds vertrouwen groot is. De succesfactor bij onze samenwerking is volgens mij de combinatie tussen de flexibiliteit die wij als externe partner hebben en de ‘rustige vastheid’ van de VRT. In de toekomst willen wij dan ook graag blijven meebouwen aan een sterke openbare omroep die weet waar ze voor staat, maar durft te blijven vernieuwen en experimenteren.”

Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)

Verschillende Vlaamse televisieproducties werden met de steun van het VAF gerealiseerd. In 2016 verleende het fonds financiële steun aan 23 televisieproducties bestemd voor de VRT: 6 fictiereeksen, 7 documentaire reeksen en 10 animatiereeksen. Het VAF gaf steun in de vorm van scenariosteun (SS), ontwikkelingssteun (OS) en productiesteun (PS) voor:

- Fictie: *De 16* (PS), *De twaalf* (OS), *Salamander II* (PS), *Buck* (PS), *Vuurlinie* (SS) en *Albatros* (SS).
- Documentaire: *4x7* (PS), *Er was eens* (OS), *Het mirakel van Almeria* (OS), *Borderline* (OS), *De volksverheffing* (SS), *Eeuwig zwijgen* (PS) en *Reset* (PS).
- Animatie: *Bo's bazaar* (PS), *Interstellar Ella* (OS), *Ridder muis* (OS), *Three Little Ninjas Delivery Service* (PS), *Abracadabra* (OS), *Monsterdokter* (OS), *BaDaBoo* (OS), *Imaginals* (SS), *Mem-mets* (SS) en *Pandas in the mist* (PS).



PRODUCTIONELE KWALITEIT

Of een programma-idee of een digitaal productievoorstel uiteindelijk (door de VRT zelf of door een extern productiehuis) geproduceerd wordt, hangt van verschillende criteria af, zoals:

- de missie en strategie van het betrokken net;
- de mix (naar genre en thematiek) van het net;
- de mogelijke link met de schermgezichten van een net;
- het budget;
- de mogelijkheden om extra inkomsten te verwerven.

Nadat een programma besteld is bij een VRT-productieteam of een extern productiehuis, begint de procesbe-waking door het net. (Dat gebeurt door zogenaamde aanbodverantwoordelijken.) Na afloop evalueren de netten een productie aan de hand van waarderings- en bereikcijfers en een SWOT-analyse.

Samenwerking met externe partners: Algemene Voorwaarden

De Algemene Voorwaarden, van toepassing sedert september 2011, waren in 2016 aan een update toe om verschillende redenen (veranderde mediacontext, efficiënte besteding middelen en de vraag naar meer transparantie).

De nieuwe Algemene Voorwaarden werden onderhandeld met het VOTP (Vlaamse Onafhankelijke Film en Televisie Producenten). In haar toekomstige samenwerkingen wil de VRT de nadruk leggen op overleg, transparantie en gezamenlijk ondernemerschap.

Bij alle overeenkomsten met leveranciers wordt een clause opgenomen over maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Overeenkomsten met leveranciers: maatschappelijk verantwoord ondernemen

Bij alle overeenkomsten die de VRT afsluit met leveranciers, wordt een clause opgenomen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. De medecontractant verbindt zich ertoe om bij de uitvoering van een overeenkomst de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen in acht te nemen en de geldende sociale regelgeving steeds na te leven. Alle contractuele voorwaarden die de contractant aangaat voor de uitvoering van de VRT-overeenkomst, worden ook schriftelijk vastgelegd.



SAMENWERKING MET ANDERE MEDIASPELERS

De VRT ontwikkelde in 2016 een kader voor samenwerking met andere mediaspelers. Dat werd goedgekeurd door de Raad van Bestuur. Daarbij werden criteria afgesproken om te bepalen of de VRT in een samenwerkingsproject met een andere Vlaamse mediaspeler kan stappen.

De VRT kan samenwerken met andere mediaspelers als dat een positieve impact heeft op het Vlaamse media-ecosysteem en als de samenwerking bijdraagt tot het vervullen van haar maatschappelijke opdracht.

De VRT werkte in 2016 met andere Vlaamse mediaspelers samen op verschillende vlakken.

(a) Overeenkomsten met andere Vlaamse mediaspelers

- De VRT had overeenkomsten met Mediaaan, SBS Belgium en Proximus over het uitwisselen van sportcontent voor gebruik in nieuwsuitzendingen.
- Met Telenet had de VRT een samenwerkingsovereenkomst over onder meer het gebruik van archiefbeelden en het inzetten van commentatoren, vooral voor veldrijden.
- Voor de thuiswedstrijden van de Belgische clubs in de Europa League voetbal werkte de VRT samen met RTL en Telenet.

(b) Websyndicatie

De VRT bood aan de Vlaamse uitgevers (zoals Mediahuis en De Persgroep) videofragmenten aan voor gebruik op de websites van hun aanbodsmerken (Web syndication).

Terwijl het in eerste instantie ging om fragmenten uit het VRT-nieuwsaanbod, werd het beschikbare aanbod in 2015 uitgebreid naar fragmenten uit andere programma's (zoals ontspanningsprogramma's en fictiereeksen).

Het publiceren van VRT-fragmenten op de websites van andere Vlaamse mediaspelers heeft verschillende voordelen:

- Het bereik van dat video-aanbod van de VRT vergroot. (In 2016 verliep 6 à 10% van het totale VRT-videobereik (afhankelijk van de actualiteit) via syndicatie.)
- Het ondersteunt het bereik van de websites van de uitgevers.
- Extra advertentie-inkomsten kunnen verworven worden door gebruik te maken van pre-roll-advertenties (en worden verdeeld tussen de partners). Deze advertentiemiddelen blijven bovendien in de lokale markt.

(Meer informatie: zie p. 25)

(c) VRT Sandbox

De VRT werkte samen met andere Vlaamse mediaspelers op het vlak van mediatechnologie. Dat gebeurde binnen het programma VRT Sandbox.

(Meer informatie: zie p. 127)



SAMENWERKING MET ANDERE PUBLIEKE OMROEPEN

Voorbeelden van samenwerking met andere publieke omroepen in 2016:

- Voor het programma *Als de dijken breken* werkte Eén samen met de Nederlandse publieke omroep EO (Evangelische Omroep). Na de fictiereeks *The Missing I*, werkte Eén samen met BBC en het productiehuis Czar aan een vervolg (*The Missing II*).
- Canvas werkte voor de documentaire *Exitus* samen met de Nederlandse publieke omroep NTR. Ook *het Groot dictee der Nederlandse taal* kwam tot stand door een samenwerking tussen Canvas en NTR.
- Het programma *Superbrein* kwam tot stand door een samenwerking tussen Ketnet en NPO. Ketnet overlegde maandelijks over content met de verantwoordelijken van RTBF-Ouftivi en werkte met hen samen aan reeksen zoals *Stoppeltje (Petit poulu)*, *Charly vet*, *Mijn ridder en ik* en *Paf de hond*.
- Voor bijvoorbeeld dubbings op Ketnet (de reeksen *Peter Pan* en *Dance Academy*, en de films *Bollie & Billy* en *Marie & de 12 maanden*) werkten de VRT en NPO regelmatig samen. Er was in 2016 twee keer overleg met de programma-aankopers van Zappelin/Z@pp (Nederland 3-NPO). Daarbij werden nieuwe aankopen besproken en werden

mogelijke nieuwe samenwerkingen m.b.t. dubben van de programma's en de lancering van de programma's bekeken. Ook met NPO Sales waren er halfjaarlijkse vergaderingen waarop alle programma's worden voorgesteld.

- Ketnet nam, samen met andere Europese openbare kinderzenders, actief deel aan tal van EBU-initiatieven. Voorbeelden van uitwisselings- en coproductie-initiatieven:
 - Op EBU Youth News Exchange bood Ketnet *Karrewiet*-reportages aan andere Europese jeugdjournaals aan en omgekeerd.
 - Op EBU Children Documentary Exchange werden lange documentaires tussen verschillende landen uitgewisseld.
- De VRT werkte samen met de RTBF voor de organisatie van de Koningin Elisabethwedstijd, de uitzending van het nationaal defilé en de verslaggeving van de thuiswedstrijden van de nationale voetbalploeg.
- Om de zes weken zat Eén samen met de RTBF om expertise uit te wisselen en opportuniteiten te detecteren over formatverkoop en productie samenwerking.
- De VRT werkte samen met de RTBF aan *Belgodyssee*, een radioreportagewedstrijd voor laatstejaarsstudenten. Ook Editions Vers l'Avenir en Metro waren partner in dit project

in samenwerking met het Prins Filipfonds. De winnende Vlaamse studente kreeg een betaalde stage aangeboden bij VRT Nieuws.

- Radio 1 werkte samen met de Nederlandse Radio 5 naar aanleiding van *De Lage Landenlijst*.
- Voor buitenlandse verslaggeving werd op regelmatige basis een beroep gedaan op NOS-correspondenten.
- VRT Nieuws werkte via haar themaredacties samen met de RTBF en met buitenlandse zenders via de EBU. Ook met de NOS werkte ze nauw samen om onder andere gebruik te maken van hun correspondenten over heel de wereld.
- Samen met 14 andere openbare omroepen (waaronder France Télévisions, ZDF, RAI en ORF) organiseerde de VRT *Generation What?* (zie p. 80).



6.2

SAMENWERKING MET
HET MIDDENVELD

CULTUURPARTNERS

Enkele voorbeelden van samenwerking:

- Canvas gaf een Canvas-prijs op de filmfestivals Mooov, Docville en het Kortfilmfestival Leuven.
- Voor het evenement *Wanderlust: Geloof in Utopia* werkte Canvas samen met het stadsfestival 500 jaar Utopia. Dit evenement bestond uit een interactief debat in de universiteitsbibliotheek van Leuven en een nocturne op de tentoonstellingen over Thomas More en Utopia in M-Museum Leuven en in de universiteitsbibliotheek.
- Voor een debat in het kader van de reeks *De herontdekking van de wereld* werkte Canvas samen met De Bijloke.
- Het Canvas-programma *Poporama* werkte samen met concertpromotoren zoals De Kreun, 4AD en Trix.
- Voor de première van *Oratorium zonder Doel* en het bijhorende debat werkte Canvas samen met de Bourlaschouwburg.
- MNM was partner bij Brussel Bad, Winterpret in Brussel en het "urban" evenement StreetmArt in Middelkerke.
- Klara werkte voor acties, evenementen en live-uitzendingen samen met een hele reeks culturele partners en instellingen zoals Bozar, Flagey, De Munt, Concertgebouw Brugge, deSingel, De Boekenbeurs van Antwerpen, STUK, AMUZ, MUHKA, Muzee en Passa Porta.
- Er waren live-uitzendingen van *Pompidou* (Klara) en *Happy hour* (Klara) vanuit diverse culturele ontmoetingsplaatsen zoals Muzee, het Plantin-Moretus Museum, het Lijsternest, het ModeMuseum van Antwerpen en M-Museum Leuven.
- Radio 1 werkte voor verschillende programma's (zoals *Touché* en *Bar du matin*) en evenementen (zoals *Het land van de nieuwsgierigheid*, *De prachtige 80*, *De Lage Landenlijst*, *Bowie sessie*, *Hoe Vlaams is uw Nederlands?* en *De grote geschiedenisquiz*) onder andere samen met 30 CC, Boek.be, Het Depot, Ancienne Belgique, De Taalunie, het Theaterfestival en het Davidsfonds.
- De regionale redacties van Radio 2 werkten onder andere samen met Amateurama, Museum M en de Brusselse en Antwerpse musea.
- Ketnet werkte mee aan het Jeugdfestival in Antwerpen. Het merk zat voor *Generatie K* samen met Vormen vzw, een expertisecentrum mensenrechten- en kinderrechten-educatie. Naar aanleiding van *Boek van de week* op Ketnet.be zat Ketnet samen met Iedereen Leest.
- Er werd via Radio 2 Vlaams-Brabant een samenwerking opgezet met BRUZZ om nieuwsberichten te delen met elkaar.
- De VRT overlegde daarnaast met de klassieke sector en met festivals zoals Concertgebouw Brugge, BOZAR en deSingel en Kunstenfestivaldesarts, voor onder andere *Iedereen klassiek*, *Klara in deSingel* en *Het Klarafestival*.



> Poporama (Canvas)



MUZIEKPARTNERS

● Artiesten

De VRT bood in 2016 een platform aan gevestigde Vlaamse artiesten en nieuw talent door hun nummers op te nemen in het aanbod van de radionetten, onder meer in *Touché* (Radio 1), *De lage landen* (Radio 2), *De week van eigen kweek* (Studio Brussel) en *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* (MNM). Daarnaast ging de VRT op zoek naar nieuw talent in diverse ontdekkingsacties en -wedstrijden, zoals *De nieuwe lichting* (Studio Brussel), *Start to dj* (MNM) en *Ketnet musical*. De VRT biedt artiesten ook kansen 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 door compositiewedstrijden en -opdrachten voor generiekmuziek, jingles, muzieknummers (onder meer voor de Ketnet-reeks *Ghost Rockers*) en gelegenheidsnummers (zoals *Komaf met Kafka* van *Waar is Ken?* voor de gelijknamige actie van Radio 1).

● Concertcircuit

De VRT werkte structureel samen met concertpromotoren, zoals Live Nation en Greenhouse Talent,

en concertzalen of cultuurcentra, zoals Ancienne Belgique, Bozar, De Vooruit, Roma, deSingel, Kaaitheater, Concertgebouw Brugge en Trix. Zij ondersteunde tal van Vlaamse festivals, zoals Rock Werchter, Pukkelpop, Tomorrowland, Dranouter, Cactusfestival, De Lokerse Feesten, Blues Peer, Gent Jazz en Afro Latino Festival. De VRT was coproducteur van een aantal festivals, zoals *Het Klarafestival* in samenwerking met het Festival van Vlaanderen, *De Eregalerij* (Radio 2) in samenwerking met SABAM en *Urbanice* (MNM) in samenwerking met Star Events.

● Platenmaatschappijen

De VRT werkte samen met de Belgische platenfirma's door hun muziek te programmeren en interviews, optredens, concertopnames en coproducties met Vlaamse artiesten te verzorgen. De vertegenwoordigers van de platenfirma's werden twee keer uitgenodigd op een overleg met alle muziekverantwoordelijken van de VRT-radionetten om mogelijke samenwerkingen te bespreken. VRT Brand Extensions bracht, in samenwerking met de platenmaatschappijen, VRT-muziekcompilaties op de markt, onder meer *De Lage Landenlijst* (Radio 1), *Viva Vlaanderen - Zomer* (Radio 2), *Original Soundtrack, Italian Edition* (Klara), *MNM Big Hits* (MNM) en *Life is Music 2016* (Studio Brussel).

● Koepelorganisaties uit de muzieksector

Een vast aanspreekpunt van de VRT voor overleg met de professionele muzieksector is Kunstenpunt, het steunpunt van de Vlaamse overheid voor de ontwikkeling van de beeldende kunsten, muziek en podiumkunsten in Vlaanderen en Brussel. Samen met Kunstenpunt organiseerde de VRT in 2016 de MIA's. Ook de organisatie van de Klara's gebeurde in samenwerking met Kunstenpunt.

De VRT werkte verder samen met *Muziekoverleg*. Dat is de koepel van 19 Vlaamse muziekorganisaties. Er werd onder meer overlegd over de diversiteit in het muziek aanbod van de VRT, de aandacht voor nieuwe muzieknummers, de spreiding van lokale muziekproducties en promotiekansen van de Vlaamse muziek op de VRT-televisienetten. Daarnaast had de VRT samenwerkingen met belangenverenigingen en steunpunten zoals Poppunt (voor Vi.be) en Sabam for Culture (voor de sponsoring van VRT-muziekevenementen).

● Beheersvennootschappen

Voor de collectieve inningen van auteursrechten en naburige rechten⁵⁶ werkte de VRT samen met Sabam, Simim, Imagia en Play Right.

⁵⁶

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

De VRT werkte voor verschillende projecten en programma's samen met onderwijspartners. Enkele voorbeelden:

- De openbare omroep zette in op de mediawijsheid van bepaalde bevolkingsgroepen. Daarom overlegde en werkte hij regelmatig samen met verschillende spelers in het mediawijze veld, zoals het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid (Mediawijs.be), het Vlaamse netwerk van mediabedrijven (MediaNet), de CANON Cultuurcel van het Departement Onderwijs, het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering en universitaire onderzoekscentra zoals MICT en SMIT van UGent. Samen organiseerden zij workshops en inspiratiesessies die inzichten en mediawijze praktijken delen. Deze sessies gingen bijvoorbeeld over nieuwsconsumptie van jongeren en de mogelijkheden van Snapchat als nieuwskanaal voor jongeren. De VRT overlegde ook met start-ups die inzetten op mediawijsheid zoals SCool.
- Voor *Rock 'n Roll Radio Highschool* (dat studenten van een media-opleiding de kans bood om radio te maken in een echte radiostudio) werkte MNM samen met Howest Kortrijk, RITCS – School of Arts Brussel, Hogeschool PXL Hasselt, AP Antwerpen en Arteveldehogeschool Gent. Voor De dag van de wetenschap werkte MNM samen met Technopolis in Mechelen. Ook Radio 2 werkte samen met Technopolis voor *Het grote seksperiment*, waarbij de gelijkenissen in de talenten tussen jongens en meisjes op een leuke manier ontdekt konden worden.
- De VRT werkte samen met Vlaamse universiteiten en hogescholen voor *Generation What?* (zie p. X). Het onderzoek werd verricht door onderzoekers van het Jeugdonderzoekplatform en kwam tot stand door een interuniversitaire samenwerking tussen UGent, VUB en KU Leuven.
- Klara werkte samen met de onderwijssector voor *Klara zkt. Academie*.
- Regionale redacties van Radio 2 werkten samen met de KU Leuven. Het Radiohuis in Leuven werd gebruikt voor workshops van de KU Leuven. Radio 2 Vlaams-Brabant werkte samen met de KU Leuven voor de Dag van de Wetenschap.



> Rock 'n Roll Highschool (MNM)

SPORTORGANISATIES

Enkele voorbeelden van samenwerking:

- In 2016 overlegde de VRT met vertegenwoordigers van Sport Vlaanderen, de Vlaamse Sportfederatie en de Vlaamse Sportraad over haar sportbeleid en -aanbod. De sportredactie overlegde daarnaast doorlopend met de sportfederaties en -organisaties waarvan ze evenementen coverde zoals met de Koninklijke Belgische voetbalbond, de Pro League, Wielerbond Vlaanderen, de volleyballiga en -bond, de basketbalfederatie, de handbalfederatie, de hockeyfederatie, de organisatie van de Memorial van Damme, de organisatoren van de klassieke Vlaamse wielervedstrijden, de organisatoren van de European Open (ATP-tennistoernooi van Antwerpen), de organisatoren van diverse jumpings, de organisatoren van het Olympisch Gymgala en met individuele clubs.
- Om gezondheid, sport en beweging te promoten ondersteunde MNM een aantal sportevenementen zoals *Velofollies* (fietsbeurs) en *Wings for Life* (loopwedstrijd). Ter promotie van De maand van de sportclub werkte Studio Brussel samen met de Atletiekclub Lokeren.

- Eén werkte samen met het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC) voor het programma *Afspraak in Rio*. Voor het EK Voetbal en *De 12^{de} man* was er een samenwerking met de Koninklijke Belgische Voetbalbond. Ook Ketnet werkte met hen samen naar aanleiding van het project *Duivelse +school*.
- Sporza werkte voor de Olympische Spelen samen met het Internationaal Olympisch Comité (IOC) voor het aanbieden van 30 simultane livestreams op de Sporza-app.
- De regionale redacties van Radio 2 sloegen de handen in elkaar met verschillende sportclubs.



ANDERE ORGANISATIES

Enkele voorbeelden van samenwerking:

- Eén overlegde voor *De noodcentrale* met de FOD Binnenlandse Zaken, de hulpdiensten en de federale politie. Voor het programma *Een kwestie van geluk*, werkte Eén samen met de Koning Boudewijnstichting. Voor *Dagelijkse kost* overlegde Eén meermaals per jaar met het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing. Voor *Ten oorlog special: Onder Vlaamse velden* werkte de zender samen met Visit Flanders en In Flanders Fields.
- Eén werkte samen met UZ Leuven voor *Spoed 24/7* en met de FOD Financiën voor *De fiscus*. Voor *Weg zijn wij* zat Eén samen met de toeristische diensten van de Vlaamse provincies. Eén werkte samen met de Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren voor *Het goeie leven* en voor *Thuis* was er overleg met het Transgender-infopunt voor de verhaallijn van Franky/Kaat.
- Eén overlegde met Tele-Onthaal (bijvoorbeeld om na een uitzending met gevoelige thema's extra mankracht te kunnen voorzien).

> Car Free Festival (Studio Brussel)

- Voor *De herontdekking van de wereld* werkte Canvas samen met de Jonge Academie.
- Ketnet overlegde onder andere op geregelde basis met Kom op tegen Kanker (*De Pet op tegen Kanker*), de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (*De grote Karrewiet-verkeersquiz*), de Koning Boudewijnstichting (*Ketnet Koekenbak*), Unicef (voor *Karrewiet*), Kies kleur tegen Pesten (voor de actie *Move tegen Pesten*), Awel voor *D5R*, Bednet (voor *De nationale pyjamadag*), het Kinderrechten-commissariaat (voor *Generatie K*). Ketnet werkte ook samen met de Gezinsbond (voor infoavonden over gamen), de Belgische Ontwikkelings-samenwerking (voor *Goed Gezien*) en Mediawijs.be (voor *Ketnet Game Event* en *Boeva & The Games*). In samenwerking met het Vlaams Ministerie van Cultuur, Jeugd, Sport en Media ontwikkelde Ketnet een lessenspakket voor *Generatie K*. Een aantal kinderen die in armoede leven konden naar een optreden van *Ketnet Musical* of waren publiek tijdens *Kingsize Live* door een samenwerking tussen Ketnet en het Netwerk tegen Armoede.
- Radio 2 gaf aandacht aan wetenschappen en werkte daarvoor onder andere samen met de FOD Leefmilieu, de FOD Volksgezondheid, de Boerenbond, de Bond Beter Leefmilieu en het Davidsfonds. Radio 2 werkte samen met de FOD Economie en Test-Aankoop voor *De garantieweek* en *De energieweek*, om vragen van luisteraars te beantwoorden.
- De regionale redacties van Radio 2 sloegen de handen in elkaar met provinciale actoren zoals de verschillende provinciebesturen, Westtoer, het Centrum Ronde van Vlaanderen en Toerisme Limburg.
- Tijdens de maand van de cyberveiligheid werkte de VRT samen met het Computer Emergency Res-



ponse Team, onder andere voor *De inspecteur* op Radio 2, waar luisteraars handige tips kregen om veilig op internet te surfen.

- MNM werkte voor *Generation M* samen met partners in Vlaanderen die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen, zoals Sensoa voor de 'Ik Weet Wat Ik Doe'-campagne (waarbij homoseksuelen getuigen over gezondheidsuitdagingen). MNM werkte ook samen met Unizo voor *De dag van de luisteraar*.
- Voor *De week van het geld* zat Radio 1 samen met *De Tijd* en Wikifin.
- Studio Brussel pleegde overleg met *De Lijn* voor het *Car Free Festival*.
- De openbare omroep overlegde voor het project *Iedereen tegen kanker* met Kom op tegen Kanker.

Er was ook maandelijks overleg met Kom op tegen Kanker doordat Eén deelnam aan de stuurgroep van de organisatie.

- Voor *De zoo: achter de schermen* werkte Eén samen met de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen. Voor *Iedereen beroemd* zat Eén samen met Broederlijk Delen.
- De jongerenadviseur onderhield contacten met jongeren en informeerde zich over hun leefwereld (o.a. met het project *Generation What?*, dat in samenwerking met De Ambrassade en de Vlaamse Jeugdraad verliep) en was aanwezig op conferenties en studiedagen die het jongerenmiddenveld organiseerde. De jongerenadviseur zetelde op uitnodiging van De Ambrassade ook in de commissie jeugdinformatie.

7

EFFICIËNTE EN MEER WENDBARE ORGANISATIE





De VRT werkt aan de transformatie naar een modernere, wendbare en dynamische media-organisatie. Drie factoren liggen daarvoor aan de basis:

- de verdere digitalisering van het mediagebruik;
- het besparingstraject;
- het realiseren van alle strategische doelstellingen uit de beheersovereenkomst.

Om die nieuwe organisatie vorm te geven, ontwikkelde de VRT in 2016 een toekomstplan (zie p. 154).

7.1

PERSENEELSBESTAND

Eind 2016 telde de VRT 2.227 actieve personeelsleden ⁵⁷ (ten opzichte van 2.313 eind 2015) of 2.061,3 voltijds equivalenten ⁵⁸ (ten opzichte van 2.162,6 eind 2015). 80,1% van de personeelsleden was contractueel ⁵⁹, 19,9% was statutair (ten opzichte van respectievelijk 80,1% en 19,9% eind 2015).

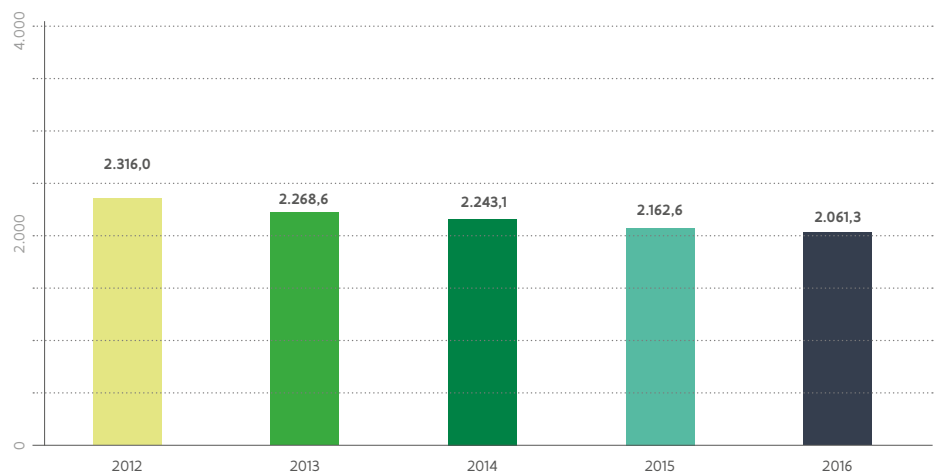
Volgens de Beheersovereenkomst 2016-2020 mag het aandeel van de personeelskosten ten opzichte van de totale ontvangsten niet meer bedragen dan 43,25%. ⁶⁰ In 2016 bedroeg het aandeel 43,05%.



Eind 2016 telde de VRT 2.061,3 voltijds equivalenten, tegenover 2.162,6 eind 2015.

Evolutie aantal voltijds equivalenten (2012-2016)

Bron: VRT



⁵⁷

Dat aantal bevat niet de 14 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, de 27 personeelsleden met loopbaanonderbreking en de 130 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -onthefingen, gedetacheerden, e.d.).

⁵⁸

Dat aantal bevat niet de 13,5 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, de 27 personeelsleden met loopbaanonderbreking, de 130 personeelsleden die om diverse redenen die niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -onthefingen, gedetacheerden, e.d.) en 8,9 deeltijdse personeelsleden om medische redenen.

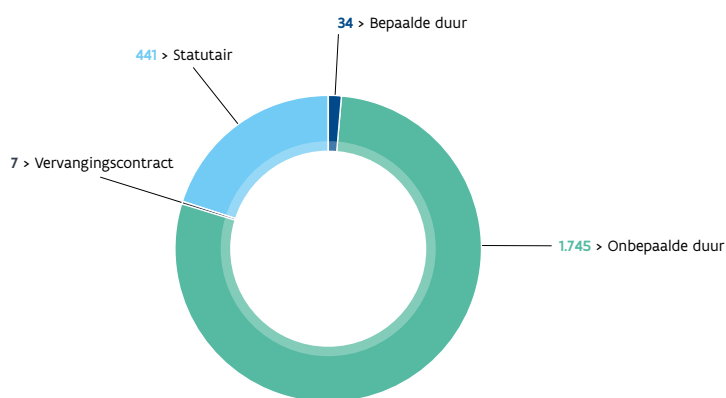
⁵⁹

Als contractueel wordt beschouwd de medewerkers met een contract van bepaalde duur, de medewerkers met een contract van onbepaalde duur en de medewerkers met een vervangingscontract.

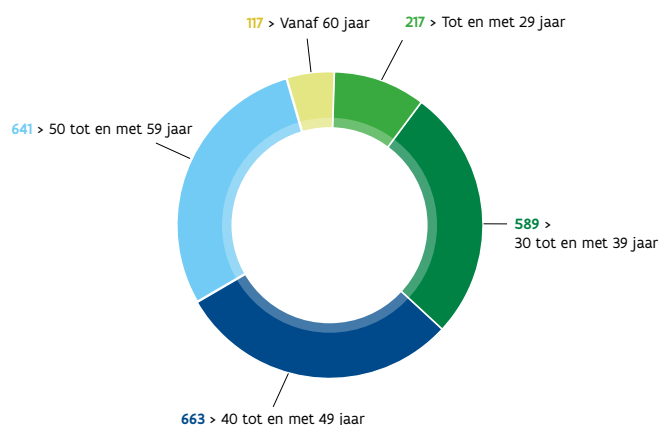
⁶⁰

Exclusief herstructureringskosten, personeelskosten Brussels Philharmonic en opfoting patronale bijdrage Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT.

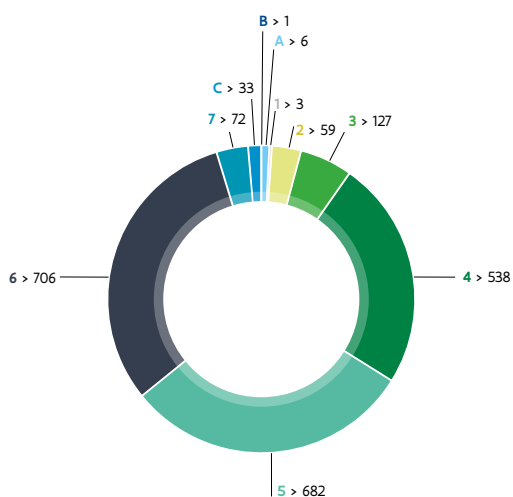
De verdeling van de medewerkers volgens contractsoort ⁶¹



De verdeling van de medewerkers volgens leeftijd ⁶²



De verdeling van de medewerkers over de functieklassen ⁶³



De verdeling van de medewerkers volgens directie

| Directie (voltijds equivalenten) | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|----------------|----------------|
| ● Beleid | 46,1 | 48,5 |
| ● Algemene diensten & Financiën | 171,1 | 141,1 |
| ● Human Resources | 56,4 | 51,7 |
| ● Technologie & Operaties | 650,3 | 625,3 |
| ● Informatie | 518,2 | 490,0 |
| ● Media & Productie | 720,5 | 704,7 |
| ● Totaal | 2.162,6 | 2.061,3 |



61 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.
 62 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.
 63 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.



“Je moet goed overeenkomen met je collega’s, want samen kan je veel meer bereiken dan alleen.”

Dimitri De Knibber, Keukenchef
29 jaar

“Vorig jaar ben ik gepromoveerd van ploegleider tot keukenchef. Ik zorg ervoor dat alles op tijd klaar is voor het middageten. Ik volg alles op, doe de coördinatie, maak de bestellingen, enzovoort. Samen met mijn team maak ik lekker eten zodat de mensen ervan kunnen genieten. Teamwork is in de keuken echt belangrijk, want samen kan je veel meer bereiken dan alleen.”

“Iets wat altijd heel speciaal is om te doen, zijn de VIP-maaltijden. Bij het maken van die gerechtjes kan ik mij echt uitleven en probeer ik nieuwe, specialere dingen uit. Ook de gewone, dagelijkse middagmalen zijn belangrijk. Als de mensen lekker kunnen eten op hun werk, zijn ze blij en heerst er een goede sfeer. Wanneer we stoofvlees met frietjes maken, mijn persoonlijke favoriet, is de sfeer extra goed! Dan moeten we toch een 100 à 200-tal extra maaltijden voorzien. Ik haal mijn inspiratie voor de gerechten een beetje overal: van het internet, uit kookprogramma’s, uit kookboeken, bij collega’s... Dan voegen we ideeën uit verschillende gerechten samen en zo ontstaan nieuwe gerechtjes.”

Emma De Strycker,
Bewakingsagente VRT
59 jaar

“Ik werk al sinds 1999 bij VRT, maar ik doe eigenlijk nog maar twee jaar bewakingsagente bij security-ingang. Voordien werkte ik heel graag bij de VRT-catering, maar mijn hart en ziel liggen toch meer bij deze job. Ik doe het echt supergraag! De bezoekers moeten eerst via ons passeren om binnen te mogen. Het is dus echt heel sociaal werk en je komt veel mensen tegen. Tijdens mijn opleiding kwamen drie vrouwen kort na elkaar binnen met exact hetzelfde kledje. Ik dacht dat er een verborgen camera hing, maar het bleek om K3 te gaan. Ik had ze niet herkend!”

“Sinds de aanslagen van 22 maart zijn de veiligheidsregels wel strikter geworden. Bij niveau 4 controleerden we bijvoorbeeld ook de tassen. Als je niet aangemeld bent door een VRT-collega, kom je niet binnen het omroepterrein! Zelf ben ik niet angstiger door de aanslagen. Dat mag ook niet als bewakingsagente. Ik ben ook niet achterdochtig. Iedereen is voor mij gelijk. Mijn moedertaal is Frans, daardoor ben ik ook een beetje een buitenbeentje bij de VRT. Toch mocht ik hier meteen aan de slag. Toen dacht ik echt ‘wauw’, iedereen is welkom bij de VRT. Ze staan open voor diversiteit. Ik voel me hier dan ook helemaal thuis en zou voor geen geld van de wereld ergens anders willen werken.”



“Sinds de aanslagen van 22 maart zijn de veiligheidsregels strikter geworden.”

7.2

HR-BELEID

Uit de tevredenheidsenquête van 2015 en talrijke “inspraakmomenten met de medewerkers” kwam de vraag naar voor om werk te maken van een cultuurverandering bij de VRT. Zo was er onder meer een duidelijke behoefte aan meer vertrouwen tussen medewerkers en leidinggevenden, sterker leiderschap, meer participatie van de medewerkers in het beleid en meer mogelijkheden tot talentontwikkeling.

Tegelijk verandert ook het mediagedrag van de gebruikers, volgen de technologische vernieuwingen elkaar snel

op en worden er nieuwe spelers actief in het medialandschap. Bovendien beschikt de VRT over minder financiële middelen dan voorheen.

De VRT vond het daarom nodig om een meer wendbare organisatie te worden, innovatie nog meer te stimuleren, en te focussen op wat de omroep nog wil en kan doen. Dat lag aan de basis van een omroepbreed project “Fier op de VRT”. Het bevat onder andere de langetermijnvisie van de VRT op het vlak van HR.



Het project 'Fier op de VRT' bevat de langetermijnvisie van HR.

FIER OP DE VRT

De openbare omroep streeft er naar dat al haar medewerkers fier kunnen zijn op de VRT als organisatie. De VRT heeft tijdens participatiesessies met medewerkers een visietekst 'Fier op de VRT' ontwikkeld.

Het doel van de nieuwe organisatie is ambitieus: een cultuur waarin we ons (als VRT-medewerkers) goed voelen en waarin we onze talenten volop kunnen inzetten en ontwikkelen. Een cultuur waarin we efficiënt samenwerken en ondernemen. Een cultuur waarin we met al onze creativiteit, met al onze zin voor kwaliteit en innovatie een relevant aanbod blijven brengen naar ons publiek. Een cultuur met een uitgesproken maatschappelijke meerwaarde.

Om te komen tot een wendbare en moderne mediaorganisatie waarin competente medewerkers samenwerken om haar missie te realiseren, focust de VRT op verschillende kernthema's. De VRT streeft naar een cultuur:

- gebaseerd op vertrouwen;
- van feedback vragen en geven;
- van heldere, resultaatgerichte afspraken;
- die de lat voor iedereen even hoog legt;
- waarin participeren het 'nieuwe normaal' is;
- die focust op talentontwikkeling;
- waarin innovatie centraal staat en die experimenten stimuleert;
- van open en flexibele samenwerkingsverbanden, intern en extern;
- die focust op de kerntaken;
- die bewust en efficiënt omgaat met kosten;
- die gericht is op ondernemen;
- die billijk verloont, afgestemd op de reële bijdrage die iemand levert;
- die diversiteit omarmt;
- en een plek waar mensen graag werken;
- met oog voor de impact van leidinggevendend;

Met het oog op het realiseren van deze kernthema's, kunnen alle leidinggevendend en alle teams een beroep doen op de HR-afdeling. Zij onderneemt, voor elk kernthema, initiatieven ter ondersteuning en dit op verschillende vlakken: op het vlak van het aanreiken van inspiratie, het bieden van een inhoudelijk kader, en het ter beschikking stellen van begeleiding, methodes, toepassingen en opleidingen.



Rol van de leidinggevenden

Om te evolueren in deze aandachtsgebieden is het engagement van de leidinggevenden en hun teams belangrijk. Zij stellen een jaarplan op met hun prioriteiten en doelstellingen in cultuur-, organisatie- en talentontwikkeling. De voortgang van dat plan wordt op regelmatige basis geëvalueerd.

In 2016 besliste de directie dat elke leidinggevende van de VRT een viervoudige rol moet vervullen: als leider, als "people coach", als manager en als ondernemer. De directie engageerde zichzelf ook om leiderschap op alle niveaus in die richting aan te moedigen en te laten evolueren. De verschillende rollen werden in 2016 geïntegreerd in diverse HR-processen (zoals selectie, promotie en talentontwikkeling). Leidinggevenden namen deel aan werksessies om hun bewustzijn over hun verschillende rollen te vergroten.

Talentontwikkeling

45 leidinggevenden doorliepen een ontwikkelingstraject van zes opleidingsdagen over leidinggevende vaardigheden en rollen. 50 leidinggevenden doorliepen een 360°-bevraging, waarbij ze door collega's geëvalueerd werden op hun leiderschapskwaliteiten en -rollen. In 2016 stapten 34 leidinggevenden in een traject waarbij ze gecoacht werden om zichzelf verder te ontwikkelen in hun functie.

De uitgaven voor opleidingen stegen in 2016 (+56% ten opzichte van 2015). Daardoor konden meer medewerkers een opleiding volgen. Zo waren er journalistieke opleidingen en opleidingen over het ontwikkelen van media-competenties, het versterken van persoonlijkheidsvaardigheden en het "vertellen van verhalen". Ruim 500 medewerkers namen deel

aan opleidingen die gericht waren op het verhogen van hun digitale vaardigheden op de sociale media.

Aanwervingsbeleid

In 2016 begeleidde de HR-dienst VRT Jobs 106 interne of externe medewerkers naar een nieuwe job:

- VRT jobs begeleidde 27 nieuwe medewerkers naar een contract van onbepaalde duur.
- VRT Jobs oriënteerde 37 personen naar een tijdelijke job bij VRT (contract van bepaalde duur of interimcontract).
- 42 personen konden intern in een nieuwe job aan de slag na een selectieproces.

1.360 kandidaten toonden interesse voor openstaande vacatures. 1.120 studenten kandideerden voor een stageplaats. 360 daarvan vonden een stageplek bij de VRT.

Omdat de VRT haar aanbod op digitale platformen moet uitbouwen, nam ze in 2016 verschillende initiatieven om digitaal talent te vinden. Voor het opstarten van het project van het nieuwe online-videoplatform (VRT NU) begeleidde VRT Jobs de zoektocht naar 1 redactieverantwoordelijke en 8 digitale redacteurs. 14 redacteurs met een digitaal profiel en 2 teamleiders werden geplaatst bij de verschillende redactiecentra.

De VRT profileerde zich op de sociale media (Facebook, Twitter en LinkedIn) als werkgever. Via die platformen werden nieuwe vacatures verspreid. Eind 2016 had de Facebook-pagina van VRT Jobs ongeveer 4.500 volgers, via LinkedIn waren er ongeveer 12.400 volgers. Ook de VRT-medewerkers verspreidden de vacatureberichten. Met deze initiatieven werd het imago van de VRT als aantrekkelijke werkgever ondersteund.

Loopbaanbewustzijn en interne mobiliteit

In 2016 focuste de HR-afdeling op het versterken van loopbaanbewustzijn en op interne mobiliteit. Daarvoor werd samengewerkt met Ascento. Zo werd een interne campagne gevoerd met positieve getuigenissen van medewerkers.

Het aanbod van de interne vacatures werd ook actiever gecommuniceerd naar de medewerkers.

40% van de vacatures werd door de verschillende initiatieven van loopbaanbewustzijn en interne mobiliteit, door interne medewerkers ingevuld (een stijging van 10 procentpunten ten opzichte van 2015).

De VRT verhoogde in 2016 het budget voor opleidingen met 56% tegenover 2015

Sociaal akkoord in het kader van het Toekomstplan

De VRT moet tegen 2020 ruim 30 miljoen euro besparen. Tegelijk mogen de totale personeelskosten niet meer bedragen dan 43,25% van de totale ontvangsten. Om die doelstellingen te realiseren ontwikkelde de VRT in 2016 een toekomstplan.

Het definitieve plan kwam tot stand na een uitgebreid participatieproces met de medewerkers en na onderhandelingen met de sociale partners. In tal van participatiesessies werd de dialoog tussen het management en de medewerkers gestimuleerd om samen tot geschikte besparingsvoorstellen te komen. Die werden nadien door de VRT-directie besproken en onderhandeld met de sociale partners.

In het sociaal plan was er sprake van een banenverlies van netto 155 voltijdse equivalenten tegen eind 2020. Het verlies van banen kon beperkt worden als gevolg van tal van maatregelen:

● **arbeidsherverdeling**

Medewerkers kregen bijvoorbeeld het recht om (ten hoogste) 22 extra verlofdagen per jaar op te nemen, in ruil voor hun eindejaarpremie of hun vergoeding voor zondagswerk of het opnemen van onbetaalde vakantiedagen.

● **loonmatiging**

- In het sectoraal loonakkoord werd overeengekomen om de jaarlijkse loonsverhogingen en de variabele verloning voor de periode 2017-2020 af te remmen. Het bedrag op zondagswerk werd begrensd.
- Een groep medewerkers die tot dusver hun eigen wagen gebruikten voor professionele verplaatsingen, kon in ruil voor loon, opteren voor een bedrijfswagen. (Deze maatregel verlaagt de loonkosten van de VRT en leidt niet tot extra wagens op de weg. De bedrijfswagens die worden aangeboden zijn wagens met beperkte uitstoot.)
- Diverse stelsels van premies en vergoedingen, de tegemoetkomingen voor het woon-werkverkeer en de regelingen over de kosten eigen aan de werkgever werden vereenvoudigd.

● **aanpassingen aan het werkreglement**

Bij de onderhandelingen met de sociale partners werd overeen gekomen om:

- op basis van nieuwe principes van personeelsplanning betere evenwichten en verminderde kosten te realiseren;
- de structurele periodesaldi en recuperatiedagen te beperken.

Indien na deze maatregelen, interne verschuivingen en natuurlijke uitstroom, zou blijken dat de doelstelling tot beperking van de loonkosten niet gehaald zou worden, dan worden de medewerkers van wie de functie noodgedwongen geschrapt wordt, begeleid met een hertewerkstellingstraject.

Naleven Sociaal Charter

In de contracten met externe productiehuisen en facilitaire bedrijven werd steeds de bepaling opgenomen dat zij in de uitvoering van de overeenkomst de aanbevelingen en richtlijnen uit het Sociaal Charter voor de Audiovisuele Sector naleven.

Het toekomstplan kwam tot stand na een uitgebreid participatieproces met de medewerkers.



"In de nieuwe organisatie leggen we heel erg de nadruk op het geven van feedback."



Lie De Waele, Zakelijk leider nieuws
46 jaar

"Bij het participatieproject trok ik twee werkgroepen. Eentje rond de afdeling ENG mobiel, waar een stuk uitstroom van personeel en een besparing gerealiseerd moest worden. De andere groep was meer algemeen met mensen van over heel onze nieuwsdienst met zowel collega's van radio, televisie en online. Met die laatste groep hebben we voornamelijk gebrainstormd over hoe bepaalde zaken efficiënter kunnen."

"Ik hou een dubbel gevoel over aan het participatieproject. Enerzijds zat de timing bij ENG mobiel goed, omdat er door de besparingen heel wat onzekerheid en onrust heerste. Het participatieproject vormde een forum waar die zorgen op tafel gelegd konden worden. Dat

zorgde voor inzichten die ons helpen in de zaken waar we nu nog altijd aan werken. Anderzijds werden we wel wat in het project gesmeten, waardoor we misschien kansen hebben gemist."

"Wat we geleerd hebben is voornamelijk dat er meer intern gecommuniceerd moet worden. De groep had het gevoel dat er niet naar hen geluisterd werd. In de nieuwe organisatie, leggen we heel erg de nadruk op het geven van feedback. Ik heb het gevoel dat we daar al veel uithalen.

Het participatieproject was zeker nuttig. Al zou ik in de toekomst zorgen voor meer omkadering en structuur. Dat het iets vanzelfsprekend wordt. Medewerkers zijn het immers niet gewoon om op deze manier na te denken over de organisatie en hoe we er samen iets beter van kunnen maken. Het mag in geen geval een klaagbarak worden."

INTEGERE ORGANISATIE

De VRT neemt voortdurend initiatieven om haar geloofwaardigheid en betrouwbaarheid als openbare omroep te vrijwaren (bijvoorbeeld met een uitgebreid deontologisch kader).

Om die reden wil de VRT ook dat haar medewerkers op een ethisch verantwoorde wijze werken, voor en achter de schermen. Dat heeft betrekking op hoe ethisch zij onder elkaar handelen, maar ook als zakenpartners, onderhandelaars en als personen die gebruik maken van VRT-middelen. Van elke medewerker wordt verwacht dat hij integer functioneert. De ethische leidraad, de integriteitscode, is van toepassing op alle personeelsleden.

Het integriteitsbeleid werd in 2016 op verschillende vlakken doorgezet.

- De integriteitscoördinator (tevens manager beroepsethiek) gaf, in 2016, op vraag van medewerkers 77 keer

advies. De meeste vragen gingen over externe cumuls, nevenactiviteiten en aangeboden geschenken.

- Nieuwe, pas opgeleide vertrouwenspersonen kregen een infosessie over het integriteitsbeleid. (Vertrouwenspersonen vervullen de rol van mogelijke tussenpersoon in de meldingsregeling. Medewerkers die integriteitsinbreuken willen melden, kunnen dat bij hen (en de integriteitscoördinator) doen.)
- Regelmatig liepen er interne campagnes, zoals over het aanvaarden van geschenken, relaties op het werk en het ontlenen van VRT-materiaal.
- In november organiseerde de integriteitscoördinator een evenement met als thema VRT Focus op integriteit. Personen uit de VRT, de overheid en het bedrijfsleven formuleerden er hun visie over het belang en de aanpak van integriteit. 85 mensen namen deel: de helft VRT-medewerkers en de helft externe personen.



> VRT Focus op integriteit met integriteitscoördinator Diane Waumans

7.3

AANDACHT VOOR EFFICIËNTIE

Efficiënte organisatie

Bij het afsluiten van de Beheersovereenkomst 2016-2020 ging de VRT het engagement aan om, binnen een aangepast budgettair kader⁶⁴, te streven naar een nog meer efficiënte, meer wendbare en slankere mediaorganisatie.

Na de actualisatie van de cijfers in het kader van de Vlaamse begrotingscontrole in september 2015, bleek dat het tekort voor de periode 2016-2020 (zonder extra ingrepen) zou oplopen van 12,3 miljoen euro in 2016 tot 32,8 miljoen euro in 2020.

Om de transitie naar een flexibele en efficiënte omroeporganisatie te kunnen verwezenlijken (rekening houdend met de verminderde budgetten), heeft de VRT in het voorjaar van 2016 een transformatieplan ontwikkeld. Dat plan zal worden uitgevoerd tijdens de periode van de lopende beheersovereenkomst. Het is opgebouwd rond de volgende hefboomen:

- a) het aanscherpen van het aanbod en het maken van keuzes in lijn met de opdracht van de VRT;
- b) het focussen op de kerntaken van de omroep;
- c) het inzetten op een toekomstgerichte en efficiënte manier van werken;

In september 2016 werd een akkoord bereikt over de sociale maatregelen die het plan mogelijk moeten maken (zie p. 156: Sociaal akkoord in het kader van het Toekomstplan).

De VRT moest in 2016 12,3 miljoen euro besparen. De uitgewerkte maatregelen (uit het toekomstplan) werden verwerkt in het ondernemingsplan, met inbegrip van een personeelsafslanking van 47 voltijds equivalenten. De VRT sloot 2016 uiteindelijk af met een resultaat dat 0,7 miljoen euro beter was dan gepland in de beheersovereenkomst. De personeelsuitgaven bedroegen 43,05% van de totale inkomsten. De bestedingen aan externe producties bedroegen 18,89% van de totale inkomsten.

De VRT sloot 2016 af met een resultaat dat 0,7 miljoen euro beter was dan gepland in de beheersovereenkomst.

Kostenefficiëntie

Gedurende het hele productieproces was er bij elke productie aandacht voor kostenefficiëntie en ondernemerschap:

- *bij de opmaak van het meerjaren- en ondernemingsplan* (vastleggen van standaardkostprijzen);
- *bij het afsluiten van overeenkomsten met externe productiehuisen*. De Algemene Voorwaarden bepalen zakelijke transparantie als een belangrijke parameter;
- *bij de productie zelf*. De producent waakt over het budget. Hij overlegt regelmatig met de zakelijke leiders en de aanbodsverantwoordelijken van de netten.

Bij de evaluevaluatie van een productie speelt het realiseren van kostenefficiëntie een belangrijke rol.

Eind 2016 werd beslist dat op geregelde tijdstippen de afdelingen en netten zouden rapporteren over hun efficiëntie-inspanningen aan het directiecollege, onder andere over de kostprijs en de kostenefficiëntie van bepaalde programma's.

64

Vanaf 2015 vermindert de overheidsdotatie jaarlijks, oplopend tot een vermindering van 29,5 miljoen euro in 2020. Voor de personeelsuitgaven geldt een plafond (43,25% van de inkomsten) en tegen 2020 zal de VRT minimaal 18,25% van de inkomsten uitbesteden aan de externe mediasector (vanaf 2016 minimaal 15%).

7.4

NIEUW VRT-GEBOUW

In 2013 beslisten de Raad van Bestuur en de VRT-directie tot het bouwen van een nieuw omroepgebouw. Dat zal worden opgetrokken op de huidige Reyerssite. Eind 2015 werd de Multiprofessionele architectenvereniging Robbrecht en Daem architecten bv cvba – Dierendonckblancke architecten bv bvba – VK Engineering nv – Ove Arup and Partners International Ltd onder de vorm van een burgerlijke vennootschap TBM gekozen als bouwheer.⁶⁵

In de loop van 2016 werd het wedstrijd-ontwerp, in nauw overleg met de VRT-medewerkers, omgevormd tot een

goedgekeurd voorontwerp. Dat zal verder verfijnd worden tot een definitief ontwerp in het voorjaar van 2017. Nadien kan de bouwaanvraagprocedure opgestart worden. De fysieke bouwwerken zullen starten in 2018. Eind 2021 zal het nieuwe gebouw in gebruik genomen worden.

De VRT heeft de ambitie om een "inspirerende werkomgeving" te creëren voor alle medewerkers. Veldhoen Company werd in 2016 aangesteld als expert in het creëren van inspirerende werkomgevingen met ervaring in complexe bedrijfsprocessen.



⁶⁵ Met als partijen: Robbrecht en Daem Architecten, Dierendonckblancke Architects, VK Engineering en ARUP Ltd.



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 Mediadecreet⁶⁶. 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.

Tot 16 december 2016 was de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- Luc Van den Brande, voorzitter
- Ellen Van Orshaegen, ondervoorzitter
- Marc De Clercq,
- Eric Defoort,
- Sihame El Kaouakibi,
- Christian Leysen
- Véronique Matthys,
- Nico Moyaert,
- Freya Piryns,
- Chris Reniers,
- Jan Roegiers,
- Chris Verhaegen

De Buitengewone Algemene Vergadering van 30 januari 2017 heeft Philippe Beinaerts benoemd als bestuurder in opvolging van Eric Defoort, die op 16 december 2016 overleden is.

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 2016 vergaderde de Raad van Bestuur 12 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 program-

mabeleid, 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 uitvoering 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).

⁶⁶

Met de term "Mediadecreet" wordt verwezen naar het Decreet van 27 maart 2009 betreffende Radio-Omroep en Televisie

Comités opgericht door de Raad van Bestuur

Binnen de Raad van Bestuur bestaan volgende comités:

Auditcomité

Samenstelling

Zoals bepaald in artikel 31 van het Media-decreet en artikel 11bis van de statuten heeft de Raad van Bestuur 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 2016:

- 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 negen keer in 2016.

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 2016:

- 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 2016.

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 2016:

- Luc Van den Brande (voorzitter)
- Christian Leysen
- Nico Moyaert

Vergaderfrequentie

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde zeven keer in 2016.

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.

Ad-hoc-subcomité beheersovereenkomst

Naast de hierboven vermelde permanente comités, heeft de Raad van Bestuur de mogelijkheid om ad-hoc-subcomités op te richten. Zo voorziet het Charter Deugdelijk Bestuur dat bij de voorbereiding van een nieuwe Beheersovereenkomst voor de VRT een ad-hoc-subcomité Beheersovereenkomst wordt opgericht.

Het ad-hoc-subcomité Beheersovereenkomst kwam niet samen in 2016.

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.

Paul Lembrechts werd met ingang van 1 maart 2016 door de Algemene vergadering tot gedelegeerd bestuurder benoemd.

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 2016 als volgt samengesteld:

- Leo Hellemans, gedelegeerd bestuurder (tot en met 29 februari 2016)
- Paul Lembrechts, gedelegeerd bestuurder (vanaf 1 maart 2016)
- Hans Cockx, algemeen directeur HR
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie
- Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën
- Mick De Valck, algemeen directeur Technologie en operaties
- Luc Rademakers, algemeen directeur Informatie (tot 19 mei 2016)
- Lut Vercruysse, directeur Strategie
- Liesbet Vrieleman, algemeen directeur Informatie (vanaf 1 juni 2016)

Een korte biografie van de leden van het VRT-directiecollege en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, worden 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 39 keer in 2016.

Bevoegdheden

De bevoegdheden 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 beheersovereenkomst 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 eigen tijds 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 2016 in totaal een brutobedrag uitgekeerd van 114.700,86 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
- een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur voor maximaal 15 vergaderingen per jaar. 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. 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 Beheers-overeenkomst, ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering van het Auditcomité.

- 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
- de bestuurders die lid zijn van het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* (in vereffening) en/of het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering

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 2016 in totaal een bedrag uitgekeerd van 7.029 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 2016 een vergoeding van 12.057,80 euro toegekend aan de gemeenschaps-afgevaardigde.

Bezoldiging van de gedelegeerd bestuurder en het directiecollege.

Artikel 19 van het Decreet Deugdelijk bestuur⁶⁷ 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."

Berekend op jaarbasis ontving de Gedelegeerd bestuurder in 2016 een bruto-bezoldiging van 250.064 euro. Daarmee

wordt voldaan aan de bepaling uit artikel 19 van het Decreet Deugdelijk Bestuur. In 2016 bedroeg de totale bruto bezoldiging van het directiecollege (6 directieleden, exclusief de gedelegeerd bestuurder) 1.034.415 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 waar- onder 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 tweejaarlijkse zelfevaluatie vond plaats op 29 februari 2016. Op voordracht van de Raad van Bestuur werden enkele kleine tekstwijzigingen aan het Charter van Deugdelijk Bestuur goedgekeurd op de Algemene Vergadering van 10 mei 2016.

⁶⁷

Decreet van 22 november 2013 betreffende deugdelijk bestuur in de Vlaamse publieke sector.



8

FINANCIËLE RESULTATEN





JAARREKENING 2016

EVALUATIE 2016

2016 was het eerste jaar van de Beheersovereenkomst 2016-2020. De VRT slaagde er in om de strategische doelstellingen, met uitzondering van Teletekst-ondertiteling en gesproken ondertiteling, te behalen.

De VRT kreeg de opdracht om zich verder uit te bouwen tot een toekomstgerichte en toonaangevende publieke omroep die maatschappelijke meerwaarde creëert. Ze moet een wendbare en efficiënte organisatie vormen die zich inzet op een digitale toekomst. Daarbij moet ze oog hebben op het versterken van de Vlaamse mediemarkt. In haar aanbod moet ze focussen op informatie, cultuur en educatie. Ontspanning en sport helpen daarbij in het bereiken van een breed publiek en de ondersteuning van de sociale cohesie.

De merken vormden in 2016 de hefboomen waarmee de publieke omroep alle bevolkingsgroepen in Vlaanderen probeert te bereiken. In de portfolio zaten enerzijds generalistische aanbodsmerken zoals Eén, als merken die focussen op een specifieke doelgroep, zoals MNM (voor jongeren). De merken werden en worden scherp gesteld op de realisatie van publieke waarde met hun aanbod. Het merkenpalet van de VRT was daarvoor complementair opgebouwd, waarbij elk merk zijn eigen uniek profiel en waarden heeft.

De nieuwe beheersovereenkomst stelt bovendien dat alle merken multimediaal worden. Dat betekent dat ze er in 2016 naar streefden om aanwezig moeten zijn op alle mediaplatformen waar hun publiek ook in belangrijke mate aanwezig was. De merken gebruikten daarbij steeds beter de mogelijkheden van de digitale media om een meer directe band te leggen met hun doelpublieken.

Voor haar radio-aanbod zette de VRT vijf van haar aanbodsmerken in.

- Radio 1 volgde en informeerde zijn luisteraars op het vlak van ontwikkelingen in de samenleving, politiek, cultuur, wetenschap en sport.
- Radio 2 zette in op informatie uit de Vlaamse regio's en op Vlaamse en Nederlandstalige muziek.
- Klara zette in op aandacht voor kunst en cultuur en bood onder andere klassiek muziek, jazz en wereldmuziek.
- Studio Brussel bracht nieuws, cultuur, sport en muziek dat gericht is op jonge actieve Vlamingen.
- MNM richtte zich op jongeren en moeilijk te bereiken doelgroepen (zoals personen van vreemde afkomst) met een aanbod van nieuws, geëngageerde acties en ontspanning.

Het televisieaanbod bouwde de VRT op met behulp van drie merken: Eén, Canvas en Ketnet. Op die manier haalde ze een hoog bereik in alle verschillende bevolkingsgroepen.

- Eén focuste op een aanbod dat een breed publiek van jong tot oud aanspreekt. Het net bood in zijn aanbod informatieprogramma's, programma's met aandacht voor cultuur en educatie, ontspanning en sport.
- Canvas richtte zich op de meerwaardezoekers die duiding en inzicht zochten op het vlak van politiek, kunst en cultuur, wetenschappen, economie en sport.
- Ketnet bood een breed, veilig en kwaliteitsvol Vlaams aanbod voor kinderen tot twaalf jaar. Het dochtermerk Ketnet Jr. richtte zich daarbij specifiek op de doelgroep tot vijf jaar.

De merken die het radio- en televisieaanbod vorm gaven, hadden ook een digitaal luik. Voor sommige merken was dat aanbod (bijvoorbeeld Studio Brussel) meer uitgebreid dan bij andere. Dat was zo als de doelgroep een grotere digitale behoefte had. Op de digitale platformen bood de VRT ook een nieuwsaanbod (Deredactie.be) en een sportaanbod (Sporza).

Financieel verslag

In 2016 werd een transformatietraject uitgevoerd.

Aan de VRT werd in 2014 een eigen bijkomend besparingstraject opgelegd, zijnde 15 miljoen euro in 2015 en oplopend met 5,5 miljoen euro in 2016 en telkens 3 miljoen euro in 2017, 2018 en 2019 of in totaal 29,5 miljoen euro. Daarnaast werd de VRT geconfronteerd met horizontale besparingen (desindexering, besparingen in het budget voor Onderzoek & Innovatie en de verminderde compensatie voor de vergrijzingskosten). Bovendien koos de VRT ervoor om de digitale shift verder te zetten vanaf 2015 (voor de heroriëntering van lineair naar digitaal aanbod).

In de loop van 2015 werden bovendien de onderhandelingen voor de Beheersovereenkomst (BHO) 2016-2020 afgerond. Het budgettair kader, zoals hoger geschetst, werd hierin opgenomen. Bijkomend werd opgelegd dat de VRT niet meer gecompenseerd zou worden voor de stijgende personeelskosten, de zogenaamde vergrijzingskosten (zoals voordien wel gebeurde).

In de BHO werden ook bijkomende KPI's opgenomen die mee bepalend zijn geweest in de gemaakte keuzes om budgettair in evenwicht te geraken over de duur van de BHO. Deze KPI's gaan over een opgelegde bovengrens voor de personeelskosten (maximum 43,25% van de totale inkomsten) en een minimumbesteding van VRT middelen aan het media-ecosysteem (15% in 2016 van de totale ontvangsten, oplopend tot 18,25% in 2020).

Enkele voorbeelden van de besparingen die werden ingeschreven in de BHO:

- actualisering / scherper zetten van het personeelsbudget
- actualisering / scherper zetten van het investeringsplan
- extra inkomsten (o.a. samenwerkingen met distributie)
- geen indexatie van werkingsmiddelen
- herallocatie reserves & consultancybudgetten
- sociaal akkoord over uitstroom personeel

Er werd tegelijk ook extra geïnvesteerd in:

- instroom nieuwe medewerkers
- ontwikkeling van medewerkers & leidinggevenden

Tevens garandeert de Vlaamse Regering de basisdotatie, voor zover dit engagement kadert binnen de jaarlijks goed te keuren begroting van de Vlaamse gemeenschap.

Onderzoek en innovatie

In 2016 focuste VRT Onderzoek & Innovatie samen met Belgische en internationale partners op technologische opportuniteiten voor media binnen thema's als data, crowdsourcing en virtual reality. VRT Onderzoek & Innovatie participeerde actief in de EBU-expert-

groepen en het sturend orgaan van EBU Technology & Innovation. Daarnaast zetelde de afdeling ook in 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.

De resultaten van onderzoeksprojecten worden via communicatiekanalen en evenementen gedeeld met het Vlaamse medialandschap en vormden de basis van nieuwe incubatietrajecten en projecten bij VRT Technologie & Operaties. Bovendien worden de resultaten gevaloriseerd door zowel partners als starters.

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 2016 bedroeg 3,5 miljoen euro.

Bijkantoren

De vennootschap heeft geen bijkantoren.

Continuïteitsverklaring

n.v.t.

Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

n.v.t.

Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een verlies van 3.728.566,90 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 1.078.566,90 euro af te nemen van het reservefonds publieke opdracht, zijnde het resultaat van de publieke opdracht.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een bedrag van 1.100.000,00 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 2.650.000,00 euro af te nemen van de reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum.

Brussel, 20 maart 2017



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur



Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder VRT

BALANS EN RESULTATENREKENING

(in euro)

| VOL 2.1 BALANS NA WINSTVERDELING | Toel. | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|---|------------------|--------------|-----------------------|-----------------------|
| ACTIVA | | | | |
| VASTE ACTIVA | | 20/28 | 87.478.695,05 | 93.869.919,57 |
| Immateriële vaste activa | 5.2 | 21 | 6.014.837,00 | 6.956.149,00 |
| Materiële vaste activa | 5.3 | 22/27 | 67.661.152,78 | 73.111.065,30 |
| Terreinen en gebouwen | | 22 | 29.192.511,72 | 34.283.330,72 |
| Installaties, machines en uitrusting | | 23 | 24.571.214,00 | 26.883.925,29 |
| Meubilair en rollend materieel | | 24 | 6.217.399,37 | 6.383.483,37 |
| Overige materiële vaste activa | | 26 | 108.470,25 | 108.470,25 |
| Activa in aanbouw en vooruitbetalingen | | 27 | 7.571.557,44 | 5.451.855,67 |
| 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 | 269.741.060,04 | 258.848.524,38 |
| Vorraden en bestellingen in uitvoering | | 3 | 80.029.395,68 | 80.806.666,04 |
| Vorraden | | 30/36 | 80.029.395,68 | 80.806.666,04 |
| Grond- en hulpstoffen | | 30/31 | 36.555.229,27 | 43.383.462,94 |
| Goederen in bewerking | | 32 | 39.229.606,57 | 29.976.000,44 |
| Gereed product | | 33 | 981.313,03 | 3.934.725,27 |
| Handelsgoederen | | 34 | 1.618,20 | 1.618,20 |
| Vooruitbetalingen | | 36 | 3.261.628,61 | 3.510.859,19 |
| Vorderingen op ten hoogste één jaar | | 40/41 | 179.032.842,33 | 161.311.577,41 |
| Handelsvorderingen | | 40 | 45.590.897,09 | 50.278.838,87 |
| Overige vorderingen | | 41 | 133.441.945,24 | 111.032.738,54 |
| Liquide middelen | | 54/58 | 6.120.569,28 | 13.070.787,97 |
| Overlopende rekeningen | 5.6 | 490/1 | 4.558.252,75 | 3.659.492,96 |
| TOTAAL DER ACTIVA | | 20/58 | 357.219.755,09 | 352.718.443,95 |

| VOL 2.2 PASSIVA | Toel. | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|--------------|-----------------------|-----------------------|
| EIGEN VERMOGEN | | 10/15 | 211.002.672,63 | 214.773.368,53 |
| Kapitaal | 5.7 | 10 | 137.509.336,99 | 137.509.336,99 |
| Geplaatst kapitaal | | 100 | 137.509.336,99 | 137.509.336,99 |
| Reserves | | 13 | 27.890.767,92 | 31.619.334,82 |
| Wettelijke reserve | | 130 | 1.384.159,04 | 1.384.159,04 |
| Beschikbare reserves | | 133 | 26.506.608,88 | 30.235.175,78 |
| Overgedragen winst (verlies) (+)/(-) | | 14 | 45.551.078,72 | 45.551.078,72 |
| Kapitaalsubsidies | | 15 | 51.489,00 | 93.618,00 |
| VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN | | 16 | 9.213.682,32 | 13.206.176,97 |
| Voorzieningen voor risico's en kosten | | 160/5 | 9.213.682,32 | 13.206.176,97 |
| Pensioenen en soortgelijke verplichtingen | | 160 | 103.103,17 | 108.452,25 |
| Overige risico's en kosten | 5.8 | 163/5 | 9.110.579,15 | 13.097.724,72 |
| SCHULDEN | | 17/49 | 137.003.400,14 | 124.738.898,45 |
| Schulden op ten hoogste één jaar | | 42/48 | 133.586.026,27 | 122.036.457,41 |
| Handelsschulden | | 44 | 70.654.532,23 | 70.837.083,32 |
| Leveranciers | | 440/4 | 70.654.532,23 | 70.837.083,32 |
| Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten | 5.9 | 45 | 48.232.350,23 | 42.990.244,34 |
| Belastingen | | 450/3 | 19.025.411,11 | 17.909.287,72 |
| Bezoldigingen en sociale lasten | | 454/9 | 29.206.939,12 | 25.080.956,62 |
| Overige schulden | | 47/48 | 14.699.143,81 | 8.209.129,75 |
| Overlopende rekeningen | 5.9 | 492/3 | 3.417.373,87 | 2.702.441,04 |
| TOTAAL DER PASSIVA | | 10/49 | 357.219.755,09 | 352.718.443,95 |

| VOL 3 RESULTATENREKENING | Toel. | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|---|--------------|--------------|-----------------------|-----------------------|
| Bedrijfsopbrengsten | | 70/74 | 439.007.354,33 | 433.425.574,02 |
| Omzet | 5.1 | 70 | 425.193.221,23 | 432.352.680,41 |
| Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-) | | 71 | 6.300.193,89 | -5.111.876,75 |
| Andere bedrijfsopbrengsten | 5.10 | 74 | 7.513.939,21 | 6.184.770,36 |
| Bedrijfskosten | | 60/64 | 445.034.417,54 | 430.613.291,69 |
| Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen | | 60 | 25.559.529,96 | 21.304.207,66 |
| Aankopen | | 600/8 | 18.793.361,31 | 22.207.682,30 |
| Voorraad: afname (toename) (+)/(-) | | 609 | 6.766.168,65 | -903.474,64 |
| Diensten en diverse goederen | | 61 | 217.904.284,42 | 210.847.399,33 |
| Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-) | 5.10 | 62 | 183.054.580,03 | 183.866.520,04 |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa | | 630 | 20.513.211,01 | 19.432.671,26 |
| Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-) | | 631/4 | 34.847,01 | 124.474,13 |
| Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-) | 5.10 | 635/7 | -3.992.494,65 | -6.768.992,06 |
| Andere bedrijfskosten | 5.10 | 640/8 | 1.960.459,76 | 1.807.011,33 |
| Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) (+)/(-) | | 9901 | -6.027.063,21 | 2.812.282,33 |
| Financiële opbrengsten | | 75 | 3.155.188,82 | 2.694.721,97 |
| Opbrengsten uit financiële vaste activa | | 750 | 2.605.513,30 | 2.292.876,49 |
| Opbrengsten uit vlottende activa | | 751 | 507.546,52 | 268.702,48 |
| Andere financiële opbrengsten | 5.11 | 752/9 | 42.129,00 | 133.143,00 |
| Financiële kosten | 5.11 | 65 | 826.622,89 | 607.046,54 |
| Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-) | | 651 | | 45.000,00 |
| Andere financiële kosten | | 652/9 | 826.622,89 | 562.046,54 |
| Winst (Verlies) uit de gewone bedrijfsuitoefening voor belasting (+)/(-) | | 9902 | -3.698.497,28 | 4.899.957,76 |
| Winst (Verlies) van het boekjaar voor belasting (+)/(-) | | 9903 | -3.698.497,28 | 4.899.957,76 |
| Belastingen op het resultaat (+)/(-) | 5.12 | 67/77 | 30.069,62 | 27.599,78 |
| Belastingen | | 670/3 | 30.069,62 | 27.599,78 |
| Winst (Verlies) van het boekjaar (+)/(-) | | 9904 | -3.728.566,90 | 4.872.357,98 |
| Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-) | | 9905 | -3.728.566,90 | 4.872.357,98 |

| VOL 4 RESULTAATVERWERKING | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|----------------------|-----------------------|
| Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-) | 9906 | 41.822.511,82 | 50.423.436,70 |
| Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-) | (9905) | -3.728.566,90 | 4.872.357,98 |
| Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-) | 14P | 45.551.078,72 | 45.551.078,72 |
| Ottrekking aan het eigen vermogen | 791/2 | 4.828.566,90 | 2.433.520,14 |
| aan de reserves | 792 | 4.828.566,90 | 2.433.520,14 |
| Toevoeging aan het eigen vermogen | 691/2 | 1.100.000,00 | 7.305.878,12 |
| aan de wettelijke reserves | 6920 | | 243.617,90 |
| aan de overige reserves | 6921 | 1.100.000,00 | 7.062.260,22 |
| Over te dragen winst (verlies) (+)/(-) | (14) | 45.551.078,72 | 45.551.078,72 |

| VOL 5.2.2. CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN. | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|---|--------------|-----------------------|-----------------------|
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8052P | xxxxxxxxxxxxxx | 34.745.853,84 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa | 8022 | 1.666.898,79 | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8032 | | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8042 | 710.947,71 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8052 | 37.123.700,34 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8122P | xxxxxxxxxxxxxx | 27.789.704,84 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Geboekt | 8072 | 3.325.281,38 | |
| Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen | 8102 | | |
| Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-) | 8112 | -6.122,88 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8122 | 31.108.863,34 | |
| NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR | 211 | 6.014.837,00 | |

| VOL 5.3.1. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|-----------------------|-----------------------|
| TERREINEN EN GEBOUWEN | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8191P | xxxxxxxxxxx | 126.754.077,11 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa | 8161 | 114.074,23 | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8171 | 10.229,49 | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8181 | 121.150,09 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8191 | 126.979.071,94 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8321P | xxxxxxxxxxx | 92.470.746,39 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Geboekt | 8271 | 5.326.043,32 | |
| Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen | 8301 | 10.229,49 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8321 | 97.786.560,22 | |
| NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR | (22) | 29.192.511,72 | |

| VOL 5.3.2. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|-----------------------|-----------------------|
| INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8192P | xxxxxxxxxxxxxx | 167.206.083,38 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste | 8162 | 3.822.957,45 | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8172 | 1.180.055,11 | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8182 | 2.845.646,26 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8192 | 172.694.631,98 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8322P | xxxxxxxxxxxxxx | 140.322.158,09 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Geboekt | 8272 | 9.224.109,82 | |
| Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen | 8302 | 1.179.440,11 | |
| Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-) | 8312 | -243.409,82 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8322 | 148.123.417,98 | |
| NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR | (23) | 24.571.214,00 | |

| VOL 5.3.3. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|----------------------|-----------------------|
| MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8193P | xxxxxxxxxxxxxxxx | 62.389.353,75 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste | 8163 | 2.242.275,68 | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8173 | 244.038,52 | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8183 | 185.408,55 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8193 | 64.572.999,49 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8323P | xxxxxxxxxxxxxxxx | 56.005.870,38 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Geboekt | 8273 | 26.377.746,49 | |
| Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen | 8303 | 240.315,52 | |
| Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-) | 8313 | -47.731,26 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8323 | 58.355.600,09 | |
| NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR | (24) | 6.217.399,37 | |

| VOL 5.3.5. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|---------------------|-----------------------|
| OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8195P | xxxxxxxxxxxx | 4.390.007,96 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8175 | 2.688.125,23 | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8185 | 297.263,96 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8195 | 199.146,69 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8325P | xxxxxxxxxxxx | 4.281.537,71 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen | 8305 | 2.688.125,23 | |
| Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-) | 8315 | 297.263,96 | |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar | 8325 | 1.890.676,44 | |
| Nettoboekwaarde per definitie van het boekjaar | (26) | 108.470,25 | |

| VOL 5.3.6. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|--|--------------|---------------------|-----------------------|
| ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8196P | xxxxxxxxxxxx | 5.451.855,67 |
| Mutaties tijdens het boekjaar | | | |
| Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa | 8166 | 6.694.141,66 | |
| Overdrachten en buitengebruikstellingen | 8176 | 414.023,32 | |
| Overboeking van een post naar een andere (+)/(-) | 8186 | -4.160.416,57 | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8196 | 7.571.557,44 | |
| NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR | (27) | 7.571.557,44 | |

| VOL 5.4.1. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|---|--------------|----------------------|-----------------------|
| VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN | | | |
| Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar | 8391P | xxxxxxxxxxxx | 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 5.4.3. 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 hetgeplaatste 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 | | dochters | 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 | 31/12/2015 | EUR | 18.577.426 | 5.649.574 |
| de chinezen NV Paul Deschannellaan 62 1030 Brussel 3 België 0840.958.326 Klasse B-aandelen | 100 | 10,00 | 0,00 | 30/06/2016 | EUR | 437.776 | 99.713 |

VOL 5.6. GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)

Boekjaar

OVERLOPENDE REKENINGEN

Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt

| | |
|--------------------------|--------------|
| Voorafbetaalde kosten | 3.925.978,97 |
| Nog te ontvangen diverse | 632.273,78 |

| VOL 5.7. 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 | xxxxxxxxxxxx | 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 | xxxxxxxxxxxx | | 100.000 |

| VOL 5.8. 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 uitstroombaatregelen en overige herstructureringen | 2.662.802,15 |
| Voorzieningen voor algemene risico's en kosten | 6.317.777,00 |
| Voorzieningen voor hangende geschillen | 130.000,00 |

| VOL 5.9. STAAT VAN DE SCHULDEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (PASSIVA) | | |
|---|-------|---------------|
| SCHULDEN MET BETREKKING TOT BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN | Codes | Boekjaar |
| Belastingen (post 450/3 van de passiva) | | |
| Niet-ervallen belastingschulden | 9073 | 2.072.664,24 |
| Geraamde belastingschulden | 450 | 16.952.746,87 |
| Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva) | | |
| Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten | 9077 | 29.206.939,12 |
| OVERLOPENDE REKENINGEN | | |
| Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt | | |
| Reeds gefactureerde opbrengsten | | 2.858.921,10 |
| Reeds ontvangen supranationale subsidies | | 367.638,29 |
| Andere over te dragen diverse | | 190.814,48 |

| VOL 5.10. 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 | 2.398 | 2.524 |
| Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten | 9087 | 2.138,60 | 2.226,70 |
| Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren | 9088 | 3.577,654 | 3.674,613 |
| Personeelskosten | | | |
| Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen | 620 | 133.278.308,91 | 133.739.949,09 |
| Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen | 621 | 47.083.310,76 | 46.636.479,28 |
| Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen | 622 | 22.420,32 | |
| Andere personeelskosten | 623 | 2.603.026,35 | 3.423.008,55 |
| Ouderdoms- en overlevingspensioenen | 624 | 67.513,69 | 67.083,12 |
| Waardeverminderingen | | | |
| Op voorraden en bestellingen in uitvoering | | | |
| Geboekt | 9110 | 607.887,67 | 428.298,56 |
| Teruggenomen | 9111 | 545.822,65 | 431.562,48 |
| Op handelsvorderingen | | | |
| Geboekt | 9112 | 54.131,53 | 220.336,13 |
| Teruggenomen | 9113 | 81.349,54 | 92.598,08 |
| Voorzieningen voor risico's en kosten | | | |
| Toevoegingen | 9115 | 1.167.774,08 | 862.892,31 |
| Bestedingen en terugnemingen | 9116 | 5.160.268,73 | 7.631.884,37 |
| Andere bedrijfskosten | | | |
| Bedrijfsbelastingen en -taksen | 640 | 1.952.911,76 | 1.709.650,55 |
| Andere | 641/8 | 7.548,00 | 97.360,78 |
| Uitzendkrachten en ter beschikking van de ondernemng gestelde personen | | | |
| Totaal aantal op de afsluitingsdatum | 9096 | 24 | 59 |
| Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten | 9097 | 105,7 | 74,4 |
| Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren | 9098 | 208.935 | 147.199 |
| Kosten voor de onderneming | 617 | 5.957.952,97 | 4.394.587,13 |

| VOL 5.11. FINANCIËLE RESULTATEN | Codes | Boekjaar | Vorig boekjaar |
|---|--------------|-----------------|-----------------------|
| Andere financiële opbrengsten | | | |
| Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening | | | |
| Kapitaalsubsidies | 9125 | 42.129,00 | 133.143,00 |
| Waardeverminderingen op vlottende activa | | | |
| Geboekt | 6510 | | 45.000,00 |
| Uitsplitsing van de overige financiële kosten | | | |
| Overige kosten | | 412.234,89 | 522.040,97 |
| Verwijlinteresten | | 12,83 | 22,77 |
| Kosten omrekening vreemde valuta | | 414.375,17 | 39.982,00 |

| VOL 5.12. Belastingen en taksen | | Codes | Boekjaar | |
|--|--------------|-----------------|-----------------------|--|
| BELASTINGEN OP HET RESULTAAT | | | | |
| Belastingen op het resultaat van het boekjaar | | 9134 | 30.069,62 | |
| Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen | | 9135 | 30.069,62 | |
| Bronnen van belastinglatenties | | | | |
| Actieve latenties | | 9141 | 146.167.647,92 | |
| Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten | | 9142 | 133.916.493,36 | |
| Overdraagbare notionele interestaftrek | | | 11.820.545,59 | |
| Belastingkrediet Onderzoek&Ontwikkeling | | | 430.608,97 | |
| 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 | 35.456.523,95 | 34.400.674,28 | |
| Door de onderneming | 9146 | 35.988.777,40 | 34.890.375,25 | |
| Ingehouden bedragen ten laste van derden als | | | | |
| Bedrijfsvoorheffing | 9147 | 38.960.919,31 | 40.889.663,24 | |
| Roerende voorheffing | 9148 | 49.776,09 | 47.311,34 | |

| VOL 5.13. NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN | | Codes | Boekjaar | |
|---|--|--------------|-----------------|--|
| ZAKELIJKE ZEKERHEDEN | | | | |
| Zakelijke zekerheden die door de onderneming op haar eigen activa werden gesteld of onherroepelijk beloofd als waarborg voor schulden en verplichtingen van derden | | | | |
| Boekwaarde van de bezwaarde activa | | 9162 | 36.200.954,74 | |
| Bedrag van de inschrijving | | 9172 | 27.051.591,06 | |
| BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN TOT AANKOOP VAN VASTE ACTIVA | | | | |
| Uitstaande verplichtingen per 31 december 2016 | | | 4.356.707,59 | |
| TERMIJNVERRICHTINGEN | | | | |
| Gekochte (te ontvangen) deviezen | | 9215 | 3.483.887,01 | |
| BELANGRIJKE HANGENDE GESCHILLEN EN ANDERE BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN | | | | |
| Andere belangrijke verplichtingen: | | | | |
| Andere diensten : 49.304.401,77 euro | | | | |

| VOL 5.14. 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 | 24.642.786,64 | 25.404.485,70 |
| Op hoogstens één jaar | 9311 | 24.642.786,64 | 25.404.485,70 |
| Schulden | 9351 | 64.986,50 | 77.894,91 |
| Op hoogstens één jaar | 9371 | 64.986,50 | 77.894,91 |
| Financiële resultaten | | | |
| Opbrengsten uit financiële vaste activa | 9421 | 2.600.000,00 | 2.100.000,00 |

| VOL 5.15. 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 hoofdzakelijkbetrekking heeft op de toestand van een enkel identificeerbaar persoon | | | |
| Aan bestuurders en zaakvoerders | | 9503 | 121.730,59 |
| 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 5.17.1 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 5.17.2. 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 6. 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 | 1.726,5 | 1.142,5 | 584,0 |
| Deeltijds | 1002 | 561,9 | 259,2 | 302,7 |
| Totaal in voltijds equivalenten (VTE) | 1003 | 2.138,6 | 1.335,4 | 803,2 |
| Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren | | | | |
| Voltijds | 1011 | 2.709.241 | 1.838.550 | 870.691 |
| Deeltijds | 1012 | 868.413 | 417.164 | 451.249 |
| Totaal | 1013 | 3.577.654 | 2.255.714 | 1.321.940 |
| Personeelskosten | | | | |
| Voltijds | 1021 | 138.570.164,59 | 94.643.422,41 | 43.926.742,18 |
| Deeltijds | 1022 | 44.416.901,75 | 20.951.452,56 | 23.465.449,19 |
| Totaal | 1023 | 182.987.066,34 | 115.594.874,97 | 67.392.191,37 |
| Tijdens het vorige boekjaar | | | | |
| Gemiddeld aantal werknemers in VTE | 1003 | 2.226,7 | 1.395,6 | 831,1 |
| Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren | 1013 | 3.674.613 | 2.322.260 | 1.351.993 |
| Personeelskosten | 1023 | 183.799.436,92 | 116.708.939,17 | 67.090.497,75 |
| Op de afsluitingsdatum van het boekjaar | | | | |
| Aantal werknemers | 105 | 1.788 | 610 | 2.240,7 |
| Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst | | | | |
| Overeenkomst voor een onbepaalde tijd | 110 | 1.749 | 607 | 2.199,7 |
| Overeenkomst voor een bepaalde tijd | 111 | 32 | 3 | 34,0 |
| Vervangingsovereenkomst | 113 | 7 | | 7,0 |
| Volgens het geslacht en het studieniveau | | | | |
| Mannen | 120 | 1.160 | 291 | 1.378,1 |
| lager onderwijs | 1200 | 25 | 10 | 32,0 |
| secundair onderwijs | 1201 | 85 | 11 | 92,4 |
| hoger niet-universitair onderwijs | 1202 | 234 | 108 | 315,5 |
| universitair onderwijs | 1203 | 816 | 162 | 938,2 |
| Vrouwen | 121 | 628 | 319 | 862,6 |
| lager onderwijs | 1210 | 17 | 15 | 27,3 |
| secundair onderwijs | 1211 | 46 | 23 | 62,4 |
| hoger niet-universitair onderwijs | 1212 | 129 | 74 | 181,4 |
| universitair onderwijs | 1213 | 436 | 207 | 591,5 |
| Volgens de beroepscategorie | | | | |
| Directiepersoneel | 130 | 8 | | 8,0 |
| Bedienden | 134 | 1.760 | 608 | 2.211,7 |
| Arbeiders | 132 | 20 | 2 | 21,0 |

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 | 105,7 | |
| Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren | 151 | 208.935 | |
| Kosten voor de onderneming | 152 | 5.957.952,97 | |

| 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 | 55 | 3 | 57,4 |
| Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst | | | | |
| Overeenkomst voor een onbepaalde tijd | 210 | 29 | 1 | 29,8 |
| Overeenkomst voor een bepaalde tijd | 211 | 25 | 2 | 26,6 |
| Vervangingsovereenkomst | 213 | 1 | | 1,0 |

| 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 | 163 | 21 | 177,1 |
| Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst | | | | |
| Overeenkomst voor een onbepaalde tijd | 310 | 136 | 16 | 147,3 |
| Overeenkomst voor een bepaalde tijd | 311 | 26 | 3 | 27,5 |
| Vervangingsovereenkomst | 313 | 1 | 2 | 2,3 |
| Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst | | | | |
| Pensioen | 340 | 71 | 2 | 72,3 |
| Afdanking | 342 | 64 | 11 | 72,1 |
| Andere redenen | 343 | 28 | 8 | 32,7 |

| 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 | 377 | 5811 | 287 |
| Aantal gevolgde opleidingsuren | 5802 | 5.805 | 5812 | 3.715 |
| Nettokosten voor de onderneming | 5803 | 219.420,00 | 5813 | 184.715,00 |
| waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding | 58031 | 219.420,00 | 58131 | 184.715,00 |
| Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever | | | | |
| Aantal betrokken werknemers | 5821 | 271 | 5831 | 127 |
| Aantal gevolgde opleidingsuren | 5822 | 1.882 | 5832 | 630 |
| Nettokosten voor de onderneming | 5823 | 57.135,00 | 5833 | 31.606,00 |
| Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever | | | | |
| Aantal betrokken werknemers | 5841 | 24 | 5851 | 11 |
| Aantal gevolgde opleidingsuren | 5842 | 192 | 5852 | 88 |
| Nettokosten voor de onderneming | 5843 | 10.000,09 | 5853 | 4.629,00 |

VOL.7 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. Architectkosten & -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 2015 werd deze datum herzien naar 1 januari 2022. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2021 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuizing buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2016 bedragen 8.800.000 euro

3. Financiële vaste activa

De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

4. 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 voorraadinkopen omvatten vooruitbetaalde uitzendrechten.

5. Vorderingen/liquide middelen schulden/overlopende rekeningen : tegen de nominale waarde

Met ingang van het dienstjaar 2008 stuurt de gemeente Schaarbeek jaarlijks 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 2017. De VRT legt hiervoor jaarlijks een voorziening aan die lager is dan de aanslagen, aangezien ook de oppervlaktecijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2016 beloopt inmiddels 12.767.700 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt

6. Overheidsfinanciering

Het Ministerieel besluit dd. 30 augustus 2016, houdende de toekenning van een dotatie voor 2016, vermeldt een bedrag van 271.387.000 euro. Het Ministerieel besluit dd 25 november 2016, houdende de toekenning van middelen uit de indexprovisie voor 2016, vermeldt een bedrag van 1.268.000 euro.

Voor Onderzoek & Innovatie werd een dotatie van 46.653 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).

7. 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 7.981,00 euro werd in opbrengst genomen à rato van de in 2016 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2007-2011 werd een bedrag van 9.285,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2016 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2012-2015 werd een bedrag van 24.863 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2016 geboekte afschrijvingen

8. Voorzieningen

Vanaf 2015 is de 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 2016 2.765.905 euro.

9. 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.

10. Omzet

Het begrip omzet wordt gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkmiddelen 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 televisie productiehuisen.

De gemeente Schaarbeek nam op 4 februari 2016 een hypothecaire inschrijving op alle in-Schaarbeekgelegen percelen en gebouwen van de VRT als zekerheid voor de door haar ingekohierde kantooroppervlaktebelasting. Deze gemeentebelasting wordt sinds 2008 door de VRT betwist.

De gemeente werd formeel in gebreke gesteld door de advocaten van de VRT om handlichting te geven van de door haar gevestigde hypotheek.

13. Personeelskosten

Het aantal overgedragen niet opgenomen vakantiedagen bedroeg 18.784 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 3.865.568,90 euro. Hiervoor is geen voorziening aangelegd.

14. Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een verlies van 3.728.566,90 euro.

1. Het negatief saldo van de publieke opdracht (1.078.566,90 euro en het overschot op de afschrijvingen omwille van de geplande verhuizing in 2021 (1.100.000,00 euro) wordt in mindering gebracht van het reservefonds voor de financiering van de publieke opdracht (2.178.566,90 euro)
2. Een bedrag van 1.550.000,00 euro wordt in mindering gebracht van het reservefondsbuitengebruikstelling Omroepcentrum. Dit bedrag is het resultaat van de boeking van een waardevermindering voor het omroepcentrum (2.650.000,00 euro) en het effect van de geplande nieuwbouw op de afschrijvingen, die hierdoor 1.100.000,00 euro lager liggen.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

| | |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1) tekort publieke opdracht | -2.178.566,90 euro |
| 2) effect versnelde afschrijvingen | -1.550.000,00 euro |
| Resultaat van het jaar | -3.178.566,90 euro |

Verslag van de commissaris aan de algemene vergadering van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') over het boekjaar afgesloten op 31 december 2016

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 2016, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2016 en over de toelichting (alle stukken gezamenlijk "de Jaarrekening") en omvat tevens ons verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen.

Verslag over de Jaarrekening – Oordeel zonder voorbehoud

Wij hebben de controle uitgevoerd van de Jaarrekening van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') ("de Vennootschap") over het boekjaar afgesloten op 31 december 2016, opgesteld op grond van het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel, met een balanstotaal van € 357.219.755 en waarvan de resultatenrekening afsluit met een verlies van het boekjaar van € 3.728.567.

Verantwoordelijkheid 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. Deze verantwoordelijkheid omvat: het opzetten, implementeren en in stand houden van een interne controle met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de Jaarrekening die geen afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of het maken van fouten bevat; het kiezen en toepassen van geschikte waarderingsregels; en het maken van boekhoudkundige schattingen die onder de gegeven omstandigheden redelijk zijn.

Verantwoordelijkheid van de commissaris

Het is onze verantwoordelijkheid een oordeel over deze Jaarrekening tot uitdrukking te brengen op basis van onze controle. Wij hebben onze controle volgens de internationale auditstandaarden ("ISAs") zoals deze in België werden

aangenomen uitgevoerd. Die standaarden vereisen dat wij aan de deontologische vereisten voldoen alsook de controle plannen en uitvoeren teneinde een redelijke mate van zekerheid te verkrijgen dat de Jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat.

Een controle omvat werkzaamheden ter verkrijging van controle-informatie over de in de Jaarrekening opgenomen bedragen en toelichtingen. De geselecteerde werkzaamheden zijn afhankelijk van de beoordeling door de commissaris, met inbegrip van diens inschatting van de risico's van een afwijking van materieel belang in de Jaarrekening als gevolg van fraude of van fouten. Bij het maken van die risico-inschatting neemt de commissaris de bestaande interne controle van de Vennootschap in aanmerking die relevant is voor het opstellen door de Vennootschap van de Jaarrekening die een getrouw beeld geeft, ten einde controlewerkzaamheden op te zetten die in de gegeven omstandigheden geschikt zijn, maar die niet gericht zijn op het geven van een oordeel over de effectiviteit van de bestaande interne controle van de Vennootschap. Een controle omvat tevens een evaluatie van de geschiktheid van de gehanteerde waarderingsregels en van de redelijkheid van de door het bestuursorgaan gemaakte schattingen, alsmede een evaluatie van de presentatie van de Jaarrekening als geheel.

Wij hebben van het bestuursorgaan en van de aangestelden van de Vennootschap de voor onze controle vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen en wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is om daarop ons oordeel te baseren.

Oordeel zonder voorbehoud

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening een getrouw beeld van het vermogen en van de financiële toestand van de Vennootschap per 31 december 2016, alsook van haar resultaten over het boekjaar dat op die datum is afgesloten, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

Verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen en de inhoud van het jaarverslag over de Jaarrekening, in overeenstemming met artikel 96 van het Wetboek van vennootschappen ("W. Venn"), het naleven van de wettelijke en

bestuursrechtelijke voorschriften die van toepassing zijn op het voeren van de boekhouding, alsook voor het naleven van het W. Venn en van de statuten van de Vennootschap.

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de Belgische bijkomende norm bij de in België van toepassing zijnde ISA's, is het onze verantwoordelijkheid om, in alle van materieel belang zijnde opzichten, de naleving van bepaalde wettelijke en reglementaire verplichtingen na te gaan. Op grond hiervan, doen wij de volgende bijkomende verklaringen die niet van aard zijn om de draagwijdte van ons oordeel over de Jaarrekening te wijzigen:

- Het jaarverslag over de Jaarrekening opgesteld overeenkomstig de artikelen 95 en 96 van het W. Venn en neer te leggen overeenkomstig artikel 100 van het W. Venn, behandelt, zowel qua vorm als qua inhoud, de door de wet vereiste inlichtingen, stemt overeen met de Jaarrekening en bevat geen van materieel belang zijnde inconsistenties ten aanzien van de informatie waarover wij beschikken in het kader van onze opdracht.
- De sociale balans, neer te leggen overeenkomstig artikel 100 van het W. Venn, behandelt, 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.
- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften.
- De resultaatverwerking, die aan de algemene vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.
- Wij dienen u geen verrichtingen of beslissingen mede te delen die in overtreding met de statuten of het W. Venn zijn gedaan of genomen.

Diegem, 28 maart 2017

Ernst & Young Bedrijfsrevisoren
BCVBA Commissaris
vertegenwoordigd door

Han Wevers
Vennoot*

* Handelend in naam van een BVBA

8.2

TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

Statutair resultaat Jaarrekening

De statutaire jaarrekening 2016 sloot af met een tekort van 3,7 miljoen euro.

De *omzet* is gedaald van 432,4 miljoen euro in 2015 naar 425,2 miljoen euro in 2016, of een daling met 1,7% (-7,2 miljoen euro). Deze daling is voornamelijk het gevolg van de vermindering van de dotatie.

De *voorraad eigen producties* steeg in 2016 met 6,3 miljoen euro. In 2015 was er een voorraaddaling van 5,1 miljoen euro bij de eigen producties.

De *andere bedrijfsopbrengsten* stegen met 1,3 miljoen euro ten opzichte van 2015. De inkomsten uit de vergoedingen voor thuishopies liggen 0,5 miljoen euro hoger dan in 2015 en de gerecupereerde kosten stegen met 0,8 miljoen euro.

De *bedrijfskosten* stegen globaal met 14,4 miljoen euro (+3,3 %) ten opzichte van 2015.

- Het verbruik van sport- en filmrechten uit de voorraad ligt 4,3 miljoen euro hoger dan in 2015. Deze stijging 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" stegen met 7,1 miljoen euro (+3,3 %) ten opzichte van 2015. Deze stijging was deels het gevolg van de kosten verbonden aan de omkadering voor grote evenementen in 2016 die niet voorkwamen in 2015 (zoals het EK Voetbal, de Olympische Spelen).
- De personeelskosten daalden met 0,8 miljoen euro. Enerzijds daalden de uitgaven omwille van de personeelsafslankingen voorzien in het toekomstplan van de VRT.⁶⁸ Anderzijds waren er hogere kosten door de SAC-verhogingen en de loonindexering in juli 2016.
- De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 1,1 miljoen euro hoger dan vorig jaar. In 2015 werd naar aanleiding van de geplande nieuwbouw, een waarde-

vermindering van 1,0 miljoen euro geboekt voor de financiering van de versnelde afschrijvingen bij de buitengebruikstelling van het huidige omroepcentrum. In 2016 bedroeg deze waardevermindering 2,7 miljoen euro. De waardevermindering geboekt in 2015 lag lager dan in 2016 omdat de geplande verhuizing naar de nieuwbouw in de loop van 2015 met 1 jaar werd uitgesteld en dit had een impact op de aan te leggen waardevermindering in 2015. Daarnaast werd door de geplande verhuizing minder geïnvesteerd in de huidige faciliteiten.

- De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen daalden met 0,1 miljoen euro.
- In 2016 werden 4,0 miljoen euro voorzieningen teruggenomen van de in de voorbije jaren aangelegde provisie voor personeelsafslankingen. In 2015 was de terugname nog 6,8 miljoen euro, waardoor de kosten in 2016 toenemen met 2,8 miljoen euro.
- De andere bedrijfskosten stegen met 0,2 miljoen euro.

| KASSTROOMTABEL 2016 | | |
|--|---------------|---------------|
| (in 1.000 euro) | 2016 | 2015 |
| Bedrijfsresultaat | -6.027 | 2.812 |
| Kapitaalsubsidie | -42 | -133 |
| Niet kasstromen | 16.561 | 12.856 |
| Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden | -5.644 | 14.414 |
| Netto operationele cashflow | 4.848 | 29.949 |
| FINANCIERINGSTABEL | | |
| Netto operationele cashflow | 4.848 | 29.949 |
| Verbonden ondernemingen | 2.606 | 2.293 |
| Netto cashflow uit financieringsactiviteiten | -319 | -11.884 |
| Netto cashflow uit investeringen | -14.084 | -13.376 |
| Kasbewegingen in het boekjaar | -6.950 | 6.982 |

In 2016 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow 4,8 miljoen euro.

De cashflow uit verbonden ondernemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR. De investeringsuitgaven bedroegen 14,1 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de verdere uitrol van de HD-projecten en de investeringen in de digitale omgeving (zoals het videoplatform VRT NU) en de start van de projecten in het kader van het nieuwbouwproject.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2015 gedaald met 7,0 miljoen euro. Deze daling wordt volledig verklaard door het feit dat de nog te ontvangen dotatie in 2016 hoger ligt dan in 2015.

Uitvoering Budget

1. Financieel plan 2016

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 7,5 miljoen euro lager.

De subsidies lagen 6,4 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.⁶⁹

De eigen opbrengsten lagen 1,1 miljoen euro lager dan gepland. Enerzijds lagen de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden en ruilen lager dan voorzien. Anderzijds waren er overschotten bij de distributie-inkomsten, de inkomsten uit boodschappen van

algemeen nut en de inkomsten uit commerciële communicatie en de andere inkomsten.

In de beheersovereenkomst was voor 2016 een maximumgrens van 71,8 miljoen euro voorzien voor de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en uit commerciële communicatie. In werkelijkheid werden er 78,3 miljoen euro ontvangsten geboekt, zodat de grens met 6,5 miljoen euro overschreden werd.

Binnen de grens van boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 17,3 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen en een derde grens van 3,0 miljoen euro voor websites en mobiele platformen. Beide grenzen werden niet overschreden in 2016.

De totale kosten bedroegen 439,6 miljoen euro in 2016. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 9,9 miljoen euro lager dan gepland.

⁶⁹

Deze overboeking gebeurde conform de bepalingen van de Beheersovereenkomst 2016-2020 (blz. 41)

Dat komt door overschotten op het budget voor ruilvereenkomsten en op het afschrijvingsbudget.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 436,0 miljoen euro. De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 0,9 miljoen euro. Tenslotte werden 2,7 miljoen euro waardeverminderingen geboekt voor de buitengebruikstelling van

het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing naar een nieuwbouw.

In het budget was een bedrijfseconomisch tekort van 6,1 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot de VRT 2016 af met een tekort van 3,7 miljoen euro.

Indien abstractie wordt gemaakt van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, dan sluit de VRT het jaar af met een tekort van 2,2 miljoen euro ten opzichte van een budget van -2,9 miljoen euro, of 0,7 miljoen euro beter dan voorzien.

| UITVOERING BUDGET (in 1.000 euro) | Budget | Werkelijk | Resultaat tov budget |
|---|----------------|----------------|----------------------|
| | 2016 | 2016 | 2016 |
| OPBRENGSTEN | | | |
| Subsidies | | | |
| Basisdotatie Inhoudelijke Publieke Opdracht | 272.655 | 266.135 | -6.520 |
| Dotatie Brussels Philharmonic | 984 | 929 | -55 |
| Dotatie Onderzoek & Innovatie - Hermesfonds | | 47 | 47 |
| Andere subsidies Onderzoek & Innovatie | | 93 | 93 |
| Andere subsidies Publieke Opdracht | | 15 | 15 |
| Subtotaal Subsidies | 273.639 | 267.219 | -6.420 |
| Distributie-inkomsten | 35.464 | 36.036 | 572 |
| Inkomsten uit Boodschappen van algemeen nut | 9.100 | 9.248 | 148 |
| Inkomsten uit commerciële communicatie | 62.352 | 69.112 | 6.760 |
| Inkomsten uit exploitatie afgeleiden | 8.466 | 7.395 | -1.071 |
| Inkomsten uit andere commerciële exploitaties | 1.844 | 2.067 | 223 |
| Andere inkomsten | 10.878 | 11.871 | 993 |
| Ruilen | 41.617 | 32.913 | -8.704 |
| Subtotaal Eigen inkomsten | 169.721 | 168.644 | -1.077 |
| Totaal opbrengsten | 443.360 | 435.862 | -7.498 |
| KOSTEN | | | |
| Inhoudelijke publieke opdracht | 445.454 | 436.012 | 9.442 |
| Kosten Brussels Philharmonic | 984 | 929 | 55 |
| Huisvesting | 3.022 | 2.650 | 372 |
| Totaal kosten | 449.460 | 439.591 | 9.869 |
| Bedrijfseconomisch resultaat | -6.100 | -3.729 | 2.371 |
| Aanwending reserve Onderzoek en Innovatie | 200 | 0 | 200 |
| Aanwending reserve Buitengebruikstelling OC (*) | 3.022 | 1.550 | 1.472 |
| Resultaat volgens BHO na resultaatverwerking | -2.878 | -2.179 | 699 |

(*) De geboekte waardevermindering op het Omroepcentrum in het kader van de nieuwbouw bedroeg 2.650.000 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 2.650.000 euro werd voor 1.100.000 gefinancierd door de lagere afschrijvingen bij de publieke opdracht omwille van de geplande nieuwbouw (cfr. Ondernemingsplan 2016). De resterende 1.550.000 euro werd gefinancierd door een extra afname van het reservefonds voor de Buitengebruikstelling Omroepcentrum.

2. Aandeel personeelskosten

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de personeelskosten maximaal 43,25% van de totale ontvangsten mag bedragen. In het boekjaar 2016 was deze verhouding 43,05%.

3. Aandeel bestedingen aan externe productie

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de externe bestedingen in de productiesector en de facilitaire sector minstens 15% van de totale ontvangsten bedraagt in 2016. In het boekjaar 2016 was deze verhouding 18,89%.

4. Resultaat 2016

| DEELRESULTATEN 2016 (in 1.000 euro) | | | |
|---|-------------------|--------------------------------------|--------------|
| Deelresultaten - werkelijk 2016 | Publieke Opdracht | Buiten-gebruikstelling Omroepcentrum | Totaal VRT |
| Statutair resultaat | -1.079 | -2.650 | -3.729 |
| Resultaatverwerking | | | |
| Toevoeging (-) Reserve Publieke Opdracht | 1.079 | | 1.079 |
| Onttrekking (+) Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum | | 2.650 | 2.650 |
| Resultaat | 1.079 | 2.650 | 3.729 |

Het jaar 2016 sluit voor de publieke opdracht af met een tekort van 1,1 miljoen euro. Dit bedrag werd onttrokken aan de beschikbare reserve.

De kosten voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum werden aangezuiverd vanuit een afzonderlijke reserve die hiervoor in 2013 werd aangelegd.

5. Stand van de beschikbare reserves

Bij de aanvang van het boekjaar 2016 bedroegen de beschikbare reserves 30,2 miljoen euro en de wettelijke reserve 1,4 miljoen euro.

- In het kader van de verhuizing naar de geplande nieuwbouw worden jaarlijks waardeverminderingen voor de financiering van de versnelde afschrijvingen voor het omroepcentrum geboekt. Deze waardeverminderingen worden deels aangezuiverd via een afzonderlijke reserve aangelegd in 2013, en deels door het vrijkomen van budgetten voor de reguliere afschrijvingen bij de publieke opdracht (minder reguliere investeringen).

In 2016 lagen de afschrijvingen van het Omroepcentrum 1,1 miljoen euro onder het regulier niveau, en dit bedrag werd overgeheveld vanuit de publieke opdracht naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruik-

stelling van het omroepcentrum. De geboekte waardevermindering van 2,7 miljoen euro werd vervolgens door deze reserve gefinancierd, zodat de stand van deze nieuwe reserve na resultaatverwerking 6,3 miljoen euro bedraagt.

- De stand van de reserve voor de publieke opdracht bedroeg na overheveling van 1,1 miljoen euro naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, en na de resultaatverwerking van 2016 19,6 miljoen euro.
- De reserve voor Onderzoek & Innovatie werd in 2016 niet aangesproken.
- De wettelijke reserve bedroeg 1,4 miljoen euro, en werd in 2016 niet gewijzigd.

| STAND RESERVES (in 1.000 euro) | | | | |
|---|-----------------------------|-------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | Stand reserve 31/12/2015 | Overheveling Buit.Gebr. OC | Resultaat 2016 | Stand reserve 31/12/2016 |
| Wettelijke reserve | 1.384 | | 0 | 1.384 |
| Reserve Publieke opdracht | 21.825 | -1.100 | -1.079 | 19.646 |
| Reserve Onderzoek & Innovatie | 600 | | 0 | 600 |
| Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum | 7.810 | 1.100 | -2.650 | 6.260 |
| Totaal | 31.619 | 0 | -3.729 | 27.891 |

"Samen met de collega's waken we erover dat de budgetten in lijn liggen met de doelstellingen uit de beheersovereenkomst."



Frederik Dobbels, Financieel controller
36 jaar

"Mijn taken slaan zowel op de VRT van morgen, de VRT van vandaag als op de VRT van gisteren. De VRT van morgen heeft te maken met het opstellen van het financieel luik van de meerjarenplannen en de ondernemingsplannen. Samen met de collega's stellen we die op en waken we erover dat de budgetten in lijn liggen met de doelstellingen uit de beheersovereenkomst. Dat zijn telkens plannen op langere termijn: vijf jaar, drie jaar, één jaar."

"Voor de VRT van vandaag zorgen we voor de opvolging van het financieel luik uit het ondernemingsplan. We maken prognoses, melden de financiële risico's en zoeken naar eventuele opportuniteiten. We rapporteren hierbij op maandelijkse basis aan de directie zodat zij de juiste beleidsbeslissingen kunnen nemen."

"Voor de VRT van gisteren evalueren we de financiële doelstellingen en rapporteren we aan de Raad van Bestuur en de Vlaamse Overheid."

"Onze grootste bijdrage is ervoor zorgen dat de VRT financieel gezond blijft en dat de financiële doelstellingen uit de beheersovereenkomst gehaald worden. De middelen die de VRT ter beschikking heeft voor de uitvoering van de publieke opdracht, worden elk jaar wat krappere. Toch is het een voortdurend streven om ervoor te zorgen dat het eindresultaat sluitend is. Ook voor 2016 bleken onze inschattingen voldoende juist, zodat we opnieuw de jaarrekening konden afsluiten binnen de vooropgestelde doelstellingen. 2016 is in die zin dan ook een geslaagd jaar voor ons!"

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 basis-enveloppe 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 vertrouwelijke of bedrijfsgevoelige informatie publiek zou moeten maken. De VRT 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 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 analytische 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 gehanteerd wordt vanaf de Beheersovereenkomst 2012-2016.

2. De kosten worden in eerste instantie ingedeeld naargelang ze betrekking hebben op programma-output, Onderzoek en 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 kruissubsidiëring 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) | 2016 | | 2015 | |
|--|--------------|---------------|--------------|---------------|
| 1. Overheidsfinanciering | 267,2 | 61,3% | 277,1 | 62,8% |
| 2. Distributie-inkomsten | 36,0 | 8,3% | 33,4 | 7,6% |
| 3. Boodschappen van algemeen nut | 9,3 | 2,1% | 9,8 | 2,2% |
| 4. Commerciële Communicatie | 69,1 | 15,9% | 65,5 | 14,8% |
| 5. Exploitatie van afgeleiden | 7,4 | 1,7% | 6,6 | 1,5% |
| 6. Andere commerciële exploitatie | 2,1 | 0,5% | 1,6 | 0,4% |
| 7. Andere inkomsten | 11,9 | 2,7% | 9,8 | 2,2% |
| 8. Ruilen | 32,9 | 7,5% | 37,4 | 8,5% |
| Totaal | 435,9 | 100,0% | 441,2 | 100,0% |

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering daalde van 62,8% in 2015 naar 61,3% in 2016. In absolute bedragen daalde de overheidsfinanciering met 9,9 miljoen euro.

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijlers 2 t.e.m. 8) bedroeg 38,7% in 2016. In 2015 lag dit aandeel op 37,2%, of 1,5% lager. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is de *commerciële communicatie*.

2.2 Pijler 1: Overheidsfinanciering

| OVERHEIDSFINANCIERING VRT (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--|--------------|---------------|--------------|---------------|
| Basisdotatie | 272,7 | 102,1% | 280,0 | 101,0% |
| Begrenzing commerciële communicatie en BAN | -6,5 | -2,4% | -4,7 | -1,6% |
| Dotatie Onderzoek & Innovatie | 0,0 | 0,0% | 0,5 | 0,2% |
| Dotatie Brussels Philharmonic | 0,9 | 0,3% | 1,1 | 0,4% |
| Kapitaalsubsidies | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 0,0% |
| Overige subsidies | 0,1 | 0,0% | 0,1 | 0,0% |
| Totaal | 267,2 | 100,0% | 277,1 | 100,0% |

In 2016 bedroeg de basisdotatie 272,7 miljoen euro, of 7,3 miljoen euro minder dan in 2015:

- De VRT was vanaf 2015 onderworpen aan een nieuw besparingstraject. Voor 2016 betekende dat een vermindering van 5,5 miljoen euro aan overheidsmiddelen.
- In 2015 werden de vergrijzingskosten voor de jaren 2013 tot 2015 toegevoegd aan de dotatie. Deze compensatie van 4,2 miljoen euro werd gefinancierd uit het excedent van 2014, en was niet recurrent. In 2016 werd deze compensatie geschrapt.

- Voor de financiering van de kosten m.b.t. de loonindexering per 1 juli 2016 ontving de VRT een dotatie van 1.268.000 euro uit de indexprovisie.
- Voor de financiering van de herstructureringskosten, voortvloeiend uit het toekomstplan, werd een dotatie toegekend van 1 miljoen euro.
- Conform de algemene begrotingsinstructies werd het werkingsaandeel van de dotatie in 2016 niet geïndexeerd.

In 2016 werd de maximumgrens voor BAN en commerciële communicatie met 6,5 miljoen euro overschreden.

In de Beheersovereenkomst 2016-2020 is er geen afzonderlijke dotatie meer voorzien voor Onderzoek & Innovatie. In 2015 ontving de VRT nog de afrekening van 2014.

In 2016 werden wel projectsubsidies vanuit het Hermesfonds geboekt voor een totaal bedrag van 46.653 euro. Meer specifiek gaat het om het HD2R-project (Highly delightful dynamic range for next digital cinema and television), het CONAMO-project (Continuous athlete monitoring) en het MOS2S-project (Media orchestration from screen to screen).

De dotatie Brussels Philharmonic is bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewerkers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst is resultaatneutraal omdat er een gelijk bedrag aan kosten tegenover staat.

De kapitaalsubsidies omvatten dotaties uit vorige jaren voor het mediadienstenplatform, het voormalige Medialab en de toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie die à rato van de afschrijvingen in opbrengst worden genomen.

De 'overige subsidies' zijn gebaseerd op subsidiebesluiten van overheidsinstanties. Voor 2016 gaat het om Europese

subsidies voor onderzoeksprojecten inzake innovatie bij de afdeling Onderzoek & Innovatie en om een subsidie vanuit het Vlaams departement voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media voor *Generation K* (Ketnet).⁷⁰ Andere samenwerkingsvormen met overheden zitten vervat in pijler 7, en worden hieronder apart gerapporteerd onder de rubriek "institutionele financiering" (zie p. 194).

2.3 Pijler 2: Distributie-inkomsten

| DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--|-------------|---------------|-------------|---------------|
| Distributiecontracten | 35,3 | 98,1% | 32,5 | 97,3% |
| Net Gemist | 0,4 | 1,1% | 0,6 | 1,8% |
| SMS, betaallijnen en apps | 0,3 | 0,8% | 0,3 | 0,9% |
| Totaal | 36,0 | 100,0% | 33,4 | 100,0% |

De inkomsten uit distributiecontracten stegen in 2016 met 2,8 miljoen euro ten opzichte van 2015, en dit vooral bij de inkomsten uit contracten met Belgische distributeurs.

De inkomsten voor Net Gemist zijn gedaald ten opzichte van 2015 terwijl de inkomsten uit SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht op hetzelfde niveau liggen als in 2015.

2.4 Pijlers 3 en 4: Boodschappen van Algemeen Nut en Commerciële Communicatie

| BAN EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|---|-------------|---------------|-------------|---------------|
| Boodschappen van algemeen nut | 9,3 | | 9,8 | |
| Totaal BAN | 9,3 | | 9,8 | |
| Radioreclame | 45,3 | 65,6% | 42,8 | 65,4% |
| Sponsoring Radio | 2,1 | 3,0% | 1,7 | 2,6% |
| Sponsoring TV | 14,6 | 21,1% | 14,3 | 21,8% |
| Sponsoring niet-uitgezonden evenementen | 3,0 | 4,3% | 3,3 | 5,0% |
| Commercialisering op internet en mobiele platformen | 2,6 | 3,8% | 2,7 | 4,1% |
| Financiële Productplaatsing | 1,5 | 2,2% | 0,7 | 1,1% |
| Totaal Commerciële communicatie | 69,1 | 100,0% | 65,5 | 100,0% |
| Totaal | 78,4 | | 75,3 | |

⁷⁰ De Europese subsidies voor Onderzoek & Innovatie bedragen 50.530 euro. De Vlaamse subsidie voor Generatie K bedraagt 15.000 euro.

De inkomsten uit boodschappen van algemeen nut (BAN) en commerciële communicatie liggen 3,1 miljoen euro hoger dan in 2015.

De boodschappen van algemeen nut liggen in 2016 0,5 miljoen euro lager dan in 2015.

De inkomsten uit radioreclame stijgt in 2016 met 2,5 miljoen euro ten opzichte van 2015. Per radionet zijn de opbrengsten uit radioreclame de volgende:

| ANDERE COMMERCIELE EXPLOITATIE (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--|-------------|---------------|-------------|---------------|
| MNM | 10,1 | 22,3% | 10,0 | 23,4% |
| Radio 1 | 6,3 | 13,9% | 6,3 | 14,8% |
| Radio 2 | 9,9 | 21,9% | 9,2 | 21,4% |
| Studio Brussel | 19,0 | 41,9% | 17,3 | 40,4% |
| Totaal | 45,3 | 100,0% | 42,8 | 100,0% |

De stijging van de opbrengsten uit radioreclame doet zich vooral voor bij Studio Brussel (+1,7 miljoen euro ten opzichte van 2015) Er is verder een toename van de opbrengsten uit radioreclame bij Radio 2 (+0,7 miljoen euro) en een toename bij MNM (+0,1 miljoen euro).

Wat de *sponsoring* betreft, stegen zowel de *radiosponsoring* (+0,4 miljoen euro) als de *televisiesponsoring* (+0,3

miljoen euro) ten opzichte van 2015. De ontvangsten uit *sponsoring van niet-uitgezonden evenementen* daalden met 0,3 miljoen euro.

De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* daalden ten opzichte van 2015.

De *financiële productplaatsing* steeg van 0,7 miljoen euro in 2015 naar 1,5 miljoen euro in 2016, en heeft betrek-

king op programma's zoals *Iedereen beroemd* (Eén), *Dagelijkse kost* (Eén), *Thuis* (Eén) en *1000 zonnen* (Eén).

De ontvangsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie bedroegen samen 78,4 miljoen euro in 2016. Volgens de bepalingen in de Beheersovereenkomst 2016-2020 werden deze inkomsten voor 2016 begrensd tot maximaal 71,9 miljoen euro. Het excedent bedraagt 6,5 miljoen euro.

2.5 Pijler 5: Exploitatie van afgeleiden

| EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--|------------|---------------|------------|---------------|
| Evenementen | 1,2 | 16,2% | 1,1 | 16,4% |
| Merchandising | 2,9 | 39,2% | 2,9 | 43,4% |
| Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand) | 3,3 | 44,6% | 2,6 | 40,2% |
| Totaal | 7,4 | 100,0% | 6,6 | 100,0% |

De opbrengsten uit de exploitatie van afgeleiden stegen met 0,8 miljoen euro in vergelijking met 2015.

De opbrengsten uit *evenementen* bleven ongeveer stabiel ten opzichte van 2015. De jaarlijks terugkerende evenementen zoals Ketnet Carnaval, Ketnet Halloween, Ketnet Kerst, de Radio 2 1000 klassiekers, de Thuisdag, en De intrede van de Sint zorgden voor stabiele opbrengsten.

Ook de opbrengsten uit *Merchandising* bleven stabiel ten opzichte van 2015. In een eerder dalende markt bleef de verkoop van merchandising constant.

De inkomsten uit *Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand)* stegen met 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2015, en zijn onderzussen de belangrijkste inkomstenbron binnen de exploitatie van afgeleiden.

Pijler 6: Andere commerciële exploitatie

| ANDERE COMMERCIEËLE EXPLOITATIE (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|---|------------|---------------|------------|---------------|
| Verkoop van programma's en fragmenten | 1,3 | 60,0% | 0,8 | 49,9% |
| Teletekst (*) | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,1% |
| Dienstverlening | 0,8 | 40,0% | 0,8 | 50,0% |
| Totaal | 2,1 | 100,0% | 1,6 | 100,0% |

(*) in 2015 nog 21.000 euro

De inkomsten uit verkoop van programma's en fragmenten is ten opzichte van 2015 met 0,5 miljoen euro gestegen door onder meer de verkoop van de fictiereeks *Salamander*, de 4-delige reportagereeks *Molenbeek* en de reeks *Beroepen zonder grenzen*.

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 bleven in 2016 stabiel ten opzichte van het voorgaande jaar.

In 2016 zijn er geen inkomsten meer van teletekst omdat deze dienstverlening werd stopgezet. Deze opbrengsten bedroegen in 2015 nog 21.000 euro als vergoeding voor het plaatsen van informatie op bepaalde VRT-teletekstbladzijden.

2.6 Pijler 7: Andere inkomsten

| ANDERE INKOMSTEN (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--------------------------------|-------------|---------------|------------|---------------|
| Dienstverlening aan VAR | 0,7 | 5,9% | 0,6 | 6,5% |
| Samenwerking rond programma's | 2,7 | 22,7% | 2,6 | 26,9% |
| Bedrijfsrestaurant | 1,4 | 11,8% | 1,2 | 12,3% |
| Financiële opbrengsten | 3,1 | 26,1% | 2,6 | 26,1% |
| Andere bedrijfsopbrengsten | 4,0 | 33,5% | 2,8 | 28,2% |
| Totaal | 11,9 | 100,0% | 9,8 | 100,0% |

De *andere inkomsten* stegen globaal met 2,1 miljoen euro. Deze stijging wordt voornamelijk verklaard door de hogere opbrengsten in het bedrijfsrestaurant (+0,2 miljoen euro), financiële opbrengsten (+0,5 miljoen euro) en de andere bedrijfsopbrengsten (+1,2 miljoen euro).

De *samenwerkingen rond programma's* bleven ongeveer op het niveau

van 2015. Belangrijke samenwerkingen van 2016 waren *De Zoo achter de schermen* (Eén), *Dagelijkse kost* (Eén), *Helden aan zee* (Ketnet) en *Intrede van de Sint* (Ketnet). Daarnaast waren er ook samenwerkingen rond sportuitzendingen.

Binnen de *financiële opbrengsten* is de uitkering van het dividend door VAR de grootste opbrengstensoort. VAR keerde in 2016 een dividend van 2,6 miljoen

euro uit ten opzichte van 2,1 miljoen euro in 2015. Andere belangrijke financiële opbrengsten zijn de wisselresultaten op vreemde valuta.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat de gerecupereerde kosten (onder andere in het kader van de Olympische Spelen), de tussenkomsten van verzekeringen, de vergoeding voor thuiskopieën en de geleide bezoeken.

2.7 Pijler 8: Ruilen

| RUILEN (in mio euro) | 2016 | | 2015 | |
|--|-------------|---------------|-------------|---------------|
| Mediaruil (*) | 9,0 | 27,3% | 11,0 | 29,5% |
| Facilitaire toelevering | 2,8 | 8,5% | 4,6 | 12,2% |
| Productplaatsing in natura en aftiteling | 2,7 | 8,2% | 2,8 | 7,4% |
| Andere ruil: | | | | |
| TV | 2,5 | 7,6% | 2,3 | 6,3% |
| Radio | 14,1 | 42,9% | 14,9 | 39,8% |
| Webruimte | 1,8 | 5,5% | 1,8 | 4,8% |
| Totaal | 32,9 | 100,0% | 37,4 | 100,0% |

(*) inclusief Line Extensions mediaruil

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. Deze ruil is in 2016 gedaald met 2,0 miljoen euro ten opzichte van 2015. De daling wordt vooral verklaard door een gewijzigde commissieloonstructuur, met name het afschaffen van de agentschapscommissie vanaf 1 januari 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 2015 is deze ruil met 1,8 miljoen euro gedaald tot 2,8 miljoen euro. De oorzaak van deze daling is het wegvallen van de facilitaire toelevering voor programma's zoals *Café Corsari*

(Eén), *De schuur van Scheire* (Eén), *Siska & Bart* (Eén) en *Pop Up Live* (Eén).

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 bleven ongeveer stabiel ten opzichte van 2015.

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 is er voor geopteerd om deze afzonderlijk te vermelden.

INSTITUTIONELE FINANCIERING

Onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering van bepaalde programma's door overheidsinstellingen of aanverwante instellingen rond een thema of locatie. Hieronder vallen onder andere toerismediensten, steden, gemeenten, provincies en de Nationale Loterij.

| INSTITUTIONELE FINANCIERING (in mio euro) | 2016 | 2015 |
|---|-------------|-------------|
| Institutionele financiering via eigen programma's VRT | 1,1 | 1,7 |
| Institutionele financiering via externe productiehuizen | 0,9 | 0,5 |
| Totaal | 2,0 | 2,2 |

De *institutionele financiering via eigen programma's VRT* bedroeg 1,1 miljoen euro in 2016, een daling met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2015.

De voornaamste bronnen van institutionele financiering via eigen programma's zijn de samenwerking met de VLAM voor *Dagelijkse kost* (Eén), de tussenkomst van de stad Antwerpen

voor *De intrede van de Sint* (Ketnet), samenwerkingen rond *De Warmste Week* en voor programma's zoals *Weg zijn wij* (Eén) en *Bel 10* (Radio 1).

De daling met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2015 wordt onder andere verklaard door het stopzetten van *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) en *Groenland* (Eén) in het najaar van 2015.

De institutionele financiering bij externe productiehuizen steeg in 2016 met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2015. In 2016 hadden onder meer volgende programma's institutionele financiering: *Den elfde van den elfde* (Eén), *Kwestie van Geluk* (Eén), *Vlaanderen feest* (Eén), *De Leeuwenkuil* (Ketnet) en *Flying Doctors R2* (Eén).

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) | 2016 | | 2015 | |
|---|------------|---------------|------------|---------------|
| Financiële productplaatsing | 1,5 | 35,7% | 0,7 | 20,3% |
| Productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil) | 2,7 | 64,3% | 2,8 | 79,7% |
| Totaal | 4,2 | 100,0% | 3,5 | 100,0% |

De ontvangsten uit *financiële productplaatsing* bedroegen 1,5 miljoen euro in 2016. Het gaat hier over de programma's *Dagelijkse kost* (Eén), *Iedereen beroemd* (Eén), *Thuis* (Eén) en *1000 zonnen* (Eén). Deze opbrengsten namen met 0,8 miljoen euro toe ten opzichte van 2015.

De productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil) bedroeg in 2016 2,7 miljoen euro en omvat ruilovereenkomsten voor onder andere verschillende Eén-programma's zoals *Blokken*, *Flying doctors*, *Beste vrienden*, *Switch*, *Reizen Waes*, *Het goeie leven*, *Sorry voor alles*, *De 12de man*, *Beroepen zonder grenzen*, *1000 Zonnen*, *Dagelijkse kost*, *Iedereen beroemd* en *Thuis*. De productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil) bleef ongeveer stabiel ten opzichte van 2015.

3. KOSTEN

3.1 Analytische verdeling van de kosten – totaal

Als een van de strategische doelstellingen in de Beheerovereenkomst 2016-2020 wordt aangegeven dat de merken van de VRT de belangrijkste connectoren zijn tussen de mediagebruiker en het publieke aanbod. De VRT heeft onder andere als opdracht om de aanbodsmerken doelgericht multi-mediaal 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 aanbod op radio, televisie en online als een evenementieel aanbod bevatten.

De financiële rapportering in voorliggend jaarverslag werd in die zin (ten

opzichte van vorige jaarverslagen) aangepast voor wat de rapportering van de analytische verdeling van de kosten betreft. 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 vervat in de totale kostprijs van het aanbodsmerk Studio Brussel (en niet meer als een aparte rubriek in de analytische rapportering).

Omwille van de vergelijkbaarheid van de cijfergegevens werd ook de analytische verdeling van de kosten voor het boekjaar 2015 herrekend. Tegelijkertijd werden een aantal verdeelsleutels voor de toewijzing van de indirecte programmakosten geëvalueerd. De belangrijkste wijziging is een verschuiving van de *Kosten van de programma-output* naar *Andere kosten*. De kosten van de dienst

Digitalisering en archivering worden niet langer versleuteld over de merken (het gaat over 1,3 miljoen euro in 2015 en 1,2 miljoen euro in 2016). Deze dienst is verantwoordelijk voor de digitalisering van het VRT-archief in samenwerking met het Vlaams Instituut voor Archivering (VIAA). Deze dienst heeft evenwel geen direct verband met de programma-kosten en werd om die reden verplaatst naar de *Andere kosten*.

Via de analytische verdeling van de kosten wordt informatie verschaft over de verhouding van *de kosten van de programma-output* (hierbij wordt voor de aanbodsmerken een indeling gebruikt volgens de mediabeleving waar het aanbodsmerk het sterkst aanwezig is) ten opzichte van 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) | | 2016 | | 2015 | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|--|
| TV-aanbodsmerken | 264,4 | 62,4% | 263,8 | 61,8% | |
| Radio-aanbodsmerken | 94,4 | 22,3% | 96,2 | 22,6% | |
| Thema-aanbodsmerken | 12,4 | 2,9% | 14,2 | 3,3% | |
| Kosten programma-output | 371,2 | 87,6% | 374,2 | 87,7% | |
| Onderzoek en innovatie | 1,2 | 0,3% | 1,3 | 0,3% | |
| Ondersteunende directies | 45,7 | 10,8% | 45,7 | 10,7% | |
| Brand extensions | 5,8 | 1,4% | 5,4 | 1,3% | |
| Subtotaal | 423,9 | 100,0% | 426,6 | 100,0% | |
| Andere | 15,7 | | 9,8 | | |
| Totaal (*) | 439,6 | | 436,4 | | |

(*) Inclusief voorraadwijzigingen

De kosten van de programma-output bedroegen 87,6% in 2016, een daling met 3,0 miljoen euro ten opzichte van 2015.

De VRT moet besparen om de financiële doelstellingen uit de beheersovereenkomst te halen. Daarom beperkte zij de kosten op tal van vlakken.

Ook de ruilen daalden in totaal met 4,5 miljoen euro. Deze daling wordt enerzijds verklaard door een daling van de mediaruil, voornamelijk veroorzaakt door een gewijzigde commissieloonstructuur, met name het afschaffen van de agentschapscommissie vanaf 1 januari 2016. Verder daalt ook de facilitaire toelevering. De daling van de ruil (aan kostenkant) heeft evenwel geen invloed op het resultaat gezien

de ruil aan opbrengstenkant met hetzelfde bedrag is gedaald.

Deze daling in de kosten werd deels gecompenseerd door de hogere kosten verbonden aan de eenmalige sportevenementen in 2016 (het EK Voetbal en de Olympische Spelen).

De dotatie voor de toegevoegde opdracht voor *Onderzoek & Innovatie* viel weg vanaf het werkingsjaar 2015. De kosten voor *Onderzoek & Innovatie* daalden in 2016 in 2015 met 0,1 miljoen euro.

De kosten van de ondersteunende directies ⁷¹ bleven in 2016 op hetzelfde niveau als in 2015. Ze bedroegen 10,8% van de totale kosten.

De kosten voor de commerciële activiteiten van *Brand Extensions* stegen in 2016 met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2015.

In de rubriek *Andere kosten*, worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderingen 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 vergelijkingen over de jaren heen moeilijk maakt. Deze kosten stijgen ten opzichte van 2015 met 5,7 miljoen euro. Dat is vooral het gevolg van een toename van de herstructureringskosten.

3.1 Analytische verdeling kosten programma-output Radio-aanbodsmerken

| DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIO-AANBODSMERK (in mio euro) | | 2016 | | 2015 | |
|--|-------------|---------------|-------------|---------------|--|
| Radio 1 | 21,4 | 22,7% | 20,6 | 21,4% | |
| Radio 2 | 28,7 | 30,4% | 29,7 | 31,0% | |
| MNM | 12,2 | 12,9% | 13,5 | 14,0% | |
| StuBru | 18,9 | 20,0% | 18,8 | 19,5% | |
| Klara | 13,2 | 14,0% | 13,6 | 14,1% | |
| Totaal Radio | 94,4 | 100,0% | 96,2 | 100,0% | |

De totale kosten van radio-aanbodsmerken daalden in 2016 met 1,8 miljoen euro. Algemeen is dit een gevolg van de verdere uitvoering van het toekomstplan bij alle netten (met onder andere lagere personeelskosten en minder captaties).

De kosten voor Radio 1 stegen met 0,8 miljoen. Dat is gedeeltelijk te verklaren door de grote sportevenementen in 2016 (het EK Voetbal en de Olympische Spelen). Daarnaast daalden de ruilen op Radio 1, enerzijds door het wegvallen van de agentschapscommissie vanaf 2016, maar anderzijds werd ook gekozen om de spotdruk wat te beperken. Bij Radio 1 werd er eveneens ingezet op het digitale aanbod, voorbeelden hierbij zijn de *Classics 1000*, *BEL10* en *De Lage Landenlijst*.

Bij Radio 2 daalden de kosten met 1,0 miljoen euro. Radio 2 zond in 2016 's avonds geen regionaal ontkoppeld programma meer uit, in januari en februari van 2015 was dat nog wel het geval. Daarnaast werd er efficiëntie gerealiseerd op de meeste andere programma's. De belangrijkste daling is terug te vinden bij de ruil waaronder mediaruil (door het wegvallen van de agentschapscommissie) en de keuze om de spotdruk te verminderen. De vernieuwing van Radio2.be werd in 2016 opgestart.

De kosten bij MNM daalden met 1,3 miljoen euro. De ruil nam fors af, voornamelijk door het wegvallen van de agentschapscommissie en door de keuze om de spotdruk te verminderen. In 2015 werd de website van MNM vernieuwd. Die kosten

deden zich niet meer voor in 2016. Een aantal campagnes werden in 2016 wel digitaal versterkt, voorbeelden hiervan zijn *Generation M*, *Superdiv*, *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* en *Marathonradio*.

Bij Studio Brussel was er een toename in de kosten (+0,1 miljoen euro). Studio Brussel breidde zijn aanbod op de online-platformen uit en een aantal campagnes werden digitaal versterkt, zoals *De warmste week van Music For Life*, *De tijdloze* en *De nieuwe lichting*.

Bij Klara was er een daling in de kosten met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2015. Klara bespaarde op verschillende programma's. Anderzijds was er bij de ruil een lichte stijging, Klara wil via niet-commerciële spots de cultuur in Vlaanderen meer ondersteuning bieden.

3.3 Analytische verdeling kosten programma-output TV-aanbodsmerken

| DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER TV-AANBODSMERK (in mio euro) | | | | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|
| | 2016 | | 2015 | |
| Eén | 173,1 | 65,4% | 175,1 | 66,4% |
| Canvas | 61,5 | 23,3% | 51,2 | 19,4% |
| Ketnet | 29,8 | 11,3% | 37,5 | 14,2% |
| Totaal Televisie | 264,4 | 100,0% | 263,8 | 100,0% |

De kosten van de TV-aanbodsmerken stegen met 0,6 miljoen euro tot 264,4 miljoen euro in 2016.

De totale kostprijs van Eén daalde met 2,0 miljoen euro. De daling is het netto-resultaat van verschillende evoluties:

- Enerzijds stegen de kosten van sport in het schema door de grote sportevenementen die plaatsvonden in 2016. Het digitale aanbod van Eén werd in 2016 vernieuwd (website, aangepaste redactionele werking en nieuwe formats). Ook de vernieuwing van de mobiele app van *Dagelijkse kost* leidde tot extra kosten.
- Anderzijds daalden de kosten omwille van verschillende redenen: het wegvallen van de hosting in 2016 (wat in 2015 wel nog een deel

van het jaar bestond), *Vlaanderen Vakantieland* had zijn laatste seizoen in 2015. Eén programmeerde minder reality-programma's en minder fictie in 2016. Bij Eén daalde het bedrag van de mediaruil, door het wegvallen van de agentschapscommissie en door minder media/marketing-campagnes. Ook de facilitaire ruil nam af, door het wegvallen van een aantal programma's zoals *Bart & Siska*, *Café Corsari* en *Pop Up Live*.

De totale kostprijs van Canvas steeg in 2016 met 10,3 miljoen euro ten opzichte van 2015. In 2015 was de vernieuwing Canvas nog uitgesteld van april naar september waardoor het programmaschema gedurende een paar maanden werd gevuld met goed-

kopere aankoopprogramma's dan dat het geval was in 2016. In 2016 werden een aantal nieuwe Vlaamse producties toegevoegd aan het uitzendschema zoals *Wanderlust*, *Culture Club*, *4x7* en *De ideale wereld*. Ook digitaal zette Canvas in 2016 in op deze programma's, bijvoorbeeld met de uitwerking van een subsite *Wereldbeeld* en de lancering van het *Culture club-magazine*. Het EK Voetbal en de Olympische Spelen waren deels op Canvas te zien, dat droeg ten dele bij aan de stijging van de kosten. Canvas maakte in 2016 meer gebruik van mediaruilen om het merk en zijn aanbod meer in de kijker te zetten met bijvoorbeeld mediaruilen met betrekking tot *De ideale wereld*, *Culture Club*, *Clinch* en een imagocampagne.

In 2016 daalde de kostprijs van Ketnet met 7,7 miljoen euro. In 2015 versterkte Ketnet het uitzendschema, voornamelijk met fictie (*D5R*, *De zoon van Artan*, *Trollie* en *Welkom in de Wilton*), aankoopreeksen en films. In 2016 was er geen dergelijke versterking. In 2015 was er de vernieuwing van de website en de lancering van de Ketnet Jr.-app, dat betekende extra ontwikkelingskosten in 2015, kosten die in 2016

wegvielen. Daarnaast werd in 2016 wel het online-aanbod versterkt met de Ketnet-app. Conform haar aanbodstrategie wil Ketnet pionier zijn op digitaal vlak. Daarom startte het merk met extra aanbod dat eerst enkel online werd aangeboden (*Trix*, *Goed gezien*) en aanbod dat exclusief online te zien was (met *4eVeR*-webisodes, *Olly Wannabe*, *Samir Weet het* en webfilmpjes met *Zita*).

3.4 Rapporteringen van de Thema-aanbodsmerken

| DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER THEMA-AANBODSMERK (in mio euro) | | | | |
|--|-------------|---------------|-------------|---------------|
| | 2016 | | 2015 | |
| VRT Nieuws | 7,9 | 63,7% | 7,5 | 52,8% |
| Sporza | 4,5 | 36,3% | 5,0 | 35,2% |
| Cobra.be | 0,0 | 0,0% | 1,7 | 12,0% |
| Totaal Thema-aanbodsmerken | 12,4 | 100,0% | 14,2 | 100,0% |

De kosten van de thema-aanbodsmerken daalden ten opzichte van 2015 met 1,8 miljoen euro.

Cobra.be werd stopgezet eind augustus 2015. Vanaf 24 augustus 2015 publiceerde Canvas.be nieuwe culturele bijdragen.

In 2016 werd de focus gelegd op de vernieuwing van VRT Nieuws. Voor VRT Nieuws werd een aangepaste digitale strategie vertaald in een nieuwe website en mobiele app (oplevering voorzien voorjaar 2017), inclusief nieuwe digitale formats: in 2016 werden daartoe ontwikkelingskosten gemaakt.

Hierdoor werd er minder in de digitale toepassingen van Sporza geïnvesteerd ten opzichte van 2015.

3.5 Verdeling kosten per mediagebruiker

| DE KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER (2016-2015) ⁷² (in euro) | 2016 | 2015 |
|--|-------------|-------------|
| TV-aanbodsmerken | 48,3 | 47,7 |
| Radio-aanbodsmerken | 17,3 | 17,4 |
| Thema-aanbodsmerken | 2,3 | 2,6 |
| Totale kosten ⁽¹⁾ per mediagebruiker | 67,9 | 67,7 |
| Totale overheidsfinanciering per mediagebruiker | 41,2 | 43,0 |

(1) Inclusief Toeslag van 16,2% voor toerekening van de kosten voor onderzoek en innovatie, de Brand extensions, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten

De kosten per mediagebruiker stegen licht van 67,7 euro naar 67,9 euro doordat de totale kosten van de VRT stegen, terwijl het aantal mediagebruikers ongeveer gelijk bleef (een beperkte stijging met 33.677 personen).

Van de totale kosten van 67,9 euro in 2016 was er 41,2 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 26,7 euro uit eigen middelen.

⁷² Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,48 miljoen inwoners op 1 januari 2016 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

4. VOORRADEN

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2016 80,0 miljoen euro, een daling met 0,8 miljoen euro ten opzichte van 2015. In de voorraad zitten sportrechten (26,7 miljoen euro), filmrechten (10,7 miljoen euro), eigen producties (40,2 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (3,3 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-1,0 miljoen euro) en een voorraad technisch magazijn (0,1 miljoen euro).

A. Sportrechten

| VOORRAAD SPORTRECHTEN (in mio euro) | | | |
|-------------------------------------|---|---|---|
| Voorraad op 31/12/2015 | Aankopen in 2016 | Uitgezonden in 2016 | Voorraad op 31/12/2016 |
| 32,6 | +7,0 | -12,9 | 26,7 |
| | o.a. EK Voetbal vrouwen (2017) EK Voetbal mannen (2020) Wielrennen Flanders Classics (2016) Wielrennen (diverse voorjaarsklassiekers) | o.a. EK Voetbal 2016 Olympische Spelen Kwalificaties EK Voetbal 2016 en WK voetbal 2018 Vriendschappelijke wedstrijden Rode Duivels Uefa Europa league voetbal Belgische Beker voetbal Wielrennen Flanders Classics Wielrennen Ronde van Frankrijk Wielrennen (Giro, Vuelta) BK Wielrennen en Veldrijden UCI Baan-, Weg- en Veldrijden Atletiek Memorial Van Damme Tennis (Roland Garros) Zaalsporten (basket- & volleybal) | o.a. WK Voetbal 2018 en 2022 Kwalificaties WK Voetbal 2018 Uefa Europa League (2017-2018) Jupiler Pro League (2017) Ronde van Frankrijk (2017-2019) Belgische Beker voetbal (2017-2018) Wielrennen Vuelta (2017-2020) BK Wielrennen en Veldrijden (2017-2018) UCI Weg- en Baanrijden (2017-2024) Wielrennen (diverse voorjaarsklassiekers) Memorial Van Damme (2017-2018) EK Atletiek (2017-2019) IAAF Wereldatletiek (2017) Tennis (Roland Garros) (2017-2018) |

De voorraad sportrechten daalde in 2016 met 5,9 miljoen euro tot 26,7 miljoen euro. Er werden voor 7,0 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 12,9 miljoen

euro aan rechten werd verbruikt. De voorraaddaling is in belangrijke mate te verklaren door het uitzenden van de grote sprotevenementen zoals het EK Voetbal en de Olympische Spelen.

B. Filmrechten

| VOORRAAD FILMRECHTEN (in mio euro) | | | | | |
|---|----------------------|------------------|------------------|--------------------|------------------------|
| Filmrechten | Voorraad op 1/1/2016 | Aankopen in 2016 | Verbruik in 2016 | Schrapping in 2016 | Voorraad op 31/12/2016 |
| Films | 3,34 | 3,10 | -3,01 | -0,08 | 3,35 |
| Documentaires | 1,31 | 1,82 | -1,56 | -0,26 | 1,31 |
| Series, Comedy's, Animatie, enz | 6,91 | 6,63 | -7,10 | -0,37 | 6,07 |
| Totaal | 11,56 | 11,55 | -11,67 | -0,71 | 10,73 |

De totale filmvoorraad daalde met 0,8 miljoen euro in 2016. Deze daling situeert zich quasi volledig bij de voorraad 'series, comedies, animatie, enzovoort'. De voorraad Films en Documentaires bleef ongeveer op het niveau van begin 2016.

C. Eigen producties

| EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (in mio euro) | 2016 | 2015 |
|--|-------------|-------------|
| Fictie | 25,7 | 20,4 |
| Andere | 14,5 | 13,5 |
| Totaal | 40,2 | 33,9 |

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 6,3 miljoen tegenover 2015. De voorraad fictie nam toe met 5,3 miljoen euro. Deze stijging situeerde zich bij Eén en Ketnet. Het gaat onder meer om *Salamander*, *Zie me graag* en *De regel van 35*. De voorraad andere

eigen producties verhoogde met 1,0 miljoen, voornamelijk bij Canvas. De belangrijkste toename kwam door de reeks *Weduwen na de val* (waarvan de uitzendingen gepland zijn in het voorjaar van 2017).

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 zich tegenover de Europese Commissie verbonden om, met ingang van het boekjaar 2008, de reservering van het eventuele netto-surplus uit de exploitatie van de openbare omroepopdracht wettelijk te regelen.

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) | | | |
|---|--------------|--------------|----------------|
| | 2016 | 2015 | Vershil |
| Totaal kosten | 439,6 | 436,4 | - 3,2 |
| - minus kosten van comm.activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht | -2,5 | -2,3 | + 0,2 |
| - minus opbrengsten van comm.activiteiten die voordeel halen uit de publieke opdracht | -155,2 | -149,6 | + 5,6 |
| - minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten | -8,1 | -9,5 | - 1,4 |
| Nettokosten van de publieke opdracht | 273,8 | 275,0 | + 1,2 |
| Overheidssubsidies | 267,2 | 277,1 | - 9,9 |
| Nettokosten publieke opdracht - overheidssubsidies = netto deficit | | | |
| - = onderfinanciering of netto deficit, | -6,6 | 2,1 | - 8,7 |
| + = overfinanciering of netto surplus | | | |

De nettokosten van de publieke opdracht bedroegen in 2016 273,8 miljoen euro en daalden met 1,2 miljoen euro ten opzichte van 2015.

De overheidssubsidies daalden van 277,1 miljoen euro in 2015 naar 267,2 miljoen euro in 2016, of een vermindering met 9,9 miljoen euro.

Het jaar 2016 is bovendien een even jaar, dat betekent een jaar met grote sportmanifestaties (het EK Voetbal en de Olympische Spelen). Daardoor waren de kosten van de publieke opdracht hoger. De dotatie volgt echter dit uitgavenpatroon niet.

De nettokosten liggen in 2016 6,6 miljoen euro hoger dan de overheidsfinanciering. Het eerste jaar van de Beheersovereenkomst 2016-2020 sluit dus af met een netto-deficit of een onderfinanciering van de publieke opdracht.

8.5

UITVOERING VAN DE ESR-BEGROTING 2016

| (in 1.000 euro) | Plan BA | Werkelijk | Vershil |
|--|---------|-----------|---------|
| Resultaat voor excedent | -500 | -28 | 472 |
| Excedent | | 6.520 | 6.520 |
| Effect op het "over te dragen resultaat" | -500 | 6.492 | 6.992 |

De ESR-begroting⁷³ uit de BA (Begrotingsaanpassing) 2016 werd conform de beheersovereenkomst opgesteld met een tekort van 0,5 miljoen euro. Dit tekort werd in de begroting aangezuiverd via een vermindering van het "over te dragen ESR-resultaat".

In werkelijkheid werd er 6,5 miljoen euro aan het "over te dragen resultaat" toegevoegd, of een verschil van 7 miljoen euro t.o.v. het budget. Dit verschil wordt als volgt verklaard:

- Voor 2016 was er een excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" van 6,5 miljoen euro. Dit excedent was niet gebudgetteerd, en werd aan het over te dragen ESR-resultaat toegevoegd. Conform de bepalingen van de beheersovereenkomst beslist de Vlaamse regering later over de toewijzing van deze middelen.
- Voor het overige sloot de ESR-begroting 0,5 miljoen euro beter af dan voorzien in de begrotingsaanpassing 2016. Meer specifiek sloot ESR af met een tekort van -28.000 euro, terwijl er in het budget een tekort van -500.000 euro was voorzien.

8.6

INTERNE CONTROLEVERKLARING

Het VRT-management 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 en de efficiëntie van de bedrijfsprocessen;
- de betrouwbaarheid van de financiële informatie;
- de naleving van de wet- en regelgeving, 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 audit-principe: samenwerking tussen de statutaire commissaris, het Rekenhof en de interne audit zodat er een grotere afdekking 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 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 informatieveiligheidsbeleid.

73

Het Europees Stelsel van Rekeningen (ESR) is het systeem van nationale rekeningen en regionale rekeningen dat lidstaten van de Europese Unie hanteren.



VLAAMSE AUDIOVISUELE REGIE (VAR)



De NV VAR is een 100% dochter-onderneming van de VRT. VAR verleent diensten op het vlak van radioreclame, sponsoring, boodschappen van algemeen nut en commercialisering van digitaal aanbod.

VAR haalde in 2016 een bedrijfsopbrengst van 98,2 miljoen euro en een resultaat na belasting van 6,8 miljoen euro winst.

| VAR: RESULTAAT (in 1.000 euro) | | |
|--|-----------------|------------------|
| | 2016 (*) | 2015 (**) |
| Bedrijfsopbrengsten | 98.232 | 93.512 |
| Regie voor VRT | 76.891 | 74.643 |
| Overige Aankopen | 5.910 | 5.568 |
| Bezoldigingen | 3.768 | 3.273 |
| Afschrijvingen, voorzieningen, e.d. | 442 | 400 |
| Bedrijfsresultaat | 11.221 | 9.628 |
| Financieel resultaat | -752 | -872 |
| Uitzonderlijke resultaten en belastingen | -3.635 | -3.106 |
| VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN | 6.834 | 5.650 |

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 07/06/2017

(**) na goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 01/06/2016

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.

Pebble Media haalde in 2016 een bedrijfsopbrengst van bijna 11,4 miljoen euro en een verlies na belasting van 147.212 euro

| PEBBLE MEDIA: RESULTAAT (in 1.000 euro) | | |
|--|-----------------|------------------|
| | 2016 (*) | 2015 (**) |
| Bedrijfsopbrengsten | 11.352 | 11.918 |
| Aankopen | 9.647 | 10.463 |
| Bezoldigingen | 1.368 | 1.247 |
| Afschrijvingen, voorzieningen, e.d. | 442 | 388 |
| Bedrijfsresultaat | -105 | -179 |
| Financieel resultaat | -16 | -3 |
| Uitzonderlijke resultaten en belastingen | -26 | 2 |
| Pebble Media RESULTAAT NA BELASTINGEN | -147 | -180 |

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 18/05/2017
 (***) na goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 19/05/2016

8.9

PENSIOENFONDSEN 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 aan de Vlaamse Gemeenschap waardoor het PFOS geen nut meer had.

De Algemene vergadering stelde per 28 januari 2016 een vereffenaar aan. Verwacht wordt dat het PFOS in vereffening wordt ontbonden in de loop van 2017.

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 2016 volledig gefinancierd. De allocatie van de middelen binnen het fonds was als volgt: de aandelen vertegenwoordigden 52,6% van de portefeuille, de obligaties 37,8%, het vastgoed 8,9% en cash 0,7%. Voor het Pensioenfonds Contractuelen VRT bedroeg de return over het boekjaar 2016 +6,0%. De totale activa bedroegen eind 2016 91,4 miljoen euro (ten opzichte van 83,2 miljoen euro eind 2015).



10:09 25



L: 25 25





9

**OVERZICHT RAPPORTERING OP
STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN**

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 werd in de beheersovereenkomst.

De resultaten op de verschillende strategische doelstellingen uit de beheersovereenkomst zijn hieronder weergegeven. In voorliggend jaarverslag wordt dieper ingegaan op de elementen die deze resultaten vormen en aantonen.

| STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: VOOR IEDEREEN RELEVANT | | PAGINA |
|---|--|--|
| 1. | De VRT bereikte met haar aanbod op weekbasis 90,7% 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% van elke relevante doelgroep op weekbasis: mannen: 92,1%, vrouwen: 89,4%, leeftijd van 15 t.e.m. 24 jaar: 81,9% ⁷⁴ , leeftijd van 25 t.e.m. 44 jaar: 90,1%, leeftijd van 45 t.e.m. 64 jaar: 92,0%, leeftijd 65 jaar en ouder: 94,8%, opleidingsniveau: lager onderwijs: 89,0%, opleidingsniveau: lager secundair onderwijs: 85,0%, opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs: 90,5%, opleidingsniveau: hoger onderwijs: 95,2%, nieuwe Vlamingen: 78,4%. | 18 |
| 4. | De VRT streefde naar een diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde televisieaanbod, uitgezonderd programma-aankoop: ● Geslacht: 37,4% vrouwen (norm: 33%). ● Afkomst: 8,0% nieuwe Vlamingen (norm: 5%). | 34 |
| 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 zondagavondfictie. ● Websites werden zo gebruiksvriendelijk en zo toegankelijk mogelijk gemaakt, conform de principes van het Anysurferlabel. ● Teletekstondertiteling was beschikbaar bij 98,6% van alle Nederlandstalige programma's (norm: 95%). ● NIET-GEHAALDE DOELSTELLING Nieuws- en duidingsprogramma's werden in 99,9% van de gevallen ondersteund met teletekstondertiteling (norm: 100%). ● In 2016 waren ondertitels beschikbaar voor veel video-aanbod op de websites. Verschillende werktrajecten zullen de komende jaren gevolgd worden 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. | 42 42 45 43 43 46 44 |
| 6. | De samenstelling van het personeelbestand van de VRT bestond uit: 38,5% vrouwen voor het gehele personeelsbestand (norm: 40% tegen 2020) en 31,6% voor midden en hoger kader (norm: 33% tegen 2020), 1,6% personen met een arbeidshandicap (norm: 1,8 tegen 2020) en 3,0% nieuwe Vlamingen (norm: 4% tegen 2020). | 38 |
| 7. | 10 mensen met een arbeidshandicap of een migratie-achtergrond volgden een opleidingsstage (norm: 10). | |

74

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. | 53 |
| 2. | De VRT bereikte met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis 81,0% van de Vlaamse bevolking (norm: 75%). | 54 |
| 3. | De VRT rapporteerde bereikcijfers voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologie-neutrale meting van bereik. | 54 |
| 4. | VRT Nieuws bood internationale duiding in televisieprogramma's, radioprogramma's en in een aparte sectie op Deredactie.be | 57 |
| 5. | <i>Panorama</i> (Canvas) en <i>Pano</i> (Eén) maakten samen 21 diepgravende, onderzoeksjournalistieke reportages in 2016 (norm: 10). | 57 |
| 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). | 19 |
| 7. | De VRT organiseerde in 2016 twee keer (op 4 maart en 30 september) overleg met vertegenwoordigers van erkende levensbeschouwelijke streekingsen. | 55 |
| 8. | VRT Nieuws 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. | 60 |
| 9. | De VRT rapporteert in voorliggend jaarverslag over het onpartijdigheidsbeleid en eventuele bijsturingen. | 62 |
| 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 waarderingsonderzoek over Deredactie.be, een vertrouwensonderzoek (over vertrouwen in het aanbod van VRT Nieuws), een diversiteitsmeting bij het radio- en televisie-aanbod, enzovoort. | |
| 11. | De VRT voorzag met Flandernews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be in een Engels-, Frans- en Duitstalig informatieaanbod voor anderstaligen met interesse in Vlaanderen. | 33 |
| 2.2 Cultuur | | PAGINA |
| 1. | Elk aanbodsmerk (met uitzondering van Sporza) bracht een cultuuraanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk. | 63 |
| 2. | Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties bedroeg 72,8% 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%). | 133 |
| 3. | <i>Het journaal</i> van Eén bevatte 643 cultuur- en media-items (norm: 365). | 64 |
| 4. | De VRT besteedde in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis. | 70 |
| 5. | De VRT bracht een brede keuze uit de Vlaamse culturele agenda onder de aandacht van de mediagebruiker. | 64 |
| 6. | Alle aanbodsmerken maakten een link naar UiTinVlaanderen.be. | 69 |
| 7. | De VRT organiseerde meer dan 5 evenementen die een cultureel thema of muziekgenre toegankelijker maken voor een breed publiek (norm: 5). | 64 |
| 8. | De VRT introduceerde meer dan 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen cultuuraanbod (norm: 5). | 68 |
| 9. | De VRT capteerde 355 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via meerdere aanbodsmerken (norm: 250). | 69 |
| 10. | De VRT organiseerde meer dan vier keer overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse cultuursector (zoals met deSingel, BOZAR, Boek.be, Concertgebouw Brugge en Kunstenfestivaldesarts) (norm: 4). | 72 |
| 11. | De VRT organiseerde twee keer (op 9 juni en 7 december) overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse muzieksector (MuziekOverleg) (norm: 2). | 144 |
| 12. | Op Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara namen de Vlaamse muziekproducties 25,5% van de totale muziektijd in (norm: 25%). | 73 |
| 13. | 30,4% van de muziektijd op Radio 2 was Nederlandstalig (norm: 30%). | 73 |
| 14. | 15,6% van de muziektijd op Radio 1 was Nederlandstalig (norm: 15%). | 73 |

| 2.3 Educatie | | PAGINA |
|---------------------|--|--------|
| 1. | Elk aanbodsmerk bracht een educatief aanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk. | 75 |
| 2. | De VRT bracht een aangepast aanbod voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met nieuwe mediatoepassingen. | 79 |
| 3. | De VRT organiseerde verschillende keren overleg met de partners op het veld, zoals het Kenniscentrum Mediawijsheid (14 keer) en onderwijspartners (10 keer). | 145 |
| 4. | Canvas voorzag een multimediaal aanbod over wetenschap, zoals met <i>De herontdekking van de wereld</i> . | 76 |
| 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 versturen 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. | 77 |
| 7. | De VRT investeerde in de coproductie van 21 documentaires (norm: 15), waarvan 8 auteursdocumentaires (norm: 7,5 auteursdocumentaires) en 13 documentaires die in reeksverband werden gecoproduceerd en uitgezonden. | 75 |
| 8. | De VRT pleegde twee keer overleg met de sector en het VAF (op 2 mei 2016 en 16 december 2016). Op basis van dat overleg wordt het strategisch plan inzake documentaires uitgeschreven (norm: 2). | |
| 9. | Canvas had aandacht voor documentaires in prime time, inclusief auteursdocumentaires. | 75 |
| 10. | De VRT was aanwezig op het IDFA Forum (21-23 november 2016) in Amsterdam en op Lisbon Docs (16-22 oktober 2016) 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). | 96-114 |
| 2. | <i>Sportweekend</i> (Eén), Sporza.be en Radio 1 besteedden elk naast voetbal en wielrennen aandacht aan ten minste dertig "kleine sporten" (norm: 30). | 89 |
| 3. | De VRT organiseerde continu overleg met partners op het veld, zoals de sportfederaties en Sport Vlaanderen (norm: 2). | 146 |

| STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMERK VOOR DIGITAAL AANBOD | | PAGINA |
|---|---|------------------|
| 1. | VRT Nieuws 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. | 53 100 110 |
| 2. | Ketnet gaf prioritair aandacht aan de doelgroep kinderen. | 112 |
| 3. | MNM gaf prioritair aandacht aan de doelgroep jongeren. | 102 |
| 4. | Radio 2 had een uitgesproken Nederlandstalig en Vlaams muziekprofiel. | 98 |
| 5. | De VRT rapporteert in dit jaarverslag over haar beleid inzake kwaliteit, onpartijdigheid, beroepsethiek en integriteit. | 47, 60, 158 |
| 6. | De VRT ontwikkelde een overkoepelend digitaal contentplatform onder het koepelmerk 'VRT'. | 119 |

| STRATEGISCHE DOELSTELLING 5: TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF | | PAGINA |
|---|--|--------|
| 1. | De VRT ontwikkelde een videoplatform (VRT NU dat in januari 2017 werd gelanceerd). | 119 |
| 2. | De VRT bood een online radiospeler aan. | 120 |
| 3. | De VRT stelde in 2016 reeds een deel van zijn 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. | 121 |
| 4. | De VRT bood online gepersonaliseerd aanbod aan bij de Sporza voetbal-app. | 121 |
| 5. | Elk aanbodsmerk had meer dan vier acties die inzetten op participatie en co-creatie met het publiek (zoals <i>De stoel</i> (Eén), <i>De Move tegen pesten</i> (Ketnet), <i>Wanderlust: Geloof in Utopia</i> (Canvas), <i>Komaf met Kafka</i> (Radio 1) en <i>De humorklas</i> (Radio 2))(norm: 4 per aanbodsmerk). | 122 |
| 6. | De VRT realiseerde meer dan drie innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters (zoals STON, het Conamo-project, het ImmersiaTV-project en Providence+) (norm: 3). | 126 |
| 7. | In 2016 werden 16 projecten opgestart waarbij met innovators werd samengewerkt. 16 van die innovators waren starters & KMO's, 12 daarvan waren Vlaams. (norm: 12) | 127 |
| 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. | 129 |

| STRATEGISCHE DOELSTELLING 6: VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM | | PAGINA |
|--|---|--------|
| 1. | De VRT besteedde 18,89% (norm: 15%) van haar totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten aan externe productie. | 137 |
| 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 heeft in 2016 een Toekomstplan uitgewerkt en voorgelegd aan de Vlaamse Regering. | 154 |
| 2. | Het Toekomstplan is opgemaakt zodat het uitgevoerd kan worden binnen het budgettaire kader en binnen de looptijd van de Beheersovereenkomst 2016-2020. | |
| 3. | Het aandeel van de personeelskosten bedroeg in 2016 43,05% van de totale ontvangsten (exclusief herstructureringskosten, exclusief personeelskosten Brussels Philharmonic en exclusief ophoging patronale bijdrage <i>Pensioen-financieringsmechanisme Statutairen VRT</i> of zijn rechtsopvolger) (norm: maximaal 43,25%). | 156 |
| 4. | De VRT werkte in 2016 een HR-beleidsplan (Fier op de VRT) uit. | 154 |
| 5. | De VRT werkte in 2016 een programma voor leidinggevendenden uit. | 155 |
| 6. | De VRT werkte in 2016 een programma voor loopbaan- en mobiliteitsmanagement uit. | 155 |
| 7. | De VRT nam de krachtlijnen van haar Toekomstplan over in haar Ondernemingsplan. | |

| FINANCIËLE BETREKKINGEN TUSSEN DE ONDERTEKENENDE PARTIJEN | | PAGINA |
|--|---|--------|
| 1. | De VRT behaalt jaarlijks minstens het cumulatieve resultaat over de duur van de beheersovereenkomst. In het budget was een bedrijfseconomisch tekort van 6,1 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot de VRT 2016 af met een tekort van 3,7 miljoen euro. Indien abstractie wordt gemaakt van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, dan sluit de VRT het jaar af met een tekort van 2,2 miljoen euro ten opzichte van een budget (zoals opgenomen in de Beheersovereenkomst 2016-2020) van -2,9 miljoen euro, of 0,7 miljoen euro beter dan voorzien. | 186 |
| 2. | Het ESR-budget werd opgesteld met een tekort van -0,5 miljoen euro. Maken we abstractie van het excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" ⁷⁵ , dan sluit ESR af met een tekort van -28.000 euro, of 472.000 euro beter dan voorzien in het budget. | 202 |

⁷⁵ Het excedent "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" bedraagt 6.520.000 euro, en wordt in ESR toegevoegd aan het "naar 2017 over te dragen saldo".

PRIJZEN EN NOMINATIES

PRIJZEN

- *Ha! van Humo* voor *Bevergem* (Canvas)
- Bekroning tot Meesterverteller door de Nederlandse Stichting Verhalende Journalistiek in de categorie radio van Joris Vergeyle voor de radioreportage *Van Gogh in de Borinage* (Radio 1)
- Bekroning tot Meesterverteller door de Nederlandse Stichting Verhalende Journalistiek in de categorie digitaal van Rudi Vranckx voor de digitale longread *Langs het front tegen IS (Kleine helden)* (Canvas)
- Cutting Edge award in de categorie influence award voor Ayco Duyster en Eppo Janssen (*Duyster* (Studio Brussel))
- Cutting Edge award in de categorie televisie voor *Bevergem* (Canvas)
- Language Industry Award in de categorie best language project voor *Heerlijk Helder* (*Hautekiet* (Radio 1))
- Prijs op het Worldmediafestival Hamburg voor beste documentaire in de categorie society en social issues voor *Wedding Day* (Eén)
- Grand award op het Worldmediafestival Hamburg in de categorie beste documentaire voor *Wedding Day* (Eén)
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste acteur voor *Koen De Bouw* (*Professor T.* (Eén))
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste actrice voor *Ann Tuts* (*Bevergem* (Canvas))
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste humor en comedy voor *Bevergem* (Canvas)
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste scenario fictie voor *Bevergem* (Canvas)
- Gouden Flip uitgereikt door de lezers van Jommekeskrant in de categorie beste televisieserie voor *Ghost rockers* (Ketnet)
- Gouden Flip uitgereikt door de lezers van Jommekeskrant in de categorie beste televisiepresentator voor *Charlotte Leysen* (Ketnet)
- Gouden Flip uitgereikt door de lezers van Jommekeskrant in de categorie beste televisie-acteur voor *Sander Provoost* (*D5R* (Ketnet))
- Gouden Flip uitgereikt door de lezers van Jommekeskrant in de categorie beste televisie-actrice voor *Jamie-Lee Six* (*D5R* (Ketnet))
- Publieksprijs op het internationale televisiefestival *Serie Mania* voor *Beau séjour* (Eén)
- Persprijs van de Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling in de categorie radio (*Nederlandstalig*) voor *De week van de hernieuwbare energie* (*De Inspecteur* (Radio 2))
- Prijs op het documentairefestival *Docville* in Leuven voor beste televisiedocumentaire voor *Spul* (Canvas)
- Zilveren award op EBU-connect in de categorie beste promotie voor digitaal product voor *de plankingsspot* (*Ketnet Jr.-app* (Ketnet))
- 53e Belfius Persprijs in de categorie lokale pers voor de reportage *De radicale aanpak* van *Katrien Peirsman* (Radio 2 Antwerpen)
- 53e Belfius Persprijs in de categorie radiopers voor de reportage *Vluchtelingenstroom Balkanroute* van *Mieke Strynckx* (Radio 1)
- 53e Belfius Persprijs in de categorie televisiepers voor de reportage *De verdeelde klas* van *Guy De Troyer, Sara Van Boxtael* en *Sofie Coucke* (*Koppen* (Eén))
- EBU Award for Technology & Innovation voor *de VRT Sandbox Live IP-studio* (EBU-VRT)
- IBC Innovation Award in de categorie content creation voor *de VRT Sandbox Live IP-studio* (EBU-VRT)
- TVB Europe Award in de Hall of Fame voor *de VRT Sandbox Live IP-studio* (EBU-VRT)
- Gouden Leeuw in Cannes in de categorie PR lions/media en publicaties voor *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- Ensor voor beste kinderfilm voor *Helden van de zee* (Ketnet)
- TVB Europe Award in de categorie Live Production voor *de VRT Sandbox Live IP-studio* (EBU-VRT)
- M-award voor mediawijze mediaproductie voor *Boeva & The Games* (Ketnet)
- Erepenning Humane Wetenschappen uitgereikt door de groep *Humane wetenschappen van de KU Leuven* aan *Rudi Vranckx* (VRT)
- Gunnar Hoidahl Award for Excellence in the News Exchange uitgereikt door de EBU News Assembly aan de *VRT-nieuwsdienst* (VRT)
- Gouden award op Eurobest in de categorie radio (*Innovative Use of Technology*) voor *Klarafy* (*Klara*)

NOMINATIES

- Nominatie voor een FIPA-award in de categorie buiten competitie voor *Mijn Jihad* (*Panorama* (Canvas))
- Nominatie voor de Prix Jeunesse International in de categorie 7-10 jaar - non-fictie programma voor *The blacklist* (Ketnet)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste acteur voor *Piet De Praitere* en *Wim Willaert* (*Bevergem* (Canvas))
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste actrice voor *Maike Cafmeyer* (*Bevergem* (Canvas)), *Ella Leyers* (*Professor T.* (Eén)) en *Tiny Bertels* (*Loslopend wild en gevogelte* (Eén))
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste presentator voor *Ben Crabbé* (VRT)

- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste presentatrice voor *Lieve Blancquart* (Wedding day (Eén)) en *Martine Tanghe* (Het journaal (Eén))
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste drama voor *Professor T.* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste humor en comedy voor *Loslopend wild & gevogelte* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste reportage, documentaire en info voor *Radio Gaga* (Canvas) en *Wedding Day* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste regisseur non-fictie voor *Soundtrack* (Canvas), *Ten oorlog* (Eén) en *Slijk* (Canvas)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste scenario fictie voor *Professor T.* (Eén) en *Voor wat hoort wat* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie Telenet publieksprijs voor *Bevergem* (Canvas) en *Radio Gaga* (Canvas)
- Nominatie op het documentairefestival *Docville* voor beste televisiedocumentaire voor *Een kwestie van geluk* (Eén), *Slijk* (Canvas) en *Archibelle* (Canvas)
- Nominatie voor *Rockie Award in Banff* in de categorie comedy series voor *Bevergem* (Canvas)
- Nominatie voor de 53e *Belfius Persprijs* in de categorie radiopers voor de reportage *Napoleon van Johan Op de Beeck, Annick Lesage en Rolly Smeets* (Klara)
- Nominatie voor de 53e *Belfius Persprijs* in de categorie radiopers voor de reportage *La frontiere linguistique* van *Jeroen Tuytten* (Radio 2)
- Nominatie voor de 53e *Belfius Persprijs* in de categorie televisiepers voor de reportage *Mijn Jihad* van *Rudi Vranckx* (*Panorama* (Canvas))
- Nominatie voor *IBC innovation award 2016* in de categorie content-creatie voor het *live IP-Project* (VRT-Sandbox/EBU)
- Nominatie voor *IBC innovation award 2016* in de categorie contentmanagement voor de *Ketnet Jr.-app* (Ketnet)
- Nominatie voor *EBU-connect* in de categorie beste seizoensbranding voor de *kerststyling* (Eén)
- Zilver voor de *Content Cuckoo award* in de categorie best content campaign voor *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- Zilver voor *CCB-award* in de categorie branded radio content voor *Radio 1*
- Brons voor *CCB-award* in de categorie radio voor *Tomorrowland Classis* (Klara)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie film voor *Bevergem in het Limburgs* (Canvas)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie cinema voor *De warmste week* (Studio Brussel)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie use of promo & activation voor *Drops* (Studio Brussel)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie pers voor *Heerlijk helder* (Radio 1)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie outdoor voor reclameborden *De warmste week* (Studio Brussel)
- Zilver voor *CCB-award* in de categorie media voor *Tomorrowland Classic* (Klara)
- Brons voor *CCB-award* in de categorie design voor *Ketnet stambos* (Ketnet)
- Eervolle vermelding voor de *Effie-awards* voor de campagne *Music for life 2015* (Studio Brussel)
- Bronzen Lion voor *Gouden Leeuw Cannes* in de categorie promo activation/real-time voor *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- Zilveren Lion voor *Gouden Leeuw Cannes* in de categorie cyber social response/real-time voor *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- Zilveren Lion voor *Gouden Leeuw Cannes* in de categorie media/media & publications voor *Stardust for Bowie* (Studio Brussel)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie TV fiction voor *Clinch* (Canvas)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie TV current affairs voor *Een dag als geen ander* (Koppen (Eén))
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie TV current affairs voor *Pieter 0167* (*Panorama* (Canvas))
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie TV Iris (diversiteit) voor *Molenbeek* (Eén)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie radio music voor *Billy Holiday in New York* (Radio1)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie radio music voor *On the road* (Klara)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie digital audio voor de podcast *Iemand* (Radio 1)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie online voor *Aha! Inspiratie voor elke dag* (Radio 2)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie online voor *Klarify* (Klara)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie online voor *Syria's Silence* (VRT Nieuws en VRT Sandbox)
- Nominatie voor *Prix Italia* in de categorie web voor *Syria's Silence* (VRT Nieuws - VRT Sandbox)
- Bronzen award op *Eurobest* in de categorie direct voor *Klarify* (Klara)
- Nominaties voor *Eurobest* in de categorieën *innovation, media, en interactive* voor *Klarify* (Klara)

AFKORTINGEN

| | |
|-----------|---|
| ASS | Autismespectrumstoornis |
| ATP | Association of Tennis Professionals |
| BBC | British Broadcasting Corporation |
| BOIC | Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité |
| BV | Bedrijfsvennootschap |
| BVN | Het Beste van Vlaanderen en Nederland |
| CCB | Creative Club of Belgium |
| CDR | Compact disc-recordable |
| CIM | Centrum voor Informatie over de Media |
| Conamo | Continuous athlete monitoring |
| CVBA | Coöperatieve vennootschap met beperkte aansprakelijkheid |
| DAB | Digital Audio Broadcasting |
| DJ | Disk Jockey |
| DVB-T | Digital Video Broadcasting Terrestrial |
| EBU | European Broadcasting Union |
| EDM | Electronic Dance Music |
| EK | Europees Kampioenschap |
| EO | Evangelische Omroep |
| ESR | Europees Stelsel van Rekeningen |
| FIPA | Festival International de Programmes Audiovisuels |
| FOD | Federale Overheidsdienst |
| FP7 | Framework Programmes for Research and Technological Development, nr 7 |
| GfK | Gesellschaft für Konsumforschung |
| GRIP | Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap |
| HR | Human Resources |
| IABM | International Association for Broadcast & Media Technology Suppliers |
| IBC | International Broadcasting Convention |
| ICoSOLE | Immersive Coverage of Spatially Outspread Live Events |
| IDFA | International Documentary Film Festival Amsterdam |
| IMEC | Interuniversitair Micro-Elektronica Centrum |
| IOC | Internationaal Olympisch Comité |
| iOS | iPhone Operating System |
| IP | Internet Protocol |
| IT | Informatietechnologie |
| KMO's | Kleine en Middelgrote Ondernemingen |
| KU Leuven | Katholieke Universiteit Leuven |
| LTD | Limited |
| MIA's | Music Industry Awards |
| MICT | Media en ICT |
| MIP TV | Marché International des Programmes de Télévision |
| MUHKA | Museum voor Hedendaagse Kunst Antwerpen |
| MOS2S | Media Orchestration from Screen to Screen |
| NOS | Nederlandse Omroep Stichting |
| NPO | Nederlandse Publieke Omroep |

| | |
|--------------|--|
| NTR | NPS (Nederlandse Programma Stichting), Teleac (Televisie Academie) en RVU (Radio Volksuniversiteit), gefusioneerd tot NTR sinds 2010 |
| NV | Naamloze Vennootschap |
| ORF | Österreichischer Rundfunk |
| OS | Ontwikkelingssteun |
| PHD CUP | Wedstrijd voor doctorandi (Philosophiæ Doctor) |
| PS | Productiesteun |
| R&D | Research & Development |
| RAI | Radiotelevisione Italiana |
| RITC | Royal Institute for Theatre, Cinema and Sound |
| RTBF | Radio Télévision Belge Francophone |
| RTL | Radio Télévision Luxembourg |
| SABAM | Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij |
| SBS | Scandinavian Broadcasting System |
| SD | Strategische Doelstelling |
| SDI | Serial digital interface |
| SG | Sociale groep |
| SIMIM | Société de l'Industrie Musicale - Muziekindustrie Maatschappij |
| SMIT | Studies on Media Information and Telecommunication |
| SP | Superior Performance |
| SS | Scenariosteun |
| STON | Spraak en Taaltechnologisch Ondertitelen in het Nederlands |
| SWOT | Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats |
| T888 | Teletekstondertiteling |
| TNS Research | Taylor Nelson Sofres Research |
| TVB | Television Broadcasts Limited |
| UA | Universiteit Antwerpen |
| UG | Universiteit Gent |
| UNIZO | Unie van Zelfstandige Ondernemers |
| VAB | Vlaamse Automobilistenbond |
| UZ Leuven | Universitair Ziekenhuis Leuven |
| VAF | Vlaams Audiovisueel Fonds |
| VAR | Vlaamse Audiovisuele Regie |
| VDAB | Vlaamse Dienst Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding |
| VGT | Vlaamse Gebarentaal |
| VIAA | Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering |
| VOTP | Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten |
| VRT | Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie |
| VTE | Voltijds Equivalenten |
| VUB | Vlaamse Universiteit Brussel |
| VZW | Vereniging Zonder Winstoogmerk |
| WK | Wereldkampioenschap |
| ZDF | Zweite Deutsche Fernsehen |

COLOFON

Paul De Borger, Evy Heynen,
Frederik Leyts, Yves Podevin,
Lisa Verhas, Geert Van Hoeymissen

FOTOGRAFIE © VRT

BBC, BMUSS, Charlie De Keersmaecker,
E-E.P. De Jonge, Filip Lenaerts,
Frederik Beyens, Geert Van Hoeymissen,
Jokko, Joost Joossen, Lies Willaert,
Neil Van Craeynest, NyklyN, Phile Deprez,
Polle Van Rooy, Rob Stevens, Robbie Depuydt,
Thomas Geuens, Tom Cornille

VORMGEVING

Mathildestudios

The logo for VRT, consisting of the lowercase letters 'vrt' in a dark blue font, centered within a light green rounded square.

vrt



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