

Jaarverslag

vrt

2014



HOOFDSTUK 18 RAPPORTERING, §1 BEPAALT:

“De VRT zal jaarlijks en dit voor 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 informeren,
inspireren en verbinden.

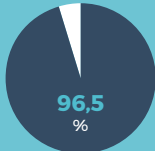
Zij wil de Vlamingen verrijken
en de Vlaamse samenleving
versterken.

De openbare omroep
is er voor al wie in Vlaanderen
woont, werkt of in het buitenland
een band heeft met Vlaanderen.



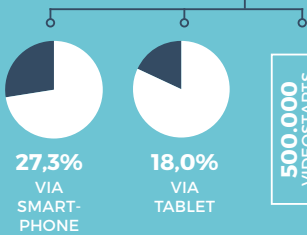
BEREIK

MAANDELIJKS BEREIK



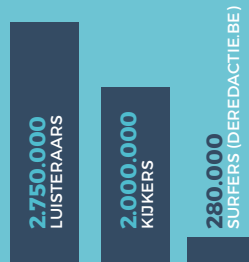
VAN DE VLAAMSE BEVOLKING

DAGELIJKS BEREIK



OPDRACHT

NIEUWS & DUIDING DAGELIJKS



CULTUUR (TV)

GROOTSTE CULTUURSPONSOR VAN VLAANDEREN



WAARDERING
8,1 op 10

EDUCATIE (TV)



WAARDERING
8,3 op 10

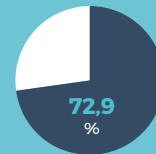
SPORT

SPORZA.BE

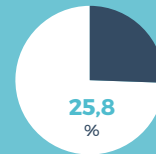
280.000
SURFERS
(DAGBEREIK)

VLAAMSE IDENTITEIT

> Vlaamse tv-producties (18u-23u)

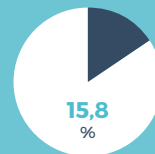


> Vlaamse muziek

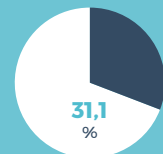


ALLE RADIONETTEN SAMEN

> Nederlandstalige muziek



RADIO 1



RADIO 2

WAARDERING VOOR KWALITEIT

RADIO 1, KLARA	7,7
STUDIO BRUSSEL	7,9
MNM	8,0
EÉN, CANVAS, OP12, RADIO 2	8,2

score op 10

SAMENWERKING

ONDERWIJS

CULTURELE ORGANISATIES

MIDDENVELD

SPORTFEDERATIES

NGO'S

MEDIABEDRIJVEN

PRODUCTIEHUIZEN

(30,7% van TV-productiebudget)

SPECIFIEKE DOELGROEPEN

NIEUWE VLAMINGEN



SCHERM-
AANWEZIGHEID

VROUWEN



SCHERM-
AANWEZIGHEID

PERSONEN MET EEN HANDICAP



SCHERM-
AANWEZIGHEID

SLECHTZIENDEN

- > Gesproken ondertiteling
- > Audiodescriptie: In Vlaamse velden, De Ridder, Vriendinnen

KINDEREN

(weekbereik)



Ketnet
(4-12j)

KETNET.BE

36.000
SURFERS
(DAGBEREIK)

JONGEREN

(wekelijks)



Radio
(12-24j)



Televisie
(13-24j)

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

- > Radio Internet: (Radioplus): alle netten
- Satelliet: Radio 1, Radio 2
- > Televisie: BVN
- > Websites

SLECHT-HORENDEN



TELETEKSTONDERTITELING
VLAAMSE GEBARENTAAL:

Het journaal
& Karrewiet

BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

- > Fans of Flanders
- > Flandersnews.be, Flandreinfo.be, Flanderninfo.be

INNOVATIEF

- > VRT Start-Up: testen formats met nieuwe media
- > Open VRT: Netwerk van creatievelingen
- > Delen videofragmenten op websites van andere mediabedrijven

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS

18.617
KLANTENCONTACTEN

Klantenmodule met Vragen & antwoorden op websites

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT



CREATIEVE MEDEWERKERS



EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST

OVERHEIDSBIJDRAGE:
45 EURO
PER VLAMING
PER JAAR



ORGANIGRAM

RAAD VAN BESTUUR¹

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Ondervoorzitter: Ellen Van Orshaegen
 Leden: Marc De Clercq, Eric Defoort, Sihame El Kaouakibi, Véronique Matthys, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers, Jan Roegiers, Dirk Sterckx, Chris Verhaegen
 Gemeenschapsafgevaardigde: Rudi De Kerpel
 Gedelegeerd bestuurder: Leo Hellemans
 Secretaris: Hilde Cobbaut

RAAD VAN BESTUUR – AUDITCOMITÉ²

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

RAAD VAN BESTUUR – STRATEGISCH COMITÉ VAR EN DOCHTERONDERNEMINGEN VAN VAR³

Voorzitter: Dirk Sterckx
 Leden: Nico Moyaert, Freya Piryns en Jan Roegiers
 Waarnemer: Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Leo Hellemans (gedelegeerd bestuurder), Marc De Clercq (bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande (voorzitter)

RAAD VAN BESTUUR – REMUNERATIE- EN BENOEMINGSCOMITÉ⁴

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Leden: Eric Defoort en Dirk Sterckx

VRT-DIRECTIECOLLEGE⁵

Gedelegeerd bestuurder: Leo Hellemans
 Sophie Cooreman (Directie Financiën)
 Peter Claes (Directie Media & Productie)
 Luc Rademakers (Directie Informatie)
 Mick De Valck (Directie Technologie & Operaties)
 Lut Vercruysse (Directie Strategie)
 nn (Directie HR)

Woordvoerder VRT: Stijn Ombelets



1 Op 31 december 2014 was de samenstelling van de Raad van Bestuur: Luc Van den Brande (voorzitter), Chris Reniers (ondervoorzitter), Marc De Clercq, Rudi De Kerpel, Eric Defoort, Eric Deleu, Jozef Deleu, Thérèse Deshayes, Dimitri Hoegaerts, Noël Slangen, Annelies Van Cauwelaert en Ellen Van Orshaegen. Caroline Pauwels was de gemeenschapsafgevaardigde, Hilde Cobbaut de secretaris.
 2 Op 31 december 2014 bestond het Auditcomité uit Annelies Van Cauwelaert (voorzitter), Luc Van den Brande en Chris Reniers. Caroline Pauwels (gemeenschapsafgevaardigde), Leo Hellemans (gedelegeerd bestuurder), en Koen De Hauw (manager Interne Audit) waren waarnemers.
 3 Op 31 december 2014 bestond het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR uit Noël Slangen (voorzitter), Eric Deleu en Rudi De Kerpel. Leo Hellemans (gedelegeerd bestuurder), Marc De Clercq (bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur VRT).

4 Op 31 december 2014 bestond het Remuneratie- en benoemingscomité uit Luc Van den Brande (voorzitter), Thérèse Deshayes en Eric Defoort.

5 Op 31 december 2014 bestond het VRT-Directiecollege uit Leo Hellemans (gedelegeerd bestuurder), Karen Braeckmans (Algemeen Directeur HR), Peter Claes (Algemeen Directeur Media) en Sophie Cooreman (Algemeen Directeur Financiën).



INHOUD

MISSIE VRT	p1
ORGANIGRAM	p1
INHOUD	p1
VOORWOORD	p1
DE VRT IN 2014	p1

1 De meerwaarde van de openbare omroep

Kwaliteitsbeleid	p1
Voor iedereen in vlaanderen	p1
Voor alle bevolkingsgroepen	p1
Samenwerking	p1

2 Het aanbod

Radio-aanbod	p1
Televisie-aanbod	p1
Thematisch online-aanbod	p1
Teletekst/digitekst	p1
Mobiel aanbod	p1
Nieuws / cultuur / sport / educatie	p1
Kwaliteitsperformantie	p1

3 Productiestrategie

Intern VRT-productiehuis	p1
Bijdrage aan de vlaamse audiovisuele productiesector	p1
Bijdrage aan de vlaamse identiteit	p1
Samenwerking met externe partners	p1

4 Creativiteit en efficiëntie

Hr-beleid	p1
Aandacht voor het sociaal klimaat	p1
Personeelsbestand	p1
Efficiënte organisatie	p1

5 Onderzoek & innovatie

6 Archief

7 Duurzaam ondernemen

8 Financiële performantie

Jaarrekening 2014	p1
Toelichting bij de financiële resultaten	p1
Analyse van de opbrengsten en de kosten	p1
Nettokosten van de publieke opdracht	p1
Interne controleverklaring	p1
Vlaamse audiovisuele regie (var)	p1
Pebble media	p1
Pensioenfondsen VRT	p1

9 Doelstellingen uit de beheersovereenkomst: performantie

VOORWOORD

De openbare omroep speelt een belangrijke rol in het leven van de Vlamingen en geeft mee vorm aan de Vlaamse samenleving en identiteit. Met een brede mix van kwalitatieve mediadiensten rond informatie, cultuur, sport en ontspanning bereikt de VRT alle mediagebruikers, ook de commercieel minder interessante doelgroepen. Daarbij kiest ze consequent voor een onderscheidend, verbredend en verdiepend (Vlaams) aanbod. De VRT wil niet alleen maatschappelijke meerwaarde bieden, maar ook mee zorgen voor een sterke en lokaal verankerde mediamarkt. En die markt is volop in beweging: door de digitalisering van de media wijzigen de behoeften van de mediagebruikers en zijn internationale spelers hier steeds nadrukkelijker aanwezig. Samenwerking is dus meer dan ooit de boodschap: met maatschappelijke actoren en met de spelers uit de lokale mediasector! De VRT zette hier allemaal ten volle op in.

De leden die geen zitting meer hebben in het bestuursorgaan van de openbare omroep wil ik oprecht bedanken voor de grote inspanningen die zij gedurende vele jaren hiertoe hebben geleverd. De hechte samenwerking tussen de Raad van Bestuur, het management en alle medewerkers stond garant voor de puike resultaten die neergezet werden op het vlak van bereik en het behalen van de doelstellingen. In het bijzonder wil ik Willy Wijnants bedanken die het beste van zijn krachten gaf als interim gedelegeerd bestuurder. Als nieuwe gedelegeerd bestuurder heeft Leo Hellemans meteen met volle inzet zijn taak opgenomen.

Meerwaarde

De opdracht en de finaliteit van de VRT zijn uniek en verschillen sterk van deze van de andere Vlaamse mediabedrijven.

Samengevat moet de openbare omroep democratische, culturele, economische en innovatieve meerwaarde creëren voor de Vlaamse samenleving. Dat kan alleen als hij, bij alles wat hij doet, focust op de behoeften van de Vlaamse mediagebruikers. Die zijn immers zijn aandeelhouders. De VRT moet geen winst maken, maar juist maximaal investeren in een aanbod dat de Vlaamse mediagebruiker aanspreekt. Wel moet ze voortdurend op zoek gaan naar efficiëntie, zodat de beschikbare middelen zo veel mogelijk naar dat aanbod kunnen gaan.

- > Het belangrijkste waarmerk van de openbare omroep is het brengen van (onafhankelijke) betrouwbare informatie. De VRT is de enige in het Vlaamse medialandschap die volledig onafhankelijk van commerciële, politieke of ideologische belangen handelt. Zij biedt de garantie dat de Vlaming in alle omstandigheden steeds kan rekenen op onpartijdige en waarheidsgetrouwe informatie. Daarom hecht de VRT veel belang aan deontologie en beroepsethiek. Het afgelopen jaar nog toonde de VRT-nieuwsdienst haar meerwaarde bij de duiding en verslaggeving van de Europese, federale en regionale verkiezingen.
- > Eigen aan de openbare omroep is ook dat hij de Vlaamse culturele identiteit en diversiteit versterkt. En dat gebeurt op verschillende manieren. Door de aandacht in zijn programma's ondersteunt hij honderden Vlaamse culturele evenementen, organisaties en prestaties. Bovendien is de VRT zelf de grootste cultuurproducent van Vlaanderen. Denk maar aan de Vlaamse topfictiereeksen die ze brengt (zoals *In Vlaamse velden* en



Marsman). De Vlaamse mediagebruiker heeft recht op een aanbod waarmee hij zich cultureel verbonden voelt. 72,4% van de televisieproducties die de VRT in 2014 voor het eerst uitzond, waren dan ook Vlaamse producties. En die uitdrukkelijke keuze motiveert de andere Vlaamse mediabedrijven om zelf ook in te zetten op lokale content.

- > De VRT heeft ook een innovatieve rol, zowel bij het ontwikkelen als het in de markt zetten van nieuwe mediatoepassingen. De onderzoeksafdeling is het enige onderzoeksteam in Vlaanderen dat functioneert binnen een omroep. Omdat de VRT haar innovatieve kennis deelt, biedt ze een unieke meerwaarde voor de hele Vlaamse mediasector. Dat werd in het verleden meermaals bewezen. Zo lag de VRT tien jaar geleden mee aan de basis van de uitrol van digitale televisie. Twee jaar geleden ontwikkelde ze een mobiele toepassing voor licht uitgesteld kijken (Stievie). En ook vorig jaar werden nieuwe toepassingen bedacht (zoals de nieuwe online radiospeler Radioplus).

De VRT heeft dus een onbetwistbare meerwaarde voor Vlaanderen. Maar om maatschappelijk relevant te zijn moet de VRT ook alle bevolkingsgroepen aanspreken. Daar heeft elke Vlaming recht op: als lid van de gemeenschap, als mediagebruiker en als belastingbetaler (de bijdrage van 45 euro per Vlaming is bij de laagste van alle openbare omroepen in Europa). De VRT biedt daarom een kwalitatief sterk aanbod op verschillende mediaplatformen dat enerzijds gericht is op een breed publiek en anderzijds op specifieke bevolkingsgroepen (zoals kinderen, slechtzienden en slechthorenden).

Toekomst

Het medialandschap is volop in beweging. De internationalisering en de gewijzigde mediabehoefte zorgen voor nieuwe uitdagingen, maar ook voor nieuwe opportuniteiten. Het haalt de VRT als mediaspeler uit haar comfortzone en zet haar op scherp. Het doet haar, meer nog dan vroeger, op zoek gaan naar haar meerwaarde en haar uniciteit.

Voor sommigen betekent dit dat de openbare omroep zich vooral moet toelagen op nichedomeinen of zaken die de commerciële spelers zelf niet kunnen of niet willen doen. Dat zou niet in het belang zijn van de Vlamingen en van de Vlaamse gemeenschap in haar geheel. Een openbare omroep kan immers alleen zijn opdracht vervullen als alle bevolkingsgroepen zich aangesproken voelen door zijn aanbod en er zich in herkennen. Om die doelstelling waar te maken, is het belangrijk dat informatie, cultuur, sport en ontspanning integraal en evenwaardig aanwezig blijven in het aanbod. En dat op alle moderne mediaplatformen. Want een publieke omroep kan niet zonder publiek!

De VRT is het verhaal van ons allemaal!



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur

DE VRT IN 2014

Meerwaarde bieden voor alle Vlamingen en voor de Vlaamse samenleving. Dat is de kernopdracht van de publieke omroep en daar hebben de medewerkers van de VRT zich het afgelopen jaar met volle overtuiging voor ingezet. Onze maatschappelijke rol hebben we mee kunnen waarmaken dankzij een nauwe samenwerking met andere maatschappelijke actoren en met de andere spelers uit de Vlaamse mediasector. Het palmares van de VRT oogt mooi en we mogen trots zijn op de resultaten die we gehaald hebben.

Bereik en waardering

De VRT is de omroep van en voor alle Vlamingen. VRT-radio bereikte vorig jaar 78,2% van de Vlamingen, VRT-televisie 88,4%. De radio- en televisiezenders kregen een gemiddelde waardering van om en bij de 8 op 10. De VRT wil er voor iedereen zijn, ook voor mindere toegankelijke of commercieel minder interessante doelgroepen. Daarom bood ze een specifiek aanbod voor kinderen (met Ketnet), jongeren (o.a. met MNM en Studio Brussel), buitenlanders in Vlaanderen (o.a. met *Fans of Flanders*), Vlamingen in het buitenland (o.a. met BVN), slechthorenden (Teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal voor *Het Journaal* en *Karrewiet*) en slechtzienden (gesproken ondertiteling van fictiereeksen zoals *De Ridder*). Ook op het scherm was er aandacht voor diversiteit, met name voor nieuwe Vlamingen (7,6%), vrouwen (35,3%) en personen met een handicap (1,1%).

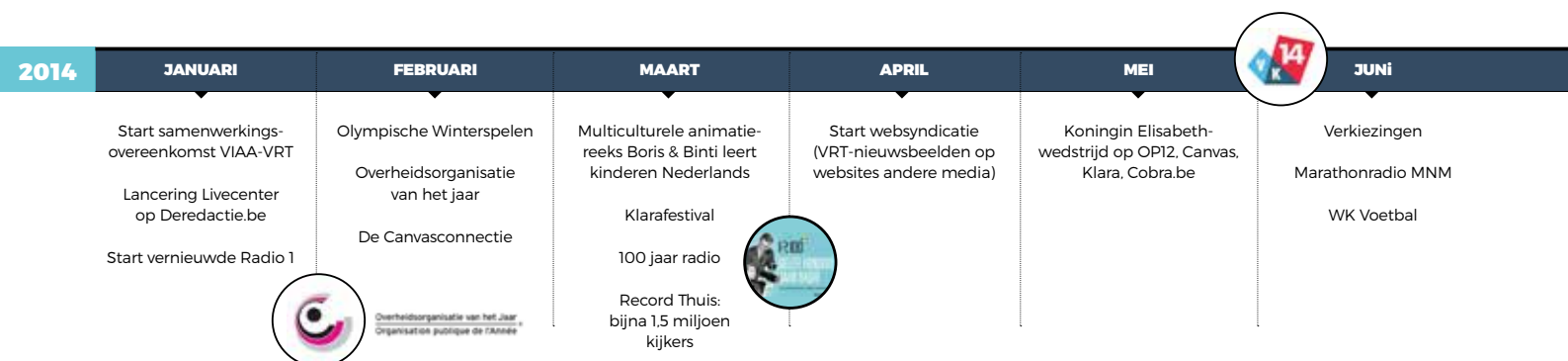
Aanbod

- > De VRT-radio- en televisienetten hadden elk hun eigen profiel waarmee ze de verschillende bevolkingsgroepen bedienden. Radio 1 vernieuwde zijn programmering om nog beter zijn rol als open informatienet te kunnen spelen. De radioportfolio bestond verder uit het familienet Radio 2, de jongerenzenders MNM en Studio Brussel en de cultuurzender Klara. De vier televisienetten (de generalistische netten en de doelgroepzenders Ketnet en OP12) werden uitgezonden op drie kanalen: Eén, Canvas en Ketnet/OP12.
- > De VRT investeerde verder in haar digitaal aanbod. De websites boden achtergrondinformatie bij de

programma's. Tegelijk bouwden de merken hun online-aanbod verder uit, o.a. met eigen videomateriaal. Dat was vooral het geval voor Ketnet, MNM en Studio Brussel, die zich op de jongste bevolkingsgroepen richtten. De themasites Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be legden de nadruk op video- en audiofragmenten en streamden geregeld live gebeurtenissen of evenementen. Tegelijk werd het online-aanbod steeds vaker mobiel bekeken: eind 2014 gebeurden ongeveer 45% van de bezoeken aan de VRT-websites via een smartphone of tablet-computer. Grootste "slachtoffer" hiervan was Teletekst dat nog 120.000 gebruikers haalde (een vijfde ten opzichte van 2010).

Openbare opdracht-domeinen

- > Nieuws
Alle netten en platformen droegen op hun manier bij tot de informatieopdracht van de VRT. De VRT-nieuwsuitzendingen op de radio haalden gemiddeld 2.750.000 luisteraars per dag, die op televisie 2.000.000 kijkers per dag. Gemiddeld 280.000 mensen surfden dagelijks naar Deredactie.be. Tijdens de Europese, federale en regionale verkiezingen was de VRT de belangrijkste informatiebron voor de Vlamingen. Het voorbije jaar waren VRT-nieuwsfragmenten via websyndicatie ook te zien op andere Vlaamse nieuws- en krantensites.
- > Cultuur
Elk net had aandacht voor cultuur. Dat gebeurde in hybride programma's (zoals Café Corsari op Eén en De Madammen op Radio 2), in specifieke cultuurprogramma's (zoals Bar du matin op Radio 1, All Areas op Studio Brussel, Pompidou op Klara en Hoera Cultuur! Op Canvas) en via het onlineplatform Cobra.be. De culturele televisieprogramma's bereikten wekelijks 40,8% van de Vlaamse bevolking. Eén zond het voorbije jaar ook topfictie van eigen bodem uit, met o.a. Marsman en In Vlaamse velden.
- > Educatie
Op eenzelfde manier hadden de VRT-netten aandacht voor educatie. Zo kwamen wetenschappelijke



onderwerpen aan bod in “gemengde” programma’s (zoals in *Interne keuken* op Radio 1) en nieuws- en duidingsprogramma’s. Ook waren er specifieke wetenschaps- en educatieprogramma’s zoals *Ook getest op mensen* op Eén en diverse historische programma’s op Canvas. De educatieve televisieprogramma’s bereikten wekelijks gemiddeld 33,2% van de bevolking.

> Sport

In 2014 was er veel aandacht voor sport (beleving), zeker met de Olympische Winterspelen en het WK Voetbal. Verslaggeving van wedstrijden van “kleine” en “grote” sporten gebeurde in live-uitzendingen, samenvattingen, nieuwsuitzendingen en op Sporza.be. In *Sportweekend* (Eén) kwamen 42 verschillende sporten aan bod.

> Ontspanning

De VRT bood kwaliteitsvolle ontspanning. Ze nam in haar Vlaamse ontspanningsprogramma’s ook informatieve, culturele en educatieve elementen op (bijvoorbeeld in de talkshow *Café Corsari* (Eén) of een quiz als *De Canvascrack* (Canvas)). Daarnaast maakten de netten belangrijke maatschappelijke thema’s bespreekbaar (bijvoorbeeld in *Move tegen pesten* (Ketnet)). Ten slotte was er de nodige aandacht voor diverse vormen van humor zoals *De Zoete Inval* op Radio 2, *Oma & Oma* op Ketnet en de eindejaarsshow van Michael Van Peel op Canvas.

Stimuleren en samenwerken

Om de omroep te zijn van de Vlamingen, ondersteunt de VRT ook de Vlaamse culturele rijkdom en identiteit.

- > Op televisie (Eén en Canvas) was 72,9% van de programma’s in primetime een Vlaamse productie. En op radio was 25,8% van alle muzieknummers van Vlaamse makelij (15,8% van de muziek op Radio 1 was Nederlandstalig, bij Radio 2 was dat 31,1%).
- > Naast de VRT zelf werd ook talent van eigen bodem gestimuleerd. 30,7% van de Vlaamse televisieproducties werd gemaakt door onafhankelijke Vlaamse productiehuisen (goed voor 65,8 miljoen euro). Ook Vlaams muzikalent kreeg een uitgebreid forum bij onder meer *Zomerhit* op Radio 2 en tijdens *De week*

van *eigen kweek* op Studio Brussel.

Ook met maatschappelijke actoren en de Vlaamse mediaspelers werd gezocht naar samenwerkingsinitiatieven die de Vlaamse samenleving ten goede kwamen (bijvoorbeeld rond de invoering van een 12+-label). Voor de openbare omroep is samenwerking (cultuur, muziek, educatie, diversiteit, enzovoort) steeds gebaseerd op wederzijds respect en maximale meerwaarde voor alle partners.

Mensen en middelen

De VRT realiseerde haar opdracht met 2.243,1 voltijds equivalenten (eind 2014).

Het financieel plan dat oorspronkelijk voorzien was bij het sluiten van de beheersovereenkomst werd niet gevolgd. De VRT kreeg in 2014 11,8 miljoen euro minder aan dotatiemiddelen dan voorzien. Daarom moesten bijkomende besparingsmaatregelen gezocht worden.

Vorig jaar besliste de nieuwe Vlaamse regering ook dat de VRT-dotatie de komende jaren zou worden verminderd. In 2015 moet de openbare omroep het met 18 miljoen euro minder doen. Daarnaast wil de VRT ook 8 miljoen euro vrijmaken voor haar ‘digitale shift’. Voor zover tot op heden bekend, loopt het totaal te besparen bedrag tegen 2019 op tot 39 miljoen euro. De VRT moet daarom op zoek gaan naar bijkomende efficiëntie-ingrepen en tegelijk keuzes maken in wat zij nog aanbiedt aan de Vlaamse mediagebruikers. De impact van de besparingen op het personeel werd besproken en onderhandeld op het sociaal overleg.

De publieke omroep staat voor een moeilijke periode. Het medialandschap verandert snel. En ook financieel komen er komen heel wat uitdagingen op ons af. We zijn ervan overtuigd dat we samen met onze aandeelhouders en de Raad van Bestuur een sterke VRT kunnen vrijwaren. Want dat is wat vele miljoenen Vlamingen verwachten van hun publieke omroep.



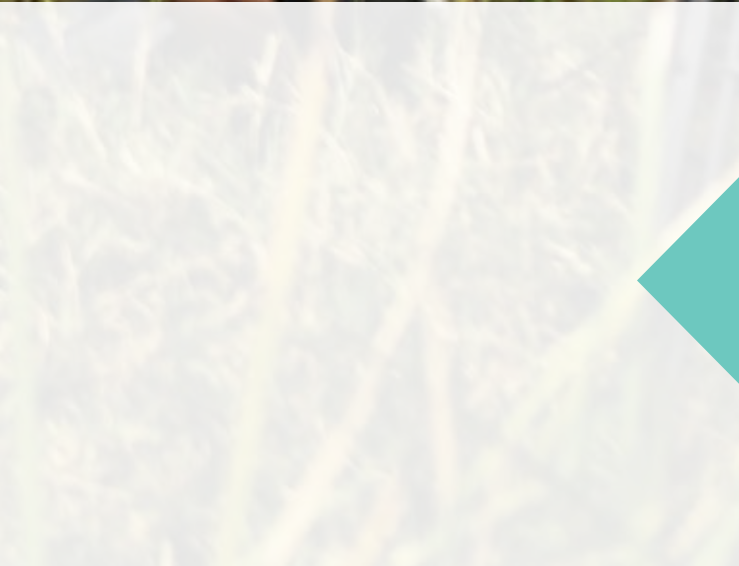
Leo Hellemans
Gedelegeerd bestuurder



JULI	AUGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
100% ondertiteling nieuwsdienstprogramma's	Aanbod over 100 jaar WOI	Later als ik groot ben: kinderen over de job van hun dromen	Sociaal overleg van start na aankondiging besparingen	Atelier de stad: reeks over stadsontwikkeling	Expeditie VRT
Lancering Sporza-app	Zomerhit	D5R: televisie en online	Lancering Radioplus	MNM-taalwedstrijd Woordslam	Music For Life
Vlaamse feestdag		Voorleesknoop op Radio2.be	Cocreatie-evenement Make-a-thon	Ninjanieuws via MNM	31/12: einde OPI2
				Dag van de wetenschap	



**De meerwaarde
van de openbare
omroep**



DE VRT ONDERSCHIEDT ZICH IN HET VLAAMSE MEDIALANDSCHAP MET EEN AANBOD

- **AAN INFORMATIE, CULTUUR, EDUCATIE, SPORT EN ONTSPANNING**
- **VOOR IEDEREEN IN VLAANDEREN**
- **DAT HOOFDZAKELIJK IN VLAANDEREN IS GEMAAKT**
- **DAT KWALITEITSVOL EN VERNIEUWEND IS**

De VRT bepaalt onafhankelijk en autonoom haar aanbod. Tegelijk stelt de openbare omroep zich open en luisterbereid op naar de samenleving. De samenwerking met zowel maatschappelijke als private spelers is gebaseerd op wederzijds respect en beoogt meerwaarde te creëren voor alle betrokken partners.

1.1 Kwaliteitsbeleid

De VRT onderscheidt zich binnen het Vlaamse medialandschap door in te zetten op verschillende kwaliteitsdoelstellingen. Zij definieert kwaliteit in drie dimensies:

- > De publieke meerwaarde⁶ is de mate waarin het VRT-aanbod voldoet aan de noden van de maatschappij.
- > De functionele kwaliteit is de mate waarin het aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de mediagebruikers.
- > De operationele kwaliteit is de mate waarin het aanbod op een professionele en (kosten) efficiënte manier tot stand komt.

Het kwaliteitsbeleid van de VRT werd in 2012 verfijnd aan de hand van een geïntegreerd kwaliteitssysteem. Het geeft aan welke componenten, vanuit kwaliteitsoogpunt, belangrijk zijn voor de openbare omroep en hoe ermee rekening moet worden gehouden bij het ontwikkelen en evalueren van het aanbod. Bij het ontwikkelen van dit kwaliteitsbeleid werd 'publieke meerwaarde' centraal gesteld. Het komt op de voorgrond bij alles wat de VRT doet.

De VRT benadrukt haar publieke meerwaarde onder meer door:

- > haar diversiteitsinspanningen;
- > het bewust omgaan met beroepsethiek en het handelen zonder druk van commerciële en politieke belangen;
- > haar maatschappelijke impact;
- > haar focus op het ontwikkelen van Vlaams aanbod;
- > en haar inspanningen op innovatief vlak.

Alle medewerkers werkten in 2014 permanent aan het verhogen van de publieke meerwaarde van alle programma's en diensten.

De VRT brengt haar publieke meerwaarde in kaart door (waar mogelijk) de componenten van haar kwaliteitssysteem te meten en op te volgen. Meer informatie over de resultaten van de VRT bij de verschillende kwaliteitscomponenten: zie p.76-87.

6 In de Beheersovereenkomst 2012-2016 wordt dit "publieke en ethische kwaliteit" genoemd.



Missie Mosango
(Eén)

PUBLIEKE MEERWAARDE

HET AANBOD VAN DE OPENBARE OMROEP MOET INSPELEN OP DE BEHOEFTE VAN DE SAMENLEVING. DE MATE WAARIN HIJ DAARIN SLAAGT BEPAALT DE PUBLIEKE MEERWAARDE.

Het begrip 'publieke meerwaarde' wijst op de unieke positie van de openbare omroep. Functionele en operationele kwaliteit zijn ook belangrijk voor andere mediabedrijven, maar met de publieke meerwaarde onderscheidt de VRT zich. De componenten van publieke meerwaarde (betrouwbaarheid, maatschappelijke impact, diversiteit, onderscheidend aanbod, innovatie en Vlaamse verankering) zouden zonder een openbare omroep moeilijk overleven in het audiovisuele ecosysteem. Hij is de grootste garantie op het bereiken van publieke meerwaarde binnen het audiovisuele mediabestel.

De publieke meerwaarde is nauw verbonden met de noden van de maatschappij. Die wijzigen echter voortdurend. Daardoor evolueert ook de publieke meerwaarde. Zo worden diversiteit en betrouwbaarheid aan belang, naarmate deze elementen ook in de samenleving belangrijker werden.

► BETROUWBAARHEID

Voor een publieke omroep is vertrouwen een centrale waarde. De VRT verzorgt daarom de vertrouwensrelatie tussen haarzelf en haar

belangrijkste stakeholders. Het vertrouwen van de mediagebruiker in de VRT staat of valt met de betrouwbaarheid van haar aanbod, met name met de mate waarin dat voldoet aan de morele, ethische en deontologische eisen die de VRT moet naleven. Principes als non-discriminatie, respect, onafhankelijkheid en onpartijdigheid zijn daarbij centrale begrippen.

Om aan deze eisen te voldoen, hanteert de VRT twee instrumenten: de deontologische code (de richtlijn die gehanteerd wordt bij nieuws- en informatieprogramma's) en het programmacharter (voor alle andere programma's).

De VRT gebruikt een zogenaamde vertrouwensbarometer om de vertrouwensrelatie met de Vlaamse mediagebruiker (haar belangrijkste stakeholder) op te volgen. De barometer onderzoekt het vertrouwen van de Vlaamse mediagebruiker in de VRT als instelling en als nieuwsbron. Uit VRT-onderzoek (Vertrouwensbarometer, zie p.78) bleek dat dat vertrouwen er in 2014 was.

► MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Het VRT-aanbod heeft een impact op de samenleving, zowel via de individuele mediagebruikers als via organisaties en instellingen uit het Vlaamse middenveld. De mediagebruiker "hanteert" de VRT om kennis te vergaren, om de wereld om hem heen te begrijpen, om zich deel te voelen van de Vlaamse samenleving, om na te denken over verleden, heden en toekomst, e.d. Haar impact op deze terreinen versterkt de VRT door samen te werken met het middenveld.

- Het VRT-aanbod had als geheel maatschappelijke impact. Sommige programma's of acties werden bovendien gemaakt om maatschappelijke impact te genereren op het vlak van sociale cohesie of bewustwording rond een actueel maatschappelijk thema. (zie p. 78)
- De VRT had positieve impact op maatschappelijke organisaties door met hen samen te werken rond een gemeenschappelijke doelstelling. (zie p. 29-30)
- Uit onderzoek bleek dat de mediagebruiker zelf aangaf dat het aanbod op verschil-



'Publieke meerwaarde staat centraal bij alles wat de VRT doet.'



'Elke Vlaming heeft evenveel recht op aanbod met publieke meerwaarde.'

lende domeinen invloed op hun had (zie resultaten van het publieke meerwaarde-onderzoek: p. 79).

- De VRT had ook een expliciete opdracht om de mediagebruiker mediawijs te maken. Daartoe nam ze verschillende initiatieven (zie p. 75).

► DIVERSITEIT

Als publieke omroep is de VRT er voor iedereen in Vlaanderen, zowel voor, op als achter de schermen. De Cel Diversiteit en de Stuurgroep Diversiteit (met vertegenwoordigers uit de verschillende VRT-afdelingen) gaven in 2014 het diversiteitsbeleid vorm en volgden de diverse acties op.

Elke Vlaming heeft evenveel recht op aanbod met publieke meerwaarde. De VRT waakt er over dat alle relevante publieksgroepen bereikt worden, ongeacht geslacht, herkomst, leeftijd, sociale groep of handicap. In 2014 werden alle bevolkingsgroepen in voldoende mate bereikt. Het bereik bij sommige specifieke groepen (zoals jongeren) blijft wel een aandachtspunt van de VRT.

De VRT streeft ook naar een evenwichtige samenstelling van het VRT-personeel zodat vrouwen, personen van vreemde herkomst en mensen met een handicap voldoende vertegenwoordigd zouden zijn. (zie hoofdstuk Creativiteit en efficiëntie, diversiteit: p.98)

De VRT monitort de aanwezigheid van verschillende bevolkingsgroepen in de programma's. Dat leidt tot continue bijstellingen in het aanbod. Daardoor kan de VRT een omroep zijn waarin alle Vlamingen zich in herkennen. (zie hoofdstuk Diversiteit: p. 21)

► ONDERSCHIEDEND AANBOD

De VRT bracht in 2014 een aanbod waar andere spelers in de Vlaamse mediamarkt weinig of geen aandacht voor hebben (zie ook hoofdstuk Onderscheidend aanbod: p. 79). Dat ging bijvoorbeeld over onderzoeksjournalistiek, kleine sporten, auteurs-

documentaires of klassieke muziek. Dergelijke vormen van onderscheidend aanbod kregen in 2014 een prominente plaats binnen het VRT-aanbod. De VRT zocht voor haar aanbod steeds naar een manier om dit onderscheidend te maken, door te kiezen voor specifieke accenten, een hoge productiekwaliteit, expliciete aandacht voor diverse maatschappelijke thema's, enzovoort.

► INNOVATIE

De VRT heeft een unieke positie en financiering in het Vlaamse medialandschap. Daardoor kon zij in 2014 kansen geven aan innovatie:

- technologische vernieuwingen werden ontwikkeld zonder dat deze meteen moesten renderen;
- nieuw mediatalent kreeg kansen om te groeien;
- nieuwe programmavormen en -concepten werden uitgedacht.

► VLAAMSE VERANKERING

Het brengen van Vlaams aanbod is belangrijk vanuit cultureel, sociaal en economisch oogpunt. Het brengt mediagebruikers samen rond een gedeelde identiteit, ondersteunt Vlaanderen als cultuurgemeenschap en stimuleert de mediaproductie. De VRT is de enige Vlaamse mediagroep die de garantie biedt op het stimuleren en verspreiden van een ruim en divers Vlaams audiovisueel aanbod. De VRT bleef in 2014 daarom investeren in lokale producties.

(Meer informatie over onderzoek bij de Vlaamse mediagebruiker: zie p. 80)

FUNCTIONELE KWALITEIT

FUNCTIONELE KWALITEIT IS DE MATE WAARIN DE VRT TEGEMOET KOMT AAN DE WENSEN VAN DE MEDIAGEBRUIKER.

De VRT realiseert enkel publieke meerwaarde als ze terzelfdertijd connectie maakt met de mediagebruiker. Hoe meer kijkers, luisteraars en surfers in contact komen met haar aanbod met publieke meerwaarde, hoe hoger de impact en de relevantie van de VRT. Daarom wil de openbare omroep de wensen van de mediagebruiker kennen. Hij wil ze respecteren en volgen, voor zover die verenigbaar zijn met het realiseren van publieke meerwaarde.

Om die doelstelling te realiseren worden de behoeften van de mediagebruikers in kaart gebracht en wordt onderzocht of het aanbod eraan voldoet. De VRT gebruikt daartoe drie parameters: bereik, waardering en tevredenheid.

► BEREIK

Het bereik is een belangrijke indicator, maar niet de enige, om te weten of een programma voldoet aan de behoeften van de mediagebruiker. De VRT volgt daarom het bereik van haar merken op alle mediaplatformen op.

De VRT hanteert verschillende instrumenten die het bereik van haar verschillende media, netten en merken meten. Het gaat om officiële cijfers die voor de totale mediemarkt gelden (cijfers die verspreid worden door het Centrum voor Informatie over de Media,) en om interne studies die vaak extra, "diepgaande" informatie opleveren zoals de PPM-studie (voor radio en televisie) en de Comscore-cijfers (voor de websites).

► WAARDERING

Voor een publieke omroep is het belangrijk om te weten hoe de mediagebruikers het aanbod evalueren. De mening van mediagebruikers over de programma's kent de VRT door:

- ernaar te peilen bij een panel van media-



- gebruikers (waarderingcijfers, zie p. 81);
- de reacties die binnenkomen bij de klantendiensten en via de sociale media.

Beide elementen zijn belangrijk: zonder de waarderingcijfers zou de evaluatie over het VRT-aanbod te veel afhangen van de meest mondige mediagebruikers, zonder de feedback van deze mondige mediagebruikers zouden vele terechte opmerkingen verloren gaan in de grote aantallen van de waarderingcijfers.

► TEVREDENHEID

Tevredenheid heeft te maken met het afstemmen van het aanbod op de behoeften van de mediagebruiker. Niet elke mediagebruiker heeft dezelfde behoeften: de ene gebruiker gaat bijvoorbeeld vooral op zoek naar informatie, een andere wil vooral geïnspireerd worden. De mediabehoefte van gebruikers verschillen bovendien doorheen de dag en de week. (Wie op maandagmorgen geïnformeerd wil worden over wat er in de wereld gebeurt, heeft vaak op zondagmiddag andere mediabehoefte.)

Om te weten of de VRT de mediabehoefte van de Vlamingen voldoende beantwoordt, hanteert de VRT de mediakaart (die gebruikers indeelt in groepen volgens hun dominante mediabehoefte) en het MeMo-onderzoek (die de veranderende behoeften op verschillende mediamomenten onderzoekt)⁷.

OPERATIONELE KWALITEIT

DE BEHEERSOVEREENKOMST OMSCHRIJFT 'OPERATIONELE KWALITEIT' ALS "DE MATE WAARIN HET AANBOD OP EEN EFFECTIEVE EN EFFICIËNTE WIJZE TOT STAND KOMT". DEZE KWALITEITSDIMENSIE VALT UITEEN IN DRIE COMPONENTEN: PRODUCTIONELE KWALITEIT, PROFESSIONELE KWALITEIT EN KOSTENEFFICIËNTIE.

Operationele kwaliteit is een breed begrip dat zowat alle aspecten van de VRT-werking omvat, van de verschillende elementen van het

⁷ MEMO staat voor mediamomenten.

productieproces (van programmabriefings tot oplevering) en van alle middelen (personeel, financiële middelen, infrastructuur) die dit productieproces ondersteunen.

Operationele kwaliteit is van bijzonder belang voor een publieke omroep. Omdat de VRT er zich van bewust is dat zij het grootste deel van haar middelen krijgt van de samenleving, streeft zij voortdurend naar efficiëntie. Het streven naar efficiëntie heeft daardoor een maatschappelijke betekenis.

Publieke omroepen hebben ook een voorbeeldfunctie. Ze worden verondersteld om op verschillende terreinen de norm te zetten waar andere omroepen zich naar richten. Die normen situeren zich niet alleen op de terreinen van publieke meerwaarde (zoals bepaalde ethische beginselen), maar ook op het terrein van de operationele kwaliteit. De VRT streefde daarom in 2014 steeds de hoogste haalbare beroepsnormen na. Zij zette (mee) de standaard, onder meer inzake taalgebruik, ontvangstkwaliteit en andere elementen van operationele kwaliteit.

► PRODUCTIONELE KWALITEIT

De VRT bewaakte in 2014 de kwaliteit van de productieprocessen (= productionele kwaliteit) vanaf de conceptfase tot en met de evaluatiefase.

- Alle producties kregen productionele performantienormen toegekend. Die kwaliteitseisen speelden een centrale rol bij het briefen en evalueren van programma's.
- Als een net een programma "bestelde",

dan werden vaste en variabele criteria geformuleerd. Elke overeenkomst met een productiehuis verwees naar de briefings.

- Elk programma werd geëvalueerd op een objectieve en uniforme manier: voldeed het programma aan de vooropgestelde criteria en verwachtingen?

► PROFESSIONELE KWALITEIT

Professionele kwaliteit valt uiteen in twee componenten:

- De technische kwaliteit kan een grote invloed hebben op de gebruikerstevredenheid van de Vlaamse kijker, luisteraar of surfer. Het gaat dan over elementen als geluidskwaliteit (o.a. luidheid), beeldkwaliteit (o.a. HD) of de bouwkwaliteit van websites. De VRT streefde in 2014 naar het halen van de hoogste technische standaarden.
- Inzake de taalkwaliteit was de VRT leidinggevend (zie p. 86).

► KOSTENEFFICIËNTIE

De VRT ging op een efficiënte en kostenbewuste manier om met de middelen die haar door de overheid zijn toegekend.

(Meer informatie: zie p.100)



1.2 Voor iedereen in Vlaanderen

Om de omroep voor alle Vlamingen te zijn, heeft de VRT een aanbod op radio, televisie en online. Daarmee moet zij een "gevarieerd en zo groot mogelijk publiek" bereiken⁸. Op de verschillende media⁹ samen, bereikte de VRT maandelijks gemiddeld 96,5% van de bevolking¹⁰ (norm: 90%).

BEREIK VRT-RADIO

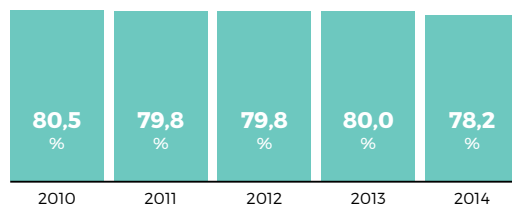
GEMIDDELD RELATIEF WEEKBEREIK RADIO (2014)

RADIO	2014
gemiddeld weekbereik radioluisteraars ¹¹ (norm 70%)	78,2%
gemiddeld weekbereik t/m (norm 60%)	
• leeftijd 12-24	74,8%
• leeftijd 25-44	74,7%
• leeftijd 45-64	78,1%
• leeftijd 65+	86,7%
• mannen	79,4%
• vrouwen	77,0%
• opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	74,5%
• opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	76,2%
• opleidingsniveau: hoger onderwijs	84,8%

(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

De radionetten van de VRT moeten op weekbasis samen ten minste 70% van de Vlaamse radioluisteraars bereiken. De netten moeten samen binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) minimaal 60% van de Vlaamse radioluisteraars bereiken. Deze doelstellingen werden in 2014 gehaald.

EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-RADIO (2010-2014) (IN %)



(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

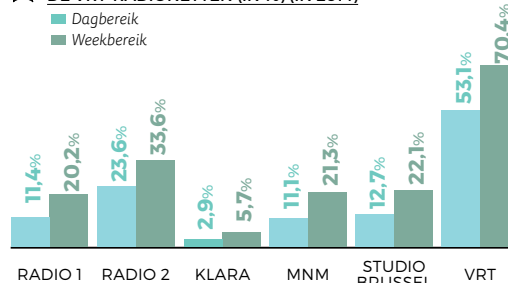
⁸ Met "bereik" wordt bedoeld: "iedereen die verklaart in de afgelopen maand ten minste een maal met een VRT-merk in contact gekomen te zijn." De onderzoeksbron die hierbij gebruikt wordt is het PPM-onderzoek.

⁹ Met "media" worden in de eerste plaats radio en televisie bedoeld, zonder andere media uit te sluiten.

¹⁰ Wat betreft "bevolking" wordt de gangbare referentiegroep uit officiële onderzoeken gebruikt. Bij radio is dat de bevolking ouder dan twaalf jaar, bij televisie is dat de bevolking ouder dan vier jaar.

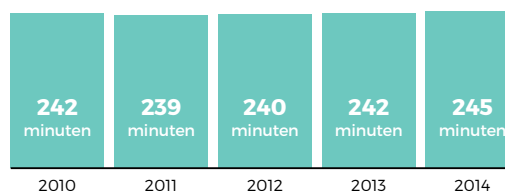
¹¹ Het relatief weekbereik duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen (van 12 jaar of ouder) dat gedurende 1 week 10 minuten of meer geluisterd heeft naar een VRT-radionet ten opzichte van het aantal Vlamingen (van 12 jaar of ouder) dat gedurende 1 week 10 minuten of meer naar de radio heeft geluisterd.

ABSOLUUT DAG- EN WEEKBEREIK VAN DE VRT-RADIONETTEN (IN %) (IN 2014)



(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

EVOLUTIE GEMIDDELDE LUISTERDUUR VRT-RADIO (2010-2014) (IN MINUTEN)



(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

Op weekbasis luisterden gemiddeld 3.837.057 personen ten minste 10 minuten naar ten minste een van de VRT-radionetten (ten opzichte van 3.936.148 personen in 2013). VRT-radio haalde daarmee een relatief weekbereik van 78,2% en een absoluut weekbereik van 70,4%^{12 13}. Radio 1 haalde een absoluut weekbereik van 20,2%, Radio 2 33,6%, Klara 5,7%, MNM 21,3% en Studio Brussel 22,1%. De gemiddelde luisterduur voor VRT-radio bedroeg 245 minuten per dag (3 minuten meer dan in 2013).

BEREIK VRT-TELEVISIE¹⁴

De VRT-televisienetten moeten op weekbasis ten minste 75% van de Vlaamse televisiekijkers en ten minste 65% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 4-12, 13-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) bereiken. Deze doelstellingen werden in 2014 gehaald.

¹² Dit cijfer slaat op het aantal Vlamingen van 12 jaar en ouder dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar een VRT-radionet heeft geluisterd ten opzichte van het totaal aantal Vlamingen van 12 jaar of ouder. Bij het relatieve weekbereik is het aantal radioluisteraars van 12 jaar of ouder in Vlaanderen de vergelijkingsbasis.

¹³ De VRT-radionetten bereikten samen dagelijks gemiddeld 53,1% van alle Vlamingen (2.893.059 luisteraars).

¹⁴ De Vlaamse omroepen beslisten in overleg met het CIM om vanaf 2013 in hun communicatie voortaan ook de gastkijkers mee te tellen in hun bereikcijfers. Wanneer in voorliggend jaarverslag wordt vergeleken met vroegere jaren, worden de bereikcijfers van die jaren ook opgenomen inclusief gastkijkers.

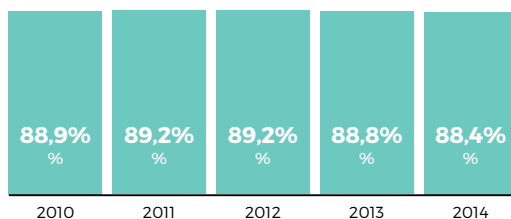
Op weekbasis bereikten de VRT-televisienetten 88,4% van de televisiekijkende bevolking (ten opzichte van 88,8% in 2013). Een deel van de Vlamingen kijkt niet (elke week) televisie. Als ook met deze groep rekening wordt gehouden, dan bereikten de VRT-televisienetten op weekbasis 82,6% van de Vlaamse bevolking van vier jaar en ouder (ten opzichte van 83,1% in 2013). In absolute aantallen is dat op weekbasis ongeveer evenveel: 4.903.976 mensen in 2014 ten opzichte van 4.903.712 mensen in 2013.

 **GEMIDDELD WEEKBEREIK TELEVISIE (2014)**

RADIO	2014
gemiddeld weekbereik televisiekijkers ¹⁵ (norm 75%)	88,4%
gemiddeld weekbereik t/m (norm 65%)	
• leeftijd 4-12	82,4%
• leeftijd 13-24	76,1%
• leeftijd 25-44	85,1%
• leeftijd 45-64	93,0%
• leeftijd 65+	97,2%
• mannen	87,6%
• vrouwen	89,1%
• opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	89,0%
• opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	87,3%
• opleidingsniveau: hoger onderwijs	92,2%

BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE – VRT-STUDIEDIENST

 **EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-TELEVISIE (2010-2014) (IN %)**



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE – VRT-STUDIEDIENST

BEREIK VRT-ONLINE

Online moet de VRT op maandbasis ten minste 40% van de Vlaamse surfers en minimaal 30% binnen elke doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) bereiken.

Wegens technische problemen kon het CIM geen bereikgegevens over het maandelijks internetgebruik geven. (Een nieuwe online-studie is wel voorzien.)¹⁶

Er waren wel bereikcijfers per dag beschikbaar. Dit jaarverslag geeft op verschillende plaatsen deze informatie (bijvoorbeeld op p. 60).



¹⁵ Het relatief weekbereik duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 15 minuten of meer consecutief gekeken heeft naar een VRT-televisiezender ten opzichte van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 15 minuten of meer consecutief naar televisie heeft gekeken.

¹⁶ De recentste maandelijkse bereikcijfers zijn die van 2012 en werden in het VRT-jaarverslag 2012 opgenomen. (Toen werden de normen gehaald.) Een oplossing van de technische problemen wordt verwacht in de loop van 2015.

1.3 Voor alle bevolkingsgroepen

De VRT wil met haar aanbod iedereen in Vlaanderen bereiken. Dat kan alleen als iedereen zich in haar aanbod herkent.

Daarom heeft de VRT voor sommige bevolkingsgroepen (nieuwe Vlamingen, personen met een handicap en vrouwen) extra aandacht in haar generalistisch aanbod. Daarnaast heeft zij een specifiek aanbod voor enkele bevolkingsgroepen (kinderen, jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, Vlamingen in het buitenland, slechthorenden en slechtzienden).

DIVERSITEIT

De VRT peilde bij 1.643 respondenten naar het belang dat Vlaamse mediagebruikers aan diversiteit hechten en hoe zij de prestaties op dat vlak evalueren. Daaruit blijkt dat Vlamingen belang hechten aan diversiteit, maar sommige onderwerpen (zoals seksuele geaardheid) polariseren de meningen van de Vlamingen. Als iemand belang hecht aan diversiteit, dan stelt hij/zij zich ook daarover kritisch op ten aanzien van de VRT.

De uitgangspunten van haar diversiteitsbeleid heeft de VRT opgenomen in haar Charter Diversiteit (*Iedereen verschillend, iedereen welkom*).

Om dit charter waar te maken, werkt de VRT (aan de hand van actieplannen) op verschillende vlakken: de beeldvorming van sommige bevolkingsgroepen, het bereik, de toegankelijkheid en het personeelsbeleid.

BEREIKEN VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

De VRT heeft in 2014, in samenwerking met TNS Media, het bereik van het VRT-aanbod bij nieuwe Vlamingen gemeten. Het kwantitatief bereikonderzoek werd uitgevoerd bij 494 nieuwe Vlamingen. De belangrijkste conclusies van het onderzoek waren: het totaal bereik van de VRT-radionetten (66%) en -televisienetten (77%) bij de nieuwe Vlamingen is lager dan bij de doorsnee-Vlamingen (VRT-radio: 75%, VRT-televisie: 86%)¹⁷; online is het VRT-bereik ongeveer even groot als bij de doorsnee-Vla-



Arabisch
liefde (Canvas)



mingen; het bereik van de VRT is op totaalniveau wel hoog, maar de omroep is (ten opzichte van andere Vlaamse media) niet toonaangevend per mediaplatform.

BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

De VRT monitorde in 2014 samen met het Elektronisch Nieuwsarchief¹⁸ de aanwezigheid van specifieke bevolkingsgroepen (o.a. vrouwen en nieuwe Vlamingen) in haar uitgezonden televisieprogramma's¹⁹ (behalve aangekochte programma's). In 2014 waren 7,6% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas, OP12 en Ketnet (behalve aangekochte programma's) nieuwe Vlamingen, ten opzichte van 6,8% in 2013 (streefcijfer: 5%). 35,3% waren vrouwen, ten opzichte van 36,6% in 2013

¹⁷ Bereik in de voorgaande maanden (op moment van bevraging).

¹⁸ Een samenwerking van VUB, UA, KULeuven en UG.
¹⁹ Op een totaal van 16.828 sprekende actoren.

(streefcijfer: 33%). 1,1% waren personen met een handicap, ten opzichte van 0,7% in 2013 (geen streefcijfer).

De resultaten van de diversiteitsmonitor droegen bij aan de nieuwe actieplannen diversiteit.

ACTIES

De VRT wil meer dan gewoon de streefcijfers diversiteit halen. De VRT-netten focusten in 2014 ook op inhoudelijke elementen (zoals de manier waarop minderheidsgroepen in beeld worden gebracht). Tegelijk probeert de omroep zijn mix aan schermgezichten en radiostemmen meer divers te maken (zoals met Ketnet-presentatrice Sarah Mouhamou, MNM-presentator Aster Nzeyimana en journaliste Fatma Taspinar). Doel is de positieve beeldvorming van minderheidsgroepen te verbeteren.



'7,6% nieuwe Vlamingen, 35,3% vrouwen en 1,1% personen met een handicap in beeld op VRT.'

Aandacht voor het diversiteitsthema kwam in een aantal programma's meer expliciet aan bod. *Buitengewoon* (Eén) volgde acht kinderen en jongeren met een beperking. De documentaire *Reis naar Marokko* (Canvas) toonde drie generaties van een Vlaams-Marokkaanse familie die samen naar Marokko reizen. *Arabische liefde* (Canvas) volgde twee jongeren bij hun zoektocht naar liefde in enkele Arabische landen. *Boris & Binti* (Ketnet) stimuleerde de taalverwerving Nederlands bij kleine kinderen en hun anderstalige ouders. *Loslopend wild* (Eén) was een humorreeks rond vrouwen thema's.

De VRT sensibiliseerde haar medewerkers over diversiteit. Een intern diversiteitsjournaal gaf periodiek informatie over het diversiteitsbeleid bij de VRT (zoals over initiatieven inzake toegankelijkheid). Een interne website gaf diversiteitstips en -informatie. De Cel Diversiteit informeerde de programmamakers over ideeën van externe organisaties over diversiteit. De Diversiteitstrofee (voor de beste diversiteitsproducties) werd opengesteld voor externe productiehuizen.

SAMENWERKING

De VRT had overleg met de belangenverenigingen die actief zijn in het diversiteitsthema (zoals de Vrouwenraad, de Vlaamse Ouderenraad, het Minderhedenforum, Cavaria en GRIP vzw). De omroep besprak met hen en met universiteiten de resultaten van diversiteitsonderzoek en de diversiteitsacties. Een VRT-denkdag stond in het teken van 'diversiteit in de digitale media'. De omroep had verschillende overlegmomenten met belangengroepen over specifieke thema's, zoals de beeldvorming van personen met een handicap en het toegankelijkheidsbeleid.



De Ridder:
uitgezonden
met en zonder
vertelstem

TOEGANKELIJKHEID

Mensen met een auditieve en/of visuele beperking kunnen vanzelfsprekend niet op een zelfde manier het VRT-aanbod volgen. De VRT wil hen daarbij helpen.

AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDE

888

Teletekstondertiteling

De kijker die bij Nederlandstalige programma's ondertiteling wil lezen, kan dat via pagina 888 van VRT-Teletekst. In 2014 werd bij 97,3% van alle Nederlandstalige programma's teletekstondertiteling aangeboden (norm: 95%). Dat betekent dat per maand gemiddeld 903 uur werd ondertiteld (of +18% ten opzichte van 2013). Vanaf juli 2014 werd bij 100% van de nieuws- en duidingsprogramma's teletekstondertiteling gebracht (norm: 100% tegen eind 2014)²⁰. Door extra efficiëntie-inspanningen kon het toegenomen aantal Nederlandstalige programma's toch ondertiteld worden.

Eind 2014 was het nog niet mogelijk om de ondertiteling van T888 op te nemen in de videostreaming op de VRT-websites. Dat komt omdat de technische realisatie complexer is dan ingeschat bij het opmaken van de beheersovereenkomst. De VRT volgt wel een stappenplan



Karrewiet
met Vlaamse
Gebarentaal

²⁰ Op jaarbasis was dat 99,3%.



'Simultaan met de gewone uitzending op Eén, werd *In Vlaamse velden*, *De Ridder* en *Vriendinnen* met vertelstem uitgezonden op het derde kanaal.'

om deze doelstelling te realiseren. In december deed de VRT een test door *Karrewiet* (Ketnet) met ondertitels aan te bieden op Ketnet.be.

Vlaamse Gebarentaal

- > *Karrewiet* (Ketnet) werd dagelijks met Vlaamse Gebarentaal aangeboden op Ketnet.be en via (gratis) aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers. Sinds 2014 zond Ketnet het programma met VGT ook de volgende ochtend uit.
- > *De week van Karrewiet* en *Karrewiet Plus* werden elke week uitgezonden op Ketnet met Vlaamse Gebarentaal. Ze waren nadien ter beschikking op Ketnet.be en via aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers.
- > *Het journaal van 19 uur* (Eén) werd live met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden via Deredactie.be. Na de uitzending bleef het gratis te herbekijken op Deredactie.be en via aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers.
- > Andere programma's die met Vlaamse Gebarentaal werden uitgezonden:
 - de toespraken van de Koning (de kerstboodschap en de 21 juli-boodschap);
 - de *Intrede van de Sint* (Ketnet);
 - de verkiezingsprogramma's *Zijn er nog vragen?* (Eén) en de *Verkiezingsdag* (Eén).

AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDE

> Audiodescriptie (AD)

De VRT zond drie fictiereeksen (*In Vlaamse velden*, *De Ridder* en *Vriendinnen*) uit met audiodescriptie (vertelstem). De reeksen werden simultaan met de gewone uitzending op Eén en op OP12 uitgezonden. Ook heruitzendingen van de fictiereeksen met

audiodescriptie zond OP12 uit.²¹ De dvd's van deze reeksen krijgen standaard de AD-versie erbij.

> **Gesproken ondertiteling**

Slechtzienden konden (via Teletekstpagina 889 en met een speciale box) de uitgezonden ondertitels via een vertelstem horen. Gesproken ondertiteling was voor bijna alle televisieprogramma's ter beschikking (norm: 100%). Bij enkele programma's waren in het verleden de ondertitels mee in beeld "gebrand". Daardoor was voor deze programma's (meestal archieffragmenten) geen volledige gesproken ondertiteling ter beschikking.

- > Radio 2 lanceerde eind september een voorleesknop op zijn website. Door het aanklikken van die knop leest een stem de tekst op de webpagina voor. Dat verhoogt de toegankelijkheid voor personen met een lees- of visuele beperking. De VRT onderzocht het gebruik en de effectiviteit van de voorleesknop bij mensen met dyslexie, ouderen en mensen met een verstandelijke beperking. Daaruit bleek dat de knop vooral relevant is bij webpagina's met veel tekst. De VRT gaat na of een dergelijke voorleesknop ook op haar andere websites wenselijk is.

In 2014 werd verder gewerkt aan de digitale toegankelijkheid van de websites. Enkele voorbeelden:

- > op de websites werd de weers- en verkeersinformatie, de radiospeler (Radioplus, zie p. 35) en de elektronische programmagids aangepast met het oog op de toegankelijkheid;
- > de website van Studio Brussel werd vernieuwd met aandacht voor gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid;
- > de voorleesknop op Radio2.be (zie hierboven);
- > het ondertitelproject voor de websites (zie hierboven).

De VRT hecht veel belang aan een helder en toegankelijk taalgebruik. Zo probeert de nieuwsdienst het taalgebruik in zijn programma's aan te passen aan de doelgroep van het net, niet alleen door moeilijke woorden, uitdrukkingen en constructies te vermijden, maar ook door bijvoorbeeld abstracte situaties in concrete voorbeelden en mensentaal om te zetten.

TOEGANKELIJKHEID VAN EVENEMENTEN EN OPNAMES

De VRT stelde (samen met Intro Events) een toegankelijkheidschecklist op. Verantwoordelijken kunnen daarmee de toegankelijkheid van publieksevenementen of uitzendingen met publiek nagaan en verbeteren. De VRT-diversiteitscel hield een interne sensibiliseringscampagne over de checklist.

Generation M (MNM) had aandacht voor leven met een handicap



²¹ Slechtzienden konden via digitale televisie ook extra audiosporen oproepen zodat ze de vertelstem konden horen.



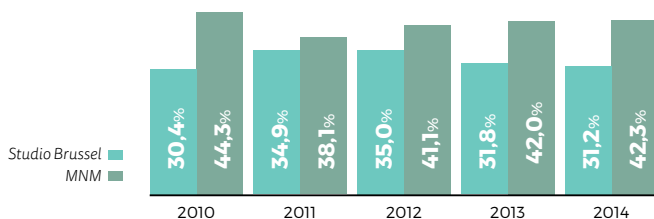
Expeditie VRT: evenement voor studentencommunicatie

JONGEREN

De VRT heeft de opdracht iedereen te bereiken. Dat betekent dat ook jongeren zich aangesproken moeten voelen via radio en televisie. Zij maken echter relatief vaker gebruik van online- en mobiele mediaplatformen. Daarom brengt de VRT ook op deze platformen een audiovisueel aanbod.

Jongeren worden door de VRT het best bereikt met de radiomerknamen MNM (zie p. 40) en Studio Brussel (zie p. 42). MNM en Studio Brussel bereikten op weekbasis respectievelijk gemiddeld 42,3% en 31,2% van de 12-24-jarigen. Beide netten zetten hun website en de sociale media in om in te spelen op de behoeften van jongeren. Alle radionetten samen bereikten wekelijks gemiddeld 68,0% van de 12-24-jarigen.²²

EVOLUTIE GEMIDDELD WEEKBEREIK BIJ 12-24-JARIGEN (IN %) (2010-2014)²²



BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

Om jongeren via televisie te bereiken, zette de VRT haar generalistische netten (Eén en Canvas) en een specifiek jongerenaanbod in. Jongeren keken op Eén en Canvas naar tal van programma's zoals de reeks *Ooit komt het goed* (Eén, over de zoektocht van vier jongeren naar



Ooit komt het goed (Eén)

een job), fictiereeksen (zoals *De Biker Boys* (Eén)) en het WK Voetbal (Canvas, met o.a. de voetbal-talkshow *Diabo*).

OP12 zond twee avonden per week een specifiek jongerenaanbod uit, met Vlaamse producties en buitenlandse reeksen (zie p. 58). *Boost* was een jongerenaanbod op OP12 en online. Het werd gemaakt door jongeren in het kader van het Carte Blanche-project (zie p. 58). Zes jongeren presenteerden het programma. Bij de productie werden ze bijgestaan door andere jongeren. De televisienetten bereikten samen wekelijks gemiddeld 67,7% van de 12-24-jarigen.²⁴

De VRT zette in 2014 projecten op om jong talent te ontdekken en jonge doelgroepen te bereiken, zoals *De nieuwe lichting* (Studio Brussel, zie p. 42) en *UrbaNice (on Tour)* (MNM, zie p. 40). De netten werkten samen met scholen en universiteiten. Enkele voorbeelden:

- > *Belgodysee* (Radio 2, in samenwerking met het Prins Filipfonds, RTBF, Metro en l'Avenir): een reportagewedstrijd voor studenten journalistiek uit de drie Gemeenschappen. In duo maakten de kandidaten een reportage. Het thema was 'gemengde huwelijken', over koppels die elkaar over de taalgrens vonden en samen hun leven uitbouwden.
- > *De strafste school van Vlaanderen* (MNM): leerlingen konden hun school nomineren voor de titel van "strafste school van Vlaanderen".
- > MNM en vijf Vlaamse hogescholen werkten samen voor *Rock 'n Roll Radio Highschool*. Vijf radiostudenten konden vijf weken stage lopen bij MNM waarbij ze hulp en advies kregen van medewerkers. Twee jonge talenten kregen nadien een presentatiefunctie bij MNM.
- > *Expeditie VRT*: ruim 200 studenten communicatie volgden bij de VRT workshops over aanbod en programmering.

De jongerenadviseur informeerde de netten met mediabehoefte en -wensen van jongeren (o.a. verzameld bij jongerenorganisaties en de sociale media). Die lagen aan de basis van het aanbod dat de VRT bracht voor jongeren. De adviseur signaleerde de netten over jong talent.

²² De vermelde percentages staan voor absoluut weekbereik.

²³ In het VRT-jaarverslag 2013 stonden verkeerde percentages voor het gemiddeld weekbereik bij 12-24-jarigen voor Studio Brussel opgenomen.

²⁴ Absoluut weekbereik.

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

Een deel van het VRT-aanbod was beschikbaar voor Vlamingen in het buitenland.

- > Via het internet waren Radio 1, Nieuws+, Radio 2, Klara, Klara continuo, MNM, MNM Hits en Studio Brussel te beluisteren. Radio 1 en Radio 2 zonden ook uit via satelliet.
- > De themasites (Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be) en de andere VRT-websites boden aan Vlamingen in het buitenland, naast tekst, ook geluids- en beeldfragmenten en sommige programma's (voor zover de omroep over de nodige rechten beschikte en er geen technische belemmeringen waren).

BVN

Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender van Nederland en de Vlaamse Gemeenschap voor Nederlandstaligen in het buitenland. Ongeveer een derde van het totaal aantal uitzendingen bestond uit televisieprogramma's van de VRT: een mix van nieuws- en duidingsprogramma's (zoals *Het journaal* (Eén) en *De zevende dag* (Eén)), programma's over breedculturele, algemeen maatschappelijke en toeristische onderwerpen (zoals *In Vlaamse velden* (Eén) en *Fans of Flanders* (Eén)) en jeugdprogramma's (zoals *De omgekeerde quiz* (Ketnet)). Bij bijzondere gebeurtenissen en evenementen uit Vlaanderen bracht BVN extra Vlaamse programma's (zoals het verslag van de VRT-nieuwsdienst over de Europese, federale en regionale verkiezingen en de begrafenisplechtigheid van koningin Fabiola).



> Om de Vlamingen voor te bereiden op hun vakantie in het buitenland, ondertitelde (via Teletekstpagina 887) BVN een aflevering van *Thuis* in het Spaans, een aflevering van *Dagelijkse kost* in het Frans en een aflevering van *FC De Kampioenen* in het Portugees.

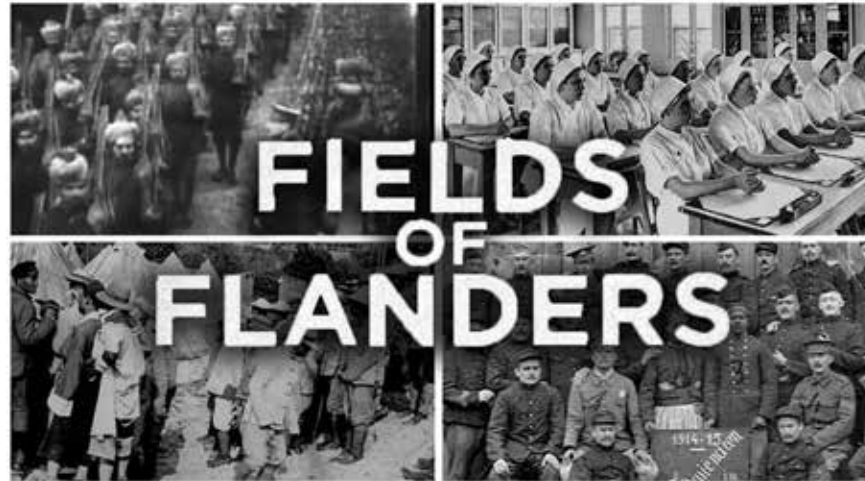


BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

Met *Fans of Flanders* had de VRT een specifiek aanbod voor buitenlanders in Vlaanderen en Brussel (zoals expats, buitenlandse studenten en nieuwe burgers van ons land).

De VRT bood via *Fans of Flanders* informatie uit de actualiteit aan. *Fans of Flanders* gaf daarnaast informatie over het leven in Vlaanderen en Brussel. Daarbij ging aandacht naar cultuur, taal, toerisme, sport en levensgewoonten. Het Engelstalig aanbod bestond uit:

- > **een televisieprogramma**
 - *Fans of Flanders* werd wekelijks uitgezonden op OP12 (met herhalingen), Canvas en Eén.
 - Naar aanleiding van de herdenking van Wereldoorlog I, zond de VRT een speciale uitzending uit: *Fields of Flanders* focuste op het internationale en multiculturele aspect van de 'Groote Oorlog'.
 - OP12 zond ook de fictiereeks *In Vlaamse velden* (Eén), de documentaire reeks *Ten oorlog* (Eén) en de documentaire reeks *Brave Little Belgium* (Canvas) uit met Engelse ondertitels.
- > **een online-aanbod**
 - De website Fansofflanders.be werd met het oog op de gebruiksvriendelijkheid aangepast.
 - Fansofflanders.be bevatte nieuwsberichten afkomstig van de VRT-nieuwsdienst.
 - Alle aanbod van de website was makkelijk deelbaar op de sociale media. De VRT verspreidde ook zelf actief fragmenten.



Flanderstoday.be (de website van de Vlaamse overheid voor Vlamingen in het buitenland) publiceerde het nieuwsaanbod van Flandersnews.be (de Engelstalige versie van Deredactie.be). De VRT had ook een online-aanbod in het Frans (Flandreinfo.be) en het Duits (Flanderninfo.be). De subsites van Deredactie.be brachten een selectie uit het algemene nieuws en het cultuur- en sportnieuws, aangevuld met anderstalige beeldfragmenten.

Om *Fans Of Flanders* voldoende relevant te houden voor de doelgroep, werkte de VRT samen met partners die bijdragen tot de internationale uitstraling van Vlaanderen en Brussel (zoals Vlamingen in de Wereld en Internations). De programmamakers presenteerden *Fans of Flanders* op beurzen en evenementen (zoals op Vlerick International Day en Welcome Day The Bulletin).



'Fields of Flanders focuste op het internationale en multiculturele aspect van WOI.'

> De tweede editie van *Taste of Flanders* werd georganiseerd in samenwerking met Universiteit Antwerpen. Internationale studenten konden proeven van gerechten, bier en cultuur uit Vlaanderen.



1.4 Samenwerking

PLAN VAN AANPAK

Om haar opdracht uit voeren, stelt de VRT zich open en luisterbereid op naar de samenleving. Door samen te werken met maatschappelijke actoren, diverse overheden en met de mediasector, creëert de VRT meerwaarde. Dat gebeurde op verschillende vlakken, zoals cultuur (zie p. 69), muziek (zie p. 46), taal (zie p. 86), diversiteit (zie p. 22), educatie (zie p. 75) en sport (zie p. 71). Daarvoor doet zij aan belanghebbendenbeheer.

- > Om de aandacht voor mediawijsheid te versterken werkte de VRT samen met verschillende belangengroepen. (Bijvoorbeeld voor het project *NeLe*: zie p 75). De VRT ontwikkelde samen met belangengroepen (zoals organisaties uit de onderwijssector) een tweedaagse opleiding over mediawijsheid en cultuureducatie voor leerkrachten.
- > De VRT ontwikkelde samen met verschillende belanghebbenden (zoals VDAB, Unizo, Voka en Adecco) het project *Ervaring Werkt!*. Dat plan wil de jeugdtewerkstelling bevorderen.

SAMENWERKINGSVERBANDEN

OMROEPEN

- > De VRT wisselde audiovisueel materiaal uit met de andere Vlaamse omroepen (hoofdzakelijk over nieuws en sport). De omroepen hadden daarvoor samenwerkingsovereenkomsten afgesloten.
In 2014 startte de VRT-nieuwsdienst met websyndicatie. De VRT bood actief “nieuwswaardig” videomateriaal (afkomstig van Deredactie.be) aan partners uit de mediasector²⁵ aan. Zij kunnen de fragmenten publiceren op hun websites. Op deze manier konden andere Vlaamse mediabedrijven hun internetaanbod verrijken met videobeelden en kon de VRT-nieuwsdienst het bereik van haar online-video-aanbod vergroten.
- > De VRT was een actief lid van EBU. Verschillende VRT-medewerkers zijn lid of voorzitter van een van de EBU Committees. Andere medewerkers geven hun mening en visie

bij projecten van EBU-collega's. De VRT en andere EBU-leden delen hun 'good practices' met elkaar.

- > De EBU-omroepen (waaronder de VRT) werkten samen aan het project “Return to society” (een vervolgproject op het project EBU Vision 2020²⁶). Het bracht in kaart wat de unieke opdracht van publieke omroepen precies inhoudt en hoe een omroep die kan realiseren.
- > De VRT werkte samen met NPO. Programmaschema's, programma's en ervaringen werden met elkaar gedeeld. De VRT en NPO waren coproductanten voor een reeks over voedsel en de voedselketen: *De wilde keuken*. De VRT, de productiehuisen Jocomedia en Menuet en de EO waren coproductanten voor de fictiereeks *Als de dijken breken*. *Het groot dictee der Nederlandse Taal* was een coproductie van de VRT, NTR en Men at Work TV Producties. Voor dubbing (o.a. voor de Ketnetprogramma's *Jungle Book Safari* en *Calimero*) werkten de NPO en de VRT regelmatig samen. De correspondenten van de VRT-nieuwsdienst en de NOS werkten samen (zie p. 66).
- > De VRT en de RTBF waren coproductanten voor de Lotto- en Jokertrekking en de uitzending van de Koningin Elisabethwedstrijd.



Wauters vs. Waes (Één - VTM)



²⁵ In 2014 waren dat Mediahuis (Destandaard.be, Nieuwsblad.be, HBVL.be, GVA.be), Persgroep (HLN.be, Demorgen.be), Mediafin (Tijd.be) en Newsmonkey.be.

²⁶ EBU Vision 2020 ontwikkelde een visie voor de rol van de publieke omroepen in 2020.



'De VRT stelt zich open en luisterbereid op naar de samenleving.'

>
The White Queen
(BBC - Eén)



Vlaamse kaai was een cultuurprogramma op Arte Belgique (waarvan de RTBF voor België de zendgemachtigde is) met een selectie uit het VRT-aanbod.

- > De VRT, het productiehuis Czar en de BBC waren coproducenten voor de fictiereeks *The Missing* en *The White Queen*.
 - > Door deelname aan diverse wedstrijden (zoals Prix Europa en Eurovision Connect) konden programmamakers ervaringen uitwisselen met andere (buitenlandse) programmamakers.
 - > De afdeling Onderzoek & Innovatie werkte samen met andere publieke omroepen (zoals NPO, BBC, RAI, SVT en NRK). De opgedane kennis van deze samenwerking werd ook gedeeld met andere spelers in het Vlaamse medialandschap.
 - > Voor haar sportopdracht werkte de VRT samen met verschillende omroepen (zie p. 71).
- CULTUUR**
- > De VRT werkte inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De omroep hanteerde daarbij een open dialoog met de cultuursector. Enkele voorbeelden van partners waarmee samengewerkt werd:
 - voor het *Klarafestival* met het Festival van Vlaanderen Brussel;
 - voor *Iedereen Klassiek* (Klara) met het Concertgebouw Brugge;
 - voor *Pompidou* (Klara) met onder meer Art Brussels en Staten-Generaal van de Klassieke muziek;
 - voor het hoorspel *Café Cuba* (Radio 2, zie p. 39) met Het Geluidshuis en Gone West;
 - voor *Atelier de stad* (Canvas) met Buda (voor de aflevering over Kortrijk), Vrijstaat O (Oostende), Platform Kanal (Brussel), KASK en Timelab (Gent) en Musica, C Mine en Z33 (Hasselt en Genk);
 - voor *Museum Night Fever* (Studio Brussel) met de Brusselse Museumraad;
 - voor *Touché* (Radio 1) met onder meer 't Arsenal (Mechelen) en Boek.be.
 - > Alle VRT-netten verleenden via mediaruilen advertentieruimte aan hun cultuurpartners.



- > De VRT werkte projectmatig samen met culturele partners. Op die manier realiseerde de VRT o.a. crossmediale projecten. Zo werd voor *De Gouden Boekenuil* samengewerkt met Boek.be, voor *50 jaar Migratie* o.a. met STAM Gent en De Centrale Gent en voor de aandacht voor de Boekenbeurs van Antwerpen met o.a. het Vlaams Fonds voor de Letteren, Iedereen Leest WPG en VBKu. OP12 bood twee filmavonden in samenwerking met MOOOV (het filmfestival voor de onafhankelijke film).
- > Ter ondersteuning van de cultuurparticipatie werkte de VRT samen met het Uit-netwerk van de Vlaamse overheid. Zo bevatten de VRT-websites een link naar Uit in Vlaanderen. Mediagebruikers werden attent gemaakt op culturele evenementen en projecten in Vlaanderen en Brussel.

Meer informatie over het cultuuraanbod: zie p. 69.

ONDERWIJS

De VRT overlegde in 2014 met de Canon Cultuurcel, de Vlaamse OnderwijsRaad, de Vlaamse Raad voor Wetenschap en Innovatie, de Strategische AdviesRaad Cultuur, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst, Mediawijs.be, het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid, het Centrum voor Taalonderwijs en met de betrokken overheidsorganen Media, Cultuur en Onderwijs.

Met betrekking tot urban radio werkte de VRT samen met onderwijsinstellingen. Voor Strak FM werd samengewerkt met KULeuven²⁷, studentenorganisatie VETO en studentenraad LOKO. Radiomakers van Strak FM konden workshops volgen bij de VRT. De medewerkers van Strak FM maakten reportages en zonden twee keer live uit. Het onderzoeksproject REC Radiocentrum liep in samenwerking met Universiteit Gent en focuste op radio maken en beleven. Radiopresentatoren van de VRT gaven masterclasses radio aan jongeren.

²⁷ De samenwerkingsovereenkomst met de KULeuven liep tot 30 juni 2014. Door omstandigheden werd in 2014 geen nieuwe overeenkomst meer afgesloten. In de praktijk werd wel verder samen gewerkt.

ANDERE ORGANISATIES

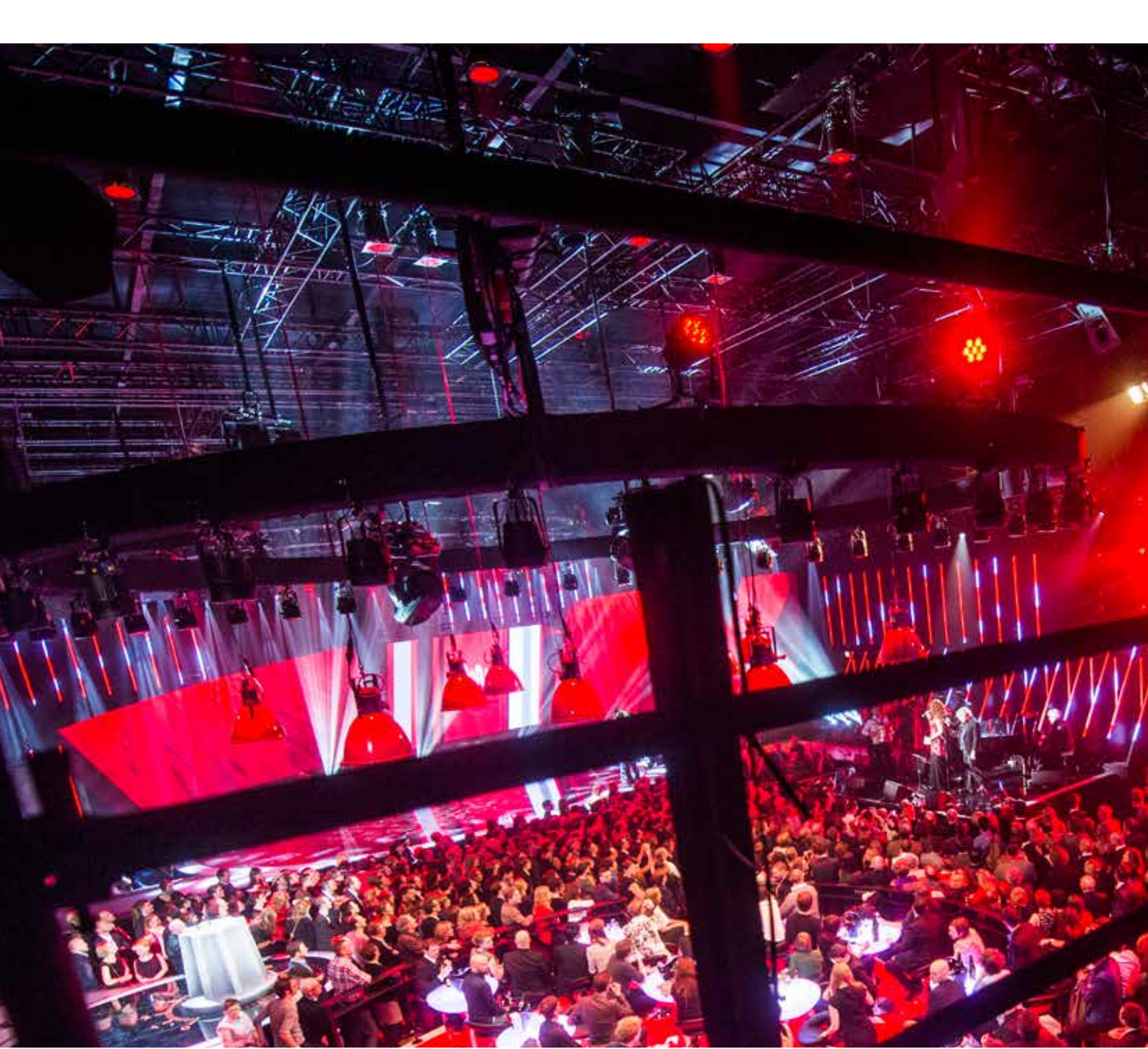
De VRT werkte samen met niet-commerciële organisaties, zoals sportfederaties (voorbeelden: de volleyballiga, de handbalbond en de basketballiga).

De openbare omroep stelde audiovisueel materiaal ter beschikking van niet-commerciële organisaties en instellingen, zoals musea, erfgoedinstellingen, toeristische diensten, culturele verenigingen, OCMW's en scholen. Videomateriaal van de VRT-websites was voor iedereen beschikbaar via een insluitingscode (embedcode) (voor zover de gebruiksvoorwaarden en -rechten dat toelieten).

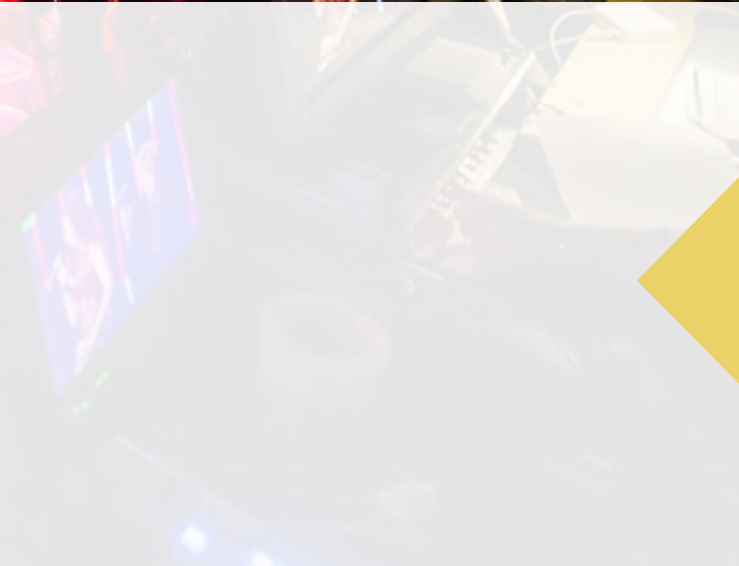
De VRT nodigde Vlaamse bedrijfsleiders uit voor een bezoek aan de VRT-nieuwsdienst. Dat gebeurde in samenwerking met hun vertegenwoordigende organisaties, zoals Unizo en Agoria.







Het aanbod



2.1 Radio-aanbod

RADIO LUISTEREN IN VLAANDEREN

Ten opzichte van andere Europese landen bleven de luisteraars in Vlaanderen relatief veel naar radio luisteren.²⁸ Dagelijks luisterde gemiddeld 77,3% van de Vlamingen naar de radio. 53,1% van de Vlamingen luisterde dagelijks naar een van de VRT-radionetten²⁹. Het marktaandeel van de VRT bedroeg 61,2% (ten opzichte van 62,0% in 2013).

LUISTEREN NAAR VRT-RADIO

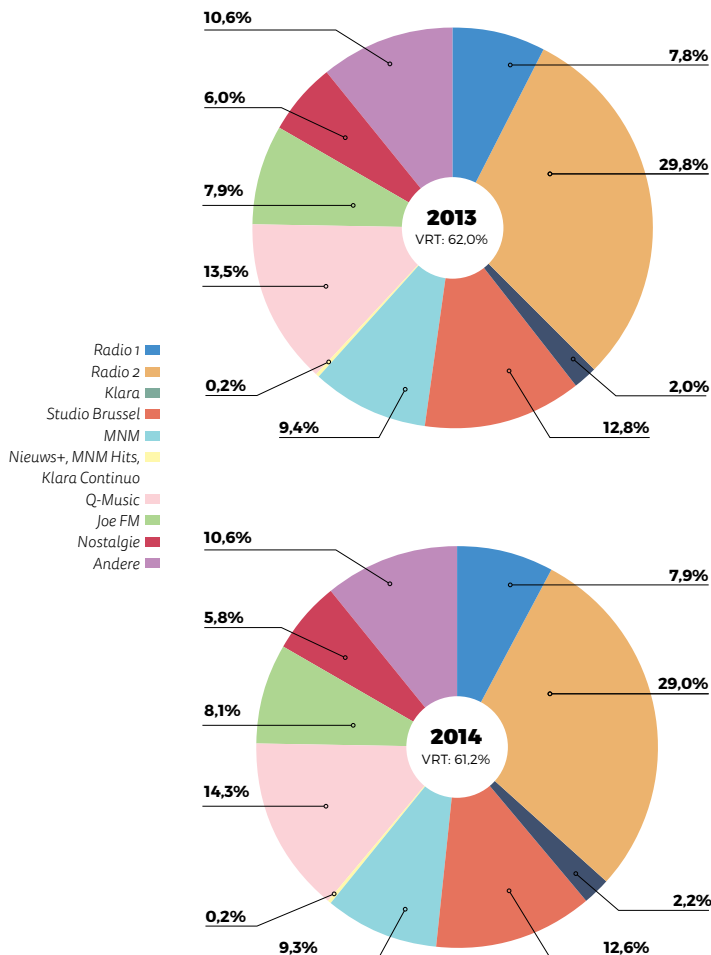
VRT-radio bereikte in 2014 dagelijks 2.893.059 miljoen Vlamingen³⁰ met een gedifferentieerd aanbod op verschillende (klassieke en digitale) platformen. In 2014 nam VRT-radio initiatieven om het digitaal luistercomfort te verhogen (Radioplus), de interactiviteit met de luisteraar te versterken (via de sociale media) en de online-verspreiding van het aanbod te verhogen.

Radio 1 kreeg een nieuw programmaschema aangepast aan het bioritme van de luisteraar. Aan de hand van interne kwaliteitsprojecten werd het vakmanschap van de radiomakers ondersteund.

De VRT-radionetten besteedden in 2014 specifieke aandacht aan de Europese, federale en regionale verkiezingen, het WK Voetbal en de herdenkingen van het begin van Wereldoorlog I.

MARKTAANDELEN RADIO (IN %)

BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



'Dagelijks waren er bijna 110.000 internetluisteraars voor VRT-radio.'

²⁸ Vlamingen luisterden in 2012 per dag gemiddeld 276 minuten naar de radio (ten opzichte van gemiddeld 192 minuten in Europa) (bron: EBU). (Er zijn momenteel geen recentere cijfers die een vergelijking tussen Europese omroepen toelaten.)

²⁹ Populatie is bevolking Vlaamse Gemeenschap van 12 jaar of ouder volgens CIM-criteria.

³⁰ Vlamingen van 12 jaar of ouder (conform CIM-cijfers voor radiobereik).

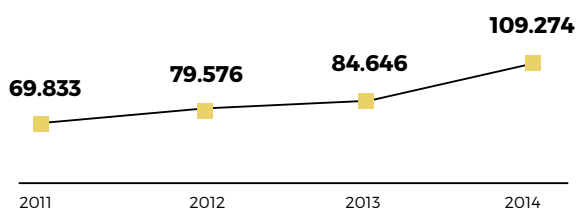
INTERNETRADIO

Alle VRT-radiozenders zijn online te beluisteren. Na een testperiode die startte in 2013 kreeg de VRT in het najaar van 2014 een nieuwe onlineradiospeler. Via Radioplus.be konden luisteraars programma's online (her)beluisteren, reacties doorsturen en muzieknummers via de sociale media "delen met vrienden". Het radioplatform bevatte afbeeldingen van de presentatoren, muzieknummers en artiesten, en gaf informatie over het weer, het verkeer, de programma's en recent nieuws. Een app-versie van Radioplus liet toe dat smartphonegebruikers op een gebruiksvriendelijke manier mobiel naar VRT-radio konden luisteren.

Per dag luisterden gemiddeld bijna 110.000 personen via het internet naar VRT-radio (een stijging met net geen 30% ten opzichte van 2013 of +56% ten opzichte van 2011). Ruim 90 miljoen uur audiomateriaal werd live gestreamd (+14% ten opzichte van 2013 of +76% ten opzichte van 2011). De meeste luisteraars waren er voor Studio Brussel (32.696), gevolgd door Radio 1 (21.422).

EVOLUTIE GEMIDDELD AANTAL INTERNETLUISTERAARS PER DAG (2011-2014)

BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST



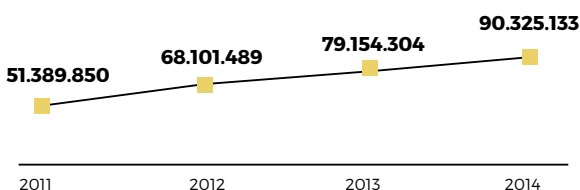
GEMIDDELD AANTAL INTERNETLUISTERAARS PER DAG IN 2013 EN 2014 TOTAAL AANTAL UREN BELUISTERD VIA INTERNET IN 2013 EN 2014

BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST

	INTERNETLUISTERAARS		UREN	
	2013	2014	2013	2014
Radio 1	17.579	21.422	14.085.986	15.043.657
Radio 2	13.120	17.680	14.672.508	17.667.615
Klara	4.969	5.880	3.055.301	3.400.171
Studio Brussel	25.351	32.696	29.429.564	32.459.084
MNM	13.281	17.815	11.671.460	14.012.408
Klara continuo	2.635	2.928	2.175.649	2.258.241
MNM Hits	3.511	5.810	2.820.192	4.198.836
Ketnet	2.110	3.055	478.324	532.250
Sporza	2.090	1.988	765.319	752.871
TOTAAL	84.646	109.274	79.154.304	90.325.133

EVOLUTIE GEMIDDELD AANTAL BELUISTERDE UREN VIA INTERNET (2011-2014)

BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST



100 JAAR RADIO

Op 28 maart 1914 zond een proefzender uit Laken een concert uit vanuit het Koninklijk Paleis. De 100ste verjaardag van deze eerste radio-uitzending in België lag aan de basis van een aantal unieke radio-initiatieven.

- > In samenwerking met Het Omroepmuseum vzw en KU-Leuven liep een tentoonstelling over de geschiedenis van de radio in Het Radiohuis in Leuven.
- > In het voorjaar organiseerde de VRT, samen met Media-laan, Nostalgie en VAR, een radiofeest in Flagey voor radiomakers, audiobedrijven en reclamebedrijven uit Vlaanderen.
- > Radio 2 organiseerde een opendeurdag bij zijn vijf regionale radiohuizen.
- > De VRT-radionetten hadden aandacht voor het eeuwfeest.
 - De reeks *Nele in radioland* (Radio 1) gidste de luisteraar door de geschiedenis van de radio aan de hand van interviews met radiocoryfeeën en archiefmateriaal.
 - *En nu serieus* (Radio 2) stond een aflevering in het teken van 100 jaar radio met radiocoryfeeën zoals Lutgart Simoens, Jan Van Rompaey en Paula Semer.
 - *Memento Mori* (Klara) bracht de "mooiste radiomomenten" uit 100 jaar radio onder de aandacht.
 - Studio Brussel bracht een speciale aflevering van *Gunter D* over radio vanuit Het Radiohuis Leuven.
 - MNM zond een aflevering *Generation M* en een aflevering van *UrbaNice* uit vanuit Het Radiohuis Leuven.



RADIO 1

Altijd benieuwd



MISSIE

Radio 1 is de actuezender in Vlaanderen die zijn luisteraars prikkelt en inspireert.

WAARDEN

De centrale waarden van Radio 1 zijn: openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking en alertheid.



Eind januari 2014 paste Radio 1 zijn programmaschema aan om beter in te kunnen spelen op de behoeften van zijn luisteraars.

De ochtend en *Vandaag* informeerden over actuele gebeurtenissen en gaven er duiding bij. Beide informatieprogramma's bevatten naast gesprekken in de studio ook verslaggeving vanop locatie. Ze hadden ook thematische uitzendingen (zoals de uitzending van *De ochtend* over het onderwijs vanuit vijf Vlaamse scholen en de uitzending van *Vandaag* over 50 jaar migratie). Op zaterdag informeerde het nieuwsdienstprogramma *Bonus* de luisteraar door aandacht te geven aan de gebeurtenissen van de voorbije week en de verwachtingen voor de volgende week.

Maatschappelijke thema's (zoals milieu & klimaat, zorg, welzijn, gezondheid en wetenschappen) kwamen aan bod in verschillende programma's. *Hautekiet* debatteerde met de luisteraar over sociaal-maatschappelijke onderwerpen. In *De bende van Einstein* (later *De bende van Annemie*) gaven de gasten (o.a. wetenschappers en historici) informatie bij maatschappelijke evoluties. *Nieuwe feiten* stond stil bij zaken die niet het nieuws van de dag haalden of nieuwsfeiten die extra vragen oproepen. *Braakland* bekeek de actualiteit op een humoristische manier. *Interne keuken* had gesprekken met gasten over wetenschappelijke en maatschappelijk-culturele thema's. In *Touché*

werd een centrale (culturele) gast uitgebreid geïnterviewd. Verschillende programma's waren interactief met de luisteraar (voornamelijk via Radio1.be en de sociale media).

Het aantal cultuuritems in *De ochtend* en *Vandaag* werd verhoogd. Cultuur kwam ook aan bod in programma's zoals *De bende van Einstein/Annemie*, *Braakland*, *Bonus*, *Nieuwe feiten*, *Touché* en *Interne keuken*. *Bar du matin* was een programma dat exclusief over cultuur (gebeurtenissen, agenda, ...) handelde. Het programma (en *Touché*) zond geregeld uit vanuit een culturele instelling of vanop een cultureel evenement. *Songbook* belichtte raakpunten tussen muziek en literatuur.

Sporza-Radio bood live sportverslaggeving van wielervedstrijden, het Belgisch competitie- en bekervoetbal en de wedstrijden van Belgische voetbalploegen in de Europese competities. Ook voor andere sporten was er (al dan niet rechtstreekse) verslaggeving (zoals voor atletiek en volleybal). *Sporza* volgde de Olympische Winterspelen, de Ronde van Frankrijk (in *Sporza Tour*) en het WK Voetbal (in *Sporza Brasil*).

De muziek op Radio 1 was een mix van pop- en rockmuziek, met aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige muziek. Het net bracht ook folk, blues, jazz en wereldmuziek. In de namiddag tijdens wekdagen bood *Monschau* een breed

Toots-sessies

Hautekiet
op locatie



Radio 1-sessies

palet van muziek. *Roxy* was een muziekmagazine met aandacht voor diverse muziekgenres. In *Closing Time* ging de aandacht elke weekavond naar een specifiek muziekgenre. *Allez Allez* bracht enkel Vlaamse muziek.

ONLINE-AANBOD

- > Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Radio1.be bedroeg 13.406 (+2,5% ten opzichte van 2013). De website focuste meer dan voorheen op de thema's die in de radioprogramma's worden behandeld. De interactie met de luisteraars was voor *Hautekiet* belangrijk. Het programma bood, in samenwerking met de Vlaamse Stichting Verkeerskunde, een online verkeerstest die meer dan 240.000 keer werd opgestart. In het najaar bood *Hautekiet*, in samenwerking met de Taalunie en De Standaard, een online-taaltest (*Hoe Vlaams is uw Nederlands?*) die meer dan 250.000 keer werd ingevuld.
- > Het aantal Facebook-fans van Radio 1 steeg met 105,5% (ten opzichte van eind 2013) tot 31.589 fans eind 2014. Dat was voornamelijk het gevolg van een filmpje over de Onderwijsweek (dat eind augustus viraal ging over de hele wereld).
- > Het aantal volgers van Radio 1 op Twitter steeg tot 36.678 eind 2014 (+30,1% ten opzichte van eind 2013).



'De Radio 1-programma's staan open voor duiding bij de actualiteit.'



GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO1.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



EVENEMENTEN & ACTIES

Enkele voorbeelden:

- > Radio 1 ging tijdens verschillende uitzendingen in het voorjaar op zoek naar *de beste Belgische uitvinding* (de pil).
- > *De groote tocht* was een programma met verhalen over Wereldoorlog I. Daaraan was ook een fietstocht verbonden in de Westhoek.
- > Het muzikaal evenement *Te Gek?!-sessie* had aandacht voor het taboe rond mensen met psychische problemen.
- > *Braakland* verkoos *De beste Belgische strip* en zond de finale live uit vanop de Boekenbeurs van Antwerpen.
- > De eindejaarconference *Michael Van Peel* werd uitgezonden op Radio 1.

RADIO 2

De grootste familie. Nog dichterbij jou.



MISSIE

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

WAARDEN

De centrale waarden van Radio 2 zijn: vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie en empathie



Radio 2 berichtte over nieuws uit de eigen regio en (inter)nationale gebeurtenissen. Het net trachtte, waar het kon, een nieuwsfeit of een maatschappelijke of economische evolutie te “vertalen” naar wat dat betekende voor de luisteraar. (Bijvoorbeeld: naar aanleiding van een dreigend stroomtekort zorgde Radio2.be voor een interactieve kaart van Vlaanderen met informatie over het federale afschakelplan.) De actualiteit leidde tot gelegenheidsprogramma's (bijvoorbeeld naar aanleiding van de dood van koningin Fabiola en Luc De Vos).

Radio 2 introduceerde nieuwe programma's zoals *De rotonde* (met lange gesprekken met bekende Vlamingen over hun leven), *The Rat Pack* (met swingmuziek), het muziekprogramma *Tussen Pot en Pinte* en *Lollipop* (met muziek uit de hitlijsten). *De weekwatchers* had aandacht voor gebeurtenissen uit de voorbije week.

Humor kwam aan bod in *De zoete inval* (een panelquiz) en *De humorklas* (een wedstrijd rond humoristisch talent).

In de zomermaanden werden het muziekprogramma *Vlaanderen Muziekland*, het magazine *Plage Préférée*, de quiz *Kleedkamergeheimen*, *Frituur de wereld* (met verhalen) hernomen. *Tracktocht* had aandacht voor gebeurtenissen uit het leven van bekende Vlamingen.

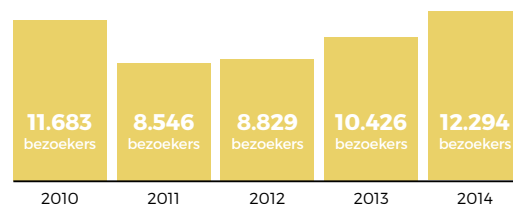
In de muziekprogrammatie staan Vlaamse en anderstalige classics centraal.

Radio 2 trakteert Leuven op oliebolletjes.

ONLINE-AANBOD

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO2.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



- > Radio2.be werd vernieuwd met het oog op gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid (voorleesknoop: zie p. 24). De website had aandacht voor nieuws uit de regio's. Gebruikers konden mee bepalen waarvoor het consumentenprogramma *De inspecteur* aandacht moest hebben. De website bereikte 12.294 bezoekers per dag (17,9% meer dan in 2013). De slotdag van de eindejaarstop 1000 klassiekers viel op 31 december. Toen haalde de site 58.051 unieke bezoekers.
- > Het aantal Facebook-fans van Radio 2 steeg eind 2014 tot 31.335 (+59,2% ten opzichte van eind 2013). Het aantal volgers van de Radio 2-Twitteraccount steeg tot 2.919 eind 2014 (+81,6% ten opzichte van eind 2013 (1.607 volgers)).



< Koning Filip maakte de winnaars bekend van Belgodysee 2014. De wedstrijd van het Prins Filipfonds, de VRT en de RTBF bekroont beloftevolle, jonge journalisten. De winnaar kan gedurende zes maanden ervaring opdoen bij Radio 2.



'In de muziek-programmatie van Radio 2 staan Vlaamse classics centraal.'

- > Radio 2 startte met de bouw van een digitaal platform waarop het volledig Vlaams-populaire muziekarchief (vanaf het voorjaar 2015) zal worden ontsloten (inclusief de nieuwe Vlaamse producties).

ACTIES EN EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > *Café Cuba* was een hoorspelreeks over vriendschap, kunst en liefde tegen de achtergrond van de Eerste Wereldoorlog. De reeks werd gemaakt in samenwerking met Het Geluidshuis en Gone West. De regionale redacties hadden zomerreeksen over de herdenkingen van de Eerste Wereldoorlog.
- > Radio 2 had muzikale themaweken en -uitzendingen: *Dag van de jaren 60*, *Vraag het aan* (met verzoekplaten), *De klassiekers van de jaren 70*, *De meneren* (over Clouseau) en *De 1.000 klassiekers* (waarvoor luisteraars op verschillende locaties konden stemmen).
- > Tijdens *De week van de mobiliteit* konden luisteraars, in samenwerking met VAB, hun auto tijdelijk inruilen voor een elektrische fiets.
- > Door de inzet van luisteraars voor de actie *Help Michiel* werd de rolstoeltoegankelijkheid van steden en gemeenten in kaart gebracht.
- > *Goed gezien* plaatste, in samenwerking met de Koning Boudewijnstichting, initiatieven rond burenenagement in de kijker.
- > *Zomerhit* bekroonde de hit van de zomer. (Het muziek-evenement werd ook op Eén uitgezonden.)
- > Radio 2 en Sabam werkten samen voor *De Eregalerij*. Dit jaarlijks evenement bekroont Vlaamse muzikale artiesten voor hun bijdrage aan de Vlaamse muziekgeschiedenis. Radio 2 en Eén brachten een verslag van het evenement.

MNM

Music and More. Zoveel meer dan de hits.

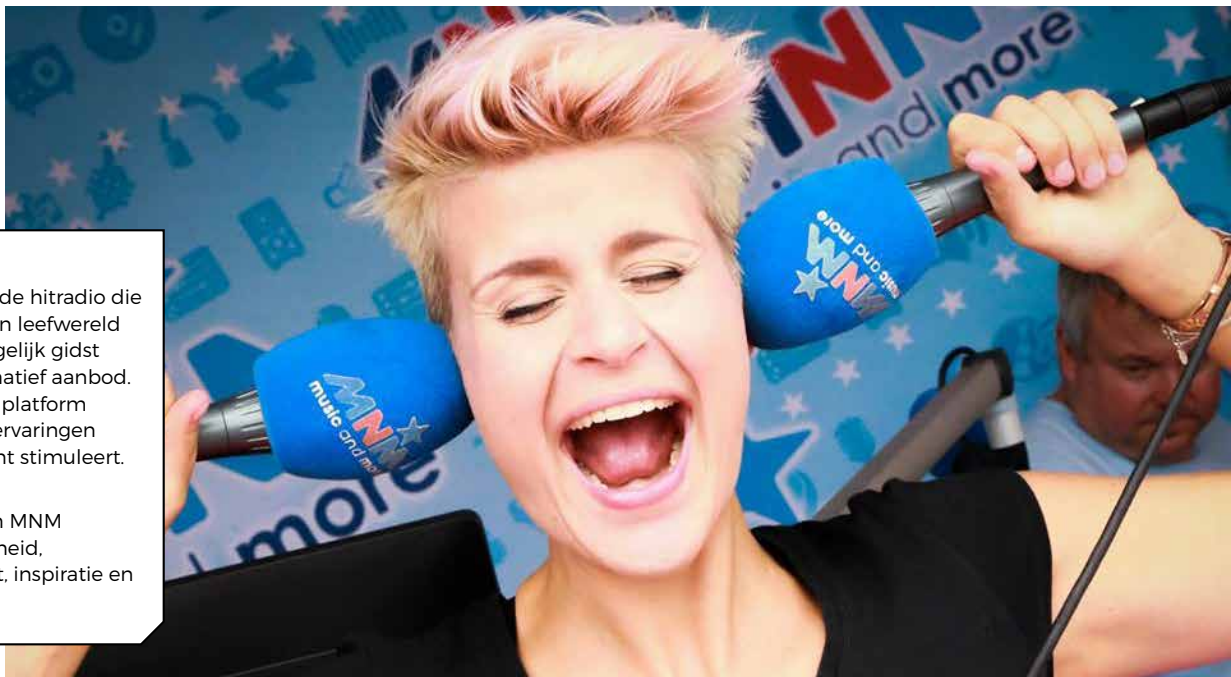


MISSIE

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

WAARDEN

De centrale waarden van MNM zijn: groepsgevoel, openheid, optimisme, engagement, inspiratie en authenticiteit



MNM was de toegankelijke instapradio voor jongeren en nieuwe Vlamingen (goed voor 10% van het dagelijkse MNM-publiek)³¹. Door ontspannende hitmuziek brengt het net deze bevolkingsgroepen in contact met debatten en acties over maatschappelijke thema's. MNM was, als 360°-merk, niet alleen aanwezig op radio maar ook op de digitale media.

MNM bracht nieuws op maat van zijn (jonge) luisteraars. *De grote Peter Van de Veire Ochtendshow* en *Planeet De Cock* hadden aandacht voor actuele gebeurtenissen. Via themadagen en -uitzendingen (zoals *Trots op mijn roots* of *Week van het bos*) werden actuele thema's meer uitgebreid onder de aandacht gebracht. *Ninjanieuws* (zie p. 65) werd verspreid via de sociale media. Voor verkeersinformatie deed MNM tijdens de spitsuren een beroep op vaste stemmen. (In het najaar beslisten MNM en Studio Brussel om niet langer flitswaarschuwingen afkomstig van luisteraars meer te brengen.)

Programma's als *UrbaNice* en *Generation M* hadden aandacht voor maatschappelijke onderwerpen (zoals jeugdwerkloosheid, seksualiteit en de Syrische burgeroorlog). Het net had ook aandacht voor sport (zoals voor het WK Voetbal, de Ronde van Frankrijk, vrouwenvoetbal, hockey en zaalvoetbal).

Het muziekaanbod bestond voornamelijk uit hitmuziek en urban music. MNM had wekelijks programma's die verschillende hitlijsten brachten (*Ultratop 50*, *MNM Dance 50*, *MNM Urban 50* en *Click-Like 40*).

MNM HITS

MNM Hits bracht non-stop hits, onderbroken door de nieuwsberichtgeving op het uur. De muziekprogrammering sloot aan bij de muziek van MNM. Bij sommige MNM-acties werd het muziekaanbod aangepast zoals bij *MNM1000*, de kerstperiode (met "kersthits") en naar aanleiding van hitlijsten (met herhalingen van 90's & *Nillies* en *Ultratop 50*). MNM Hits had gemiddeld 10.719 luisteraars per dag (ten opzichte van 11.739 in 2013)³².

DIGITAAL AANBOD

- > MNM.be bracht berichten die passen bij de leefwereld van de jonge luisteraars. MNM.be had gemiddeld 18.436 unieke bezoekers per dag (+20,1% ten opzichte van 2013).
- > Het aantal volgers/fans van MNM op de sociale media steeg. Eind 2014:

³¹ Bron: VRT-bereikstudie in samenwerking met TNS-Media bij 494 nieuwe Vlamingen. Bij geen enkel ander VRT-merk (radio of televisie) zijn nieuwe Vlamingen even sterk vertegenwoordigd als bij MNM.

³² Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie. (bron: CIM)

De nieuwe MNM-studio werd meer "visueel en digitaal".



'MNM bracht nieuws op maat van zijn (jonge) luisteraars.'

- op Facebook tot 148.153 (+29,0% ten opzichte van eind 2013)
- op Twitter tot 68.392 (+40,9% ten opzichte van eind 2013)
- op Instagram tot 7.097 (+124% ten opzichte van eind 2013)
- > Via de sociale media konden luisteraars hun mening delen over wat hun bezighield of over wat er op MNM te horen was. Die reacties werden actief gebruikt in programma's zoals *Generation M* en *Planeet De Cock*.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR MNM.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > MNM ondersteunde Vlaamse artiesten, bijvoorbeeld met de *UrbaNice Party* (een muziek-evenement met urban muziek) en de aandacht voor festivals (zoals *Genk On Stage*, en *Fantasiafestival*).
- > Geregeld zond MNM speciale hitlijsten uit, zoals *De sterrenverkiezing* (naar aanleiding van de Europese, federale en regionale verkiezingen).
- > MNM had "muziekweken" waarvan de platenlijst samengesteld werd uit interactie met de luisteraar, zoals *Back to the 90's & Nillies*, *MNM1000* en *Number One Week*.
- > MNM mobiliseerde jongeren rond thema's uit hun leefwereld. Enkele voorbeelden:
 - *Marathonradio* (ter ondersteuning van de studerende luisteraars - uit onderzoek bleek dat hun zelfvertrouwen steeg tijdens de themaweek);
 - *De strafste school* (een zoektocht naar de school die deze titel verdiende - de winnaar werd MSGO Zelzate);
 - *Je eerste 1.500 km zijn goud waard* (een campagne gericht op jonge bestuurders, in samenwerking met BIVV);
 - *Verkeersmaand* (een hele maand in het teken van verkeer en verkeersveiligheid, in samenwerking met VAB);
 - *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* (waarbij werknemers en werkgevers met elkaar in contact werden gebracht);
 - *De gouden roots* (een bekroning door de luisteraars voor een Vlaming die trots is op zijn roots - de winnares werd Kevser Marasliligil).
- > Tijdens het evenement *Sing Your Song Live* konden luisteraars meezingen met optredende muziekgroepen.
- > MNM-luisteraars duidden de persoon aan die tijdens de finale-uitzending van het Eurovisiesongfestival de punten van België voorlas.

STUDIO BRUSSEL

Life is music

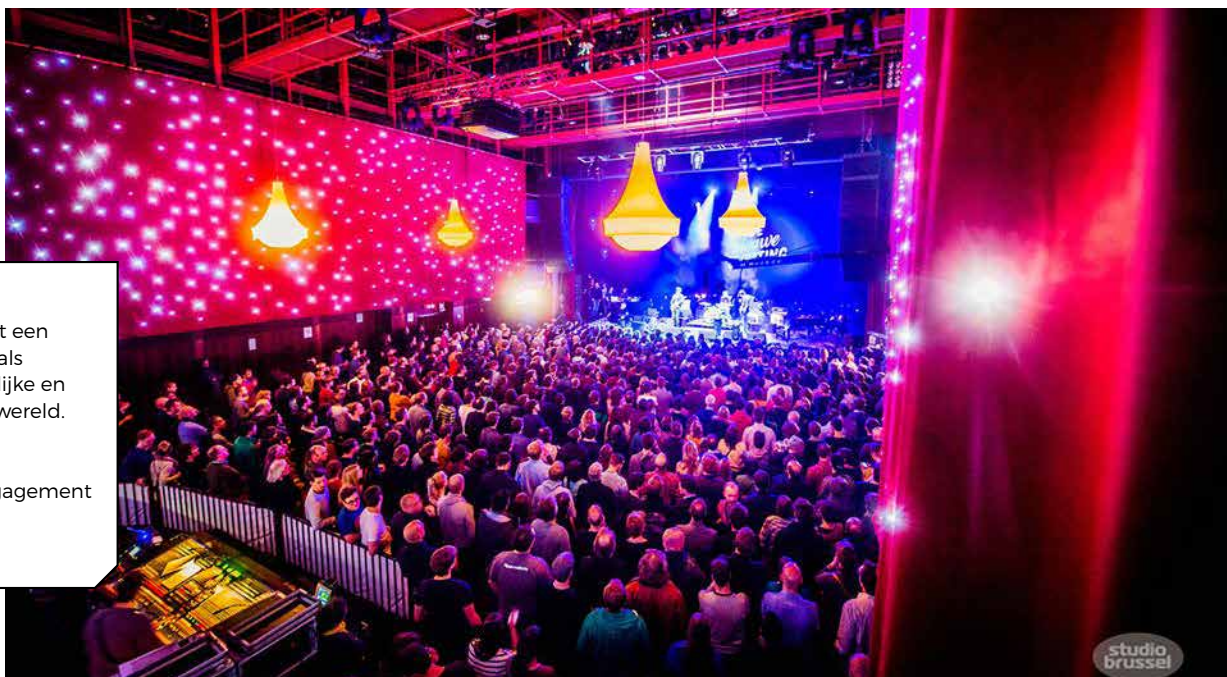


MISSIE

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

WAARDEN

Avontuur, openheid, engagement en originaliteit



Het motto 'Life is music' geeft aan dat muziek centraal staat bij Studio Brussel. Het net bracht muziek uit diverse genres (zoals alternatieve rock, metal, dance, urban, hiphop en rap). Dat gebeurde met:

- > verschillende programma's (zoals *Select* (alternatieve muziek), *Duyster* (intimistische muziek), *De zwaarste show* (metal) en *Lefto* (urban & worldgrooves))
- > hitlijsten (zoals *The Greatest Switch* met dansmuziek)
- > thema-uitzendingen (zoals *London calling*: zie p. 43).

De programma's hadden aandacht voor muziek die live gebracht werd op festivals en evenementen (zoals *I Love Techno*). Regelmatig zond het net opnames uit van verschillende muziek-evenementen.

Studio Brussel maakte in 2014 plaats voor nieuwe programma's. *Linde Live* bracht live muziek en interviews met centrale gasten. In *Gunther D* was er ruimte voor humor. In *The Wild Bunch* mochten zeven jonge radiotalenten acht weken lang hun eigen radioprogramma op Studio Brussel maken. *De nieuwe lichting* was een wedstrijd die muzikaal talent uit Vlaanderen een forum gaf.

Naast de nieuwsberichten op maat van zijn luisteraars bracht Studio Brussel bij belangrijke nieuwsfeiten extra duiding. Sinds het najaar had

Vincent Byloo aandacht voor de actualiteit.

De zender had ook aandacht voor sport. *Studio sport* bracht op zondagmiddag informatie over de sportgebeurtenissen. *Studio Brasil* volgde het WK Voetbal en in het bijzonder de Rode Duivels. Studio Brussel zond uit vanop *Climbing For Life*, *Ten Miles* (Antwerpen) en *De Watersportdag*. Tijdens De Week van de Sportclub ging *De sportclubquiz* op zoek naar de "slimste sportclub" (met Tennisclub Borgerweert uit Antwerpen als winnaar).

Studio Brussel had in zijn programma's aandacht voor allerlei maatschappelijke thema's die aansloten bij jongeren (zoals drugs, kunst en ondernemerschap). In *De vereniging* konden Vlaamse verenigingen hun muziekljst laten horen. *People of Tomorrow* had aandacht voor bezoekers van het Tomorrowland-festival.

ONLINE-AANBOD

- > De website werd vernieuwd en was mobiel beter te raadplegen dan voorheen. De website en de sociale media ondersteunden het radionet. Op de website vonden luisteraars extra achtergrondinformatie bij de programma's, filmpjes, verslagen van evenementen en festivals, e.d. Sommige concerten (zoals *de Club 69-concerten*) werden live gestreamd.
- > Het aantal bezoekers van StuBru.be steeg

De nieuwe lichting

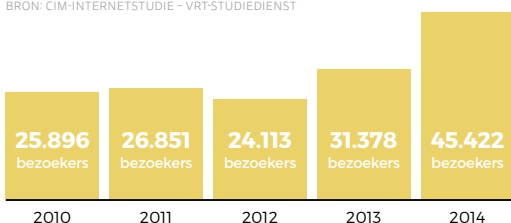


met 44,8% (ten opzichte van 2013) tot 45.422 unieke bezoekers per dag.

- > De berichten op de website werden eenvoudiger deelbaar voor gebruik op de sociale media. Het aantal Facebook-fans van Studio Brussel steeg tot 350.967 eind 2014 (+17,3% ten opzichte van eind 2013). Via Twitter volgden eind 2014 196.503 personen Studio Brussel (+31,0% ten opzichte van eind 2013). Het aantal Instagram-volgers van Studio Brussel bedroeg eind 2014 44.130 (+57,6% ten opzichte van eind 2013).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR STUBRU.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > Tijdens *London calling* draaide Studio Brussel hoofdzakelijk Britse popmuziek.
- > *Death is Music* bracht (naar aanleiding van Allerzielen) enkel muziek van overleden artiesten.
- > In aanloop van de hitlijst *De tijdloze* bracht Studio Brussel *De tijdloze week* met muziek gekozen door de luisteraars.
- > *Living Room* bracht akoestische sessies bij luisteraars thuis.
- > In *Club 69* gaven artiesten uit binnen- en buitenland een concert.

▼
Studio Brasil



MUSIC FOR LIFE



Voor *De warmste week* werden 2.000 acties georganiseerd voor 870 goede

doelen. Het evenement werd uitgezonden vanuit Boom met drie presentatoren. Studio Brussel werkte voor het evenement samen met de Koning Boudewijnstichting (voor het bepalen van de selectiecriteria en de toekenningen en voor de financiële opvolging).

Studio Brussel organiseerde op het MFL-terrein benefietconcerten met binnen- en buitenlandse artiesten (o.a. dEUS en Oscar & The Wolf).

Ook andere VRT-netten ondersteunden Music for Life. Enkele voorbeelden:

- > Radio 2 had een benefietlied

'Mag ik dan bij jou' ter ondersteuning van een sms-actie.

- > De luisteraars van Radio 1 konden een plaat aanvragen voor uitzending in *Monschau for Life*. Het net hield ook een sms-actie.
- > Via *Deredactie.be* kon iedereen een aanvraag indienen om een "VRT-stem" (zoals van een nieuwslezer) te boeken voor een voorleessessie.
- > Tijdens een muziekmarathon konden Klara-luisteraar hun verzoekplaat kenbaar maken.
- > Muzikanten zongen in *Iederen beroemd* (Eén) voor een goed doel.
- > In *Blokken for Life* (Eén) speelden Vlaamse quizmasters mee met *Blokken* (Eén) voor het goede doel van het Kinderarmoedefonds.
- > In *De quiz van het jaar* (Eén) werd door de panelleden gespeeld voor het goede doel.



- > Op *Dance with the devils* volgden fans de WK-matchen van de Rode Duivels op groot scherm in het Sportpaleis. De evenementen werden omkaderd met concerten en een feest.
- > Het *Car Free Festival*: Studio Brussel zond tijdens De Week van de Mobiliteit live uit vanuit de stations van Gent-Sint-Pieters en Antwerpen Centraal om mensen te stimuleren om het openbaar vervoer te gebruiken.
- > Op de eerste dag van de Vlaamse Startersweek van Unizo zond Studio Brussel live uit vanop dit evenement ter ondersteuning van ondernemerschap.
- > Studio Brussel coverde de Eneco Clean Beach Cup, die in het teken staat van het schoonmaken van de Vlaamse kust.
- > Op 13 maart stond Studio Brussel de hele dag in het teken van drugs, met resultaten van een onderzoek en debatten met luisteraars en experts.

KLARA

Blijf verwonderd



MISSIE

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

WAARDEN

De centrale waarden van Klara zijn: schoonheid, genot, inzicht en slowness.



Klara heeft in zijn aanbod aandacht voor kunst & cultuur en klassieke muziek & jazz.

Met *Espresso*, *Klassiek leeft*, *Promenade* en *Maestro* had Klara dagelijks aandacht voor het klassieke repertoire, cultuurnieuws en concertopnames. *Django* bracht een mix van klassieke muziek, wereldmuziek en jazz. In *Late night* kwamen diverse muziekstijlen (zoals hedendaagse klassieke muziek, experimentele pop en wereldmuziek) aan bod. *Take 7* en *Round midnight* hadden aandacht voor jazz(actualiteit). *Klara Live* bracht concertopnames (eigen captaties en EBU-opnamen).

Het programmaschema werd in het weekend aangepast. *Boetiek klassiek* had aandacht voor nieuwe releases, concertnieuws en jong "klassiek" talent (in samenwerking met VI.be van Poppunt vzw). *Club Klara* bracht klassieke muziek geselecteerd door de luisteraars. Klara had muzikale reeksen over Cole Porter (naar aanleiding van de 50ste sterfdag van de componist), Richard Strauss (naar aanleiding van de 125ste geboortedag van de componist) en Rameau (naar aanleiding van de 250ste sterfdag van de componist). *Les compagnons de la chanson* (in het voorjaar) en *La vie est Riguelle* (in het najaar) hadden aandacht voor het Franse chanson. De reeks *The Original Soundtrack* plaatste filmmuziek centraal.

Van maandag tot en met donderdag stond *Pompidou* stil bij diverse kunst disciplines met gasten uit de culturele actualiteit en experts. Op vrijdag gaf *Happy Hour* culturele tips voor het weekend. In *Schone kunsten* werden verhalen gecombineerd met muziek. In *Berg en dal* en *Trio* werden cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema's besproken. Klara had een aantal specials zoals *Simenon, heer en meester*, *De laatste reis van Paul van Ostaijen*, *Vesalius te lijf*, *De wereld van Walschap* en *Neem nu Shakespeare*. Met *Opus 14-18* en *Het frontparadijs* herdacht het net de Eerste Wereldoorlog.

^
Iedereen
klassiek

KLARA CONTINUO

Klara continuo was digitaal³³ te ontvangen en bracht non-stop klassieke muziek. Gemiddeld luisterden 9.412 luisteraars per dag naar de muziekstroom (ten opzichte van 5.199 in 2013).

ONLINE-AANBOD

- > Per dag bereikte Klara.be 4.162 unieke bezoekers (-2,8% ten opzichte van 2013).
- > Vooral met *Klassiek leeft*, *Club Klara* en *Klara's Top 100* werd via de sociale media de interactie met de luisteraar onderhouden.

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

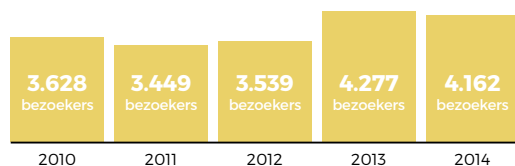
Pompidou



Het aantal fans op Facebook van Klara steeg eind 2014 tot 31.335 (+116,8% ten opzichte van eind 2013). Op Twitter had Klara eind 2014 3.375 volgers (+34,5% ten opzichte van eind 2013).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KLARA.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > Espresso bracht naar aanleiding van Vrouwendag speciale bijdragen over “sterke vrouwen”.
- > In *De week van de filosofie* had Klara in verschillende programma's aandacht voor filosofie.
- > *Klara's Top 100* bracht de top 100 van klassieke muziekwerken. De luisteraars stelden deze lijst samen.
- > De derde editie van *Klara in de Singel* bracht muziek, literatuur en theater samen.
- > *Het Klara Festival* vond dit jaar in het voorjaar plaats. De tiende editie bracht Belgische uitvoerders en componisten en hun buitenlandse collega's met elkaar in contact.
- > *Iedereen klassiek* bracht in het Concertgebouw Brugge Vlamingen op een toegankelijke manier in contact met klassieke muziek. Het evenement had uitlopers met concerten in Mol, Roeselare en Tongeren.
- > Klara was de structurele partner van *Jazz Middelheim*.
- > *Klara serveert* sprak tijdens de laatste week van december met gasten die in 2014 in de belangstelling stonden.
- > Klara werkte bij acties, evenementen en live-uitzendingen samen met tal van culturele partners en instellingen (zoals Bozar, De Munt, STUK en NT Gent).

La vie est Riguelle

326.000
Vlamingen
keken in de
finaleweek
naar de Koningin Elisabethwedstrijd.'



DE KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD

De VRT volgde de Koningin Elisabethwedstrijd zowel op radio en tv als online. Voor het eerst werd op VRT-televisie al vanaf de halve finale rechtstreeks uitgezonden, op OP12 (met herhaling op Canvas). De finaleweek werd in *Elisabeth Live* rechtstreeks gevolgd, waarbij het verslag van de prestaties van de zangers en zangeressen afgewisseld werden met gesprekken met gasten. In de finaleweek keken in totaal 326.000 Vlamingen. Ook Klara zond het concours uit vanaf de halve finale. Cobra.be volgde de wedstrijd al vanaf de eerste ronde. 175.000 keer werd een fragment van de wedstrijd via de VRT-videoplayer afgespeeld.

Cobra.be, Klara en OP12/Canvas deden (in samenwerking met Musiq 3) een beroep op de ZES|lesSIX, een jongerenpanel van zangers en muziekliefhebbers. Deze jongeren gaven hun visie over de prestaties van de concoursdeelnemers.

Naar aanleiding van de wedstrijd zond VRT-Televisie nog extra programma's uit: een documentaire *First Prize, Premier Prix, Eerste Prijs* (Canvas, over de geschiedenis van de wedstrijd), een pianoconcert met de eerste laureaat van de Koningin Elisabethwedstrijd 2012 (op Canvas), een documentaire *Het Koreaanse mysterie* (Canvas, over de “liefde” van Zuid-Koreanen voor klassieke muziek) en het Slotconcert Koningin Elisabethwedstrijd (op Canvas en OP12).

Cobra.be en de Vlaamse koepelorganisatie Koor & Stem werkten samen voor *Cobra's Classic Battle*. Vlaamse koren konden meedoen door een filmpje te maken van een lied dat ze zongen.



MUZIEKAANBOD

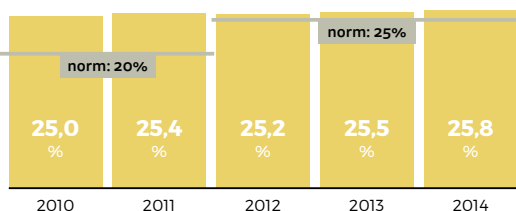


De VRT biedt muzikale diversiteit in haar aanbod. De netten hebben daarbij aandacht voor nieuwe muziek en ontwikkelingen in de muziekgenres. Elk net heeft bijzondere aandacht voor specifieke muziekgenres (zoals klassieke muziek en jazz op Klara).

VLAAMSE PRODUCTIES

25,8% van alle muzieknummers op de VRT-radionetten³⁴ was Vlaamse muziek (norm: 25).

AANDEEL VLAAMSE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2010-2014) (IN %)



In tal van programma's gaven Vlaamse artiesten een optreden. De netten namen nog andere initiatieven ter ondersteuning van de Vlaamse muziek. Enkele voorbeelden:

- > Radio 1 organiseerde muzikale sessies en acties ter ondersteuning van de Vlaamse muziek, zoals de *100 op 1* (top 100 van de Belgische muziek, met verrassingsconcerten van Vlaamse artiesten), *de Radio 1-sessies*, *de Bowie-sessie* (met Vlaamse artiesten die muziek van David Bowie brachten) en *de Toots-sessies*.
- > Op Radio 2 werd *De Vlaamse hitlijst* (met nummers uit de Vlaamse Ultratop 50) uitgebreid met een uur. *Vlaanderen muziekland* (Radio 2) bracht nieuwe en oude Vlaamse producties. In *Avondpost* (Radio 2) was er dagelijks een *Viva Vlaanderen-journaal* met nieuws over Vlaamse artiesten. *Zomerhit* en *De eregalerij* waren twee muziek-evenementen van Radio 2 (zie p. 39). Naar aanleiding van Valentijnsdag zongen bekende Vlamingen op vraag van Radio 2 Nederlandstalige en Vlaamse liedjes.
- > *De week van eigen kweek* van Studio Brussel had aandacht voor de Vlaamse muzieksector. Met de wedstrijd *De nieuwe lichte* stimuleerde het net Vlaams muzikaal talent. Vlaamse artiesten gaven concerten in *Club69*.
- > MNM steunde jong Vlaams muzikalent met projecten zoals *Start to dj* (een talentenwedstrijd), *UrbaNice* (zie p. 40), *Rock your body* (zie

^
Eurosong 2014

³⁴ Bron: VRT-Studiedienst op basis de speellijsten van de VRT-radionetten.



Jimmy Frey
opgenomen in
De Eregalerij
(Radio 2)



Zomerhit



p. 70) en *De liftconcerten* (optredens van jonge muzikanten tijdens *De grote Peter Van de Veire Show* in een lift bij de MNM-studio).

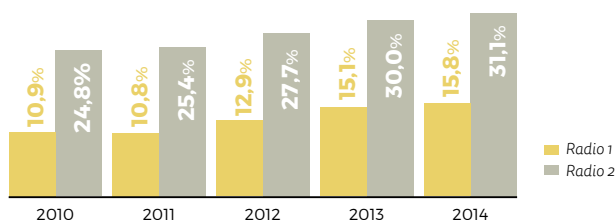
- > Tijdens *Klara in deSingel* reikte Klara, in samenwerking met Muziekcentrum Vlaanderen, de Klara's uit, de muziekprijzen voor Vlaamse klassieke componisten, vocalisten en muzikanten. *Klara Live* bracht in de loop van het jaar tientallen captaties van concerten uit Vlaanderen.
- > Ook VRT-Televisie gaf kansen aan Vlaams muzikaal talent, zoals in *Vlaanderen Muziekland* (met optredens van Vlaamse artiesten in de zomermaanden). Het magazine *Boost (OP12)* sloot elke week af met de *Boost Night Time Sessions*. Jong Vlaams muzikaal talent bracht daarin een muzieknummer op een ongewone plaats. Na een oproep van de VRT (samen met Poppunt en Eyeworks) werden 40 nummers van relatief onbekende Vlaamse muziekgroepen gebracht in de fictiereeks *De Ridder (Eén)*.
- > De VRT-radionetten hadden op de Vlaamse feestdag bijzondere aandacht voor Vlaamse muziek. Radio 2 en MNM brachten tussen 6 en 18 uur enkel Vlaamse muziek. Radio 1, Studio Brussel en Klara hadden extra aandacht voor muziek van Vlaamse makelij.

Vlaanderen Muziekland (Eén) bracht alleen maar Nederlandstalige muziek.

NEDERLANDSTALIGE MUZIEK

De VRT-radionetten hadden aandacht voor Nederlandstalige muziek. 51,8% van de Vlaamingen beschouwde Radio 2 als de Vlaamse radiozender met de meeste aandacht voor Nederlandstalige muziek³⁵. (Ruim voor nummer twee: Radio 1 met 15,3%.)

AANDEEL NEDERLANDSTALIGE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2010-2014) (IN %)



In 2014 was 31,1% van de muzieknummers op Radio 2 Nederlandstalig (ten opzichte van 30,0% in 2013) (norm: 30%). Op Radio 1 was

³⁵ Op basis van VRT-enquête bij 1.593 respondenten.

15,8% van de muzieknummers Nederlandstalig (ten opzichte van 15,1% in 2013) (norm: 15%)³⁶.

De VRT had aandacht voor het Nederlandstalige muziekrepertoire. Enkele voorbeelden:

- > *Te Gek-Sessie*: De cd 'Het beste uit 10 jaar Te Gek' (een initiatief van Psychiatrisch ziekenhuis Sint-Annendael ter bevordering van de bespreekbaarheid van psychische problemen) werd in een concert gebracht door Vlaamse artiesten.
- > *Het hol van de leeuw* was een Radio 1-programma met Nederlandstalige muziek uit Vlaanderen en Nederland.
- > De *Vlaamse Top 50* (de opvolger van de *Vlaamse Top 10*) bracht wekelijks de top 50 van nieuwe Nederlandstalige muzieknummers. Een keer per maand werd op locatie uitgezonden met live-optredens.

SAMENWERKING MUZIEKPARTNERS

> **Artiesten**

Voor programma's op radio en televisie was muziek nodig. De VRT deed een beroep op Vlaamse artiesten voor het componeren en produceren van programma- en zenderjingles en voor achtergrond- en sfeermuziek bij fictiereeksen. Voor specifieke muziekprojecten (zoals de Valentijnsactie van Radio 2) componeerden Vlaamse artiesten nieuwe muzieknummers.

> **Concertcircuit**

De openbare omroep had samenwerkingsovereenkomsten met concertpromotoren en -zalen, zoals Ancienne Belgique, Clubcircuit en Greenhouse Talent. Muziekevenementen en -festivals (zoals Dranouter, De Lokerse Feesten en Gent Jazz) kregen van de VRT ondersteuning (o.a. in de vorm van redactionele aandacht). Voor sommige festivals was de VRT coproducent, zoals voor *UrbaNice* (MNM, in samenwerking met Star Events) en de *Bowie-Sessie* (Radio 1, in samenwerking met Openluchttheater Rivierenhof).



'25,8% van alle muziek was Vlaamse muziek. Op Radio 2 was 31,1% Nederlandstalige muziek, op Radio 1 15,8%.'

> **Muziekcentrum Vlaanderen**

De VRT werkte samen met het Muziekcentrum Vlaanderen, het officiële muzieksteunpunt van de Vlaamse Gemeenschap. Zo organiseerden beide organisaties samen de Mia's en de Klara's (zie p. 47). In 2014 werd een overleg georganiseerd tussen het Muziekplatform (koepel van 17 organisaties uit de brede Vlaamse muzieksector) en vertegenwoordigers van het muziekbeleid van de VRT.

> **Platenmaatschappijen**

De VRT gaf aandacht aan de Vlaamse artiesten op verschillende manieren (airplay, interviews, concertregistraties, enzovoort). Daarvoor werd samengewerkt met Belgische platenfirma's.

> **Beheersvennootschappen**

De VRT werkte samen met de Belgische beheersvennootschappen (Sabam, Simim, Imagia en Play Right) voor de collectieve inning van auteursrechten en naburige rechten.

De zevende editie van de Music Industry Award's (waarvan de VRT samen met Muziekcentrum Vlaanderen de organisator is) werd live uitgezonden op Eén. De radionetten hadden redactionele aandacht voor de Mia's³⁷.

³⁶ Bron: VRT-Studiedienst op basis de speellijsten van de VRT-radionetten.

³⁷ De uitreiking van de Mia's 2013 was verplaatst van eind 2013 naar februari 2014. De Mia's 2014 werden verplaatst naar januari 2015.

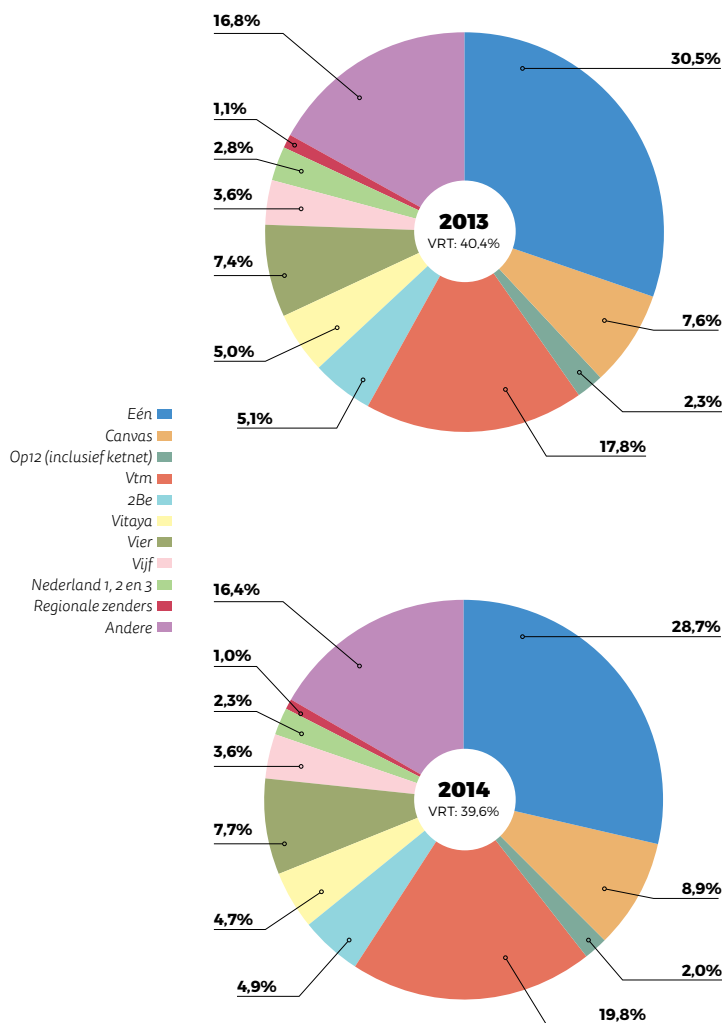


2.2 Televisie-aanbod

TELEVISIEKIJKEN IN VLAANDEREN

MARKTAANDELEN (%) TELEVISIE OP VLAAMSE MARKT³⁸

AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



Op een gemiddelde dag keek 74,2% van de bevolking televisie, live en/of uitgesteld (ten opzichte van 68,3% in 2013). Deze Vlaamse kijkers deden dat gemiddeld 4 uur en 1 minuut per dag, 2 minuten minder dan in 2013. 93,4% van het totale televisiegebruik ging naar live tv-kijken (ten opzichte van 94% in 2013). 6,6% ging naar uitgesteld kijken.

- > Gemiddeld per dag keek 71,5% van de bevolking live televisie (ten opzichte van 70,8% in 2013). Deze kijkers deden dat gemiddeld 3 uur en 53 minuten per dag, 2 minuten minder dan in 2013.
- > Gemiddeld per dag keek 25,4% van de bevolking uitgesteld naar televisie (ten opzichte van 22,5% in 2013). Deze kijkers deden dat gemiddeld 46 minuten per dag, 1 minuut minder dan in 2013.

Naar fictie werd relatief meer uitgesteld gekeken dan naar andere programmagenres: naar fictieprogramma's werd voor 13,3% van de totale fictiezendtijd uitgesteld gekeken, bij informatie (2,8%) en sport (2,6%) was dat minder.

De verschillende bevolkingsgroepen keken niet in dezelfde mate naar televisie. Kinderen en jongeren (4-24 jaar) keken relatief minder (53,6% keek dagelijks). 65-plussers keken relatief meer (85,8% dagelijks).

KIJKEN NAAR VRT-TELEVISIE

Eén, Canvas en OP12/Ketnet bereikten in 2014 samen gemiddeld 2.855.101 Vlamingen per dag (ten opzichte van 2.865.541 in 2013). De VRT-televisienetten haalden samen een marktaandeel van 39,6% (0,8 procentpunten minder dan in 2013).

De Vlaming die televisie kijkt (en ouder is dan 4 jaar) keek gemiddeld dagelijks 1 uur en 55 minuten naar VRT-Televisie, 1 minuut minder dan in 2013³⁹.

³⁸ Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten (en minimaal 15 minuten na elkaar). (Populatie is bevolking van de Vlaamse gemeenschap van vier jaar of ouder in bezit van een TV-toestel.)

³⁹ 2013: 1 uur, 55 minuten, 31 seconden ; 2014: 1 uur, 54 minuten, 43 seconden

UITGESTELD KIJKEN

Via de distributeurs

Via de VRT-diensten Net Gemist en Ooit Gemist konden digitale kijkers van Proximus-TV en Telenet VRT-programma's (her) bekijken⁴⁰. Digitale kijkers konden *De journaals*, *Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (Eén), *Terzake* (Canvas), *Het weer* (Eén), *Karrewiet* (Ketnet) en *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* (Ketnet) gratis opvragen. Via Ooit Gemist kon dagelijks een *Katje & Co*-blok gratis opgevraagd en bekeken worden. Het overige Ooit Gemist-aanbod bevatte oudere series en recente programma's. Via Net Gemist konden kijkers de lopende programma's van VRT-Televisie opvragen, voor zover de VRT daarvoor de rechten had.

Nadat Stieve NV in de december 2013 commercieel werd gelanceerd, volgde Proximus TV in april 2014 met een eigen versie van het licht uitgesteld kijken (Proximus Replay). In december 2014 bracht Telenet op haar beurt nieuwe diensten van licht uitgesteld kijken (Yelo Play en Yelo Play More). Met elk van deze distributeurs sloot de VRT een distributieovereenkomst over het licht uitgesteld kijken.

Via de VRT-videoplayer

De VRT-websites boden videomateriaal aan. 180.616.315 keer werd een videofragment opgestart via de VRT-videoplayer (+11,3% ten opzichte van 2013). De VRT-televisienetten konden uiteraard meer beelden aanbieden dan de radionetten. 15.396.179 keer werd een videofragment op Een.be opgestart, op Canvas.be 1.048.333 keer, op Ketnet.be 32.470.862 keer. Ketnet.be had een uitgebreid aanbod met volledige afleveringen van reeksen. (Sommige afleveringen van D5R werden eerst online gebracht.) Ook via de sociale media werden VRT-videobeelden verspreid.

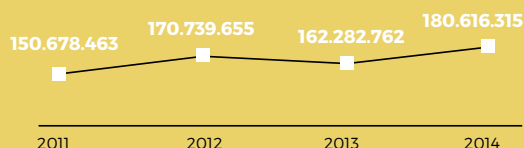
TOTAAL AANTAL OPGESTARTE VIDEOFRAGMENTEN OP DE VRT-WEBSITES (VIA DE VRT-VIDEOPLAYER) (2013-2014)

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST

WEBSITE	2013	2014
Een.be	18.205.797	15.396.179
Canvas.be	1.121.871	1.048.333
Ketnet.be	28.590.119	32.470.862
Deredactie.be	63.400.289	68.515.981
Sporza.be	45.217.328	56.057.385
Cobra.be	1.474.291	1.114.536
Andere VRT-sites	4.273.067	6.013.039
TOTAAL	162.282.762	180.616.315

TOTAAL AANTAL OPGESTARTE VIDEOFRAGMENTEN OP DE VRT-WEBSITES (VIA DE VRT-VIDEOPLAYER) (2011-2014)

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST



'180 miljoen keer werd een videofragment opgestart via de VRT-videoplayer.'



net gemist



ooit gemist

⁴⁰ De platformen van de distributeurs ondergingen in 2014 transformaties. Een van de aanpassingen zorgde ervoor dat er geen informatie beschikbaar was over het totaal aantal opvragingen in 2014 via Net Gemist en Ooit Gemist.

ÉÉN

Eén van jullie



MISSIE

Eén is er voor alle Vlamingen, over de generaties heen, van jong tot oud.

Eén wil de samenleving stimuleren door de meerderheid van de Vlamingen actief te betrekken bij het gemeenschapsleven, op een manier dat ze er samen over kunnen praten en er plezier aan beleven.

Eén doet dit met een kwalitatief, toegankelijk en gevarieerd aanbod dat inzet op informatie, cultuur en ontspanning.

WAARDEN

De centrale waarden van Eén zijn: empathie, authenticiteit, toegankelijkheid, openheid, optimisme, gastrijheid en passie.



Eén zette in 2014 in op een combinatie van vertrouwde en nieuwe programmatitels. Het net bracht een mix van verschillende programma-genres: nieuws en informatie, cultuur voor een breed publiek, Vlaamse fictie, documentaire reeksen, sport en ontspanning.

Het nieuws- en informatieaanbod bestond uit de Journaals, de reportageprogramma's *Koppen*, en *Koppen XL*, het debatprogramma *De zevende dag*, het consumentenmagazine *Volt* en het economisch magazine *De vrije markt*. Eén bracht verschillende verkiezingsprogramma's (zie p. 67).

Verschiedende programma's gaven de kijker inzicht in het leven en de samenleving in Vlaanderen en elders in de wereld. *Via Annetie* bracht verhalen van mensen overal in de wereld. *Manneken Pis* bracht portretten van buitenlanders die ons land bezochten. *Goed volk* gaf portretten van leefomgevingen aan de hand van voeding. *Buitengewoon* volgde kinderen en jongeren met een beperking. *People of Tomorrow* toonde portretten van jongeren van overal uit de wereld die naar het festival Tomorrowland gaan. *Voor hetzelfde geld* bekeek goederen en diensten vanuit het standpunt van de consument.

Voor *Wauters versus Waes* werkten Eén en VTM samen in een uitdagingwedstrijd tussen Koen

Wauters en Tom Waes. De reeks *Iedereen Duivel* volgde de Rode Duivels in hun voorbereiding naar het WK Voetbal.

Nieuwe Vlaamse fictietitels waren *In Vlaamse velden* (n.a.v. 100 jaar Grote Oorlog), *Marsman* (waarin aandacht ging naar autisme), de komische reeks *De Biker Boys* en de reeks *Vriendinnen* (over het leven van twee vriendinnen). *The White Queen*, over Elizabeth Woodville (echtgenote van Koning Eduard IV), was een coproductie met de BBC en voor een deel opgenomen in Vlaanderen.

Met programma's als *Ooit komt het goed* (over jongeren op zoek naar een job), *Achter de feiten* (een satirisch magazine over de actualiteit), de quiz *De 12de man* (in aanloop van het WK Voetbal) en de liedjeswedstrijd *Eurosong 14* versterkte Eén zijn imago bij de jongere doelgroepen.

Eén bracht in 2014 een aantal sportwedstrijden live op antenne: veldrijden, wielrennen en voetbal (wedstrijden van de Rode Duivels)

ONLINE-AANBOD

- > Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Een.be bleef met 95.777 bezoekers stabiel ten opzichte van 2013 (95.703 bezoekers). Maandelijks bezochten 678.000 personen

Goed volk

de website. Vooral de extra beleving rond programma's als *Eurosong 14*, *Dagelijkse kost* en *Ook getest op mensen* zorgde voor extra bezoekers van Een.be. Voor *Eurosong 14*, *De Ridder* en *De Biker Boys* werd extra aanbod via aparte webplatformen (zoals een app van *De Ridder*) aangeboden.

- > Eind 2014 had Eén op Facebook 84.994 fans (+135,7% ten opzichte van eind 2013). Sommige programma's hadden een eigen Facebook-pagina, zoals *Thuis* (114.172 fans eind 2014).
- > Het aantal volgers op Twitter van Eén steeg met 71,4% (ten opzichte van eind 2013) tot 45.512 eind 2014.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR EEN.BE (2010-2014)

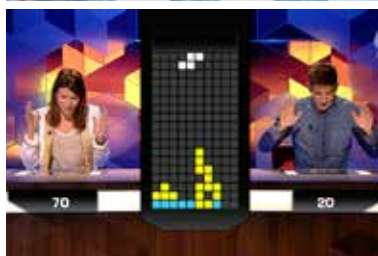
BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

De kijker werd uitgenodigd om Eén-evenementen en -programma's live mee te maken. Enkele voorbeelden:

- > de *Thuisdag* (waar fans in contact konden komen met de acteurs);
- > de finale van *Eurosong 14* in het Sportpaleis;
- > de zomertalkshow *Hotel M* (waar het publiek bij aanwezig kon zijn);
- > de muziekshows *Vlaanderen Muziekland* en *Zomerhit*;
- > *1000 zonnen* (waar kijkers konden deelnemen aan de rubriek *De stoel*).



Vriendinnen

Van boven naar onder:

- Dagelijkse kost
- Blokken
- Het journaal
- Iedereen beroemd
- Thuis

'Eén gaf de kijker inzicht in het leven en de samenleving.'

CANVAS

Uitzicht op inzicht

CANVAS

MISSIE

Canvas kijkt breed geïnteresseerd en in de diepte naar de wereld. Het net biedt de mogelijkheid aan de kijker om aansluiting te blijven vinden bij deze complexe wereld en doet dit aan de hand van informatie, analyse en een dosis relativering.

WAARDEN

De centrale waarden van Canvas zijn: verwondering, nieuwsgierigheid, kennis, expertise, informatie, connectie, participatie, diversiteit, schoonheid en engagement.



Canvas is een actuaagedreven, informatief en verdiepend televisienet. Het heeft aandacht voor informatie, cultuur, documentaires en sport.

Het duidingsprogramma *Terzake* liep van maandag tot en met vrijdag het hele jaar door. Het programma werd niet onderbroken voor sportwedstrijden. (Kijkers konden uitwijken naar OP12, waar de wedstrijd verder werd uitgezonden). *Reyers laat* kreeg, naast de afleveringen van maandag tot en met donderdag, een aflevering op vrijdag. *Vranckx in Niemandland* bracht verhalen van mensen uit de regio tussen de Sahara en de Sahel.

Canvas had aandacht voor maatschappelijke en wetenschappelijke thema's. *Arm & Rijk* toonde de kloof tussen arme en rijke mensen in verschillende samenlevingen in de wereld. *De bijl van Cupido* toonde hoe Vlamingen in een relatie met elkaar omgaan. *Onze jongens* volgde Belgische militairen die op missie waren in Afghanistan. In *Weg van België* brachten uitgewezen asielzoekers (en hun gezinnen) hun persoonlijke levensverhalen. *De wilde keuken* bracht informatie over de herkomst van ons voedsel. *Het voordeel van de twijfel* ging na of filosofie kan helpen om de wereld te begrijpen. In *De macht van het minuscule* werden microben onderzocht. *Het blijft in de familie* was een documentaire reeks over familiebedrijven in

Vlaanderen. Wetenschap kwam ook aan bod in de quizprogramma's *De Canvascrack* en *Lijst Debecker*. *Olalala* was een quiz over popmuziek.

Het Canvas-aanbod bevatte programma's over geschiedenis. *Grand Central Belge* volgde de negentiende-eeuwse private spoorlijn die Walonië met Vlaanderen verbond. *300 jaar grens* bracht verhalen uit de grensstreek Vlaanderen-Noord-Frankrijk. *Publiek geheim* bracht de geschiedenis van plaatsen die weinig bekend zijn bij het brede publiek. (Andere geschiedenisprogramma's: zie p. 74)

Canvas had aandacht voor cultuur in verschillende programma's (zie p. 69). *Alleen Elvis blijft bestaan* interviewde een centrale gast o.a. over cultuur en kunsten. *'Nuff Said* had aandacht voor woordkunst, stand-up comedy, videokunst en livemuziek. Het Klara-programma *Puur muziek* kreeg de hele maand maart een televisie-afgeleide dat klassieke muziek centraal stelde.

Atelier de stad organiseerde met diverse kunstorganisaties "stadsateliers". Tijdens die samenkomsten konden kunstenaars en burgers met elkaar van gedachten wisselen over de toekomst van de stad. *Atelier de stad* kwam tot stand na een oproep van Canvas naar ideeën om stadsprojecten te realiseren. Er werden in totaal 350 ideeën ingediend.

Lightfront.
(Ook reporters van Radio 2 West-Vlaanderen volgde de herderingsuitzending over WOI.)

> Atelier de stad



< Arm & Rijk



Het net bracht ook sport (zie p. 71). *Surplace* was een documentaire over vier verschillende koerslocaties in Vlaanderen.

ONLINE-AANBOD

- > Canvas.be bevatte achtergrondinformatie bij de televisieprogramma's. Sommige programma's (zoals *Hoera Cultuur!* en *Reyers laat*) konden herbekeken worden op de website.

Het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag van Canvas.be bedroeg 9.928 (-6,1% ten opzichte van 2013).



'Lichtfront was een herdenkingsuitzending over de frontlinie tijdens WOI.'

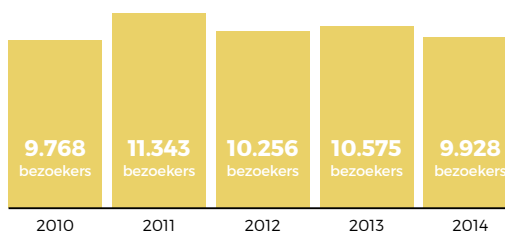


> Het blijft in de familie

- > Canvas had eind 2014 37,1% meer Facebook-fans (47.282) ten opzichte van eind 2013.
- > Het aantal Twitter-volgers van Canvas steeg tot 44.157 eind 2014 (+44,4% ten opzichte van eind 2013).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR CANVAS.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



KETNET

Kinderen groeien met Ketnet, en Ketnet groeit mee met kinderen



MISSIE

Ketnet speelt met een hedendaagse en creatieve mediabeleving in op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Kinderen groeien mee met Ketnet, en Ketnet groeit mee met de kinderen.

WAARDEN

De centrale waarden van Ketnet zijn: (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht.

Het aanbod van Ketnet stond in het teken van het optimaal bereiken van kinderen tot 12 jaar. Daarvoor hanteert het een 360°-aankpak met een complementair aanbod via televisie, online en evenementen.

Het televisienet bracht een mix van:

- > informatie (zoals *Karrewiet*)
- > cultuur (zoals *Mijn urban is top* en de uitzending van het theaterconcert *Amigos*)
- > educatie (zoals *Later als ik groot ben*)
- > avontuur (zoals *Helden*)
- > humor (zoals *Oma & Oma*)
- > quiz (zoals *Klaslokaal abnormaal*)
- > fictie (zoals *GoGoGo* en *Zingaburia*)
- > liveshows (zoals *Ketnet King Size*).

Ketnet had oog voor het diversiteitsthema in verschillende programma's (zoals de fictiereeks *Caps Club* en de uitzendingen van *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal*).

Voor de tienerreeks *D5R* werd samengewerkt met Awel en het Kinderrechtencommissariaat. Verschillende afleveringen werden exclusief op Ketnet.be aangeboden. Het bereik van de serie was online ongeveer even groot als via de televisie. *Kleine handen in een grote oorlog* was een televisiereeks over de Eerste Wereldoorlog. Voor en na elke aflevering gaven wrappers en een expert duiding. Ketnet.be besteedde aandacht aan de herdenking van de oorlog met het

onlineplatform *Kleine stappen in een grote oorlog*.

Later als ik groot ben (een samenwerking met het Agentschap Ondernemen) liet kinderen kennismaken met verschillende beroepen. *De blacklist* was een vervolg op *De checklist* (over wensen van kinderen) en realiseerde "onmogelijke" opdrachten.

Het gala van de gouden K's was een show met prijzen voor wie of wat in het afgelopen jaar in de media en showbizz het populairst was. Vlaamse kinderen bepaalden wie de winnaars waren. *Junior Musical* was een musical met muziek uit 10 jaar *Junior Eurosong*, waarvoor Ketnet aandacht had. Kinderen konden deelnemen aan regionale kandidatenrondes voor het muziek-evenement. De weg naar de musical volgde Ketnet zowel online als op televisie (docusoap en tv-shows).

ONLINE-AANBOD

- > Ketnet.be bood naast toepassingen en spelletjes, een video-aanbod van de Ketnet-programma's. Ketnet verspreidde daarnaast videofragmenten via Youtube. Ketnet.be ondersteunde de mediawijsheid van kinderen door hun te wijzen op de mogelijkheden en gevaren van het internet en de sociale netwerken.

Broodje kaas



Urban is top!

Uit onderzoek van Apestaartjaren⁴¹ bleek dat Ketnet.be zelf het grootste sociale netwerk is in Vlaanderen voor kinderen tussen 9 en 12 jaar. In 2014 maakten meer dan 116.000 kinderen een Ketnetprofiel aan. Zo hadden eind 2014 443.000 kinderen een profiel op Ketnet.be.

- > Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Ketnet.be steeg in 2014 met 14,5% (ten opzichte van 2013) tot 35.665.
- > Eind 2014 had Ketnet op Facebook 41.194 fans (+242,9% ten opzichte van eind 2013).
- > Het aantal volgers van Ketnet op Twitter steeg tot 6.817 eind 2014 (+42,3% ten opzichte van eind 2013 (4.792 volgers)).

Ketnet lanceerde de *Kaatje van Ketnet*-app. De jongste kinderen konden met deze app spelletjes spelen op hun tabletcomputer.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KETNET.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

- > Voor *De move tegen pesten* (in samenwerking met Kies Kleur Tegen Pesten) deelden kinderen hun deelname via Ketnet.be mee. Ook
- > scholen konden zich inschrijven. Afbeeldingen en filmpjes van antipestacties werden op de website gedeeld. In de week van *De move tegen pesten* hadden de *wrap*, *Karrewiet* en *Karrewiet Plus* aandacht voor pesten en de gevolgen ervan. In een live-uitzending werd verslag gebracht van een antipest-evenement van Ketnet in Leuven.
- > Ketnet ondersteunde (in samenwerking met de stichting Kom op tegen kanker) *Kom op appels* (een actie in de strijd tegen kanker), o.a. met een lied.
- > *Iedereen mee, ook de jongsten* was een wedstrijd waarbij kinderen en hun ouders tickets voor het WK Voetbal konden winnen.
- > *Buitenspeeldag*: Op woensdag 2 april zonden de Vlaamse kinderzenders Ketnet, VTMK-ZOOM en Nickolodeon tussen 13 en 17 uur geen programma's uit. Ze wilden daarmee kinderen aanzetten om buiten te spelen.
- > Ketnet had verschillende eigen evenementen, zoals *Junior Musical*, de *GOGOGO Fandagen*, *De Galaxy Park Fandagen*, *De KetnetCup* en *De Checklistdag*. VRT Line Extensions organiseerde *Ketnet Carnaval*, *Ketnet Cup*, *Ketnet Halloween*, *Ketnet Kerst*, *De intrede van de Sint* en *De Kaatje Theatertour*.
- > Ketnet werkte mee aan een verkeersenquête van het BIVV. *Karrewiet* bracht een week lang extra reportages over de resultaten en veilig verkeersgedrag.



'Ketnet.be is het grootste sociale netwerk in Vlaanderen voor kinderen tussen 9 en 12 jaar.'

41 Een project van Mediaraven en Linc.

OP12

Specifiek aanbod voor jongeren, cultuur- en sportliefhebbers, buitenlanders in Vlaanderen en slechtzienden³⁴



De VRT had in haar beheersovereenkomst de opdracht gekregen om vanaf september 2012 stap voor stap programma's voor jongeren op VRT-Televisie aan te bieden. Die opdracht lag aan de basis van OP12. Gelet op andere opdrachten uit de beheersovereenkomst werd in 2014 op het kanaal van Ketnet na 20 uur een aanbod aangeboden voor jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, cultuur- en sportliefhebbers en slechtzienden. De programma's van OP12 werden relatief vaker herhaald dan die op de generalistische netten Eén en Canvas. Daardoor werd het bereik van de uitgezonden programma's ondersteund.

In de zomer van 2014 ging een nieuwe Vlaamse regering van start. In het regeerakkoord "Vertrouwen, verbinden, vooruitgaan" staat: "Het derde net zal nog uitsluitend gebruikt worden voor de ontkoppeling van Ketnet en Canvas." Als gevolg daarvan stopte OP12 op 1 januari 2015 met uitzendingen. Het kanaal van Ketnet werd sindsdien na 20 uur nog uitsluitend gebruikt als 'uitwijk- en servicekanaal' van Eén en Canvas.

In 2014 keken⁴³ in totaal 4.163.159 Vlamingen (of 70,1%) naar een uitzending van OP12.

⁴² De missie van OP12 was: "OP12 biedt ruimte voor een aanbod voor specifieke doelgroepen, om zo beter te connecteren met die doelgroepen en impact te hebben. OP12 geeft maatschappelijk hoog gewaardeerde programma's een plaats en is complementair aan het generalistisch aanbod van Eén en Canvas. OP12 kan de nodige tijd vrijmaken om kleine zaken groot te maken, om mensen hun verhaal te laten brengen, authentiek en integraal en om specifieke doelgroepen de welverdiende aandacht te geven."

⁴³ De centrale waarden van OP12 waren: tijd maken, verrassing en begeestering.
⁴³ Kijkers van vier jaar of ouder die minimum 10 minuten consecutief keken.

> Jongeren

OP12 zond twee avonden per week een aanbod voor jongeren uit.

Via het Carte Blanche-project konden zes jongeren onder begeleiding een eigen televisiemagazine *Boost* voor jongeren maken. Het programma had aandacht voor thema's uit de leefwereld van jongeren (zoals geloof, Vlaamse muziek, het studentenleven en internethypes). Alle content werd ook via de sociale media (zoals Youtube en Facebook) verspreid. Die werden ook ingezet om de interactie met kijkers te verhogen.

5000 vrienden ging op zoek naar het sociale karakter van de sociale media. De zomer van 2014 was een documentaire reeks over het leven van tien jongeren. De serie werd gefilmd door de jongeren zelf en door reporters.

Jong Vlaams film- en tv-talent toonde in *Push it* zijn creaties. Het programma bracht kortfilms, documentaires en animatiefilms. In *TV Lab* werden 'pilootafleveringen' van nieuwe programma's voorgesteld. De experimentele programmaformats werden gemaakt door jong Vlaams televisietalent, na een oproep van OP12. Kijkers konden via de *TV-Lab*-website hun favoriete format kiezen.

Testbeeld was een documentaire reeks die achter de schermen keek van evenementen

TV LAB



>
Boost



en gebeurtenissen (zoals een voetbalwedstrijd (vanuit het standpunt van een scheidsrechter), een dansvoorstelling in Japan en een paardenkoers).

Het jongerenaanbod bevatte buitenlandse reeksen (zoals *An Idiot Abroad*, *Real Humans*, *Dance Academy* en *My Mad Fat Diary*).

> **Buitenlanders in Vlaanderen**

Het magazine *Fans of Flanders* richtte zich op buitenlanders in Vlaanderen. Het werd uitgezonden in het Engels met Nederlandse ondertitels. De programma-items uit *Fans of Flanders* werden online aangeboden. (zie p. 26)

Een aantal VRT-reeksen werden uitgezonden met Engelse ondertitels: de fictiereeksen *In Vlaamse velden* en *Rang 1* en de documentaire reeksen *Brave Little Belgium* en *Ten Oorlog* (beide over de Eerste Wereldoorlog).

> **Slechtzienden**

In 2014 zond OP12 de fictiereeksen *In Vlaamse velden*, *De Ridder* en *Vriendinnen* uit met audiodescriptie. Door de extra informatie van de vertelstem konden slechtzienden de reeksen beter volgen. (zie p. 23)

> **Cultuur**

OP12 had aandacht voor cultuur. Zo werden in 2014 *de Koningin Elisabethwedstrijd* voor zang en *De Gouden Boekenuil* uitgezonden. Door samen te werken met MOOOV werden kortfilms aangeboden. Sommige cultuurprogramma's van Canvas, zond OP12 opnieuw uit, zoals *Hoera Cultuur!*.

Het muziekaanbod op OP12 speelde in op de behoefte van jongeren en cultuurliefhebbers. *De Tootssessies* bracht optredens van Vlaamse artiesten en muziekgroepen in de Tootsstudio van het Brusselse omroepgebouw. De *Radio 1-sessies* (zie p. 46) waren soortgelijke optredens vanuit de Marconi-studio. De muziekfestivals *Rock Werchter* en *Pukkelpop* werden live gevolgd op OP12. De *Club 69*-concerten waren concerten van Studio Brussel (met o.a. Stromae, Editors en Triggerfinger). De *Trix expat muziekessies* toonde de samenwerking tussen verschillende artiesten. OP12 bracht buitenlandse muziekdocumentaires zoals *Sonic Highways* en *Remembering Marvin Gaye*.

> **Sport**

OP12 bracht verslag uit van wedstrijden van kleine sporten: volleybal, basketbal, handbal, hockey, futsal, jumping, ropeskipping, rafting en wedstrijden van de Olympische Winterspelen (zoals skiën, bobsleeën en snowboarden). In 2014 keken in totaal 1.382.209 kijkers⁴⁴ naar kleine sporten op OP12.

OP12 werd als uitwijkmogelijkheid gebruikt voor sportevenementen die anders op Canvas uitgezonden worden maar die wegens de informatieopdracht (*Terzake*) anders niet live gebracht konden worden.



'In 2014 keken in totaal 4.163.159 Vlamingen naar een uitzending van OP12.'

⁴⁴ Kijkers van vier jaar of ouder die minimum 10 minuten consecutief keken.

2.3 Thematisch online-aanbod

BEZOEKERS VOOR ONLINE EN SOCIALE MEDIA

Gemiddeld surfden 735.390 unieke bezoekers per dag naar een van de VRT-websites, een stijging met 23,3% ten opzichte van 2013. Die toename is vooral het gevolg van het vaker mobiel raadplegen van het VRT-online-aanbod. 183.815 surfers per dag (of 25,0% van het totaal) deden dat via de smartphone (+88,0% ten opzichte van 2013), 122.612 (of 16,7%) via de tablet-pc (+67,5%) en 429.036 (of 58,3%) via de pc of laptop (+0,8%).

180.616.315 videofragmenten werden op de VRT-websites opgestart (+11,3% ten opzichte van 2013 (162.282.762 videofragmenten)).

AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VAN DE VRT-WEBSITES (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



De netten verspreidden content ook via de sociale media. Op die manier konden zij hun bereik ondersteunen en directe interactie met het publiek hebben. Samen hadden alle VRT-merken eind 2014 1.140.833 fans op Facebook (+44,5% ten opzichte van eind 2013) en 721.730 Twitter-volgers (+51,2%).⁴⁵

DEREDACTIE.BE

DEREDACTIE.BE

Deredactie.be werd uitgebreid met een "Livecenter". Op de startpagina van de nieuwssite werd in een permanente "stroom" de recentste informatie getoond. Dat kon gaan om artikelen, korte berichten, berichten van op de sociale media, foto's en videomateriaal. Alle nieuws dat bij de VRT binnenkomt, werd zo het eerst verspreid.

De nieuwssite had aandacht voor de Europese, federale en regionale verkiezingen (zie p. 67).

De VRT lanceerde een nieuwe mobiele versie van Deredactie.be. Dat ondersteunde de bereikbaarheid van het VRT-nieuwsaanbod.

Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Deredactie.be steeg tot 275.999 (+25,7% ten opzichte van 2013). Sommige gebeurtenissen en sommige berichten (waarnaar door andere nieuwssites gelinkt werd) zorgden voor extra bezoekers. Dat was het geval bij een fragment uit een *Panorama*-reportage over 'leven zonder suiker' (402.620 keer werd het videofragment gestart). Op de dag van de verkiezingen voor de Europese, federale en regionale parlementen (25 mei) bezochten 778.758 unieke bezoekers Deredactie.be.

De VRT-nieuwsdienst plaatste ook nieuwsberichten op de sociale media. Het aantal Facebook-fans van de Deredactie.be steeg eind 2014

tot 130.992 (+130,6% ten opzichte van eind 2013 (56.816 fans)). Eind 2014 had de nieuwssite 168.720 volgers op Twitter (+47,5% ten opzichte van eind 2013 (114.398 volgers)).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR DEREDACTIE.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



COBRA.BE

Cobra.be fungeerde als onlinecultuurplatform bij de culturele agenda.⁴⁶ De website bracht journalistieke teksten en audio- en videofragmenten van actuele cultuurbijdragen op radio en tv en uit het VRT-archief. De website bood eigen reportages over cultuurevenementen en -projecten. (Die reportages vormden samen het wekelijkse Canvas-programma *Hoera Cultuur!*.) Cobra.be bracht zelf ook content afkomstig van culturele partners (bijvoorbeeld Kunstenfestivals en December Dance). Verschillende keren waren er livestreams van cultuurevenementen, o.a. van de uitreiking van de filmprijzen op het Filmfestival van Oostende en van de persvoorstelling over de stand van zaken over

⁴⁵ Opmerking: dat zijn geen unieke fans/volgers. Een fan/volger voor een VRT-merk kan dat ook zijn van een ander VRT-merk.

⁴⁶ Informatie van Cobra.be was ook te raadplegen via de videozone-app voor mobiele toestellen, via digitale televisie en (overdag) in de nieuwsrolkrant op Canvas.



de restauratie van het Lam Gods.

De gidsfunctie van Cobra.be bestond o.a. uit recensies en waarderingen van nieuwe films, boeken, cd's en theatervoorstellingen. Met de "Uit in Vlaanderen"-agenda kon eenvoudig gezocht worden in het actuele cultuuraanbod. Het aanbod van Cobra.be was beschikbaar voor publicatie op platformen van partners.

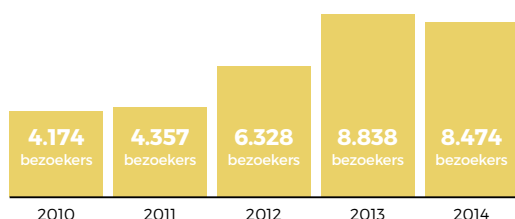
De mediagebruiker kon deelnemen aan interactieve projecten en evenementen van Cobra.be, zoals:

- > *Kunst uit de kast*: Kunstenaars (zoals fotografen, schilders, filmmakers, performers en beeldhouwers) konden hun eigen beeldende kunstproject insturen. Uit de 670 inzendingen werden 27 kunstenaars geselecteerd. Zij kregen een virtuele galerij op Cobra.be en konden hun werk presenteren op een tentoonstelling in Museum M (Leuven).
- > *Cobra's Boekentop 50*: Naar aanleiding van de Boekenbeurs van Antwerpen konden surfers hun favoriete boeken kiezen. De actie liep in samenwerking met De Standaard, het Vlaams Fonds voor de Letteren, Iedereen Leest WPG en VBKu.
- > In samenspraak met het Departement voor Cultuur, Sport, Jeugd en Media zorgde Cobra.be voor elke laureaat van de Prijs voor de Culturele Verdienste van de Vlaamse Regering een onlinedossier met archiefmateriaal en aandacht voor de prijsuitreiking.

Cobra.be bereikte dagelijks gemiddeld 8.474 unieke bezoekers (een daling met 4,1% ten opzichte van 2013). Bij *Cobra's Classic Battle* bereikte het cultuurplatform extra bezoekers (22.373). Het aantal Facebook-fans van Cobra.be steeg eind 2014 tot 30.811 (+23,3% ten opzichte van eind 2013 (24.981 fans)). Het aantal Cobra-volgers op Twitter steeg eind 2014 tot 5.106 (+28,5% ten opzichte van eind 2013 (3.972 volgers)).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR COBRA.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



SPORZA.BE

Sporza.be bracht informatie en achtergrond bij de sportgebeurtenissen in binnen- en buitenland. Het Match Center informeerde continu over de gebeurtenissen van sportwedstrijden die bezig waren. Verschillende wedstrijden (zoals voetbal-, volleybal- en wielervedstrijden) werden live gestreamd. Sporza.be verwees naar websites van andere organisaties en media indien dat relevant was. Sporza was ook aanwezig op de sociale media.

Naar aanleiding van het WK Voetbal lanceerde de VRT een mobiele app met achtergrondinformatie, wedstrijdverslagen en uitslagen bij de wedstrijden. Na het WK werd de app aangepast en uitgebreid tot een Sporza-app (voor alle sportinformatie).

Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Sporza.be steeg met 29,6% (ten opzichte van 2013) tot 276.117. Tijdens het WK Voetbal nam het aantal bezoekers toe, vooral bij de speeldagen van de Rode Duivels (zoals op 1 juli (wedstrijd België-Verenigde Staten) met 715.565 unieke bezoekers).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR SPORZA.BE (2010-2014)

BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



'Op de verkiezingsdag bezochten 778.758 bezoekers Deredactie.be.'



2.4 Teletekst/digitekst

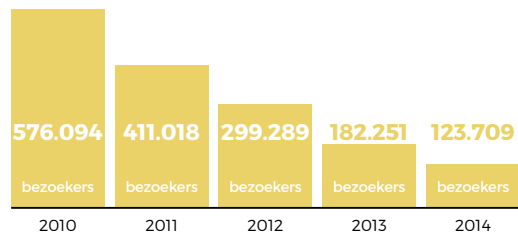


Informatie over nieuws, cultuur, wetenschappen, sport en ontspanning was te vinden via VRT-Teletekst en via Digitekst (op digitale televisie). Ook online (via Een.be/tt) en op mobiele toestellen was Teletekst te raadplegen.

Het aantal gebruikers van VRT-Teletekst nam verder af tot gemiddeld 123.709 Vlamingen per dag (-32,1% ten opzichte van 2013). Naar de internetversie surfden per dag gemiddeld ongeveer 20.000 bezoekers (vergelijkbaar met 2013).

EVOLUTIE VAN HET AANTAL TELETEKST-BEZOEKERS VIA EÉN, CANVAS, KETNET EN OP12 PER DAG (2010-2014)

BRON: CIMIGFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



Opmerking: Voor 1 mei 2012 bestond OP12 niet. Bijgevolg zijn de cijfers van 2010 en 2011 voor Eén, Canvas en Ketnet samen. De cijfers van 2012, 2013 en 2014 zijn voor Eén, Canvas, Ketnet en OP12 samen.

2.5 Mobiel aanbod



De mediagebruiker raadpleegde vaker mobiele toestellen (tabletcomputers en smartphones) dan voorheen. Om in te spelen op de 'mobiele behoefte' van de gebruiker, zorgde de VRT er stap voor stap voor dat haar online-aanbod gebruiksvriendelijk te raadplegen is op mobiele toestellen.

- > Het aantal smartphone- en tabletgebruikers van het VRT-internetaanbod steeg met respectievelijk 88,0% en 67,5% op maandbasis. Eind 2014 gebeurde ongeveer 45% van de bezoeken aan de VRT-sites via een mobiel toestel.
- > Eind 2014 was het aantal bezoeken aan een VRT-website met een smartphone gestegen tot 27,3% op maandbasis (ten opzichte van 19,1% eind 2013). Van alle bezoekers aan Sporza.be deed maandelijks 35,0% dat via een smartphone (ten opzichte van 26,6% eind 2013). Bij Deredactie.be steeg dat aandeel tot 25,1% (ten opzichte van 16,8% eind 2013). Bezoekers van het online-aanbod van Eén raadpleegden relatief vaker (15,2%) hun smartphone dan bezoekers van de andere televisienetten. StuBru.be (28,9%) en MNM.be (26,4%) werden relatief vaker geraadpleegd met een smartphone dan de andere radiowebsites.



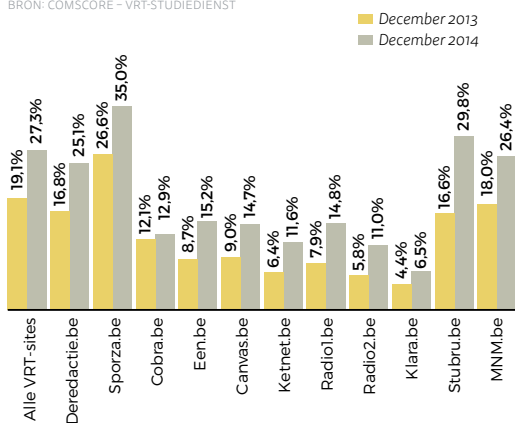
- > In 18,0% van de bezoeken aan een VRT-website gebeurde dat eind 2014 (op maandbasis) met een tabletcomputer (ten opzichte van 15,4% eind 2013). De websites van de VRT-televisienetten werden relatief vaker op die manier bekeken dan de andere VRT-websites. Voor Een.be was dat in 26,1% van de bezoeken. Bij Canvas.be was dat 18,1% en bij Ketnet.be: 31,8%. Van alle VRT-radionetten werd Radio2.be (17,6%) relatief het vaakst met een tabletcomputer geraadpleegd.



'De VRT lanceerde een mobiele Sporza-app.'

EVOLUTIE AANDEEL SMARTPHONEGEBRUIKERS TEN OPZICHTE VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN EEN VRT-SITE (GEMIDDELD PER MAAND) (IN%) (DECEMBER 2013 - DECEMBER 2014)

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST



VRT-APPS



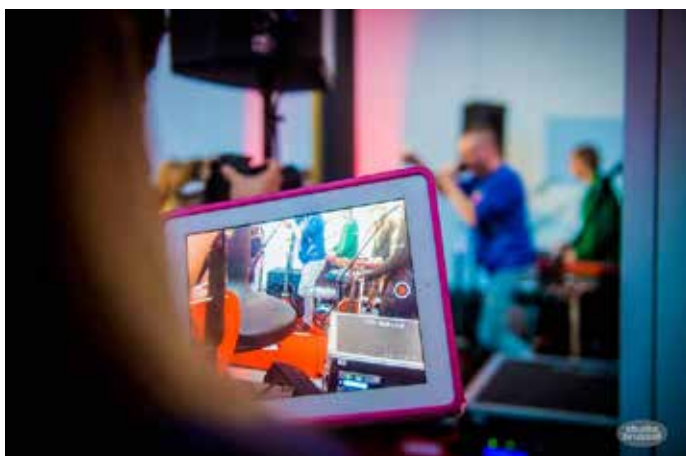
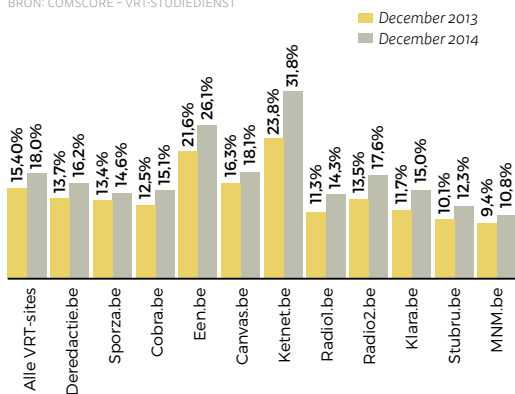
De VRT lanceerde in 2014 nieuwe apps die vallen onder de openbare omroepopdracht:

- > de *Kaatje van Ketnet*-app (iOS en Android) met spelletjes met Kaatje-personages;
- > de *Radioplus*-app (iOS en Android): een onlineradiospeler van VRT (zie p. 35);
- > de *Sporza*-app (iOS en Android) met liveupdates van verschillende sportcompetities (zoals voetbal, wielrennen en zandsporten), video en nieuwsberichten.

In 2014 lanceerde VRT Line Extensions geen nieuwe apps als een commerciële afgeleide van een programma.

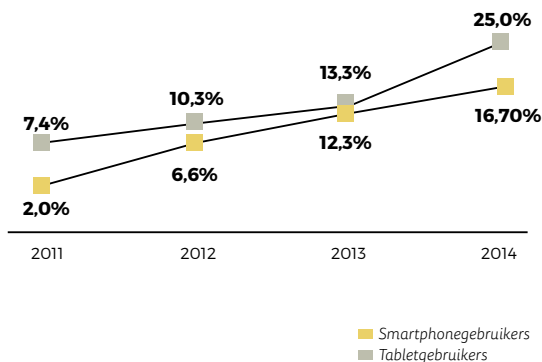
EVOLUTIE AANDEEL TABLETGEBRUIKERS TEN OPZICHTE VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN EEN VRT-SITE (GEMIDDELD PER MAAND) (IN%) (DECEMBER 2013 - DECEMBER 2014)

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST



EVOLUTIE AANDELEN SMARTPHONE- EN TABLETGEBRUIKERS TEN OPZICHTE VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN DE VRT-SITES (GEMIDDELD PER MAAND) (IN%) (2011-2014)

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST



2.6 Nieuws, Cultuur, Sport, Educatie



Vranckx in Niemandland (Canvas)

NIEUWS

Alle netten en mediaplatformen dragen bij in de uitvoering van de informatieopdracht van de VRT. Zo had Eén tijdens weekdays bijna 100 minuten per dag aan nieuwsuitzendingen, Radio 1 bijna twee uur en Radio 2 ruim twee uur (door het regionaal ontkoppeld aanbod).

NIEUWSUITZENDINGEN PER DAG EN PER NET IN 2014
(GEMIDDELD IN MINUTEN PER DAG)

NET(*)	Weekdagen	Zaterdag	Zondag
Eén	99	87	80
Canvas (**)	36	11	11
Ketnet	25	31	17
Radio 1	116	102	101
Radio 2 (***)	125	95	99 (****)
Klara	101	68	74
Studio Brussel	68	57	57
MNM	83	70	70

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

(**) DE VOLLEDIGE UITZENDING VAN TERZAKE VAN MAANDAG TOT EN MET VRIJDAG. DE UITZENDING VAN HET JOURNAAL VAN 20 UUR IN HET WEEKEND. EXCLUSIEF HET 100"-NIEUWS.

(***) REGIONALE NIEUWSUITZENDINGEN INBEGREPEN

(****) OP FEESTDAGEN: 109 MINUTEN

BRON: VRT-STUDIEDIENST

EXTRA INITIATIEVEN

- > De nieuwsdienst zond op radio en televisie extra live-uitzendingen uit, zoals bij de dood van Jean-Luc Dehaene, Leo Tindemans en koningin Fabiola, het bezoek van president Obama aan België en de herdenking van 70 jaar landing in Normandië.
- > Door syndicatie (zie p. 28) werden de video-beelden van de VRT-nieuwsdienst ook via andere Vlaamse nieuwssites verspreid.
- > *Fact checker* startte, in aanloop van de Europese, federale en regionale verkiezingen, als een rubriek in *De ochtend* (Eén), in het verkiezingsprogramma *Het beloofde land* (Eén) en op *Deredactie.be*. Beweringen van politici werden door de VRT-nieuwsdienst op hun waarheidsgehalte onderzocht. Nadien werd het initiatief voortgezet, o.a. in *De zevende dag* (Eén).
- > Radio 2 Antwerpen startte in 2013 met een proefproject om regionaal nieuws ook via Twitter te verspreiden. Na een positieve evaluatie werd deze verspreidingsmethode in 2014 door de andere regionale redacties overgenomen.
- > Radio 2 Limburg startte met een netwerk van contactpunten in diverse gemeenschappen om sneller te berichten over onderwerpen uit die bevolkingsgroepen.
- > De duidingsprogramma's van Radio 1 werkten voor verschillende uitzendingen samen



< Allah Guerre
(over Belgische
Syriëstrijders)
- Panorama
(Canvas)

met het middenveld: een thema-uitzending van *Vandaag* over 50 jaar migratie (partner: De Centrale), een "Onderwijsweek" over diverse onderwijsthema's van *De ochtend* (samen met vijf scholen) en thema-uitzendingen van *De ochtend* over de toekomst van de landbouw in Vlaanderen (partners: Boerenbond) en naar aanleiding van de Dag van de ondernemer van Unizo.

- > Deredactie.be kreeg een Live Center (zie p. 60).
- > De mobiele versie van Deredactie.be werd vernieuwd.

DEREDACTIE.BE

De nieuwswebsite van de VRT (Deredactie.be) bevat audio- en videofragmenten en tekstberichten.

Deredactie.be bood op vaste basis livestreaming aan bij *De ochtend* (Radio 1), *Het journaal van 13 uur* (Eén), *Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (Eén) en *Villa Politica* (Canvas). Dat gebeurde ook bij evenementen en nieuwsgebeurtenissen, zoals bij de toespraak van president Obama in de Bozar, de presentatie van de regeerverklaring van de Vlaamse regering bij haar aantreden, *Lichtfront* (de huldiging van oorlogsslachtoffers) en verschillende verkiezingsdebatten.

AANDACHT VOOR HET BUITENLAND

VRT Nieuws had aandacht voor de gebeurtenissen en maatschappelijke evoluties in het buitenland. Die berichtgeving werd ondersteund met eigen verslaggeving van correspondenten in het buitenland. Enkele televisieprogramma's

HET BEREIKEN VAN JONGEREN

De VRT heeft de opdracht om informatie te bieden aan iedereen in Vlaanderen. Ook aan jongeren.

- > MNM en Studio Brussel hebben eigen nieuwsbulletins. Nieuwsberichten zijn op deze netten qua vorm en inhoud aangepast aan jongeren. Op MNM daalde het aantal luisteraars dat tijdens de nieuwsuitzendingen afhaakt met 8% (2014 ten opzichte van 2011), op Studio Brussel met bijna 40%. MNM was de belangrijkste Vlaamse nieuwsbron voor jongeren.
- > MNM breidde zijn nieuwsaanbod sinds 2014 uit door in de avondspits "op het halfuur" ook duiding te geven.
- > Ninja-nieuws bood korte nieuwsvideo's via Twitter, Snapchat, Instagram, Youtube en Facebook. In het najaar werden de Ninja-video's ook verspreid via de pagina's van MNM op de sociale mediaplatformen. Daardoor vergrootte het bereik van het Ninja-nieuws sterk. De berichtgeving werd verzorgd door de VRT-nieuwsdienst.
- > De VRT experimenteerde met een nieuws-app voor jongeren. NUUUS bood nieuwsberichten op maat van jongeren, in combinatie met ludieke filmpjes.
- > Ook via *Het Journaal* informeerde de VRT jongeren. *Het Journaal Laat* was daarbij belangrijk omdat het uitzendtijdstip aansloot bij de mediabehoefte van jongeren op dat moment en wegens het kortere format (met kortere nieuwsitems en andere nieuwskeuzes).





Karrewiet
op reportage



hadden exclusief aandacht voor het buitenland, zoals de reportageprogramma's *Vranckx* (Canvas) en *Login* (Canvas). *Villa Politica Europa* (Canvas) had een keer per maand aandacht voor de debatten in het Europees Parlement.

VRT Nieuws werkte samen met andere omroepen. Voor buitenlandse verslaggeving werd een beroep gedaan op NOS-correspondenten. VRT-reportages/beelden uit eigen land werden ter beschikking gesteld van regionale en buitenlandse omroepen (o.a. via EBU) (bijvoorbeeld beelden⁴⁷ van de begrafenis van koningin Fabiola).

Het Steunpunt Media publiceerde in het voorjaar de resultaten van een onderzoek over buitenlandverslaggeving in de nieuwsuitzendingen van VRT en VTM. De belangrijkste vaststelling was dat de nieuwsuitzendingen steeds minder focussen op berichten die puur binnenlands nieuws bevatten. (In 57% van de items van *Het journaal van 19 uur* in 2013 werd een link gelegd met het buitenland.)

Het beschikbare buitenlandbudget binnen VRT Nieuws wordt geheroriënteerd. De vaste correspondentiebureaus in Peking en Washington worden na 2014 niet voortgezet maar vervangen door pop-up-correspondenten. Het doel is het buitenlandaanbod "gevarieerder en evenwichtiger" te maken, waardoor meer aandacht kan worden besteed aan andere regio's in de wereld en een meer thematisch aanbod gebracht kan worden.

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

VRT Nieuws streefde ernaar om te informeren op een objectieve en toegankelijke manier. In de duidingsprogramma's werden nieuwsgebeurtenissen en maatschappelijke evoluties in binnen- en buitenland toegelicht.

Door middel van onderzoeksjournalistiek bracht *Panorama* (Canvas) 13 eigen reportages, onder andere over Belgische Syriëstrijders (*Allah Guerre*), pleegzorg (*Kind zoekt pleeggezin*) en de prijszetting van voeding (*De prijs van goedkoop eten*). Ook in het consumentenmagazine *Volt* (Eén, bijvoorbeeld over de brandveiligheid van studentenkamers), *Koppen* (Eén, bijvoorbeeld over de beveiliging van databanken van openbare instellingen) en in de duiding van Radio 1 (bijvoorbeeld over geheime akkoorden tussen begrafenisondernemers en ziekenhuizen) kwamen onderzoeksjournalistiek en diepgravende reportages aan bod.

⁴⁷ De opnames van de begrafenis van koningin Fabiola kwamen tot stand in coproductie met RTBF Medialaan en RTL.



VERKIEZINGEN 2014



VRT Nieuws volgde de Europese, federale en regionale verkiezingsstrijd op de voet. Alle netten en mediaplatformen werden daarbij ingezet.

- > De foto van Vlaanderen was een onderzoek bij 3.000 Vlamingen waarbij gepeild werd naar de maatschappelijke prioriteiten. De resultaten werden gebruikt in de verkiezingsprogramma's van de VRT.
- > Factcheck14 checkte beweringen van politici. De rubriek kwam aan bod in het verkiezingsaanbod van Eén, Radio 1 en Deredactie.be.
- > Iedereen kon online zijn eigen stemprofiel leren kennen. De stemtest kwam tot stand in samenwerking met Universiteit Antwerpen, Université Catholique de Louvain, Het Nieuwsblad, RTBF, La Libre Belgique en Paris Match.¹
- > Voor Rekening 14 werkte de VRT-nieuwsdienst samen met De Tijd, De Standaard en KULeuven. Het project berekende de kosten en de gevolgen van programmavoorstellen van de politieke partijen.
- > Het journaal (Eén) volgde de verkiezingsstrijd en de politieke ontwikkelingen. Vier zondagen stond De zevende dag (Eén) in het teken van de verkiezingen. Het beloofde land (Eén) gaf duiding bij de partijprogramma's en debatteerde met politici. In Zijn er nog vragen? (Eén) moesten politici antwoorden op vragen van Vlamingen.
- > Terzake14 (Canvas) onderzocht de standpunten van de partijen en de resultaten van de regeringen en debatteerde daarover met politici en experts. Villa Politica (Canvas) evalueerde in drie afleveringen de werking van de

verschillende parlementen.

- > In Karrewiet (Ketnet) kregen kinderen uitleg bij de verkiezingen en het belang ervan voor de samenleving. In het jongerenprogramma Boost moesten politici stellingen over jongerenthema's beantwoorden.



- > Radio 1 zond vier weken De ochtend, Hautekiet, Brussel Centraal en Vandaag uit vanuit het Radio 1-Kiescafé in het Centraal Station van Brussel. De ochtend en Vandaag gaven verkiezingsnieuws en interviewden politici. In Hautekiet konden de luisteraars hun mening geven over de verkiezings-thema's. Brussel Centraal focuste op de resultaten van De foto van Vlaanderen. Het Radio 2-programma 5 voor 12 interviewde politici die meededen aan de verkiezingen. De regionale redacties van Radio 2 volgden voor Start je dag en Avondpost de verkiezingscampagnes en belichtten de belangrijkste maatschappelijke en socio-economische dossiers uit de regio. De Klara-programma's Espresso, Pompidou en Trio hadden aandacht voor de verhouding tussen kunst en politiek. De culturele boegbeelden uit verschillende partijen werden geïnterviewd. In MNM Generation SteM debatteerden jonge luisteraars met jonge politici. De grote Peter Van De Veire Ochtendshow interviewde jonge politici. Planeet De Cock testte de kennis van de luisteraars over de verkiezingen. Met Byloot naar het stembureau gidste

de luisteraar van Studio Brussel door de verkiezingscampagne. Elke dag waren er twee politieke gasten in de uitzending.

- > Op het evenement Jong Gewild in het Vlaams Parlement toonden jongeren de resultaten van de verkiezingsprojecten De Schoonmoeder aller Verkiezingen en Helden van Later. Het evenement werd live gestreamd op Deredactie.be en MNM.be. Ook OP12 maakt er een uitzending over.

Op de verkiezingsdag zelf volgde Eén de hele dag de gebeurtenissen (met uitslagen, toespraken, duiding en debat). Radio 1 volgde de verkiezingsdag vanaf 13 uur tot middernacht. Radio 2 en MNM hadden eigen programma's met verkiezingsnieuws en uitslagen. Studio Brussel bracht geregeld updates van het verkiezingsnieuws. Deredactie.be bracht al het nieuws van de verkiezingsdag, een uitslagentool en de livestream van de verkiezingsuitzending op Eén.

Eén zond de dag na de verkiezingen extra journaals uit die ook via Deredactie.be gestreamd werden. De ochtend (Radio 1) bracht sfeerverslagen, reacties van politici en een analyse van de voorkeurstemmen. In Extra Vandaag (Radio 1) werd verslag uitgebracht over het einde van de partijbesturen. Vandaag bracht een debat met vier krantencommentatoren. Start je dag (Radio 2) had gesprekken met winnaars en verliezers uit de eigen regio. Terzake14 had een debat met de voorzitters van de zes grootste Vlaamse partijen.

Met alle verkiezingsprogramma's samen bereikte VRT-Televisie bijna 4 miljoen Vlamingen. Deredactie.be bereikte op de verkiezingsdag 778.543 unieke bezoekers.

48 PVDA en Piratenpartij waren niet opgenomen in de Stemtest. Deze partijen dienden daarom elk een klacht in bij de Vlaamse Regulator voor de Media. Die verklaarde beide klachten onontvankelijk.



DEONTOLOGISCH KADER, KWALITEIT EN OPLEIDINGEN

De VRT-nieuwsdienst hanteert een eigen deontologische code. De journalisten passen die toe. Om deontologische fouten te voorkomen, werden workshops deontologie georganiseerd.

De VRT-nieuwsdienst bleef investeren in kwaliteit. Medewerkers van de nieuwsdienst volgden daarom diverse opleidingen, zoals over het vertellen van verhalen (storytelling). Regelmatig werden interne of externe sprekers uitgenodigd om hun visie te delen over onderwerpen (m.b.t. journalistiek). De medewerkers van VRT Nieuws namen deel aan een themadag Nieuws 2020. Daarbij gaven gastsprekers hun visie over het “nieuws van de toekomst”.

De VRT-nieuwsdienst deed inspanningen voor het verbeteren van de diversiteit in zijn programma's. Programmamakers en eindredacteuren werden gesensibiliseerd om meer vrouwelijke en allochtone actoren in de programma's te krijgen. Journalisten wisselden de namen van experten met een migratieachtergrond uit. Indien voorhanden, werd videomateriaal over experten toegevoegd aan het expertenbestand.

Per dag keek gemiddeld 70,6% van de VRT-kijkers (2.011.960 mensen) naar een journaal of een duidingsprogramma (norm: 60%). Dat komt neer op 33,9% van alle Vlamingen die ten minste 4 jaar oud zijn.

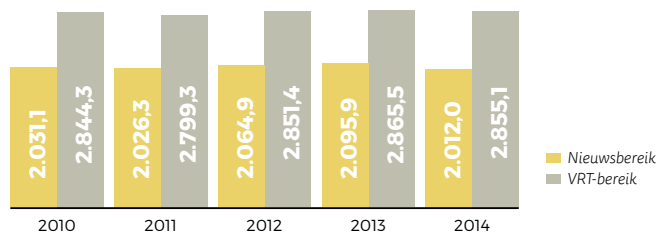
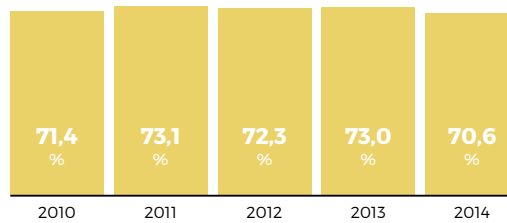
De VRT-radionetten bereikten per dag 95,0% van alle VRT-luisteraars met hun nieuwsbulletins (norm: 80%). Dat is 50,4% (2.746.425 luisteraars)

van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn. Naar de nieuwsuitzendingen op MNM en Studio Brussel luisterden respectievelijk 545.598 en 638.796 luisteraars. Naar het nieuws op deze jongerenzenders luisterde m.a.w. 43,1% van het totaal aantal luisteraars van een nieuwsuitzending.

BEREIK NIEUWSAANBOD

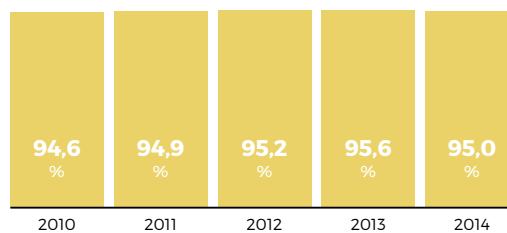
GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN DE VRT-TELEVISIEJOURNAALS EN DUIDINGSPROGRAMMA'S (IN DUIZENDTALLEN), GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN HET VRT-TELEVISIE-AANBOD EN PERFORMANTIE (= AANDEEL (IN%) VAN HET NIEUWSDAGBEREIK IN HET TOTAAL VRT-TELEVISIEBEREIK) (2010-2014)

BRON: CIMIGFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



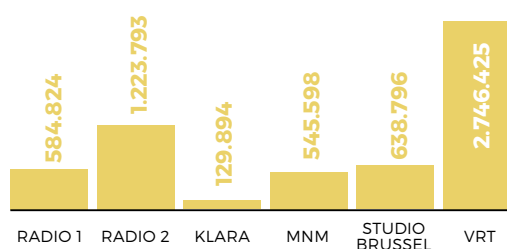
EVOLUTIE NIEUWSPERFORMANTIE VRT-RADIO (= AANDEEL BEREIK VAN DE NIEWSBULLETINS OP VRT-RADIO TEN OPZICHTE VAN BEREIK VAN VRT-RADIO) (2010-2014) (IN%)

BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



GEMIDDELD DAGBEREIK VAN ALLE NIEUWSUITZENDINGEN PER VRT-RADIONET IN 2014

BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST





Brave Little
Belgium

CULTUUR

De VRT informeert haar mediagebruikers over cultuur in Vlaanderen en daarbuiten. De omroep is zelf ook de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstenaarsaanbod in Vlaanderen en partner van culturele organisaties. Daardoor ondersteunt de VRT de eigenheid, diversiteit en rijkdom van cultuur in Vlaanderen.

GROOTSTE CULTUURPRODUCENT VAN VLAANDEREN

Elk VRT-net had, op maat van zijn mediagebruikers, redactionele aandacht voor cultuur⁴⁹. Dat gebeurde onder andere in 'hybride programma's' ter ondersteuning van het bereik (zoals het praatprogramma *Café Corsari* (Eén), *De Madammen* (Radio 2) en *De bende van Annemie* (Radio 1)).

De nieuws- en duidingsprogramma's hadden aandacht voor de cultuuractualiteit. Voor de duidingsprogramma's *De ochtend* en *Vandaag* zette Radio 1 culturele ambassadeurs in. Op vrijdag had *Vandaag* aandacht voor een cultureel evenement in het weekend. 639 unieke cultuuritems werden uitgezonden in de hoofdjournaals van Eén (*Het journaal van 13 uur, 19 uur en 22.15 uur*) (norm: 200). De duidingsprogramma's op Eén en Canvas brachten 412 cultuur- en media-items (geen norm).

In specifieke programma's op de diverse netten stond cultuur centraal. Enkele voorbeelden:

- > *Bar du matin* (Radio 1) bevatte enkel cultuuritems. Geregeld zond het live uit vanuit een cultuurhuis of een culturele instelling.
- > In *Touché* (Radio 1) was wekelijks een centrale

(vaak culturele) persoon te gast. Elk aflevering was er aandacht voor bijvoorbeeld boeken, muziek, theater of film.

- > *Pompidou* (Klara) bevatte (van maandag tot en met donderdag) lange gesprekken met kunstenaars.
- > *Belmondo* (Klara) gidste de luisteraar door het zomerse cultuuraanbod in ons land.
- > *Espresso* (Klara) bracht het culturele nieuws van de dag. Het programma had aandacht voor film, klassieke concerten en opera's. Het concertleven kwam ook aan bod in *Maestro* (Klara) en *Boetiek klassiek* (Klara).
- > In *All Areas* (Studio Brussel) werden de zomerfestivals gevolgd.
- > *Generation M* (MNM) had aandacht voor de leefwereld van jongeren, o.a. op het vlak van cultuur.
- > Eén zond concerten uit van klassieke muziek (zoals het Kerstconcert in het Koninklijk Paleis) en andere muziek (zoals *Nekkanacht*).
- > Ketnet had op verschillende manieren aandacht voor cultuur, zoals in *Kapitein Winokio* (over muziek) en in *Sprookjesboom* (over het culturele erfgoed van sprookjes).

Canvas zond verschillende cultuurprogramma's uit. *Hoera Cultuur!* had aandacht voor de culturele actualiteit. *De Canvasconnectie* bracht portretten van kunstenaars. 28 nieuwe documentaires over kunst en cultuur werden door Canvas uitgezonden (norm: 15). *Atelier de Stad* bracht het verhaal achter een stad. De reeks werd voorafgegaan door een *Week van de Stad* (met documentaires en films over stedelijke ontwikkelingen en gesprekken met gasten). *Belpop* bracht zes muziekportretten. *Man over boek* had aandacht voor een variëteit van onderwerpen die bij boeken komen kijken. Canvas participeerde in Vlaamse auteurdocumentaires. Verschillende werden gemaakt in coproductie met het VAE, zoals *De Applausman* (een documentaire



'De hoofd-
journaals
zonden
639
unieke
cultuur-
items uit.'

⁴⁹ De coördinatie van de aandacht van de netten voor cultuur gebeurde binnen het de Centrale CultuurCel. Wekelijks stemden de netten hun plannen m.b.t. culturele onderwerpen op elkaar af. Verschillende partners kwamen op dit overleg hun cultuurproject voorstellen.



Groot Dictee der Nederlandse Taal

VRT ONDERSTEUNT DE CULTUURCREATIE EN -PARTICIPATIE

over een fictieve persoon die verslaafd was aan applaus) en de reeks *Brave Little Belgium* (over de Eerste Wereldoorlog in ons land). Het net zond 84 cinefiele films (norm: 52), 40 filmklassiekers en 7 kortfilms uit.

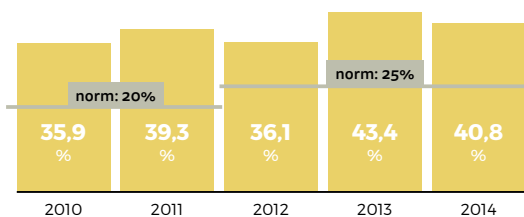
Cultuur kwam op OP12 aan bod, zoals in *Boost* (met muziekreportages over jonge muzikanten), concerten (zoals *De nacht van de Jazz*) en de rechtstreekse uitzending van *De Gouden Boekenuil*. *Push it* zond creaties uit van jong film- en tv-talent (kortfilms, documentaires en animatiefilms).

Met *Klara* (zie p. 44) en *Cobra.be* (zie p. 60) had de VRT twee kanalen die specifiek in het teken staan van kunst en cultuur.

Met haar culturele televisieprogramma's bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 40,8% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). De cultuurprogramma's kregen samen een waarderingscijfer van 8,1 op 10.

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE VRT-CULTUURPROGRAMMA'S (IN %) (2010-2014)
(NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)

BRON: CIMJGFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



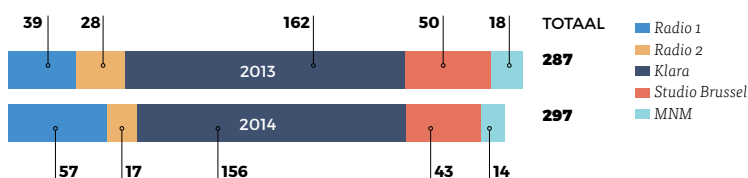
Op projectbasis werkte de VRT samen met culturele partners. Door een gecoördineerde aanpak van de VRT-netten ontstonden 10 crossmediale projecten (norm: 10): *De Grote Oorlog*, *Gedichtendag*, *Sax 200*, *Migratie 50 jaar*, *Moov*, *De Gouden Boekenuil*, *Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België*, *Film Fest Gent*, *Boekenbeurs Antwerpen* en *Iedereen Klassiek*.

Enkele voorbeelden:

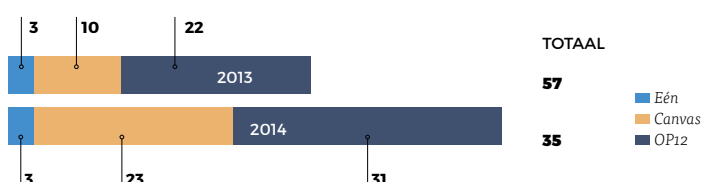
- > *Een thuis voor een beeld*: Radio 2 en de Provincie Oost-Vlaanderen promoten kunst in de openbare ruimte. In 2014 met het thema "Oorlog en Vrede".
- > *Kunst op komst* (Radio 2) was een wedstrijd waarbij hedendaagse kunst dicht bij het publiek werd gebracht.
- > *Klara in de Singel* (zie p. 45)
- > *De nieuwe lichtung* was een zoektocht van Studio Brussel naar jong muzikaal talent. Uit meer dan 600 inzendingen werden drie winnaars gekozen (*Folie Douce*, *Brihang* en *Amongster*).
- > *Start to DJ* (zie p. 46)
- > *MNM 1000 Rock your body* was een reeks met Vlaams muzikaal talent die live covers van hits brachten.
- > *De Recyclezer* was een rubriek op *Cobra.be* waarbij lezers hun ervaringen bij een literaire klassieker deelden. Het project liep in samenwerking met de onafhankelijke boekhandelaars.
- > *Kunst uit de kast* (zie p. 61)

De VRT stimuleerde de cultuurproductie in Vlaanderen ook door cultuurvoorstellingen te registreren voor uitzending op radio, televisie en online. Zij capteerde 287 concerten voor uitzending op de radionetten (norm: 200) en 57 voorstellingen en concerten voor uitzending op de televisienetten (norm: 10).

AANTAL CULTUURCAPTATIES PER NET OP VRT-RADIO



AANTAL CULTUURCAPTATIES PER NET OP VRT-TELEVISIE





SPORT

SPORZA – Deel de passie

2014 was een jaar met extra aandacht voor sport, o.a. door de Olympische Winterspelen en het WK Voetbal. Sportverslaggeving gebeurde in live-uitzendingen, samenvattingen en nieuwsuitzendingen op radio en televisie, teletekst, op Sporza.be en via de sociale media. In het sportaanbod was ruimte voor duiding en interviews. De hoofdjournaals van Eén bevatten een vast

sportblok. In het wekelijks sportmagazine (*Sportweekend* op Eén) kwamen 42 verschillende sporten⁵⁰ aan bod (norm: 30). Het *Sporza-radio-aanbod* (Radio 1) was even divers. Tijdens het voetbalseizoen gaf *Extra Time* (Canvas) wekelijks duiding bij het voetbal van het voorbije weekend.

Naast het “reguliere sportaanbod” zonden de VRT-netten nog andere programma's over sport uit. De reeks *Karakters* (Canvas) bevatte interviews met sportpersoonlijkheden. Tijdens de Ronde van Frankrijk zond Eén *Vive le vélo* uit, een talkshow (over wielrennen) voor een breed publiek.



OLYMPISCHE WINTERSPELEN



Van 6 tot 23 februari vonden in het Russische Sotsji de 22ste Olympische Winterspelen plaats. Canvas zond dagelijks *Sotsji 2014* uit, met live-verslaggeving, reportages, reacties en omkadering. De wedstrijden van de Belgische deelnemers en het alpineskiën werden live gebracht. OP12 zorgde elke dag voor een terugblik op de hoogtepunten van de Olympische dag. *De Journaals* brachten het nieuws over de Spelen. Radio 1 hield de luisteraars op de hoogte van de Olympische Spelen in de Sporzaprogramma's, de nieuwsbulletins en met rechtstreekse flitsen tijdens de reguliere programmering. Sporza.be bood drie livestreams: die van de Canvas-uitzendingen en twee extra livestreams met rechtstreekse beelden van andere competities. De sportsite gaf verslagen en uitslagen van elke race of wedstrijd.

De documentaire *De queeste naar Olympische perfectie* (Canvas) volgde schaatser Bart Swings bij zijn voorbereiding op de Olympische Winterspelen.

De documentaire *De queeste naar Olympische perfectie* (Canvas) volgde schaatser Bart Swings bij zijn voorbereiding op de Olympische Winterspelen.

De VRT zond nog andere programma's rond sportbeleving uit, zoals de quiz *De12de man* (Eén) en het reismagazine *Vlaanderen Vakantieland* (met daarin meerdere reportages over fiets- en wandelvakanties). In talkshows zoals *Café Corsari* (Eén) en *Hotel M* (Eén) kwamen bekende en minder bekende sporters over hun sport en passie getuigen. *Ook getest op mensen* (Eén) had aandacht voor gezonde leefgewoonten. Radio 2 en Eén waren mediapartners van het Gordelfestival.

SAMENWERKING

De VRT overlegde in 2014 met diverse sportfederaties en -organisatoren (zoals de basketbalfederatie en de wielerbond). In december werd op een overleg van de VRT met Bloso, Topsport

⁵⁰ American Football, atletiek, basketbal, bijarten, BMX, bobslee, boksen, formule 1, golf, g-sport, gymnastiek, handbal, hockey, ishockey, judo, korfbal, langlaufen, motorcross, motoGP, mountainbike, paardensport, rally, ropeskipping, rugby, schaatsen, skeeleren, skeleton, skiathlon, skiën, snowboarden, sprintbiathlon, tennis, trialbike, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, wielrennen, zaalvoetbal, zeilen en zwemmen.



WK VOETBAL

Het WK Voetbal 2014 vond plaats in Rio, Brazilië. Het sportevenement was het eerste grote internationale toernooi waaraan de Rode Duivels deelnamen sinds 12 jaar.

Alle wedstrijden werden live en integraal uitgezonden op Canvas (enkele wedstrijden van de Belgen⁵¹ werden op Eén uitgezonden). Dat kon niet bij wedstrijden die tegelijkertijd plaatsvonden. In dat geval werd de wedstrijd die niet op Canvas (of Eén) te zien was, wel live gestreamd op Sporza.be en live of uitgesteld uitgezonden op OP12. Elke dag was er de talkshow *Diabo* (Canvas/Eén) met gasten en voetbalexperten. *De journaals* en *Karrewiet* (Ketnet) brachten WK-nieuws. Het magazine *FIFA WK Voetbal 2014* (Eén) bracht wedstrijdverslagen en nieuws vanop het WK. *Copa Ketnet* bracht elke ochtend verslag uit van de wedstrijden en bood reportages over Brazilië. *Ketnetduivels* was een voetbalquiz op Ketnet. Kinderen konden het spel online meespelen op Ketnet.be. Radio 1 informeerde de luisteraars over de gebeurte-

nissen op het WK Voetbal in *Sporza Brasil* (tijdens de wedstrijden van de Rode Duivels live vanuit het Radiohuis in Leuven) en *Sporzacabana*. Supporters konden de uitzending bijwonen. *Karl & Kompany* (Radio 2) was een interview- en quizprogramma in het kader van het WK Voetbal. In *Studio Brasil* (Studio Brussel) stond de beleving van de Belgen in Brazilië centraal. Sporza.be bracht al het nieuws over het WK Voetbal. Elke match werd live gestreamd en van tekstcommentaar en statistieken voorzien. Een WK-app versloeg de wedstrijden in video- en tekstvorm. *Sporza WK Manager* was een onlinespel rond het WK Voetbal.

In aanloop van het WK Voetbal volgde de reeks *Ieder-een duivel* (Eén) de Rode Duivels vanuit het perspectief van verschillende personen.

Diabo
(Eén / Canvas)

Vlaanderen en de Vlaamse Sportraad het VRT-sportaanbod besproken en geëvalueerd.

De VRT werkte (met betrekking tot sport) samen met andere mediabedrijven, o.a. met:

> **RTBF:**

Voor het WK Voetbal werkte de VRT samen met de RTBF, o.a. voor wederzijdse technische ondersteuning en het uitwisselen van beelden. Ook voor de Memorial Van Damme werd productioneel en journalistiek samengewerkt. De samenwerking met de RTBF

werd nog uitgebreid voor de thuiswedstrijden van de Rode Duivels vanaf september 2014 en de wedstrijden van de Beker van België Voetbal (afwisselend verzorgden de VRT en de RTBF de captatie).

> **NOS:**

De VRT werkte productioneel samen met de NOS voor de verslaggeving over de Ronde van Frankrijk, de Wereldbeker schaatsen en het WK Voetbal.

> **SBS Belgium en Medialaan:**

overeenkomsten met betrekking tot "news access". Aan Medialaan werden ook accreditaties gegeven voor sportevenementen (o.a. voor het WK Voetbal).

⁵¹ De wedstrijd België-Verenigde Staten werd op 1 juli 2014 door 2.366.565 kijkers gevolgd (marktaandeel: 85,4%). De uitzending van de wedstrijd brak het record van het best bekeken tv-programma, dat sinds 2 maart 1997 op naam van Schalkse ruiters stond met 2.278.675 kijkers. Het aantal kijkers bereikte een piek om 23.48 uur, met 2.517.500 kijkers (91,9 procent marktaandeel).

- > **Regionale omroepen:**
overeenkomsten over het uitwisselen van beelden. Aan deze zenders werden accreditaties versterkt.
- > **RTL:**
een overeenkomst over productionele samenwerking voor de thuismatchen van de Rode Duivels (tot voor het WK Voetbal) en het Europaleague-voetbal. Met RTL Nederland werden beelden uitgewisseld voor het voetbalmagazine *Extra time* (Canvas).
- > **Telenet:**
een overeenkomst over het uitwisselen van beelden van buitenlands voetbal, de Cofidis Cup, de Europaleague, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels, Formule 1, WK Hockey en EK Basketbal.
- > **Belgacom:**
een overeenkomst over het uitwisselen van beelden van buitenlands voetbal en de nationale basketbalcompetitie.



'In Sportweekend kwamen 42 sportsoorten aan bod.'



VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was in 2014 host broadcaster van de Vlaamse wielerklassiekers, de Memorial Van Damme, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels (samen met RTBF en RTL), de wedstrijden van de Vlaamse voetbalclubs in de Europaleague, de wedstrijden van de Vlaamse volleybalclubs in de Champions League en de wedstrijden van de World League Volleybal voor vrouwenteams.

KWALITEIT EN DEONTOLOGIE

Het deontologische en beroepsethische kader van sportverslaggeving bij de VRT is 'specifiek' te noemen. De sportbijdragen in de nieuwsuitzendingen vallen onder de deontologische code van de VRT-nieuwsdienst. Voor de andere sportprogramma's werkt de sportredactie volgens het programmacharter.

Medewerkers van de sportdienst namen in 2014 deel aan een workshop beroepsethiek.

De kwaliteit van het sportaanbod werd dagelijks opgevolgd door de sportredactie. De netmanagers en de sportdienst stuurden, indien nodig, het aanbod bij.

EDUCATIE

De VRT-netten brachten wetenschaps- en educatieve programma's en items op maat van hun doelpublieken.

Radio 1 gaf informatie en duiding over wetenschappelijke onderwerpen in programma's zoals *Vandaag*, *Hautekiet*, *Interne keuken* en *Nieuwe feiten*. Op Klara kwamen kennis en wetenschap aan bod in programma's zoals *Espresso* en *Trio*. Radio 2 had in verschillende programma's geregeld een wetenschapsitem, zoals in *De inspecteur* en *De madammen*. MNM en Studio Brussel brachten wetenschappelijke onderwerpen in programma's zoals *Generation M* (MNM) en *Siska staat op* (Studio Brussel).

De nieuws- en duidingsprogramma's op Eén hadden aandacht voor actuele technologische en wetenschappelijke ontwikkelingen. Ook *getest op mensen* en *Volt* brachten wetenschappelijke thema's zoals over gezondheid en voeding. Historische onderwerpen (zoals 100 jaar Wereldoorlog I) kwamen aan bod in *Vlaanderen Vakantieland*, *1000 Zonnen*, *Het journaal* en *God in Frankrijk* (een reisreeks in aanloop van de Ronde van Frankrijk). *Missie Mosango* en *Flying Doctors* belichtten de gezondheidsproblematiek in derdewereldlanden. *Ooit komt het goed* (een zoektocht van jongeren naar een job) had aandacht voor de technische kennis bij sommige beroepen.

Canvas besteedde aandacht aan educatie en wetenschap in programma's zoals *De allerlaatste getuigen* (met gesprekken met getuigen van Wereldoorlog I), *Brave Little Belgium* (een reeks over België in de Eerste Wereldoorlog) en *Het Lichtfront* (een herdenkingsuitzending over de frontlinie in ons land in Wereldoorlog I). Geschiedenis kwam aan bod in *Het ijzeren gordijn* (een reeks naar aanleiding van 25 jaar einde aan de Oost-West-opdeling in Europa), *De memoires van Tindemans* (over een deel van de Belgische geschiedenis) en *Alaturka* (over 50 jaar Turkse immigratie in Gent). De documentaire reeks *Atelier de stad* belichtte aspecten van stadsontwikkeling.

Ketnet bracht in *Karrewiet* wetenschap en technologie op maat van kinderen. Daarbij ging aandacht naar actuele thema's, zoals migratie,



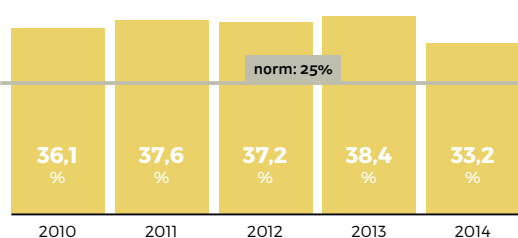
godsdienst en herdenkingen (zoals over de Eerste Wereldoorlog). In *Kaatje ontdekt de wereld* leerden kinderen de verschillen in gebruiken en culturen kennen.

Ook getest op mensen (Eén)

OP12 maakte ruimte voor experimentele televisie. In *TV Lab* werden nieuwe programma-formats voorgesteld. Met *Testbeeld* zette OP12 experimentele documentaires (over bijvoorbeeld een Vlaams dorpsfeest) in de kijker. *Fans of Flanders* maakte in de rubriek *Do you like Jos* de kijker wegwijs in buitenlandse gewoonten en tradities.

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE EDUCatieve VRT-PROGRAMMA'S (IN %) (2010-2014) (NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)

BRON: CIMIGFR-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



> Het ijzeren gordijn (Canvas)



< Inspiratieweekdaagse voor leerkrachten in Radiohuis Leuven

De VRT bereikte met haar educatieve televisieprogramma's op weekbasis gemiddeld 33,2% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%).

De VRT werkte mee aan De dag van de wetenschap. Bezoekers konden kennismaken met de technologie achter radio en televisie.

AANDACHT VOOR MEDIAWIJSHEID

Het Actieplan Mediawijsheid voorzag acties op drie vlakken: (a) aandacht voor mediawijsheid in de programmering, (b) participatieve acties voor doelgroepen en (c) samenwerken met belanghebbenden inzake mediawijsheid.

> Aandacht in het aanbod

De VRT had aandacht voor mediawijsheid in informatieve programma's, zoals *Hautekiet* (Radio 1), *De inspecteur* (Radio 2), *Generation M* (MNM), *Koppen* (Eén), *Reyers laat* (Canvas), *Panorama* (Canvas) en *Carte Blanche* (OP12). Ook op de websites van de netten en via de sociale media was er aandacht voor het thema mediawijsheid.

> Participatieve acties

De VRT bereikte specifieke doelgroepen met participatieve projecten over het thema mediawijsheid. Voor kinderen gebeurde dat via Ketnet en Ketnet.be. De rubriek *Vet op het net* gaf kinderen tips over veilig digitaal media-gebruik. Kinderen konden (naar aanleiding van de "avontuurlijke reeks" *De Blacklist*) hun online-Ketprofiel aanvullen met dingen die ze wilden doen voor ze 12 worden. Ketnet besteedde, naar aanleiding van Safer Internet Day, in *Karrewiet Plus* aandacht aan veilig internetten.

Carte Blanche was een participatief project waarbij jongeren 'opnieuw televisie moesten uitvinden'. Jongeren werden betrokken bij programma's zoals *UrbaNice* (MNM, met



< Full Proof (Ketnet)

een forum voor urban-talent) en *Start to DJ* (MNM, een zoektocht naar dj-talent) en *Wild Bunch* (Studio Brussel, met jongeren die nachtradio maakten). Jong talent werkte aan nieuwe digitale formats en applicaties.

> Samenwerking

De VRT werkte samen met organisaties die actief zijn op het vlak van mediawijsheid (zie p. 30): Mediawijs.be (=het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid), de Canon Cultuurcel van het Departement Onderwijs, en het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA). Zij organiseerden een "Inspiratiesessie rond beeldgeletterdheid". Tijdens een "Inspiratieweekdaagse" in het Radiohuis Leuven wisselden 120 leerkrachten ervaringen uit over cultuureducatie en mediawijsheid in de klas. Experts van VRT en diverse organisaties werkten eraan mee.

De omroep stelde content en kennis ter beschikking, zoals aan:

- > Ingebeeld.be (het platform voor mediawijsheid van AOC-Onderwijs)⁵²;
- > NeLe (het digitaal platform Nederlands Leren voor anderstaligen van het Centrum voor Taalonderwijs van de KULeuven);
- > het kennisplatform van Mediawijs.be.

De VRT nam, in het kader van mediawijsheid, deel aan verschillende evenementen, zoals de Eurovision Academy on Digital Media Literacy, het Media & Learning Congres 2014, de Jongeren Media Dag en het Learn, Do, Share Innovation Lab.

⁵² Met Ingebeeld werd samengewerkt voor een sessie over beeldgeletterdheid en workshops over mediawijsheid en cultuureducatie.

∨
'VRT-Televisie bereikte wekelijks 33,2% van de Vlamingen met educatie.'

2.7 Kwaliteitsprestatie

PUBLIEKE MEERWAARDE

HET AANBOD VAN DE OPENBARE OMROEP MOET INSPELEN OP DE BEHOEFTE VAN DE SAMENLEVING. DE MATE WAARIN HIJ DAARIN SLAAGT BEPAALT DE PUBLIEKE MEERWAARDE.

BETROUWBAARHEID

VRT-NIEUWSDIENSTPROGRAMMA'S

Beroepsethisch kader

Centrale waarden in de deontologie van de VRT-nieuwsdienst zijn: nauwkeurigheid, onpartijdigheid en goede trouw. Ze zijn opgenomen in *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT*. Het redactiestatuut heeft tot doel:

- > "het scheppen van waarborgen voor allen die onder het redactiestatuut vallen ten behoeve van het journalistiek onafhankelijk opereren van commerciële, politieke, particuliere en groepsbelangen;
- > het vastleggen van een deontologische code voor allen die onder het redactiestatuut vallen."⁵³

De hoofdredacteurs moeten garant staan voor de onafhankelijkheid van hun redactie tegenover de buitenwereld en ook tegenover de eigen directie. Ze moeten zorgen dat de redactionele inhoud niet wordt beïnvloed door andere (politieke, commerciële) belangen.

De VRT-nieuwsdienst is aangesloten bij de Raad voor Journalistiek. Geschillen met betrekking tot het informatieaanbod van de VRT worden bij de Vlaamse Regulator voor de Media behandeld door de Kamer van onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen.

Advies

De deontologische adviesraad is bevoegd om deontologisch advies te geven aan de algemeen hoofdredacteurs en/of de hoofdredacteurs. De raad bestaat uit 12 leden die verkozen zijn door de journalisten van de VRT.

In 2014 gaf de deontologische adviesraad 60 informele adviezen aan de hoofdredactie, journalisten en programmamakers. De raad gaf vijf formele adviezen aan het college van hoofdredacteurs:

- > een over het gebruik van de woorden "de meest achterlijke vorm van islam" in een radionieuwsuitzending;
- > een over ethisch hacken van privégegevens;
- > een over het inzetten van een nieuwe correspondent;
- > een over het geven van toestemming voor een interview;
- > een over de begrippen "onpartijdigheid", "neutraliteit" en "objectiviteit".

Sinds 2014 voorzag de deontologische adviesraad in een 24 uurspermanentie met een eigen intern telefoonnummer. Iedere VRT-journalist die een dringende vraag heeft rond deontologie kan zo snel een lid van de raad contacteren.

De VRT-nieuwsdienst publiceerde een keer een rechtzetting op de pagina *Rechtzettingen* van *Deredactie.be* (over een beoordeling van een niet-bestaand Twitter-bericht van het Vlaams Audiovisueel Fonds).

Deredactie.be publiceerde twee uitspraken van de Raad voor de Journalistiek (een over het gebruik van verborgen camera in *Panorama* (Canvas) en een over het vermeende akkoord met een geïnterviewd persoon voor *Koppen* (Eén)). In beide gevallen werd de klacht tegen de VRT ongegrond verklaard.

Opleiding en bewustwording

- > 24 medewerkers van de VRT-nieuwsdienst volgden een deontologische opleiding.
- > Tijdens een overleg met de deontologische adviesraad gaven de Vlaamse Ombudsman en de secretaris-generaal van de Raad voor de Journalistiek hun visie over deontologische thema's.
- > De deontologische adviesraad verspreidde onder de VRT-journalisten deontologische tips, zoals over de identificatie van verdachten en slachtoffers en over het gedrag van journalisten op sociale media.

⁵³ Bron: Redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten van de VRT



'De VRT, Medialaan en SBS Belgium voerden samen een 12+-leeftijdslabel in.'

ANDERE PROGRAMMA'S

Het deontologisch kader voor programma's die niet geproduceerd worden door VRT Nieuws is opgenomen in het Programmacharter. Dat charter bevat enerzijds de verantwoordelijkheden en plichten voor de medewerkers en anderzijds hun rechten en waarborgen voor hun redactionele vrijheid.

In 2014 werden nieuwe beroepsethische richtlijnen van kracht:

- > Samen met Medialaan en SBS Belgium werd een 12+-leeftijdslabel ingevoerd. Het label geeft aan dat een programma geschikt is voor kijkers vanaf 12 jaar. Elk programma wordt door de zenders gescreend op elementen als seksualiteit, geweld en taalgebruik.

Een label dat een programma geschikt is voor kijkers vanaf 16 jaar bestond al langer.

- > Na klachten van deelnemers en winnaars van VRT-wedstrijden werd een algemeen wedstrijdreglement voor de netten ingevoerd. Het bepaalt de algemene regels met betrekking tot de deelnemingsvoorwaarden voor alle wedstrijden die de VRT organiseert via haar websites, andere onlinekanalen (zoals YouTube, Facebook, Twitter) of op een andere wijze.
- > De procedure voor samenwerking en politieke onpartijdigheid werd verscherpt naar aanleiding van de controverse over Radio 2 en Manifiësta.

Radio 2 had ter goede trouw zijn medewerking verleend aan Manifiësta. Binnen de VRT werd nadien de overeenkomst opnieuw bekeken.

Daarop besloot de omroep de samenwerking te stoppen omdat het evenement niet politiek neutraal was.

- > Snelheidscontroles die door luisteraars gemeld werden (via sms) werden sinds eind oktober niet meer meegedeeld op MNM en Studio Brussel.
- > In afwachting van verdere wettelijke regelgeving stelde de VRT een eigen richtlijn op over het gebruik van drones.
- > De VRT stelde een leidraad voor nevenactiviteiten van bekende VRT-stemmen en -gezichten op.
- > Enkele programma's (zoals de satirische



VERKIEZINGSRICHTLIJNEN



De VRT is zich bewust van de gevoeligheid om politici een forum te geven in haar programma's. Daarom hanteert zij in de aanloop van verkiezingen steeds specifieke richtlijnen.

De kernpunten van de verkiezingsrichtlijnen van 2014 waren:

- > Programma's, producties, items en berichten mogen nooit de indruk wekken dat aan verkiezingspropaganda wordt gedaan of dat een standpunt wordt ingenomen. Vanaf 10 februari tot aan de verkiezingen (25 mei) konden politici niet meer deelnemen aan een VRT-spel- of amusementsprogramma. Vanaf 7 april konden zij ook niet meer als gast zetelen in infotainment- of praatprogramma's.
- > Enkel de programma's, producties en items die onder de redactionele verantwoordelijkheid van de hoofdredactie van de nieuwsdienst vallen, mochten politieke gasten blijven uitnodigen.

In het deel *Richtlijnen voor personeelsleden* werd ingegaan op de kandidaatstelling van VRT-personeelsleden voor de verkiezingen en de gevolgen ervan.

reeks *Achter de feiten* (Eén)) kregen al vanaf de voorbereidingsfase een eigen beroepsethisch kader mee.

Programmacharterraad en manager beroepsethiek

- > De programmacharterraad formuleert het beroepsethisch kader van de niet-nieuwsdienstprogramma's en geeft daarover advies aan programmamakers. De raad bestaat uit 19 leden. In 2014 werd een nieuwe programmacharterraad verkozen door de programmamedewerkers. Voor het eerst zetelden vertegenwoordigers van het digitaal productiecentrum en van Radio 2 in de raad.
- > De manager beroepsethiek heeft een adviserende en coördinerende rol met betrekking tot de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's. In 2014 gaf de manager beroepsethiek op 318 deontologische vragen advies. Diverse programma's werden herbekeken of herbeluisterd. Dat gebeurde bij programma's die maatschappelijk gevoelig konden liggen en naar aanleiding van klachten. Tijdens de verkiezingsperiode was de manager het centrale aanspreekpunt voor medewerkers die niet bij VRT Nieuws werkten en een vraag hadden over de toepassing van de verkiezingsrichtlijnen.

Opleiding en bewustwording

139 programmamakers woonden een workshop beroepsethiek bij. Medewerkers van VRT Start-Up (zie p. 91) en medewerkers van het externe productiehuis De Chinezen kregen een workshop op maat. Nieuwe medewerkers kregen op hun onthaaldag een toelichting beroepsethiek.

Om de bewustwording voor beroepsethiek te versterken bij de medewerkers sensibiliseerde de manager beroepsethiek op verschillende manieren:

- > met een interne nieuwsbrief;
- > met een interne campagne voor workshops beroepsethiek;
- > met een nieuw thematisch luik op de interne website over beroepsethiek (waarbij voorbeelden uit de praktijk ter illustratie werden opgenomen);
- > met een filmpje over de adviseurs taal, diversiteit, mediawijsheid en beroepsethiek.

VERTROUWENSBAROMETER

In het najaar peilde de VRT naar het vertrouwen van de Vlaming in de VRT⁵⁴. Uit de resultaten blijkt dat de Vlamingen veel vertrouwen hebben in de VRT als instelling en als nieuwsbron.

- > De VRT staat op de vijfde plaats van 22 instellingen waarvan het vertrouwen werd bevestigd (na de brandweer, dokters, het onderwijs en de ziekenfondsen). Slechts 5% van de respondenten stelt geen vertrouwen te hebben in de VRT.
- > De respondenten geven ook aan dat ze van alle beschikbare nieuwsbronnen het meest vertrouwen⁵⁵ hebben in het nieuwsaanbod van VRT-Televisie (80%), VRT-Radio (77%) en Deredactie.be (73%).

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

PROGRAMMA'S EN ACTIES MET EEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

De VRT-netten hadden oog voor de maatschappelijke impact die programma's en acties kunnen hebben.



Enkele voorbeelden:

- > *Music For Life* voor 870 goede doelen (zie p. 43).
- > In verschillende consumentenprogramma's (zoals *De inspecteur* (Radio 2) en *Volt* (Eén)) kregen de mediagebruikers consumententips.
- > *Te gek-sessie*: een concert van Radio 1 dat het taboe rond mensen met psychische problemen wilde doorbreken.
- > Verschillende verhaallijnen in *Thuis* (Eén) hadden aandacht voor vergrijzing en zorg.
- > Op de *Radio 2-Stroomdag* konden luisteraars bellen naar een helpdesk. Ze kregen antwoorden op vragen over de energietoevoer en het energiegebruik in ons land. Radio 2 bood een interactieve kaart met informatie over alle afschakelmaatregelen in Vlaamse en Brusselse gemeenten (bij een eventueel stroomtekort).

MEDIAWIJSHEID

De VRT droeg bij tot de mediawijsheid van de Vlamingen. In het kader van haar educatieve opdracht nam ze verschillende initiatieven, zowel in haar aanbod als met sommige acties (zoals *Vet op het net* van Ketnet).

Meer informatie: zie p. 75

RELATIES MET HET MAATSCHAPPELIJKE MIDDENVELD

De VRT werkt op tal van vlakken (zoals informatie, cultuur, educatie en sport) samen met publieke en private organisaties. (zie p. 28)

Over de directe impact van de VRT op het middenveld bestaan voorlopig weinig gegevens. Wel wordt binnen de VRT op structurele wijze aan belanghebbendenbeheer gedaan. De VRT gaat momenteel na of ze meetbare modellen kan ontwikkelen die de impact nagaan van de

⁵⁴ De vertrouwensbarometer is een bevestiging bij 1.643 Vlamingen (oktober 2014).
⁵⁵ Hetzij 'veel', hetzij 'een beetje'.



'Meer dan 90% van de Vlamingen vond dat de VRT hun algemene kennis vergroot.'

VRT op andere actoren binnen het medialandschap en/of op andere publieke instellingen, in het bijzonder op culturele en onderwijsactoren (stakeholderanalyses).

PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKER

Uit publieke meerwaarde-onderzoek⁵⁶ van 2014 bleek "dat de mediagebruiker impact ervaart van de VRT, met name op hun kennis en op hun sociale attitudes".

- > Meer dan 90% van de Vlamingen ging in mindere of meerdere mate akkoord met het feit dat VRT hun algemene kennis vergroot, hen interessante dingen leert, hen helpt om sommige zaken beter te begrijpen en hen helpt om up-to-date te blijven over wat er gebeurt in de samenleving.
- > In verband met cultuur ging meer dan 80% van de respondenten akkoord met de stelling "ik zou minder weten over onze Vlaamse cultuur als de VRT er niet was". Bijna 80% van de respondenten stelde dat de VRT hun interesses prikkelde op het vlak van muziek, kunst, boeken, e.d.
- > Wat betreft maatschappelijke thema's ging 86% van de respondenten akkoord met de stelling dat de VRT soms taboes durft te doorbreken in haar programma's. Bijna 90% vond dat de VRT programma's uitzendt waarover veel gesproken wordt.

De VRT deed een apart onderzoek bij de Vlaming over de verkiezingscampagne 2014. Daaruit bleek dat de Vlamingen die hoofdzakelijk de verkiezingscampagne hadden gevolgd bij de VRT, vaker aangaven dat zij op politiek vlak beter geïnformeerd waren dan voorheen ten opzichte van diegenen die de campagne hoofdzakelijk bij de commerciële omroepen volgden.

DIVERSITEIT

- > Diversiteit in het aanbod: zie p. 22
- > Diversiteit onder het publiek: zie p. 21
- > Diversiteit onder het personeel: zie p. 98

ONDERSCHEIDEND AANBOD

De beheersovereenkomst beschrijft de profielen van de VRT-netten. Die profielen formuleren het onderscheidend karakter van de VRT-zenders ten opzichte van de andere Vlaamse zenders.

Uit het publiek-meerwaardeonderzoek van 2014 bleek dat bijna 90% van de Vlamingen achter de stelling staat dat de VRT zich onderscheidt van de commerciële omroepen. Meer dan 90% vindt dat de VRT meer aandacht heeft voor cultuur dan de commerciële omroepen.

In de praktijk kwam de onderscheidende waarde van het aanbod tot uiting op diverse domeinen, zoals:

- > Informatie (met o.a. een nieuwsaanbod voor kinderen en jongeren, buitenlandse berichtgeving en onderzoeksjournalistiek) (zie p. 66);
- > cultuur (met o.a. aandacht voor minder bekende vormen van cultuur, naast de populaire cultuur) (zie p. 69);
- > educatie (met o.a. aandacht voor mediawijsheid) (zie p. 74);
- > kleinere sporttakken (zie p. 71)

Enkele voorbeelden:

- > *Karrewiet (Plus)* (Ketnet) en *Het journaal van 19 uur* (Eén) werden met Vlaamse Gebarentaal aangeboden.
- > De ontkoppelde Radio 2-uitzendingen gaven nieuws uit de regio.
- > Alle VRT-netten en -platformen hadden aandacht voor de Europese, federale en regionale verkiezingen.
- > *Fans of Flanders* (OP12, Canvas, Eén) bood (online en op televisie) informatie voor buitenlanders in Vlaanderen.
- > De VRT capteerde 287 concerten voor uitzending op de radionetten en 57 voorstellingen en concerten voor uitzending op de televisienetten. De hoofdjournaals op Eén brachten 639 verschillende cultuuritems.

⁵⁶ Bij 1.593-1.643 respondenten [afhankelijk van het deelonderzoek].

INNOVATIE

De VRT vernieuwde in 2014 op verschillende vlakken:

- > nieuwe formats, zoals:
 - Eén en VTM produceerden samen *Wauters versus Waes*, een uitdagende wedstrijd tussen Koen Wauters en Tom Waes. Het programma werd op beide zenders uitgezonden.
 - Jonge programmamakers maakten voor OP12 jongerenprogramma's, zoals *De zomer van 2014* (met verhalen van jongen mensen) en pilootafleveringen van nieuwe programma's voor TV-Lab.
- > nieuwe platformen, zoals:
 - VRT Start-up experimenteerde met een nieuwsaanbod op maat jongeren. De uitkomst was de applicatie NUUUS (zie p. 66). Het Ninja-nieuwsaanbod werd door MNM verspreid (zie p. 40).
 - De VRT lanceerde een nieuwe radiospeler Radioplus (zie p. 35). De radionetten kunnen zo digitaal en mobiel comfortabel beluisterd worden. De radiospeler heeft een sterkere visuele uitwerking dan de vroegere radiospeler.
 - De radiozenders (vooral MNM en Studio Brussel) gebruikten de mogelijkheden van de sociale media om de interactie met de luisteraars te verhogen en om programma-items te verspreiden.
 - De VRT deelt nieuwswaardige videofragmenten (via de eigen videospeler) op de websites van andere mediaorganisaties.
 - Bij verschillende programma's waren er online-toepassingen, zoals een verkeerstest en taalttest bij *Hautekiet* (Radio 1).
 - Enkele nieuwe afleveringen van *D5R* (Ketnet) werden eerst exclusief aangeboden via Ketnet.be.
- > technologische vernieuwingen, zoals:
 - VRT Nieuws nam nieuwe reportagewagens in gebruik. De wagens bevatten een wifi-hotspot en internet-, satelliet- en TNG-verbindingen om audio en video snel door te sturen.



- De MNM-studio en -redactie werden technologisch en infrastructureel vernieuwd. De redactievloer en de radiostudio sluiten voortaan bij elkaar aan.
- Via de Sporza WK-app konden gebruikers de wedstrijden van het WK Voetbal live bekijken vanuit verschillende camera-standpunten (zie p. 63).
- Radio2.be kreeg een voorleesknoop (zie p. 24). Daardoor werd de website toegankelijker voor mensen met leesproblemen.

^
Een nieuwe auto van de nieuwsdienst (The beast) met satelliet-zendapparatuur voor radio en televisie. Binnenin kan beeld en geluid snel gemonteerd en doorgestuurd worden naar de nieuwsdienst.

VLAAMSE VERANKERING

De VRT gaf in 2014 op verschillende manieren aandacht aan de Vlaamse identiteit. Zo namen Vlaamse muziek en audiovisuele producties een belangrijke plaats in het VRT-aanbod in.

- > Het aandeel Vlaamse en Nederlandstalige muziekproducties op de radionetten: zie p. 46.
- > Het aandeel Vlaamse producties op de televisienetten: zie p. 50.

De Vlaamse mediagebruiker is van mening dat de VRT aandacht heeft voor de Vlaamse samenleving. Dat blijkt o.a. uit VRT-onderzoek uit 2014⁵⁷. Ongeveer 70% van de respondenten met een mening vindt dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse muziek, ongeveer 77% vindt dat voor Vlaamse fictie, ongeveer 67% voor Vlaamse geschiedenis, ongeveer 79% voor Vlaamse cultuur, ongeveer 84% voor Vlaamse kinderprogramma's en ongeveer 85% voor de Vlaamse feestdag.

⁵⁷ Bij 1.593 respondenten.

FUNCTIONELE KWALITEIT

FUNCTIONELE KWALITEIT IS DE MATE WAARIN DE VRT TEGEMOET KOMT AAN DE WENSEN VAN DE MEDIAGEBRUIKER.

BEREIK

De VRT moet verschillende bereikdoelstellingen halen (dat bepaalt haar beheersovereenkomst) (zoals per bevolkingsgroep op radio en televisie en wat betreft de verschillende opdrachten zoals informatie en cultuur). Dit jaarverslag brengt op verschillende pagina's informatie over het bereik.

WAARDERING

WAARDERINGSCIJFERS

Het belangrijkste instrument die de waardering van de mediagebruikers in kaart brengt is de Waarderingsmonitor die op continue basis de waardering van het VRT-aanbod monitort bij een uitgebreid en representatief panel van Vlaamse mediagebruikers. Zij evalueren elke dag het aanbod door het toekennen van scores.⁵⁸ Naast het toekennen van deze waarderingscijfers, worden ook periodiek extra bevestigingen georganiseerd die peilen naar extra aspecten van de waardering van het aanbod⁵⁹.



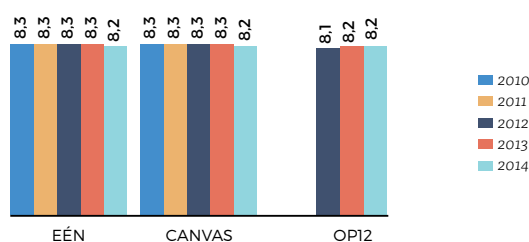
'Eén, Canvas en OP12 haalden een waardering van 8,2 op 10.'

⁵⁸ De basisvraag die aan de respondenten van waarderingsonderzoek wordt voorgelegd, luidt: "Gelieve voor elk programma aan te duiden in welke mate je tevreden bent over deze uitzending(en). Je kan dit doen door een score te geven van 1 tot en met 10, waarbij 1 betekent "helemaal niet tevreden" en 10 "heel tevreden". Met de tussenliggende cijfers kan je jouw antwoord nuanceren."

⁵⁹ Voor 2014 zijn geen waarderingscijfers voor de VRT-websites beschikbaar. Omwille van organisatorische redenen, besliste de VRT immers om de bevestiging naar de waardering voor de websites tweejaarlijks te houden.

Televisie

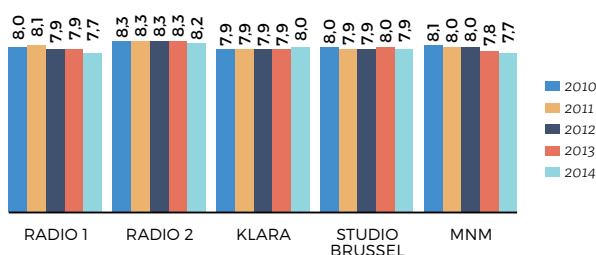
WAARDERINGSCIJFERS VRT-TELEVISIENETTEN (2010-2014)
(OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)



- > Eén, Canvas en OP12 haalden in 2014 elk een waarderingscijfer van 8,2 op 10.⁶⁰
- > De hoogst gewaardeerde programma's van Eén waren een aflevering van *Het journaal laat* (9,0), de reisdocumentaire *David Suchet on the Orient Express* (9,0), een aflevering van *Buitengewoon* (9,0), een aflevering van *Flying Doctors* (9,0) en een aflevering van *Vlaanderen Vakantieland* (9,0).
- > De hoogst gewaardeerde programma's van Canvas waren een aflevering van *Breaking Bad* (9,1), een aflevering van *Hidden Kingdoms* (9,1), een aflevering van *Panorama* (9,0), een aflevering van *Unsere Mutter, Unsere Vater* (9,0) en een aflevering van *Earthflight* (9,0).

Radio

WAARDERINGSCIJFERS VRT-RADIONETTEN (2010-2014)
(OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)



- > De waarderingscijfers voor de radionetten bedroegen: Radio 1: 7,7, Radio 2: 8,2, Klara: 7,7, MNM: 8,0 en Studio Brussel: 7,9.
- > Het programma met de hoogste appreciatie op Radio 1 was *Interne Keuken* (8,4), op Radio 2 *De Prehistorie* (8,8), op Klara *Trio* (8,6), op MNM de *MNM Top 50* (8,5) en op Studio Brussel *On The Rocks* (8,2).

⁶⁰ Voor Ketnet zijn er geen waarderingscijfers.

PRIJZEN EN NOMINATIES IN 2014

PRIJZEN

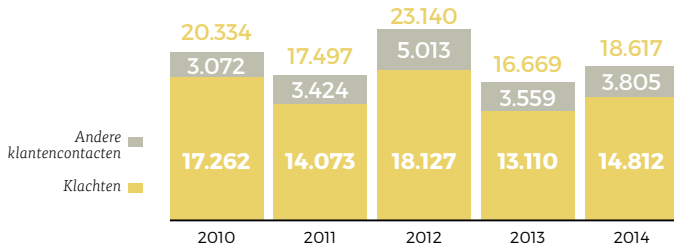
- > EuroFIPA of Honor van het Festival International de Programmes Audiovisuels (FIPA) voor het volledige oeuvre (o.a. *In Vlaamse velden* (Eén), *De smaak van De Keyzer* (Eén), *Quiz me Quick* (Eén)) voor regisseur Jan Matthys
- > Tv award 2013 door de lezers van Tevekijsker.be in de categorie beste nieuwsanker voor Jan Beaus (Eén)
Tv award 2013 door de lezers van Tevekijsker.be in de categorie meest verrassende programma voor *Eigen kweek* (Eén)
Tv award 2013 door de lezers van Tevekijsker.be in de categorie leukste tv-quote voor "Het Engels van Frank" uit *Eigen kweek* (Eén)
- > Gouden Flip 2013 door lezers van de Jommekeskrant als beste televisiepresentator voor Niels Destadsbader (Ketnet en VTM)
- > Cavaria-media-award door Cavaria voor *Het perfecte koppel* (Eén)
- > Het gulden boek 2014 door Boek.be voor *Interne keuken* (Radio 1)
- > Cutting Edge award 2014 in de categorie beste televisieprogramma voor *Eigen kweek* (Eén)
Cutting Edge award 2014 in de categorie beste radioprogramma voor *Joos* (Radio 1)
- > Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste actrice voor Sien Eggers (voor haar rol in *Eigen kweek*, Eén)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste presentatrice voor Kathleen Cools (*Terzake*, Canvas)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste drama voor *Eigen kweek* (Eén)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste realityprogramma voor *Reizen Waes* (Eén)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste lifestyleprogramma voor *Dagelijkse kost* (Eén)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie populairste televisieprogramma voor *Thuis* (Eén)
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie populairste televisiepersoonlijkheid voor Tom Waes
Vlaamse televisiester 2014 in de categorie carrièreprijs voor Jan Van Rompaey (VRT)
- > Language industry award van De Taalsector in de categorie beste taaldienst voor *Taal-IQ-test* (De Standaard, Radio 1 en het Instituut voor Levende Talen van de KU Leuven)
- > Persprijs van de Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling in de categorie TV – Nederlandstalig voor *Koppen* (Eén)
Persprijs van de Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling in de categorie TV – Nederlandstalig voor *Alles kan schoner* (Canvas)
- > Zilver op PromaxBBA Europe Awards in de categorie Best Set Design voor *Het perfecte koppel* (Eén)
- > Belfius persprijs in de categorie lokale pers voor Marc Lens met *SALK VRT* (Radio 2)
Belfius persprijs in de categorie radiopers voor Katrien Vanderschoot met *Vervolgverhalen* (Radio 1, De Ochtend/Vandaag)
Belfius persprijs in de categorie televisiepers voor Dirk Leestmans & Caroline Van den Berghe voor *De gestoorde procedure* (Canvas, Panorama)
- > CCB-award in de categorie 'The Original Soundtrack' van *Famous* voor Klara
- > Bronzen CCB-award in de categorie film publication and media voor *School is cool* (Studio Brussel)
- > Gouden Eddy van Akkanto in de rubriek *In the Margin* voor de VK14-rubriek van *Deredactie.be* (VRT Nieuws)
- > Zilver op Eurovision Connect in de categorie Best promotion for a fictional programme voor de televisiespot van *The Killing III* (VRT)
Brons bij Eurovision Connect in de categorie Three best formats voor *Ooit komt het goed* (Eén)
- > Bronzen Lion op de Cannes Lions in de categorie radiocampagne voor Studio Brussel
- > Peace Prize van International Trust for Peace Education voor Rudi Vranckx (VRT)
- > Prix Italia 2014 in de categorie dramaserie voor *Marsman* (Eén)
- > Story Award door de lezers van het weekblad *Story* in de categorie beste televisieprogramma voor *Thuis* (Eén)
Story Award door de lezers van het weekblad *Story* in de categorie beste televisiekok voor Jeroen Meus (VRT)
- > Mediaonderscheiding op de Dag van de Nabestaanden van de Werkgroep *Verder voor De Ridder* (Eén)
- > Brons op Eurobest in de categorie PR voor de campagne *Educatie* (Radio 1)
- > Certificaat "Organisatie met een hart" van Het rode kruis voor 111 VRT-bloedgevers
- > Regionale overheidsorganisatie van het jaar 2014 van Ernst & Young voor de VRT

NOMINATIES

- > Nominaties voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste acteur voor Matteo Simoni (voor zijn rollen in *Safety First* (VTM) en *De intrede van de Sint* (Ketnet)) en Wim Willaert (voor zijn rollen in *Eigen kweek* (Eén) en *Zingaburia III* (Ketnet))
Nominaties voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste actrice voor Clara Cleymans (voor haar rol in *De Ridder*, Eén) en Maaike Cafmeyer (voor haar rol in *Eigen kweek*, Eén)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste presentatrice voor Cath Luyten (*Café Corsari* (Eén) en *Het perfecte koppel* (Eén))
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste realityprogramma voor *Ten oorlog* (Eén)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste entertainmentprogramma voor *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste lifestyleprogramma voor *Vlaanderen Vakantieland* (Eén)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste reportage- en documentaire programma voor *Belpop* (Canvas)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie beste informatieprogramma voor *Het Journaal* (Eén) en *Reyers laat* (Canvas)
Nominatie voor De Vlaamse televisiester 2014 in de categorie populairste televisieprogramma voor *Eigen kweek* (Eén)
Nominatie voor De Vlaamse Televisiester 2014 in de categorie populairste televisiepersoonlijkheid voor *Jeroen Meus* (VRT)
- > Nominatie voor PromaxBBA Europe Awards in de categorie 'set design' voor *Vanthilt on tour* (Eén)
Nominatie voor PromaxBBA Europe Awards in de categorie 'children's channel image spot campaign design' voor *De checklist* (Ketnet)
- > Nominatie voor CCB-award in de categorie outdoor, ambient, special built voor *The Muscles From Stubru* (Studio Brussel)
Nominatie voor CCB-award in de categorie media, best use of ambient voor *Kaatje kop* (Ketnet)
Nominatie voor CCB-award in de categorie media best use special events voor *Postponed Platinum* (Klara)
- > Nominatie voor de Davidsfonds Geschiedenisprijs voor Arnaut Hauben voor de reeks *Ten oorlog* (Eén)
- > Nominaties voor de Belfius perprijs in de categorie radiopers voor Philip Heymans voor *Misdaad en straf* (Radio 1, *De Ochtend/Vandaag*) en de ploeg radio van VRT Nieuws voor *Het radionieuws* (VRT)
Nominatie voor de Belfius persprijs in de categorie televisiepers voor Débora Votquenne voor *De directeur speelt vals* (Eén, *Koppen*)
Nominatie voor de Belfius persprijs in de categorie financiële en economische pers voor Phara de Aguirre en Jeremy De Ryckere voor *Arm Vlaanderen* (Canvas, *Panorama*)
- > Nominatie voor Festival Tous Ecrans in de categorie internationale televisieseries voor *Marsman* (Eén)
- > Nominatie voor Film Festival Potsdam voor *Marsman* (Eén).
- > Nominatie voor C21 Media in de categorie beste niet-Engelstalig drama voor *Marsman* (Eén).
- > Nominatie voor de Rockie Awards van Banff World Media Festival in de categorie Music and Variety voor *Het perfecte koppel* (Eén)
- > Nominatie voor de Gouden Roos in de categorie comedy voor *Een laatste groet* (Canvas)
- > Nominatie op Eurovision connect 2014 in de categorie 'Best Promotion for an Entertainment Programme/Event' voor *A royal summer on Canvas* (VRT)
- > Nominatie voor de prix Europa in de categorie televisiedocumentaire voor *Reizen Waes* (Eén)
Nominatie voor de prix Europa in de categorie televisiefictie voor *Marsman* (Eén)
Nominatie voor de prix Europa in de categorie televisieactualiteit voor *Pricavcy te koop* (Canvas, *Panorama*)
Nominatie voor de prix Europa in de categorie interculturele programma (Iris) voor *Red star line* (Canvas)
- > Nominaties voor de prix Europa in de categorie radiomuziek voor *Dageraadplaats: ook componisten zijn mensen* (Radio1) en *Viva Verdi: Het Viva-Verdi diner* (Klara)
- > Nominatie voor AIB's 2014 in de categorie 'International Current Affairs Documentary' voor *Reizen Waes* (Eén)
- > Nominatie voor een Emmy Award in de categorie 'Non-scripted Entertainment' voor *Missie Mosango* (Eén)
- > Nominaties voor de Ha! van Humo voor *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas), *Flying Doctors* (Eén), *Goed volk* (Eén) en *Marsman* (Eén)

FEEDBACK VAN KLANTEN

AANTAL KLANTENCONTACTEN EN KLACHTEN (2010-2014)



De VRT-klantendienst behandelde vragen, reacties en klachten van de mediagebruikers. In 2014 had de VRT 18.617 klantencontacten, een toename van 11,7% ten opzichte van 2013. Het aantal klachten steeg relatief minder sterk tot 3.805 (+6,9%).

- > De stijging van het aantal klantcontacten en klachten was hoofdzakelijk het gevolg van de aandacht van de VRT voor een aantal "evenementen" (het Eurovisiesongfestival, de Europese, federale en regionale verkiezingen en het WK Voetbal). Veel mensen hadden hierover vragen. De aandacht voor grote evenementen had een polariserend effect bij de mediagebruikers, waardoor het aantal klachten toenam. De klantendienst behandelde voor het WK Voetbal de aanvragen voor het plaatsen van grote schermen op publieke plaatsen. Dat leidde tot ongeveer 1.200 extra klantencontacten (of ongeveer 8% van het totaal aantal klantencontacten exclusief de klachten).
- > De VRT kreeg 290 klachten meer over het niet respecteren van de aangekondigde uitzendingen van de televisienetten. Daardoor mislukten opnames en was de informatie in de elektronische programmagids niet altijd aangepast. Om het aantal klachten over de programmering te doen dalen, onderzoekt de VRT of een universele elektronische programmagids (die intern en extern gebruikt kan worden) realiseerbaar is. In een aantal gevallen waarbij iets fout liep met de uitzendingen, werden die programma's herhaald.
- > De omroep startte met een nieuw registratiesysteem voor het inschrijven bij nieuwsbrieven en het deelnemen aan wedstrijden. Op korte termijn leidde dat tot extra klachten. Om de problemen te beperken zullen verschillende VRT-medewerkers een opleiding krijgen om de software te leren kennen.



Het aantal klachten over wedstrijden verminderde op jaarbasis uiteindelijk wel met de helft omdat een algemeen wedstrijdreglement werd ingevoerd. Omdat de nazorg van wedstrijden soms nog fout loopt, onderzoekt de VRT hoe hierin verbetering kan komen.

- > Het aantal technologische klachten halveerde door een kwaliteitsverbetering van de videostreaming en de vernieuwing van de radiospeler.

De meeste klachten kwamen rechtstreeks bij de VRT-klantendienst binnen. Daarnaast waren er een beperkt aantal die de VRT ontving via andere instanties (zoals het kabinet van de minister van Media). De Vlaamse Ombudsman onderzocht dit jaar drie tweedelijnsklachten. De Vlaamse Regulator voor de Media behandelde vier klachten tegen de VRT.

SOCIALE MEDIA

Via de sociale media deelden de mediagebruikers hun mening over de VRT en haar aanbod met elkaar. Deze platformen speelden ook hun rol in het meeleven bij vreugdevolle en pijnlijke gebeurtenissen van bekende VRT-medewerkers.

De VRT volgde (in de mate van het mogelijke) wat er gepubliceerd/gezegd werd op de sociale media. De omroep reageerde niet op het overgrote deel van de reacties omdat die louter meningen waren. De webredacteurs antwoordden wel bij concrete vragen. Als berichten handelden over thema's uit een programma, dan werden zij gemeld aan de verantwoordelijke medewerkers en het netmanagement. Indien iemand een klacht formuleerde via de sociale media, dan werd hij/zij attent gemaakt op de officiële klachtenprocedure van de VRT.

TEVREDENHEID

Om te weten of de VRT de mediabehoeften van de Vlamingen voldoende beantwoordt, doet zij een beroep op twee instrumenten: de mediakaart en het MEMO-onderzoek.

- > De PPM-studie geeft informatie over de verdeling van de VRT-netten binnen de mediakaart. Met die gegevens gaat de omroep na of hij de verschillende mediakaartgroepen effectief bedient. Ook in 2014 spitste elk VRT-net zich toe op een aantal mediakaartgroepen zodat de hele portfolio alle mediakaartgroepen bediende.
- > In 2014 werd geen MEMO-onderzoek uitgevoerd. De VRT baseerde zich daarom op onderzoek uit 2013.



'Het aantal klantencontacten en klachten steeg hoofdzakelijk door de grote evenementen met een polariserend effect (zoals het WK Voetbal).'



Zoethout

OPERATIONELE KWALITEIT

DE BEHEERSOVEREENKOMST OMSCHRIJFT 'OPERATIONELE KWALITEIT' ALS "DE MATE WAARIN HET AANBOD OP EEN EFFECTIEVE EN EFFICIËNTE WIJZE TOT STAND KOMT". DEZE KWALITEITSDIMENSIE VALT UITEEN IN DRIE COMPONENTEN: PRODUCTIONELE KWALITEIT, PROFESSIONELE KWALITEIT EN KOSTENEFFICIËNTIE.

PRODUCTIONELE KWALITEIT

Alle producties kregen productionele prestatienormen toegekend. Bij elke bestelling en briefing van een programma werden vaste en variabele criteria geformuleerd. Elk programma werd geëvalueerd aan de hand van de vooropgestelde criteria.

Om het productieproces nauwkeurig en uniform te documenteren gebruikte de VRT een interne online-tool (Otorongo).

Met het oog op de gebruiksvriendelijkheid, heeft de VRT dit databeheersysteem omgevormd. In het najaar werd de omvorming technisch afgerond. Na verdere afstemming op de interne organisatie, zal de vernieuwde Otorongo-toepassing in de loop van 2015 in gebruik worden genomen.

PROFESSIONELE KWALITEIT

TECHNISCHE KWALITEIT

De VRT past de technische normen van de EBU toe.

De HD-werkstroom van *Thuis* (Eén) kreeg een upgrade. Dat leidde tot een betere HD-video-kwaliteit bij de kijkers. De VRT zal de komende jaren stap voor stap haar productieproces aanpassen aan de nieuwe HD-standaard (Golden HD).

Door enkele ingrepen werd de (technische) dienstverlening voor de kijkers verbeterd:

- > Door technische ingrepen werd de ondertiteling op de HD-kanalen kwaliteitsvoller in beeld gebracht.
- > De VRT verbeterde de synchronisatie tussen de ondertiteling en wat gezegd werd.

TAALKWALITEIT

De VRT hanteert een Taalcharter (2012). Daarin worden de krachtlijnen van het VRT-taalbeleid opgesomd. Een citaat uit de inleidende passage:

"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 verglijden niet in tussentaal en dialect. Onder 'standaardtaal' verstaat de VRT Nederlands dat taalbewuste sprekers in het publieke domein gebruiken wanneer zij hun taal verzorgen."

In 2014 was er externe kritiek (o.a. van kijkers) over de presentatie van de MIA's (omdat onvoldoende duidelijk was dat zangeres Natalia niet de rol van een presentatrice voor het programma had). De VRT heeft daaruit geleerd dat het taalcharter overeenstemt met het aanvoelen van het publiek en dat het consequent moet worden toegepast.

Samen met Van Dale Uitgevers heeft de VRT de verkiezing van het Woord van het Jaar georganiseerd. Alle netten en websites vroegen het publiek woorden te nomineren. Het koos voor 'flitsmarathon'. Ketnet organiseerde in samenwerking met De Jommekeskrant de verkiezing van het Kinderwoord van het Jaar. Dat werd 'OMG' (Oh My God).

MNM en Van Dale Uitgevers organiseerden (in het kader van de Boekenbeurs Antwerpen) samen de wedstrijd WoordSlam: een taalwedstrijd waarbij jongeren een filmpje konden insturen.

Radio 1 heeft samen met De Standaard de actie 'Hoe Vlaams is uw Nederlands?' gehouden. Daaruit bleek dat het Standaardnederlands



^
Natalia tijdens
de MIAs

volgens professionele taalgebruikers gerust 'Vlaams' mag klinken. De VRT is al jaren een pleitbezorger voor erkenning van taalelementen die alleen in de standaardtaal van Vlamingen voorkomen.

De VRT-taaladviseur gaf aan de medewerkers advies bij hun taalvragen. Hij sensibiliseerde hen om een gepast taalregister te gebruiken. Hij werd ingeschakeld bij het rekruteren van nieuwe medewerkers, bij de opleiding van nieuwe journalisten en als kwaliteitsbewaker bij Deredactie.be.

KOSTENEFFICIËNTIE

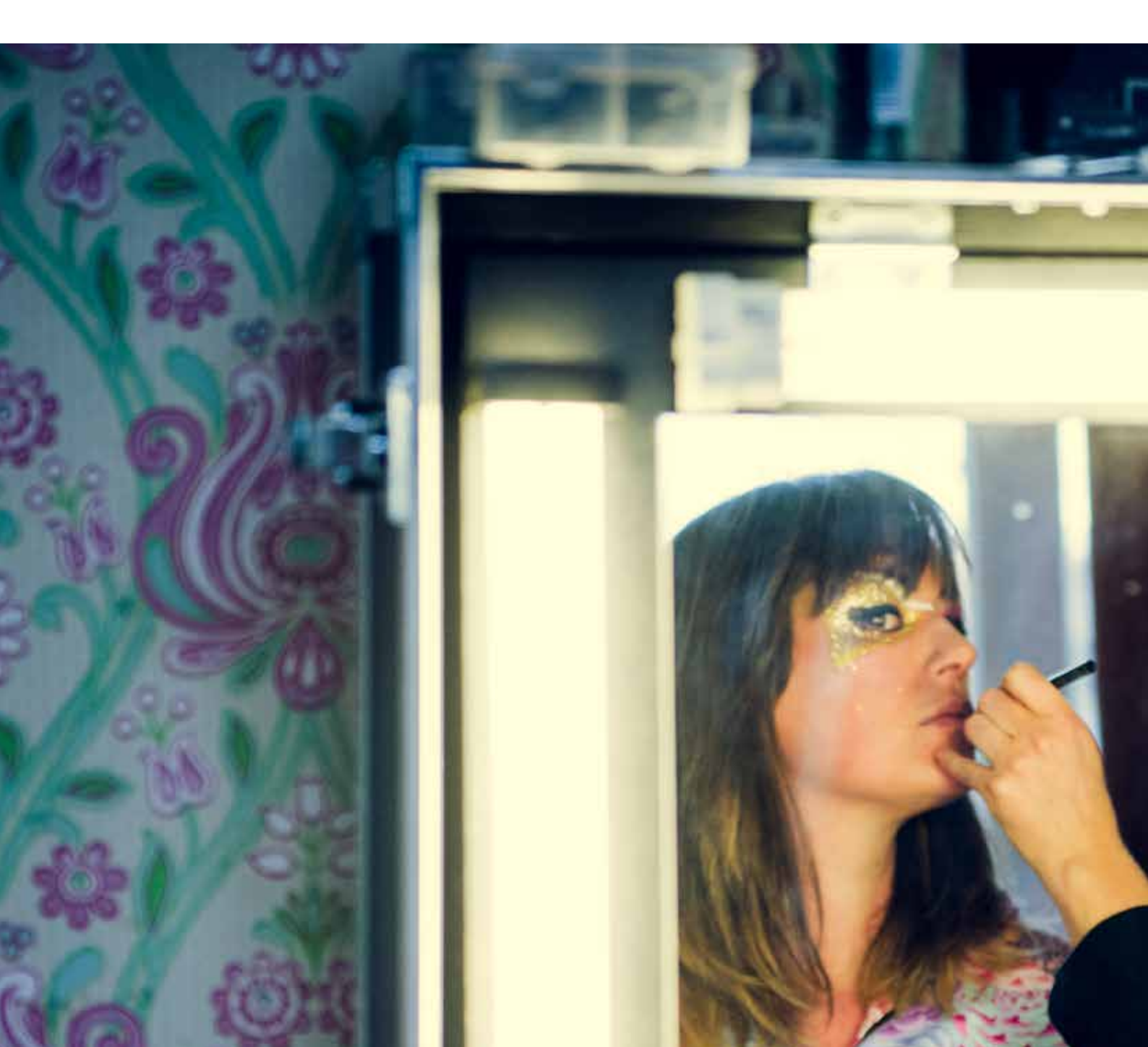
Zowel voor, tijdens en na het productieproces gaat er aandacht naar kostenefficiëntie. Een eerste budgettering wordt opgemaakt bij het meerjarenplan waar de kostprijs van programma's (in verschillende tijdssegmenten en op de verschillende netten) in grote lijnen wordt



'De VRT pleit voor erkenning van taalelementen die alleen in de standaardtaal van Vlamingen voorkomen.'

vastgelegd. De kostenefficiëntie komt daarna opnieuw aan bod bij het opmaken van programmabriefings en/of contracten. Tijdens het productieproces van een programma wordt de kostenefficiëntie opgevolgd door de producent. Op periodiek overleg van de verschillende VRT-afdelingen wordt een stand van zaken gegeven van de kostprijs van lopende producties en een prognose over de totale kosten. Deze stand van zaken komt eveneens aan bod op het VRT-directiecollege. Bij de afrekening, bestemd voor de bevoegde media-afdeling, wordt de kostenefficiëntie van een productie een laatste maal geëvalueerd.

Om de programma's op een efficiënte en effectieve manier te produceren, wordt gebruik gemaakt van de design-to-value-filosofie. Dat betekent dat in de programmabriefings de kwaliteitseisen en de beoogde kostprijs duidelijk geformuleerd zijn. Het budget van een programma wordt daarbij bepaald door rekening te houden met de verwachtingen van de kijker en het streven naar maximale efficiëntie.



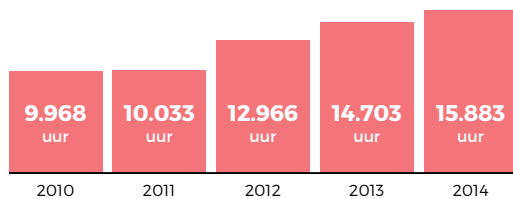
Productie- strategie



De directie Media bepaalde de programmering van de netten. De programmaschema's bestonden uit intern gemaakte producties, extern gemaakte producties, coproducties en aangekochte programma's.

EVOLUTIE NETTOPROGRAMMAZENDTIJD VRT-TELEVISIE (IN UUR) (2010-2014)^{61, 62}

BRON: CIMJGFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST



Het aantal uren nettoprogrammazendtijd voor VRT-Televisie bedroeg in 2014 15.883 uur, een stijging met 8,0% (of 1.180 uur). De toename is voornamelijk het gevolg van de extra uren zendtijd van Canvas (herhalingen in de voormiddag). De relatief sterke stijging in enkele jaren tijd komt door:

- > de uitgebreide opdracht (OP12) waarbij VRT-Televisie sinds 1 mei 2012 uitzond op drie kanalen (in plaats van twee);
- > de netten (vooral OP12) herhaalden vaker programma's binnen dezelfde week van de eerste uitzending.

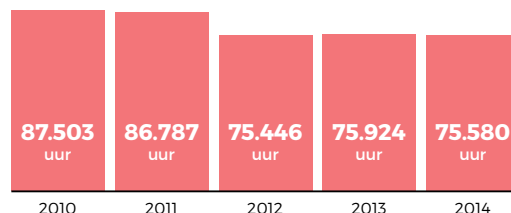
4.828 uur waren Vlaamse televisieprogramma's⁶³ die voor de eerste maal werden uitgezonden, tegenover 4.126 uur in 2013 (+17,0%). Dat betekent dat 72,4% van de televisieprogramma's die voor de eerste maal werden uitgezonden (in totaal 6.669 uur) een Vlaamse productie was (ten opzichte van 69,0% in 2013 (op een totaal van 5.981 uur)). Met inbegrip van de herhalingen zond de VRT 9.960 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 8.613 uur in 2013). Dat betekent dat 62,7% van de nettoprogrammazendtijd een Vlaamse productie was (ten opzichte van 58,6% in 2013).



De totale radio-output bleef de voorbije jaren stabiel (in 2014: 75.580 uren).

EVOLUTIE TOTALE RADIO-OUTPUT VRT-RADIO (IN UUR) (2010-2014)⁶⁴

BRON: VAR - VRT



61 De cijfers zijn exclusief de uitzenduren van De rolkrant (Canvas), dat startte op 14 mei 2012. In de VRT-jaarverslagen 2012 en 2013 werden de uren van De rolkrant wel meegeteld.

62 Nettoprogrammazendtijd: het totaal aantal uitzenduren via de VRT-televisiekanalen (Eén, Canvas, OP12/Ketnet) zonder de herhalingen in lusvorm, de uitzending van TV-Brussel, Music For Life, promotiespots (inclusief zelfpromotie en BAN), lentebeelden, zomerbeelden, herfstbeelden, winterbeelden, storingen, De rolkrant (Canvas), uitzendingen van Radio 1 en Radio 2 (beelden uit de radiostudio, bijvoorbeeld De ochtend van Radio 1), de uitzendingen door derden en enkele andere uitgezonden fragmenten/beelden (zoals opspringsberichten en pancartes).

63 Onder "Vlaamse televisieprogramma's" wordt verstaan producties die door de VRT of door een extern Vlaams productiehuis zijn gemaakt en Vlaamse coproducties.

64 Het aantal uren radio-output van VRT-Radio is (na een herberekening) voor 2013 gecorrigeerd ten opzichte van het VRT-jaarverslag 2013.

3.1 Intern VRT-productiehuis

INTERNE PRODUCTIES

Het interne productiehuis VRT Televisie werkte in 2014 aan 70 producties. Het streefde drie doelstellingen na:

A Invulling van “strategische uitzendblokken” van de netten met het oog op stabiliteit in de programmaschema’s.

Enkele voorbeelden: Voor Eén werden *Iedereen beroemd*, *Thuis* en *Café Corsari* vormelijk of inhoudelijk vernieuwd. Voor Ketnet leverde VRT Televisie o.a. *de wrap* en *Ketnet King Size*. Voor Canvas maakte het interne productiehuis o.a. *Atelier de stad*, *Alleen Elvis blijft bestaan*, *Vranckx*, *Canvasconnectie* en *Puur muziek*.

B Het aangaan van samenwerkingen waar mogelijk.

De VRT maakte sommige programma’s samen met een extern productiehuis⁶⁵:

- VRT-Televisie was de producent van *Iedereen beroemd* (Eén), maar werkte voor enkele rubrieken samen met De Chinezen.
- *Café Corsari* (Eén) werd door Eyeworks geproduceerd, maar in samenwerking met VRT-Televisie.
- VRT-Televisie en Eyeworks waren coproductanten van *De Ridder* (Eén).

Daarnaast werd samengewerkt met middenveld en sectoren (zie p. 28).

C Inzetten op kwaliteit en creativiteit.

De bestaande programma’s (zoals *Ook getest op mensen* en *Sing That Song*) werden geëvalueerd en waar mogelijk kwalitatief verbeterd. Daarnaast werden nieuwe programma-ideeën ontwikkeld (zoals *Copa Ketnet*, *Broodje Kaas* (Ketnet) en *Weg van België* (Canvas)).

Alle nieuwsdienstprogramma’s en *Deredactie.be* (inclusief het verkiezingsaanbod) werden intern gemaakt door het intern productiehuis VRT Nieuws (conform de beheersovereenkomst) (zie p. 64 voor meer informatie over de producties). Alle sportprogramma’s werden intern geproduceerd door het intern productiehuis VRT Sport, behalve de documentaire reeks *Iedereen Duivel* (productiehuis: Bonka Circus) en de interviewreeks *Karakters* (productiehuis: De Mensen) (zie p. 71 voor meer informatie over de producties).

⁶⁵ De VRT en Kanakna waren in 2014 coproductanten voor *Tom & Harry*. Eén zond deze fictiereeks uit in het voorjaar van 2015.



‘72,4% van de televisieprogramma’s die voor het eerst werden uitgezonden was een Vlaamse productie.’

69,3% van de uitgezonden televisieprogramma’s werden intern geproduceerd (basis: televisieproductiebudget in euro). 30,7% van de programma’s werden gemaakt door externe productiehuisen (norm: ten minste 25%).

Het intern productiehuis VRT Radio realiseerde 100% van de uitgezonden radioprogramma’s zelf (norm: 90%) (zie p. 36-45 voor meer informatie over de producties).

VRT START-UP

Binnen de VRT is VRT Start-Up actief. Het team ontwikkelt content-formats en nieuwe werkmethodes. Die moeten bijdragen in de missie van de VRT om relevant te zijn voor alle doelgroepen, ook voor die die niet meer in de eerste plaats de ‘traditionele media’ gebruiken. Als een nieuw idee of format waardevol is, kan het door de VRT via haar bestaande mediamerken gebruikt worden.

In 2014 focuste VRT Start-up op:

- > het ontwikkelen van een nieuwsaanbod voor jongeren, o.a. met het testen van de NUUUS-app (zie p. 65);
- > het uitwerken van formats voor andere vormen van kijkgedrag bij 25-45-jarigen;
- > het ontwikkelen van een experimenteel lab (Sambal) voor nieuwe digitale vertelvormen;
- > het ontwikkelen van een videonieuwsformat voor sociale media (Ninjanieuws, zie p. 65);

OpenVRT is een onderdeel van VRT Start-Up. Het is een netwerk van digitaal creatief talent uit Vlaanderen. OpenVRT had als doel om creativelingen met elkaar in contact te brengen, ze te inspireren en ze te stimuleren om hun vaardigheden te verbeteren. Ze deden dat via workshops en evenementen, via Beta.openvrt.be en via de sociale media.



3.2 Bijdrage aan de Vlaamse audiovisuele productiesector

De VRT draagt op verschillende manieren bij tot een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector:

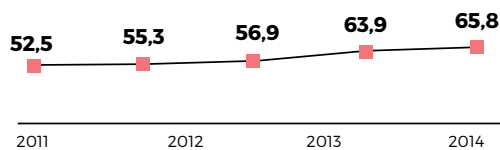
- > via preferentiële partnerschappen met onafhankelijke productiehuisen;
- > via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen;
- > via participaties in onafhankelijke productiehuisen;
- > via ontwikkelingsgelden;
- > via coproducties;
- > via bestellingen bij facilitaire bedrijven;
- > via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel fonds;
- > door samen te werken met Vlaamse start-ups en KMO's (zie p. 103).

EXTERNE PRODUCTIEHUIZEN

De Vlaamse onafhankelijke productiehuisen leverden in 2014 voor 65,8 miljoen euro diensten aan de VRT (ten opzichte van 63,9 miljoen euro in 2013).

EVOLUTIE BESTEDINGEN VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN
(IN MILJOEN EURO)

BRON: VRT



Zeven externe productiehuisen hadden een preferentieel partnerschap met de VRT (dat betekent dat de VRT met hen een langdurige overeenkomst had lopen, ze konden wel produceren voor andere omroepen): *Alaska TV, De Chinezen, De Filistijnen, De Mensen, Hotel Hungaria, Koeken Troef* en *Studio 100*. De raamovereenkomst met *De Filistijnen* en *Koeken Troef* liep ten einde in 2014 en werd niet meer verlengd.

Naast de 7 preferentiële partnerschappen, produceerden 32 externe productiehuisen in 2014 een programma voor de VRT: *3Keys, 8 OP 10, a team Productions, Any Media, Bonka Circus,*

Borgerhoff & Lamberigts, BroekToe, Caviar, Congo bvba, Czar TV, Danse la Pluie, De Raconteurs, De TV-Makers, De Wereldvrede, DED's IT, Earth in Motion, Eyeworks (MMG), Geronimo, Kanakna, Menuet, MIDLIFE COWBOY, Minds Meet, Nieveranst, Pias, Purple Monkey Productions LLC, Sputnik, Story Blvd, Storyrunner, Sultan Sushi, Sylvester, Telesaurus en *TIMESCAPES BVBA*. De toewijzing van een productie aan een extern productiehuis gebeurde aan de hand van open briefings en transparante criteria.



ONTWIKKELINGSMIDDELEN

De VRT ondersteunt de onafhankelijke Vlaamse productiehuisen bij de ontwikkeling van mediaconcepten en nieuwe formats. Daarvoor investeerden de VRT-netten in 2014 806.968 euro bij de externe productiehuisen.

^
Marsman
(Eén)

3.3 Bijdrage aan de Vlaamse identiteit

Het aandeel van de Vlaamse televisieproducties en van de coproducties bedroeg 72,9% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur (ten opzichte van 64,3% in 2013) (norm: 65%).

Het Vlaams Audiovisueel Fonds beheert het Mediafonds. Dat gaf in 2014 steun aan 20 Vlaamse televisieproducties voor de VRT. Deze producties werden door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen in coproductie met het VAF gemaakt.

- > Fictie: *Bevergem, Blankenberge Blues, B (Otaku), Den Elfde van den Elfde; Rent a Mother, Tytgat Chocolat, CLINCH!, Tabula Rasa en Beau Sejour*
- > Documentaire reekken: *Barber Shop, Palais Royal, Reset en Art Collectors*
- > Animatie: *The Baron, Ziggy & The Zootram, Droedels, Vos & Haas, Bo's Bazaar, George & Paul en Mijn ridder en ik*

3.4 Samenwerking met externe partners

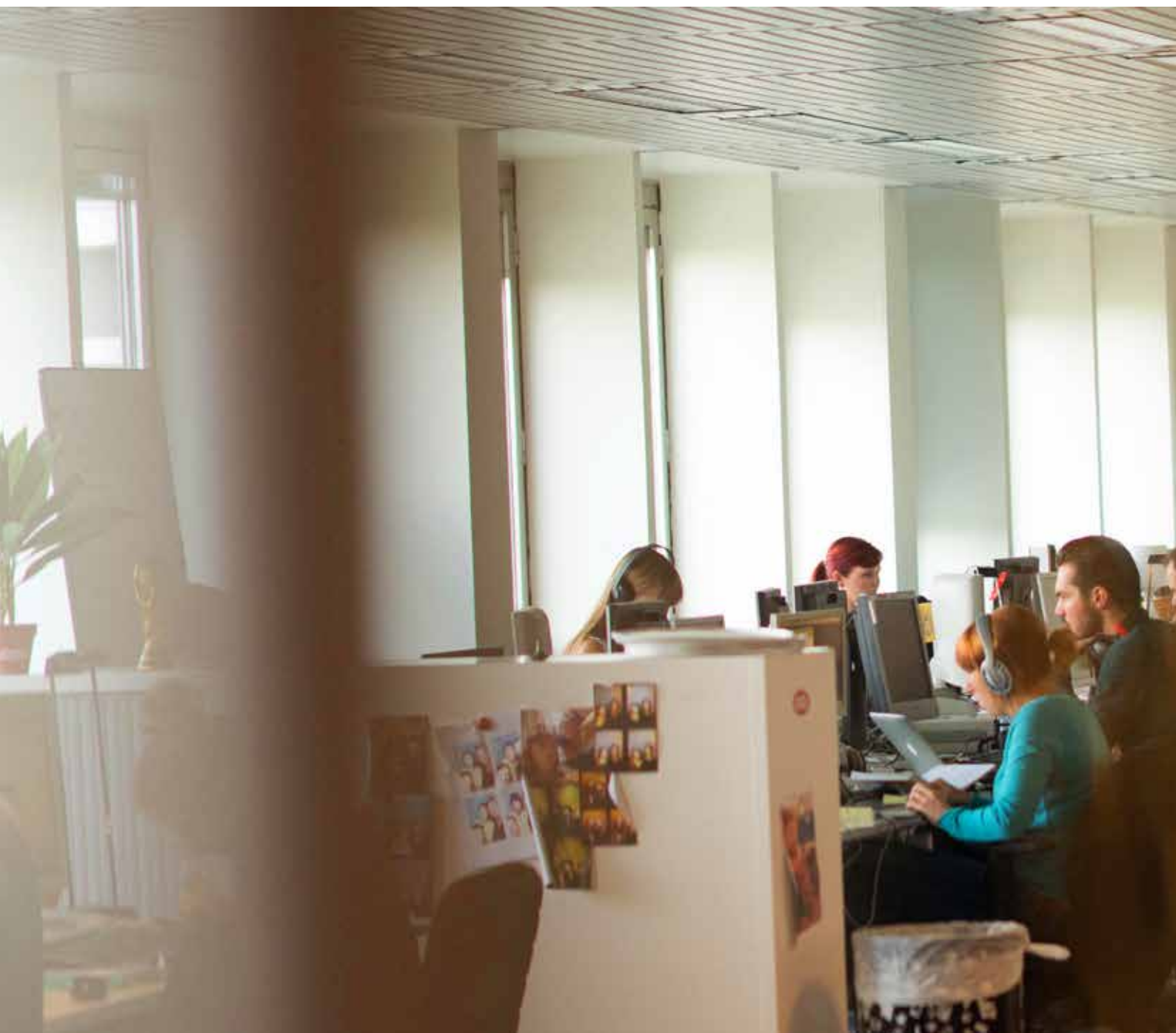
De Algemene Voorwaarden is een document dat algemene bepalingen bevat die gevolgd moeten worden bij het produceren voor de VRT. Het wordt standaard toegevoegd bij de productieovereenkomsten. Het document vermeldt onder andere volgend artikel: *"Partijen verbinden zich ertoe om bij de uitvoering van deze overeenkomst de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen in acht te nemen en de geldende sociale wetgeving na te leven."* Als een extern productiehuis een productie maakt voor de VRT, dan erkent het bijgevolg dit principe. Ook in coproductieovereenkomsten is deze bepaling opgenomen. De VRT blijft wel de eindverantwoordelijke over haar programmering. (zie p. 113)

De Algemene Voorwaarden verduidelijken ook de rechtenregeling (conceptrechten en exploitatierechten) bij externe producties. De vergoedingen die daaraan verbonden zijn, worden verdeeld op basis van een aantal parameters.

Het sociaal charter voor de audiovisuele sector, dat tot stand kwam in 2013, werd in 2014 verder uitgerold. (zie p. 112)



'39 Vlaamse onafhankelijke productiehuisen leverden voor 65,8 miljoen euro diensten aan de VRT.'



Creativiteit en efficiëntie



4

4.1 HR-beleid

ORGANISATIEONTWIKKELING

De HR-directie ondersteunde diverse keren de herstructureringen binnen verschillende directies (zoals bij de ontwikkeling van het Digitale Productiecentrum (dat moet instaan voor de digitale productie) en bij de integratie van de afdelingen Technologie en Operaties).

De VRT voerde een nieuw systeem in dat het bestaande proces van formuleren, opvolgen en bijsturen van doelstellingen voor leidinggevenden ondersteunt. Specifiek voor het intern productiehuis VRT Televisie werd een proces op maat ontwikkeld en ingevoerd dat de prestaties van medewerkers helpt optimaliseren. Het vervangt het vorige generieke functioneringsproces en diende als pilootproject voor de hele VRT.

TALENTONTWIKKELING

Op verschillende manieren werden de professionele competenties ondersteund.

- > *Persoonlijke ontwikkelingsplannen*
De VRT stimuleerde haar medewerkers om persoonlijke plannen te maken over de verdere ontwikkeling die ze willen doormaken. Als een medewerker een nieuwe stap wil zetten in zijn persoonlijke ontwikkeling, wordt gekeken hoe dat op de meest efficiënte en effectieve wijze kan gebeuren (zoals een klassieke opleiding, sociaal leren of werkplekleren).
- > *Vaktechnische vaardigheden*
Tal van medewerkers volgden vaktechnische opleidingen. Verschillende schermgezichten en radiostemmen kregen bijvoorbeeld stemcoaching, presentatiecoaching of een opleiding interviewtechnieken.
- > *Leiderschapsvaardigheden*
De VRT nam diverse initiatieven om de leiderschapsvaardigheden van leidinggevenden te versterken:
 - Ongeveer 120 leidinggevenden kregen 360°-feedback waarbij collega's en hun eigen leidinggevenden en medewerkers feedback gaven over hun leiderschapstijl. Die feedback helpt hun bij hun verdere ontwikkeling.



*'De VRT wil een
integere organisatie
zijn: geloofwaardig en
betrouwbaar.'*

- Ongeveer 40 leidinggevenden volgden een meerdaags ontwikkelingstraject.
- Leidinggevenden konden opleidingsmodules volgen, zoals over “het bepalen van resultaatgerichte doelstellingen”, “het geven en ontvangen van feedback” en “het voeren van functioneringsgesprekken”.
- De VRT zette in op coaching van leidinggevenden. Voor het coachingsbeleid werd samengewerkt met interne coaches van de Vlaamse Gemeenschap.

AANWERVINGSBELEID

Om in de toekomst de openbare opdracht goed te kunnen vervullen, moet de VRT naast haar radio- en televisieaanbod een volwaardig digitaal aanbod aanbieden. Daarvoor is het belangrijk dat de VRT voldoende digitaal talent kan aanwerven. VRT Jobs (de afdeling die instaat voor de aanwervingen bij de VRT) realiseerde in 2014 verschillende acties die deze doelstelling helpen waarmaken. De omroep was bijvoorbeeld aanwezig op de sociale media met informatie over vacatures en een blik achter de schermen.

De VRT was aanwezig op jobbeurzen. Zij organiseerde ook zelf evenementen die haar als aantrekkelijke werkgever toonden. Enkele voorbeelden:

- > Tijdens Expeditie VRT (zie p. 25) volgden ongeveer 100 studenten communicatiewetenschappen de workshop “Werken bij de VRT”.
- > Studenten journalistiek van de Artevelde-Hogeschool volgden een informatiesessie “Werken bij de VRT”.
- > Op speeddate-sessies zocht de VRT naar geschikte kandidaten voor de VRT-nieuwsdienst en het interne productiehuis VRT Televisie.

Stageplaatsen werden vanaf 2014 net als vacatures openbaar bekendgemaakt. Na een stageperiode werd de feedback van de leidinggevenden beter beheerd. Daardoor werd de informatie over de stagiair makkelijker deelbaar voor toekomstige vacatures.

Om talent uit specifieke bevolkingsgroepen aan te trekken nam de VRT nog specifieke initiatieven (zie p. 99).

INTEGERE ORGANISATIE

De VRT wil een integere organisatie zijn: geloofwaardig en betrouwbaar. Dat vraagt een integere houding van alle medewerkers. Daarom startte de VRT, op vraag van Audit Vlaanderen en de Vlaamse overheid, (in 2013) met de ontwikkeling van een integriteitsbeleid.

Na uitgebreid intern overleg werd in 2014 een integriteitscharter en -code goedgekeurd. Die gaan in op 10 basisprincipes over professioneel en verantwoordelijk beslissen, handelen en communiceren binnen en buiten de VRT en de praktische toepassing ervan. Het charter en de code vormen een morele leidraad voor elke VRT-medewerker. Eind 2014 werd een integriteitscoördinator aangeduid. Een interne website integriteit werd gelanceerd. In het voorjaar van 2015 werden de eerste workshops integriteit voor de medewerkers georganiseerd.

De VRT startte in 2014 met het opmaken van een meldingsregeling. Bedoeling is dat elke medewerker die een integriteitsinbreuk vaststelt, dit kan melden aan zijn leidinggevende, een vertrouwenspersoon of de integriteitscoördinator. Deze regeling werd in het voorjaar van 2015 van kracht.

4.2 Aandacht voor het sociaal klimaat



Het uitrollen van HR-projecten heeft in veel gevallen een impact op de arbeidsvoorwaarden van de VRT-medewerkers. Daarom werden deze verschillende keren besproken met de sociale partners, met het oog op het afsluiten van sociale akkoorden. Op het sociaal overleg

werden verschillende HR-dossiers besproken, zoals het loonbeleid, het beleid met betrekking tot functieclassificatie en de hervorming van het werkreglement.

In het najaar legde de Vlaamse overheid de VRT een bijkomende dotatievermindering op. De gevolgen voor het personeel 'domineerden' het sociaal overleg. Eind 2014 werd een deelakkoord over de personeelsgevolgen afgesloten.

De dienst die verantwoordelijk was voor het welzijnsbeleid kreeg versterking van een preventieadviseur voor psychosociale aspecten. Een werkgroep arbeidsbeleving werd opgericht. Die moet adviezen aan de VRT-directie formuleren over de arbeidsbeleving door de medewerkers.

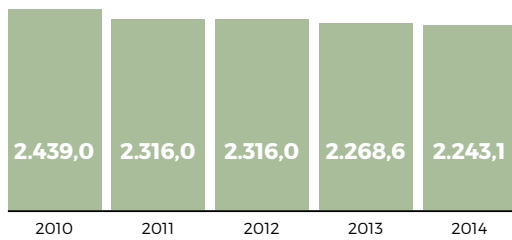
4.3 Personeelsbestand

SAMENSTELLING

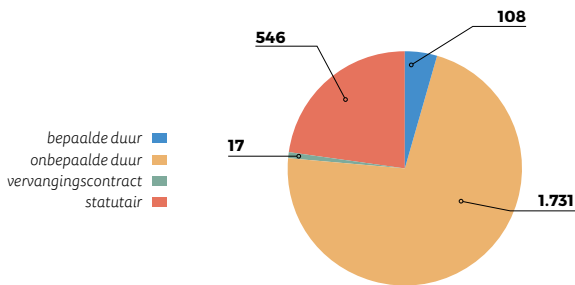
Eind 2014 had de VRT 2.402 actieve personeelsleden⁶⁶ (eind 2013: 2.427) in dienst of 2.243,1 voltijds equivalenten (eind 2013: 2.268,6) (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016: maximaal 2.338,2). 23% van de personeelsleden was statutair, 77% was contractueel⁶⁷.

EVOLUTIE AANTAL VOLTIJDS EQUIVALENTEN (2010-2014)

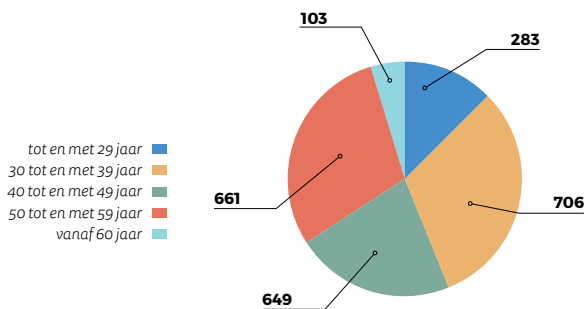
BRON: VRT



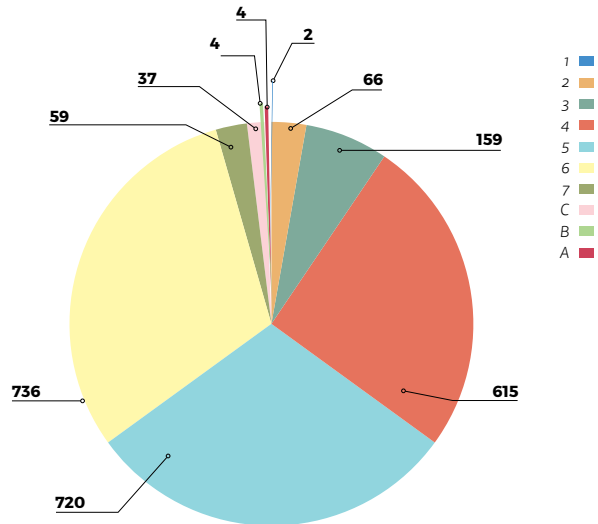
DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS CONTRACTSOORT⁶⁸



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS LEEFTIJD⁶⁹



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS OVER DE FUNCTIEKLASSEN⁷⁰



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS DIRECTIE⁷¹

DIRECTIE (VOLTIJDS EQUIVALENTEN)	2014
Beleid	50,7
Financiën	174,4
Media	91,0
Productie	1.230,6
HR	60,6
Technologie & Operaties	635,8
TOTAAL	2.243,1

DIVERSITEIT

De VRT zette de eigen monitoring over nieuwe Vlamingen in haar personeelsbestand⁷² verder. Eind 2014 had 2,6% van de medewerkers een migratieachtergrond (streefcijfer: 4%).⁷³

Eind 2014 had 1,1% van de medewerkers een arbeidshandicap⁷⁴ (streefcijfer: 1,5%). Medewerkers met een arbeidshandicap kunnen sinds 2014 aan de VRT vragen een "integratie-

66 Dat aantal bevat niet de 20 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, 32 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 171 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -onthefingen, gedetacheerden, e.d.).

67 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.

68 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

69 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

70 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

71 De indeling van de directies is die zoals de VRT in 2014 georganiseerd was. De reorganisaties van de voorbije jaren hebben tot nieuwe directies geleid. Een zinvolle vergelijking van het aantal medewerkers per directie met vroegere jaren is (uitgaande van de nieuwe organisatiestructuur) niet meer mogelijk.

72 Op een totaal van 2.402 personeelsleden (op 31/12/2014).

73 In 2014 organiseerde de dienst Emancipatiezaken van de Vlaamse Gemeenschap geen (anonieme) telling zoals in 2013.

74 Dit percentage was gebaseerd op het cijfer dat via vrijwillige registratie tot stand kwam in 2012 aangevuld met het aantal nieuwe medewerkerkers die een arbeidshandicap hebben en het aantal medewerkers die een arbeidshandicap kregen in 2013 en 2014.



^
Diversiteits-
trofee

protocol” op te maken. Voor deze medewerkers werd nagegaan welke specifieke ondersteuning ze moeten krijgen in het uitoefenen van hun functie.

Het aandeel vrouwelijke medewerkers in het totale personeelsbestand bedroeg eind 2014 39,1% (streefcijfer: 40%). Vooral voor functies in de directie Technologie & Operaties was het moeilijk voldoende vrouwelijke kandidaten te vinden. Het aandeel vrouwelijke managers (functieklassen A, B en C) bedroeg eind 2014 24,4% (streefcijfer: 33%).

De VRT kon de voorbije jaren relatief weinig nieuwe medewerkers aanwerven. Daardoor was de mogelijke instroom van nieuwe Vlamingen, vrouwen en personen met een beperking in het personeelsbestand ook klein.

AANTREKKEN VAN DIVERS TALENT

De VRT probeerde op verschillende manieren talent uit specifieke bevolkingsgroepen aan te trekken:

- > 10 stagiairs met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond volgden een ervaringsstage bij de VRT. Die ervaring verhoogde hun kansen om in de Vlaamse audiovisuele sector een job te vinden. Vijf personen die in 2013 een ervaringsstage bij de VRT volgden, kregen in 2014 een contract van (on)bepaalde duur.
- > De VRT sloot met de sociale partners een protocolakkoord “Voorbehouden betrekkingen” af. Twee personen met een arbeidshan-

dicap kregen in dat kader een arbeidsovereenkomst aangeboden.

- > Bij het invullen van vacatures spreekt de VRT ook specifiek organisaties (zoals Inclusion voor ex-paralympiërs) en netwerken (zoals de Koning Boudewijnstichting) aan om in contact te kunnen komen met divers talent. De VRT zette acties op bij evenementen waar relatief vaak mensen met een migratieachtergrond komen (zoals een wervingsactie bij bezoekers van UrbanNice Party van MNM).
- > De VRT organiseerde “speeddate”-sessies om geschikte kandidaten te vinden voor de VRT-nieuwsdienst. Het voordeel van deze rekruteringsmethode is dat een bredere en meer diverse instroom van talent mogelijk is. 20 personen kregen een opdracht bij VRT Nieuws.

OPLEIDING & ONTWIKKELING VAN (DIVERSITEITS)COMPETENTIES

- > Medewerkers met een beperkte bagage van het Nederlands konden, in samenwerking met VDAB, hun taalkennis versterken.
- > Zes medewerkers met een migratieachtergrond kregen een opleiding interviewtechnieken. Veertien medewerkers met een migratieachtergrond kregen logopedische begeleiding.
- > VRT-medewerkers konden deelnemen aan de “Masterclass Nieuwe Vlamingen”. De informatiesessie toonde aan de hand van praktijkvoorbeelden het belang van diversiteit voor de beeldvorming aan.
- > Eindredacteuren, regisseurs, producers en andere medewerkers van het interne productiehuis VRT Televisie konden een workshop diversiteitscoaching volgen. Daar werden tips gegeven over het in beeld brengen van diversiteit. Verschillende leidinggevenden en mentoren van stagiairs volgden een opleiding ‘omgaan met diversiteit in een team’.
- > Medewerkers van de nieuwsdienst konden deelnemen aan een diversiteitssessie over de man/vrouw-verhouding.

4.4 Efficiënte organisatie

De Beheersovereenkomst 2012-2016 bepaalde dat een continue efficiëntieverbetering nodig was om de VRT financieel gezond te houden. Drie redenen lagen aan de basis van het efficiëntieplan dat een progressief verbeteringstraject bevat: (a) een kostenniveau dat in 2011 nog te hoog lag, (b) een minder snelle stijging van de eigen opbrengsten dan de evolutie van de kosten en (c) het bijkomend engagement dat de VRT op zich nam in het dossier van de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen.

Bijkomend volgden nog nieuwe besparingsmaatregelen op het niveau van de Vlaamse Overheid. Dat had, zowel in 2012, in 2013 als in 2014 dotatieverminderingen voor de VRT tot gevolg. In 2012 ging het om een inlevering van 3,9 miljoen euro op de dotatie voor het werkingsgedeelte. Met de budgetcontrole van 2013 werd de dotatie met 4,3 miljoen euro vermindert (2,2 miljoen euro voor de personeelsuitgaven en 2,1 miljoen euro⁷⁵ voor het werkingsgedeelte). Bij de begrotingsaanpassing van 2014 werd de dotatie voor de personeelsuitgaven met 3,6 miljoen euro vermindert.

Deze dotatieverminderingen, die structureel doorwerken naar de volgende jaren, betekenen dat het niveau van de dotatie eind 2014 reeds 11,8 miljoen euro lager ligt dan in de beheersovereenkomst bepaald. Dat betekende dat bijkomende besparingsmaatregelen moesten genomen worden. De VRT koos er voor om niet te snoeien in haar aanbod, maar te besparen op de budgetten van technologie, marketing, 'overhead'-werkingskosten en investeringsprojecten.

De VRT sloot 2014 uiteindelijk af met een financieel resultaat dat 2,8 miljoen euro beter was dan gepland in de beheersovereenkomst.

Omdat de financiële middelen schaarser worden en ze zo veel mogelijk moeten terugvloeien naar de gemeenschap onder de vorm van aanbod, zoekt de VRT continu naar manieren om in de toekomst nog efficiënter te werken. In 2014 bleef kostenefficiëntie een prioriteit voor de VRT. De focus van de efficiëntie-opdracht ligt op de ondersteunende processen, meer bepaald rond het automatiseren van een aantal administratieve processen en het verhogen van het kostenbewustzijn bij de medewerkers. De VRT werkte verder aan het verhogen van het kostenbewustzijn in het aanbod. Zij hanteerde de design-to-value-filosofie⁷⁶. In 2014 werd eveneens het proces bijgestuurd om het investeringsplan van de VRT te actualiseren. Om de wendbaarheid te verhogen, werd het plan frequenter bijgestuurd. Onder druk van evoluties in de sector (zoals de versnelde digitalisering van het aanbod en van de productiemiddelen) werden vervangingsinvesteringen kritischer bekeken. Zo werden meer middelen vrijgemaakt voor projecten die de VRT helpen om in te spelen op die evoluties.

ONTWERP NIEUW VRT-GEBOUW

In 2013 had de Raad van Bestuur beslist dat de openbare omroep zijn nieuwe gebouw zal bouwen op de huidige Reyers-site. 69 nationale en internationale ontwerpteams stelden zich kandidaat voor de open oproep van de Vlaamse Bouwmeester. Vijf teams werden geselecteerd om een ontwerp in te dienen. In het voorjaar van 2015 werd de winnaar gekozen.

De bouwwerken zullen in 2017 aanvatten. In 2020 zullen de eerste medewerkers hun intrek nemen in het nieuwe gebouw, dat uitgaat van duurzaamheid en efficiëntie.

De VRT staat zelf in voor de financiering.

⁷⁵ In het jaarverslag 2013 staat hier een bedrag van 2,4 miljoen euro. Dit bedrag werd herkend op basis van de reële evolutie van de gezondheidsindex (1,24% volgens de website van het planbureau)

⁷⁶ Dat is een methodiek om tot de juiste budgetbepaling van een programma te komen. In de programmabriefings worden de kwaliteitseisen en de beoogde kostprijs duidelijk geformuleerd. Het budget van een programma wordt daarbij bepaald door rekening te houden met de verwachtingen van de kijker en het streven naar maximale efficiëntie.





Onderzoek & Innovatie





5



Make-a-thon

De beheersovereenkomst beschrijft de toegevoegde opdracht "Onderzoek & Innovatie". VRT Onderzoek & Innovatie deed in 2014 onderzoek naar de creatie, het beheer, de distributie en de consumptie van media-inhoud. De afdeling werkte samen met Vlaamse en internationale partners aan onderzoeksprojecten op middel-lange termijn. VRT Onderzoek & Innovatie ontwikkelde daarbij concrete 'proof of concepts' en focuste op het ontwikkelen van nieuwe inzichten.

VRT Onderzoek & Innovatie werkte samen met het IWT, iMinds, SMIT, ETRO (VUB), MiX, CUO (KULeuven), IBCN (UGent) en iLab.o. De Proeftuin (een samenwerking VRT-iMinds-SMIT-VUB-iLab.o) deed aan gebruiksonderzoek van proefprojecten bij 1.000 testgebruikers.

VRT Onderzoek & Innovatie zetelde in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technology & Innovation. VRT Onderzoek & Innovatie nam ook deel aan verschillende EBU-werkgroepen.

ONDERZOEKSPROGRAMMA

VRT Onderzoek & Innovatie voerde in 2014 onderzoeksprojecten uit rond verschillende onderzoeksthema's:

- > multiplatforme productie en distributie;
- > de versterking van de beleving van live-evenementen, bijvoorbeeld bij sportwedstrijden en muziekoptredens;
- > gepersonaliseerde contentcreatie;
- > het automatisch archiveren, annoteren en ontsluiten van audio- en videomateriaal.

De VRT-onderzoeksafdeling werkte mee aan verschillende Europese projecten:

- > TOSCA-MP (over zoeken naar mediamateriaal en het automatisch annoteren ervan);
- > Empathic (over contextgebaseerde media-toepassingen);
- > ICoSOLE (over de totaalbeleving van live-evenementen).

VRT Onderzoek & Innovatie verspreidde de opgedane kennis door de onderzoeksresultaten ter beschikking te stellen aan het MiX en andere actoren in het Vlaamse medialandschap. Op *Media Fast Forward* presenteerde VRT Onderzoek & Innovatie zijn onderzoeksresultaten aan de mediasector. Gastsprekers gaven bij die gelegenheid ook presentaties over onderwerpen die aansloten bij het onderzoeksprogramma van de VRT. 15 startende bedrijven konden op de conferentie hun product of werking voorstellen. *Make-a-thon* was een “cocreatie-evenement” van VRT Onderzoek & Innovatie. De deelnemers konden er hun ideeën over de media van morgen vorm geven en delen. VRT Onderzoek & Innovatie presenteerde zijn werking op de IBC-broadcastbeurs.

Innovatie.vrt.be gaf informatie over de onderzoeksprojecten en innovatieactiviteiten van de VRT. Met het oog op internationale samenwerking had de VRT ook een Engelstalige versie, Innovation.vrt.be.



'VRT-Innovatie werkte samen met 30 Vlaamse start-ups en kmo's.'

INNOVATIE IN MEDIA VAN DE TOEKOMST

In 2014 werkte VRT-Innovatie samen met een dertigtal Vlaamse start-ups en kmo's bij de ontwikkeling van nieuwe mediaproducten en -technologieën.

De VRT ondersteunde de bedrijven zowel op creatief als technologisch vlak, o.a. door het openstellen van de VRT-productievloer en door het delen van haar kennis.

Door de samenwerkingen kan de VRT inspiratie opdoen om zo te blijven vernieuwen en innoveren in mediatechnologieën en -platformen.



Archief





6



Bobbelaan
Schoepen
Show (1959)

Op 1 januari 2014 ging een samenwerkingsovereenkomst in tussen het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA) en de VRT. De samenwerking heeft drie doelstellingen:

- a. door versnelde digitalisering het audiovisuele VRT-archief van degeneratie vrijwaren;
- b. het audiovisueel Vlaams erfgoed ter beschikking stellen aan de Vlaamse Gemeenschap, via het onderwijs, bibliotheken en wetenschappelijk onderzoek;
- c. het VRT-archief duurzaam bewaren.

DIGITALISERING VRT-ARCHIEF

- > Door de samenwerking met het VIAA kon de digitalisering van het VHS-archief van de VRT bijna volledig afgerond worden. In 2014 werd zo voor bijna 90.000 uur VHS-materiaal gedigitaliseerd.
- > Financieel gesteund door het VIAA, digitaliseerde de VRT verder haar SP-SX-video-collectie (in 2014: ruim 12.000 uur). Het is de bedoeling om tegen einde maart 2016 de digitalisering van dit archief te voltooien.
- > Samen met het VIAA startte de VRT een project om de 100.000 kwartduim-audiobanden te digitaliseren. In 2014 werden 6.000 banden gedigitaliseerd en 15.000 banden geregistreerd⁷⁷ (om te kunnen digitaliseren).
- > De VRT digitaliseerde zelf nog 87,5 uur film.



⁷⁷ "Registreren" is de analoge drager opnemen in een database door een uniek nummer eraan toe te kennen (eventueel al aangevuld met de beschikbare metadata (zoals datum, plaats, artiest en net)). Het nummer wordt tegelijk ook omgezet naar een barcode die op de analoge drager wordt aangebracht. Het uiteindelijke digitale bestand is te vinden via dat unieke nummer.



<
Wies Andersen
Show (1977)



<
De kleinste
show (1953)



>
Teleshov
(1954)

ANNOTATIE

In 2014 werden ongeveer 20.000 video- en woorditems van basisannotatie voorzien. Een deel ervan kreeg ook een meer uitgebreide beschrijving. Deze annotatie laat toe om efficiënt te zoeken in het gedigitaliseerd archief.

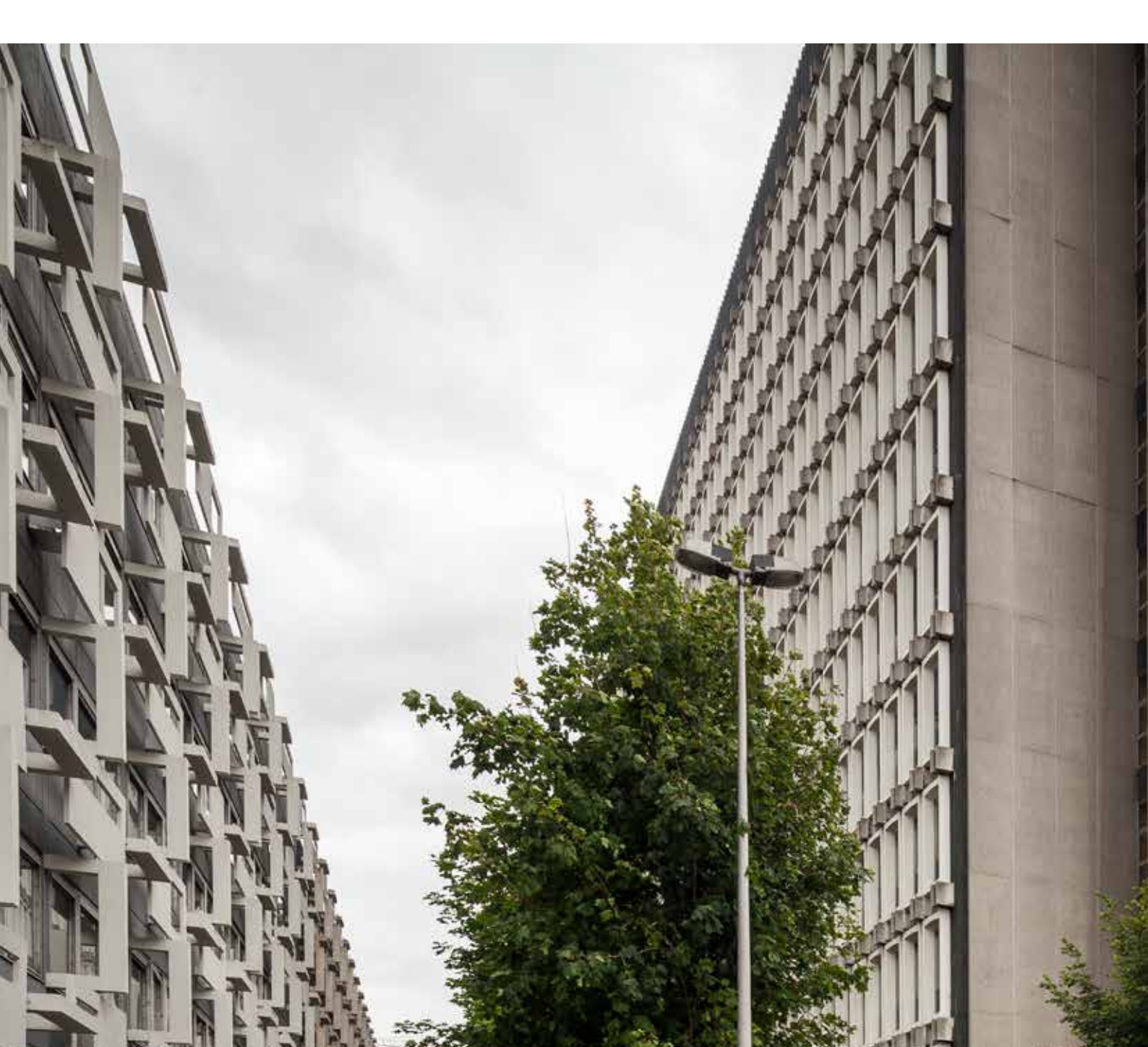
ONDERZOEK

Het VIAA startte het platform "Testbeeld". Het wil "leerkrachten op een eenvoudige manier toegang bieden tot film- en audiomateriaal van de openbare omroep, de regionale omroepen en diverse erfgoedinstellingen zoals musea en archieven. Tijdens het schooljaar 2014-2015 blijft de toegang tot Testbeeld nog beperkt tot een vast aantal testleerkrachten."⁷⁸ Het project test zo hoe audiovisueel erfgoed aangeboden kan worden aan het onderwijs.

Acht VRT-archivarissen doorzochten in 2014 het VRT-archief naar bruikbaar materiaal voor het onderwijs. Ze werkten daarvoor samen met leerkrachten die in dienst waren van het VIAA. 3.500 audio- en videobestanden werden geselecteerd en gekoppeld aan de leerplannen die gebruikt worden in het Vlaams onderwijs.

⁷⁸ Bron: testbeeld.viaa.be

∨
'Het VIAA-
platform Testbeeld
wil leerkrachten
toegang bieden
tot film- en
audiomateriaal van
de VRT, de regionale
omroepen en
erfgoedinstellingen.'



Duurzaam ondernemen







De VRT wil als organisatie streven naar duurzaamheid. Zij wil bij alles wat ze doet, zo goed mogelijk rekening houden met de socio-economische en maatschappelijke context en met de impact op ecologie en klimaat.

- > De VRT ondersteunde op verschillende manieren de Vlaamse audiovisuele productiesector. (zie p. 92) Dat is, gelet op de toenemende internationalisering van de media, belangrijk voor de Vlaamse mediabedrijven en -gebruikers.
- > De omroep bleef daarbij investeren in mediantalent (bijvoorbeeld met bedrijfsstages of een dj-talentwedstrijd). (zie p. 99)
- > De VRT werkte samen met tal van organisaties uit sectoren zoals het onderwijs, de sport, de cultuursector en het Vlaamse middenveld. (zie p. 28)
- > De omroep en zijn medewerkers gingen op een verantwoordelijke manier om met de beschikbare middelen. Rekening houdend met de uitgebreide opdracht, gebruikten ze die efficiënt. (zie p. 100)
- > De VRT hechte veel belang aan “maatschappelijk verantwoord ondernemen”. Ze benadrukte dat ook in haar contractuele relaties met de externe productiehuisen en leveranciers. (zie hieronder)
- > De VRT probeerde haar ecologische voetafdruk te beperken. (zie p. 113)

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

SOCIAAL CHARTER

Eind 2013 ondertekenden de VRT, andere Vlaamse en regionale omroepen, mediavakbonden, koepelorganisaties, beroepsverenigingen, enkele individuele bedrijven en de minister van Media een Sociaal Charter voor de Audiovisuele Sector. Het bevat een aantal sociale principes (onder andere over werkomstandigheden en de verhouding werk-privé) waaraan de ondertekenaars zich moeten houden. Ook in haar relaties met andere bedrijven (bijvoorbeeld in contracten met leveranciers) verwijst de VRT naar het sociaal charter.

Gemengde werkgroepen definieerden op verschillende domeinen acties om gevolg te geven aan de aanbevelingen van het charter. De VRT nam deel aan verschillende acties:

- > werkstages om de toetreding van pas afgestudeerden in de sector te vergemakkelijken;
- > inventariseren van de verschillende tewerkstellingsstatuten in de sector met hun voor- en nadelen;
- > aanwezig zijn op jobbeurzen ter promotie van de sector bij potentiële sollicitanten;
- > gecoördineerde acties m.b.t. veilig werken;



Car Free Day (Studio Brussel)



- > workshops over werkdruk (met het oprichten van een werkgroep over arbeidsbeleving in de VRT).

Eind 2014 evalueerden de ondertekenaars “een jaar Sociaal Charter”. Ze vonden dat zinvolle acties zijn ondernomen, maar dat het naleven van de sociale wetgeving op het terrein gestimuleerd moet worden.

REDACTIONELE ONAFHANKELIJKHEID

De VRT draagt de eindverantwoordelijkheid over de interne en externe producties en de programmering van de netten. De financieringsbron van de programma's heeft geen invloed op de inhoud ervan. De redacties behouden bij de productie van hun programma's zo steeds hun redactionele onafhankelijkheid. Ook het beleidskader voor samenwerkingen voor de radioprogramma's en het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's wijzen op de autonomie van de redacties. Als institutionele financiering of productplacement bij televisieprogramma's van externe productiehuizen voorkomt, moet de VRT die ook goedkeuren. Ook bij de programma's die ze zelf produceert, benadrukt de VRT in haar overeenkomsten met adverteerders en institutionele partners haar redactionele autonomie.



'De naleving van de sociale wetgeving moet door alle mediabedrijven gestimuleerd worden.'

VERKLEINEN VAN DE ECOLOGISCHE VOETAFDruk

De VRT zette haar inspanningen verder om op verschillende manieren haar ecologische voetafdruk te beperken, o.a. door:

- > het gebruik van groene stroom;
- > het gebruik van energiezuinige servers;
- > de stapsgewijze vervanging van klassieke (studio)verlichting door led-verlichting;
- > de gedeeltelijke vervanging van het technisch wagenpark door voertuigen die voldoen aan de laatste Europese CO₂-uitstootnormen;
- > het gebruiken van energieprestaties als criterium voor technologische vervangingsinvesteringen;
- > het gebruik van grondwater voor de koeling van installaties.

De VRT sensibiliseerde in 2014 haar medewerkers over verschillende milieuthema's. Enkele voorbeelden:

- > De VRT ondersteunde de Dikke-Truiendag. De verwarming van de VRT-gebouwen werd een paar graden lager gezet.
- > Met Earth Hour (actie van WWF voor het klimaat), doofde de VRT op 29 maart 2014 de verlichting op de VRT-toren.
- > Naar aanleiding van Autoloze zondag (van Brussel) werden de medewerkers geïnformeerd over de alternatieve vervoersmogelijkheden (naast de auto) om te komen naar de VRT. (Naar aanleiding van Car Free Day stimuleerde Studio Brussel zijn luisteraars om zich met het openbaar vervoer te verplaatsen.)

De VRT-gebouwen voldoen niet aan de huidige en toekomstige energieprestatieregeling. Het toekomstige omroepcentrum zal daar verandering in brengen. De VRT ambieert voor haar kantooromgeving de hoogst mogelijke score van 4 sterren (volgens het scoringsmechanisme beschreven in de publicatie “waardering van kantoorgebouwen – op weg naar een duurzame huisvesting voor de Vlaamse Overheid”).

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 decreet betreffende radio-omroep en televisie. Krachtens artikel 19 van de Cultuurpactwet moet de samenstelling van de Raad van Bestuur de evenredige vertegenwoordiging van de politieke fracties in het Vlaams Parlement in acht nemen.

Tot 25 juli 2014 was de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- > Luc Van den Brande
- > Chris Reniers
- > Marc De Clercq
- > Rudi De Kerpel
- > Eric Defoort
- > Eric Deleu
- > Jozef Deleu
- > Thérèse Deshayes
- > Dimitri Hoegaerts
- > Noël Slangen
- > Annelies Van Cauwelaert
- > Marijke Verboven

De Buitengewone Algemene Vergadering van 13 oktober 2014 heeft met terugwerkende kracht beslist om Ellen Van Orshaeghen vanaf 5 september 2014 tot bestuurder te benoemen ter vervanging van Marijke Verboven.

Een korte biografie van de bestuurders en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, worden weergegeven op de corporate website 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 2014 vergaderde de Raad van Bestuur 15 keer, 8 keer in zijn oude samenstelling, 1 keer in een samenstelling met 11 leden, 6 keer in de nieuwe samenstelling.

Bevoegdheden

Algemeen zijn de bevoegdheden van de Raad van Bestuur bepaald in artikel 13, §1 van het decreet betreffende radio-omroep en televisie.

- 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 programmabeleid, 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 wordt bepaald in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, C. Raad van Bestuur, III. Organisatie.

COMITÉS OPGERICHT DOOR DE RAAD VAN BESTUUR

Binnen de Raad van Bestuur bestaan sinds vele jaren drie permanente comités.

Auditcomité

Samenstelling

Zoals bepaald in artikel 31 van het Decreet betreffende radio-omroep en televisie 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: charter van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, 4. Samenstelling.

In het Auditcomité zetelden in 2014:

- > Annelies Van Cauwelaert (voorzitter Auditcomité)
- > Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur)
- > Chris Reniers (ondervoorzitter Raad van Bestuur)

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder en de manager Interne Audit worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Auditcomité bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Auditcomité vergaderde tien keer in 2014.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Auditcomité is bepaald in bijlage C.1 Auditcomité: charter, 3. Opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT. In essentie staat het Auditcomité de Raad van Bestuur bij in zijn toezichtfunctie, 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 controles en risicobeheersing.

Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

Samenstelling

De Raad van Bestuur heeft een Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR opgericht (hierna 'Strategisch Comité VAR' genoemd).

In het Strategisch Comité VAR zetelden in 2014:

- > Noël Slangen (voorzitter)
- > Eric Deleu
- > Rudi De Kerpel

De gedelegeerd bestuurder, het bestuurslid dat ook bestuurslid is bij VAR (Marc De Clercq), de voorzitter van de Raad van Bestuur en de gemeenschapsafgevaardigde worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Strategisch Comité VAR bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR vergaderde zes keer in 2014.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Strategisch Comité VAR is bepaald in bijlage C.3 Charter VRT Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van 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 haar dochterondernemingen en het toezicht op de uitvoering van deze strategie. Het functioneert als overlegforum met het management van de VAR en bereidt de beslissingen van de Raad van Bestuur inzake de 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 van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, 3. Samenstelling.

In het Remuneratie- en benoemingscomité zetelden in 2014:

- > Luc Van den Brande (voorzitter)
- > Thérèse Deshayes
- > Eric Defoort

Vergaderfrequentie

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde zeven keer in 2014.

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 van 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.

DE GEDELEGEERD BESTUURDER EN HET VRT-DIRECTIECOLLEGE

Samenstelling

De gedelegeerd bestuurder wordt benoemd en ontslagen door de Algemene Vergadering (conform artikel 14 van het decreet betreffende radio-omroep en televisie en artikel 16 van de statuten).

Willy Wijnants werd door de Buitengewone Algemene Vergadering van 7 januari 2014 tot gedelegeerd bestuurder ad interim benoemd met ingang van 7 januari 2014. Voordien was Sandra De Preter gedelegeerd bestuurder. Leo Hellemans werd door de Buitengewone Algemene vergadering van 21 oktober 2014 tot gedelegeerd bestuurder benoemd met ingang van 15 november 2014.

De gedelegeerd bestuurder wordt bijgestaan door het directiecollege dat hij voorziet.

De samenstelling van het VRT-Directiecollege is vastgelegd in artikel 14 van het Decreet van 27 maart 2009 betreffende de radio-omroep en televisie 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 2014 als volgt samengesteld:

- > Gedelegeerd bestuurder: Sandra De Preter (tot 6 januari 2014), Willy Wijnants (van 7 januari 2014 tot 14 november 2014)
- > Leo Hellemans, algemeen directeur Productie (tot 14 november 2014) en gedelegeerd bestuurder (van 15 november 2014)
- > Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën
- > Karen Braeckmans, algemeen directeur HR
- > Peter Claes, algemeen directeur Media

Een korte biografie van de leden van het VRT-directiecollege en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, worden weergegeven op de corporate website 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 43 keer in 2014.

Bevoegdheden

De bevoegdheden van de gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege zijn vastgelegd in artikel 14 van het Decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie 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:

- > 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;
- > inzake de productontwikkeling: het ontwikkelen van nieuwe en het verbeteren van bestaande diensten, producten en processen die passen in het beleid van de VRT;
- > 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;
- > 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;
- > 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;

- > inzake communicatie en public relations: het voeren van een eigentijds intern en extern communicatiebeleid, in overeenstemming met de door de Raad van Bestuur vastgelegde richtlijnen daarover;
- > het vaststellen van het programma-aanbod en het uitzendschema;
- > 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. De gedelegeerd bestuurder is belast met de voorbereiding van de beslissingen van de Raad van Bestuur. Hij verstrekt aan de Raad van Bestuur alle nodige inlichtingen en 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 leden van het directiecollege en aan 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

Artikel 14 van de VRT-statuten bepaalt: “De algemene vergadering legt de vergoeding van de bestuurders vast.”

Op 14 mei 2013 legde de algemene vergadering de regeling voor de vergoeding van de bestuurders opnieuw vast.

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. 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 en het Benoemings- en Remuneratiecomité ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering.
- > de bestuurders die lid zijn van het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT en/of het Pensioenfonds Contractuelen VRT ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur van die organismen.

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. Deze regeling staat beschreven in het reglement ‘Terugbetaling reiskosten leden Raad van Bestuur’, goedgekeurd door het Benoemings- en Remuneratiecomité van 29 maart 2011.

Bezoldiging van gedelegeerd bestuurder

Artikel 19 van het Decreet van 22 november 2013 betreffende deugdelijk bestuur in de Vlaamse publieke sector 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.”

De bezoldiging van de gedelegeerd bestuurder van de VRT voldoet aan deze bepaling.

MEDEDELINGEN INZAKE DEUGDELIJK BESTUUR

- > Op de agenda van de Raad van Bestuur VRT van 20 januari 2014 stond de evaluatie van het Charter van Deugdelijk Bestuur inclusief het naleven van de standaarden deugdelijk bestuur en werking van de Raad van Bestuur.

Conform het Charter van Deugdelijk Bestuur voert de Raad van Bestuur, onder leiding van de voorzitter van de Raad van Bestuur, tweemaal jaarlijks een zelfevaluatie door om vast te stellen of de Raad zelf en de Comités efficiënt functioneren.

De evaluatie heeft als doel te beoordelen hoe de Raad werkt (o.a. zijn rol, positie, omvang en samenstelling) en na te gaan of de belangrijke punten behoorlijk worden voorbereid en behandeld.

De Raad van Bestuur beoordeelt jaarlijks de interactie met de gedelegeerd bestuurder en het Directiecollege en met de Aandeelhouder(s).

Bij de zelfevaluatie werd de bestuurders aan de hand van een zelfevaluatievragenlijst gevraagd in welke mate er voldaan werd 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 leden van de Raad van Bestuur hebben de aandachtspunten uit de zelfevaluatie van het Charter van Deugdelijk Bestuur besproken en besloten om enkele aanpassingen voor te leggen aan de Algemene Vergadering VRT van 13 mei 2014. Het betreft aanpassingen met als doel het Charter van Deugdelijk Bestuur in lijn te brengen met Decreet Deugdelijk Bestuur in de Vlaamse publieke sector (22 november 2013).

De Algemene Vergadering VRT keurde de aanpassingen aan het Charter van Deugdelijk Bestuur goed op 13 mei 2014.

- > Artikel 4 van het Decreet Deugdelijk Bestuur van 22 november 2013 bepaalt dat, behoudens uitdrukkelijke afwijking op gemotiveerd verzoek van een entiteit, minimaal een derde van het aantal stemgerechtigde leden van de Raad van Bestuur een onafhankelijk bestuurder dient te zijn.

De Raad van Bestuur heeft samen met de Gedelegeerd Bestuurder over deze bepaling van het Decreet Deugdelijk Bestuur overlegd op haar vergadering van 24 maart 2014. Zij besloot een afwijking aan te vragen aan de Vlaamse Minister van Bestuurszaken, de heer Geert Bourgeois. Dat deed zij met een gemotiveerd schrijven van 25 maart 2014.

De Vlaamse Minister van Bestuurszaken, de heer Geert Bourgeois, heeft de VRT met een brief van 26 mei 2014 toestemming verleend om af te wijken van artikel 4 van het Decreet Deugdelijk Bestuur.



Financiële performantie





8.1 Jaarrekening 2014

EVALUATIE 2014

De maatschappelijke meerwaarde van de openbare omroep weerspiegelt zich in de impact die hij heeft op de kennis en meningsvorming van de Vlaming en de ondersteuning van de Vlaamse samenleving. Die opdracht en hoe de VRT die opdracht moet realiseren worden beschreven in de Beheersovereenkomst. Daarin wordt ook de nadruk gelegd op de rol van de omroep op de diversiteit van de Vlaamse samenleving. Hij legt daarbij de nadruk op kwaliteit, transparantie en samenwerking. De VRT waakt er tenslotte over dat haar aanbod op een efficiënte en effectieve wijze tot stand komt.

De VRT is de omroep van en voor alle Vlamingen. Dat betekent dat zij in de Beheersovereenkomst als doel heeft gekregen om met haar aanbod zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken. Dat doet zij enerzijds met een aanbod dat gericht is op het brede publiek en anderzijds met een specifiek aanbod voor specifieke doelgroepen (zoals kinderen). Om dat doel te blijven halen moet het VRT-aanbod kwalitatief sterk en voldoende vernieuwend zijn. De VRT gebruikt, op alle relevante platformen, daarvoor sterk geprofileerde netten die complementair zijn met elkaar.

Het VRT-televisie-aanbod bestond in 2014 uit vier netten (Eén, Canvas, Ketnet en OP12) die werden uitgezonden op drie kanalen (Ketnet en OP12 deelden een kanaal). Deze televisienetten bereikten zo samen de verschillende socio-demografische doelgroepen.

- > Eén bood een aanbod dat gericht is op het brede publiek en waarbij de openbare omroepdomeinen centraal staan.
- > Kijkers met een verdiepend interesseveld konden terecht bij Canvas.
- > Ketnet bood een reclamevrij, respectvol, veilig en kwaliteitsvol Vlaamse kinderaanbod.
- > OP12 bracht een specifiek aanbod voor jongeren, cultuur- en sportliefhebbers, buitenlanders in Vlaanderen en slechtzienden.

Digitale kijkers konden naar een lineair uitgezonden programma kijken via de aanbod-op-aanvraag-diensten van de distributeurs en via de eigen diensten Net Gemist en Ooit Gemist.

Ook het VRT-radioaanbod was complementair opgebouwd.

- > Radio 1 volgde als open informatienet de actualiteit.
- > Radio 2 was als familienet gericht op een breed publiek en focuste op nieuws uit de Vlaamse regio's.
- > Studio Brussel bood een cultuur- en muziek-aanbod dat afgestemd was op jongeren.
- > MNM was de geëngageerde instapradio voor jonge luisteraars en nieuwe Vlamingen.
- > De cultuurzender Klara had specifieke aandacht voor klassieke muziek.

Om de band met de mediagebruikers te behouden investeerde de VRT in de uitbouw van haar digitaal aanbod (online en mobiel). De omroep werkt haar aanbod meer en meer uit vanuit een 360°-aanpak. De VRT-merken die gericht zijn op de jongste bevolkingsgroepen (Ketnet, MNM en Studio Brussel) stonden in 2014 daarin al het verst: zij hebben een eigen aanbod op de verschillende mediaplatformen. De themasites over nieuws (Deredactie.be), cultuur (Cobra.be) en sport (Sporza.be) boden video- en audiofragmenten, programma's en live streamings.

De openbare omroep wil een aanbod blijven bieden op alle relevante platformen om in te kunnen spelen op de behoeften van de Vlaamse mediagebruikers. Met een kwaliteitsvol aanbod wil de VRT ook in de toekomst meerwaarde blijven bieden voor de Vlaamse samenleving.

FINANCIËEL VERSLAG

In 2014 is opnieuw een efficiëntietraject uitgevoerd.

Een eerste reden is de continue efficiëntieverbetereing opgenomen in de beheersovereenkomst 2012-2016 om de VRT financieel gezond te houden. Drie redenen liggen aan de basis van deze noodzakelijke progressieve efficiëntie: een te hoog structureel kostenniveau in 2011, de eigen opbrengsten die de eerstvolgende jaren minder snel stijgen dan de evolutie van de kosten en het bijkomend engagement dat VRT op zich neemt in het dossier van de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen. De belangrijkste efficiëntiemaatregelen in 2014 zijn een aantal

structurele besparingen op de werkingsbudgetten. De focus van de efficiëntieopdracht ligt op de ondersteunende processen maar er wordt ook gewerkt aan een verhoogd kostenbewustzijn in het aanbod.

Een tweede oorzaak zijn de besparingsmaatregelen op het niveau van de Vlaamse Overheid waarbij aan de VRT een dotatievermindering van 3,6 miljoen euro werd opgelegd. Dit noodzaakte tot het nemen van bijkomende besparingsmaatregelen die onmiddellijk effect moesten ressorteren in 2014.

ONDERZOEK EN ONTWIKKELING

VRT Onderzoek en Innovatie werkte in 2014 intensief samen met Vlaamse en Internationale partners aan projecten over de toekomst van de media. Daarbij spelen Vlaamse starters steeds een grotere rol. Zij werken niet alleen mee aan het onderzoek, maar brengen de resultaten ervan via hun producten ook naar de praktijk. VRT O&I participeerde sterk in de EBU, zowel in de expertgroepen als in het sturend orgaan van EBU Technology & Innovation (Technical Committee).

De resultaten van het onderzoek van O&I werden gedeeld met het MIX en andere actoren van het Vlaams medialandschap. Op geregelde basis werden informatiesessies met eigen en (inter)nationale sprekers georganiseerd, naast de jaarlijkse conferentie Media Fast Forward. Naast de valorisatie door de betrokken starters werden de onderzoeksresultaten ook als input gebruikt voor investeringsprojecten bij VRT Technologie & Operaties. De jaarrapportering op de website van O&I bevat onder andere hierover meer detail.

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 2014 bedraagt 7,8 miljoen euro.

BIJKANTOREN

De vennootschap heeft geen bijkantoren.

CONTINUÏTEITS-VERKLARING

Het financieel resultaat 2014 valt binnen de vastgestelde financiële krijtlijnen van de beheersovereenkomst 2012-2016. Op basis van deze vaststellingen is de Raad van Bestuur van mening dat de continuïteit van de onderneming gewaarborgd is.

In 2011 werd de nieuwe beheersovereenkomst 2012-2016 afgesloten met een financieel plan waaruit blijkt dat de VRT structureel gezond zal zijn.

Als gevolg van de besparingen bij de Vlaamse overheid werd aan VRT een eigen besparingstraject opgelegd dat oploopt van 15 miljoen euro in 2015 tot 27 miljoen euro in 2019. Daarnaast zijn er ook horizontale besparingen (desindexering, Onderzoek & Innovatie en vergrijzingskost) die de totale besparingsopdracht van de VRT kan doen oplopen tot 38,8 miljoen euro in 2019. Om deze besparingsopdracht te kunnen vervullen is er o.a. een nieuwe personeelsherstructurering noodzakelijk in 2015. Hiervoor werden in 2014 de nodige provisies aangelegd.

GEBEURTENISSEN NA HET EINDE VAN HET BOEKJAAR

n.v.t.

RESULTAATVERWERKING

Het boekjaar werd afgesloten met een verlies van 13.959.424,76 euro, waarvan in totaal 11 miljoen euro verklaard wordt door twee posten: een waardevermindering voor de vaste activa in het kader van de nieuwbouw en een provisie voor een nieuwe personeelsherstructurering in 2015. De bedoeling van deze herstructurering is het honoreren van het besparingsplan opgelegd door de Vlaamse overheid in 2015.

Maken we abstractie van deze twee posten, dan bedraagt het deficit voor de publieke opdracht 3 miljoen euro. Dit is 2,8 miljoen euro beter dan het deficit van 5,8 miljoen euro voorzien volgens de beheersovereenkomst.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van de publieke opdracht zijnde 12.888.849,82 euro in mindering te brengen van het reservefonds publieke opdracht.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om voor de kosten van de versnelde afschrijvingen ingevolge de geplande nieuwbouw 1.100.000,00 euro af te nemen van de reserve buitengebruikstellingen OC.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van O&I te verwerken door een toevoeging van 29.425,06 euro van de beschikbare reserve O&I.

Brussel, 23 maart 2015



LUC VAN DEN BRANDE
Voorzitter Raad van Bestuur



LEO HELLEMANS
Gedelegeerd bestuurder VRT

BALANS EN RESULTATENREKENING (IN EURO'S)

VOL 2.1 BALANS NA WINSTVERDELING				
ACTIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
VASTE ACTIVA		20/28	99.815.917	102.459.530
Immateriële vaste activa	5.2	21	5.950.550	2.898.887
Materiële vaste activa	5.3	22/27	80.127.662	85.822.938
Terreinen en gebouwen		22	38.086.854	42.680.505
Installaties, machines en uitrusting		23	30.225.213	33.783.046
Meubilair en rollend materieel		24	6.978.054	7.184.233
Overige materiële vaste activa		26	108.470	108.470
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	4.729.071	2.066.684
Financiële vaste activa	5.4/5.5.1	28	13.737.706	13.737.706
Verbonden ondernemingen	5.14	280/1	13.567.337	13.567.336
Deelnemingen		280	13.567.337	13.567.336
Andere financiële vaste activa		284/8	170.369	170.369
Aandelen		284	170.369	170.369
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	275.610.504	285.301.667
Vorraden en bestellingen in uitvoering		3	84.759.311	95.041.297
Vorraden		30/36	84.759.311	95.041.297
Grond- en hulpstoffen		30/31	42.476.724	51.799.853
Goederen in bewerking		32	34.320.496	35.114.944
Gereed product		33	4.702.107	3.651.022
Handelsgoederen		34	1.618	1.618
Vooruitbetalingen		36	3.258.366	4.473.860
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	180.587.799	183.380.160
Handelsvorderingen		40	45.670.809	43.559.106
Overige vorderingen		41	134.916.990	139.821.054
Liquide middelen		54/58	6.088.932	2.234.127
Overlopende rekeningen	5.6	490/1	4.174.462	4.646.083
TOTAAL DER ACTIVA		20/58	375.426.422	387.761.197

VOL 2.2 BALANS NA WINSTVERDELING				
PASSIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
EIGEN VERMOGEN		10/15	210.034.154	224.112.427
Kapitaal	5.7	10	137.509.337	137.509.337
Geplaatst kapitaal		100	137.509.337	137.509.337
Reserves		13	26.746.977	40.706.401
Wettelijke reserve		130	1.140.541	1.140.541
Beschikbare reserves		133	25.606.436	39.565.860
Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)		14	45.551.079	45.551.079
Kapitaalsubsidies		15	226.761	345.610
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN		16	19.975.169	18.134.856
Voorzieningen voor risico's en kosten		160/5	19.975.169	18.134.856
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	145.370	190.164
Overige risico's en kosten	5.8	163/5	19.829.799	17.944.692
SCHULDEN		17/49	145.417.099	145.513.914
Schulden op ten hoogste één jaar		42/48	142.599.428	142.531.573
Financiële schulden		43	11.545.700	14.817.245
Kredietinstellingen		430/8	11.545.700	14.817.245
Handelsschulden		44	84.663.419	78.277.041
Leveranciers		440/4	84.663.419	78.277.041
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	5.9	45	45.474.223	49.153.495
Belastingen		450/3	16.238.257	13.771.699
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	29.235.966	35.381.796
Overige schulden		47/48	916.086	283.792
Overlopende rekeningen	5.9	492/3	2.817.671	2.982.341
TOTAAL DER PASSIVA		10/49	375.426.422	387.761.197

VOL 3 RESULTATENREKENING				
	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Bedrijfsopbrengsten		70/74	451.495.084	455.915.475
Omzet	5.10	70	444.217.847	440.620.348
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	256.636	9.933.037
Andere bedrijfsopbrengsten	5.10	74	7.020.601	5.362.090
Bedrijfskosten		60/64	468.470.328	454.255.245
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60	30.588.133	21.958.033
Aankopen		600/8	21.757.979	27.866.791
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	8.830.154	-5.908.758
Diensten en diverse goederen		61	219.996.294	219.432.305
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	5.10	62	192.171.315	189.998.717
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	21.344.007	23.363.153
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	474.758	127.382
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	5.10	635/7	1.840.313	-2.503.948
Andere bedrijfskosten	5.10	640/8	2.055.508	1.879.603
BEDRIJFSWINST (BEDRIJFSVERLIES) (+)/(-)		9901	-16.975.244	1.660.230
Financiële opbrengsten		75	3.163.535	2.907.742
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	2.550.000	2.300.000
Opbrengsten uit vlottende activa		751	438.683	304.826
Andere financiële opbrengsten	5.11	752/9	174.852	302.916
Financiële kosten	5.11	65	121.068	689.086
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-)		651		556.840
Andere financiële kosten		652/9	121.068	132.246
WINST (VERLIES) UIT DE GEWONE BEDRIJFSUITOEFENING VOOR BELASTING (+)/(-)		9902	-13.932.777	3.878.886
WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR VOOR BELASTING (+)/(-)		9903	-13.932.777	3.878.886
Belastingen op het resultaat (+)/(-)	5.12	67/77	26.648	45.749
Belastingen		670/3	26.648	45.749
WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9904	-13.959.425	3.833.137
TE BESTEMMEN WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9905	-13.959.425	3.833.137

VOL 4 RESULTAATVERWERKING

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)	9906	31.591.654	47.382.216
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	-13.959.425	3.833.137
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	45.551.079	43.549.079
Onttrekking aan het eigen vermogen	791/2	13.988.850	2.132.648
aan de reserves	792	13.988.850	2.132.648
Toevoeging aan het eigen vermogen	691/2	29.425	5.965.786
aan de wettelijke reserves	6920		191.657
aan de overige reserves	6921	29.425	5.774.129
OVER TE DRAGEN WINST (VERLIES) (+)/(-)	(14)	45.551.079	45.551.079

VOL 5.2.2 CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052P	xxxxxxxxxxxxxx	25.209.864
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	5.015.722	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8032	6.123	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	381.478	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8052	30.600.941	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122P	xxxxxxxxxxxxxx	22.310.977
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8072	2.352.340	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8102	6.123	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	-6.803	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8122	24.650.391	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	211	5.950.550	

VOL 5.3.1 TERREINEN EN GEBOUWEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191P	xxxxxxxxxxxxxxxxx	127.353.197
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	452.067	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8171	1.245.241	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8181	75.831	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8191	126.635.854	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321P	xxxxxxxxxxxxxxxxx	84.672.692
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8271	4.875.209	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8301	998.901	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8321	88.549.000	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(22)	38.086.854	

VOL 5.3.2 INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192P	xxxxxxxxxxxxxxxxx	162.845.922
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	6.580.976	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	4.657.253	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	-86.478	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8192	164.683.167	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322P	xxxxxxxxxxxxxxxxx	129.062.876
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8272	10.598.298	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	4.614.984	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-588.236	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8322	134.457.954	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(23)	30.225.213	

VOL 5.3.3 MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193P	xxxxxxxxxxx	59.687.280
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	3.275.083	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	754.290	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	-120.044	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8193	62.088.029	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323P	xxxxxxxxxxx	52.503.048
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8273	3.516.590	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	752.296	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-157.367	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8323	55.109.975	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(24)	6.978.054	

VOL 5.3.5 OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195P	xxxxxxxxx	1.730.317
Mutaties tijdens het boekjaar			
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	394.304	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	753.976	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8195	2.089.989	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325P	xxxxxxxxx	1.621.847
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8275	1.570	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	394.304	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	752.406	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8325	1.981.519	
NETTOBOEKWAARDE PER DEFINITIE VAN HET BOEKJAAR	(26)	108.470	

VOL 5.3.6 ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196P	xxxxxxxxxxxxxxxxx	2.066.684
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	4.704.124	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	1.036.974	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-1.004.763	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8196	4.729.071	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(27)	4.729.071	

VOL 5.4.1 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA

VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391P	xxxxxxxxxxxxxxxx	13.567.336
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391	13.567.336	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(280)	13.567.336	

VOL 5.4.3 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA

ANDERE ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393P	xxxxxxxxxxxxxxxx	170.369
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393	170.369	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(284)	170.369	

VOL 5.5.1 INLICHTINGEN OMTRENT DE DEELNEMINGEN**DEELNEMINGEN EN MAATSCHAPPELIJKE RECHTEN AANGEHOUDEN IN ANDERE ONDERNEMINGEN**

Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit (opgenomen in de posten 280 en 282 van de activa), alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit (opgenomen in de posten 284 en 51/53 van de activa) ten belope van ten minste 10 % van het geplaatste kapitaal.

NAAM, volledig adres van de ZETEL en zo het een onderneming naar Belgisch recht betreft, het ONDERNEMINGSNUMMER	Aangehouden maatschappelijke rechten			Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening			
	RECHTSTREEKS	DOCHTERS		JAARREKENING	MUNTCODE	EIGEN VERMOGEN	NETTORESULTAAT
	AANTAL	%	%			(+) of (-) (IN EENHEDEN)	
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaan 107, bus b3 1932 Sint-Stevens-Woluwe België							
BE 0441.331.984				31/12/13	EUR	11.309.021	5.262.226
Gewone aandelen op naam	10.000	100	0,00				
de chinezen NV Paul Deschannellaan 62 1030 Brussel België							
BE 0840.958.326				30/06/14	EUR	338.944	105.350
Klasse B-aandelen	1000	10	0,00				

VOL 5.6 GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)

OVERLOPENDE REKENINGEN	BOEKJAAR
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt	
Voorafbetaalde kosten	3.395.540
Nog te ontvangen distributieakkoorden	360.868
Nog te ontvangen diverse	418.054

VOL 5.7 STAAT VAN HET KAPITAAL EN DE AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR

STAAT VAN HET KAPITAAL	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR	AANTAL AANDELEN
Maatschappelijk kapitaal				
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	100P	xxxxxxxxxxx	137.509.337	
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	(100)	137.509.337		
Samenstelling van het kapitaal				
Soorten aandelen				
aandelen zonder nominale waarde		137.509.337		100.000
aandelen op naam	8702	xxxxxxxxxxx		
aandelen aan toonder en/of gedematerialiseerde aandelen	8703	xxxxxxxxxxx		

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 uitstroommaatregelen en overige herstructureringen	13.975.646
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten	5.654.153
Voorzieningen voor hangende geschillen	200.000

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	2.798.059
Geraamde belastingschulden	450	13.440.198
Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)		
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten	9077	29.235.966
OVERLOPENDE REKENINGEN		
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.667.511
Andere over te dragen diverse		150.161

VOL 5.10 BEDRIJFSRESULTATEN			
BEDRIJFSKOSTEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Werknemers die zijn ingeschreven in het personeelsregister			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.625	2.651
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.288,6	2.309,7
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	4.520.338	4.562.296
Personeelskosten			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	140.809.595	139.647.052
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	47.586.356	46.538.757
Andere personeelskosten	623	3.708.281	3.745.825
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	67.083	67.083
Waardeverminderingen			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	705.917	227.167
Teruggenomen	9111	212.943	216.758
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	84.539	223.705
Teruggenomen	9113	102.755	106.732
Voorzieningen voor risico's en kosten			
Toevoegingen	9115	9.811.477	5.765.724
Bestedingen en terugnemingen	9116	7.971.164	8.269.672
Andere bedrijfskosten			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	1.641.366	1.622.960
Andere	641/8	414.142	256.643
Uitzendkrachten en ter beschikking van de ondernemng gestelde personen			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	48	66
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	96,2	102,7
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	190.273	202.898
Kosten voor de onderneming	617	5.335.111	6.159.081

VOL 5.11 FINACIËLE EN UITZONDERLIJKE RESULTATEN			
FINACIËLE RESULTATEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Andere financiële opbrengsten			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	174.852	302.916
Waardeverminderingen op vlottende activa			
Geboekt	6510		556.840
Uitsplitsing van de overige financiële kosten			
Overige kosten		76.315	40.428
Verwijlinteresten		258	4.353
Kosten omrekening vreemde valuta		44.495	23.977
Herwaardering einde boekjaar			63.488

VOL 5.12 BELASTINGEN EN TAKSEN

BELASTINGEN OP HET RESULTAAT	CODES	BOEKJAAR	
Belastingen op het resultaat van het boekjaar	9134	26.648	
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen	9135	26.648	
Bronnen van belastinglatenties			
Actieve latenties	9141	163.692.102	
Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten	9142	130.515.569	
Overdraagbare notionele interestaftrek		33.176.533	
BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN		BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde			
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	34.658.398	32.193.750
Door de onderneming	9146	35.204.687	34.199.761
Ingehouden bedragen ten laste van derden als			
Bedrijfsvoorheffing	9147	42.388.040	41.649.399
Roerende voorheffing	9148	53.533	61.317

VOL 5.13 NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN

BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN TOT AANKOOP VAN VASTE ACTIVA	CODES	BOEKJAAR
Uitstaande verplichtingen per 31 december 2014		6.928.334
TERMIJNVERRICHTINGEN		
Gekochte (te ontvangen) deviezen	9215	7.765.330
BELANGRIJKE HANGENDE GESCHILLEN EN ANDERE BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN		
Andere belangrijke verplichtingen:		
Andere diensten : 49.956.721 euro		
NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN		
Pensioenen die door de onderneming zelf worden gedragen		
Basis en wijze waarop dit bedrag wordt berekend zie Vol. 7 punt 9		

VOL 5.14 BETREKKINGEN MET VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN MET ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT

VERBONDEN ONDERNEMINGEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Financiële vaste activa	(280/1)	13.567.337	13.567.336
Deelnemingen	(280)	13.567.337	13.567.336
Vorderingen op verbonden ondernemingen	9291	22.072.234	20.458.778
Op hoogstens één jaar	9311	22.072.234	20.458.778
Schulden	9351	91.504	59.742
Op hoogstens één jaar	9371	91.504	59.742
Financiële resultaten			
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421	2.550.000	2.300.000

VOL 5.15 FINANCIËLE BETREKKINGEN MET

BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLEREN ZONDER VERBONDEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOOR DEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN

CODES

BOEKJAAR

Rechtstreekse en onrechtstreekse bezoldigingen en ten laste van de resultatenrekening toegekende pensioenen, voor zover deze vermelding niet uitsluitend of hoofdzakelijk betrekking heeft op de toestand van een enkel identificeerbaar persoon.

Aan bestuurders en zaakvoerders	9503	131.992
DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)		
Bezoldiging van de commissaris(sen)	9505	72.500
Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd binnen de vennootschap door de commissaris(sen)		
Andere controleopdrachten	95061	5.000

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 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	99.650

VOL 6 SOCIALE BALANS**STAAT VAN DE TEWERKGESTELDE PERSONEN
WERKNEMERS DIE INGESCHREVEN ZIJN IN HET PERSONEELSREGISTER**

TIJDENS HET BOEKJAAR	CODES	TOTAAL	1. MANNEN	2. VROUWEN
Gemiddeld aantal werknemers				
Voltijds	1001	1.905,9	1.266,4	639,5
Deeltijds	1002	535,2	220,2	315,0
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.288,6	1.426,0	862,6
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren				
Voltijds	1011	3.766.091	2.502.439	1.263.652
Deeltijds	1012	754.247	314.834	439.413
Totaal	1013	4.520.338	2.817.273	1.703.065
Personeelskosten				
Voltijds	1021	160.050.413	106.348.044	53.702.369
Deeltijds	1022	32.053.819	13.379.754	18.674.065
Totaal	1023	192.104.232	119.727.798	72.376.434
TIJDENS HET VORIGE BOEKJAAR	CODES	P. TOTAAL	1P. MANNEN	2P. VROUWEN
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.309,7	1.527,7	782,0
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	4.562.296	3.231.748	1.330.548
Personeelskosten	1023	189.931.634	134.539.978	55.391.656

OP DE AFSLUITINGSDATUM VAN HET BOEKJAAR	CODES	1. VOLTIJDS	2. DEELTIJDS	3. TOTAAL IN VOLTIJDS EQUIVALENTEN
Aantal werknemers	105	2091	534	2472,8
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	1.988	512	2.357,3
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	92	16	101,0
Vervangingsovereenkomst	113	11	6	14,5
Volgens het geslacht en het studieniveau				
Mannen	120	1.355	233	1.524,5
lager onderwijs	1200	29	11	36,6
secundair onderwijs	1201	104	11	111,3
hoger niet-universitair onderwijs	1202	291	100	366,0
universitair onderwijs	1203	931	111	1.010,6
Vrouwen	121	736	301	948,3
lager onderwijs	1210	22	13	30,2
secundair onderwijs	1211	47	32	69,5
hoger niet-universitair onderwijs	1212	157	83	215,1
universitair onderwijs	1213	510	173	633,5
Volgens de beroeps categorie				
Directiepersoneel	130	9		9,0
Bedienden	134	2.059	527	2.436,1
Arbeiders	132	23	7	27,7

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN

Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	96,2	
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	190.273	
Kosten voor de onderneming	152	5.335.111	

TABEL VAN HET PERSONEELSVLOEP TIJDENS HET BOEKJAAR

INGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven volgens de aard van de arbeidsovereenkomst	205	131	20	143,6
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	57	5	61,0
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	67	11	73,2
Vervangingsovereenkomst	213	7	4	9,4
UITGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam volgens de aard van de arbeidsovereenkomst	305	159	18	170,2
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	126	11	133,7
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	29	6	32,0
Vervangingsovereenkomst	313	4	1	4,5
Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst				
Pensioen	340	77	5	80,7
Afdanking	342	50	7	54,5
Andere reden	343	32	6	35,0

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	424	5811	362
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	3.597	5812	2.584
Nettokosten voor de onderneming	5803	140.992	5813	101.293
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	140.992	58131	101.293
Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5821	19	5831	29
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	133	5832	268
Nettokosten voor de onderneming	5823	5.248	5833	10.515
Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5841	42	5851	41
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	336	5852	328
Nettokosten voor de onderneming	5843	13.167	5853	12.853

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.

2. MATERIËLE VASTE ACTIVA

Volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

gebouwen en zendmasten	3,03 %
uitrusting gebouwen	5%
vaste inrichtingen gebouwen	10 %
zenders en vaste straalverbindingen	10 %
tijdelijke en mobiele straalverbindingen	12,5 %
radio- en tv-productie-infrastructuur	12,5 %
consumerapparatuur radio en televisie	12,5 %
productie gebonden informatica- . 8jr	12,5 %
productie gebonden informatica 5jr	20 %
meubilair en telecomapparatuur	10 %
informaticamaterieel 3j	33,33 %
informaticamaterieel 5j	20 %
rollend materiaal	20 %
allerhande materiaal	20 %
informaticagebaseerde telecomapparatuur	20 %
kunstwerken	0 %

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 2014 werd deze datum herzien naar 1 januari 2021. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2020 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuis buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2014 bedragen 5.200.000 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. Vanaf het boekjaar 2010 bestaat de kostprijs van een programma niet alleen uit de directe productiekosten (stuklijst en routing) maar ook uit de productiegebonden overheadkosten (toeslag).

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 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 oppervlakte cijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2014 belooft inmiddels 9.412.700 euro.

De Raad van bestuur besliste om vanaf 2014 de lonen en wedden van de contractuelen en van de statutairen m.b.t. de maand december terug in de maand december uit te betalen in plaats van in januari van het daaropvolgende jaar.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

6. OVERHEIDSFINANCIERING

Het Ministerieel besluit dd. 7 mei 2014, houdende de toekenning van een dotatie voor 2014, vermeldt een bedrag van 292.426.000 euro, onder voorbehoud van eventuele bijstellingen naar aanleiding van de begrotingsaanpassingen. Dit was het geval in het najaar van 2014. Naar aanleiding van de budgetcontrole bij de Vlaamse overheid werd de dotatie in het najaar van 2014 verminderd tot een bedrag van 290.887.000 euro.

Voor de overeenkomst O&I 2012-2016 werd een dotatie toegekend van 2.601.000 euro (beheersovereenkomst art 10.2).

Verder werd een dotatie van 470.000 euro toegekend voor de ontwikkeling van innovatieve concepten rond "Efficiëntere en geautomatiseerde ondertiteling", in het kader van het STON-project ("Sprak- en Taaltechnologisch Ondertitelen in het Nederlands"). Met het oog op de consolidatie op Vlaams niveau werd deze dotatie, na overleg met het IWT, volledig in opbrengst genomen in 2014, en werd er afgezien van de pro rata verdeling over de duur van het project. Ook de kosten werden conform het matchingprincipe in 2014 geboekt

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 111.327,00 euro werd in opbrengst genomen à rato van de in 2014 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2007-2011 werd een bedrag van 37.409,00 euro in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2012-2016 werd een bedrag van 26.116,05 euro in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen. Voor deze opdracht werd een bedrag van 56.003,05 euro als kapitaalsubsidies ingeboekt.

8. VOORZIENINGEN

Vanaf 2015 is VRT, omwille van besparingen bij de Vlaamse overheid, onderworpen aan een eigen besparingstraject. Eén van de maatregelen om de besparingen te realiseren is een personeelsherstructurering, met de bedoeling het personeelscontingent verder te reduceren. In 2014 werden hiervoor de nodige voorzieningen aangelegd. De voorzieningen voor de verplichtingen voortvloeiend uit de nieuwe uitstroombaatregelen bedragen per 31 december 2014 9.170.015 euro.

9. PENSIOENVERPLICHTINGEN

In de nieuwe beheersovereenkomst 2012-2016 die op 22 juli 2011 werd afgesloten is bepaald dat de pensioenverplichtingen t.o.v. de statutaire personeelsleden worden overgedragen naar de Vlaamse Gemeenschap. Dit houdt o.m. in :

- > De overdracht van de activa van het pensioenfonds naar de Vlaamse Gemeenschap.
- > De patronale bijdrage door de VRT aan het pensioenfonds statutairen wordt constant gehouden op 8,1 miljoen euro per jaar. Vanaf 2013 wordt dit bedrag jaarlijks geïndexeerd volgens de gezondheidsindex.
- > De Vlaamse Gemeenschap staat in voor het saldo van alle pensioenverplichtingen.

Het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT is daardoor sinds 1 januari 2012 in een transitiefase beland waarbij voor de activa geen lange termijn rendementsverwachtingen meer worden gesteld.

Bij de berekening van de PBO verplichtingen per 31 december 2014 werd de actualisatievoet gehanteerd die gebaseerd is op de financieringskost van de Vlaamse Gemeenschap (1,7%). Dit heeft een impact op de waardering van de PBO-verplichtingen. Met betrekking tot de demografische hypothesen wordt sinds 2011 een bijkomende leeftijdscorrectie toegepast op de MR/FR sterftetafels.

De activa dalen van 337,4 miljoen euro einde 2013 naar 313,4 miljoen euro eind 2014.

De assets van het fonds zijn gelijk aan het totaal actief verminderd met de schulden en verminderd met de voorzieningen voor risico's en kosten. Per eind 2014 zijn deze assets gelijk aan 312,4 miljoen euro.

Het tekort van het Pensioenfinancieringsorgaan Statutairen VRT bedraagt aldus per einde 2014:

Assets	312.466.026 euro
Verplichtingen (PBO-basis)	1.813.324.922 euro
Tekort	1.500.858.896 euro

Dit negatief vermogen bestaat enerzijds uit de solvabiliteitsmarge van 11.532.663 euro en anderzijds een overgedragen verlies van 1.512.391.559 euro.

10. WISSELKOERSEN

De VRT heeft zich voor de drie voornaamste transactiemunten (USD, GBP en CHF) specifiek ingedekt tegen mogelijke wisselkoersrisico's. De transacties in deze munten werden in de loop van het boekjaar tegen een gemiddelde hedgingkoers geboekt.

11. OMZET

Het begrip omzet wordt gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkingsmiddelen die de VRT ontvangt voor de invulling van de haar opgelegde activiteiten in de beheersovereenkomst. Daarom werd sinds het boekjaar 2004 de werkingsdotatie van de Vlaamse Gemeenschap geboekt onder de rubriek 70.

12. NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN

Het betreft enerzijds verplichtingen tot aankoop van vaste activa, anderzijds de bestellingen op exploitatierekeningen, waaronder een aantal verplichtingen ingevolge raamovereenkomsten afgesloten met een aantal Vlaamse televisieproductiehuizen.

13. PERSONEELSKOSTEN

Het aantal niet opgenomen vakantiedagen bedroeg 18.086 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 4.053.997 euro. Hiervoor is geen voorziening aangelegd.

14. RESULTAATVERWERKING

Het boekjaar werd afgesloten met een verlies van 13.959.424,76 euro.

- > Het negatief saldo van de publieke opdracht ten belope van 12.888.849,82 euro wordt in mindering gebracht van het reservefonds voor de financiering van de publieke opdracht.
- > Het positief resultaat van de opdracht O&I (29.425,06 euro) wordt toegevoegd aan het reservefonds O&I.
- > Het negatief resultaat voor de versnelde afschrijvingen (1.100.000,00 euro) wordt in mindering gebracht van het reservefonds buitengebruikstelling Omroepcentrum.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

tekort publieke opdracht	- 12.888.849,82 euro
overschot O&I	29.425,06 euro
versnelde afschrijvingen	- 1.100.000,00 euro
RESULTAAT VAN HET JAAR	-13.959.424,76 euro

VERSLAG VAN DE COMMISSARIS

Verslag van de commissaris aan de algemene vergadering der aandeelhouders van de Naamloze Vennootschap van Publiek recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') over het boekjaar afgesloten op 31 december 2014.

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 2014, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2014 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 Vlaamse Radio- en Televisieomroep, NV van publiek recht ("de Vennootschap") over het boekjaar afgesloten op 31 december 2014, opgesteld op grond van het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel, met een balanstotaal van 375.426.422 euro en waarvan de resultatenrekening afsluit met een verlies van het boekjaar van 13.959.425 euro.

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 ("International Standards on Auditing" – "ISAs") 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 2014, 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, evenals het naleven van de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die van toepassing zijn op het voeren van de boekhouding, alsook voor het naleven van het Wetboek van vennootschappen en van de statuten van de vennootschap.

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de van toepassing zijnde bijkomende norm uitgegeven door het Instituut van de Bedrijfsrevisoren, zoals gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 28 augustus 2013 (de "Bijkomende Norm"), is het onze verantwoordelijkheid om bepaalde procedures uit te voeren aangaande de naleving, in alle van materieel belang zijnde opzichten, van bepaalde wettelijke en reglementaire verplichtingen, zoals gedefinieerd in de Bijkomende Norm. 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 behandelt 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.
- > 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 en met de bepalingen van de beheersovereenkomst zoals toegelicht in de waarderingsregels.
- > Wij dienen u geen verrichtingen of beslissingen mede te delen die in overtreding met de statuten of het Wetboek van vennootschappen zijn gedaan of genomen.

Diegem, 27 maart 2015

Ernst & Young Bedrijfsrevisoren BCVBA
Commissaris
vertegenwoordigd door

Han Wevers
Vennoot

8.2 Toelichting bij de financiële resultaten

STATUTAIR RESULTAAT JAARREKENING

De statutaire jaarrekening sloot af met een tekort van 14,0 miljoen euro.

De omzet is gestegen van 440,6 miljoen euro in 2013 naar 444,2 miljoen euro in 2014, of een toename met 0,8% (+3,6 miljoen euro). Enerzijds stegen de ontvangsten uit commerciële communicatie (voornamelijk radioreclame), distributiecontracten en samenwerkingen rond programma's. Anderzijds daalden de ontvangsten uit dotatie.

De voorraad *eigen producties* steeg in 2014 met 0,3 miljoen euro. In 2013 was er een voorraadstijging van 9,9 miljoen euro bij de eigen producties.

De *andere bedrijfsopbrengsten* stegen met 1,7 miljoen euro ten opzichte van 2013. De inkomsten uit de vergoedingen voor thuiskopies liggen 0,7 miljoen euro hoger dan in 2013, en de recuperatie van de kosten steeg met 0,6 miljoen euro.

De *bedrijfskosten* stegen globaal met 14,2 miljoen euro (+3,1 %) ten opzichte van 2013.

- > Het verbruik uit voorraad steeg met 8,8 miljoen euro. In 2014 werden de rechten gebruikt voor de uitzendingen van het WK voetbal.
- > De post "diensten en diverse goederen" steeg met 0,6 miljoen euro of 0,3 % ten opzichte van 2013.
- > De personeelskosten stegen met 2,2 miljoen euro (+1,1 %). Enerzijds daalden de uitgaven omwille van personeelsafslankingen, en anderzijds zijn er stijgende loonkosten omwille van SAC- en baremaverhogingen, alsook hogere kosten voor zondagswerk en overuren (sportzomer).

- > De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 2 miljoen euro lager dan vorig jaar. In 2013 werd naar aanleiding van de geplande nieuwbouw, een waardevermindering van 3,4 miljoen euro geboekt voor de financiering van de versnelde afschrijvingen bij de buitengebruikstelling van het huidige omroepcentrum, in 2014 bedroeg deze waardevermindering 1,8 miljoen euro. De waardevermindering geboekt in 2014 ligt lager dan in 2013 omdat de geplande verhuizing naar de nieuwbouw met 1 jaar is uitgesteld.
- > De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvoorraden stegen met 0,3 miljoen euro.
- > De kosten van de voorzieningen stegen met 4,3 miljoen euro. In de voorbije jaren werden in het kader van de geplande personeelsafslanking provisies aangelegd voor de financiering van de herstructureringskosten, en deze provisies worden in 2014 en in de volgende jaren geleidelijk aangewend. Daar staat tegenover dat er in 2014 een bijkomende provisie werd aangelegd voor een nieuwe personeelsafslanking.
- > De andere bedrijfskosten stegen met 0,2 miljoen euro.

KASSTROOMTABEL

KASSTROOMTABEL 2014 (IN 1.000 EURO)	2014	2013
BEDRIJFSRESULTAAT	-16.975	1.660
Rechtstreekse boeking overgedragen resultaat	0	2.002
Kapitaalsubsidie	-119	-284
Niet kasstromen	23.950	21.759
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	16.219	-14.460
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW	23.075	10.677

FINANCIERINGSTABEL		
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW	23.075	10.677
Verbonden Ondernemingen	2.550	2.300
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	-2.954	-2.237
Netto cashflow uit investeringen	-18.816	-8.957
KAS-BEWEGINGEN IN HET BOEKJAAR	3.855	1.783

In 2014 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow 23,1 miljoen euro.

De investeringsuitgaven bedroegen 18,8 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de vernieuwingen van productie-infrastructuur (MNM-studio, nieuwswagens, radioreportagewagens, radiocaptatiewagens en radio-infrastructuur voor de regionale omroepen), HD-projecten, besturingssystemen en investeringen in de digitale omgeving. De cashflow uit verbonden onder-

nemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR. De cash-flow uit financieringsactiviteiten had vooral te maken met de CFO-positie, die ook in 2014 negatief bleef omdat een belangrijk deel van de dotatie nog niet ontvangen was op 31/12/2014. De negatieve CFO-positie verbeterde in 2014 met 3,3 miljoen euro.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2013 gestegen met 3,9 miljoen euro.

UITVOERING BUDGET

FINANCIËEL PLAN 2014

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 2,9 miljoen euro lager.

De subsidies lagen 6,8 miljoen euro lager dan gebudgetteerd. De eigen opbrengsten lagen 3,9 miljoen euro hoger dan het budget. Overschotten waren er bij de distributie-inkomsten, de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie, de inkomsten uit andere commerciële exploitatie en de andere inkomsten (voornamelijk samenwerkingen rond programma's). De inkomsten uit exploitatie van afgeleiden en ruilen lagen lager dan voorzien.

In de beheersovereenkomst was voor 2014 een maximumgrens van 70,6 miljoen euro voorzien voor boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden 75,4 miljoen euro ontvangsten geboekt, zodat de grens met 4,8 miljoen euro overschreden werd.

Binnen de grens van BAN en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 17,0 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen. De reële ontvangsten lagen 0,8 miljoen euro boven de grens.

De totale kosten bedroegen 468,4 miljoen euro in 2014. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 1,4 miljoen euro hoger dan gepland. De overschrijding komt volledig op rekening van de nieuwe provisie die aangelegd werd voor de personeelsherstructurering als gevolg van de vermindering van de dotatie in 2015.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 462,0 miljoen euro. Voor de toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie werden 3,3 miljoen euro kosten geboekt. De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 1,3 miljoen euro. Tenslotte werden 1,8 miljoen euro waardeverminderingen geboekt voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing.

In het budget was een bedrijfseconomisch tekort van 9,6 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot VRT 2014 af met een verlies van 14 miljoen euro. Indien abstractie wordt gemaakt van de nieuwe provisie voor de personeelsherstructureringen van 2015, de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum en de winst bij Onderzoek & Innovatie, dan sluit het jaar af met een verlies van 3,7 miljoen euro ten opzichte van een budget van -6,5 miljoen euro, of 2,8 miljoen euro beter dan voorzien.

UITVOERING BUDGET (IN 1.000 EURO)

	BUDGET	WERKELIJK	RESULTAAT TOV BUDGET
	2014	2014	2014
OPBRENGSTEN			
Subsidies			
Inhoudelijke publieke opdracht	293.426	286.108	-7.318
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	2.601	3.005	404
Dotatie Brussels Philharmonic	1.459	1.281	-178
Andere subsidies Onderzoek & Innovatie		284	284
Subtotaal Subsidies	297.486	290.678	-6.808
Distributie-inkomsten	26.656	27.598	942
Boodschappen van algemeen nut	9.100	9.780	680
Inkomsten uit commerciële communicatie	61.454	65.578	4.124
Inkomsten uit exploitatie afgeleiden	8.480	8.018	-462
Inkomsten uit andere commerciële exploitaties	1.620	2.194	574
Andere inkomsten	12.469	12.533	64
Ruilen	40.015	38.024	-1.991
subtotaal Eigen inkomsten	159.794	163.724	3.930
TOTAAL OPBRENGSTEN	457.280	454.402	-2.878
KOSTEN			
Inhoudelijke publieke opdracht	459.051	462.020	-2.969
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	2.601	3.260	-659
Kosten Brussels Philharmonic	1.459	1.281	178
Huisvesting	3.809	1.800	2.009
TOTAAL KOSTEN	466.920	468.361	-1.441
BEDRIJFSECONOMISCH RESULTAAT	-9.640	-13.959	-4.319
Toevoeging (-) reserve Onderzoek en Innovatie	0	-29	29
Aanwending (+) reserve Buitengebruikstelling OC (*)	3.109	1.100	2.009
Aanwending (+) reserve publieke opdracht voor Nieuwe Herstr. 2015	0	9.170	-9.170
RESULTAAT VOLGENS BHO NA RESULTAATVERWERKING	-6.531	-3.719	2.812

(*) De geboekte waardevermindering op het Omroepcentrum in het kader van de nieuwbouw bedroeg 1,8 miljoen euro. De Beheersovereenkomst 2012-2016 maakt abstractie van de extra kosten in verband met de nieuwe huisvesting. Als vergeleken wordt met het resultaat van de beheersovereenkomst, dan moet de aanwending van de reserve voor de buitengebruikstelling van het Omroepcentrum uit het resultaat gehaald worden. De waardevermindering van 1,8 miljoen euro werd voor 0,7 miljoen euro gefinancierd door lagere afschrijvingen bij de publieke opdracht omwille van de geplande nieuwbouw (cfr. Ondernemingsplan 2015). De resterende 1,1 miljoen werd gefinancierd door een extra afname van het reservefonds voor de publieke opdracht.

RESULTAAT 2014

DEELRESULTATEN 2014 (IN 1.000 EURO)							
DEELRESULTATEN - WERKELIJK 2014	Publieke opdracht VRT	Line Extensions	Nieuwe herstructurerings 2015	Onderzoek & Innovatie	Brussels Philharmonic	Buitengebruikstelling Omroepcentrum	Totaal VRT
Statutair resultaat	-4.687	1.669	-9.170	29	0	-1.800	-13.959
RESULTAATVERWERKING							
Onttrekking (+) / Toevoeging (-) Reserve Publieke Opdracht	4.687	-1.669	9.170				12.188
Toevoeging (-) reserve Onderzoek & Innovatie				-29			-29
Onttrekking (+) Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum						1.800	1.800
RESULTAAT	4.687	-1.669	9.170	-29	0	1.800	13.959

Het jaar 2014 sluit voor de publieke opdracht af met een tekort van 4,7 miljoen euro.

Hierbij maken we abstractie van de voorziening voor de personeelsherstructurering, aangelegd om het nieuwe besparingsplan in 2015 te kunnen uitvoeren (een voorziening van 9,2 miljoen euro). Voor de activiteiten van Line Extensions was er een overschot van 1,7 miljoen euro gerealiseerd. In de beheersovereenkomst was voorzien dat de winst van de commerciële activiteiten dient ter financiering van de publieke opdracht.

Per saldo werd in 2014 een tekort van 12,2 miljoen euro

onttrokken aan de beschikbare reserve voor de publieke opdracht.

Onderzoek & Innovatie sloot het boekjaar 2014 af met een overschot van 29.000 euro. Dat overschot werd bij de resultaatverwerking toegevoegd aan de afzonderlijke reserve voor Onderzoek en Innovatie.

De kosten voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum werden aangezuiverd vanuit een afzonderlijke reserve die hiervoor in 2013 werd aangelegd.

STAND VAN DE BESCHIKBARE RESERVES

(in 1.000 euro)

	STAND RESERVE 31/12/2013	OVERHEVELING BUITENGEBRUIKSTELLING OMROEPCENTRUM	RESULTAAT 2014	STAND RESERVE 31/12/2014
Wettelijke reserve	1.141	0	0	1.141
Reserve Publieke opdracht	29.451	-700	-12.188	16.563
Reserve Onderzoek & Innovatie	1.154	0	29	1.184
Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum	8.960	700	-1.800	7.860
TOTAAL	40.706	0	-13.959	26.747

Bij de aanvang van het boekjaar 2014 bedroegen de beschikbare reserves 39,6 miljoen euro en de wettelijke reserve 1,1 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 2014 lagen de afschrijvingen 0,7 miljoen euro onder het regulier niveau, en dit bedrag werd overgeheveld

vanuit de publieke opdracht naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum. De geboekte waardevermindering van 1,8 miljoen euro werd vervolgens door deze reserve gefinancierd, zodat de stand van deze nieuwe reserve na resultaatverwerking 7,9 miljoen euro bedraagt.

- > De stand van de reserve voor de publieke opdracht bedroeg na afsplitsing van de nieuwe reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, en na de resultaatverwerking van 2014 16,6 miljoen euro. Voor Onderzoek & Innovatie werd in 2014 29.000 euro toegevoegd aan de reserve Onderzoek en Innovatie, zodat die eind 2014 1,2 miljoen euro bedroeg.

8.3 Analyse van de opbrengsten en de kosten

1. TRANSPARANTIEVERKLARING

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Zij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil over de bestedingen van deze overheidsmiddelen, de uitvoering van haar opdracht en de realisatie van de performantiemaatstaven zo transparant mogelijk zijn.

De VRT geeft met de publicatie van de financiële informatie in dit jaarverslag de informatie vrij die ze kan en mag bekendmaken. Het verstrekken van nog meer gedetailleerde gegevens is niet opportuun omdat zij 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 in 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 Line Extensions.

- De kosten van de programma-output worden onderverdeeld volgens de mediabelevingen voorzien in de beheersovereenkomst: de radionetten, de televisienetten, en de internet- en mobiele toepassingen.
 - De kosten van Onderzoek en Innovatie, Line 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 uitzenduur en per productiewijze.
- 3) Tenslotte wordt additionele informatie verschaft over 'Onderzoek en Innovatie' en over de voorraden (sport- en filmrechten en eigen producties).
- 2 De VRT rapporteert in een afzonderlijk hoofdstuk (zie p. 161) over het resultaat van de commerciële activiteiten.

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

FINANCIERINGSPIJLERS VRT (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
1. Overheidsfinanciering	290,7	64,0%	294,4	65,6%
2. Distributie-inkomsten	27,6	6,1%	26,3	5,9%
3. Boodschappen van algemeen nutw	9,8	2,2%	9,8	2,2%
4. Commerciële Communicatie	65,6	14,4%	61,4	13,7%
5. Exploitatie van afgeleiden	8,0	1,8%	6,9	1,5%
6. Andere commerciële exploitatie	2,2	0,5%	1,7	0,4%
7. Andere inkomsten	12,5	2,7%	10,0	2,1%
8. Ruilen	38,0	8,3%	38,4	8,6%
TOTAAL	454,4	100,0%	448,9	100,0%

De opbrengsten van de openbare omroepopdracht worden vanaf de Beheersovereenkomst 2012-2016 gerapporteerd volgens acht financieringspijlers.

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering kende een daling van 65,6% in 2013 naar 64,0% in 2014. In absolute bedragen daalde de over-

heidsfinanciering met 3,7 miljoen euro.

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijler 2 t.e.m. 8) steeg in 2014 met 1,6% en bedroeg 36,0% van de totale financiering. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is de *commerciële communicatie*.

2.2

PIJLER 1: OVERHEIDSFINANCIERING

OVERHEIDSFINANCIERING VRT (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Basisdotatie	290,9	100,1%	291,5	99,0%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-4,8	-1,6%	-1,3	-0,4%
Dotatie Onderzoek & Innovatie	3,0	1,0%	2,3	0,8%
Dotatie Brussels Philharmonic	1,3	0,4%	1,5	0,5%
Kapitaalsubsidies	0,2	0,1%	0,3	0,1%
Overige subsidies	0,1	0,0%	0,1	0,0%
TOTAAL	290,7	100,0%	294,4	100,0%

In 2014 bedroeg de basisdotatie 290,9 miljoen euro.

In 2014 werd de maximumgrens voor BAN en commerciële communicatie met 4,8 miljoen euro overschreden.

De dotatie voor Onderzoek & Innovatie omvat 80%⁷⁹ van de in de beheersovereenkomst voorziene dotatie

voor het werkingsjaar 2014 én de afrekening van 2013⁸⁰. Daarnaast was in 2014 ook nog een subsidie toegekend voor het STON-project.

De dotatie Brussels Philharmonic is bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewerkers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst

⁷⁹ Conform de Overeenkomst Onderzoek & Innovatie

⁸⁰ De afrekening bedraagt 20% van de dotatie voorzien in de beheersovereenkomst voor 2013.

is neutraal 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 een subsidiebesluit van een overheidsinstantie. Voor 2014 gaat het om Europese subsidies voor onderzoeksprojecten bij Onderzoek & Innovatie. Andere samenwerkingsvormen met overheden worden gerapporteerd onder institutionele financiering in pijler 7.

2.3

PIJLER 2: DISTRIBUTIE-INKOMSTEN

DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Distributiecontracten	26,3	95,1%	24,8	94,2%
Net Gemist	0,8	2,9%	0,9	3,4%
SMS, betaallijnen en apps	0,5	2,0%	0,6	2,4%
TOTAAL	27,6	100,0%	26,3	100,0%

De inkomsten uit distributieovereenkomsten stegen in 2014 met 1,5 miljoen euro ten opzichte van 2014, en dit meer specifiek bij de inkomsten uit contracten met

Belgische distributeurs. De inkomsten voor Net Gemist, SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht zijn licht gedaald ten opzichte van 2013.

2.4

PIJLERS 3 EN 4: BOODSCHAPPEN VAN ALGEMEEN NUT EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE

BAN EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Boodschappen van algemeen nut	9,8		9,8	
Totaal 3. BAN	9,8		9,8	
Radioreclame	43,0	65,6%	40,5	65,9%
Sponsoring Radio	1,9	2,9%	1,8	3,0%
Sponsoring TV	15,0	22,9%	14,2	23,1%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen	2,8	4,2%	2,7	4,4%
Reclame op internet en mobiele platformen	2,0	3,0%	1,7	2,8%
Financiële Productplaatsing	0,9	1,4%	0,5	0,8%
Totaal 4. Commerciële communicatie	65,6	100,0%	61,4	100,0%
TOTAAL	75,4		71,2	

De boodschappen van algemeen nut bleven in 2014 op hetzelfde niveau als 2013.

Bij radioreclame was er een stijgende trend merkbaar sinds het crisisjaar 2009. In 2014 zijn de inkomsten uit radioreclame met 2,5 miljoen euro toegenomen ten opzichte van 2013.

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
MNM	9,6	22,3%	8,7	21,5%
Radio 1	6,6	15,4%	6,7	16,5%
Radio 2	9,5	22,0%	9,5	23,5%
Studio Brussel	17,3	40,3%	15,6	38,5%
TOTAAL	43,0	100,0%	40,5	100,0%

De stijging bij de radioreclame is voornamelijk te danken aan de opbrengsten voor Studio Brussel (+1,7 miljoen euro ten opzichte van 2013) en MNM (+0,9 miljoen euro ten opzichte van 2013). De opbrengsten bij Radio 1 daalden met 0,1 miljoen euro onder het niveau van 2013 en de reclame-inkomsten bij Radio 2 bleven gelijk.

Wat de *sponsoring* betreft, steeg de *radiosponsoring* met 0,1 miljoen euro ten opzichte van 2013. De *televisie-sponsoring* steeg met 0,8 miljoen euro, met name bij de sponsoring van de uitgezonden evenementen. De ontvangsten uit *sponsoring van niet uitgezonden evenementen* steeg met 0,1 miljoen euro.

De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* brachten in 2014 0,3 miljoen euro meer op dan het jaar voordien. En de *financiële product-plaatsing* steeg met 0,4 miljoen euro.

De ontvangsten uit *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie* bedroegen samen 75,4 miljoen euro in 2014. Volgens de bepalingen in de Beheersovereenkomst 2012-2016 werden deze inkomsten voor 2014 begrensd tot maximaal 70,6 miljoen euro.

2.5

PIJLER 5: EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN

EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Evenementen	2,1	26,3%	1,1	15,6%
Merchandising	4,0	50,4%	4,3	62,6%
Ooit Gemist	1,9	23,3%	1,5	21,8%
TOTAAL	8,0	100,0%	6,9	100,0%

De opbrengsten uit de exploitatie van afgeleiden stegen met 1,1 miljoen euro in vergelijking met 2013.

Bij *evenementen* was er een stijging van de inkomsten door de succesvolle film van FC De Kampioenen, de uitverkochte 'cruisereis met Eén en Radio 2', de tentoonstelling '60 jaar Televisie' en een toename van het aantal filmpremières (Canvas Selects, Ketnet VIPS).

De divisie *Merchandising* bewoog zich in een bijzonder moeilijke markt en er was dan ook een daling van 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2013. Negatieve invloed

was er van de CD-markt in het algemeen en het dalende succes van de verkoop van boeken van *Dagelijkse Kost*. Positief waren de inkomsten uit de DVD-verkoop van *Witse* (via Het Laatste Nieuws), *Eigen kweek* en *In Vlaamse velden*.

Ooit gemist steeg met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2013.

2.6

PIJLER 6: ANDERE COMMERCIËLE EXPLOITATIE

ANDERE COMMERCIËLE EXPLOITATIE (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Verkoop van programma's en fragmenten	1,3	60,0%	0,8	47,1%
Teletekst (*)	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Dienstverlening	0,9	40,0%	0,9	52,9%
TOTAAL	2,2	100,0%	1,7	100,0%

(*) in 2013 en 2014 21.000 euro

De verkoop van programma's en fragmenten is ten opzichte van 2013 met 0,5 miljoen euro gestegen, onder andere door de verkoop van *Witse*-reeksen en *Ketnet*-programma's (o.a. *Princessia*, *Galaxy Park* en *Amika*, *Rox*).

Dienstverlening bestaat voornamelijk uit transmissiediensten, verhuur van productiemiddelen, huurgelden, verkoop van dubbing en ondertiteling. De inkom-

sten uit Dienstverlening bleven op hetzelfde niveau als het voorgaande jaar.

De inkomsten van teletekst zijn vergoedingen voor het plaatsen van informatie op bepaalde VRT teletekstbladzijden. Deze opbrengsten bedroegen in 2014 21.000 euro (evenveel als in 2013).

2.7

PIJLER 7: ANDERE INKOMSTEN

ANDERE INKOMSTEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Dienstverlening aan VAR	0,6	4,8%	0,6	6,3%
Samenwerking rond programma's	4,7	37,6%	4,1	41,0%
Bedrijfsrestaurant	1,2	9,6%	1,1	10,8%
Financiële opbrengsten	3,0	24,0%	2,6	26,1%
Andere bedrijfsopbrengsten	3,0	24,0%	1,6	15,8%
TOTAAL	12,5	100,0%	10,0	100,0%

De *andere inkomsten* stegen globaal met 2,5 miljoen euro. De stijging wordt verklaard door de hogere inkomsten uit samenwerkingen rond programma's (+0,6 miljoen euro), hogere financiële inkomsten (+0,4 miljoen euro) en hogere *andere bedrijfsopbrengsten* (+1,4 miljoen euro).

VAR keerde meer dividenden uit in 2014 dan in 2013 (2,6 miljoen euro in 2014 t.o.v. 2,3 miljoen euro in 2013). Binnen de *financiële opbrengsten* is dat de grootste opbrengstsoort.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat o.a. de meerwaarde op de verkoop van activa, de gerecupereerde kosten, de tussenkomsten van verzekeringen, de vergoeding voor thuiskopieën en de geleide bezoeken. De hogere ontvangsten worden verklaard door de thuiskopieën (+0,7 miljoen euro) en de toename van gerecupereerde kosten (+0,9 miljoen euro).

2.8 PIJLER 8: RUILEN

RUILEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Mediaruil (*)	11,3	29,6%	10,8	28,1%
Facilitaire toelevering	3,6	9,6%	4,7	12,2%
Productplaatsing in natura en aftiteling	3,2	8,4%	3,4	9,0%
Andere ruil:				
TV	2,2	5,8%	2,4	6,1%
Radio	15,3	40,4%	14,7	38,2%
Webruimte	2,4	6,2%	2,2	5,8%
Line Extensions	0,0	0,0%	0,2	0,6%
TOTAAL	38,0	100,0%	38,4	100,0%

(*) inclusief Line Extensions mediaruil

De ruilopbrengsten daalden met 0,4 miljoen euro, maar dat had geen effect op het resultaat vermits de ruilkosten met hetzelfde bedrag waren gedaald.

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. Deze ruil is in 2014 gestegen met 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2013.

Bij de *facilitaire toelevering* levert de VRT prestaties aan externe productiehuisen in het kader van productieovereenkomsten. De waarde van de onderaanneming wordt mee opgenomen in de waarde van de uitzendrechten. In 2014 is deze ruil met 1,1 miljoen euro gedaald tot 3,6 miljoen euro. Oorzaak van deze daling is het wegvallen van de facilitaire toelevering voor *Stars for life* (Eén) en *Vroeger of later* (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 daalden in 2014 met 0,2 miljoen euro.

Bij de *andere ruilen* worden spotjes of promotionele aankondigingen via een VRT-kanaal geruild voor o.a. visibiliteit van 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.

Voor de evenementen van Line Extensions wordt aan de tegenpartij visibiliteit gegeven op het evenement dat door de VRT wordt georganiseerd.

De totale inkomsten van de *andere ruilen* bedroegen 19,9 miljoen euro (een stijging met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2013).

2.9

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

INSTITUTIONELE FINANCIERING (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Institutionele financiering via eigen programma's VRT	3,3	2,8
Institutionele financiering via externe productiehuizen	1,1	0,6
TOTAAL	4,4	3,4

Onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering van bepaalde programma's rond een thema of locatie door overheidsinstellingen of aanverwante instellingen. Hieronder vallen o.a. de toeristische federaties, steden, gemeentes, provincies, de Nationale Loterij,...

De *institutionele financiering via eigen programma's VRT* bedroeg 3,3 miljoen euro in 2014, en steeg met 0,5 miljoen euro t.o.v. 2013.

Voornaamste bronnen van institutionele financiering via eigen programma's zijn de samenwerking met de VLAM voor *Dagelijkse kost* (Eén) en *Groenland* (Eén), de tussenkomst van regionale en lokale overheden voor *Vlaanderen Vakantieland* (Eén), de tussenkomst van de

stad Antwerpen voor *De intrede van de Sint* (Ketnet), de tussenkomst van de Nationale Loterij voor *Lotto- en Jokertrekkingen*, de samenwerking met de provincie West-Vlaanderen voor *Lichtfront* (Canvas), de tussenkomst van de Federale Overheidsdiensten voor reportages over Europa in *Terzake* (Canvas), en de samenwerking met de VPRO voor *Arm en Rijk* (Canvas).

De *institutionele financiering bij externe productiehuizen* steeg in 2014 met 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2013. In 2014 was er institutionele financiering via externe productiehuizen voor onder andere *Hotel M* (Eén), *In Vlaamse velden* (Eén), *Flying Doctors* (Eén) en *Vlaanderen Muziekland* (Eén).

PRODUCTPLAATSING

PRODUCTPLAATSING (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Financiële productplaatsing	0,9	22,1%	0,5	12,7%
Productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)	3,2	77,9%	3,4	87,3%
TOTAAL	4,1	100,0%	3,9	100,0%

Onder *productplaatsing* verstaat men het opnemen van een product of dienst in de setting van een televisieprogramma. Dit 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).

De ontvangsten uit *financiële productplaatsing* bedroegen 0,9 miljoen euro in 2014. Het gaat hier vooral over de programma's *Dagelijkse kost* (Eén), *Iedereen Beroemd*

(Eén), *Groenland* (Eén) en *Thuis* (Eén). Deze opbrengsten stegen met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2013, met name door meer productplaatsing voor *Thuis* en *Iedereen Beroemd*.

De *productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)* bedroeg in 2014 3,2 miljoen euro en omvat ruilvereenkomsten voor onder andere programma's zoals *Hotel M* (Eén), *Blokken* (Eén), *Iedereen Beroemd* (Eén), *Mind your own business* (OP12), de *Flying Doctors* (Eén) en *Vlaanderen Vakantieland* (Eén).

3. KOSTEN

3.1

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN - TOTAAL

ANALYTISCHE VERDELING VAN DE KOSTEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
TV	277,2	62,0%	258,5	60,5%
Radio	90,6	20,3%	89,5	21,0%
Internet & Mobiele toepassingen	23,6	5,3%	22,1	5,2%
Kosten programma-output	391,4	87,6%	370,1	86,7%
Onderzoek & Innovatie	3,3	0,7%	2,8	0,6%
Ondersteunende directies	46,4	10,4%	49,0	11,5%
Line extensions	5,8	1,3%	5,2	1,2%
Subtotaal	446,9	100,0%	427,1	100,0%
Andere	21,5		18,0	
TOTAAL (*)	468,4		445,1	

(*) inclusief voorraadwijzigingen

Via de analytische verdeling van de kosten wordt informatie verschaft over de verhouding van de kosten van de programma-output ten opzichte van de kosten voor Onderzoek & Innovatie, de kosten van de ondersteunende directies en de kosten van Line Extensions. De kosten van de programma-output worden verder onderverdeeld per mediabeleving: radio, televisie en het internet- & mobiel aanbod.

De kosten van de programma-output bedroegen 87,6% in 2014, een stijging met 21,3 miljoen euro ten opzichte van 2013.

De kosten van Televisie stegen met 18,7 miljoen euro omwille van enkele eenmalige evenementen in 2014 (WK Voetbal, Olympische Winterspelen en de Europese, federale en regionale verkiezingen). De kosten van Radio stegen met 1,1 miljoen euro, eveneens door deze eenmalige evenementen. De kosten van Internet & Mobiele toepassingen stegen met 1,6 miljoen euro in 2014. De kosten van de programma-output worden verder in detail besproken.

De kosten voor *Onderzoek & Innovatie* stegen met 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2013 ten gevolge van de verdere uitbreiding van de activiteiten en de samenwerking met externe onderzoekspartners.

De kosten van de ondersteunende directies⁸¹ bedroegen 10,4% van de totale kosten, dat is 1,1% lager dan in 2013. Dat lager aandeel is normaal in de even jaren, en is te

verklaren door de grote sportevenementen die dan plaatsvinden (in 2014: het WK Voetbal en de Olympische Winterspelen). In 2014 waren er bovendien ook Europese, federale en regionale verkiezingen waarvoor de VRT extra aanbod produceerde. In absolute cijfers daalden de kosten van de ondersteunende directies met 2,6 miljoen euro ten opzichte van 2013. Deze evolutie is in belangrijke mate het resultaat van de inspanningen die de VRT leverde op het vlak van efficiëntie, in het bijzonder bij de ondersteunende diensten.

De kosten voor de commerciële activiteiten van Line Extensions stegen in 2014 met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2013.

In de rubriek '*Andere kosten*', worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderingen einde boekjaar, de belastingen (kantoorbelasting, onroerende voorheffing en niet-recupereerbare BTW), de herstructureringskosten en de kosten voor het Brussels Philharmonic. Deze kosten worden afzonderlijk gerapporteerd omdat ze anders vergelijkingen over de jaren heen zouden scheeftrekken. Deze kosten stegen ten opzichte van 2013 met 3,5 miljoen euro, deze stijging wordt vooral verklaard door het aanleggen van extra provisie voor herstructureringskosten.

⁸¹ Beleid, HR, Financiën en Technologie.

3.2

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT RADIO

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIONET

KOSTEN EN AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIONET (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Radio 1	20,7	22,8%	19,8	22,2%
Radio 2	28,7	31,7%	28,5	31,8%
MNM	12,3	13,6%	12,4	13,8%
StuBru	15,1	16,7%	15,1	16,8%
Klara	13,8	15,2%	13,7	15,4%
TOTAAL RADIO	90,6	100%	89,5	100%

De productiekosten van de digitale radiostromen worden bij de bijhorende netten verrekend, omdat ze beschouwd worden als verrijking van de hoofdkanalen. De kosten van Nieuws+ worden toegevoegd aan Radio 1, de kosten van MNM Hits bij MNM en deze van Klara Continuo bij Klara.

De totale kosten van radio stegen in 2014 met 1,1 miljoen euro. De stijging situeerde zich quasi volledig bij

Radio 1 (+0,9 miljoen euro) en is toe te schrijven aan de Europese, federale en regionale verkiezingen, het WK Voetbal en Olympische Winterspelen. Radio 2 steeg met 0,2 miljoen euro en dat is gedeeltelijk toe te schrijven aan de aandacht voor de Europese, federale en regionale verkiezingen. De kosten van de andere netten bleven ongeveer gelijk ten opzichte van 2013.

DE KOSTPRIJS PER UUR UITZENDING PER RADIONET

KOSTEN PER UITZENDUUR - RADIO (IN EURO)		
	2014	2013
Radio 1	2.407	2.308
Radio 2	2.087	2.022
MNM	1.455	1.458
Studio Brussel (*)	1.665	1.642
Klara	1.577	1.567
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-RADIO (**)	1.865	1.825

(*) exclusief Music For Life

(**) gewogen gemiddelde op basis van aantal netto uitzendingen per net

Als deler worden de netto-uren uitzendingen genomen, dus zonder reclame per net. De kosten per uitzenduur van Studio Brussel zijn exclusief de kosten van Music For Life omdat dit de kosten per uur te veel zouden vertekenen.

De gemiddelde kosten van 1 uur uitzending van Radio bedroeg in 2014 1.865 euro, wat een kleine stijging was ten opzichte van 2013.

In vergelijking met de andere radionetten is Radio 1 het duurste radionet. De verklaring hiervoor zijn de duiddingsprogramma's en de sportprogramma's die enkel op Radio 1 werden uitgezonden. De gemiddelde kosten per uur van Radio 2 liggen hoger dan bij MNM, Studio

Brussel en Klara omwille van het hogere aantal uren uitzending door de ontkoppelde regionale programma's. De gemiddelde kosten per uur bij Radio 1 stegen en dat is toe te wijzen aan de Europese, federale en regionale verkiezingen en de sportevenementen (het WK Voetbal en de Olympische Winterspelen). De kostprijs per uur van Radio 2 steeg licht. Enerzijds daalde het aantal uren eigen uitzendingen ten opzichte van 2013 door een verschuiving van regionale uitzendingen naar uitzendingschema voor Radio 2 nationaal. Anderzijds stegen de kosten bij Radio 2 door de Europese, federale en regionale verkiezingen en een aantal nieuwe producties over Vlaamse muziek. Bij de overige netten bleef de gemiddelde kostprijs ongeveer gelijk.

3.3

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT TV

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER TELEVISIENET

KOSTEN EN AANDEEL IN DE KOSTEN PER TELEVISIENET (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Eén	164,4	59,4%	160,9	62,2%
Canvas	77,2	27,8%	63,7	24,7%
Ketnet	26,1	9,4%	26,1	10,1%
OP12	9,5	3,4%	7,8	3,0%
TOTAAL TELEVISIE	277,2	100%	258,5	100%

De kosten van televisie stegen met 18,7 miljoen euro tot 277,2 miljoen euro in 2014.

Deze stijging wordt bijna volledig verklaard door de Europese, federale en regionale verkiezingen in 2014, het WK Voetbal en de Olympische Winterspelen.

De totale kostprijs van Eén steeg in 2014 met 3,5 miljoen euro omwille van deze evenementen. De totale kostprijs

van Canvas steeg met 13,5 miljoen euro. Deze toename werd eveneens veroorzaakt door het WK voetbal, de Europese, federale en regionale verkiezingen en de Olympische Winterspelen. De kostprijs van Ketnet bleef gelijk ten opzichte van 2013. De kostprijs van OP12 steeg met 1,7 miljoen euro ten opzichte van 2013, vanwege de extra kosten van de grote sportevenementen.

DE EVOLUTIE VAN DE KOSTPRIJS PER UUR UITZENDING PER TELEVISIENET

KOSTEN PER UITZENDUUR - TELEVISIE (IN EURO)				
	2014		2013	
	eerste uitzending	inclusief herhaling	eerste uitzending	inclusief herhaling
Eén	57.603	38.098	59.198	36.044
Canvas	29.201	17.948	27.584	14.026
Ketnet	36.731	5.191	36.518	5.192
OP12	16.016	6.809	19.883	6.372
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-TELEVISIE (*)	40.759	18.428	42.140	16.944

(*) gewogen gemiddelde op basis van aantal netto uitzendingen per net

De kostprijs per uur uitzending van Eén daalde. Dat komt omdat de totale kosten van Eén weliswaar stegen met 3,5 miljoen euro ten opzichte van 2013, maar het aantal uren eerste uitzending procentueel nog meer steeg. In 2014 bevatte het uitzendschema van Eén minder herhalingen. Dat verklaart de stijging van de kostprijs per uur inclusief de herhalingen voor Eén.

De sportevenementen in 2014 (WK Voetbal en Olympische winterspelen) en de Europese, federale en regionale verkiezingen in 2014 verklaren de stijging van de gemiddelde kosten van 1 uur uitzending op Canvas.

De gemiddelde kostprijs (zowel voor eerste uitzending als inclusief herhalingen) van Ketnet bleef ongeveer

gelijk. Er werden ongeveer evenveel uren uitzending geproduceerd in 2014 ten opzichte van 2013.

OP12 kostte gemiddeld 16.016 euro per uur eerste uitzending in 2014. Dat is een daling van 19,4% in vergelijking met 2013. Er werden meer uren 1ste uitzendingen geproduceerd. De kostprijs per uur uitzending daalt omdat er meer kostenbewust geprogrammeerd werd, zowel de interne als de externe producties waren per uur goedkoper tegenover 2013. Daarnaast is de programmamix aangepast, het aandeel programma-aankoop 1ste uitzending in 2014 ligt een stuk hoger dan in 2013.

DE EVOLUTIE VAN DE SCHEMAKOSTEN PER PRODUCTIEWIJZE (IN EURO'S EN IN UREN)

KOSTEN		
	2014	2013
Ipro	71%	68%
Epro	29%	32%
TOTAAL	100%	100%

UITZENDUREN (EERSTE UITZENDING)		
	2014	2013
Ipro	82%	83%
Epro	18%	17%
TOTAAL	100%	100%

De beheersovereenkomst bepaalt dat de VRT minstens 25% van het televisieproductiebudget moet besteden bij externe productiehuisen. Deze meting is gebaseerd op wat de VRT produceert in een bepaald jaar en niet op wat zij uitzendt. De rapportering daarover gebeurt bij de rapportering van de performantiemaatstaven (O.D. 26.1). De hier gerapporteerde verhouding is gebaseerd op wat de VRT uitzond in 2014.

Afhankelijk van waar de financiële eindverantwoordelijkheid van het programma ligt, wordt het programma onder interne productie (IPRO) of externe productie (EPRO) gecatalogeerd. Voor IPRO ligt de verantwoordelijkheid bij de VRT, voor EPRO ligt dit bij de externe productiehuisen. Daarnaast bestaan een aantal mengvormen waar de VRT en de externe partner verregaand samenwerken en waarbij ze, naast het preferentieel

partnership, een bijkomend afsprakenkader hebben vastgelegd m.b.t. die samenwerking. Voor die programma's worden de uitzendkosten verdeeld over IPRO en EPRO, in functie van de gemaakte afspraken.

Het aandeel IPRO nam toe tegenover het aandeel EPRO. Belangrijkste reden daarvoor zijn de eenmalige evenementen in 2014 (het WK Voetbal en de Olympische Winterspelen).

De verhouding IPRO/EPRO in euro is verschillend van de verhouding in uren. De producties die door de VRT zijn geproduceerd vertegenwoordigen 71% van de kosten, terwijl ze 82% van de uren eerste uitzending produceren. Verklaring hiervoor zijn de nieuws- en sportprogramma's die een groot aantal uren produceren.

3.4

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT INTERNET & MOBIELE TOEPASSINGEN

DE KOSTEN EN HET AANDEEL IN DE KOSTEN PER SITE - INTERNET & MOBIELE TOEPASSINGEN (IN MIO EURO)				
	2014		2013	
Deredactie.be	6,9	29,1%	6,5	29,6%
Sporza.be	3,2	13,6%	3,0	13,4%
Cobra.be	3,5	15,0%	3,5	15,7%
Websites en Mobiel	10,0	42,3%	9,1	41,3%
TOTAAL INTERNET EN MOBIELE TOEPASSINGEN	23,6	100%	22,0	100%

Voor internet en mobiel worden de webplatformen Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be afzonderlijk gerapporteerd. De overige sites en het mobiel aanbod worden gegroepeerd.

De kosten van de internet- en mobiele toepassingen stegen ten opzichte van 2013 met 1,6 miljoen euro. De website van Studio Brussel en de mobiele site van Deredactie.be werden vernieuwd. Voor Sporza.be werden extra middelen ingezet voor de ontwikkeling van een app voor het WK Voetbal die na het sportevenement evolu-

eerde naar een nieuwe Sporza-app. De VRT lanceerde een nieuwe versie van haar internetradiospeler (Radio-plus) en de bijbehorende apps. De online videospeler kreeg een update. Ketnet bleef sterk inzetten op zijn digitale aanbod. En daarnaast werd er continu verder gewerkt aan de overige net- en themasites.

De kosten voor Deredactie.be namen ook toe ten opzichte van 2013 door de Europese, federale en regionale verkiezingen.

3.5

VERDELING KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER

DE KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER (2013-2014) ⁸² (IN EURO)		
	2014	2013
TV	51,8	48,7
Radio	16,9	16,9
Internet & Mobiele toepassingen	4,4	4,1
TOTALE KOSTEN (*) PER MEDIAGEBRUIKER	73,1	69,7
TOTALE OVERHEIDSFINANCIERING PER MEDIAGEBRUIKER	45,3	46,1

(*) Inclusief Toeslag voor toerekening van de kosten voor onderzoek en innovatie, de commerciële kosten, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten

De kosten per mediagebruiker stegen van 69,7 euro naar 73,1 euro doordat de totale kosten van de VRT stegen met 23,3 miljoen euro, terwijl het aantal mediagebruikers ongeveer gelijk bleef (een stijging met 28.846 personen).

Van de totale kosten van 73,1 euro in 2014 is 45,3 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 27,8 euro uit eigen middelen. Het relatief aandeel van de overheidsdotatie in de kosten per mediagebruiker is gedaald ten opzichte van 2013 van 66% naar 62%.

⁸² Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,41 miljoen inwoners op 1 januari 2014 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

3.6

ANALYSE VAN KOSTEN VOOR ONDERZOEK & INNOVATIE

KOSTEN VAN ONDERZOEK & INNOVATIE - PROJECT (IN MIO EURO)		
PROJECT	2014	2013
VRT Onderzoek & Innovatie	3,2	2,6
VRT-Medialab	0,0	0,1
Mediadienstenplatform	0,1	0,1
TOTAAL	3,3	2,8

In het kader van de Beheersovereenkomst 2012-2016 werd een afzonderlijke overeenkomst gesloten met betrekking tot Onderzoek en Innovatie. Voor deze toegevoegde opdracht worden de kosten, de ontvangen dotatie en de gerealiseerde eigen opbrengsten opgevolgd via een aparte, volledig gescheiden bedrijfsafdeling. De totale kosten voor VRT Onderzoek & Innovatie bedroegen in 2014 3,2 miljoen euro. Dat betekent een stijging met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2013, te verklaren door de kosten voor het STON-project in 2014.

De kosten uit het VRT-Medialab (Beheersovereenkomst 2007-2011) bedroegen nog 37.000 euro en de kosten voor het afgesloten project "mediadienstenplatform" (Beheersovereenkomst 2002-2006) bedroegen 0,1 miljoen euro in 2014. Deze kosten bestaan uit afschrijvingskosten die worden gefinancierd via de daartoe aangelegde kapitaalsubsidies.

4. VOORRADEN

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2014 84,8 miljoen euro, een daling met 10,3 miljoen euro ten opzichte van 2013. In de voorraad zitten sportrechten (30,5 miljoen euro), filmrechten (12,7 miljoen euro),

eigen producties (39,0 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (3,3 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-1 miljoen euro) en een voorraad technisch magazijn (0,3 miljoen euro).

4.1

SPORTRECHTEN

VOORRAAD SPORTRECHTEN (IN MIO EURO)			
VOORRAAD OP 31/12/2013	AANKOPEN IN 2014	UITGEZONDEN IN 2014	VOORRAAD OP 31/12/2014
40,2	+7,3	-17,0	30,5
	o.a. UEFA Europe League (2015-2018) Jupiler Pro League (2014-2017) Wielrennen Vuelta (2016-2020) Wielrennen Flanders Classics (2014) Roland Garros (2015-2018) Wimbledon (2014) WK atletiek (2014-2017)	o.a. WK Voetbal Kwalificaties EK voetbal 2016 Uefa Europa league Belgische Beker voetbal Thuiswedstrijden Rode Duivels Wielrennen Ronde van Frankrijk Wielrennen (Giro, Vuelta) Wielrennen Flanders Classics BK Wielrennen en Veldrijden UCI Baan-, Weg- en Veldrijden Zaalsporten Atletiek Memorial Van Damme Tennis (Roland Garros en Wimbledon) Olympische Winterspelen	o.a. Olympische Spelen 2016 WK voetbal 2018 en 2022 Kwalificatie voetbal EK2016 en WK2018 Uefa Europa League (2015-2018) Belgische Beker voetbal (2015) Jupiler Pro League (2015-2017) Ronde van Frankrijk (2015-2019) Wielrennen Italië (o.a. Giro) (2015-2016) Wielrennen Vuelta (2015-2020) UCI Baan-, Weg- en Veldrijden (2015-2016) Tennis - Roland Garros (2015-2018) IAAF Wereldatletiek (2014-2017)

De voorraad sportrechten daalde in 2014 met 9,7 miljoen euro tot 30,5 miljoen euro. Er werden voor 7,3 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 17,0 miljoen euro aan rechten werd verbruikt. De voorraaddaling is in belangrijke mate te verklaren door het verbruik van de rechten voor het WK Voetbal, de Belgische beker voetbal, en de Ronde van Frankrijk.

Belangrijke nieuwe contracten die in 2014 werden afgesloten zijn de uitzendrechten voor de UEFA Europa League, Jupiler Pro League (voor het maandagavondmagazine Extra Time en clips voor online), Vuelta, Flanders Classics, Tennis (Roland Garros en Wimbledon) en WK Atletiek.

4.2 FILMRECHTEN

VOORRAAD FILMRECHTEN (IN MIO EURO)					
	VOORRAAD 31/12/2013	AANKOPEN IN 2014	VERBRUIK IN 2014	SCHRAPPING IN 2014	VOORRAAD OP 31/12/2014
Films	3,9	3,6	-3,2	-0,1	4,2
Documentaires	1,8	2,0	-1,8	-0,3	1,7
Series, Comedies, Animatie, enz	6,1	8,7	-7,8	-0,2	6,8
TOTAAL	11,8	14,3	-12,8	-0,6	12,7

De totale filmvoorraad steeg met 0,9 miljoen euro in 2014. Deze stijging kan verklaard worden door de toename in de voorraad van 'series, comedies, animatie enz.' en door de stijging in de voorraad van de films.

4.3 EIGEN PRODUCTIES

EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Fictie	27,0	23,8
Andere	12,0	15,0
TOTAAL	39,0	38,8

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 bleef tegenover 2013 ongeveer gelijk.

De voorraad fictie steeg met 3,2 miljoen euro. Het ging dan bijvoorbeeld over *Biker Boys* (Eén) (uitzending gestart eind 2014 en liep tot midden februari 2015), en *Tom en Harry* (Eén) (uitzending voorjaar 2015) en *Welkom in de Wilton* (Ketnet) (eerste uitzendingen gepland eind 2015).

De voorraad andere eigen producties daalde met 3,0 miljoen euro. Dit heeft voornamelijk te maken met de vernieuwing van Canvas waarbij een aantal reeksen niet meer voorzien zijn in het uitzendschema van 2015 en dus ook niet opgestart werden in 2014. Voorbeelden zijn *Man over boek*, opvolger *Publiek Geheim*, *Arm en rijk* en *Belpop*.

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.

NIET-COMMERCIEËLE OPBRENGSTEN

In 2014 bedroegen de niet-commerciële opbrengsten 10,8 miljoen euro. Deze opbrengsten bestaan uit opbrengsten uit facilitaire toelevering, opbrengsten uit samenwerking rond programma's, opbrengsten uit catering voor het personeel, financiële opbrengsten en andere bedrijfsopbrengsten. De andere bedrijfsopbrengsten betreffen onder meer gerecupereerde kosten en dienstverlening aan VAR.

De opbrengsten daalden in 2014 ten opzichte van 2013 met 0,2 miljoen euro. De facilitaire toelevering daalde met 1,1 miljoen euro. Daartegenover staat dat de opbrengsten uit samenwerking rond programma's in 2014 toenam met 0,7 miljoen euro en de opbrengsten uit personeels catering met 0,2 miljoen euro.

NIET-COMMERCIEËLE OPBRENGSTEN (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Facilitaire toelevering	3,6	4,7
Samenwerking rond programma's	4,7	4,0
Personeels catering	1,3	1,1
Financiële opbrengsten	0,4	0,3
Andere bedrijfsopbrengsten	0,7	0,9
Meerwaarde op realisatie vaste activa	0,1	0,0
TOTAAL (*)	10,8	11,0

(*) exclusief voorraadwijzigingen

COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN: RECHTSTREEKS / ONRECHTSTREEKS VOORDEEL UIT DE PUBLIEKE OPDRACHT

COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN: RECHTSTREEKS/ ONRECHTSTREEKS VOORDEEL UIT DE PUBLIEKE OPDRACHT (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Opbrengsten	145,4	136,7
Kosten	39,0	36,8
RESULTAAT	106,4	99,9

In 2014 was er een positief resultaat van 106,4 miljoen euro op de commerciële activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht halen. De opbrengsten van deze commerciële activiteiten bestaan voornamelijk uit door VAR verworven opbrengsten zoals radioreclame, sponsoring en boodschappen van algemeen nut. Andere belangrijke inkomsten zijn de inkomsten uit de distributie-akkoorden en de ruilcontracten. Het positief resultaat draagt bij tot de financiering van de publieke opdracht.

De opbrengsten en de kosten stegen met respectievelijk 8,7 en 2,2 miljoen euro.

De stijging van de opbrengsten doet zich ondermeer voor bij de door VAR verworven opbrengsten (+4 miljoen euro), voornamelijk bij de radioreclame (+2,5 miljoen euro), de televisiesponsoring (+1,0 miljoen euro), en de reclame- en promotieboodschappen op de VRT-websites (+0,3 miljoen euro). Deze hogere opbrengsten hadden geen extra kosten tot gevolg.

Verder stegen de opbrengsten uit de verkopen van programma's (+0,5 miljoen euro), de opbrengsten uit distributiecontracten (+1,5 miljoen euro), de financiële productplaatsting (+0,4 miljoen euro), de vergoeding voor thuiscopies (+0,7 miljoen euro) en de andere gecupereerde kosten (+0,8 miljoen euro).

De ruilopbrengsten namen toe met 0,6 miljoen euro.

De kosten uit de ruilcontracten stegen met een zelfde bedrag (+0,6 miljoen euro).

Daarnaast stegen de kosten bij Line Extensions (+0,5 miljoen euro), de kosten verbonden aan de inkomgelden (+0,3 miljoen euro).

ANDERE COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN

ANDERE COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Opbrengsten	7,5	6,8
Kosten	2,8	2,8
RESULTAAT	4,7	4,0

Het resultaat van de commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht bedroeg in 2014 4,7 miljoen euro. Dat resultaat werd voornamelijk gerealiseerd via licensing, de organisatie van evenementen, de transmissiediensten en de verhuring van productiemiddelen.

Het positief resultaat draagt bij tot de financiering van de publieke opdracht. Het resultaat steeg ten opzichte van 2013 met 0,7 miljoen euro.

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT⁸³

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT (IN MIO EURO)		
	2014	2013
Nettokosten van de publieke opdracht	309,4	294,6
Overheidssubsidies	290,7	294,4
NETTOKOSTEN PUBLIEKE OPDRACHT - OVERHEIDSSUBSIDIES = NETTO DEFICIT - = ONDERFINANCIERING OF NETTO DEFICIT, + = OVERFINANCIERING OF NETTO SURPLUS	-18,7	-0,2

De kosten van de publieke opdracht bedroegen in 2014 309,4 miljoen euro, 18,7 miljoen euro meer dan de overheidssubsidies. Het boekjaar 2014 sluit dus af met een netto-deficit of een ondercompensatie van de openbare omroepopdracht.

- 83 Berekening nettokosten van de publieke opdracht (309,4 miljoen euro):
- 1) Totale kosten VRT inclusief voorraadwijzigingen (468,4 miljoen euro)
 - 2) minus kosten van commerciële activiteiten die geen direct of indirect voordeel halen uit de openbare omroepopdracht (2,8 miljoen euro)
 - 3) minus opbrengsten van commerciële activiteiten die voordeel halen uit de openbare omroepopdracht (145,4 miljoen euro)
 - 4) minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten (10,8 miljoen euro)

8.5 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 deugdelijk bestuur, met een duidelijke beschrijving van de rol en de bevoegdheden van de Raad van Bestuur en comités, de Gedelegeerd Bestuurder en het Directiecollege;
- > de toepassing van het single auditprincipe: samenwerking tussen de statutaire commissaris, Rekenhof en 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;
- > richtlijnen en procedures voor het nodige risicomanagement binnen belangrijke bedrijfsprocessen;
- > de permanente aandacht om de organisatie af te stemmen op de noden vanuit de opdrachten of de omgeving;
- > de implementatie en concrete uitrol van een informatie-veiligheidsbeleid.

De VRT zal continu verder werken aan de goede werking van een intern controlesysteem door o.a. gevolg te geven aan de aanbevelingen uit de sterkte-zwakteanalyse van de organisatiebeheersing uitgevoerd door Audit Vlaanderen.

Zo heeft het VRT-management het proces uitgetekend voor risicomanagement op strategisch niveau, met volgende facetten: risico-identificatie, risico-evaluatie en prioritering, het bepalen van de risico-mitigatie en het monitoren van deze aanpak. Dit proces is geïntegreerd in de strategische cyclus van de VRT.

Zoals hoger gesteld, is het VRT-management verantwoordelijk voor de goede werking van het interne controlesysteem. De bewustmaking hieromtrent binnen de organisatie krijgt extra aandacht. In het bijzonder bij het opzetten en het uitvoeren van verdere stappen in de administratieve vereenvoudiging is het bestelproces verder aangepast én geautomatiseerd, rekening houdend met de noden en werking van een mediabedrijf, maar met de nodige aandacht voor interne controle.

8.6 Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR)



De NV VAR is een 100% dochteronderneming van de VRT. VAR verleent diensten op het vlak van radioreclame, sponsoring, boodschappen van algemeen nut en commercialisering van websites.

VAR haalde in 2014 een omzet van 93,4 miljoen euro en een resultaat na belasting van 6,3 miljoen euro winst.

(in 1.000 euro)

VAR: RESULTAAT		
	2014 (*)	2013
Bedrijfsopbrengsten	93.438	87.348
Regie voor VRT	74.475	70.714
Overige Aankopen	5.387	5.078
Bezoldigingen	3.108	3.124
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	488	400
Bedrijfsresultaat	9.980	8032
Financieel resultaat	-742	-496
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2.919	-2.274
VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN	6.319	5.262

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van 03/06/2015

8.7 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 reclame concepten.

Pebble Media haalde in 2014 een omzet van bijna 11 miljoen euro en een resultaat na belasting van 52.000 euro winst.

(in 1.000 euro)

PEBBLE MEDIA: RESULTAAT		
	2014 (*)	2013
Bedrijfsopbrengsten	11.027	10.177
Aankopen	9.601	8.605
Bezoldigingen	1.256	1.216
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	60	2
Bedrijfsresultaat	110	354
Financieel resultaat	-16	-2
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-42	-2
PEBBLE MEDIA RESULTAAT NA BELASTINGEN	52	350

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van 21/05/2015

8.8 Pensioenfondsen VRT

PENSIOENFINANCIERINGSORGANISME STATUTAIREN VRT

Het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* werd opgericht eind 1997. Het is belast met het beheer van de reserves voor het nakomen van de wettelijke pensioenen van statutaire personeelsleden van de VRT en hun begunstigen. Het dekt ook de kostprijs van de overlevingspensioenen voor de echtgenoten van overleden VRT-werknemers.

In de Beheersovereenkomst 2012-2016 is bepaald dat de pensioenverplichtingen ten opzichte van de statutaire personeelsleden worden overgedragen naar de Vlaamse Gemeenschap. Dit houdt onder meer in:

- > De overdracht van de activa van het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT naar de Vlaamse Gemeenschap;
- > De patronale bijdrage door de VRT aan het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT wordt constant gehouden op 8,1 miljoen euro per jaar. Vanaf 2013 wordt dit bedrag jaarlijks geïndexeerd volgens de gezondheidsindex;
- > De Vlaamse Gemeenschap staat in voor het saldo van alle pensioenverplichtingen.

Het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* is daardoor sinds 1 januari 2012 in een transitiefase waarbij voor de activa geen rendementsverwachtingen op lange termijn meer worden gemaakt.

Bij de berekening van de PBO-verplichtingen per 31 december 2014 werd de actualisatievoet gehanteerd die gebaseerd is op de financieringskosten van de Vlaamse Gemeenschap. Dit had een impact op de waardering van de PBO-verplichtingen.

De netto-pensioenverplichtingen zijn ten opzichte van einde 2013 gestegen van 1.042.531.786 euro tot 1.500.858.896 euro. Dat is een stijging met 458,3 miljoen euro. De stijging wordt verklaard door:

- 1 de gewijzigde actualisatievoet voor de berekening van de huidige waarde van de toekomstige pensioenen.
Na de beslissing om de pensioenverplichtingen over te dragen naar de Vlaamse Gemeenschap werd in afspraak met de regeringscommissaris en de commissaris-revisor van het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT besloten om de actualisatievoet te baseren op de financieringskost van de Vlaamse Gemeenschap. Sinds boekjaar 2011 wordt daardoor als referentiebasis voor de gemiddelde looptijd van de verplichtingen de OLO-rente genomen op de laatste beursdag, verhoogd met 40 basispunten. Op die

manier werd de actualisatievoet vastgelegd op 1,7% per eind 2014. Door de economische situatie houdt de lage rente ten opzichte van de in-2013-toegepaste discountfactor (3,6%) een sterke verhoging in van de verplichtingen met 440 miljoen euro.

- 2 de stijging van de verworven pensioenen van de nog actieve statutairen ingevolge 1 jaar meer diensttijd. Met betrekking tot de demografische hypothesen werd sinds 2011 een bijkomende leeftijdscorrectie toegepast op de MR/FR-sterftetafels.
- 3 de stijging van de pensioenverplichtingen omwille van de rentelasten op de verplichtingen voor 2014.
- 4 een daling van de assets van het pensioenfinancieringsorganisme.
De assets daalden van 337,2 miljoen euro eind 2013 naar 312,4 miljoen euro eind 2014.
- 5 een daling van de activa van het pensioenfinancieringsorganisme.
De activa daalden van 337,4 miljoen euro eind 2013 naar 313,4 miljoen euro eind 2014.

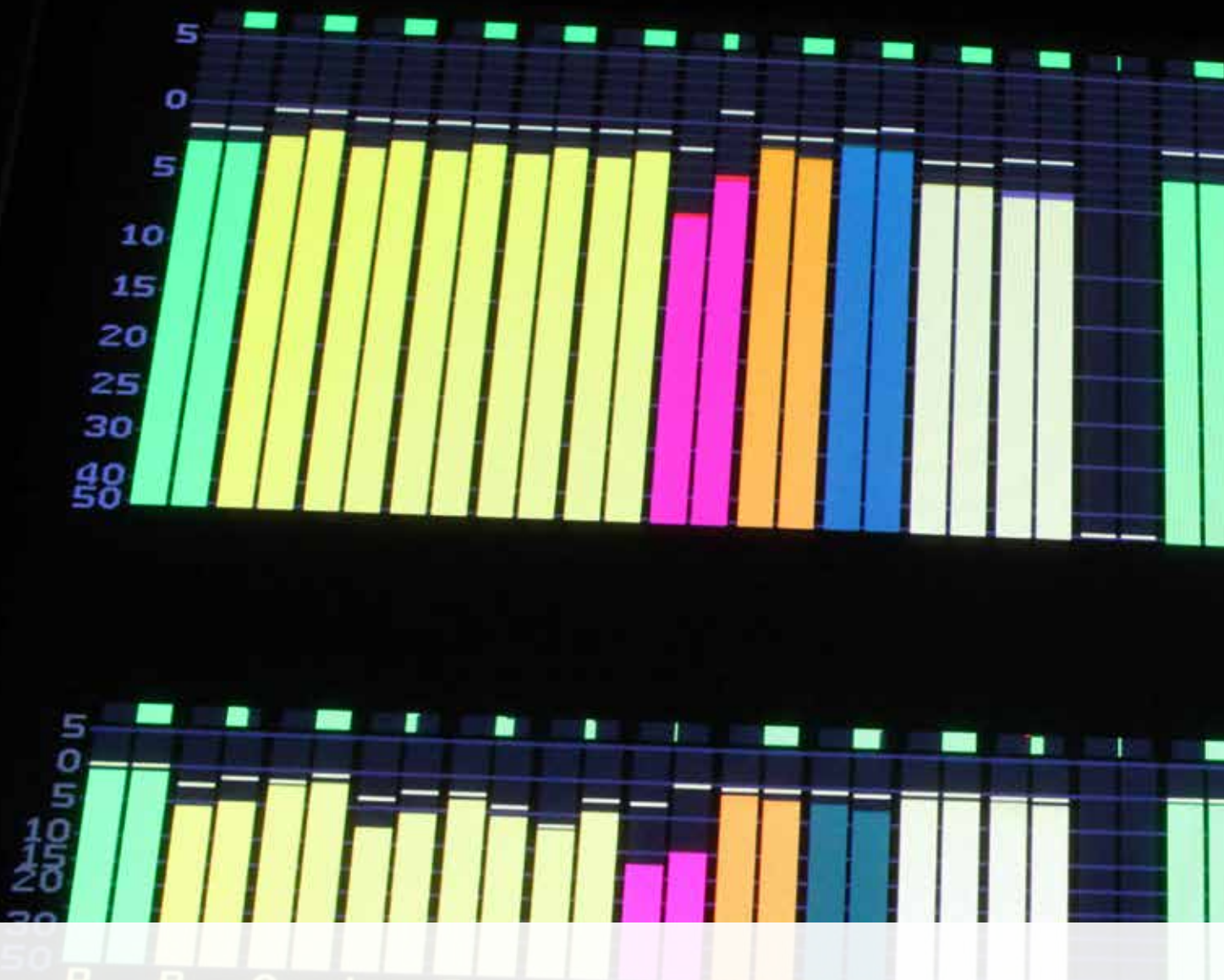
PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

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.

In 2014 heeft het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* het financieringsplan uitgebreid om te beantwoorden aan de aanbevelingen gemaakt door de aangewezen actuaire in het advies aan de Raad van Bestuur van het pensioenfonds.

Het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* was eind 2014 volledig gefinancierd en de allocatie was als volgt: de aandelen vertegenwoordigden 49,8% van de portefeuille, de obligaties 39,2%, het vastgoed 10,1% en cash 0,9%. Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* bedroeg de return over het boekjaar 2014 +11,7%. De totale activa bedroegen eind 2014 74,7 miljoen euro. De financieringsratio van de verplichtingen per eind 2014 bedroeg 136%.

17 37



Doelstellingen uit de beheersovereenkomst: performantie

AANBOD EN BEREIK

PORTFOLIO

SD1: Om relevant te zijn voor alle Vlamingen brengt de VRT haar aanbod via een breed portfolio van merken die elk een specifieke relatie hebben met hun publiek. Dit geldt voor het radio-, tv- en onlineaanbod.

		PAGINA
OD1.1.	De VRT segmenteerde de Vlaamse mediagebruikers in een 'mediakaart' volgens hun belangrijkste mediabehoefte bij het kijken naar televisie, het luisteren naar radio en het raadplegen van websites en online-diensten. (De mediakaart wordt jaarlijks geëvalueerd en indien nodig geüpdatet.) Op basis hiervan positioneerde de VRT haar aanbod, merken en diensten zodat alle Vlaamse bevolkingsgroepen optimaal bediend worden.	
OD1.2.	Het aanbod van de VRT bevatte volgende merken: > Radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara + op de digitale platformen: Nieuws+, Klara Continuo, MNM Hits, Radio1.be, Radio2.be, StuBru.be, MNM.be, Klara.be en Ketnet Hits > TV: Eén, Canvas, Ketnet en OP12 + op de digitale platformen: Eén.be, Canvas.be, Ketnet.be, OP12.be en Fansofflanders.be > Thematisch online-aanbod (digitaal): Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be > Teletekst + Digitekst (digitaal)	6-45 52-59 60-61 62
OD1.3.	De VRT stelde in 2014 per net een marketing- en merkenplan op. Dat hield rekening met de resultaten uit onderzoek naar de mediabehoefte en de net- en merkenstrategieën.	

DIVERSITEIT EN DOELGROEPENBELEID

SD2: De VRT zet diversiteit centraal in de organisatie en hanteert een integrale aanpak op vlak van aanbod en beeldvorming. Het charter diversiteit zal daarbij de leidraad zijn.

		PAGINA
	<ul style="list-style-type: none"> > Diversiteit stond in 2014 centraal in de organisatie. Een lid van het directiecollege stuurde het thema aan, ondersteund door een stuurgroep. > De VRT paste haar Charter Diversiteit toe. Het charter drukte het einddoel van het diversiteitsbeleid van de VRT uit: de omroep zijn van en voor iedereen in Vlaanderen en dat realiseren via een integrale aanpak. > De VRT sensibiliseerde haar medewerkers over diversiteit o.a. aan de hand van goede-praktijk-voorbeelden, zoals via een interne website over diversiteit en een diversiteitstrofee voor programmamakers. 	21
OD2.1.	De VRT ontwikkelde een nieuw actieplan diversiteit. Het formuleerde concrete initiatieven om de diversiteit bij de VRT te verbeteren. In het actieplan ging er aandacht naar de man-vrouw-verhouding, nieuwe Vlamingen, personen met een handicap en leeftijd. De VRT haalde in 2014 de streefcijfers: 7,6% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas, OP12 en Ketnet (behalve de aangekochte programma's) waren nieuwe Vlamingen (streefcijfer: 5%), 35,3% waren vrouwen (streefcijfer: 33%).	21
OD2.2.	<ul style="list-style-type: none"> > Aanbod De VRT formuleerde specifieke diversiteitsdoelstellingen voor de verschillende netten. Verschillende intern en extern geproduceerde programma's kregen ook specifieke doelstellingen inzake diversiteit, zoals <i>Iedereen beroemd</i> (Eén) en <i>Volt</i> (Eén). Daarbij werd aandacht geschonken aan origine, gender, handicap, leeftijd, zorg en armoede. Radio stuurde op 'de beeldvorming' in een aantal focusprogramma's per net, in de marketingcampagnes en in de zichtbaarheid van radio via websites en OP12. > Monitoring De VRT monitorde in samenwerking met externe partners een jaar lang de aanwezigheid van vrouwen en nieuwe Vlamingen op het scherm. (zie OD2.1) 	21
OD2.3.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT stelde in haar programma's verschillende maatschappelijke thema's aan de orde, zoals vrouwenbesnijdenis in <i>Via Annemie</i> (Eén) en psychische problemen in <i>Thuis</i> (Eén). > De VRT zette in 2014 het gestructureerd overleg met de belangenverenigingen voort. Ook met universiteiten was er overleg over het diversiteitsthema. 	22

SD3: De VRT sluit met haar aanbod op radio, tv en online aan bij de leefwereld van jongeren en representeert de diversiteit binnen deze doelgroep. In haar strategie t.a.v. jongeren staan volgende kernwoorden centraal: instroom, inbreng, interactie en inventiviteit.

		PAGINA
	De VRT volgde in 2014 een strategie over de uitrol van een specifiek jongerenaanbod zoals vastgelegd was in 2012. In die strategie stonden centraal: instroom (inzetten op jonge mensen die willen werken in de media), inbreng (OP12 brengt een positief en dynamisch jongerenbeleid, met behulp van jongeren), interactie (MNM, Studio Brussel en OP12 gaan interactief om met jongeren) en inventiviteit (OP12 als inventief televisiekanaal met een aanbod van en voor jongeren).	25
OD3.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De nieuwsdienst speelt met zijn informatieaanbod in op de leefwereld van jongeren. <i>Het journaal</i> (Eén) bracht regelmatig items uit de interessesfeer van jongeren (zoals over muziek, trends, mode en sociale media). Via aangepaste nieuwsuitzendingen op MNM en Studio Brussel (en via aangepaste nieuwsberichten (Ninjanieuws) die verspreid worden op de sociale media) werden jongeren bereikt. > MNM en Studio Brussel waren specifiek gericht op jongeren in al zijn diversiteit. > OP12 bood verschillende initiatieven voor en door jongeren. Het net zond twee avonden per week programma's uit die specifiek gericht waren op jongeren. > Het aanbod voor jongeren werd ook online aangevuld met extra informatie. Daarbij was er aandacht voor interactie met jongeren, o.a. via de sociale media (bijvoorbeeld voor Boost). 	25+65

OD3.2.	De VRT organiseerde regelmatig overleg met jongeren en jongerenorganisaties met het oog op haar jongerenaanbod. Voor het jongerenaanbod Boost werd samengewerkt met jongeren zelf (waarmee o.a. via de sociale media contact werd gemaakt).	25+58
--------	---	-------

SD4: De VRT moet een zo groot mogelijk en gevarieerd publiek bereiken. In het bijzonder moet de VRT jongeren, nieuwe Vlamingen en mensen met een auditieve/visuele beperking beter bereiken en de band tussen deze groepen en de openbare omroep versterken door het aanbod beter af te stemmen op de behoeften van deze groepen.

		PAGINA
OD4.1.	De VRT bereikte met haar aanbod een groot en gevarieerd publiek. <ul style="list-style-type: none"> > De VRT bereikte in 2014 met haar aanbod op de verschillende media samen op maandbasis gemiddeld 96,5% van de bevolking (norm: 90%). > Op weekbasis bereikte de VRT 78,2% van de Vlaamse luisteraars (norm: 70%). De 60%-norm werd voor elk onderscheiden doelgroep gehaald. > Op weekbasis bereikte de VRT 88,4% van de Vlaamse televisiekijkers (norm: 75%). De 65%-norm werd voor elke onderscheiden doelgroep behaald. > Het CIM kon, wegens technische problemen, aan niemand in de Vlaamse media bereikgegevens over het internetgebruik op maandbasis ter beschikking stellen. De recentste resultaten zijn die van 2012 en werden in het VRT-Jaarverslag 2012 opgenomen. (In 2012 werden de normen gehaald.) 	19-20
OD4.2.	De VRT voerde samen met TNS Media een bereikstudie uit over het mediagebruik van 494 nieuwe Vlamingen.	21
OD4.3.	<ul style="list-style-type: none"> > Voor personen met een visuele beperking bood de VRT diensten aan om televisieprogramma's meer toegankelijk te maken. <ul style="list-style-type: none"> - De VRT leverde voor alle programma's (uitgezonderd enkele programma's met ingebrande ondertitels) in principe gesproken ondertiteling (ondertitels als gesproken tekst) aan via teletekstpagina 889. Daarmee haalt de VRT de norm niet (alle programma's en programmaonderdelen in een andere taal dan het Nederlands). Alle programma's van de nieuwsdienst werden wel voorzien met gesproken ondertiteling. - In 2014 bood de VRT de fictiereeksen <i>In Vlaamse velden</i> (Eén), <i>De Ridder</i> (Eén) en <i>Vriendinnen</i> (Eén) met audiodescriptie aan (norm: 1 reeks). - In 2012 had de VRT een plan opgemaakt om haar websites toegankelijker te maken, voor blinden en slechtzienden en doven en slechthorenden. Het raadplegen van weer- en verkeersinformatie en de elektronische programmagids werd in 2014 verbeterd. Radio 2 installeerde een voorleesknoop op haar website. De VRT werkte verder aan het aanbieden van beschikbare ondertitels op de VRT-websites. (Om technische redenen liep dat project vertraging op.) > Voor personen met een auditieve beperking bood de VRT teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal aan om haar televisieprogramma's toegankelijker te maken. <ul style="list-style-type: none"> - Via teletekstondertiteling (of T888) kon de kijker ondertiteling oproepen bij zo goed als alle televisieprogramma's. In 2013 was 97,3% van alle Nederlandstalige programma's te volgen met T888 (norm: 95%). Vanaf juli 2014 werd 100% van de nieuws- en duidingsprogramma's ondertiteld (norm: tegen eind 2014). Eind 2014 was het nog niet mogelijk om de ondertiteling van T888 op te nemen in de videostreaming op de VRT-websites (norm: de VRT stelt de beschikbare ondertitels ook beschikbaar op andere platformen tegen eind 2014). Dat komt omdat de technische realisatie complexer is dan oorspronkelijk ingeschat was. De VRT volgt wel een stappenplan om deze doelstelling te realiseren. - <i>Karrewiet</i> (Ketnet), <i>De week van Karrewiet</i> (Ketnet) en <i>Karrewiet Plus</i> (Ketnet) werden met Vlaamse Gebarentaal aangeboden op Ketnet.be. Ze werden ook uitgezonden op Ketnet. <i>Het journaal van 19 uur</i> (Eén) met Vlaamse Gebarentaal werd live uitgezonden op Deredactie.be. Alle programma's met Vlaamse Gebarentaal waren gratis te herbekijken via <i>Net Gemist</i> en <i>Ooit Gemist</i> (het aanbod-op-aanvraag van de VRT). 	23

INTERNATIONALE ROL VRT

SD5: De VRT draagt bij tot de toegankelijkheid van haar aanbod voor Vlamingen in het buitenland en tot de uitstraling van Vlaanderen in de wereld, door een deel van haar aanbod via internet en satelliet (via BVN) te verspreiden in de hele wereld en door een selectie van haar aanbod te groeperen ten behoeve van de expatgemeenschap in Vlaanderen.

		PAGINA
In 2014 investeerde de VRT in haar internationale rol en ondersteunde zo de uitstraling van Vlaanderen in de wereld.		26-27
OD5.1.	Voor Vlamingen in het buitenland bood de VRT de informatiezender Radio 1 en de familiezender Radio 2 via satelliet aan. Daarnaast konden zij ook via het internet luisteren naar alle VRT-radionetten.	26
OD5.2.	Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. Een derde van het BVN-aanbod bestond in 2014 uit VRT-programma's. Het VRT-aanbod bevatte nieuws- en duidingsprogramma's over culturele, maatschappelijke en toeristische onderwerpen, ontspanningsprogramma's en jeugdprogramma's. Via BVN konden Vlamingen in het buitenland bijzondere gebeurtenissen en evenementen uit Vlaanderen volgen (zoals het verslag van de VRT-nieuwsdienst over de Europese, federale en regionale verkiezingen).	26
OD5.3.	Vlamingen in het buitenland hadden toegang tot het VRT-internetaanbod. Deredactie.be (nieuws), Sporza.be (sport) en Cobra.be (cultuur) en de andere VRT-websites boden in het buitenland naast tekst ook beeld- en geluidsfragmenten en sommige programma's aan, voor zover de VRT over de rechten beschikte en er geen technische belemmeringen waren.	26
OD5.4.	<i>Fans of Flanders</i> was een digitaal platform en een wekelijks televisieprogramma op het derde kanaal OP12, in het Engels, voor buitenlanders in Vlaanderen. Het programma werd herhaald op Canvas en Eén. OP12 zond ook Vlaamse fictie met Engelse ondertitels uit. De VRT-nieuwsdienst bracht online actualiteit (inclusief cultuur) in het Engels (Flandersnews.be), het Frans (Flandreinfo.be) en het Duits (Flanderninfo.be). Fansofflanders.be bevatte Engelse nieuwsberichten afkomstig van de VRT-nieuwsdienst. Flanderstoday.be publiceerde het nieuwsaanbod van Flandersnews.be.	26

SAMENWERKING

SD6: De openbare omroep stelt zich open en luisterbereid op naar de samenleving en creëert maatschappelijke meerwaarde in zijn aanbod door een structureel belanghebbendenbeheer op te zetten.

PAGINA

OD6.1.	In 2012 werd een plan van aanpak voor belanghebbendenbeheer opgesteld. In 2014 werd dat plan gevolgd.	28
OD6.2.	De VRT hanteerde een diversiteit aan partners (zie OD7.1).	28

SD7: De openbare omroep creëert maatschappelijke meerwaarde door rond zijn aanbod samenwerkingsverbanden op te zetten met zowel publieke als private partners. Deze partnerships realiseren meerwaarde voor de betrokken partners. De partners zijn financieel stabiel en ondernemen op een maatschappelijk verantwoorde wijze.

PAGINA

De VRT zette in 2014 samenwerkingsverbanden rond haar aanbod op met zowel publieke als private partners. Die waren financieel stabiel en handelden op een maatschappelijk verantwoorde wijze.		28
OD7.1.	De VRT werkte inhoudelijk, productueel en communicatief samen met verschillende publieke partners o.a. inzake cultuur en onderwijs.	28
OD7.2.	Voor nieuws en sport werkte de VRT samen met andere Vlaamse omroepen met betrekking tot de uitwisseling en terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal. De VRT had hiervoor met die omroepen overeenkomsten afgesloten.	28
OD7.3.	Het audiovisueel materiaal van verschillende VRT-websites was voor iedereen ter beschikking door middel van "permalinks", in die mate dat het toegelaten werd door gebruiksvoorwaarden en -rechten. Zo plaatsten verschillende cultuurorganisaties (zoals Uit in Vlaanderen) videofragmenten van Cobra.be op hun website. Nieuwswaardige video's afkomstig van Deredactie.be werden (via embedcode) ter beschikking gesteld van andere Vlaamse mediabedrijven voor publicatie op hun nieuwswebsites (syndicatie-project).	28
OD7.4.	De VRT werkte in 2014 samen met andere EBU-omroepen, onder meer op het vlak van programma-aankoop, coproducties, strategische positionering van openbare omroepen en het uitwisselen van nieuwsbeelden. Voorbeelden: <ul style="list-style-type: none"> > De VRT werkte productueel samen met de NOS voor de verslaggeving over de Ronde van Frankrijk, de Wereldbeker schaatsen en het WK Voetbal. > De VRT werkte samen met de RTBF voor een Vlaams cultuur aanbod op Arte Belgique: <i>Vlaamse kaai</i>. De VRT werkte samen met andere EBU-partners aan het in kaart brengen van wat de opdracht van een publieke omroep precies inhoudt en hoe die kan gerealiseerd worden (Return to society-project).	28

RADIO

SD8: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoetkomen aan verschillende behoeften van de Vlamingen.

PAGINA

VRT-Radio behield in 2014 zijn positie in het Vlaamse radiolandschap dankzij duidelijk geprofileerde netten. VRT-radio was er voor iedereen in Vlaanderen, voor alle bevolkingsgroepen. Ook jonge luisteraars vonden hun weg naar het VRT-radioaanbod. MNM en Studio Brussel zijn 360°-merken die verschillende mediaplatformen (online, sociale media, evenementen) inzetten om de band met de luisteraar te versterken.		34-49
OD8.1.	Het aanbod van de radionetten was in 2014 conform de beheersovereenkomst opgebouwd.	36-45
OD8.2.		
OD8.3.		
OD8.4.		
OD8.6.		
OD8.5.	MNM Hits bracht in 2014 non-stop hitgevoelige muziek als verlengstuk bij het MNM-aanbod. Daarvoor werd de hitlijst van MNM gebruikt. MNM Hits was via de digitale platformen te ontvangen.	40
OD8.7.	Klara Continuo bracht in 2014 non-stop klassieke muziek en was via de digitale platformen te ontvangen.	44
OD8.8.	Nieuws+ bracht in 2014 de laatst uitgezonden nieuwsuitzending van Radio 1 en was op de digitale platformen te ontvangen.	

SD9: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden met een engagement voor Vlaamse producties en Nederlandstalige muziek.

PAGINA

De VRT-radionetten waren in 2014 zo geprofileerd dat een diversiteit aan muziekgenres aan bod kwam. De diversiteit bereikte de VRT enerzijds door het toepassen van de uitgetekende muziekprofielen van elk net en anderzijds door het voortdurend monitoren en bijsturen van het muzikaanbod zelf.		46-49
OD9.1.	Op alle radionetten samen bestond in 2014 25,8% van alle nummers uit Vlaamse muziek (norm: 25%).	46
OD9.2.	De VRT ondersteunde de Nederlandstalige muziek. In 2014 was 15,8% van de muziektijd op Radio 1 Nederlandstalig (norm: 15%). Op Radio 2 was dat 31,1% (norm: 30%).	47

SD10: Het online aanbod m.b.t. de radionetten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker en is aangepast aan de gebruikte schermen/toestellen. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via - en aangepast aan - alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

PAGINA

OD10.1.	De VRT-radionetten konden in 2014 live beluisterd worden via het open internet, via de netsites van de radionetten, via internetradiospelers en afgeleide applicaties (zoals de MNM-app).	
OD10.2.	De websites van de radionetten en afgeleide interactieve applicaties vesterkten in 2014 de beleving van de radionetten onder meer door het verstrekken van video- en audiofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	36-45
OD10.3.	De VRT-radionetten maakten in 2014 ook gebruik van platformen van derden (in het bijzonder de sociale netwerken Facebook, Twitter en Instagram) om de beleving rond hun programma's te versterken.	36-45

TV

SD11: De televisienetten zijn complementair geprofileerd zodat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoet komen aan verschillende mediabehoefden van alle Vlamingen.

Om de uitgangspunten m.b.t. inclusiviteit, actuedrevenheid en een aanbod voor specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren) te kunnen waarmaken, kwVRT beschikken over 3 volwaardige tv-kanalen: Eén, Canvas en een derde kanaal waarin specifieke doelgroepen worden bediend.

PAGINA

De VRT beschikte over drie tv-kanalen: Eén, Canvas en Ketnet/OP12. Elk net had zijn eigen profiel en richtte zich tot een eigen doelpubliek.		50-59	
<ul style="list-style-type: none"> > Eén richtte zich naar al wie in Vlaanderen leeft. Het net wilde alle doelgroepen op een gelijkmatige manier bereiken. Eén bracht daarom een breed aanbod met een mix aan kwalitatieve programma's en genres. > Canvas richtte zich op kijkers die televisie gebruiken vanuit een individuele ontplooiingsbehoefte, die graag willen ontdekken, bijleren of zich onderscheiden. Canvas bracht een gediversifieerd aanbod met een mix van informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie. > Ketnet richtte zich op kinderen. Het net bood een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen, met inbegrip van de actualiteit. > OP12 richtte zich op specifieke doelgroepen: in de eerste plaats op jongeren en buitenlanders in Vlaanderen en daarnaast op slechtzienden, cultuurliefhebbers en liefhebbers van kleine sporten. 			
OD11.1.	Het aanbod van de televisienetten was in 2014 opgebouwd conform de beheersovereenkomst.		
OD11.2.			
OD11.3.			
	11.3.1.	Ketnet werd uitgezonden op een afzonderlijk kanaal (waarop na 20 uur OP12 uitzond). Het net bracht een brede programmamix (waaronder actualiteit) die inspeelt op de interesses van kinderen. Het net hanteerde een 360°-strategie waarbij het een aanbod had op televisie en online, maar ook aanbod-op-aanvraag (zoals een gratis Kaatje-blok), interactieve toepassingen, participatieve acties en evenementen. Ketnet zorgde voor een veilige omgeving bij zijn online-aanbod.	56-59
	11.3.2.	OP12 had een aanbod voor jongeren op maandag en donderdag met zowel eigen programma's (zoals Boost) als buitenlandse programma's (zoals <i>An Idiot Abroad</i> en <i>The Moaning of Life</i>). Zie OD3.1.	58-59
	11.3.3.	Zie OD5.4.	26
	11.3.4.	De Ketnet-programmering tot 20 uur werd in 2014 nooit onderbroken.	

SD12: Via interactieve digitale televisie verhoogt de VRT het comfort en versterkt zij de beleving van de televisienetten.

PAGINA

OD12.1.	Nadat de VRT eind december 2013 een distributieovereenkomst met Stievie NV had afgesloten over de doorgifte (live en licht uitgesteld) van haar televisiekanalen, sloot de omroep in 2014 een overeenkomst met Proximus TV en Telenet m.b.t. hun diensten voor licht uitgesteld kijken (respectievelijk Proximus Replay en Yelo Play (More)). Net Gemist en Ooit Gemist laten toe programma's op te vragen om te (her)bekijken. Deze VRT-diensten zijn beschikbaar bij Telenet en Proximus TV.	51
OD12.2.	De VRT bood in 2014 verrijking en interactieve applicaties die aansloten bij haar televisieaanbod aan, zoals een dagelijks gratis aanbod-op-aanvraag via de rode knop van Kaatje & Co (Ketnet), extra informatie bij items uit <i>Vlaanderen Vakantieland</i> (Eén) via de rode knop en een kennisquiz op Eén.be bij de start van een nieuwe reeks van <i>Ook getest op mensen</i> (Eén).	51

SD13: Het online aanbod m.b.t. de tv-netten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via – en aangepast aan – alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

PAGINA

OD13.1.	Zie OD12.1.	51
OD13.2.	De websites van de televisienetten en afgeleide applicaties versterkten in 2014 de beleving van de televisienetten onder meer door het verstrekken van videofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	52-59
OD13.3.	Het onlineaanbod van Ketnet was niet alleen beschikbaar via de website maar ten dele ook via de Kaatje-van-Ketnet-app. Het onlinevideo-aanbod was gediversifieerd opgebouwd waarbij er aandacht was voor de verschillende leeftijdscategorieën onder kinderen, interessevelden en thema's.	56-59
OD13.4.	De VRT-televisienetten maakten in 2014 ook gebruik van platformen van derden (hoofdzakelijk de sociale netwerken Facebook en Twitter) om de beleving rond hun programma's te versterken.	52-59

THEMATISCH ONLINE-AANBOD

SD14: De VRT brengt een kwaliteitsvol thematisch online-aanbod rond nieuws, sport en cultuur via respectievelijk Deredactie, Sporza en Cobra via open internet en daarvan afgeleide interactieve applicaties. Het aanbod op deze thematische sites wordt gebracht in tekst, beeld en geluid met een focus op beeld. De themasites vertrekken vanuit de actualiteit. Ze brengen actuele feiten en duiding. Daarnaast legt iedere thematische site eigen accenten.

PAGINA

OD14.1.	Deredactie.be hanteerde de deontologische richtlijnen van de VRT-nieuwsdienst. De nieuwssite verwees naar het aanbod op andere websites indien dat relevant was. Mediagebruikers konden hun mening geven over de opiniestukken en blogs.	60
OD14.2.	Sporza.be hanteerde het deontologisch kader dat ook voor het andere VRT-sportaanbod geldt. Naast sportnieuws en duiding bracht Sporza.be regelmatig livestreamings. Bij verschillende sporten kon het verloop gevolgd worden in een afzonderlijk live Match Center. Sporza.be verwees naar andere sites indien dit relevant was.	61
OD14.3.	Cobra.be bood ruimte aan content uit de culturele sector zelf. Omgekeerd was het aanbod van Cobra.be beschikbaar voor verspreiding via platformen van partners/derden. Het cultuurplatform verspreidde zijn aanbod zo veel mogelijk (via bijvoorbeeld sociale netwerken) om zo veel mogelijk cultuurliefhebbers te bereiken. Sommige partners (zoals Uit in Vlaanderen en Vlaams Fonds voor de Letteren) hadden op permanente basis Cobra.be-aanbod op hun website.	60
OD14.4.	De themasites boden regelmatig livestreaming aan bij evenementen, zoals bij de Staten-Generaal van de Media (op Deredactie.be), de aanstelling en het eerste optreden van de nieuwe Dichter des Vaderlands Charles Duval in Passa Porta (op Cobra.be) en verschillende sportwedstrijden (op Sporza.be).	
OD14.5.	Zie OD12.1.	51

TELETEKST/DIGITEKST

SD15: De VRT verzorgt een teletekst/digitekst-aanbod.

PAGINA

OD15.1.	De VRT bracht de mediagebruiker snelle informatie inzake nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning via de klassieke Teletekst en via Digitekst (op digitale televisie). Teletekst was ook bereikbaar via internet (Een.be/tt) en via mobiele toestellen. Gemiddeld 123.709 Vlamingen per dag raadpleegden Teletekst via Eén, Canvas, Ketnet en OP12. Gemiddeld ongeveer 20.000 Vlamingen per dag surfden naar de internetversie.	62
---------	--	----

TRANSVERSALE DOMEINEN

Nieuws

SD16: Nieuws is de kernopdracht van de openbare omroep. VRT Nieuws informeert op een kwalitatieve en deontologisch verantwoorde manier. VRT Nieuws moet een betrouwbare en deskundige gids zijn die op een toegankelijke manier correcte en genuanceerde informatie en duiding verstrekt. Betrouwbaarheid, onpartijdigheid en geloofwaardigheid zijn kernwaarden van VRT Nieuws.

		PAGINA
OD16.1.	<ul style="list-style-type: none"> > VRT Nieuws voerde haar opdracht uit op een deontologisch verantwoorde manier. Ze hanteerde daarbij Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologisch code voor journalisten van de VRT. > De deontologische adviesraad gaf in 2014 vijf formele adviezen en 60 informele adviezen. Ze rapporteert daarover jaarlijks. > In 2014 werd een keer een fout in de berichtgeving rechtgezet op de pagina <i>Rechtzettingen</i> van <i>Deredactie.be</i>. 	64
OD16.2.	In 2014 werkte de VRT-nieuwsdienst aan de bewustwording over gender en nieuwe Vlamingen. In 2014 werden nieuwsdienstprogramma's gemonitord over het aan het woord komen van vrouwen en nieuwe Vlamingen. Medewerkers van VRT Nieuws konden deelnemen aan een diversiteitsessie over gender. In het actieplan diversiteit werd o.a. ingegaan op het aantrekken van 'divers talent', het monitoren van diversiteit en de manier waarop minderheidsgroepen in beeld komen.	68
OD16.3.	<p>VRT Nieuws waakte over de kwaliteit van haar nieuws- en duidingsprogramma's (o.a. via een publiek-meerwaarde-onderzoek). Hij paste het kwaliteitstraject (opgesteld in 2012) toe.</p> <ul style="list-style-type: none"> > De VRT-nieuwsdienst organiseerde verschillende opleidingen/informatiesessies (o.a. over diversiteit). Elke journalist kon daaraan deelnemen. > Uitgaande van onderzoek naar de behoeften van de mediagebruikers en rekening houdend met hun dagritme stuurde de VRT-nieuwsdienst zijn aanbod bij, zoals met het verspreiden van nieuws gericht op jongeren via de sociale media. <p>De kijker en de luisteraar waarderen het nieuws- en duidingsaanbod van de VRT. De waardering voor het gehele VRT-nieuwsaanbod bedroeg 8,2 (op een schaal van 1 tot 10). De omroep haalde per nieuwsdienstprogramma volgende gemiddelde waarderingscijfers: <i>Het journaal van 19 uur</i>: 8,4; <i>De zevende dag</i>: 8,0; <i>100 seconden</i>: 8,2; <i>De vrije markt</i>: 8,7; <i>Koppen</i>: 8,4; <i>Koppen XL</i>: 8,4; <i>Login</i>: 8,6; <i>Panorama</i>: 8,5; <i>Reyers laat</i>: 8,1; <i>Terzake</i>: 8,1; <i>Villa Politica</i>: 8,1; <i>Volt</i>: 8,1; <i>Vranckx</i>: 8,6 en het <i>Radionieuws</i>: 8,2.</p>	68

SD17: VRT Nieuws brengt nieuws en duiding voor alle Vlamingen en besteedt daarbij extra aandacht aan het informeren van kinderen en jongeren met een actueel en kwaliteitsvol nieuws- en informatieaanbod. VRT Nieuws besteedt bovendien een relevant gedeelte van haar aanbod aan buitenlandse en Europese berichtgeving. VRT Nieuws doet ook aan onderzoeksjournalistiek. Bij grote gebeurtenissen zal de VRT de kijker meer diepgaand informeren met extra achtergrond.

		PAGINA
	VRT Nieuws bracht voor alle Vlamingen een kwalitatief sterk aanbod van nieuws en duiding. Voor kinderen was er een specifiek actualiteitenmagazine op Ketnet (<i>Karrewiet</i>), <i>De week van Karrewiet</i> en <i>Karrewiet plus</i> . MNM en Studio Brussel brachten nieuwsuitzendingen die specifiek gericht zijn op hun jonge doelgroepen. MNM bood korte nieuwsvideo's (van Ninja-nieuws) via de sociale netwerken op maat van de jonge doelgroep.	64-68
OD17.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Per dag luisterde gemiddeld 95,0% van de VRT-luisteraars in 2014 naar de nieuwsuitzendingen (norm: 80%). > Per dag keek gemiddeld 70,6% van de VRT-kijkers in 2013 naar een journaal of een duidingsprogramma (norm: 60%). > Het online-aanbod van de VRT-nieuwsdienst was te vinden op <i>Deredactie.be</i>. 	68
OD17.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT-nieuwsdienst volgde haar plan over buitenlandberichtgeving en internationale duiding (opgemaakt in 2012). > De VRT-nieuwsdienst bood nieuws en duiding bij de gebeurtenissen in het buitenland. Dat deed ze in de journaals, de radionieuwsuitzendingen, via <i>Deredactie.be</i> en in afzonderlijke programma's (zoals <i>Vranckx</i>, <i>Login</i> en <i>Villa Politica Europa</i>).⁸⁴ 	65
OD17.3.	<ul style="list-style-type: none"> > VRT Nieuws had in 2012 een plan inzake onderzoeksjournalistiek opgemaakt. Dat plan bevatte de krachtlijnen van de aandacht voor onderzoek bij de VRT-nieuwsdienst. Het werd in 2014 toegepast. > VRT Nieuws maakte in 2014 13 eigen onderzoeksreportages voor <i>Panorama</i> (Canvas) (norm: 10). Ook in andere programma's op radio en televisie (zoals in <i>Koppen</i> (Eén)) kwam onderzoeksjournalistiek aan bod. 	66

Cultuur

SD18: De VRT informeert in de breedte en in de diepte over cultuur in Vlaanderen, en werkt hiervoor samen met een brede waaier aan culturele instellingen en mediapartners. De VRT kadert de Vlaamse cultuur internationaal en draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse culturele identiteit in het buitenland.

		PAGINA
OD18.1.	De VRT bewaakte de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende cultuurvormen. Elk net programmeerde cultuurbijdragen op maat van zijn doelgroepen. De netten stemden onderling af om zo een grote diversiteit van doelpublieken te bereiken. Dat gebeurde wekelijks in de Centrale Cultuurcel waar netverantwoordelijken hun cultuurplannen op elkaar afstemden.	69-70

⁸⁴ VRT Nieuws moet tweejaarlijks rapporteren over de evolutie van het aandeel buitenlandberichtgeving in haar journaals. De gebeurde in 2013 (gemiddeld 30% van de items in de journaals ging over nieuws uit het buitenland.)

OD18.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT bood in 2014 cultuurprogramma's aan op internationale festivals. Daarnaast werden concerten uitgewisseld met EBU-partners. De VRT leverde ook elke maand cultuurprogramma's uit haar archief aan voor het programma <i>Vlaamse kaai</i> op Arte-Belgique (waarvan RTBF de zendgemachtigde is). > Cobra.be bracht in 2014 25 keer verslag uit van buitenlandse kunstenaars die actief waren in Vlaanderen (eigen reportages en audiovisueel materiaal van het televisie- en online-aanbod) (norm: 12). Het cultuurplatform bood in 2014 21 keer een verslag van initiatieven van Vlaamse kunstenaars in het buitenland. 	29, 69-70
OD18.3.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT werkte in 2014 voor haar cultuuraanbod inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met tal van cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gingen daarbij uit van eigen redactionele keuzes en verantwoordelijkheden maar deden dat in een open dialoog met de cultuursector. > Via mediaruilen verleenden de VRT-netten in 2014 advertentieruimte aan een diversiteit van cultuurpartners (zoals Kunstencentrum Vooruit, Edegems Volkskunstcomité, Musea en Erfgoed Antwerpen vzw en Flagey vzw). > In 2014 waren er 10 crossmediale cultuurprojecten waaraan telkens verschillende netten deelnamen (in samenwerking met culturele partners) (norm: 10). > Het interne productiehuis VRT Televisie leverde in 2014 eigen producties over cultuur en kunst (zoals <i>Hoera Cultuur!</i> (Canvas) en <i>Belpop</i> (Canvas)). Het was ook de 'motor' voor crossmediale samenwerking met culturele partners. > In 2014 werden de 'cultuursalons' ingevuld onder de vorm van 'Focusgroepen' waarbij VRT-managers dialogueerden met vertegenwoordigers uit de cultuursector. Er werden drie focusgroepen georganiseerd, een over literatuur, een over podiumkunsten en een over erfgoed en musea. 	29, 69-70

SD19: De VRT is het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstenaarsaanbod in Vlaanderen. Registraties van voorstellingen, concerten en festivals vergroten hun toegankelijkheid. Met eigen evenementen en evenementen in samenwerking of in coproductie met derden, maakt de VRT kunst en cultuur aantrekkelijker voor een divers en breed publiek. De VRT documenteert het culturele erfgoed van Vlaanderen en is de hefboom voor kwaliteitsvolle en vernieuwende audiovisuele cultuurproductie.

PAGINA

OD19.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Het gemiddelde waarderingscijfer voor de cultuurprogramma's⁸⁵ op de VRT-televisienetten bedroeg in 2014 8,1 (op een schaal van 1 tot 10). > Het gamma van cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten was gevarieerd, zoals programma's over de podiumkunsten (bijvoorbeeld concerten van klassieke en moderne muziek), over de beeldende kunsten, over films, Vlaamse fictie, e.d. > Met haar cultuurprogramma's op televisie bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 40,8% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). > In de hoofdjournaals (<i>Het journaal van 13 uur, 19 uur, en 22.15 uur</i>) zaten er in 2014 in totaal 639 cultuuritems (norm: 200). (Items die in meerdere journaals herhaald werden, worden als een item geteld.) > De VRT besteedde gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis. Dat deed ze in items in tal van nieuws- en andere programma's en in specifieke programma's (zoals <i>Lichtfront</i> (Canvas, over de frontlijn in ons land in de Eerste Wereldoorlog) en de uitzending van <i>The Last Post</i> in Ieper). 	69-70
OD19.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De afstemming van het culturele aanbod gebeurde in 2014 in de Centrale Cultuurcel (zie OD18.1). > De VRT-netten maakten promotie voor het cultuuraanbod van het eigen net, de andere netten en voor Cobra.be. De VRT promootte haar cultuuraanbod ook via de communicatieplatformen van sommige culturele partners. > De VRT investeerde in betrouwbare cultuurambassadeurs (acht ambassadeurs in verschillende domeinen, zoals cultuur, beeldende kunst, jongerencultuur, klassieke muziek, muziektheater en literatuur). Zij hebben een duidelijke VRT-signatuur en zijn ook erkende autoriteiten op het vlak van cultuur. 	69-70
OD19.3.	<ul style="list-style-type: none"> > Enkele netten hadden vaste (wekelijkse) afspraken met de cultuurliefhebber. Deze programma's volgden veelal de culturele agenda en werden vooral in het cultuurseizoen uitgezonden. Enkele voorbeelden uit 2014: <i>Pompidou</i> (Canvas, met een culturele gast), <i>Happy Hour</i> (Klara, met weekendtips) en <i>Hoera Cultuur!</i> (Canvas, magazine over de culturele actualiteit). > De radionetten organiseerden elk minstens één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakte voor een breed publiek, zoals <i>De Radio 1-sessies</i> (Radio 1), <i>Kunst op komst</i> (Radio 2), het <i>Klarafestival</i> (Klara), <i>Museum Night Fever</i> (Studio Brussel) en <i>MNM Sing Your Song Live</i> (MNM) (norm: 1 per net). > Cobra.be had in 2013 zeven tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen aanbod: <i>De Recyclezer</i>, <i>Gedichtendag</i>, <i>Cobra's Classic Battle</i>, <i>De zes/les six</i>, <i>Publieksprijs van de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België</i>, <i>Kunst uit de kast</i> en <i>Cobra's Boekentop 50</i> (norm: 5). > Ketnet had verschillende programma's over cultuur, zoals <i>Kapitein Winokio</i> (een programma dat via muziek vragen van kinderen beantwoordde) en <i>Junior Eurosong</i> (een muziekwedstrijd). Ook in <i>Karrewiet</i> was er regelmatig aandacht voor culturele onderwerpen. 	69-70
OD19.4.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT registreerde 57 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op een van haar televisienetten (norm: 10). > De VRT registreerde 287 concerten voor uitzending op de radionetten (norm: 200). > Canvas investeerde in 2014 in de productie van onafhankelijke 'auteursgedreven' projecten en in producties met cultuur als onderwerp. > Canvas zond 21 auteursdocumentaires uit. Daarvan werden verschillende documentaires samen als drie reeksen (<i>Onze jongens</i>, <i>Grand Central Belge</i> en <i>Brave Little Belgium</i>) uitgezonden (norm: 1). > Canvas zond 84 cinefiele films van nationale en internationale afkomst uit (norm: 52). > Canvas bestelde 28 nieuwe documentaires over kunst en cultuur voor zijn programmaschema (norm: 15). <i>Atelier de stad</i> was een reeks over stedelijke thema's. <i>Belpop</i> bracht zes muziekportretten (Hooverphonic, Wim De Craene, Jean Blaute, Familie Kluger, 40 jaar Werchter en Kleinkunst). <i>Dockland</i> bracht twee documentaires over film (Cinamatek en Robbe De Hert). > Klara programmeerde dagelijks zowel volledige concerten als concertopnamen vermengd met studio-opnamen (norm: 1 per dag). > Klara realiseerde vijf coproducties: <i>Klara in deSingel</i>, <i>Leave Us At Dawn – Amor</i>, <i>Klarafestival</i>, <i>Jazz Middelheim</i> en <i>Iedereen Klassiek</i> (norm: 2). 	69-70

⁸⁵ Audio- of audiovisuele programma's, producten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst, theater, circus, cabaret, enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen. Film (cinefiele film, kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers. Kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie.

Sport

SD20: De VRT biedt toegang tot een divers, kwalitatief en deontologisch verantwoord sportaanbod. De VRT draagt – in samenwerking met verschillende actoren uit de sportwereld – bij tot de uitstraling van Vlaamse sportevenementen, clubs en topsporters in binnen- en buitenland. De VRT verkent samenwerkingsmogelijkheden met andere actoren om zo de toegang van de kijker tot sport op open net te maximaliseren.

PAGINA

OD20.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De sportverslaggeving gebeurde in live-uitzendingen, in samenvattingen, in de nieuwsuitzendingen op radio en televisie, op Sporza.be en via Teletext. Naast verslaggeving was er ruimte voor sportduiding en interviews. Het aanbod werd aangevuld met andere programma's over sport, zoals de reeks <i>Iedereen Duivel</i> (Eén, over de Rode Duivels) en de interviewreeks <i>Karakters</i> (Canvas). In het wekelijks sportmagazine <i>Sportweekend</i> (Eén) kwamen 42 verschillende sporten aan bod (norm: 30). Het sportaanbod op Radio 1 was ongeveer even divers. <i>Extra time</i> (Canvas) was tijdens het voetbalseizoen, een wekelijks magazine voor de voetballiefhebbers. > De VRT evalueerde haar sportproductie dagelijks. Maandelijks overlegde het interne productiehuis VRT-Sport met de directie Media, waarvan de nethoofden deel uitmaken. 	71
OD20.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De sportredactie werkte volgens de deontologische code van de VRT-nieuwsdienst voor de bijdragen in de nieuwsuitzendingen en volgens het programmacharter voor de andere programma's. > De medewerkers van het interne productiehuis VRT-Sport namen deel aan workshops beroepsethiek. 	71
OD20.3.	De kwaliteit van de sportprogramma's werd zorgvuldig bewaakt. De VRT hanteerde hoge normen inzake productionele en technische kwaliteit van de verslaggeving, waaronder verschillende EBU-richtlijnen.	71
OD20.4.	De VRT was in 2014 host broadcaster van de Vlaamse wielervedstrijden, de Memorial Van Damme, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels (samen met RTBF en RTL), de wedstrijden van de Vlaamse voetbalclubs in de Europaleague, de wedstrijden van de Vlaamse volleybalclubs in de Champions League en de wedstrijden van de World League volleybal voor vrouwenteams.	71
OD20.5.	De VRT overlegde in december 2014 met Bloso, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportfederatie. Daarbij werd het VRT-sportaanbod geëvalueerd. De VRT had regelmatig overleg met diverse sportfederaties en organisatoren van sportevenementen.	71

SD21: De VRT draagt bij tot actieve sportbeoefening en biedt een brede kijk op sport en gezondheid.

PAGINA

OD21.1.	Verschiedende programma's hadden aandacht voor gezondheid en creatieve sport, zoals de quiz <i>De 12de man</i> (Eén), <i>Vlaanderen Vakantieland</i> (Eén, met reportages over fiets- en wandelvakanties) en de <i>Buitenspeeldag-actie</i> (Ketnet).	71
---------	---	----

Educatie

SD22: In haar generalistisch aanbod brengt de VRT wetenschap- en educatieve programma's en items⁸⁶, op maat van het publiek.

PAGINA

OD22.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Het gamma van educatieve programma's op de VRT-televisienetten was gevarieerd, zoals programma's over wetenschap en techniek, dieren en geschiedenis. > Met educatieve programma's bereikten de VRT-televisienetten wekelijks gemiddeld 33,2% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). 	74
OD22.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT bracht in 2014 maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht in haar reguliere nieuws- en duidingsaanbod en andere programma's (bijvoorbeeld <i>Planeet Kuifje</i> (Eén)). > De VRT-netten hadden aandacht voor de vermaatschappelijking van de zorg, de implicaties van de vergrijzing en het proces van zorgvernieuwing. Dat gebeurde in verschillende programma's, zoals <i>Het Journaal</i> (Eén), <i>Via Annemie</i> (Eén) en <i>Iedereen beroemd</i> (Eén). 	74
OD22.3.	De VRT volgde in 2014 het beleid van de Vlaamse Regering over wetenschaps- en innovatiecommunicatie. In het kader van het plan voor wetenschapscommunicatie Richting Morgen, overlegde de omroep met de STEM ⁸⁷ -stakeholders. De VRT stelde hun Fibonacci voor: een programma voor kinderen en jongeren met aandacht voor de STEM-studierichtingen en -beroepen.	74

SD23: De VRT draagt in het verlengde van haar educatieve opdracht bij tot de mediawijsheid van de Vlaming.

PAGINA

OD23.1.	Verschiedende programma's (bijvoorbeeld <i>Koppen</i> (Eén) en <i>Hautekiet</i> (Radio 1)) hadden aandacht voor en gaven informatie bij de werking van de media en de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen.	75
OD23.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT werkte actief samen met diverse stakeholders. Zo stelde de VRT audiovisueel materiaal ter beschikking van het project NELE van de KULeuven (een digitaal platform om anderstaligen te helpen Nederlands te leren) en aan Ingebeeld (een pilootproject van het Agentschap Onderwijscommunicatie van het Departement Onderwijs). > De VRT volgde een actieplan mediawijsheid (ontwikkeld in 2012) waarin er aandacht ging naar mediawijsheid in de algemene programmering en in participatieve projecten voor doelgroepen (kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen). De VRT gaf kansen aan deze groepen om zelf te experimenteren met media-creatie. 	75

⁸⁶ De programma's die onder deze noemer vallen, zijn te typen als documentaires en magazines over wetenschap & techniek, geneeskunde, natuur, dieren, geschiedenis, programma's met praktische weetjes (kook-, tuin- en woonprogramma's) en didactische Ketnet-programma's.

⁸⁷ STEM staat voor Science – Technology – Engineering – Mathematics en bundelt de grootste groep aan technologische en exacte wetenschappen.

OD23.3.	<p>De VRT realiseerde een aantal participatieve projecten m.b.t. mediawijsheid.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ketnet.be is een veilige omgeving voor kinderen waar ze op een veilige manier leren omgaan met de nieuwe media en sociale netwerken. Ketnet stelde zich daarbij op als coach en moderator en betrok ook de ouders hierbij. > In 2014 waren er verschillende participatieve projecten voor kinderen i.v.m. media, zoals <i>De move tegen pesten en Iedereen mee, ook de jongsten</i> (norm: 2). > In 2014 waren er verschillende participatieve projecten voor jongeren i.v.m. media, zoals <i>Testbeeld</i> (OP12, waarbij jongeren experimentele documentaires maakten) en de <i>Wild Bunch</i> (Studio Brussel, waarbij jongeren nachtradio maken) (norm: 2). > In 2014 was Radio 2 partner bij de campagne 'Handig Internet' van de Vlaamse overheid. Dit project voor digitale inwijkelingen was gericht op 65-74-jarigen die nog niet op internet actief waren (norm: 1). > De VRT ondersteunde urban radio-initiatieven (STRAK FM en REC Radiocentrum). > De VRT werkte samen met het Agentschap Onderwijscommunicatie van het Departement Onderwijs voor het mediaplatform Ingebeeld. 	75
OD23.4.	De VRT volgde in 2014 het beleid van de Vlaamse regering over mediawijsheid. Zij overlegde met de Strategische AdviesRaad Cultuur, de Vlaamse OnderwijsRaad, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst en met de betrokken overheidsdiensten bij Media, Cultuur en Onderwijs.	

PRODUCTIESTRATEGIE

SD24: De VRT stelt jaarlijks haar productiestrategie vast.

PAGINA

OD24.1.	In 2009 definieerde de VRT de krachtlijnen van haar productiestrategie, waarbij een sterk intern productiehuis als uitgangspunt gedefinieerd werd. Na een evaluatie werd de uitwerking ervan opgenomen in het ondernemingsplan van de VRT die door de Raad van Bestuur goedgekeurd werden.	
---------	--	--

SD25: De VRT beschikt over een sterk intern productiehuis.

PAGINA

OD25.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De nieuws- en duidingsprogramma's werden intern geproduceerd. > De VRT produceerde 100% van de uitgezonden radioprogramma's zelf (norm: 90%). > De externe productiehuisen produceerden 30,7% van de televisieprogramma's (basis: televisieproductiebudget) (norm: ten minste 25%). 69,3% werd intern gemaakt (norm: maximaal 75%).⁸⁸ <p>Het interne productiehuis leverde tal van kwalitatieve programma's voor VRT-radio, -Televisie en -online en dat in verschillende genres van fictie tot magazines (zoals de documentaire reeks <i>Atelier de stad</i> (Canvas) en het muziekprogramma <i>Sing That Song</i> (Eén) en de sportprogramma's).</p>	91
---------	--	----

SD26: De VRT draagt bij tot een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector.

PAGINA

De VRT ondersteunde de Vlaamse media-industrie op verschillende manieren:		92
<ul style="list-style-type: none"> > via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen; > via preferentiële partnerschappen met enkele onafhankelijke productiehuisen; > via participaties in onafhankelijke productiehuisen (in 2014; enkel De Chinezen); > via ontwikkelingsgelden; > via coproducties; > via bestellingen bij facilitaire bedrijven; > via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds; > door samen te werken met Vlaamse start-ups en KMO's. 		
OD26.1.	Zie OD25.1.	91
OD26.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT had geen exclusiviteitscontracten met onafhankelijke productiehuisen. > Ze had met zeven productiehuisen wel preferentiële partnerschappen (dat betekent dat de VRT met hun een langdurige overeenkomst had lopen, ze konden wel produceren voor andere omroepen). > Met sommige schermgezichten had de VRT een langdurige overeenkomst. > Voor de toewijzing van producties aan andere onafhankelijke productiehuisen hanteerde de VRT open briefings en transparante criteria. 	92
OD26.3.	De VRT zette coproducties op met externe productiehuisen rond de genres fictie, documentaire en animatie. Zie OD27.2.	93

SD27: De VRT draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse identiteit.

PAGINA

OD27.1.	Het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de coproducties bedroeg 72,9% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur (ten opzichte van 64,3% in 2013) (norm: 65%).	93
OD27.2.	In 2014 verleende het Vlaams Audiovisueel Fonds (Mediafonds) financiële steun aan 20 Vlaamse televisieproducties voor de VRT. Deze televisieproducties werden in coproductie met het VAF gerealiseerd door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen.	93

⁸⁸ Onder het financiële luik wordt de verhouding interne versus externe programma's eveneens gerapporteerd, maar gebaseerd op het uitzendschema.

SD28: De VRT hanteert het begrip van "maatschappelijk verantwoord ondernemen" in haar contractuele relaties met de externe productiehuisen en leveranciers en stimuleert hierdoor ook eerlijke concurrentie binnen de sector.

		PAGINA
OD28.1.	De VRT paste de wetgeving op overheidsopdrachten strikt toe en hanteerde op die manier marktconforme tarieven. Voor specifieke dossiers of raamovereenkomsten werkte de VRT steeds met marktraadplegingen (aanbestedingen of offerteaanvragen). Omdat daarbij duidelijke selectie- en gunningscriteria werden geformuleerd, konden de prijzen van de inschrijvers vergeleken worden en konden de toewijzingen correct gebeuren.	93
OD28.2.	In alle contracten met externe productiehuisen en leveranciers werden in 2014 'Algemene Voorwaarden' opgenomen die de toepassing van de geldende sociale wetgeving bedingen en de naleving van de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen.	93
OD28.3.	In 2013 werd reeds het Sociaal Charter voor de audiovisuele sector door omroepen, koepelorganisaties, mediavakbonden en beroepsverenigingen ondertekend. In 2014 besprak een overlegplatform de sociale thema's uit de sector (die opgenomen zijn in het charter).	112
OD28.4.	De 'Algemene Voorwaarden' (die na overleg met de Vlaamse Onafhankelijke Televisie-Producenten in 2011 tot stand kwamen) bleven in 2014 van kracht voor alle externe producties waarvoor een productieovereenkomst werd afgesloten. Naast algemene en operationele bepalingen bevatten de 'Algemene voorwaarden' een rechtenregeling bij externe producties. De conceptrechten en de (niet-)audiovisuele exploitatierechten op deze producties werden in de Algemene Voorwaarden verduidelijkt. De daaraan verbonden inkomstenverdeling werd bepaald via een waarderingsmatrix met een aantal parameters. Voor elke overeenkomst werd een positionering in de waarderingsmatrix bepaald, zodat ook de verdeelsleutel m.b.t. de inkomsten gekend was voor elke productie.	93
OD28.5.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT draagt de eindverantwoordelijkheid over haar programmering en vrijwaart de redactionele onafhankelijkheid van de programma's. > Zowel in het beleidskader voor samenwerkingen voor de radioprogramma's als in het beleidskader m.b.t. institutionele financiering voor televisieprogramma's wordt de nadruk gelegd op redactionele onafhankelijkheid. > Bij institutionele financiering waakte de VRT er zorgvuldig over dat de producties onafhankelijk en redactioneel autonoom werden gemaakt en dat het VRT-programmacharter werd nageleefd. Om die reden moeten samenwerkingsovereenkomsten van externe producenten met institutionele partners ter medeondertekening voorgelegd worden aan de VRT. Als productplacement in televisieprogramma's van externe productiehuisen voorkomt, moet de VRT die goedkeuren. > In de overeenkomsten die de VRT zelf aangaat met institutionele partners of met adverteerders m.b.t. productplacement, wordt de redactionele autonomie duidelijk opgenomen. 	113

CREATIVITEIT EN EFFICIËNTIE

SD29: De VRT ontwikkelt een duidelijk HR beleid, waarin het respect voor en de opleiding en ontwikkeling van de medewerkers en een talentbeleid om creatief talent aan te trekken, in te zetten, te ontwikkelen en te behouden, centraal staan.

		PAGINA
De visie en de missie van de HR-directie focusten op het talent en de creativiteit van de medewerkers. De HR-directie probeert in te spelen op de HR-noden en -behoeften van de verschillende VRT-afdelingen. Conform een sociaal akkoord over interne mobiliteit (uit 2012) streeft de VRT ernaar om haar medewerkers op de juiste plaats in de organisatie in te zetten en hen voldoende groei- en ontplooiingskansen te geven.		96
OD29.1.	Het HR-Plan van 2014 focuste op een aantal organisatie-ontwikkelingsthema's (voor de directie Media, de afdelingen VRT Televisie en Digitaal Productiecentrum en voor de dienst binnen de VRT-nieuwsdienst dat instaat voor de vormgeving van de nieuwsdienstprogramma's) en op competentieontwikkeling (vooral leiderschapscompetenties en vakexpertise). Daarnaast zijn er HR-beleidsdomeinen die centraal vanuit HR worden aangestuurd en die overkoepelend zijn voor alle VRT-medewerkers, zoals loonbeleid, functies, werkstelsels en loopbaanbeleid. Het jaarlijkse actieplan voor die domeinen is niet expliciet in het HR-Plan opgenomen, maar in de collectieve en individuele doelstellingen van HR.	96
OD29.2.	Het beleid op het gebied van talentontwikkeling, loopbaanbegeleiding en mobiliteit werd verdergezet. Tevens focuste de VRT op coaching als een volwaardige ontwikkelvorm en 360°-feedback als basis voor leiderschapsontwikkeling.	96
OD29.3.	Het successieplan (dat in 2013 werd ontwikkeld) werd door de VRT-directie in 2014 opgevolgd en bijgewerkt. Elementen uit het plan werden gebruikt bij de belangrijkste successievraagstukken.	
OD29.4.	In 2014 liet de VRT een benchmarkanalyse uitvoeren m.b.t. haar loonbeleid. Op basis daarvan stelde de VRT-directie aanpassingen aan het bestaande loonbeleid voor aan de sociale partners. Het sociaal overleg daarover kon in 2014 niet afgerond worden. De hervorming van het loonbeleid wordt in 2015 geïntegreerd met de herziening van de functieclassificatie.	97

SD30: Het HR-beleid is duurzaam en sociaal.

		PAGINA
De aandacht voor het sociaal welzijn van de medewerkers kwam in 2014 op verschillende manieren tot uiting, o.a. door een actualisering van de extralegale en sociale voordelen.		97
OD30.1.	Het wekelijkse "formeel" sociaal overleg werd ondersteund met "informele" overlegmomenten tussen het hoofd Sociaal Overleg van de VRT en de vertegenwoordigers van de vakorganisaties. Die laatste zijn ook vertegenwoordigd in BOC PBW, vzw Sociale Werken, Stuurgroep Werkreglement, Werkgroep Arbeidsbeleving en in diverse ad hoc werkgroepen.	97
OD30.2.	De VRT had oog voor het evenwicht tussen werk en vrije tijd van haar medewerkers. <ul style="list-style-type: none"> > 21,6% van de medewerkers (519 personen) namen deel aan telewerken: 410 medewerkers werkten geregeld thuis, 39 op een satellietkantoor en 70 thuis én in een satellietkantoor. > 22,1% van de medewerkers (532 personen) werkte deeltijds: 311 onder hen in de vorm van een loopbaanonderbreking en 221 in de gewone deeltijdse formule. > 14,3% van de medewerkers (343 personen) nam een of andere vorm van loopbaanonderbreking: 311 onder hen in een deeltijdse formule en 32 personen namen voltijdse loopbaanonderbreking. De participatie aan deeltijds werken, telewerken en loopbaanonderbreking handhaaft zich op hetzelfde niveau als in 2013.	

SD31: De VRT zorgt dat de samenstelling van haar personeelsbestand in lijn ligt met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.

		PAGINA
OD31.1.	<ul style="list-style-type: none"> > In 2014 nam de VRT verschillende initiatieven om de diversiteit in haar personeelsbestand te verbeteren, zoals het organiseren van speeddates. > In haar Actieplan Diversiteit (zoals opgenomen in haar Ondernemingsplan) formuleerde de VRT initiatieven om de diversiteit onder de medewerkers te verhogen, zoals ervaringsstages en het organiseren van speeddates. > Voor de realisatie van haar actieplan werkte de VRT samen met de relevante belangenorganisaties. > Uit eigen monitoring blijkt dat eind 2014 2,6% van de medewerkers een migratieachtergrond had (op een totaal van 2.402 personeelsleden). De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 4%) werd niet gehaald. De oorzaak van het te lage aandeel is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk het vooropgestelde streefcijfer kan halen binnen de drie eerste jaren van de beheersovereenkomst. > In 2014 was 1,1% van het personeelsbestand een persoon met een arbeidshandicap. Dat aandeel is gebaseerd op het cijfer dat via vrijwillige registratie tot stand kwam in 2012, aangevuld met het aantal nieuwe medewerkers die een arbeidshandicap hebben en het aantal medewerkers die een arbeidshandicap kregen in 2013 en 2014. De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 1,5%) werd niet gehaald. De oorzaak van het te lage aandeel is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk het streefcijfer kan halen binnen de drie eerste jaren van de beheersovereenkomst. > Eind 2014 was 39,1% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer: 40%). Bij de managers was 24,4% een vrouw (streefcijfer: 33%). De doelstellingen uit de beheersovereenkomst werden met andere woorden niet gehaald. De oorzaak van de te lage aandelen is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk deze streefcijfers kan halen binnen de drie eerste jaren van de beheersovereenkomst. > Tien personen (nieuwe Vlamingen en personen met een handicap) kregen een bezoldigde opleidingsstage (norm: 10). Vijf personen die in 2013 een ervaringsstage volgden, kregen een vervolgcontract van (on)bepaalde duur of een contract als uitzendkracht. 	98

SD32: De VRT zal de diversiteitscompetentie onder de medewerkers verhogen als middel en hefboom om de doelstellingen m.b.t. diversiteit te halen.

		PAGINA
OD32.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Medewerkers van de nieuwsdienst konden een workshop over gender volgen. > Leidinggevenden en mentoren van stagiairs konden een workshop 'omgaan met diversiteit in een team' volgen. > Verschillende medewerkers met een migratieachtergrond volgden een opleiding interviewtechnieken. Enkele medewerkers/stagiairs met een diversiteitsachtergrond volgden een logopedietraining. 	99

SD33: De VRT is een efficiënte organisatie, die kostenbewust omgaat met de door de overheid toegekende middelen.

		PAGINA
OD33.1.	<ul style="list-style-type: none"> > <i>Marktconforme tarieven</i> De VRT hanteerde marktconforme tarieven. De duidelijke selectie- en gunningscriteria zijn een instrument in de correcte toewijzing van marktraadplegingen (aanbestedingen of offerteaanvragen) voor specifieke dossiers of raamovereenkomsten. > <i>Design-to-value</i> De VRT benchmark (conform de beheersovereenkomst) elke drie jaar de ingezette middelen bij programma's (met name het productiepersoneel en de facilitaire middelen voor vergelijkbare genres en tijdslots in de programmaschema's) met de ingezette middelen bij andere omroepen en productiehuisen (voor zover deze bekend zijn). De VRT heeft deze oefening reeds in 2012 gemaakt. 	
OD33.2.	De Raad van Bestuur evalueerde eind 2013 het Charter van Deugdelijk Bestuur. Hij besloot om kleine aanpassingen aan de tekst te vragen aan de Algemene Vergadering. Op 13 mei 2014 keurde die deze aanpassingen goed.	
OD33.3.	De VRT had op 31 december 2014 2.402 actieve personeelsleden of 2.243,1 voltijdse equivalenten (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016: maximaal: 2.338,2 VTE).	98

TOEGEVOEGDE OPDRACHTEN

ONDERZOEK EN INNOVATIE

SD34: VRT Onderzoek & Innovatie doet strategisch en industrieel basisonderzoek op middellange termijn in de domeinen van de creatie, beheer, distributie en consumptie van Radio en Televisie-inhoud. De VRT werkt hierbij samen met actoren in het Vlaamse medialandschap (omroepen, uitgevers, academische partijen, overheid, ...).

PAGINA

OD34.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT ontwikkelde een nieuw meerjarenplan voor onderzoek & innovatie met daarin een onderbouwd onderzoeksprogramma voor de periode 2014-2016. > De VRT werkte samen met IWT, de iMinds-groepen, iMinds-IBCN-UGent, iMinds-ETRO-VUB, SMIT (VUB), MiX, CUO (KULeuven), iLab.o en Erasmushogeschool Brussel. > De VRT stelde de resultaten en kennis van haar strategisch en industrieel basisonderzoek ter beschikking van het MIX en andere actoren van het Vlaams medialandschap. 	104
OD34.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT organiseerde twee workshops omtrent innovatie (norm: 2): Media Fast Forward (over de toekomst van de media) en Make-a-thon (waarbij jongeren hun ideeën over de media van morgen konden delen). > De VRT onderhield een website over Onderzoek & Innovatie bij de VRT. Innovatie.VRT.be gaf een overzicht van onderzoeks- en innovatie-activiteiten van de VRT en de status van de lopende projecten. In het kader van de internationale samenwerking onderhield de VRT ook een Engelstalige versie (Innovation.VRT.be). 	104

SD35: VRT Onderzoek & Innovatie werkt samen met EBU en met leden van EBU in Europese projecten in de context van strategisch en industrieel basisonderzoek.

PAGINA

OD35.1.	VRT Onderzoek & Innovatie participeerde in de expertgroepen en in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technical.	104
OD35.2.	VRT Onderzoek & Innovatie werkte samen met andere EBU-leden aan drie Europese projecten. TOSCA-MP was een project rond automatische annotatie en het zoeken naar mediamaatstaf. Empathic was een project rond contextgebaseerde mediatietoepassingen. ICoSOLE was een project rond de immersieve beleving van live-evenementen.	104

ARCHIEF

SD36: Het VRT-archief maakt deel uit van het Vlaamse audiovisuele erfgoed. De VRT speelt een belangrijke, actieve rol bij de conservering, digitalisering en annotatie van dit waardevol historisch archief.

PAGINA

OD36.1.	Op 1 januari 2014 werd een samenwerkingsovereenkomst tussen de VRT en het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA) van kracht (zie OD36.2). (Deze operationele doelstelling is door de oprichting van het VIAA en deze samenwerkingsovereenkomst, niet meer van toepassing.)	108
OD36.2.	De VRT heeft een samenwerkingsovereenkomst met VIAA waarbij VIAA verantwoordelijk is voor de conservering, digitalisering en basisannotatie van het resterende deel van het historische VRT-archief. De VRT heeft een vertegenwoordiger in de Raad van Bestuur van VIAA en bepaalt zo mee de strategische oriëntaties. Met VIAA werden afspraken gemaakt over het inzetten van VRT-archivarissen en de valorisatie van de digitaliseringsinfrastructuur van de VRT. De VRT blijft eigenaar van het door haar ingebrachte materiaal.	108
OD36.3.	Niet van toepassing. (Deze OD werd opgenomen in de beheersovereenkomst voor het geval dat VIAA niet opgericht zou worden.)	

PUBLIEKE MEERWAARDE EN KWALITEIT

SD37: De VRT profileert zich als een kwaliteitsomroep. Het volledige aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door kwaliteit, zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. De VRT heeft een model uitgewerkt om de verschillende aspecten van kwaliteit in kaart te brengen, op te volgen en te evalueren: de kwaliteitskaart.

		PAGINA
	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT had een geïntegreerd kwaliteitssysteem. Het systeem laat de VRT toe om de kwaliteit van de omroepactiviteiten permanent samen te brengen, te evalueren en te verbeteren. Centraal in dit kwaliteitssysteem staat de kwaliteitskaart. De VRT bekijkt kwaliteit vanuit drie oogpunten: publieke meerwaarde (publieke en ethische kwaliteit), functionele kwaliteit en operationele kwaliteit. De diverse componenten ervan worden telkens gemeten aan de hand van concrete indicatoren. > In dit jaarverslag wordt ingegaan op de verschillende componenten van de publieke meerwaarde en de functionele en operationele kwaliteit. 	14-18 76-87
OD37.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de publieke kwaliteit (de mate waarin het VRT-aanbod tegemoetkomt aan de noden van de maatschappij): <ul style="list-style-type: none"> - Diversiteit: zie SD2, OD2.1-3 - Betrouwbaarheid - Maatschappelijke impact: zie SD6, OD6.1-2, SD7, OD7.1-4 - Onderscheidend aanbod - Innovatie: zie OD34.1-2, OD35.1-2 - Vlaamse verankering: zie SD9, SD26 en SD27 > De VRT bewaakte de publieke meerwaarde onder andere aan de hand van <i>Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT, Het programmacharter, Het charter diversiteit, Het taalcharter, de richtlijnen rond commerciële communicatie en productplaatsing</i> en interne en externe studies. 	15-16 76-80
OD37.2.	<p>Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de functionele kwaliteit (de mate waarin het VRT-aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de mediagebruiker):</p> <ul style="list-style-type: none"> > Bereik: OD4.1-3 > Waardering (waarderingcijfers, feedback van klanten (o.a. via de sociale media)) > Tevredenheid 	17, 81-85
OD37.3.	<p>De operationele kwaliteit is de mate waarin het aanbod op een professionele en kostenefficiënte manier tot stand komt. De operationele kwaliteit valt uiteen in drie componenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> > de productie kwaliteit > de professionele kwaliteit > de kostenefficiëntie <p>Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de operationele kwaliteit.</p>	17-18 86-87
OD37.4.	<p>De VRT had een geïntegreerd kwaliteitssysteem waarin de verschillende onderdelen van maatschappelijke relevantie en operationele en functionele kwaliteit zijn opgenomen. Het systeem werd voor het jaar 2014 toegepast.</p>	14-18

DUURZAAM ONDERNEMEN

SD38: De VRT doet aan duurzaam ondernemen en draagt zo bij in de vermindering van broeikasgassen, de versterking van de biodiversiteit en een betere milieukwaliteit.

		PAGINA
OD38.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT promoot het duurzaam omgaan met energie zowel op de werkplek als thuis. De VRT voerde informatie- en sensibiliseringscampagnes, zoals: <ul style="list-style-type: none"> - De VRT nam deel aan <i>Dikketruindag</i> en voerde zo campagne rond bewust omgaan met verwarming. - De VRT doofde de verlichting van de VRT-toren in het kader van de WWF-actie <i>Earth Hour</i>. Zij informeerde de medewerkers over deze actie. > De VRT informeerde haar medewerkers ook over aspecten van het maatschappelijk verantwoord ondernemen. 	112
OD38.2.	<p>In het meerjarenplan van de VRT werden een plan en acties geformuleerd over het milieu om de ecologische voetafdruk van de omroep en die van de medewerkers te beperken.</p>	112

FINANCIËLE RESULTATEN

SD39: De vrijwaring van een gezonde financiële positie is voor de VRT een absolute noodzaak.

PAGINA

De financiële situatie van de VRT wordt geëvalueerd door het Rekenhof.		
OD39.1.	De VRT sloot het boekjaar af met een tekort van 14 miljoen euro. Om met het resultaat uit de beheersovereenkomst te kunnen vergelijken, moet er abstractie gemaakt worden van de kosten voor de nieuwe herstructureringen in het kader van het nieuw besparingsplan voor 2015 (voorziening van 9,2 miljoen euro), het resultaat voor Onderzoek & Innovatie (een overschot van 29.000 euro), en het resultaat met betrekking tot de nieuwbouw (een tekort van 1,1 miljoen euro). Het tekort met betrekking tot de nieuwbouw bestond enerzijds uit de waardevermindering op het omroepcentrum (-1,8 miljoen euro) en anderzijds de besparingen op de afschrijvingen omwille van de nieuwbouw (+0,7 miljoen euro). Na aftrek van deze posten bedroeg het tekort 3,7 miljoen euro. Dit resultaat was 2,8 miljoen euro beter dan voorzien in de beheersovereenkomst, waar voor 2014 een tekort van 6,5 miljoen euro was gebudgetteerd. In 2012 lag het resultaat 3,6 miljoen euro hoger dan voorzien en in 2013 was het resultaat 0,8 miljoen euro beter dan voorzien in de beheersovereenkomst. Cumulatief gezien sloot de VRT dus de eerste drie jaren van de beheersovereenkomst af met een resultaat dat 7,2 miljoen euro beter is dan in de beheersovereenkomst gepland.	124
OD39.2.	De solvabiliteitsratio bedraagt eind 2014 55,9% (minimaal: 30%).	
OD39.3.	Het eigen vermogen van de VRT was eind 2014 gelijk aan 210,0 miljoen euro (norm: minimaal 120 miljoen euro).	126
OD39.3.	De VRT heeft een plan uitgetekend voor een verbeteringstraject dat de openbare omroepopdracht na 2013 vrijwaart. Dat plan werd in het Meerjarenplan 2013-2015 beschreven. Het plan werd door de Raad van Bestuur goedgekeurd op 2 juli 2012. Eén van de thema's van het plan was 'meer middelen voor aanbod', waarin gefocust wordt op structurele efficiëntieverhoging. Als gevolg van de besparingen bij de Vlaamse overheid werd inmiddels aan de VRT een nieuwe dotatievermindering opgelegd die oploopt van 15 miljoen euro in 2015 tot 27 miljoen euro in 2019. Daarnaast zijn er ook horizontale besparingen (desindexering van de dotatie, dotatie Onderzoek & Innovatie en financiering verzorgingskosten) die de totale besparingsopdracht van de VRT kan doen oplopen tot 38,8 miljoen euro in 2019. De VRT zoekt dan ook continu verder naar manieren om efficiënter te werken. Samen met de realisatie van structurele besparingen moet dat er voor zorgen dat de VRT financieel gezond blijft.	

SD40: De VRT heeft oog voor het ESR-vorderingensaldo van de Vlaamse overheid.

PAGINA

De financiële situatie van de VRT wordt geëvalueerd door het Rekenhof.		
OD40.1.	<ul style="list-style-type: none"> > In de begroting 2014, opgesteld naar aanleiding van de begrotingsaanpassing, was er een tekort van 5 miljoen euro voorzien. > De uitvoering van de ESR-begroting sloot af met een overschot van 4,6 euro, of 9,6 miljoen euro beter dan gebudgetteerd. Dit beter resultaat wordt voor 5 miljoen euro verklaard door een overschot op de ontvangsten, waarvan 4,8 miljoen euro op commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut. De kosten liggen 4,6 miljoen euro lager dan het budget, waarvan 3,1 miljoen euro op de personeelsbegroting, en 1,2 miljoen euro op de werkingskosten > Het ESR-vorderingensaldo bedroeg in de begroting -300,4 miljoen euro. In werkelijkheid bedroeg het vorderingensaldo in 2014 -290,8 miljoen, wat 9,6 miljoen euro beter was dan geraamd. Dit is het rechtstreekse gevolg van het betere ESR-jaarresultaat. 	122

OPVOLGING, RAPPORTERING EN EVALUATIE

SD41: De openbare omroep hanteert een open communicatie met de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement, de Raad van Bestuur, de Vlaamse Regulator voor de Media, het publiek, de vakbonden en de medewerkers.

PAGINA

OD41.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT hanteerde een open communicatie naar haar stakeholders. > De VRT gaf aan de gemachtigde toezichtsorganen toegang tot alle informatie in functie van de uitgevoerde controlewerkzaamheden. De leidende principes van het toezicht (zoals vastgelegd in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT) werden toegepast. > De VRT past het single auditprincipe toe. Het Rekenhof, bedrijfsrevisoren, Audit Vlaanderen en de interne audit van de VRT stemden hun werkzaamheden op elkaar af. De gemeenschapsafgevaardigde nam deel aan de vergaderingen van het Auditcomité. 	
OD41.2.	Dit jaarverslag bevat alle relevante informatie over de uitvoering en de financiering van de openbare omroepopdracht van de VRT. Het is voor iedereen toegankelijk, o.a. door publicatie op de bedrijfswebsite van de VRT (VRT.be).	
OD41.3.	De transparantiewebsite van de VRT (www.vrt.be/transparantie) was voor iedereen toegankelijk. In 2014 werd de site verder aangevuld met nieuwe zaken (zoals het nieuw algemeen wedstrijdreglement).	

SD42: De VRT moet beschikken over een goed gedefinieerd intern controlesysteem, een risicobeheersingssysteem en een mechanisme dat kwaliteit van informatie en rapportering waarborgt.

PAGINA

OD42.1.	De VRT werkte in 2014 aan de werking van haar intern controlesysteem. Samen met de interne audit van de VRT en met Audit Vlaanderen werd verder invulling gegeven aan de leidende principes van organisatiebeheersing.	
OD42.2.	Het jaarverslag van de VRT bevat een 'in-control statement'. Samen met het interne jaarverslag van de Interne Audit en het auditcomité beschrijft het de stand van zaken van de interne controle bij de VRT.	163

AFKORTINGEN

AD	Audiodescriptie	MEMO	Media-Momenten
AIB	Association for International Broadcasting	MFL	Music For Life
AOC	Agentschap voor OnderwijsCommunicatie	MIA's	Music Industry Awards
BAN	Boodschappen van Algemeen Nut	MIO	miljoen
BIVV	Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid	NGO	Niet-Gouvernementele Organisatie
BLOSO	Agentschap ter Bevordering van de Lichamelijke Ontwikkeling, de Sport en de Openluchtrecreatie	NRK	Norsk rikskringkasting
BMX	Bicycle Motocross	NT Gent	Nederlands Toneel Gent
BOC PBW	BasisOverlegComité Preventie en Bescherming op het Werk	NTR	NPS, Teleac en RVU
BVN	Het Beste van Vlaanderen en Nederland	OC	OmroepCentrum
CCB	Creative Club of Belgium	OCMW	Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn
CFO	Cash Flow and Operating Activities	OD	Operationele Doelstelling
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Zwitserse Frank)	O&I	Onderzoek & Innovatie
CIM	Centrum voor Informatie over de Media	PBO	Pension Benefit Obligation
CUO	Centre for User Experience Research	PPM	Personal People Meter
DAB	Digital Audio Broadcasting	RAI	Radiotelevisione italiana
DAT	Digitale Audio-Tapes	SABAM	Société d'Auteurs Belge - Belgische Auteurs Maatschappij
DJ	Disk Jockey	SAC	Sectoraal Akkoord Contractuelen
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial	SD	Strategische Doelstelling
DVD	Digital Versatile Disc	SMIT (VUB)	Studies on Media, Information and Telecommunication (Vrije Universiteit Brussel)
EBU	European Broadcasting Union	STAM Gent	STAdMuseum Gent
EO	Evangelische Omroep	STEM	Science - Technology - Engineering - Mathematics
EPRO	Externe Productie	STON	Spraak- en Taaltechnologisch Ondertitelen in het Nederlands
ESR	Europees Stelsel voor Rekeningen	SVT	SVeriges Television
ETRO	ElekTRONica en Informatica	TNG	Terrestrial News Gathering
FIPA	Festival International de Programmes Audiovisuels	TOSCA-MP	Task-oriented search and content annotation for media production
FIFO	First In First Out	T888	Teletekstondertiteling
GBP	Pound Sterling (Britse Pond)	UA	Universiteit Antwerpen
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung	UGent	Universiteit Gent
GRIP	Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap	UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
HD	High Definition	USD	United States Dollar
HO	Hoger Onderwijs	VAB	Vlaamse Automobilistenbond
HR	Human Resources	VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
HSO	Hoger Secundair Onderwijs	VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
IBC Amsterdam	International Broadcasting Convention Amsterdam	VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
IBCn	Internet Based Communication Networks and Services research group	VHS	Video Home System
ICoSOLE	Immersive Coverage of Spatially Outspread Live Events	VIAA	Vlaams Instituut voor de Archivering en ontsluiting van Audiovisueel Erfgoed
iOS	iPhone Operating System	VTE	Voltijds Equivalenten
IPRO	Interne Productie	VUB	Vrije Universiteit Brussel
IWT	Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie	WOI	Wereld-Oorlog Een
KMO	Kleine en Middelgrote Ondernemingen	WPG	WeekbladpersGroep
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven		
LINC	Lezen, INformatie en Communicatie		
LOKO	Leuvense Overkoepelende Kringorganisatie		
LSO	Lager Secundair Onderwijs		



FOTOGRAFIE ©VRT

BBC, Frederik Beyens, Geert Van Hoeymissen, Gerda Bats,
Johan Jacobs, Jokko, Joost Joossen, Joris Hermans,
Joris Vermost, Kris Debruyne, L. Van Cauw, Lies Willaert,
Paul Dewulf, Philippe Buissin / IMAGELLAN, Sado Color,
Steven Elisabeth, Tim Van De Velde, Tom Cornille

VORMGEVING

Ilse Mertens



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. Stijn Ombelets](#)

