

A man in a blue jacket is seen from behind, releasing a large number of colorful balloons (red, purple, green, white) into the sky. The balloons are scattered across the upper half of the image. In the background, a large crowd of people is gathered, many of whom are clapping. The scene appears to be an outdoor festival or event. The overall atmosphere is festive and celebratory.

vrt

JAAAR VER SLAG

2013





JAAR
VER ²⁰¹³
SLAG

Beheersovereenkomst 2012-2016

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.'

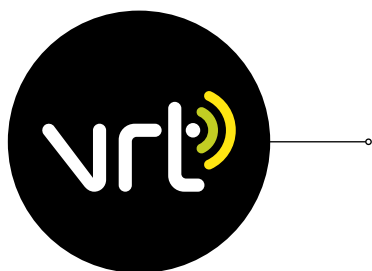


missie
2014

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 of werkt.



4 TELEVISIEMERKEN

5 RADIOZENDERS

3 THEMASITES

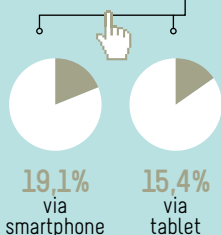
BEREIK

**MAANDELIJKS
BEREIK VAN DE
VLAAMSE BEVOLKING**



96,9%

DAGELIJKS BEREIK



19,1%
via
smartphone

15,4%
via
tablet

SPECIFIEKE DOELGROEPEN

NIEUWE VLAMINGEN



6,8%
Scherm-
aanwezigheid

VROUWEN



36,6%
Scherm-
aanwezigheid

KINDEREN



61,9%
Ketnet
(4-12) (weekbereik)

KETNET.BE

31.161
Surfers
(dagbereik)

JONGEREN

(12-24) (WEKELIJKS)



74,9%
Radio



77,4%
Televisie

SLECHTHORENDEN



94,7%
Teletekst-
ondertiteling

HET JOURNAAL
&
KARREWIET

Vlaamse
Gebarentaal

SLECHTZIENDEN

GESPROKEN ONDERTITELING

AUDIODESCRIPTIE:
Witse
Wolven
De Ridder

Vlamingen IN HET BUITENLAND

Radio 1, Radio 2,
BVN, websites

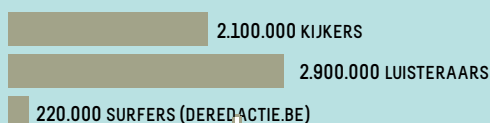
BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

Fans of Flanders

OPDRACHT

NIEUWS & DUIDING

Dagelijks



220.000 SURFERS (DEREDACTIE.BE)

CULTUUR (TV)

GROOTSTE
CULTUURSPONSOR
VAN VLAANDEREN



43,4%
Wekelijks
bereik

WAARDERING
8,3 op 10

EDUCATIE (TV)



38,4%
Wekelijks
bereik

WAARDERING
8,4 op 10

SPORT

SPORZA.BE

210.000
surfers
(dagbereik)

WAARDERING VOOR KWALITEIT

EÉN, CANVAS, RADIO 2	8,3
OP12	8,2
STUDIO BRUSSEL	8,0
RADIO 1, MNM	7,9
KLARA	7,8

Score op 10

INNOVATIEF

VRT START-UP

testen nieuwe formats informatieverspreiding

CARTE BLANCHE

jongeren maken media

PARTICIPATIE IN DE CHINEZEN

met innovatieovereenkomst



VLAAMSE IDENTITEIT

VLAAMSE TV-PRODUCTIES

(18U-23U)



64,3%

NEDERLANDSTALIGE MUZIEK



15,1%
Radio 1



30,0%
Radio 2

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS

KLANTENMODULE

VRAGEN & ANTWOORDEN

16.669

KLANTENCONTACTEN

'VOORBEELD VOOR DE HELE SECTOR'

(Vlaamse Ombudsman)

EFFICIËNT
EN KOSTEN-
BEWUST

OVERHEIDSBIJDRAGE

46 euro
per Vlaming
per jaar

SAMENWERKING

CULTURELE ORGANISATIES

ONDERWIJS

SPORTFEDERATIES

VLAAMSE EN EUROPESE OMROEPEN

MIDDENVELD

NIET-GOUVERNEMENTELE ORGANISATIES

DISTRIBUTEURS

PRODUCTIEHUIZEN



33,9%

van TV-productiebudget

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

KOM OP TEGEN KANKER

MUSIC FOR LIFE

DE GROOTSTE HELPDESK VAN VLAANDEREN

DE BLEEKWEIDE

PANORAMA

LIEFDE IN TIJDEN VAN KANKER

KARREWIET

HET GROOTSTE ARBEIDSBUREAU VAN DE WERELD

CREATIEVE MEDEWERKERS

2.268,6
VTE

1,99%
Nieuwe Vlamingen

0,9%
Personen met
een handicap

39,2%
Vrouwen



Organigram (31/12/2013)

► Raad van Bestuur

Voorzitter: Luc Van den Brande

Ondervoorzitter: Chris Reniers

Leden: Marc De Clercq, Rudi De Kerpel, Eric Defoort, Eric Deleu, Jozef Deleu, Thérèse Deshayes, Dimitri Hoegaerts, Noël Slangen, Annelies Van Cauwelaert en Marijke Verboven.

Gemeenschapsafgevaardigde: Caroline Pauwels

Gedelegeerd bestuurder: Sandra De Preter
(vanaf 18/11/2013: Leo Hellemans: waarnemend)

Secretaris: Hilde Cobbaut

► Raad van Bestuur – Auditcomité

Voorzitter: Annelies Van Cauwelaert

Leden: Luc Van den Brande en Chris Reniers

Waarnemers: Caroline Pauwels

(gemeenschapsafgevaardigde), Sandra De Preter
(gedelegeerd bestuurder) (vanaf 18/11/2013: Leo

Hellemans: waarnemend), Koen De Hauw (manager
Interne Audit)

► Raad van Bestuur – Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen VAR

Voorzitter: Noël Slangen

Leden: Eric Deleu en Rudi De Kerpel

Waarnemer: Caroline Pauwels

(gemeenschapsafgevaardigde), Sandra De Preter

(gedelegeerd bestuurder) (vanaf 18/11/2013:

Leo Hellemans: waarnemend), Marc De Clercq

(bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR), Luc Van den
Brande (voorzitter)

► Raad van Bestuur – Remuneratiecomité

Voorzitter: Luc Van den Brande

Leden: Thérèse Deshayes en Eric Defoort

► VRT-Directiecollege

Gedelegeerd bestuurder: Sandra De Preter

(vanaf 18/11/2013: Leo Hellemans: waarnemend)

Algemeen directeur Financiën: Sophie Cooreman

Algemeen directeur Media: Peter Claes

Algemeen directeur Productie: Leo Hellemans

Algemeen directeur HR: Karen Braeckmans

Toegevoegd:

Directeur Corporate Strategie: Lut Vercruysse

Directeur Technologie & Operaties: Mick De Valck

Woordvoerder VRT: Stijn Ombelets

Inhoud

Missie VRT	p 5
Dit is de VRT	p 6
Organigram	p 8
Inhoud	p 9
Voorwoord	p 10
Voor iedereen	p 11

01 Aanbod en bereik

01\1	VRT voor al wie in Vlaanderen leeft	p 14
01\2	VRT voor specifieke doelgroepen	p 16
01\3	Samenwerking	p 22
01\4	Radio-aanbod	p 24
01\5	Televisie-aanbod	p 38
01\6	Thematisch online-aanbod	p 49
01\7	Teletekst/digitekst	p 51
01\8	Mobiel aanbod	p 51
01\9	Nieuws / cultuur / sport/educatie	p 52

02 Productiestrategie

02\1	Intern productiehuis	p 65
02\2	Bijdrage aan de Vlaamse audiovisuele productiesector	p 66
02\3	Bijdrage aan de Vlaamse identiteit	p 67
02\4	Samenwerking met externe partners	p 67

03 Creativiteit en efficiëntie

03\1	Hr-beleid	p 70
03\2	Aandacht voor het sociaal klimaat	p 70
03\3	Personeelsbestand	p 71
03\4	Efficiënte organisatie	p 73

04 Onderzoek & innovatie

05 Archief

06 Kwaliteit

06\1	Publieke meerwaarde	p 84
06\2	Functionele kwaliteit	p 89
06\3	Operationele kwaliteit	p 94

07 Duurzaam ondernemen

08 Financiële performantie

08\1	Jaarrekening 2012	p 102
08\2	Toelichting bij de financiële resultaten	p 122
08\3	Analyse van de opbrengsten en de kosten	p 127
08\4	Nettokosten van de publieke opdracht	p 141
08\5	Interne controleverklaring	p 143
08\6	Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR)	p 144
08\7	Pebble Media	p 144
08\8	Pensioenfondsen VRT	p 145

09 Doelstellingen uit de beheersovereenkomst: performantie

Voorwoord



2013 was het jaar van de bevestiging voor de openbare omroep. Het was het eerste jaar waarbij de ontkoppeling van Canvas en Ketnet ten volle speelde. Tegelijk moest de VRT bewijzen dat ze er bleef staan in het snel wijzigende Vlaamse medialandschap. En dat is gelukt. Met ambitie maar niet zelfgenoegzaam en steeds met oog voor verbetering. Vlamingen bleven kijken, luisteren en surfen naar de VRT. En dat is mede te danken aan enkele vaste waarden, nieuwe programma's, bijstellingen van programmaschema's en het verbeteren van comfort voor de mediagebruiker. Een sterke prestatie dus. Daarvoor wenst de Raad van Bestuur alle medewerkers van de VRT te feliciteren.

Niet alleen het bereik van de openbare omroep bleef op niveau. Ook op andere doelstellingen van de Beheersovereenkomst werd vooruitgang geboekt. Zo nam het aandeel Vlaamse producties in het totaal televisieaanbod verder toe, steeg het aandeel van Vlaamse en Nederlandstalige muziek op de radionetten en verhoogde de aanwezigheid van vrouwen en nieuwe Vlamingen op het scherm. Ook cultuur kwam meer aan bod op de openbare omroep.

Ook in 2013 bleef iedereen de gevolgen van de financieel-economische crisis voelen. Privé-organisaties en overheden moesten de broeksriem verder aanhalen. En dat was ook het geval voor de VRT. Dat leidde er toe dat de directie van de VRT haar financieel plan moest aanpassen, waardoor de rekeningen voor 2013 alsnog positief konden worden afgesloten.

De VRT is een van de meest succesrijke openbare omroepen in Europa. En dat zowel op het gebied van performantie, bereik als efficiëntie. Per inwoner kost onze openbare omroep 46 euro per jaar aan belastinggeld. De Vlaming houdt van zijn openbare omroep en zijn aanbod. Dat blijkt ook uit de waarderingcijfers en uit de reacties van de mediagebruikers. Daarom moet het de ambitie blijven om minstens even goed te blijven en relevant te zijn. Om de Vlaming ook in de toekomst te blijven bereiken zal de VRT hem ook in zijn nieuwe mediagebruik moeten kunnen volgen met aangepaste formats en aanwezigheid op de nieuwe mediaplatformen.

Een van de belangrijkste pijlers die de openbare omroep onderscheidt van andere mediaspelers is de bijdrage aan de maatschappelijke ontwikkeling. De informatieopdracht is daarbij cruciaal, want de openbare omroep heeft een belangrijke gidsfunctie. Geen nieuws om het nieuws, of conflict omwille van de spektakelwaarde, maar informatie, achtergrond en duiding aan de hand van concrete verhalen. Dat is een waardevolle richting die onze Nieuwsdienst is ingeslagen. Daarnaast is een blijvende aandacht nodig voor kwaliteit, neutraliteit en objectiviteit.

Als een van de belangrijkste culturele actoren van Vlaanderen heeft de VRT ook aandacht voor de ontsluiting van haar content en ons erfgoed naar belangrijke maatschappelijke groepen. Eind vorig jaar ging het Vlaams Instituut voor de Archivering en ontsluiting van Audiovisueel erfgoed (VIAA) definitief van start. Scholen, bibliotheken en onderzoekscentra krijgen nu toegang tot het rijke archief van de VRT. De archivering van ons audiovisueel erfgoed is nu in veilige handen. Een structurele financiering en evenwichtige samenwerking moeten de toekomst verder bezegelen.

De Vlaamse mediagebruiker is een van de best bediende ter wereld. Zeker als wordt gekeken naar de veelheid aan kwaliteitsprogramma's in eigen taal. En dat is de verdienste van een heel sterke mediasector in onze regio. De uitdaging wordt evenwel om deze sector sterk en leefbaar te houden, zeker in het licht van de steeds groeiende aanwezigheid van internationale media-technologiegroepen die steeds meer middelen wegtrekken uit onze eigen lokale sector. Daarom wil de openbare omroep ook de rol van initiator en motor zijn achter een lokale samenwerking om ons eigen ecosysteem te versterken.

Ten slotte. De VRT heeft samen met de Raad van Bestuur vorig jaar een belangrijke keuze voor de toekomst gemaakt. De openbare omroep blijft immers in Brussel op de Reyers-site en krijgt daar een nieuw gebouw. Dat gebouw zal meer zijn dan een mooie combinatie van technologie en architectuur. Het zal de openbare omroep de mogelijkheid bieden om moderner, efficiënter en creatiever te werken, met meer comfort voor de medewerkers en een open infrastructuur die aanzet tot interne en externe samenwerking.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luc Van den Brande'.

Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur

Voor iedereen!

De Vlaamse publieke omroep staat ten dienste van de Vlaamse samenleving en iedereen die in Vlaanderen leeft. De VRT wil daarom niet alleen alle Vlamingen bereiken, maar ook actief naar hen luisteren, met hen samenwerken en een aanbod bieden dat inspelt op hun mediabehoefte.

Elke maand bereikte de VRT in 2013 gemiddeld 97% van de bevolking. De VRT bereikte met haar aanbod zowel jongeren, ouderen, gezinnen als specifieke doelgroepen. Dat deed de omroep niet alleen met gekende en nieuwe kwaliteitsprogramma's, maar ook met nieuwe initiatieven op digitale mediaplatformen. De openbare omroep speelt dus in op de snel veranderende maatschappij en het pijlsnel wijzigende medialandschap.

Vlaamse programma's (zoals Vlaamse fictiereeksen) blijven de sterkhouders van de programmering op alle netten en op VRT-radio was 25,5% van de muziek van Vlaamse makelij. De openbare omroep wil blijvend inzetten op lokale content, want daar houdt de Vlaming van.

In Vlaanderen zijn er sterke producenten en programmamakers aanwezig, die zowel bij de VRT als bij externe Vlaamse productiehuisen kwaliteitsvolle programma's maken. De VRT wil hen alle kansen bieden om zich te blijven ontwikkelen. Daarom werkt de VRT op verschillende gebieden, zoals formatontwikkeling en talentuitwisseling, steeds intensiever samen met de Vlaamse audiovisuele sector. In zijn opdracht om bij te dragen tot de versterking van het lokale ecosysteem, heeft de openbare omroep ook een nieuwe samenwerkingsvorm in het leven geroepen: participatie in lokale jonge productiehuisen met groeipotentieel. Zo realiseerde de VRT in 2013 een eerste participatie in het onafhankelijk Vlaamse productiehuis De Chinezen.

Ook met andere spelers in de mediasector werd intensief samengewerkt. Samen met Mediaaan en SBS werd een proefproject (een app) opgestart voor live en licht uitgesteld kijken op mobiele toestellen. Uiteindelijk nam Mediaaan de exploitatie voor zijn rekening, nadat de applicatie aan een uitgebreid testpanel werd voorgelegd. Ook bij operationele en deontologische dossiers werd samengewerkt tussen de zenders. Deze samenwerking had onder meer een gezamenlijke aanpak rond de geluidssterkte van de televisieprogramma's en het gebruik van een 12+-label als resultaat. Verder overlegde de VRT met de andere Vlaamse omroepen, mediavakbonden, koepelorganisaties en individuele bedrijven over sociale vraagstukken. Dat leidde tot een sociaal charter voor de audiovisuele sector.

Ook als organisatie evolueerde de VRT. Drie interne productiehuisen (Cultuur, Jong en Het Televisiehuis) werden samengevoegd tot een productiehuis VRT-Televisie om de creativiteit en het talent van de medewerkers beter te stimuleren. De directie verjongde met drie nieuwe leden. De VRT richtte VRT-Start Up op dat als doel had formats te ontwikkelen en te testen voor de nieuwe digitale generaties. Interne processen en systemen werden bijgestuurd en waar het kon ook geautomatiseerd. De VRT kreeg 8,5 miljoen euro minder dan voorzien in de beheersovereenkomst. Ondanks deze besparingen, werd het aanbod zoveel mogelijk gevrijwaard. Door de inspanningen van het personeel kon de VRT toch haar financieel resultaat positiever afsluiten dan oorspronkelijk gepland.

De VRT speelt een belangrijke rol in onze samenleving en wil die centrale plaats in het leven van de Vlaming behouden. De omroep en zijn medewerkers willen er alles aan doen om ook in de toekomst de culturele diversiteit in Vlaanderen te ondersteunen, de sociale cohesie te versterken, maatschappelijke thema's (zoals jeugdwerkloosheid, armoede en ouderenzorg) onder de aandacht te brengen, maar ook de Vlaming leren om te laten gaan met media, te sensibiliseren rond sport en klimaat, ... en uiteraard om een goed radio-, televisie- en online aanbod te brengen.

In het belang van iedereen die woont en leeft in Vlaanderen!




Willy Wijnants

Gedelegeerd bestuurder a.i.







De VRT wenst zich in het medialandschap te onderscheiden door een kwaliteitsvol en vernieuwend aanbod dat gericht is op alle mediagebruikers in Vlaanderen. Om dat ook in de toekomst waar te maken, volgt de VRT de verschuivingen in het Vlaamse mediagebruik en anticipeert daar op.

Het VRT-aanbod informeert, inspireert en ontspant de mediagebruiker op een onafhankelijke manier. De omroep heeft daarbij oog voor wat er gebeurt in Vlaanderen, Europa en de wereld.

Aanbod en bereik

VRT: voor al wie in Vlaanderen leeft

De VRT is de omroep van en voor alle inwoners van Vlaanderen. Daarvoor zet zij al haar netten en merken op radio, televisie, online en mobiel in.

De VRT bereikte¹ met haar aanbod een groot en gevarieerd publiek. Op maandbasis werd, op de verschillende media² samen, in 2013 gemiddeld 96,9% van de bevolking bereikt³.

BEREIK VRT-RADIO

GEMIDDELD RELATIEF WEEKBEREIK RADIO (2013)

BRON: CIM

gemiddeld weekbereik radioluisteraars ⁴ (NORM 70%)	80,0%
gemiddeld weekbereik t/m (NORM 60%)	
leeftijd 12-24	74,9%
leeftijd 25-44	77,8%
leeftijd 45-64	80,8%
leeftijd 65+	87,0%
mannen	81,1%
vrouwen	79,1%
opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	76,8%
opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	77,7%
opleidingsniveau: hoger onderwijs	87,2%

De VRT moet met haar radionetten per week ten minste 70% van de Vlaamse radioluisteraars bereiken. Binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO) moet minimaal 60% bereikt worden. In 2013 werden deze doelstellingen gehaald.

1 Om deze operationele doelstelling te meten wordt met 'bereik' bedoeld 'iedereen die verklaart in de afgelopen maand ten minste eenmaal met een VRT-radio- en/of -televisiezender in contact gekomen te zijn'. De onderzoeksbron die hierbij gebruikt wordt is het PPM-onderzoek.

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

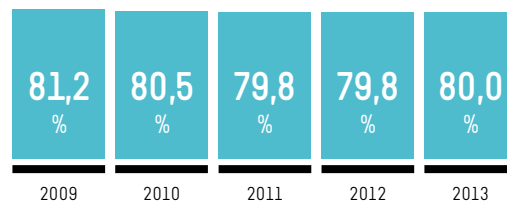
3 Wat betreft 'bevolking' wordt de gangbare referentiegroep uit officiële onderzoeken gebruikt. Bij televisie is dat de bevolking van ouder dan vier jaar, bij radio is dat de bevolking ouder dan twaalf jaar.

4 Het relatief weekbereik duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten of meer geluisterd heeft naar een VRT-radionet ten opzichte van het totaal aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten of meer naar de radio heeft geluisterd. Ten opzichte van 2012 steeg zowel het luisterpubliek voor alle zenders als het procentueel aandeel dat de VRT-netten daarbinnen bereiken.

3.936.148 personen luisterden ten minste 10 minuten per week naar een van de VRT-radionetten (ten opzichte van 3.872.388 in 2012). Samen haalden ze een relatief weekbereik van 80,0% en een absoluut weekbereik van 72,6%⁵. Radio 1 had een absoluut weekbereik van 19,9%, Radio 2 haalde 34,5%, Studio Brussel 22,3%, MNM 22,2% en Klara 5,0%. De gemiddelde luisterduur voor de VRT-radionetten bedroeg 242 minuten per dag (2 minuten meer dan in 2012).

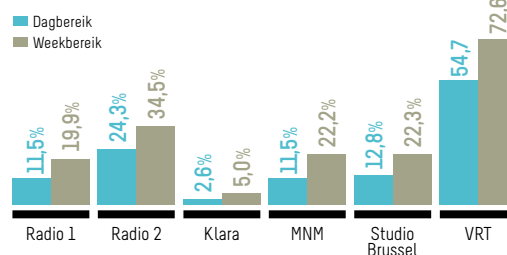
EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-RADIO 2009-2013

BRON: CIM



ABSOLUUT DAG- EN WEEKBEREIK VAN DE VRT-RADIONETTEN (IN 2013)

BRON: CIM



EVOLUTIE GEMIDDELDE LUISTERDUUR VRT-RADIO 2009-2013

BRON: CIM



5 Dit cijfer slaat op het totaal 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.

6 De VRT-radionetten bereiken samen per dag 54,7% van alle Vlamingen (2.961.823 luisteraars)

BEREIK VRT-TELEVISIE

Op weekbasis moeten de VRT-televisienetten ten minste 75% van de Vlaamse televisiekijkers en ten minste 65% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 4-12, 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO) bereiken. Deze doelstellingen werden in 2013 gehaald.

Op basis van de nieuwe berekeningsmethode van het CIM (dit wil zeggen inclusief gastkijkers) bereikten de VRT-televisienetten samen op weekbasis 88,8% van de televisiekijkende bevolking. Als ook rekening gehouden wordt met de Vlamingen die geen televisie kijken, bereiken de VRT-televisienetten op weekbasis 83,1% van de Vlaamse bevolking van vier jaar en ouder (ten opzichte van 80,3% in 2012). In absolute aantallen (4.903.712 mensen) is dat op weekbasis meer dan in 2012 (4.735.308 mensen)⁷.

GEMIDDELD WEEKBEREIK TELEVISIE (2013)

BRON: CIM

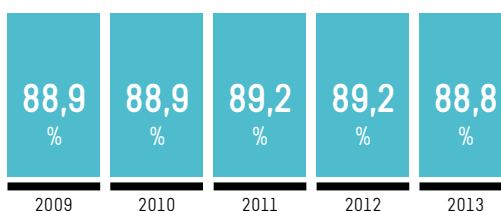
gemiddeld weekbereik televisiekijkers ⁸ (NORM 75%)	88,8%
gemiddeld weekbereik t/m (NORM 65%)	
leeftijd 4-12	83,0%
leeftijd 12-24	77,4%
leeftijd 25-44	85,2%
leeftijd 45-64	93,2%
leeftijd 65+	97,7%
geslacht: man	88,7%
geslacht: vrouw	88,9%
opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	90,1%
opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	87,3%
opleidingsniveau: hoger onderwijs	91,8%

⁷ Sinds 2013 zijn de bereikcijfers inclusief de gastkijkers (= de kijkers die meekijken bij andere kijkers). De bereikcijfers van 2012 zijn daaraan aangepast.

⁸ 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.

EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-TELEVISIE IN 2009-2013

BRON: CIM



Gemiddeld keek de Vlaamse kijker 4 uur en 3 minuten per dag televisie, 11 minuten meer dan in 2012. Naar Eén, Canvas en Ketnet/OP12 samen keek hij 1 uur en 55 minuten, 2 minuten meer dan in 2012.⁹

BEREIK VRT-ONLINE

Het online-aanbod moet op maandbasis ten minste 40% van de Vlaamse surfers en minimaal 30% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO) bereiken.

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.)

Bereikcijfers per dag uit 2013 zijn wel ter beschikking. Voorliggend jaarverslag geeft op verschillende plaatsen (beschrijving van de netten en themasites) hierover informatie (bijvoorbeeld op p. 49).

BEREIKCIJFERS TELEVISIE: INCLUSIEF GASTKIJKERS

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 vorige jaren, worden de bereikcijfers van die jaren ook opgenomen inclusief gastkijkers.

⁹ Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten (voor 2012 en 2013). De nieuwe berekeningsmethode bevat nu ook de gastkijkers.

VRT: voor specifieke doelgroepen



W
Ketnet had aandacht voor diversiteit, o.a. in de reeks Caps Club, de wrap (hosting), het magazine Ketnet King Size en het informatie-programma Karrewiet.

De VRT moet aandacht hebben voor al wie in Vlaanderen leeft. Omdat sommige bevolkingsgroepen (nieuwe Vlamingen, personen met een handicap, vrouwen) moeilijk te bereiken zijn, had de VRT in 2013 voor hen extra aandacht in het generalistische aanbod. Voor andere bevolkingsgroepen (kinderen, jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, Vlamingen in het buitenland, slechthorenden en slechtzienden) had de VRT een specifiek aanbod.

Diversiteit

De VRT heeft een Charter Diversiteit (*Iedereen verschillend, iedereen welkom*). Het geeft aan dat de VRT de omroep wil zijn van en voor iedereen in Vlaanderen en dat zij dat wil realiseren met een integrale aanpak.

In haar Actieplan Diversiteit 2013-2014 gaat de VRT in op het bereik bij specifieke doelgroepen, de beeldvorming, de toegankelijkheid van haar aanbod (zie p. 18) en het personeelsbeleid (zie p.72).

SPECIFIEKE DOELGROEPEN BEREIKEN

- ▶ In 2013 werd een kwalitatieve bereikstudie gemaakt in opdracht van de VRT. De studie peilde naar de motivatie en verwachtingen van Marokkaanse en Turkse kijkers en luisteraars. De belangrijkste conclusies van het onderzoek waren dat de houding van nieuwe Vlamingen ten aanzien van TV-gebruik ten opzichte van andere Vlamingen niet veel verschilt, ze wel onverschilliger staan ten opzichte van het Vlaamse radio-aanbod (omdat ze muziek van artiesten uit het land van herkomst missen), nieuwe Vlamingen¹⁰ vragen om niet enkel de verschillen maar ook de gelijkenissen onder de aandacht te brengen, om hen aan bod te laten komen in verschillende rollen (programmamakers, gasten, publiek) en om getoond te worden zoals ze zijn.

10 Een persoon die in België/Vlaanderen langdurig woont met een nationaliteit van een land dat niet behoort tot de landen van de Europese Unie van voor de uitbreiding (EU-15), of een persoon van wie ten minste één ouder of twee grootouders in die situatie verkeren.

6,8% nieuwe Vlamingen
en 36,6% vrouwen
in beeld op VRT

- De VRT peilde naar de verstaanbaarheid van het regionaal nieuws op Radio 2 bij nieuwe Vlamingen, ouderen, mensen in armoede en personen met een verstandelijke beperking. Om de verstaanbaarheid te verhogen vinden deze bevolkingsgroepen dat rekening moet worden gehouden met de persoonlijke betrokkenheid van het publiek bij een onderwerp en de behoefte aan een helder taalgebruik, een laag spreektempo, het vermijden van afkortingen en jargon en de keuze voor concrete onderwerpen. De regionale redacties proberen (in de mate van het mogelijke) rekening te houden met de aanbevelingen.

BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

In 2013 waren 6,8% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas, Ketnet en OP12 (behalve aangekochte programma's) nieuwe Vlamingen (ten opzichte van 6,2% in 2012) (beter dan het streefcijfer uit de beheersovereenkomst: 5%). 36,6% waren vrouwen (ten opzichte van 33,8% in 2012) (streefcijfer: 33%). Dat bleek uit een kwantitatieve inhoudsanalyse van een steekproef verspreid over het hele jaar.¹¹ Daarmee haalde de VRT de streefcijfers uit de beheersovereenkomst. Voor wat betreft personen met een handicap zal de VRT in de toekomst verdere inspanningen doen.

ACTIES

Het Actieplan Diversiteit voor VRT-Televisie focuste op het man-vrouwevenwicht, de herkomst en personen met een handicap. Daarvoor ging inhoudelijke aandacht naar diversiteit in alle mogelijke rollen (jurylid, gast, kandidaat, expert, getuige), zowel expliciet als impliciet. Via actieve screening en coaching wilde de VRT de groep van schermgezichten representatiever maken. Ook voor aangekochte programma's was diversiteit een criterium bij de selectie. Voor de nieuwdienstprogramma's ging aandacht naar het diversifiëren van experts en het uitwisselen van goede-praktijkvoorbeelden. De VRT zette in 2013 nieuwe schermgezichten in die de diversiteit op het scherm

verhoogden, zoals Nawfel Bardad-Daidj in *Thuis* (Eén).

In het actieplan voor radio kreeg Radio 2 als meest beluisterde radionet extra aandacht. Het net focuste op divers talent, specifieke programma's en diversiteit in de uitbouw van een netwerk van gastcorrespondenten.

Om de medewerkers te stimuleren werden goede-praktijkvoorbeelden onder de aandacht gebracht. Dat gebeurde o.a. met een diversiteitstrofee voor de beste producties en een intern diversiteitsjournaal.

SAMENWERKING

De VRT onderhield contacten met de belangenverenigingen diversiteit. Zij nodigde tweemaal de universiteiten en verschillende belangenverenigingen diversiteit uit om de onderzoeksresultaten en de VRT-initiatieven te bespreken. In een brainstormsessie met verschillende verenigingen ging de aandacht naar diversiteit in de actualiteitsprogramma's. Ook de voortgang van het toegankelijkheidsbeleid werd aan hen voorgesteld en met hen besproken.



W
Nawfel
Bardad-Daidj
in *Thuis*

¹¹ Bron: onderzoek naar scherm aanwezigheid van de UA en de KU Leuven in opdracht van de VRT-Studiedienst.

De Ridder met vertelstem werd uitgezonden op OP12.



Toegankelijkheid

Voor slechthorenden en slechtzienden is het niet vanzelfsprekend toegang te hebben tot het VRT-aanbod. Daarom werkt de VRT aan het toegankelijker maken ervan.

VOOR PERSONEN MET EEN VISUELE BEPERKING

► Gesproken ondertiteling

Bijna alle televisieprogramma's waren voorzien van gesproken ondertiteling (norm: 100%). Op die manier konden slechtzienden (via T889 en met een speciale box) de vertaalde ondertitels via een kunstmatige stem beluisteren. Enkele uitzendingen (hoofdzakelijk sportuitzendingen) hadden nog ingebande ondertitels en konden nog niet via gesproken ondertiteling gevolgd worden.

► Audiodescriptie (AD)

De VRT moet per jaar 1 fictiereeks uitzenden met audiodescriptie (= vertelstem). In 2013 bood de VRT drie fictiereeksen met audiodescriptie aan: *Witse* (Eén), *Wolven* (Eén) en *De Ridder* (Eén). Slechtzienden konden via digitale televisie extra audiosporen oproepen zodat ze extra informatie kregen. De uitzendingen met vertelstem van *Witse* en *Wolven* werden op een ander tijdstip herhaald.

De VRT wilde weten of de gebruikers van audiodescriptie tevreden waren over het aanbod en peilde daarvoor bij de doelgroep. Dat toonde aan dat de geleverde kwaliteit goed was, dat het oproepen van audiosporen via digitale televisie onvoldoende

Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal



toegankelijk was en dat gebruikers graag gelijktijdig kijken met andere kijkers. De VRT speelde in op de resultaten en zond daarom *De Ridder* (simultaan met de uitzending op Eén) met vertelstem uit op OP12.

De DVD's van deze fictiereeksen bevatten, naast de gewone uitzendingen, ook de versies met vertelstem.

VOOR PERSONEN MET EEN AUDITIEVE BEPERKING

► Teletekstondertiteling T888

De kijker kon ondertiteling oproepen via pagina 888 van VRT-Teletekst. Per maand werd gemiddeld 767 uur ondertiteld via T888 of een stijging met 14% ten opzichte 2012 (672 uur). In het laatste kwartaal van 2013 werd bij 95,8% van alle Nederlandstalige programma's teletekstondertiteling aangeboden. In 2013 was dat 94,7% op jaarbasis (ten opzichte van 93,9% in 2012). Dat was net onder de 95%-norm. De ondertitelingafdeling van de VRT deed extra efficiëntie-inspanningen omdat het (Nederlandstalig) aanbod van OP12 was uitgebreid. Van de nieuws- en duidingsprogramma's werd 97,1% voorzien van teletekstondertiteling (norm: 100% tegen eind 2014).

► Vlaamse Gebarentaal

Het bestaande aanbod met Vlaamse Gebarentaal¹² werd in 2013 uitgebreid. *Karrewiet plus* (Ketnet) werd uitgezonden op Ketnet en was beschikbaar op Ketnet.be en via aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers. Een aantal evenementen werden ook met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden: de troonswisseling, *De intrede van de Sint* (Ketnet) en de kerstboodschap van de koning.

De VRT werkte aan het toegankelijker maken van haar websites. Alle VRT-websites werden vanaf 2013 stuk voor stuk herstructureerd om het raadplegen via een schermlezer mogelijk te maken. De VRT wil blijven investeren in het zo toegankelijk mogelijk maken van haar websites.

¹² Karrewiet (Ketnet) werd dagelijks met Vlaamse Gebarentaal aangeboden op Ketnet.be en via (gratis) 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. De week van Karrewiet werd elke week uitgezonden op Ketnet met Vlaamse Gebarentaal.

77% van de jongeren kijkt wekelijks naar VRT-Televisie, 75% luistert wekelijks naar VRT-Radio

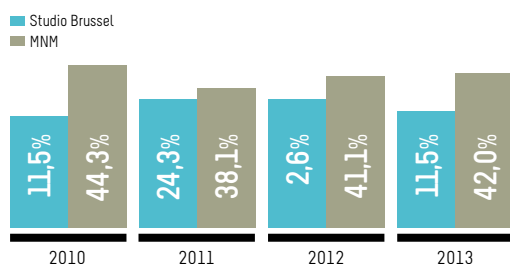
Jongeren

Jongeren¹³ zijn moeilijker te bereiken via radio en televisie dan andere bevolkingsgroepen. Zij maken relatief meer gebruik van online- en mobiele mediaplatformen. Aangezien de VRT de opdracht had alle inwoners van Vlaanderen te bereiken, moest zij ook een aanbod bieden waarmee ze de jongeren kan bereiken. Daarvoor ontwikkelde ze een aanbod online (zie o.a. p. 49) en mobiel (zie p.51) maar zocht ze ook naar een gepast radio- en televisieaanbod.

MNM en Studio Brussel bereikten van alle VRT-radionetten het best de jongeren: MNM bereikte wekelijks gemiddeld 42,0% van de 12-24-jarigen, voor Studio Brussel was dat 35,0%. Via alle radionetten samen bereikte de VRT wekelijks 68,2% van de 12-24-jarigen. MNM en Studio Brussel zetten ook andere mediaplatformen (hun website en sociale media) in om voldoende aan te sluiten bij de behoeften van de jongeren¹⁴.

EVOLUTIE GEMIDDELD WEEKBEREIK BIJ 12-24-JARIGEN (2010-2013)

BRON: CIM



De generalistische televisienetten Eén en Canvas bereikten de jongeren met programma's zoals fictiereeksen (bijvoorbeeld *Thuis* en *Eigen kweek*) en het spelprogramma *Twee tot de zesde macht*. Het bereik van deze netten bij jongeren (12-24 jaar) was wel lager (65,0% op weekbasis)¹⁵ dan het bereik bij de oudere bevolkingsgroepen. Om de aansluiting met de jongeren ook op televisie te behouden, bood de VRT een specifiek jongerenaanbod. Het derde VRT-kanaal OP12 bood sinds 2012 al jongerenprogramma's aan. Vanaf september 2013 zond OP12 een regulier jongerenaanbod uit. Het aanbod voor

jongeren en de interactie errond werd online uitgewerkt via de websites (zoals Carteblanche.be naar aanleiding van het project) en via de sociale media (zoals Facebook, Twitter en Instagram).

De VRT ontwikkelde haar jongerenaanbod na overleg met jongeren en experts. Dat overleg lag aan de basis van het Carte Blanche-project (zie kader). Achter de schermen van Carte Blanche werd samengewerkt met jongeren, scholen en jongerenorganisaties. 80 jongeren discussieerden op die manier mee over de media en hun mediagebruik. De jongerenadviseur van de VRT ondersteunde het jongerenproject en deed aan talentscouting.

CARTE BLANCHE



In 2013 werd samen met het productiehuis Bonka Circus het jongerenproject Carte Blanche opgezet. De campagne *Krijg Carte Blanche, om de televisie heruit te vinden* sensibiliseerde, met de hulp van jongerenorganisaties, jongeren om zich kandidaat te stellen voor het project. Bijna 800 jongeren schreven zich in.

Uiteindelijk koos de VRT zes jongeren. Onder begeleiding van professionele programmamakers leerden zij televisie en onlinecontent maken. Op OP12 was er wekelijks een live-uitzending waarin hun vorderingen voor het maken van een televisieprogramma werden getoond. Van 23 september 2013 tot en met 10 februari 2014 stemden 1.021.589 Vlamingen ten minste een keer af op het programma. Ook op Youtube kon de uitzending bekeken worden. Vanaf 2014 wordt hun nieuwe televisieprogramma op OP12 uitgezonden.



¹³ De beheersovereenkomst definieert 'jongere' als een persoon tussen 12 en 20 jaar

¹⁴ De vermelde percentages staan voor absoluut weekbereik.

¹⁵ Absoluut weekbereik.

Vlamingen in het buitenland

De VRT wil de Vlamingen in het buitenland bereiken.

- ▶ De informatiezender Radio 1 en de familiezender Radio 2 zonden ook uit via satelliet.
- ▶ Vlamingen in het buitenland konden de themasites (Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be) en alle andere VRT-websites raadplegen. Ze bevatten tekst en beeld- en geluidsfragmenten.



De troonswissel was te volgen op BVN



Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. In 2013 was ongeveer een derde van de programma's een VRT-programma (zoals nieuws- en duidingsprogramma's, programma's over breedculturele, algemeen maatschappelijke en toeristische onderwerpen en jeugdprogramma's).



Beelden uit een media-campagne van BVN.



W Taste of Flanders was een evenement van Fans of Flanders: de internationale gemeenschap kon in de Europese wijk in Brussel proeven van drie Vlaamse bieren en het televisieprogramma zelf.



Buitenlanders in Vlaanderen

In 2013 werkte de VRT aan haar aanbod dat de buitenlanders in Vlaanderen bedient. De omroep focuste op de versterking van het onlineluid en de merkbekendheid van *Fans of Flanders*.

Fans of Flanders was een digitaal platform en een wekelijks televisieprogramma. Het Engelstalige aanbod was gericht op expats die hier al dan niet tijdelijk werken, nieuwkomers en buitenlandse studenten. *Fans of Flanders* bood informatie uit de actualiteit en een brede kijk op het leven in Vlaanderen zoals aandacht voor cultuur, taal, toerisme, sport en levensgewoonten.

- ▶ Het televisieprogramma werd uitgezonden op OP12, met herhalingen op Eén en Canvas.
- ▶ Het onlineluid werd versterkt door de activering via sociale media. Fansofflanders.be kreeg de Sitecore-innovatieprijs omdat 'de site op een innovatieve manier verschillende systemen heeft weten te integreren, waardoor voor bezoekers een uitstekend platform is gecreëerd dat alle sociale media integreert'.

Fans of Flanders werd ontwikkeld in samenwerking met de doelgroep en werkte samen met andere partners die bijdragen aan de internationale uitstraling van Vlaanderen en Brussel: Vlamingen in de Wereld, Toerisme Vlaanderen, internationale onderwijsinstellingen en bedrijven met buitenlandse werknemers.

Daarnaast bracht OP12 nog Vlaamse reeksen met Engelstalige ondertiteling (zie p. 47).

PLAN VAN AANPAK

De VRT vergroot haar meerwaarde voor de Vlaamse samenleving door samen te werken met actoren uit het middenveld, diverse overheden en met de mediasector. De VRT volgt een plan van aanpak inzake belanghebbendenbeheer.

- ▶ Wat betreft het aanbod, stimuleerde de VRT de samenwerking met belanghebbenden op verschillende vlakken zoals cultuur (zie hieronder en p. 55), muziek (zie p. 37), taal (zie p. 95), diversiteit (zie p. 17), educatie, recreatie, milieu, zorg en sport (zie p. 57).
- ▶ Met behulp van overleg met stakeholders ontwikkelde de VRT aandacht voor mediawijsheid (zie p. 60). Zij werkte o.a. samen met stakeholders voor project *Iedereen veilig online* (zie p. 60).
- ▶ Met diverse belanghebbenden startte de VRT in 2013 het project Jongeren aan het werk¹⁶ (een project over jeugdtewerkstelling) op.

SAMENWERKINGSVERBANDEN

De VRT creëerde maatschappelijke meerwaarde door samenwerkingsverbanden te ontwikkelen met publieke en private partners.

Cultuur

Op inhoudelijk en productieel vlak werkte de VRT samen met culturele organisaties. Dat gebeurde o.a. in het kader van crossmediale projecten zoals *Flagey 75 jaar* (samen met Flagey), *de herdenking van Hugo Claus* (met Behoud de Begeerte) en *Bazar Belge* (met B&L, EMI en De Central). De VRT-netten verleenden via mediaruilen advertentieruimte aan cultuurpartners.



\\
Beethovenconcert
met het Symfonie-
orkest Vlaanderen
in Concertgebouw
Brugge-
uitgezonden in
Canvas klassiek

¹⁶ De VRT werkte voor dit project samen met VDAB, Adecco, Unizo, Voka, Europees Sociaal Fonds, NFTE, OCMW, Randstad, STEM Platform, ArktoS, Gemeenschapsonderwijs, Idealabs, Microstart, VLAJO, BECI Flanders DC, SD Worx, Syntra en JCI. De realisatie van het project (o.a. in het aanbod van de VRT) is voorzien voor 2014.

De VRT vergroot haar meerwaarde voor de Vlaamse samenleving door samen te werken met publieke en private partners.



W In 2013 was het 75 jaar geleden dat het toenmalige Nationaal Instituut voor Radio-Omroep (N.I.R.-I.N.R.) zijn eerste radioprogramma uitzond vanuit het Flagey-gebouw. Cobra.be zette archiefmateriaal met betrekking tot het gebouw online. De radionetten besteedden aandacht aan de verjaardag.

Onderwijs

De VRT volgde het beleid van de Vlaamse overheid over mediawijsheid. Zij overlegde in 2013 met de Strategische AdviesRaad Cultuur, de Vlaamse OnderwijsRaad, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst, Mediawijs.be, het Kenniscentrum voor Mediawijsheid en met de betrokken overheidsorganen bij Media, Cultuur en Onderwijs.

Samenwerking op het vlak van urban radio:

- ▶ Strak FM: de VRT, de KULeuven, de studentenorganisatie VETO en de studentenraad LOKO ondersteunden een tijdelijke studentenradio.
- ▶ Het onderzoeksproject REC Radiocentrum (in samenwerking met Universiteit Gent) focuste op het profiel en de noden van urban jongeren m.b.t. radiobeleving en radio maken. Verschillende VRT-radiopresentatoren gaven workshops aan jong radiotalent.

Samenwerking met andere organisaties

De VRT werkte samen met tal van niet-commerciële organisaties. Dat deed zij bijvoorbeeld met culturele instellingen (zoals het Kaaitheater en Museum M) en sportfederaties (zoals de volleyballiga, de handbalbond en de basketballiga).

Het audiovisuele materiaal van verschillende VRT-websites was ter beschikking voor iedereen via embedcode, in die mate dat het toegelaten werd door gebruiksvoorwaarden en gebruiksrechten.

Samenwerking met andere omroepen

- ▶ De VRT had in 2013 samenwerkingsovereenkomsten met andere Vlaamse omroepen over de uitwisseling en de terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal (over nieuws en sport).
- ▶ De VRT werkte samen met andere EBU-omroepen onder meer op het vlak van programma-aankoop, coproducties, strategische positionering (o.a. voor het project EBU Vision 2020 dat een visie ontwikkelde voor de rol van de publieke omroepen in 2020) en het uitwisselen van nieuwsbeelden.
- ▶ De VRT en de RTBF waren coproductoren voor de Koningin Elisabethwedstrijd en de Lotto- en Jokertrekking. De VRT werkte samen met de RTBF voor *Vlaamse Kaai*. Dat was een Vlaams aanbod op Arte Belgique met een maandelijkse selectie uit het VRT-culturaanbod. De VRT werkte samen met de RTBF voor de uitzending over de abdicatie van koning Albert II en de troonswisseling. Voor dat laatste werkte de VRT ook samen met de NOS, RTL, VTM en de regionale zenders.
- ▶ Voor programma-aankoop en dubbing (in 2013 van *Jungle Book* (Ketnet) en *Peter Pan* (Ketnet)) werkten de NPO en de VRT regelmatig samen. De fictiereeks *Caps Club* (Ketnet) was een coproductie die de VRT had met de NPO. *Het groot dictee der Nederlandse taal* (Canvas) was een coproductie met de NPO. De fictiereeks *Flikken Maastricht* (Eén) was een coproductie met de TROS. In Den Haag en in Washington deelde de VRT-nieuwsdienst ook een kantoor met de NOS.
- ▶ De VRT werkte samen met de andere Vlaamse omroepen om de sterkte van de geluidssignalen op televisie op elkaar af te stemmen. (zie p. 93 en p. 95)
- ▶ De VRT, Mediaaan en SBS Belgium werkten samen aan een testproject voor het live en licht uitgesteld bekijken van televisieprogramma's op mobiele toestellen. (zie p. 48)

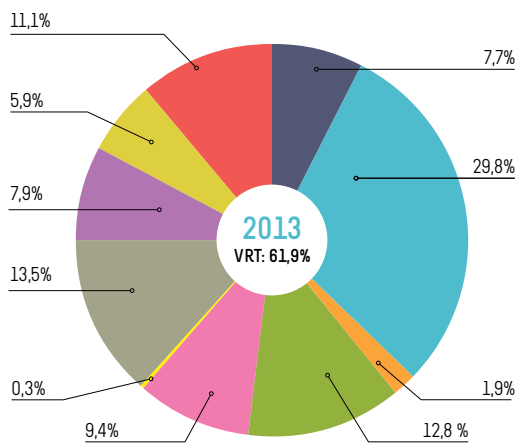
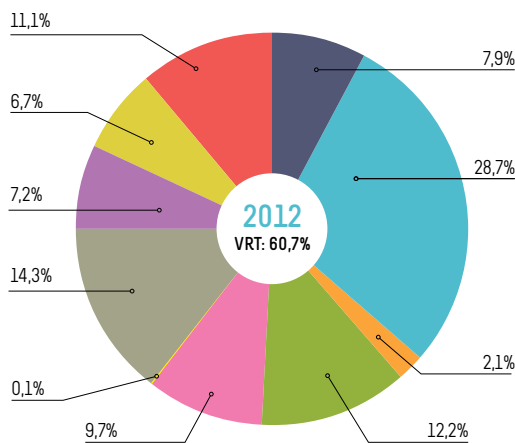


W Het groot dictee der Nederlandse taal

Radio-aanbod

In 2013 bleven veel Vlamingen radio luisteren. Het bereik van radio steeg in 2013 ten opzichte van 2012: dagelijks luisterden gemiddeld 78,0% van de Vlamingen naar de radio. Het marktaandeel van VRT-Radio in 2013 bedroeg 61,9% (ten opzichte van 60,7% in 2012)¹⁷.

MARKTAANDELEN RADIO



- Radio 1
- Radio 2
- Klara
- Studio Brussel
- MNM
- Nieuws+, MNM Hits, Klara Continuo
- Q-Music
- Joe FM
- Nostalgie
- Andere

¹⁷ In het VRT-Jaarverslag 2012 waren de radiostreamen Nieuws+, MNM Hits en Klara Continuo verkeerdelijk niet opgenomen in het VRT-totaal.

INTERNETRADIO

GEMIDDELD AANTAL INTERNETLUISTERAARS PER DAG IN 2012 EN 2013

BRON: NETINSIGHT/STREAMPOWER-DATA

	2012	2013
Radio 1	16.088	17.579
Radio 2	11.702	13.120
Klara	4.678	4.969
Studio Brussel	26.156	25.351
MNM	11.189	13.281
Klara continuo	2.728	2.635
MNM Hits	2.559	3.511
Ketnet	1.872	2.110
Sporza	2.513	2.090
TOTAAL	79.576	84.646

TOTAAL AANTAL UREN BELUISTERD VIA INTERNET IN 2012 EN 2013

BRON: NETINSIGHT/STREAMPOWER-DATA

	2012	2013
Radio 1	12.022.247	14.085.986
Radio 2	11.064.041	14.672.508
Klara	2.596.126	3.055.301
Studio Brussel	27.585.232	29.429.564
MNM	10.081.529	11.671.460
Klara continuo	1.874.885	2.175.649
MNM Hits	1.634.362	2.820.192
Ketnet	415.398	478.324
Sporza	827.669	765.319
TOTAAL	68.101.489	79.154.304

Via de VRT-radiospeler waren alle VRT-radio-netten online te beluisteren. De radiospeler bood livestreaming, recente uitzendingen, playlists en beelden vanuit sommige radiostudio's. In 2013 werd een bètaversie van een nieuwe radiospeler gelanceerd. Deze radiospeler (Radioplus) had extra aandacht voor de gebruikerservaring. De feedback van luisteraars wordt gebruikt voor de definitieve versie (lancering in 2014).

Het VRT-radio-aanbod werd door gemiddeld 84.646 personen per dag beluisterd via het internet. 79 miljoen uur werd live gestreamd. De grootste stijging qua luisterduur was voor Radio 2 (+31%) en de radiostroom MNM-Hits (+73%). Studio Brussel had het grootste aantal onlineluisteraars per dag (25.351).



De VRT bereikte bijna 3 miljoen luisteraars per dag.

Initiatieven

AANBOD

De VRT bereikte bijna 3 miljoen luisteraars per dag met vijf duidelijk geprofileerde radionetten. De jonge luisteraars werden o.a. bereikt met MNM en Studio Brussel. Deze netten hanteerden een 360°-strategie waarbij zij verschillende platformen (online, video, televisie, sociale media) inzetten om de band met de luisteraar te ondersteunen.

In 2013 lanceerden alle radionetten nieuwe programma's, zoals *Bonus* (Radio 1), *Frituur de wereld* (Radio 2), *Urbanice* (MNM) en *Linde Late Night* (Studio Brussel). Klara kreeg een nieuw programmaschema. Om beter aan te sluiten bij de behoeften van de Radio 1-luisteraar, werd in het najaar beslist om een vernieuwingstraject voor het net te starten. Eind januari 2014 kreeg Radio 1 zijn nieuwe programmaschema.

EVENEMENTEN

VRT-Radio kende nieuwe evenementen zoals *Klara's Top 100 in Concert*. Verschillende succesvolle evenementen uit het verleden, zoals *De marathonradio* (MNM), kregen een vervolg.

RADIOTALENT

De VRT werkte samen met jong radiotalent zoals voor *The Wild Bunch* (Studio Brussel) waarbij jongeren nachtradio konden maken. De VRT ondersteunde Strak FM en REC Radiocentrum (zie p. 23).

De VRT stimuleerde de creativiteit van haar radiomedewerkers, o.a. via informatiesessies met (internationale) experts (zoals de Wild Radio Day waaraan ruim 300 radiomedewerkers deelnamen).



Samen met de Unesco en andere radiostations over de hele wereld vierden de radionetten van de VRT op woensdag 13 februari 2013 voor de eerste maal Wereldradiodag. Met het initiatief wil de Unesco het belang van het medium radio benadrukken.



SYRIË 12-12 / HAIYAN 21-21

\\ Café Corsari

De VRT ondersteunde in 2013 twee grote humanitaire internationale campagnes.

► Syrië 12-12



Naar aanleiding van internationale verontwaardiging voor de vele slachtoffers van de burgeroorlog in Syrië kwam internationale noodhulp op gang. In België zamelde de actie *Syrië 12-12* financiële middelen in. De radionetten besteedden elk op hun manier aandacht aan de actiedag op 26 april, met onder meer interventies van reporters ter plaatse en getuigenissen in verschillende programma's. Ook op Eén, Ketnet en Canvas zetten een aantal programma's de actiedag in de kijker.

Samen met de andere Vlaamse omroepen liep er een campagnespot op radio en televisie.

► Haiyan 21-21



De Vlaamse omroepen ondersteunden de solidariteitscampagne *Haiyan 21-21* voor slachtoffers van de tyfoon die de Filipijnen trof, o.a. met een gemeenschappelijke campagnespot.

Daarnaast had de VRT ook redactionele aandacht voor de campagne in tal van programma's. Zo hield de VRT op vrijdag 15 november een actiedag. De radio- en televisienetten van de VRT hadden aandacht voor de ramp, de gevolgen ervan en de hulp die werd geboden. In een extra uitzending van *Café Corsari* (Eén) ging uitgebreid aandacht naar tal van acties.



W
Aan de actie
Schrijver zoekt
zanger was een
optreden in NT
Gent gekoppeld.

Radio 1

Altijd benieuwd¹⁸

MISSIE

Radio 1 is een open informatienet dat gedreven wordt door wat er in de wereld gebeurt en mensen inspireert in hun denken en voelen.

WAARDEN

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

De nieuwsdienstprogramma's *De ochtend* en *Vandaag* waren belangrijke programma's voor het informatienet Radio 1. Ze gaven duiding bij de belangrijkste nieuwsmomenten in 2013, o.a. door eigen verslaggevers ter plaatse (zoals een journalist die in Syrië de burgeroorlog volgde). *Bonus*, het actualiteitsprogramma op zaterdag, had aandacht voor positieve gebeurtenissen uit de voorbije week. In *Dageraadplaats*, het zondagse ochtendprogramma, kwamen 'sterke persoonlijkheden' en 'goede verhalen' aan bod.

In de programma's van Radio 1 ging er ruim aandacht naar verschillende maatschappelijke thema's. *Hautekiet* belichtte sociaal-maatschappelijke onderwerpen die luisteraars relevant vinden. De luisteraars konden hun meningen en oplossingen online (via de website, Facebook en Twitter) en op de radio geven. *Nieuwe feiten* ging in op verhalen achter het nieuws. *Interne keuken* bracht wekelijks wetenschappelijke, culturele, maatschappelijke en internationale thema's. De gesprekken in *Joos* gingen over cultuur en sociologische

en maatschappelijke onderwerpen. *Touché* hield wekelijks een diepgravend gesprek met een centrale (vaak culturele) gast. In enkele reeksen (zoals *Het spoor van Hannibal* over het hedendaagse Europa en *Terug naar Japan*) kwamen maatschappelijke, internationale en geschiedkundige gebeurtenissen en evoluties aan bod. *Een zomer in boeken* gaf een hele zomer literaire tips.

Op Radio 1 was er plaats voor livesportverslaggeving. In *Sporza Tour* werd de 100ste Ronde van Frankrijk op de voet gevolgd. Wat betreft voetbal had *Sporza Radio* aandacht voor het Belgische en Europese voetbal en werd verslag gedaan van de WK-campagne van de Rode Duivels. Andere sporten waarvan verslag werd gedaan waren o.a. atletiek, hockey, volleybal en gymnastiek.

De muziek op Radio 1 was hoofdzakelijk een mix van hedendaagse en klassieke pop & rock-muziek met extra aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige muziek (zie p. 36). Radio 1 bracht concertverslagen en verslaggeving van verschillende muziekfestivals. Het net had specifieke muziekprogramma's zoals *Sonar*, *Allez Allez* en *Exit*.

Voor zijn aanbod werkte het net samen met de culturele sector, de muzieksector, de sportsector en de mediasector. Door geregeld uit te zenden vanop een locatie van een externe partner, versterkte de zender de relatie met zijn luisteraars.

ONLINE-AANBOD

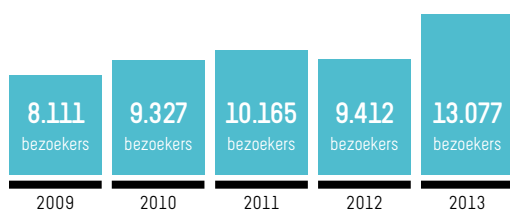
- ▶ Radio1.be bereikte 13.077 bezoekers per dag (61% meer dan in 2009). De website werd door *Hautekiet* actief ingezet, bijvoorbeeld voor een schooltest. In samenwerking met De Standaard kon iedereen op Radio1.be zijn taal-IQ testen. Ongeveer 100.000 personen deden dat. Op muzieklak stonden op Radio1.be o.a. concertverslagen, muzikale reeksen en nieuwe releases.
- ▶ Het aantal Facebook-fans van Radio 1 steeg tot 15.374 eind 2013 (+45,6% ten opzichte van eind 2012). Het aantal volgers van de Radio 1-Twitteraccount steeg tot 28.192 eind 2013 (+63,7% ten opzichte van eind 2012).



¹⁸ Baseline vanaf 27 januari 2014. In 2013 was de slagzin nog 'Meteen mee'

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO1.BE
(2009-2013)

BRON: METRIWEB



Radio 1 werkte samen met de culturele sector, de muzieksector, de sportsector en de mediasector.

EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- ▶ Onder de noemer *Radio 1-sessies* verzorgden vijf artiesten (samen met gastartiesten) vijf concerten. De reeks werd ook op OP12 uitgezonden.
- ▶ Tijdens het Openluchttheater Rivierenhof was er een *Rolling Stone Sessie* met Vlaamse artiesten die werk brachten van The Rolling Stones.
- ▶ Tijdens Dranouter Festival was er een *Radjoweejn Sesje* met West-Vlaamse artiesten.
- ▶ Radio 1 en Sporza organiseerden, naar aanleiding van de 100ste Tour de France, *Sporza Merckx*. Op dit evenement brachten de gasten uit de wereld een eerbetoon aan Eddy Merckx.



Radio 1-sessies



Sporza Merckx



W
De winnaar
van Zomerhit
2013 was Ozark
Henry

Radio 2

De grootste familie. Nog dichtbij 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. Alerteit.

In 2013 focuste Radio 2 op de verstaanbaarheid, helderheid en relevantie van het nieuws. Het net bracht regionale, nationale en internationale berichten en ging op zoek naar wat het nieuws voor de luisteraar betekent. Door de interactie tussen de nieuwslezer en de presentator van een programma te verhogen, verbeterde de toegankelijkheid van de berichtgeving. Radio 2 Antwerpen startte een proefproject met het verspreiden van regionaal nieuws via Twitter. Meerdere keren per dag ontkoppelde Radio 2 voor uitzendingen vanuit de Vlaamse regio's (tussen 6 en 9 u, tussen 12 en 13 u en tussen 16 en 18 u).

Radio 2 besteedde aandacht aan de maatschappelijke gebeurtenissen en vulde die aan met verhalen waar luisteraars zich mee verbonden voelen. Radio 2 onderzocht, een jaar na de gemeenteraadsverkiezingen, de financiële toestand van de Vlaamse gemeenten. Het proces-De Gelder (genoemd naar de moordenaar van twee baby's en een vrouw) werd o.a. in *Voor de dag* nauw opgevolgd. In dat programma bood de rubriek *Inspecteur Decaluwé* informatie voor de consument.



Radio 2 had in zijn muzikaanbod aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige muziek. In *Hitwinkel* was er elke dag een *Viva Vlaanderen-journaal* met nieuws over Vlaamse artiesten. *Het muziekcafé* gaf een podium aan Vlaamse artiesten met optredens en interviews. *De Vlaamse top 10* bracht elke week de top 10 van Nederlandstalige Vlaamse muziek. Het zomerse muziekprogramma *Vlaanderen Muziekland* legde het accent op Vlaamse producties en nieuwe uitgaven. Radio 2 gaf een forum aan nieuw talent, o.a. met *De muziekklas* (een muzikale zoektocht met nieuwe nummers) en met Nederlandstalige covers van anderstalige nummers.

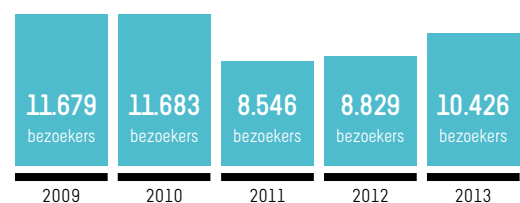
Na tien jaar keerde het komische ontspanningsprogramma *De zoete inval* terug, aangepast aan de radio-behoefte van 2013. *De klassiekers van de jaren '80*, een week in het teken van muziek uit dat decennium, kreeg een eigen *Vinyl top 80*. Het zomerprogramma *Plage Préférée* werd uitgezonden vanop locatie. In een ander zomerprogramma, *Frituur de wereld*, brachten luisteraars verslag uit van hun vakantie.

ONLINE-AANBOD

- ▶ Radio2.be bereikte gemiddeld 10.426 unieke bezoekers per dag (+18% ten opzichte van 2012). Op de slotdag van de eindejaarstop *1000 klassiekers* surfden 50.835 unieke bezoekers naar de website.
- ▶ Het aantal fans van de Radio 2-Facebookpagina steeg met 74% (onder meer dankzij de 1000 klassiekers) tot 19.679 fans eind 2013 (ten opzichte van 8.047 fans eind 2012¹⁹).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO2.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



¹⁹ In het VRT-Jaarverslag 2012 stond een verkeerd cijfer voor het aantal fans van de Facebookpagina van Radio 2.

Programma's als Het muziekcafé en Vlaanderen Muziekland besteedden uitgebreid aandacht aan Vlaamse producties en artiesten.

ACTIES EN EVENEMENTEN

De acties en evenementen van Radio 2 ondersteunden de band met de luisteraars. Enkele voorbeelden:

- ▶ In mei hield Radio 2 *Een zaterdag van de jaren '90* met programma's uit dat decennium.
- ▶ *Zomerhit* (dat ook op Eén werd uitgezonden) was een live-muziekevenement dat de zomerhit van het jaar bekroonde.
- ▶ *De Eregalerij* is een jaarlijks evenement van Radio 2 en SABAM waarop Vlaamse muzikale artiesten voor hun bijdrage aan de Vlaamse muziekgeschiedenis bekroond werden. In 2013 werd een samenvatting op Eén uitgezonden. Het evenement kreeg extra aandacht met een rechtstreekse uitzending van *De volgelingen*.
- ▶ De eindejaarstop van Radio 2 *1000 klassiekers* werd uitgezonden vanuit een Antwerps café.
- ▶ De actie *Goed gezien, hier wordt je provincie beter van* (in samenwerking met de Koning Boudewijnstichting, de Vlaamse provincies en Het Nieuwsblad) belichtte burens-engagement. In elke provincie werden telkens drie projecten beloond.



Goed gezien, hier wordt je provincie beter van



Huiskamerconcert van Kato



De zoete inval

- ▶ De eerste editie van *Radio 2 trakteert* vond plaats in Kortrijk. Radio 2 deelde in een live-uitzending gratis olieballen uit aan de toeschouwers.
- ▶ *Het Radio 2-zomerrestaurant* was een pop-up-restaurant in verschillende Vlaamse steden.
- ▶ Op *De Radio 2 Tuindag* konden luisteraars planten aanschaffen en live een uitzending bijwonen van een Radio 2-programma.



De strafste school van Vlaanderen

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 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: optimisme, groepsgevoel, engagement, openheid, inspiratie en authenticiteit.

MNM was in 2013 de instapradio voor veel jonge en nieuwe Vlamingen naar het VRT-aanbod.

MNM bracht nieuws en informatie van de VRT-nieuwsdienst en afgestemd op de (jonge) luisteraar. In verschillende programma's was er uitleg bij het nieuws, zoals in *De grote Peter Van de Veire Ochtendshow* en *Planeet De Cock*. Jongeren konden in *Generation M* meepraten over jongerenthema's. MNM bood verkeersinformatie met vaste stemmen in de spitsuren. Oktober was de maand van de verkeersveiligheid bij MNM. Het net werkte samen met verschillende partners, zoals VAB en de Vlaamse Stichting Verkeerskunde.

De MNM-programma's stelden muziek en artiesten centraal. Daarbij ging veel aandacht naar Vlaamse muziekmakers. Het net had verschillende muzikale themaweeken zoals *Back to the 90's* en *MNM1000* en muziekweekends zoals *Het 80's weekend*. In het *MNM100-Café* kwamen Vlaamse artiesten en nieuwe

talenten uitgebreid aan bod. In *UrbaNice* ging aandacht naar urban artiesten, muzikalent en stand-up-comediants. MNM gaf kansen aan jong Vlaams dj- en presentatietalent, bijvoorbeeld in de weekendprogramma's. Op vrijdagavond in de zomermaanden stelde het urban dj-talent Lady S de speellijst samen van het programma *MNM Summerclub in da mix*.

Het programmaschema werd doorbroken voor speciale programma's over thema's die leven bij jongeren. Zo was er een uitzending van *Generation M* over daklozen en maakte MNM, samen met de Taaltelefoon, radio-uitzendingen vanop De Boekenbeurs van Antwerpen.

MNM werkte regelmatig samen met Vlaamse partners uit diverse sectoren die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen, zoals Poppunt (voor o.a. *Start to DJ*), Teleblok (voor *De marathonradio*) en Let's Go Urban en Sensoa (voor *Generation M*).

MNM HITS



MNM Hits bracht non-stop muziek gebaseerd op de MNM-speellijst. Bij sommige acties werd het muziek-aanbod aangepast. Zo werd bijvoorbeeld *MNM1000* van 2012 heruitgezonden als aanvulling bij de *MNM1000* van 2013 dat te horen was op MNM. MNM Hits had gemiddeld 11.739 luisteraars per dag²⁰.

ONLINE-AANBOD

- ▶ De radiobeleving werd doorgetrokken op MNM.be en de sociale media (360°-aanpak). Die platformen werden ingezet om reacties en inzichten van de luisteraars te kennen en te gebruiken.
- ▶ Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van MNM.be steeg met 37% ten opzichte van 2012 tot 15.351. De website bevatte extra informatie en audio- en videofragmenten van MNM-programma's. Naar aanleiding van *MNM1000* en *De marathonradio* trok MNM.be extra bezoekers. Tijdens *De marathonradio* werd de homepage gevuld met een livevideostream vanuit de MNM-studio en een interactieve tijdlijn.

²⁰ Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie.



MNM bracht thema's als verkeersveiligheid op maat van de jonge luisteraars.

- ▶ Het aantal Facebookfans steeg met 37% tot 114.827 eind 2013 (ten opzichte van 83.900 eind 2012). Het aantal volgers op Twitter steeg met 87% tot 48.540 eind 2013 (ten opzichte van 25.959 eind 2012). MNM maakte gebruik van Instagram om extra beleving te creëren. Met *De marathonradio* stuurden ruim 5.000 studenten een foto van hun studeerplaats door via het sociale netwerk.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR MNM.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- ▶ Verschillende programma's zoals *De grote Peter Van de Veire Ochtendshow* zonden soms uit vanop locatie zodat luisteraars direct in contact kwamen met het programma.
- ▶ MNM bracht verschillende occasionele programma's naar aanleiding van evenementen, zoals *De grote verkeersquiz*.
- ▶ De MNM-actie *FC United* zocht naar de leukste verenigingen van Vlaanderen.
- ▶ Samen met het BIVV had MNM een campagne gericht op jonge bestuurders (*Je eerste 1.500 km zijn de gevaarlijkste*).
- ▶ Met *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* bracht MNM werkgevers en werkzoekenden met elkaar in contact.



\\
Je eerste 1.500 km zijn de gevaarlijkste



\\
FC United

- ▶ MNM ging op zoek naar de Vlaamse school die de titel van *De strafste school* verdiende.
- ▶ *De marathonradio* ondersteunde studenten tijdens de blokperiode. Ook op MNM.be en gedeeltelijk op OP12 kon de radio-actie gevolgd worden.
- ▶ Met *Zotte zaterdag* zette MNM haar luisteraars aan om 'plezante/positieve acties' te doen. Op MNM.be kon via een webcast de uitzending live gevolgd worden.
- ▶ *MNM Summer Sing Your Song* was een zomertour door Vlaanderen waarbij luisteraars hun hits konden meezingen met een liveband.



Studio Brussel ondersteunde met Studio Brusselle vrouwendag

Studio Brussel

Life is music

MISSIE

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

WAARDEN

De centrale waarden van Studio Brussel zijn: avontuur, openheid, betrokken en originaliteit.

Muziek stond centraal bij Studio Brussel. Het muziek-aanbod was gevarieerd en op jongeren gericht. Verschillende programma's, acties en themadagen boden een gespecialiseerd muziek-aanbod. *Select* bracht alternatieve muziek, *Duyster* intiemistische muziek, *Switch* dansmuziek, *Murdock* drum, bass en dubstep, enzovoort. In *The Sound of Belgium* stond de Belgische dansmuziek centraal. *Sixties* was een reeks met muziek uit de jaren zestig. *Rapper's Delight* was een themadag over de oorsprong van rap en hiphop. Verschillende toplijsten van bepaalde muziekgenres werden door de luisteraars samengesteld, zoals *De tijdloze*, *Album 100* en *De zwaarste lijst*.

Elk uur kreeg de Studio Brussel-luisteraar een nieuwsupdate op maat. Bij belangrijke nieuwsfeiten werd extra duiding gegeven.

De sociale betrokkenheid van Studio Brussel weer-spiegelde zich o.a. in evenementen (zie hieronder) en live-uitzendingen, zoals bij 'De dag van de jeugdbeweging', 'De dag van de jeugdhuizen' en de start van het academiejaar.

Ook voor sport was er aandacht, o.a. in *Studio Sport*. In *Studio Brasil* werden De Rode Duivels aangemoedigd door de luisteraars. In 'De week van de sportclub' ging het programma *De Sportclubquiz* op zoek naar de slimste sportclub. Studio Brussel bracht speciale uitzendingen vanop sportevenementen zoals de Ten Miles van Antwerpen en De watersportdag.

Gunther D werd een humor-programma in primetime. Studio Brussel bood ook nieuwe programma's met bijvoorbeeld *Linde Late Night* en het verzoekprogramma *Nightcall*. Nieuwe radiotalenten kregen de kans om in *Wildbunch* radio te maken. Onder de noemers *Dreamville Radio* (bij Tomorrowland) en *Pukkelpop FM* (bij Pukkelpop) zorgden jonge radiomakers voor campingradio met camping- en festivalinformatie, verslaggeving en muziek, vanop de festivalcamping.

ONLINE-AANBOD

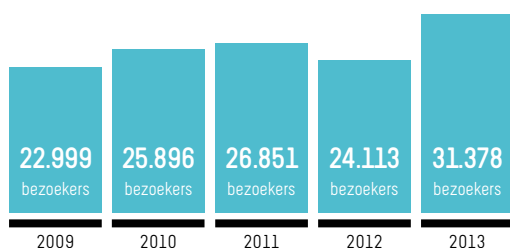
Studio Brussel bood een 360°-beleving met naast een radio-aanbod ook een online-aanbod en een aanbod via de sociale media.

- ▶ De luisteraars konden online de leukste radiomomenten herbeleven, meekijken achter de schermen en extra onlinecontent raadplegen. Het online-aanbod werd naar aanleiding van de zomerfestivals uitgebreid met verslaggeving. De Club69-concerten werden live gestreamd. StuBru.be bereikte in 2013 gemiddeld 31.378 bezoekers per dag. De meeste bezoekers telde de site met *Music for Life*, *De tijdloze* en de zomerfestivals.
- ▶ Eind 2013 had Studio Brussel 299.303 fans op Facebook (of +19% ten opzichte van eind 2012). Het aantal Twitter-volgers steeg met 52% tot 149.984 eind 2013.
- ▶ Studio Brussel verzamelde via Instagram foto's, o.a. vanop de festivals. Eind 2013 had het net 27.998 volgers op Instagram.



GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR STUBRU.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



De Vlaming kon voor Music For Life zelf zijn goede doel opgeven.

ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- ▶ *Living room* was een akoestisch muziekoftreden (van o.a. Hooverphonic en Bastille) bij een luisteraar thuis.
- ▶ *All Areas* waren live-uitzendingen vanop de zomerfestivals. Studio Brussel bracht ook livecaptaties, zoals vanop I Love Techno en Museum Night Fever.
- ▶ De optredens in *De nieuwe lichtung* waren een ondersteuning voor jong muzikalent.
- ▶ *Club 69* gaf een podium aan binnen- en buitenlandse muziktoppers.
- ▶ *On The Rox* was een evenement met concerten en dj-sets.
- ▶ Een concertboot *Music Cargo* met Belgische muziekgroepen meerde aan in drie Vlaamse steden.



MUSIC FOR LIFE



Music for Life maakte van de week voor kerst *De warmste week*. De Vlaming kon zelf zijn goede doel opgeven. Uiteindelijk namen meer dan 700 goede doelen deel. Voor de criteria om deel te nemen, de toekenningen en de financiële opvolging werd een beroep gedaan op de Koning Boudewijnstichting. Meer dan 1.800 acties werden georganiseerd. Drie presentatoren presenteerden een week lang in de openlucht, live vanuit Boom.

Tijdens De warmste week had StuBru.be 59.719 unieke bezoekers per dag²¹.



²¹ Bron: CIM-Internetstudy



W
Klara For Kids

Klara

Blijf verwonderd

MISSIE

Klara creëert een 'slowzone' waar plaats is voor de essentie en waar je kunt genieten van de schoonheid in klassieke muziek.

WAARDEN

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

Klara focuste op muziek en cultuur. Het net kreeg in september 2013 een nieuw programmaschema dat afgestemd was op de behoeften van de luisteraar. In het ochtendprogramma *Espresso* kwam het brede klassieke repertoire en het belangrijkste cultuurnieuws aan bod. In *Klassiek leeft* werd de leefwereld van de luisteraar in verband gebracht met vaste waarden uit de klassieke muziek. *Maestro* focuste op een artiest en bracht dagelijks een concertopname. *Pompidou* was een kunstprogramma met aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. *Happy Hour* gaf culturele tips voor het weekend. *Django* bracht een mix van jazz en klassieke muziek. *Klara live* zond eigen of EBU-opnames van concerten uit. *Late Night* bood kosmische muziek, hedendaags klassieke muziek, experimentele pop en wereldmuziek. In *De liefhebber* was de centrale gast een liefhebber van klassieke muziek.

Op zondagavond waren er speciale reeksen, zoals *De Bach Code* (over de cellosuites van Bach) en *Weg van Wagner* (naar aanleiding van de 150ste geboortedag van de componist). *Viva Verdi* herdacht Giuseppe Verdi. De 100ste verjaardag van *Le Sacre du Printemps* van Stravinski lag aan de basis van de reeks *Le Sacre*.

Verder waren er nog o.a. een reeks naar aanleiding van de 50ste editie van het MA-festival, *The Original Soundtrack* (met filmmuziek) en specials over de componisten John Dowland en Benjamin Britten. Ook op andere uitzendmomenten waren er muziekspecials zoals *Dat heet dan gelukkig zijn* (een reeks over geluk).

KLARA CONTINUO

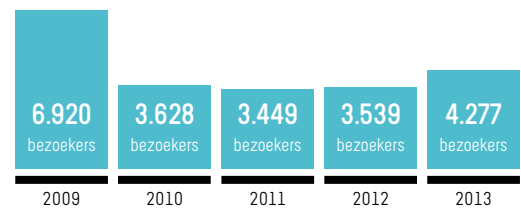


Het digitale net Klara continuo bracht non-stop klassieke muziek. Gemiddeld luisterden 5.199 luisteraars per dag naar de muziekstroom.²²

ONLINE-AANBOD

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KLARA.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



- ▶ Klara.be bood hoofdzakelijk programma-informatie. In de rubriek *Klara's 10* werd een selectie van de klassieke releases aangeboden.
- ▶ Naar Klara.be surfden per dag gemiddeld 4.277 personen.
- ▶ Het aantal fans van de Klara-Facebookpagina steeg met 55% tot 14.455 eind 2013 (onder meer dankzij de *Klara's Top 100-actie*).



²² Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie.

Dankzij een multimediale aanpak bereikte de Koningin Elisabethwedstrijd bijna een half miljoen Vlamingen.

ACTIES & EVENEMENTEN

Met acties en evenementen speelde Klara in op haar publiek, zoals met:

- ▶  In januari vond de tweede editie van *Klara in de Singel* (een evenement over muziek, literatuur en theater) plaats.
- ▶ In coproductie met HETPALEIS organiseerde het net *Klara for Kids*.



- ▶ *Baza(ar) Belg(i)e* was een 100-delige radioserie (uitgezonden in *Espresso*) waarin 100 werken uit Belgische collecties werden voorgesteld. Aan de reeks was een tentoonstelling gekoppeld in de Centrale For Contemporary Art.
- ▶ In mei had Klara uitgebreid aandacht voor de *Koningin Elisabethwedstrijd*.
- ▶ De negende editie van *Klara Festival - Go Crystal Tears* bood vijf concerten van componisten uit de romantische periode.
- ▶ Naar aanleiding van *Klara's Top 100* organiseerde Klara, in samenwerking met 30CC en Brussels Philharmonic, *Top 100 in concert*.
- ▶ Klara was de structurele partner van Jazz Middelheim.

DE KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD



De Koningin Elisabethwedstrijd was in 2013 gewijd aan de piano. Vanaf de halve finale (met nog 24 laureaten) werd de wedstrijd gevolgd en geduid op Klara, Klara.be en Cobra.be. Door de wedstrijd vanaf de finaleweek op OP12 integraal uit te zenden en in herhaling op Canvas, keken er in totaal 435.000 Vlamingen (+25% ten opzichte van 2012). De websites boden achtergrondinformatie bij de wedstrijd. Op Cobra.be werden meer dan 200.000 videofragmenten van de wedstrijd afgespeeld.

Ruim 1.200 luisteraars, kijkers en surfers namen (via Klara.be, Canvas.be en Cobra.be) deel aan de stemming naar wie de publiekprijs moest gaan.

In de marge organiseerde Cobra.be een tweede editie van *Cobra's Classic Battle*. Alle personen van 6 tot 17 jaar die piano spelen, konden meedoen. Zij konden een filmpje (laten) maken van zichzelf aan de piano en dat posten op Cobra.be.

Klara en Canvas zonden ook het Laureatenconcert en het Preludeconcert uit die gekoppeld zijn aan de wedstrijd.





De Klara's

Muziekaanbod

De VRT-radionetten hadden samen een muziekaanbod dat even divers was als voorheen. Dat werd in 2013 permanent opgevolgd en eventueel bijgestuurd. Op de VRT-radionetten bleef de variatiegraad van de gespeelde nummers stabiel ten opzichte van 2012.²³ Ook de variatie van de gespeelde artiesten bleef op hetzelfde niveau.²⁴

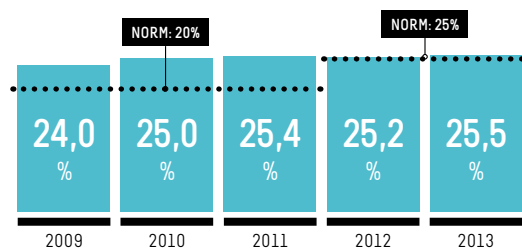


Radio 2 plaatste Toots Thielemans in De Eregalerij

VLAAMSE PRODUCTIES

Op alle VRT-radionetten samen bestond 25,5% van alle muzieknummers uit Vlaamse muziek²⁵ (norm: 25%). Dat aandeel was opnieuw wat hoger dan de voorgaande jaren.

AANDEEL VLAAMSE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2009-2013)



²³ Deze verhouding was voor Radio 1 0,69 (t.o.v. 0,70 in 2012), voor Radio 2 0,66 (t.o.v. 0,66), voor Studio Brussel 0,47 (t.o.v. 0,45) en voor MNM 0,35 (t.o.v. 0,35). Dichter bij 0 betekent een lagere variatie binnen de eigen speellijst.

²⁴ Deze verhouding was voor Radio 1 0,41 (t.o.v. 0,42 in 2012), voor Radio 0,39 (t.o.v. 0,39), voor Studio Brussel 0,28 (t.o.v. 0,26) en voor MNM 0,24 (t.o.v. 0,22). Dichter tegen 0 betekent een lagere variatie binnen de eigen speellijst.

²⁵ Bron: VRT-Studiedienst op basis van de speellijsten van de VRT-radionetten.

Waar nodig werden de selectiecriteria voor de muzieksamenstelling bijgestuurd. In verschillende programma's waren er gastoptredens van en interviews met Vlaamse artiesten. Daarnaast namen de verschillende radionetten nog specifieke initiatieven ten gunste van de Vlaamse muzieksector, o.a.²⁶:

- ▶ De verschillende netten hadden naar aanleiding van de Vlaamse feestdag extra aandacht voor Vlaamse muziekproducties. MNM en Klara bijvoorbeeld zonden op 11 juli enkel Vlaamse muziek uit.
- ▶ *De Radio 1-sessies*, *Rolling Stone Sessie* en *Radio-woejn Sesje* (zie p. 27)
- ▶ *Zomerhit* en *De Eregalerij* van Radio 2 (zie p. 29)
- ▶ Verschillende Vlaamse muziekgroepen zonder platencontract kregen, in samenwerking met Poppunt, een plek op de speellijst van Radio 1.
- ▶ Elke dag was er in *Hitwinkel* (Radio 2) een *Viva Vlaanderen-journaal* met nieuws over de Vlaamse artiesten. *Muziekcafé* bood een podium voor Vlaamse artiesten.
- ▶ Een medewerker van Radio 2 werd verantwoordelijk voor de communicatie en de relatie met de Vlaamse muzieksector.
- ▶ *Klara in deSingel* was een muziekevenement met aandacht voor de Vlaamse muzieksector. Tijdens het evenement werden, in samenwerking met Muziekcentrum Vlaanderen, muziekprijzen (*De Klara's*) uitgereikt aan Vlaamse klassieke componisten, vocalisten en muzikanten en een carrièreprijs.
- ▶ Jong muzikalent kon een muzieknummer uit de *MNM1000* in professionele omstandigheden opnemen en dat live spelen op de startdag van *MNM1000* en in het *MNM1000 Café*.
- ▶ *UrbaNice* gaf een platform aan Vlaams urban music-talent. Aan het muziekprogramma werd een hiphop-evenement gekoppeld in de Lotto Arena. Voor het programma werd samengewerkt met Vlaamse jeugdhuisen.
- ▶ *Start to DJ* was een zoektocht van MNM naar Vlaams dj-talent.
- ▶ *De nieuwe lichtung* (Studio Brussel, en te bekijken op OP12) was een talentenjacht naar Vlaams talent in samenwerking met Poppunt.

²⁶ De uitreiking van de Music Industry Awards (MIA's) voor 2013 (waarvan de VRT samen met Muziekcentrum Vlaanderen de organisator is) werd om productionele redenen verplaatst naar februari 2014.

25,5% van alle muziek op VRT-radio was Vlaamse muziek.

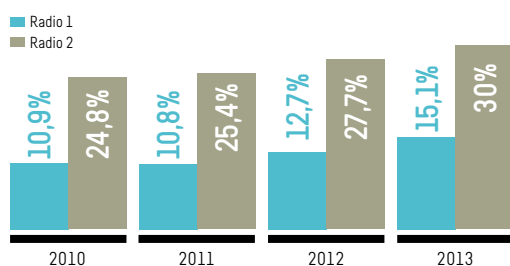
- *On the Rocks: School's out Party* (Studio Brussel) was een evenement, in samenwerking met het Openluchttheater Rivierenhof, met optredens van Vlaamse artiesten.

- Radio 2 had een dialectenactie waarbij bekende Vlamingen een liefdeslied schreven en zongen.
- Vlaamse artiesten coverden een Nederlandstalig nummer voor *De grote prijs Will Tura* (MNM).

NEDERLANDSTALIGE MUZIEK

Nederlandstalige muziek kreeg aandacht op de VRT-radionetten. Onderstaande grafiek toont aan dat het aandeel Nederlandstalige muziek op Radio 1 en Radio 2 in vier jaar tijd is toegenomen. In 2013 was 15,1% van de muzieknummers op Radio 1 Nederlandstalig (ten opzichte van 12,9% in 2012). Op Radio 2 was dat 30,0% (ten opzichte van 27,7% in 2012).²⁷ De normen (Radio 1: 15% en Radio 2: 30%) uit de beheersovereenkomst werden behaald.

AANDEEL NEDERLANDSTALIGE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2010-2013)



De VRT nam specifieke initiatieven ter ondersteuning van de creatie van Nederlandstalige muziekproducties in Vlaanderen. Enkele voorbeelden:

- Het programma *Joos* (Radio 1) had een reeks *Schrijver zoekt zanger* waarbij auteurs en muzikanten samen nieuwe Nederlandstalige muziek brachten. Een voorstelling in het NT Gent en een cd volgden erop.
- *Het hol van De Leeuw* (Radio 1) was een programma met Nederlandstalige muziek uit Vlaanderen en Nederland.
- Radio 2 zond wekelijks integraal de *Vlaamse Top 10* van Ultratop (de best verkochte Vlaamse Nederlandstalige singles) uit.

SAMENWERKING MUZIEKPARTNERS

Samenwerking met Muziekcentrum Vlaanderen

Muziekcentrum Vlaanderen is het officieel muzieksteunpunt van de Vlaamse Gemeenschap. Het was in 2013 het vaste aanspreekpunt van de VRT voor de professionele muzieksector. Op het VRT-cultuursalon ging er aandacht naar interculturaliteit in de muziek. Met de vertegenwoordigers van de Vlaamse populaire muzieksector was er overleg over het aanbod van Vlaamse populaire muziek op Radio 2.

Artiesten

De VRT deed voor haar eigen producties regelmatig een beroep op Vlaamse artiesten voor het componeren en produceren van muziek (tunes, jingles, generiekmuziek, fictiemuziek), zoals Brahim (voor de *Move tegen pesten*, Ketnet) en Selah Sue (voor *De Ridder*, Eén).

Concertcircuit

De VRT had overeenkomsten met Vlaamse concertpromotoren en -zalen, zoals Live Nation, Ancienne Belgique en Bozar. De omroep ondersteunde muziek-evenementen en was aanwezig op grote muziekfestivals, zoals Rock Werchter, Dranouter en Gent Jazz. Van sommige festivals was de VRT coproducent, zoals Jazz Middelheim (Klara in samenwerking met vzw Jazz & Muziek) en *On The Rocks* (Studio Brussel in samenwerking met Openluchttheater Rivierenhof).

Platenmaatschappijen

De VRT werkte samen met Belgische platenmaatschappijen om artiesten aandacht te geven door middel van airplay, interviews, acties, opnames, optredens, enzovoort. VRT Line Extensions bracht in samenwerking met de platenmaatschappijen verschillende VRT-muziekcompilaties uit.



²⁷ Bron: VRT-Studiedienst op basis van de speellijsten van de VRT-radionetten.



60 JAAR TELEVISIE

Op 31 oktober 2013 was het 60 jaar geleden dat de eerste Nederlandstalige televisie-uitzending van het NIR²⁸ in de ether werd gestuurd. De VRT vierde dit op Eén (o.a. met een speciale aflevering van *Café Corsari*) en met de tentoonstelling *Lang leve de tv!*.

De televisieroute (Eén) bracht 'de leukste verhalen uit 60 jaar televisie' met fragmenten uit VRT-programma's voorzien van commentaar van bekende en onbekende Vlamingen en programmamedewerkers.

Lang leve de tv! was een interactieve tentoonstelling over 60 jaar televisie. In de Gentse Sint-Pietersabdij konden bezoekers hun favoriete televisieprogramma 'herbeleven'. De tentoonstelling bevatte originele decors en kostuums. Legendarische fragmenten konden ter plekke herbekeken worden.



28 NIR: Nationaal Instituut voor Radio-Omroep was de vroegere openbare omroep en een voorloper van de VRT.

Gemiddeld keek de Vlaamse kijker 1 uur en 55 minuten per dag naar VRT-Televisie.

TELEVISIEKIJKEN IN VLAANDEREN

Ruim twee derde van de Vlamingen ouder dan 4 jaar keek (68,3%) in 2013 dagelijks naar televisie. Gemiddeld deden zij dat 4 uur en 3 minuten per dag, 11 minuten meer dan in 2012. 94,0% van het totale televisiegebruik ging naar live tv-kijken²⁹. De overige 6,0% ging naar uitgesteld kijken: in 2013 keek de Vlaamse kijker gemiddeld 10 minuten per dag uitgesteld naar televisie (ten opzichte van 9 minuten in 2012). Naar fictieprogramma's werd voor 12,7% (van de totale fictiezendtijd) uitgesteld gekeken. Sport en informatie werden vrijwel enkel live bekeken.

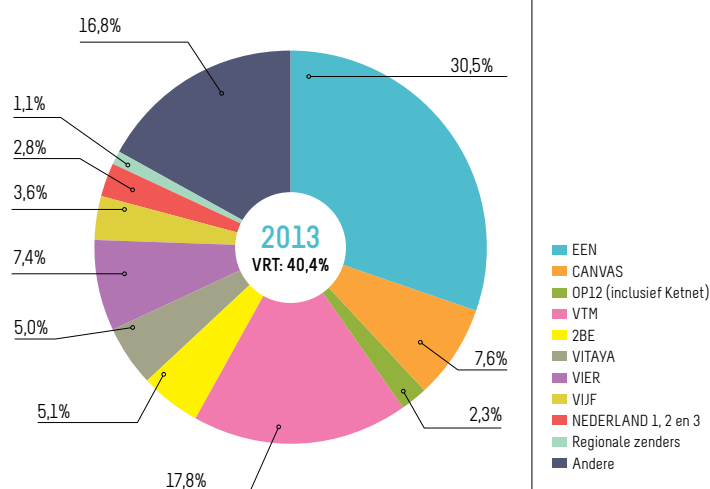
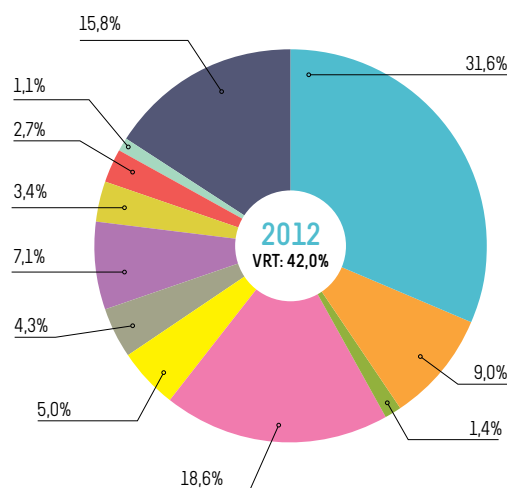
Het kijkgedrag van de Vlaming verschilt naargelang de bevolkingsgroep waartoe hij behoort. Zo keken 65-plussers relatief veel lang en live (in 2013 keek 85,6% dagelijks). Kinderen en jongeren (4-24 jaar) keken relatief veel minder (in 2013: 52,4% dagelijks), minder lang en vaker uitgesteld.³⁰

KIJKEN NAAR VRT-TELEVISIE

Dagelijks bereikte de VRT 2,9 miljoen Vlamingen met Eén, Canvas en Ketnet/OP12 (ongeveer 100.000 minder dan in 2012). VRT-Televisie haalde een marktaandeel van 40,4% (2,4 procentpunten minder dan in 2012). Gemiddeld keek de Vlaming die televisie kijkt (en ouder is dan 4 jaar) dagelijks 1 uur en 55 minuten naar VRT-Televisie, 2 minuten meer dan in 2012.³¹

MARKTAANDELEN (%) TELEVISIE OP VLAAMSE MARKT³² 2012

BRON: CIM



²⁹ Sinds 2013 is dat inclusief de gastkijkers.

³⁰ Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten (en minimaal 15 minuten na elkaar).

³¹ Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten (voor 2012 en 2013). Sinds 2013 wordt door CIM ook de gastkijkers meegerekend.

³² Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten (en minimaal 15 minuten na elkaar) (sinds 2013 worden de gastkijkers meegerekend, cijfers voor 2012 in die zin ook berekend).



\\
Ten oorlog

Eén Ieder zijn Eén

MISSIE

Eén is een breed generalistisch net dat de vinger aan de pols houdt bij wat er leeft in Vlaanderen, en hierin een houvast biedt. Eén is een plek waar iedereen welkom is om verhalen en emoties te delen: waar mensen kunnen samenkomen om te lachen en te huilen, te praten en te luisteren en waar ze gewoon zichzelf kunnen zijn. Eén is thuishomen.

WAARDEN

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

De programmaschema's³³ van Eén bevatten in 2013 enerzijds een aantal 'vaste waarden' (programma's die de voorbije jaren gewaardeerd werden door kijker) die geactualiseerd werden en anderzijds nieuwe programma's.

Eén werkte aan een verbreding van zijn aanbod zodat het net ook bij jongeren een voldoende groot bereik behield. Twee jongeren reisden acht maanden door acht landen en filmde zelf wat ze meemaakten. Die opnames leidden tot de reeks *Bye Bye Mama*. In de reeks *Missie Mosango* werden zes jonge hulpverleners die naar Congo trokken gevolgd. In *Lust for Life* hadden jonge programmamakers aandacht voor o.a. design, mode, reizen en eten. Het magazine *Voor hetzelfde geld* bracht reportages over zaken waar jonge consumenten mee bezig zijn.

Eén vervulde de informatieopdracht in de eerste plaats via zijn vier dagelijkse journaals (13 u, 18 u, 19 u en 22.15 u). *Koppen (XL)* bracht reportages over de brede actualiteit. *De zevende dag* belichtte de (politieke) actualiteit. Bij belangrijk nieuws waren er extra nieuwsuitzendingen (onder de noemer *VRT Nieuws Live*). In *Volt* was er plaats voor debat over maatschappelijke thema's. *Ook getest op mensen* focuste op de levenskwaliteit en het welzijn.

De journaals van 18 u en 19 u hoorden tot een vaste horizontale programmering samen met het kookprogramma *Dagelijkse kost*, het spelprogramma *Blokken*, het magazine *Iedereen beroemd*, de soap *Thuis* en de talkshow *Café Corsari*.³⁴

Vlaamse fictie was er o.a. met *Salamander*, *Albert II*, *Eigen kweek* en *De Ridder*. Vlaamse muzikanten en muziek kregen een podium o.a. in *Sing that Song*, *Café Corsari* en *Vlaanderen Muziekland*.



eén

³³ In elke periode van het jaar: voorjaar, zomer en najaar.

³⁴ In de zomermaanden waren de vaste afspraken: het magazine 1000 zonnen, het spelprogramma De premiejagers, de fictiereeks FC De Kampioenen en de talkshow Vanthilt On Tour.

Actuele maatschappelijke thema's kwamen aan bod in verschillende programma's zoals de reeks *Ten oorlog* (over de frontlijn van WOI), de reeks *1 op 10* (over gezinnen in armoede), de reeks *De bleekweide* (over jongeren in therapie), *Topstarter* (over startende ondernemers)³⁵, de documentaire reeks *Beroepen zonder grenzen* (over het uitoefenen van beroepen in andere landen) en de reisprogramma's *Reizen Waes* en *De baard van Bartel*. *Convoi exceptionnel* volgde drie studenten geneeskunde die met een zelfgebouwde ziekenwagen Tanzania doorkruisten en onderweg halt hielden bij Belgische ontwikkelingsprojecten.

Eén bracht ook ontspanningsprogramma's, o.a. met de quiz *Het spiegelpaleis* (over de kenmerken van de Vlaming), de spelprogramma's *De klas van Frieda*, *Vroeger of later*, *Het perfecte koppel*, *De neus van Pinokkio* en *Twee tot de zesde macht* en humor met *Loslopend wild*. In het muziekprogramma *Stars for Life* zongen bekende Vlamingen voor het goede doel in het kader van *Music for Life*.

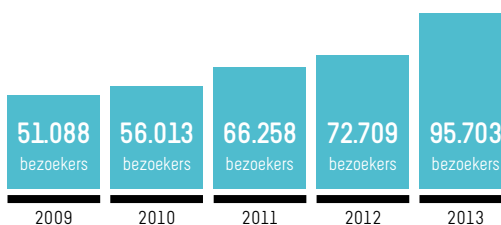
Eén bracht ook sport met rechtstreekse verslaggeving van wielervedstrijden. *Vive le vélo* was (tijdens de De ronde van Frankrijk) een talkshow voor een breed publiek.

ONLINE-AANBOD

- ▶ In 2013 had Een.be gemiddeld 95.703 unieke bezoekers per dag (+32% ten opzichte van 72.709 in 2012). De pagina's die het meest bekeken werden waren, die van *Thuis*, *Iedereen beroemd*, *1000 zonnen* en *Dagelijkse kost*. Door extra content rond de fictiereeks *Eigen kweek* (zoals bloopers) trok de site extra bezoekers. De webpagina van het consumentenprogramma *Voor hetzelfde geld* bood extra informatie en gebruikerstoepassingen voor consumenten.
- ▶ De fanpagina's van *Thuis* en *Dagelijkse kost* hadden van alle Eén-programma's het meest succes op Facebook. Eind 2013 had de Eén-Facebookpagina 36.063 fans (69% meer dan eind 2012). Op Twitter haalde Eén eind 2013 26.558 volgers (+175% ten opzichte van eind 2012).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR EEN.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



ACTIES & EVENEMENTEN

Voorbeelden:

- ▶ Bij de zomerprogramma's *Vanthilt on tour*, *1000 zonnen* en *Vlaanderen Muziekland* droeg het publiek uit de verschillende Vlaamse regio's bij tot de sfeer van de programma's.
- ▶ Fans konden op de *Thuisdag* in contact komen met de acteurs van de serie.
- ▶ De inzamelcampagne van *Kom op tegen kanker* over kinderkanker werd in maart ondersteund met een liveshow op Eén.



Ruim
95.000
bezoekers
per dag voor
Een.be

\\ Eén lanceerde bij de fictiereeks *De Ridder* een second-screen-toepassing: een webapplicatie met o.a. achtergrondinformatie over de personages en de juridische begrippen.

³⁵ Met de steun van het Agentschap Ondernemen en Vlaanderen in actie (pact 2020).



Alleen Elvis
blijft bestaan

Canvas Uitzicht op inzicht

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: geloofwaardigheid, exploratie, alertheid, uitdaging, geestig, schoonheid en gretigheid.

Canvas vulde zijn opdracht in met een actualiteitsgedreven programmatie. De programmering bevat, naast informatie, sport, cultuur, documentaires en ontspanning.

Naast de vaste informatieprogramma's (zie p. 52) speelde Canvas ook in op de actualiteit met rechtstreekse uitzendingen (zoals met de inauguratie van president Obama en de herdenkingsplechtigheid voor Nelson Mandela). In de reeks *Het verdriet van Europa* werd de Europese crisis bekeken vanuit het standpunt van enkele Europese inwoners. In de reeks *Econoshock 2.0* werden de oorzaken, de gevolgen en de mogelijke oplossingen van de crisis onderzocht. In de reeks *De coulissen van de Wetstraat* werden enkele verhalen uit de recente Belgische politieke geschiedenis belicht. De reeks *Boudewijn, naar het hart van de koning* bracht gesprekken met bevoorrechte getuigen uit het leven van de vroegere vorst.

Naast cultuur (zie p. 55) had Canvas aandacht voor maatschappelijke en wetenschappelijke thema's. In de reeks *Comedian vindt werk* kwamen bijvoorbeeld sociale hulpverlening en gehandicaptenzorg aan bod. De reeks *Naar de top* portretteerde Brusselse jonge bokkers die een bergtocht deden (gefilmd met smartphones). *Liefde in tijden van kanker* handelde over de impact van borstkanker op relaties en seks. In verschillende documentaires van *Dockland* en het tweeluik *Alles kan schoner* ging er aandacht naar gezondheid en ecologie. *Nicaragua* was een vierdelige reisdocumentaire door het gelijknamige land.

CANVAS



De Facebookpagina In het spoor van Rudi Vranckx gaf extra informatie bij de programma's van de journalist.



Canvas bracht verschillende programma's over geschiedenis. In de documentaires *De allerlaatste getuigen* en *Niets is zwart-wit* werd WOI belicht. De reeks *De leraarskamer* toonde de evolutie van het middelbaar onderwijs. *Nooit meer dezelfde* bracht getuigenissen bij gebeurtenissen uit de recente Belgische geschiedenis. De reeks *De troep* handelde over het leven als milicien. De reeks *Red Star Line* bracht de geschiedenis van de Europese migratie naar de Verenigde Staten tussen 1873 en 1934.

Canvas bracht sport (zie p. 57). De reeks *Belgasport* portretteerde Belgische sporters. In de interviewreeks *Karakters* werden zeven persoonlijkheden uit de sportwereld geportretteerd.

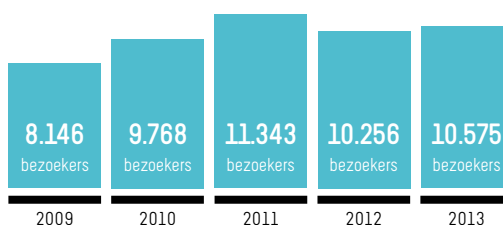
Camping Canvas was een reeks van voorstellingen van Canvas-programma's voor een publiek.

ONLINE-AANBOD

- ▶ Canvas.be bood naast programma-informatie ook videomateriaal aan. Volledige afleveringen van actualiteitsprogramma's zoals *Reyers laat* en *Terzake* konden herbekeken worden op de website. Canvas.be bereikte in 2013 per dag gemiddeld 10.575 unieke bezoekers.
- ▶ Canvas telde eind 2013 34.495 fans op Facebook (+44% ten opzichte van 23.947 fans eind 2012). De Facebookgroep *In het spoor van Rudi Vranckx* gaf extra informatie bij de programma's van de journalist. Mediagebruikers konden via hun reacties op de Facebookpagina mee bepalen welke content op de website, op Facebook en in de betrokken Canvas-programma's uitgediept moest worden.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR CANVAS.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



- ▶ Het aantal Twitter-volgers verdubbelde bijna tot 30.575 eind 2013 (ten opzichte van 15.332 fans eind 2012). Van alle Canvas-programma's werd het meest getwitterd over *Terzake* door de kijkers.



\\
In het najaar had Canvas een Braziliaanse week met programma's over het land.



\\
Kaatje

Ketnet

Ketnet groeit mee met kinderen en kinderen groeien mee met Ketnet

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, (daad)kracht, Vlaamse identiteit, iedereen mee, avontuurlijk ontdekken, echt 360°, veilig en authentiek

Ketnet had in 2013 een 360°-aanbod: een aanbod op televisie, online en met evenementen.

De programmering van Ketnet stond in functie van het bereiken van kinderen tot 12 jaar. Interactie met en directe participatie van kinderen gebeurde in *de wrap* (hosting) en *Ketnet King Size* (het weekend-ochtend-magazine). *Karrewiet* bracht dagelijks actualiteit op kindermaat. *Karrewiet plus* bevatte maandelijks een reportage over een maatschappelijk thema (zoals nieuw samengestelde gezinnen).

Daarnaast kwamen in verschillende programmagenres diverse maatschappelijke domeinen aan bod. Cultuur en wetenschappen kwamen bijvoorbeeld aan bod in *Mijn dans is top* en *Kapitein Winokios grote notenboot*, 'avontuurlijk (wetenschappelijk) ontdekken' in *Helden* en *Kamp X-treem*, talentontwikkeling in *Wie wordt*



\\ Kapitein Winokios grote notenboot

junior 2013? en *Sjieke dinges*, quiz in *De omgekeerde quiz*, entertainment in *De 5 voor 12 show*. Ketnet bood Vlaamse fictie met vervolgreksen van *De elfenheuvel*, *Galaxy Park*, *Rox* en *Zingaburia* en het animatieproject *Picknick met taart*. Bij het aangekocht aanbod waren er o.a. educatieve programma's (zoals *Freek in het wild* en *De vraag van Mily*). In de fictiereeks *Caps Club* stonden kinderen met een handicap centraal.

Het aanbod voor kinderen tot vier jaar was gebundeld in een blok *Kaatje & Co* (o.a. met de reeks *Kaatjes Tralalaatjes*). Het was ook gratis beschikbaar via de rode knop voor de digitale kijkers.³⁶ *Kaatje ontdekt de wereld* besteedde aandacht aan de diversiteit in cultuur en gebruiken in de wereld.

³⁶ Ketnet hield een advertentie- en stickercampagne om het gebruik van de rode knop te promoten.



Move tegen pesten maakt het thema pesten bespreekbaar in veel scholen.



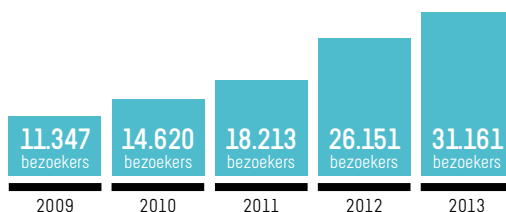
ONLINE-AANBOD

- Ketnet.be ontwikkelde tal van toepassingen en spelletjes. Zo organiseerde Ketnet.be voor *Wie wordt Junior 2013?* chatsessies met de kandidaten. Via de webcam-toepassing konden kinderen vragen stellen aan de gasten van *Ketnet King Size*. Extra spelplezier bracht *De omgekeerde quiz*, *Ketris* (mobiele variant) en *Dakenrennen*.
- Met de lancering van een mobiele Kaatje-website konden kinderen ook op tablet-pc's in contact komen met het Kaatje-aanbod. Kaatje kreeg ook een Facebookpagina als communicatiemiddel met ouders.
- Ketnet gaf, in het kader van een actie tegen pesten, kinderen de kans om video's over pesten te plaatsen op haar website. Omdat het net een strikt beveiligingssysteem hanteerde, werd een gevoelig filmpje opgemerkt. De VRT besloot de actie vroegtijdig stop te zetten.
- Het aantal bezoekers van Ketnet.be steeg met 19%. Naar het video-aanbod op de website werd voor in totaal 4,3 miljoen uur gekeken (of 5,5% van het totale kijkvolume voor Ketnet-content). In 2012 maakten meer dan 130.000 kinderen een profiel aan op Ketnet.be (in totaal zijn de voorbije jaren al 315.000 Ketnet-profielen gemaakt.) Het aantal Facebookfans van Ketnet steeg tot 12.013 eind 2013 (+65% ten opzichte van eind 2012).



GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KETNET.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



ACTIES & EVENEMENTEN

Voorbeelden:

- Ketnet organiseerde *De Galaxy Park Fandagen*, *De Elfenheuvel Fandagen* en *De Checklistdag*. Aan *De Buitenspeeldag* namen 199 gemeenten deel. VRT Line Extensions stond in voor enkele Ketnet-evenementen: *Ketnet Carnaval*, *Ketnet Cup*, *Ketnet Halloween*, *Ketnet Kerst*, *De intrede van de Sint* en *De Kaatje Theatertour*.
- Ketnet werkte voor verschillende acties samen met externe partners zoals het netwerk Kies Kleur Tegen Pesten (actie: *Move tegen pesten*), de stichting Kom Op Tegen Kanker (actie: *Kom op appels*) en de Zoo van Antwerpen (actie: een beestige zomer met Ketnet en een live wrap-uitzending).

\\
Kinderen gingen met Karrewiet op bezoek bij de nieuwe koningin Mathilde.



\\
Mind your own
business

OP12

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

MISSIE

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.

WAARDEN

De centrale waarden van OP12 zijn: tijd maken, verrassing en begeesting.



Het derde kanaal OP12 bood na 20 uur elke dag een televisieaanbod dat complementair is aan de generalistische netten Eén en Canvas. OP12 maakte tijd vrij om specifieke doelgroepen een passend aanbod te geven. Sinds het najaar van 2013 werd een weekschema gevolgd met een specifiek aanbod voor jongeren op maandag en donderdag, cultuur op dinsdag, een aanbod voor buitenlanders in Vlaanderen op woensdag, livecaptaties van kleinere sporten door de week en in het weekend, en Vlaamse fictie met audiodescriptie op zondag. Door herhalingen verhoogde OP12 het weekbereik van zijn programma's.

JONGEREN

Sinds het najaar zond OP12 twee avonden per week programma's voor jongeren uit. Met het project *Krijg Carte Blanche* konden zes jongeren zelf experimenteren met de mediaplatformen televisie en online (zie p. 49). Hun zoektocht naar een nieuw jongerenprogramma (voor 2014) werd getoond in *Carte Blanche*.

Urban crafters bracht reportages over de hobby's en passies van jongeren. In de realityreeks *Mind Your Own Business* werden jonge Vlaamse ondernemers gevolgd bij het opstarten van een eigen zaak. In de reeks *Solar Challenge* werden ingenieursstudenten gevolgd bij het bouwen van en racen met een zonnwagen. In de reeks *Blood, Sweat en Luxuries* kwamen Britse jongeren in contact met de Indiase fabrieken waar hun kleding werd gemaakt. De eindwerken van jong Vlaams film- en tv-talent werden (naast Vlaamse kortfilms, documentaires en animatiefilms) getoond in *Push it*.

OP12 bracht verslag uit van de zomerfestivals Couleur Café, Rock Werchter en Pukkelpop. Ruimte voor muziek was er ook met o.a. de 'meezingshow' *MNM Sing Your Song live en Spoor 8*.

In het jongerenaanbod zaten enkele buitenlandse series, zoals *An Idiot Abroad*, *Orphan Black*, *The Fades*, *My mad fat Diary* en *Blood, Sweat & Luxuries*.

50,2% van alle jongeren (tussen 12 en 20 jaar) hebben in 2013 naar ten minste een programma op OP12 gekeken.

Bijna 1,3 miljoen Vlamingen keken naar een uitzending van een kleine sport OP12.

BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

OP12 bood een specifiek aanbod *Fans of Flanders* (zie p. 21).

De fictiereeks *De smaak van De Keyser* en een documentairereeks over bier (*Tournée Générale*) werden met Engelse ondertitels uitgezonden.

CULTUUR

OP12 had ruimte voor culturele evenementen zoals de Koningin Elisabethwedstrijd, theatercaptaties (Tristero, *Achter de wolken*), de *Club 69*-sessies van Studio Brussel en de *Radio 1*-sessies. Naar de vier uitzendingen over Rock Werchter keken gemiddeld 43.671 kijkers.



\\
Jo De Meyere
en Chris
Lomme in
*Achter de
wolken*

KLEINE SPORTEN

OP12 bracht verslag uit van wedstrijden van kleine sporten, zoals volleybal, basketbal, hockey, bobsleeën, driebanden en artistiek turnen. In de reeks *Op weg naar Sotsji* werden Seppe Smits (snowboarden) en Bart Swings (schaatsen) in hun voorbereiding gevolgd.



OP12 bood uitwijkmogelijkheden voor sportevenementen die anders op Canvas uitgezonden worden maar wegens de informatieopdracht anders niet live gebracht konden worden.

In 2013 keken in totaal 1.279.341 kijkers³⁷ naar kleine sporten op OP12.

SLECHTZIENDEN

De fictiereeksen *Wolven* (gemiddeld weekbereik: 13.807 kijkers), *Witse* (32.405) en *De Ridder* (19.032, zonder de herhalingen) werden uitgezonden met audio-descriptie zodat slechtzienden meer informatie kregen bij het volgen van deze reeksen. (zie p. 18)

37 4+ gasten, live-6, 10 minuten consecutief

Uitgesteld kijken

Digitale kijkers van Belgacom-TV en Telenet konden via Net Gemist en Ooit Gemist VRT-programma's (her)bekijken. In 2013 nam het aantal opvragingen toe tot 14.149.793 miljoen opgevraagde programma's (+10,8% ten opzichte van 2012).

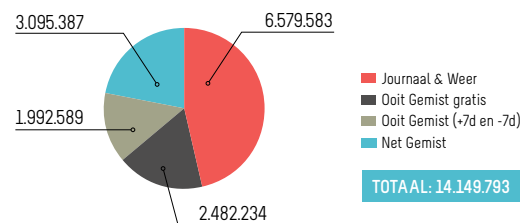
- ▶ De journaals, *Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (Eén), *Terzake* (Canvas), *Het weer* (Eén), *Karrewiet* (Ketnet) en *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* (Ketnet) waren gratis opvraagbaar door de digitale kijkers. 6.579.583 van deze programma's werden opgestart.
- ▶ Het aanbod van Ooit Gemist bestaat uit een gratis opvraagbaar aanbod en een betalend aanbod:
 - het gratis aanbod van Ooit Gemist werd 2.482.234 keer opgestart en bestond hoofdzakelijk uit het Kaatje & Co-blok.
 - via Ooit Gemist bestelden en bekeken digitale kijkers oudere series en recente programma's (1.992.589 keer).
- ▶ Kijkers konden de lopende programma's van VRT-Televisie opvragen via Net Gemist, voor zover de VRT daarvoor de rechten had. 3.095.387 programma's werden via Net Gemist opgestart.

In februari startten VRT, Medialaan en SBS Belgium een proefproject voor live en licht uitgesteld kijken op mobiele toestellen.



AANTAL OPVRAGINGEN VOOR AANBOD-OP-AANVRAAG (2013)

BRON: BELGACOM-TV, TELENET EN VRT-STUDIEDIENST



Op Een.be, Canvas.be en Ketnet.be kon videomateriaal (her)bekeken worden. Op Een.be werd meer dan 18 miljoen keer een videofragment opgestart. Bij Ketnet.be was dat ruim 28 miljoen keer (vooral omdat volledige afleveringen van reeksen erop te zien waren en vanwege het extra video-aanbod rond *Wie wordt Junior 2013?*). De meest bekeken video's op Canvas.be waren een aflevering van *Panorama* (over de zaak-Jonathan Jacob) en een aflevering van *Man over woord* (over het Antwerps dialect).

In februari startten VRT, Medialaan en SBS Belgium samen een testproject Stieve. 10.000 Vlamingen konden de mogelijkheid uitproberen om 10 Vlaamse zenders live of licht uitgesteld te (her)bekijken op hun smartphone of tablet. Na afloop van het testproject volgde in december de commerciële lancering door een dochteronderneming van Medialaan: Stieve NV. De VRT sloot met deze distributeur een distributie-overeenkomst.

01\6

Thematisch online-aanbod

Deredactie.be bereikte ruim 219.000 bezoekers per dag.

BEZOEKERS VOOR ONLINE EN SOCIALE MEDIA

Dagelijks hadden de VRT-merken samen gemiddeld 596.616 unieke bezoekers (+11,5% ten opzichte van 2012). 425.645 surfers per dag (of 71,3% van het totaal) deden dat via de pc of laptop (-3% ten opzichte van 2012), 97.771 (of 16,4%) via de smartphone (+59%) en 73.200 (of 12,3%) via de tablet-pc (+108%). In totaal werden in 2013 162 miljoen videoclipps opgestart. In vijf jaar tijd verdubbelde het aantal unieke bezoekers per dag voor de VRT-websites.

AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VAN DE VRT-WEBSITES (2009-2013)

BRON: CIM-METRIWEB



De sociale media werden ingezet om de online-content maximaal te verspreiden, de beleving rond het aanbod te versterken en om interactie te hebben met het publiek. Alle VRT-merken samen hadden eind 2013 789.795 fans op Facebook (+49,7%) en 477.387 volgers op Twitter (+67,5%).³⁸

³⁸ Dat zijn geen unieke fans/volgers. Een fan/volger voor een VRT-merk kan ook een fan/volger zijn van een ander VRT-merk.

Deredactie.be

Het nieuws staat niet stil.

Deredactie.be bereikte in 2013 gemiddeld 219.605 unieke bezoekers per dag. Op 15 oktober bezochten 397.107 unieke bezoekers Deredactie.be, dankzij een videofragment (over een opgepakte Somalische piraat op de subsite Flandersnews.be) waarnaar door andere nieuwssites veelvuldig gelinkt werd. Daarnaast haalde Deredactie.be de meeste bezoekers met een aflevering van *Panorama* (over de dood van Jonathan Jacob) en het aftreden van koning Albert II.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR DEREDACTIE.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



De VRT-nieuwsdienst vernieuwde Deredactie.be met het oog op het gebruiksgemak. Een nieuwe navigatie en een nieuw design stonden centraal. Visueel kwam meer nadruk te liggen op de videozone. Daar konden de surfers alle nieuwsfragmenten en programma's van de VRT-nieuwsdienst herbekijken³⁹. De nieuwsdienst plaatste een permanente link naar Brusselnieuws.be op Deredactie.be.

Zes maanden voor de Europese verkiezingen wilde Deredactie.be haar bezoekers op een toegankelijke manier 'het Europa van vandaag' tonen. Via een interactieve infografiek bood de nieuwsdienst informatie over thema's waarin de Europese Unie een rol speelt (zoals gezondheid, media en veiligheid).

³⁹ Behoudens de fragmenten en reportages waarvoor de VRT geen voldoende rechten heeft om online aan te bieden.



DE
REDACTIE.BE



40% van de bezoeken aan Sporza.be gebeurden eind 2013 via een mobiel toestel.

COBRA.be

Cobra.be

De referentie in cultuur. Het culturele platform.

Cobra.be was het onlineplatform van de VRT met duiding bij de culturele agenda en bijdragen van radio- en televisienetten en van externe partners. Cobra.be bood eigen beeldreportages, o.a. over cultuurevenementen. Het cultuurplatform organiseerde vijf livestreams als aanvulling op het aanbod van de netten, zoals een livestream van het openingsproject van het Passa Porta Festival en een livestream van de uitreiking van de Gouden BoekenUil.

De cultuursite bereikte gemiddeld 8.838 unieke bezoekers per dag (een stijging met 40% ten opzichte van 2012). Eind mei had Cobra.be extra bezoekers door de Koningin Elisabethwedstrijd (tot bijna 20.000 unieke bezoekers per dag).

Door recensies over boeken, films, theaterstukken en cd's speelde Cobra.be een gidsfunctie. Door integratie van de 'Uit in Vlaanderen'-agenda kon de surfer actueel cultuuraanbod opzoeken.

Cobra.be verspreidde zijn aanbod zo ruim mogelijk (o.a. via de sociale media en de platformen van culturele partners, zoals dat van Uit in Vlaanderen). Zo bereikte het een grote diversiteit van cultuurliefhebbers.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR COBRA.BE (2010-2013)

BRON: METRIWEB



De boekendokter



Cobra had eigen evenementen, zoals:

- ▶ een tentoonstelling van werk van Pieter Fannes in Théâtre Marni en;
- ▶ een optreden van *De boekendokter* (een rubriek met boekentips) tijdens Mind the Book, de Bibliotheekweek van Dendermonde en de Antwerpse Boekenbeurs.

Sporza.be



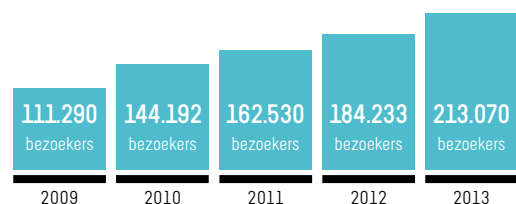
Sporza.be bood sportnieuws via tekst, beelden, geluidsfragmenten en het live Match Center (met een continue nieuwsstroom bij wedstrijden). Tal van sportwedstrijden werden live gestreamd via de website. Sporza.be verwees naar andere websites indien dit relevant was.

De applicatie versterkte de band tussen de Vlaamse voetbalsupporters. Zij konden daar hun voetbalploeg uit de eerste klasse steunen en discussiëren met andere voetbalfans.

Sporza.be bereikte gemiddeld 213.070 unieke bezoekers per dag. De sportsite haalde het meest bezoekers met de titelstrijd in de Belgische voetbalcompetitie (eind mei) en de voetbalwedstrijd België-Kroatië (11 oktober, waarbij bijna 100.000 bezoekers de mobiele versie van Sporza.be bezochten).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR SPORZA.BE (2009-2013)

BRON: METRIWEB



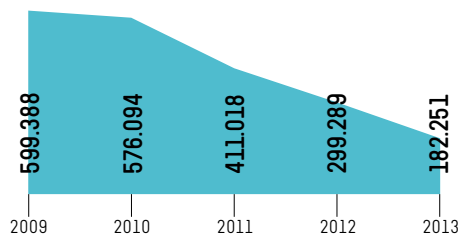
01/7 Teletekst/Digitekst

Via VRT-Teletekst en via Digitekst (op digitale televisie) bracht de VRT informatie over nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning. Het teletekstaanbod was ook online beschikbaar (Een.be/tt) en via mobiele toestellen.

Mediagebruikers maakten voor hun nieuwsbehoefte steeds minder gebruik van Teletekst en steeds meer van online- en mobiele toepassingen. De daling van het aantal Teletekstgebruikers zette zich in 2013 door: gemiddeld 182.251 Vlamingen per dag raadpleegden VRT-Teletekst (-39,1% ten opzichte van 2012).⁴⁰ Gemiddeld ongeveer 20.000 Vlamingen per dag surfden in 2013 naar de internetversie.

EVOLUTIE VAN HET AANTAL TELETEKST-BEZOEKERS VIA EÉN, CANVAS, KETNET EN OP12 PER DAG (2009-2013)

BRON: CIM-AUDIMETRIE



Opmerking: Voor 1 mei 2012 bestond OP12 niet. Bijgevolg zijn de cijfers van 2009, 2010 en 2011 voor Eén en Canvas samen. De cijfers van 2012 en 2013 zijn voor Eén, Canvas en OP12 samen⁴¹.



01/8 Mobiel Aanbod

De VRT moet haar aanbod ook verspreiden via de nieuwe digitale platformen (zoals tablecomputers en smartphones). Dat heeft gevolgen voor het aanbod, dat qua vorm aangepast moet worden aan die platformen.

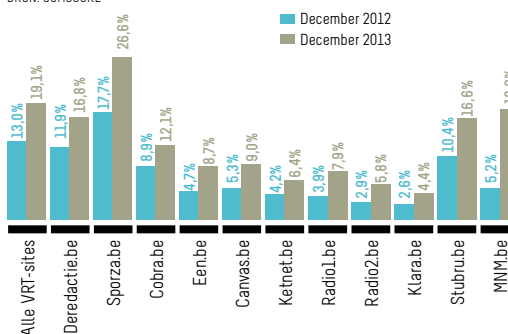
Het gebruik van de mobiele platformen nam in 2013 verder toe:

- Het aantal mediagebruikers die de VRT-websites via smartphone (+59%) en tablet (+108%) gebruiken steeg sterk. Ter illustratie: 40% van de bezoeken aan Sporza.be gebeurden eind 2013 via een mobiel toestel (smartphone of tabletcomputer).
- Het aandeel smartphonegebruikers ten opzichte van het totaal aantal gebruikers van een VRT-website steeg van 13,0% eind 2012 tot 19,1% eind 2013. Van alle gebruikers van Sporza.be deed 26,6% dat via een smartphone (ten opzichte van 17,7% eind 2012), voor Deredactie.be was dat 16,8% (ten opzichte van 11,9% eind 2012). Van alle VRT-radio- en televisienetten werden de jongerenzenders Studio Brussel (16,6%) en MNM (18,0%) relatief vaker met een smartphone bekeken.
- Daar waar eind 2012 9,6% van de bezoeken aan een VRT-website gebeurde via een tabletcomputer, was dat eind 2013 gestegen tot 15,4%. Op tabletcomputers werden de VRT-televisiesites relatief vaker geraadpleegd dan de themasites: Een.be werd eind 2013 in 21,6% van de gevallen via een tabletcomputer geraadpleegd. Bij Canvas.be was dat 16,3% en bij Ketnet.be 23,8%.

De VRT zal in 2014 de mobiele versies van haar themasites gebruiksvriendelijker maken.

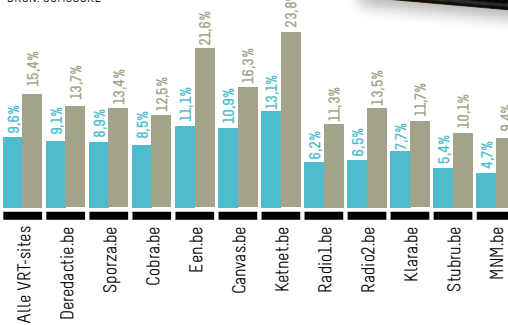
EVOLUTIE AANDEEL SMARTPHONEGEBRUIKERS TEN OPZICHT VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN EEN VRT-SITE (GEMIDDELD PER MAAND) (DEC 2012 - DEC 2013)⁴²

BRON: COMSCORE



EVOLUTIE AANDEEL TABLETGEBRUIKERS TEN OPZICHT VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN EEN VRT-SITE (GEMIDDELD PER MAAND) (DEC 2012 - DEC 2013)

BRON: COMSCORE



VRT-APPS

De nieuwe apps uit 2013 die vallen onder de openbare oproep-opdracht waren:

- de *MNM Jump Star*-app voor iPhone/iPad en Android (gratis) was een spelletje van MNM;
- de *MNM Friends Taxi*-app voor iPhone/iPad en Android (gratis) liet toe dat bestuurders en passagiers elkaar vonden voor een veilige autorit.

In 2013 lanceerde VRT Line-Extensions drie apps als een commerciële afgeleide van een programma:

- *Klara4Kids*-app (ios)
- *Tournée Générale*-app (ios)
- *De wereld rond met Kaatje*-app (ios en android)

⁴¹ Voor het VRT-Jaarverslag 2012 was, omwille van de vergelijkbaarheid, op de zelfde manier gerapporteerd als voorheen (Teletekst op Eén en Canvas/Teletekst). Voorliggend jaarverslag bevat de bereikcijfers op Eén, Canvas, Ketnet en OP12.

⁴² Het percentage van Studio Brussel voor december 2012 is gecorrigeerd naar 10,4% ten opzichte van 5,9% in het VRT-Jaarverslag 2012.

⁴⁰ Aantal unieke bezoeker voor Eén, Canvas en OP12 samen.



W
Jan Beaus
in de nieuwe
Journaal-studio

Nieuws

Het nieuws- en informatieaanbod van de VRT-nieuwsdienst was divers. Om aan haar informatieopdracht zo goed mogelijk te voldoen zette de VRT al haar netten en alle mediaplatformen in. Uit onderstaande tabel blijkt dat Radio 1 en Radio 2 tijdens de weekdagen gemiddeld bijna twee uur per dag aan nieuwsuitzendingen hadden.

NIEUWSUITZENDINGEN PER DAG EN PER NET IN 2013
(GEMIDDELD IN MINUTEN PER DAG)

NET(*)	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
Eén	99	84	89
Canvas (**)	38	11	11
Ketnet	25	27	17
Radio 1	116,5	103	102
Radio 2 (***)	115,5	91	95,5(****)
Klara	90,5	69	69
Studio Brussel	63	57	75
MNM	74	70	78

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

(**) De volledige uitzending van *Tarzake* van maandag tot en met vrijdag. De uitzending van *Het Journaal van 20 uur* in het weekend. En exclusief het 100%-nieuws.

(***) Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen

(****) Op feestdagen: 107 minuten

BRON: VRT-STUDIEDIENST

EXTRA INITIATIEVEN

- ▶ Met verschillende extra journaals op Eén werd ingespeeld op 'grote nieuwsmomenten', bijvoorbeeld bij de dood van Nelson Mandela en de troonswisseling.
- ▶ Op verschillende tijdstippen werden extra live-uitzendingen van de VRT-nieuwsdienst uitgezonden op Eén onder de noemer *VRT Nieuws Live* (zoals met de dood van Wilfried Martens, de dood van Margaret Thatcher en de begrafenis van Nelson Mandela).
- ▶ Canvas onderbrak soms zijn programmering met rechtstreekse uitzendingen die inspeelden op de actualiteit, zoals bij de inauguratie van president Obama, de begrafenis van Margaret Thatcher, de begrafenis van Wilfried Martens en de herdenkingsplechtigheid voor Nelson Mandela.
- ▶ Het economisch magazine *De vrije markt* (Eén) duurde vanaf het najaar langer, kreeg nieuwe items en maakte plaats voor debat.
- ▶ De duidingsprogramma's van Radio 1 brachten een aantal speciale uitzendingen, zoals een thema-uitzending van *De ochtend* naar aanleiding van de heropening van De Vooruit en een thema-uitzending van *Vandaag* naar aanleiding van de opening van het Red Star Line Museum.
- ▶ De regionale redactie van Radio 2 Antwerpen startte, in een proefproject, met het verspreiden van regionaal nieuws via Twitter.
- ▶ In maart 2013 werd de nieuwe televisiestudio voor *Het journaal* (Eén) in gebruik genomen. De regie van de studio werd sterk geautomatiseerd.

DEREDACTIE.BE

Deredactie.be bevatte naast tekst audio- en videofragmenten en programma's van de VRT-nieuwsdienst. De site werd in het voorjaar vernieuwd met meer nadruk op video.

Deredactie.be streamde live *Het Journaal van 13 uur* (Eén), *Het Journaal van 19 uur* (Eén) met Vlaamse Gebarentaal, *De ochtend* (Radio 1) en *Villa Politica* (Canvas). Regelmatig streamde de nieuwssite ook live nieuwsgebeurtenissen of evenementen, zoals de aankondiging van de troonsafstand van koning Albert II, de Septemberverklaring van de minister-president in het Vlaams Parlement en de bekendmaking van de Nobelprijs voor de Vrede.

AANDACHT VOOR HET BUITENLAND

De VRT-nieuwsdienst volgde haar plan over buitenlandberichtgeving uit 2012. VRT-Nieuws zette tal van correspondenten in om zijn buitenlandberichtgeving kwalitatief te ondersteunen. *Terzake* (Canvas) had verschillende speciale reeksen, zoals de reportage-reeks *Hoge noorden van Rusland* en een extra lange uitzending rond de oorlog in Syrië met reportages en debatten. Ook de *VRT Nieuws Live*-uitzendingen (zie hierboven) werden ingeschakeld in het kader van de buitenlandberichtgeving. Uit interne peilingen bleek dat in 2013 gemiddeld 30% van de items in de verschillende journaals over nieuws uit het buitenland ging.

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

De VRT-nieuwsdienst deed aan onderzoeksjournalistiek. Dat leidde o.a. naar 14 eigen *Panorama*-reportages (bijvoorbeeld over de zaak-Jonathan Jacob, genetisch



De VRT brengt nieuws en informatie op al haar netten en op alle mediaplatformen.

gewijzigd voedsel en euthanasie in de gevangenis). Ook in andere programma's kwamen diepgravende reportages en onderzoeksjournalistiek aan bod, zoals in het consumentenmagazine *Volt* (Eén) en het duidingsprogramma *Koppen* (Eén).

DEONTOLOGISCH KADER, KWALITEIT EN DIVERSITEIT

De journalisten van de nieuwsdienst passen de deontologische code toe bij de uitoefening van hun opdracht. Desondanks werden soms fouten gemaakt. Op de pagina *Rechtzettingen* van Deredactie.be publiceerde de hoofdredactie in totaal zes verduidelijkingen en verontschuldigungen. Om deontologische fouten te beperken volgden 23 journalisten opleidingen deontologie.

Om de kwaliteit van het aanbod hoog te houden, volgden de medewerkers van de VRT-nieuwsdienst technische en vakinhoudelijke opleidingen. Zo waren er bijvoorbeeld opleidingen over 'het vertellen van verhalen' (storytelling) voor de redacties van *Het Journaal* (Eén), *Koppen (XL)* (Eén), *Panorama* (Canvas) en de radioduiding (goed voor 70 opleidingen) en rond diversiteit in het aanbod (149 opleidingen). Naast de opleidingen organiseerde de nieuwsdienst informatiesessies met externe deskundigen.

De nieuwsdienst zette zijn inspanningen met betrekking tot diversiteit voort. De nieuwsdienst focuste op:

- ▶ het inschakelen van vrouwelijke en allochtone experts en sprekers;
- ▶ het verspreiden van vacatures bij bepaalde doelgroepen;
- ▶ de opdracht van eindredacteuren om de diversiteit in de nieuwsdienstprogramma's actief op te volgen.

Enkele medewerkers die nieuwe Vlaming zijn, werden presentator bij *De zevende dag* (Eén) en *Login* (Canvas).



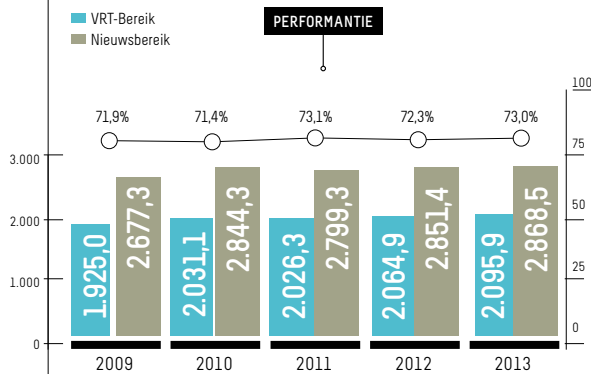
\\
Ihsane Chioua
Lekhli in De
zevende dag

BEREIK NIEUWSAANBOD

Dagelijks keken gemiddeld 73,0% van de VRT-kijkers (2.095.935 mensen) naar een journaal of een duidingsprogramma. Dat komt neer op 35,5% van alle Vlamingen die 4 jaar of ouder zijn. Gemiddeld 95,6% van alle VRT-luisteraars luisterden per dag naar een nieuwsuitzending op een van de VRT-radionetten. Dat is 52,9% (2.861.876 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn. Naar de nieuwsuitzendingen op de jongerenzenders MNM en Studio Brussel luisterden respectievelijk 656.047 en 580.350 luisteraars, of 43,2% van het totaal aantal luisteraars van een VRT-nieuwsuitzending.

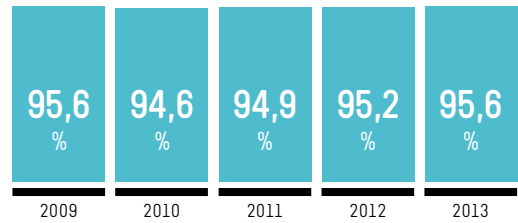
GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN DE VRT-TELEVISIEJOURNAALS EN DUIDINGSPROGRAMMA'S (IN DUIZENDTALLEN), GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN HET VRT-TELEVISIE-AANBOD EN PERFORMANTIE (= AANDEEL (IN%) VAN HET NIEUWS DAGBEREIK IN HET TOTAAL VRT-TELEVISIEBEREIK) (2009-2013)

BRON: CIM-RADIOSTUDIE



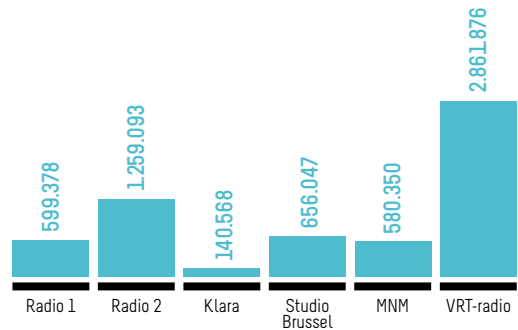
EVOLUTIE NIEUWSPERFORMANTIE VRT-RADIO (= AANDEEL BEREIK VAN DE NIEUWSBULLETINS OP VRT-RADIO TEN OPZICHTE VAN BEREIK VAN VRT-RADIO) (2009-2013)

BRON: CIM-RADIOSTUDIE



GEMIDDELD DAGBEREIK VAN ALLE NIEUWSUITZENDINGEN PER NET IN 2013

BRON: CIM-RADIOSTUDIE





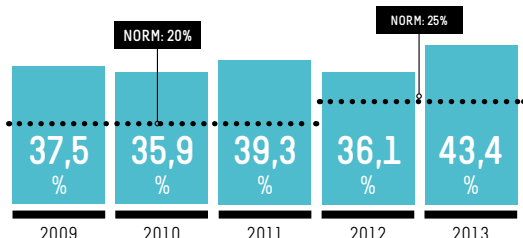
Cultuur

De VRT ondersteunde de eigenheid, diversiteit en rijkdom van cultuur in Vlaanderen. Zij stimuleerde ook de cultuurcreatie en -participatie. Om zijn culturele opdracht te realiseren zette de openbare omroep al zijn netten in. Naast producent en verspreider van cultuur is de VRT ook partner van culturele organisaties.

De VRT bereikte met haar tv-cultuurprogramma's op weekbasis 43,4% van de Vlaamse bevolking (norm = 25%). Het bereik was hoger dan in 2012. De stijging was vooral het gevolg van het ruimere aanbod aan Vlaamse kwalitatieve fictiereeksen in primetime. Het tv-cultuur-aanbod haalde een waardering van 8,3 op 10.

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE VRT-CULTUURPROGRAMMA'S (IN%) (2009-2013) (NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)

BRON: CIM



GROOTSTE CULTUURPRODUCENT VAN VLAANDEREN

Elk VRT-net had, op maat van zijn mediagebruikers, redactionele aandacht voor cultuur. Regelmatig kwam cultuur aan bod in 'hybride programma's'. Daarnaast hadden enkele netten specifieke cultuurprogramma's. De redactionele cultuurbijdragen van de netten werd geïntegreerd door de Centrale CultuurCel, een wekelijks overleg waarin alle cultuurverantwoordelijken van de VRT-netten vertegenwoordigd zijn.

In de nieuwsuitzendingen op alle netten was er aandacht voor de culturele actualiteit. In de hoofdjournaals op Eén (*Het journaal van 13 uur, 19 uur en 22.15 uur*) werden 568 unieke cultuuritems uitgezonden (norm: 200).

De nieuwsuitzendingen op MNM bereikten 656.047 luisteraars per dag en op Studio Brussel 580.350 luisteraars.

De Canvasconnectie

Tal van cultuurprogramma's werden door het interne productiehuis VRT-Televisie gemaakt, de radioprogramma's door het interne productiehuis VRT-Radio. Enkele culturele programma's uit 2013:

- ▶ *Hoera Cultuur!* (Canvas): een wekelijks magazine over de culturele actualiteit in verschillende domeinen (zoals literatuur, podiumkunsten en muziek);
- ▶ *De Canvasconnectie* (Canvas): een reeks waarbij kunstenaars hun visie gaven over de culturele agenda en het werk van andere kunstenaars;
- ▶ *Belpop* (Canvas): een programma over de Belgische popmuziek;
- ▶ *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas): een praatprogramma waarbij centrale gasten fragmenten, o.a. over cultuur, becommentarieerden;
- ▶ *Canvas Klassiek* (Canvas): opnames van klassieke concerten en documentaires over klassieke musici;
- ▶ *Kapitein Winokio* (Ketnet): een programma met muziek voor kinderen en antwoorden op vragen van kinderen;
- ▶ *Joos* (Radio 1): een magazine dat naast de actualiteit aandacht had voor onder andere cultuur;
- ▶ *All Areas* (Studio Brussel): een programma dat aandacht had voor de zomerfestivals;
- ▶ *Generation M*: jongeren kwamen in dit programma aan het woord over wat hen boeit, onder meer op vlak van cultuur;
- ▶ *Pompidou* (Klara): een dagelijks programma met gesprekken met kunstenaars.

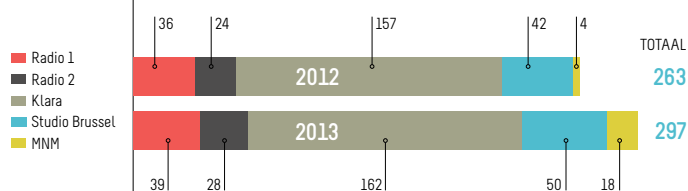




OP12 had aandacht voor cultuur, o.a. met herhalingen van verschillende cultuurprogramma's (zoals *Goudvis* en *Hoera Cultuur!*) en concertweergaven (zoals *De Koningin Elisabethwedstrijd* en *De Radio 1-Sessies*).

Canvas bestelde 22 nieuwe documentaires over kunst en cultuur, zoals het tweeluik *Stroom van talent* (naar aanleiding van de 350ste verjaardag van de Koninklijke Academie voor Schone Kunsten in Antwerpen en de 50ste verjaardag van haar modeafdeling) en de reeks *Shot on Location* (een coproductie met VPRO over verhalen achter filmklassiekers) (norm: 15). Canvas was coproducent van verschillende Vlaamse auteursdocumentaires, onder meer met steun van VAF. In 2013 zond het net 11 auteursdocumentaires uit, zoals: *Waiting for Nano* (over niet-gestudeerde vrouwen die taxichauffeurs wensen te worden in Delhi) en *State of Play* (over het leven van gamers). Canvas zond 81 cinefiele films uit (norm: 52). De VRT registreerde 297 concerten voor uitzending op de VRT-radionetten (norm: 200) en 35 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op een VRT-telvisienet (norm: 10).

AANTAL CULTUURCAPTATIES PER NET OP VRT-RADIO



Klara en Cobra.be waren twee mediaplatformen die volledig gewijd zijn aan kunst en cultuur. (Klara: zie p. 34; Cobra.be: zie p. 50)

In 2013 organiseerde de VRT, in samenwerking met culturele partners, 11 crossmediale projecten waaraan verschillende netten participeerden (norm: 10): Gedichtendag, Flagey 75 jaar, Hugo Claus-herdenking, Vooruit 100, De Gouden Boekenuil, De Koningin Elisabethwedstrijd, Bazar Belge, 350 jaar Koninklijke Academie voor Schone Kunsten, Red Star Line, Film Festival Gent en rond de Antwerpse Boekenbeurs. De crossmediale aanpak zorgde voor extra aandacht voor het aanbod op Cobra.be en de informatiekanaalen van de partners.

VRT ONDERSTEUNT DE CULTUURCREATIE EN -PARTICIPATIE

De VRT-netten ondersteunden de cultuurcreatie. Enkele voorbeelden:

- ▶ *55 Fiction*: voor deze verhalenwedstrijd in Joos (Radio 1) waren er meer dan 4.000 inzendingen;
- ▶ *Schrijver zoekt zanger* (Radio 1; zie p. 37);
- ▶ *Kunst op komst*: deze wedstrijd van Radio 2 Vlaams-Brabant plaatste kunstwerken die 'kandidaat' waren om geadopteerd te worden door de Provincie Vlaams-Brabant in de kijker;
- ▶ *MNM90s Café*: aan dit liveprogramma nam lokaal muzikaal talent deel;
- ▶ *Klara in deSingel* (zie p. 35);
- ▶ *De klas van Piet*: laatstejaarscholieren van het Leuvense Paridiaensinstituut moesten een recensie schrijven over een theaterstuk dat ze bijwoonden. Cobra.be publiceerde ze;
- ▶ *De recyclezer*: lezers van een klassiek literair werk konden hun leeservaringen kwijt op Cobra.be. Het project liep in samenwerking met de onafhankelijke boekhandelaars. Zij plaatsten elke maand het betrokken boek in de etalage;
- ▶ *Vooruit 100*: in de bezoekersgids van de tentoonstelling Vooruit 100 waren QR-codes opgenomen. Bezoekers die de codes scanden met hun smartphone, kwamen op een Cobra.be-pagina met aanvullend materiaal uit het VRT-archief;



- ▶ *De zes/les six*: samen met Musique 3 stelde Cobra.be een 'schaduwjury' samen voor de Koningin Elisabethwedstrijd. Daarbij konden conservatoriumstudenten zich kandidaat stellen. Zij gaven hun commentaar bij de wedstrijdprestaties op Klara en OP12 en discussieerden met andere liefhebbers (bijvoorbeeld op Twitter). Op Cobra.be konden mediagebruikers hun favoriete muzikant aanduiden. De winnaar kreeg de Publieksprijs van de Koningin Elisabethwedstrijd.



Sport Sporza – Deel de passie

De sportverslaggeving gebeurde op verschillende platformen:

- ▶ op radio: live-uitzendingen, verslagen en bijdragen in de nieuwsuitzendingen;
- ▶ op televisie: live-uitzendingen, verslagen en bijdragen in de journaals (met een vast sportblok in de journaals van 13 en 19 uur);
- ▶ op Sporza.be: tekst, audio- en videofragmenten, live streamings;
- ▶ op Teletekst en Digitekst.

Het aanbod werd op televisie nog aangevuld met sportdocumentaires (zoals over de basketballegende Willy Steveniers en het Belgische vrouwenraftingteam), de documentaire reeks *Als God in Frankrijk* (Één, over de geschiedenis van de Ronde van Frankrijk) en de interviewreeks *Karakters* (Canvas, met sportfiguren). Tijdens de Ronde van Frankrijk was er *Vive le vélo* (Één), een talkshow voor een breed publiek. Tijdens het voetbalseizoen zond Canvas een voetbal-praatprogramma *Extra time* uit. In het wekelijkse magazine *Sportweekend* kwamen er 39 verschillende sporten aan bod⁴³. Het sportaanbod op Radio 1 was even divers.

De VRT droeg bij tot actieve sportbeoefening: in de programmering (bijvoorbeeld in *Ook getest op mensen* (Één) met thema's zoals onze leefgewoonten en de impact van sport op onze hersenen), in projecten (zoals de aandacht van Studio Brussel voor de actie Climbing for Life) en met samenwerkingen (zoals Radio 2 met Het Gordelfestival). Ook op Ketnet was er aandacht voor sport en bewegen, o.a. in *Kicks met Sien* (over jonge sporters en een gezonde levensstijl) en bij de samenwerking met Antwerpen Europese Sporthoofdstad 2013 (met acties: wereldrecord koprollen en *Sport voor allen*).

⁴³ Atletiek, baanwielrennen, basketbal, biljart (driebanden), BMX, bobslee, boksen, duathlon, formule 1, freestyle ski, gewichtheffen, handbal, hockey, judo, jumping, korfbal, motorcross, moto GP, mountainbike, reddend zwemmen, rally, rugby, schaatsen, skeeler, ski, snooker, tennis, trialbike, triathlon, tumen, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, wakeboard, wielrennen, wielrennen op de piste, zeilen en zwemmen

SAMENWERKING

De VRT had regelmatig contact met sportfederaties en –organisatoren (zoals de handbalbond en de wielerbond). De omroep verlengde de samenwerkingsovereenkomst met BOIC. In december overlegde de VRT met Bloso, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportraad. Daarbij werd het VRT-sportaanbod geëvalueerd.

De VRT werkte m.b.t. sport samen met andere mediaspelers, o.a. met:

- ▶ SBS Belgium: een overeenkomst met betrekking tot 'news access';
- ▶ Mediaaan: een overeenkomst met betrekking tot 'news access' en een overeenkomst met betrekking tot het gebruik van beelden van de Jupiler Pro League. Aan Mediaaan werden ook accreditaties verstrekt voor sportevenementen;
- ▶ regionale omroepen: een overeenkomst over het uitwisselen van beelden. Aan deze zenders werden accreditaties verstrekt;
- ▶ Telenet: een overeenkomst over het uitwisselen van beelden van buitenlands voetbal, de Cofidis Cup, de Europaleague en de thuiswedstrijden van de Rode Duivels;
- ▶ Belgacom: een overeenkomst over het uitwisselen van beelden van buitenlands voetbal;
- ▶ RTBF: o.a. een overeenkomst met betrekking tot het productioneel samenwerken rond de loting van het WK voetbal, de Memorial Van Damme en het WK gymnastiek. Voor de uitzendingen van de Cofidis Cup verzorgden de RTBF en de VRT om de beurt de captatie;
- ▶ RTL: een samenwerkingsovereenkomst voor de productie van de thuismatchen van de Rode Duivels



\\ Kicks met Sien



\\ Als god in Frankrijk

In Sportweekend kwamen er 39 verschillende sporten aan bod.

Ann Wauters
in Karakters



en het Europealeague-voetbal. Met RTL Nederland was er uitwisseling van beelden voor het voetbalprogramma *Extra time* (Canvas);

- NOS: productionele samenwerking rond de Ronde van Frankrijk en de Wereldbeker schaatsen.

VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was in 2013 host broadcaster van het WK gymnastiek, het WK biljarten - driebanden, de Vlaamse wielervedstrijden, de Memorial Van Damme, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels (samen met RTL) en de wedstrijden van de Vlaamse voetbalclubs in de Europealeague en van de Vlaamse volleybalclubs in de Champions League.

KWALITEIT EN DEONTOLOGIE

De VRT vond het belangrijk dat deontologische en beroepsethische afspraken gerespecteerd werden. De sportredactie werkte volgens de deontologische code van de VRT-nieuwsdienst voor de sportbijdragen in de nieuwsuitzendingen. De andere sportprogramma's vielen onder het programmacharter.

De medewerkers van de sportdienst volgden twee workshops deontologie en een VRT-workshop rond diversiteit (met gender als thema).

De redactievergaderingen van de sportdienst volgden de kwaliteit van het sportaanbod dagelijks op. De netmanagers evalueerden, samen met de sportdienst, het sportaanbod. De evaluaties werden ondersteund door marktonderzoek van de VRT-Studiedienst.



\\
Kamp X-treem

Educatie

Alle VRT-radionetten hadden aandacht voor educatie. Radio 1 bracht wetenschappelijke informatie in de duidingsprogramma's *De ochtend* en *Vandaag* en in programma's zoals *Interne keuken* en *Nieuwe feiten*. Klara had aandacht voor kennis en wetenschap in programma's zoals *Espresso*, *Trio* en *Babel*. Radio 2, MNM en Studio Brussel vertaalden wetenschappelijke thema's naar toegankelijke programma-items, afgestemd op hun doelpubliek.

Actuele onderwerpen over technologie en wetenschap kwamen aan bod in nieuws- en duidingsprogramma's van Eén. Ook *getest op mensen* en *Volt* brachten gezondheids- en andere thema's vanuit een wetenschappelijk perspectief. Geschiedkundige onderwerpen kwamen aan bod in verschillende programma's, zoals in de reeks *Ten oorlog* (over de frontlijn van WOI), de reisreeks *Reizen Waes* en *De televisieroute* (waarin maatschappelijke onderwerpen uit de voorbije 60 jaar aan bod kwamen).

Canvas zond verschillende programma's uit die een educatieve insteek hadden, o.a. *Land in de kering* (geschiedenis), *Comedian vindt werk* (met o.a. technische beroepen), *Het verdriet van Europa* (over de oorsprong van de Europese economische crisis), *Econoshock 2.0* (over de financiële crisis), *De leraarskamer* (over de geschiedenis van het onderwijs), *Red Star Line* (over de Europese migratie naar de Verenigde Staten), *Niets is zwart-wit* (over WOI) en *Dockland* (met o.a. wetenschapsdocumentaires).



\\ Econoshock 2.0

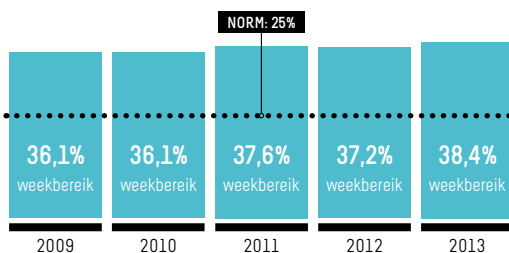
Ketnet bracht wetenschap en technologie tot bij de kinderen in zijn actualiteitenmagazine *Karrewiet*. In een *Europa-reeks* van het programma gingen de programmamakers na wat kinderen in negen Europese landen als hobby hebben, welke sporten ze beoefenen, welke gewoontes en gebruiken ze hebben, enzovoort. In *Hellden* staken vier jongeren (wetenschappelijke) stunts in elkaar. In *Kamp X-treem* leerden kinderen een 'ultiem kamp' te bouwen. *Kaatje ontdekt de wereld* leerde kinderen de wereld kennen aan de hand van verschillen in cultuur en gebruiken.

Met de reeks *Mind Your Own Business* (OP12) stond ondernemerschap centraal. In *Fans of Flanders* (OP12) kregen buitenlanders in Vlaanderen (wetenschappelijke) uitleg over verschillende Vlaamse thema's zoals over de taal.

Met haar educatieve televisieprogramma's bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 38,4% van de Vlaamse bevolking (norm = 25%).

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE EDUCATIEVE VRT-PROGRAMMA'S (2009-2013) (NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)

BRON: CIM



Start to DJ



De grootste helpdesk ter wereld van Radio 2



AANDACHT VOOR MEDIAWIJSHEID

Het Actieplan Mediawijsheid 2013 voorzag in acties op diverse vlakken: het samenwerken met derden, de aandacht voor mediawijsheid in de programmering en participatieve acties voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen.

De VRT had in tal van programma's aandacht voor mediawijsheid, zoals in *Hautekiet* (Radio 1), *Koppen* (Eén) en *Reyers laat* (Canvas). Ook online (bijvoorbeeld op Ketnet.be) was er aandacht voor het thema.

De grootste helpdesk van Vlaanderen (Radio 2) focuste in het kader van de actie *Iedereen veilig online* op de bewustwording van Vlamingen van de gevaren van internetgebruik en de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen. Luisteraars konden vragen stellen en werden geholpen door 20 experts. De antwoorden werden nadien voor iedereen toegankelijk gemaakt via Radio2.be/grootste-helpdesk.⁴⁴

Met enkele participatieve projecten bereikte de VRT specifieke doelgroepen rond het thema mediawijsheid. Kinderen vroegen bijvoorbeeld naar het mediagebruik van Ketnet-studiogasten via de webcam. Met de actie *Word zelf voetbalcommentator* (Ketnet) konden ze zelf voetbalfragmenten becommentariëren. De rubriek *Vet op het net* op Ketnet.be (waarbij kinderen handige tips krijgen over veilig digitaal mediagebruik) werd in 2013 verder aangevuld. Kinderen werden actief betrokken bij *De checklist*, een project over wat kinderen willen doen voor ze 12 jaar worden. Het project had naast

een televisieprogramma ook een onlinelink. Zo konden kinderen hun online-Ketprofiel uitbreiden met hun persoonlijke lijst die ze konden beheren.

Het belangrijkste participatieve project voor jongeren was *Carte Blanche*. 800 jongeren stelden zich kandidaat om televisie 'opnieuw uit te vinden'. 6 jongeren werden uiteindelijk geselecteerd om in het najaar een nieuw televisieprogramma voor jongeren te maken (zie p. 19). Ook op andere manieren werden jongeren betrokken bij de programma's, zoals bij *Start to DJ* (MNM, een zoektocht naar dj-talent) en *Wild Bunch* (Studio Brussel, jongeren die nachtradio maken).

SAMENWERKING

De VRT werkte in het domein mediawijsheid samen met andere organisaties en instanties (zie p. 23)⁴⁵. Voor Ingebeeld.be (een pilotproject van AOC-ONderwijs) stelde de VRT content en expertise ter beschikking. Zo konden leerkrachten de reeksen *Ten oorlog* (Eén) en *De allerlaatste getuigen* in klasverband gebruiken. De omroep organiseerde een 'co-creatiesessie' (over het ontwikkelen van een programma en het werken met archiefmateriaal) en een informatiesessie voor programmamedewerkers en stakeholders in het onderwijsveld. De VRT ontwikkelde acties m.b.t. urban radio (Strak en REC Radio, zie p. 23). NeLe is een digitaal leerplatform⁴⁶ om anderstaligen te helpen bij het leren van het Nederlands. De VRT leverde daarvoor audiovisuele content en expertise.

44 Dit project werd opgezet door de VRT in samenwerking met B-CENTRE, BeCommerce, CERT, Childfocus, EMSOC, FCCU, Fabelfin, FSMA, Gemeenschapsopdracht, Gezinsbond, IAB, IBM, IMinds, KULeuven, LINC, Mediaraven, Mediawijs.be, Microsoft, Telenet, Seniorennet, Universiteit Antwerpen, Unizo en VKSD. Op een overleg deelden de partners hun kennis en bevindingen over online-veiligheid. Die bevindingen lagen aan de basis voor de actie Iedereen veilig online.

45 De VRT overlegde inzake mediawijsheid ook met de Strategische Adviesraad Cultuur, Jeugd, Sport en Media, de Vlaamse Onderwijsraad, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie en het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst.

46 Met 10 partners: CTO, ILT, Itec, MMLab, Linguapolis, Taaluniecentrum, Taalblad, Televic, VIAA en VRT.



Voor Ingebeeld.be konden leerkrachten de reeksen Ten oorlog en De allerlaatste getuigen in klasverband gebruiken.



De madammen

02

Productie- strategie

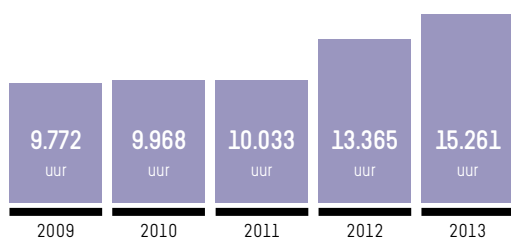




W
Iedereen
Beroemd

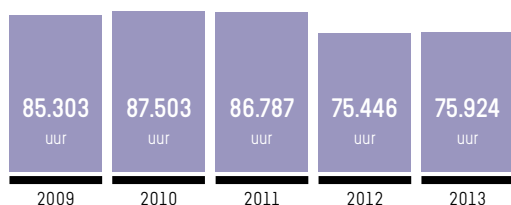
**Het VRT-aanbod bestond uit intern
gemaakte producties, extern gemaakte
producties en aangekochte programma's.
De directie Media legde de programmering
van de netten vast. In overleg met de directie
Productie bepaalde de directie Media of
een programma intern of extern
geproduceerd werd.**

EVOLUTIE NETTOPROGRAMMAZENDTIJD VRT-TELEVISIE (2009-2013)



De nettoprogrammazendtijd voor televisie bedroeg 15.261 uur, een stijging van 14,2% (of 1.896 uur) ten opzichte van 2012 (13.365 uur). De toename is het gevolg van de ont koppeling van Ketnet en Canvas en de daaraan verbonden uitbreiding van het aanbod. Die ont koppeling vond plaats op 1 mei 2012. Dat betekent dat in de eerste vier maanden van 2012 nog geen sprake was van een stijging van de zendtijd. Aangezien in 2013 het eerste volledige jaar was na de ont koppeling, nam de nettoprogrammazendtijd nog toe.

EVOLUTIE TOTALE RADIO-OUTPUT VRT-RADIO (2009-2013)



4.124 uur waren door de VRT geproduceerde televisie-programma's die voor de eerste maal werden uitgezonden (dit is inclusief coproducties en producties in opdracht), tegenover 4.286 uur in 2012 (-3,8%), een jaar waarin zowel het EK Voetbal als De Olympische Spelen plaatsvonden (waarvan de uitzendingen als eigen producties telden). Met inbegrip van de herhalingen was het volume eigen producties 9.171 uur (ten opzichte van 7.251 uur in 2012). Dat is 60,1% van de nettoprogrammazendtijd (ten opzichte van 54,3% in 2012).

De totale radio-output bedroeg 75.924 uren, ongeveer evenveel als in 2012.

02\1

Intern VRT-productiehuis

De externe productiehuisen produceerden 33,9% van de televisieprogramma's.

Eind 2012 besliste de VRT de organisatie van de interne productie aan te passen om talent en creativiteit beter te stimuleren. De drie voormalige televisieproductiehuisen (Jong, Cultuur en Het Televisiehuis) werden samengevoegd tot een productiehuis, VRT-Televisie. Dat moet de interne mobiliteit van de medewerkers verhogen. Het productiehuis heeft nu talentverantwoordelijken die dat ondersteunen. De hiërarchie binnen het productiehuis werd ingekort zodat programmamakers autonomer leiding kunnen geven aan een team. Programmamakers beheren voortaan zelf hun relatie met de directie Media. Zij kunnen zich laten begeleiden door Creatieve Seniors zodat hun creatieve ideeën meer kans maken om gerealiseerd te worden.

66,1% van de uitgezonden televisieprogramma's werden intern gemaakt (basis: televisieproductiebudget in euro). De interne productiehuisen van de VRT (VRT-Televisie, VRT-Nieuws en VRT-Sport) leverden programma's in verschillende genres. 33,9% van de televisieprogramma's werden geproduceerd door externe productiehuisen (norm: ten minste 25%).

Sommige programma's worden door de VRT samen met een extern productiehuis gemaakt:

- ▶ *Iedereen Beroemd* (Eén) werd door het interne productiehuis VRT-Televisie geproduceerd. Enkele rubrieken werden in samenwerking met De Chinezinnen gemaakt.
- ▶ Eyeworks was de producent van *Café Corsari* (Eén), maar werkte daarvoor samen met het eigen interne productiehuis.
- ▶ De fictiereeks *De Ridder* (Eén) was een coproductie van VRT en Eyeworks.

De VRT produceerde in 2013 100% van de uitgezonden radioprogramma's zelf.

Alle nieuws- en duidingsprogramma's op radio en televisie (en Deredactie.be) werden in 2013 intern geproduceerd.

Met uitzondering van de documentaire reeks *Belgasport* (Canvas), de interviewreeks *Karakters* (Canvas) en de aangekochte documentaires werden alle sportprogramma's intern geproduceerd.

VRT START-UP

Broedplaats van nieuwe ideeën, wegbereider voor de VRT van morgen



Het is een fundamentele uitdaging voor de VRT om haar missie relevant te blijven invullen voor doelgroepen die niet meer in de eerste plaats 'traditionele media' gebruiken. Binnen de VRT is daarvoor een team VRT Start-Up opgericht.

VRT Start-up ontwikkelt autonoom content-formats en nieuwe werkmethodes die de VRT moeten inspireren in een veranderende context. De VRT bepaalt uiteindelijk of de nieuwe ideeën worden verspreid via de bestaande mediamerken.

Het team focuste in 2013 op de informatie-opdracht van de VRT. Het zocht naar contentformats om jongeren te voorzien van informatie.

Beta.Sambal.be was een testproduct en een experiment dat informatie gericht op jongeren aanbood. *Ninjanieuws* bood korte nieuwsvideo's aan via Instagram, Snapchat, Twitter, Youtube en Facebook.

Indien blijkt dat de testproducten voldoende potentieel hebben, dan zal de VRT nagaan of ze in aangepaste vorm opgenomen kunnen worden binnen het bestaande aanbod.



Bijdrage aan de Vlaamse audiovisuele productiesector

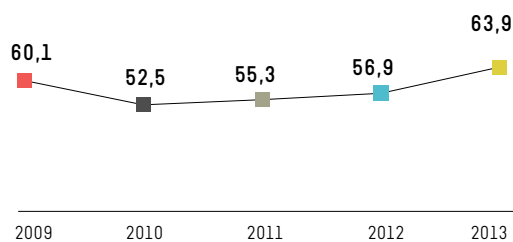
De VRT ondersteunde de Vlaamse media-industrie in 2013 op verschillende manieren:

- ▶ via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen;
- ▶ via strategische partnerschappen met enkele onafhankelijke productiehuisen;
- ▶ via de participaties in onafhankelijke productiehuisen (in 2013: De Chinezen, zie kader);
- ▶ via ontwikkelingsgelden;
- ▶ via coproducties;
- ▶ via bestellingen bij facilitaire bedrijven;
- ▶ via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds.

De Vlaamse onafhankelijke productiehuisen leverden in 2013 voor 63,9 miljoen euro diensten aan de VRT (ten opzichte van 56,9 miljoen euro in 2012).

EVOLUTIE BESTEDINGEN VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN (IN MILJOEN EURO)

BRON: VRT



EXTERNE PRODUCTIEHUIZEN

De VRT had met zeven productiehuisen strategische partnerschappen (= langdurige overeenkomsten zonder een bepaling dat het productiehuis niet voor een andere omroep mag produceren): *Alaska TV*, *De Chinezen*, *De Filistijnen*, *De Mensen*, *Hotel Hungaria*, *Koeken Troef* en *Studio 100*.

Wanneer de VRT producties aan andere Vlaamse productiehuisen toeweest, gebruikte zij daarbij open briefings en transparante criteria. Naast de productiehuisen met wie de omroep een strategisch partnerschap had, waren dat in 2013: *3Keys*, *Associate Directors*, *BGood-Media*, *Bonka Circus*, *Borgerhoff & Lamberigts*, *Bullet-*

proof Cupid, *De Raconteurs*, *De TV-Makers*, *Elisabeth*, *Eyeworks*, *Fobic Films*, *Geronimo*, *Kanakna*, *Lionheart Producties*, *Mamzels*, *Off World*, *Ristretto*, *Seamons*, *Skyline*, *Spijkerdocs*, *Sputnik*, *Storyrunner*, *Sultan Sushi*, *Sylvester*, *Willy Van Craen NV* en *Woestijnvis*.

In totaal produceerden dus 33 Vlaamse onafhankelijke productiehuisen een programma voor de VRT (= 26 productiehuisen via open briefings + 7 strategische partnerships).

ONTWIKKELINGSMIDDELEN

De VRT ondersteunde in 2013 de ontwikkeling van mediaconcepten en formats bij externe productiehuisen. De VRT-netten investeerden 582.763 euro bij onafhankelijke Vlaamse productiehuisen.

VRT PARTICIPEERT IN DE CHINEZEN



De VRT en het productiehuis De Chinezen sloten in 2013 een participatie-overeenkomst en een innovatie-overeenkomst. De VRT nam een minderheidsparticipatie van 10% in het productiehuis. De daaraan gekoppelde overeenkomst voor innovatieve contentcreatie wil door samen te werken ruimte scheppen voor groei, talentontwikkeling en innovatie⁴⁷.

Beide overeenkomsten passen binnen het VRT-beleid om de Vlaamse audiovisuele productiesector op cultureel en economisch vlak duurzaam te versterken. Een minderheidsparticipatie aangaan is een instrument daarvoor. Het laat toe om talent uit te wisselen, innovatieve mediaprojecten te ontwikkelen en groeimogelijkheden van productiehuisen te creëren. De VRT raakt daarbij niet aan de onafhankelijkheid van de productiehuisen en vraagt geen exclusiviteit.

⁴⁷ De VRT stelde een innovatiebudget van 100.000 euro ter beschikking van het productiehuis De Chinezen.

02\3

Bijdrage aan de Vlaamse identiteit

In 2012 was 61,8% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 en 23 uur, een Vlaamse tv-(co)productie. De VRT engageerde zich om tegen eind 2013 de norm (65%) te halen. Vanaf september was dat het geval. In december 2013 was het aandeel gestegen tot 67,4%. Het gemiddelde op jaarbasis bedroeg uiteindelijk 64,3%.



33 Vlaamse productiehuizen produceerden een programma voor de VRT (ter waarde van 63,9 miljoen euro).

Het Vlaamse Audiovisueel Fonds (dat ook het Mediafonds beheert) gaf financiële steun aan 24 verschillende Vlaamse televisieproducties voor de VRT. Vlaamse onafhankelijke productiehuizen realiseerden (in coproductie met het VAF) deze producties.

- ▶ Fictie: *Beau Sejour, Bevergem, Vriendinnen, Marsman, Verloren Brood* en *Voor wat, hoort wat*
- ▶ Documentaire reeksen: *De laatste benen, Onze Jongens, Grand Central Belge, Archibelge!, Het lelijkste land ter wereld, Brave Little Belgium, Barber Shop, België-scherpgesteld, Palais Royal* en *Sur-place*
- ▶ Animatiereeksen: *Monsterdokter, Henny de Heks en Helmer, Rintje, BaDaBoo, Roger Flambé, Dimitri, Bo's Bazaar, Joe de Eskimo* en *Mannetje Koek*

02\4

Samenwerking met externe partners

Externe productiehuizen en leveranciers die een VRT-productie ontwikkelen, moeten zich houden aan de 'Algemene Voorwaarden'. Dat document wordt standaard toegevoegd bij de productie-overeenkomsten. De Algemene Voorwaarden vermelden dat de geldende sociale wetgeving correct moet worden toegepast en dat de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen gevolgd moeten worden. Het document gaat ook in op de rechtenregeling bij externe producties. De conceptrechten en de exploitatierechten op deze

producties worden erin verduidelijkt. De daaraan verbonden inkomstenverdeling wordt bepaald aan de hand van een waarderingsmatrix met een aantal parameters. In alle gevallen blijft de VRT de eindverantwoordelijke over haar programmering. (zie p. 99)

De VRT was in 2013 een voortrekker in de totstandkoming van een sociaal charter voor de audiovisuele sector. (zie p. 99)



03

Creativiteit en efficiëntie

03\1

Hr-beleid

OP ZOEK NAAR TALENT!

In 2013 nam de VRT 125 nieuwe medewerkers in dienst. De VRT zoekt naar talent o.a. via haar jobsite en de sociale media en onder de stagiairs en uitzendkrachten die zij inzet.

De VRT experimenteerde in 2013 met speeddate-sessies om geschikte kandidaten te vinden voor de VRT-nieuwsdienst. Sollicitanten werden daarbij getest op hun vermogen om verhalen te vertellen, te communiceren, te onderzoeken, enzovoort.

De HR-directie ontwikkelde in 2013 een databank met parameters over de arbeidstijden en de financiële compensaties voor flexibiliteit van de medewerkers. Op basis daarvan zal in 2014, samen met de sociale partners, een nieuw werkreglement opgesteld worden.

De VRT wil werk maken van nieuwe functieomschrijvingen voor haar medewerkers. In 2013 werden de eerste stappen gezet aan de hand van proefprojecten bij de afdelingen HR, VRT-Radio en de vakgroepen Beeld & Montage.

De VRT ontwikkelde verschillende modellen voor een integraal verloningsbeleid. Die werden getoetst in 2013 aan nieuwe inzichten en goede praktijken in de arbeidsmarkt. In 2014 moet dit leiden tot een vernieuwd loonbeleid.

TALENTMANAGEMENT, OPLEIDING EN ONTWIKKELING

Samen met het interne productiehuis VRT-Televisie definieerde de directie HR de kritieke competenties van de verschillende soorten programmamedewerkers.

In 2013 waren er diverse proefprojecten van zelfevaluaties door teams, het geven van feedback en het formuleren van doelstellingen. De kennis die daardoor werd verzameld, samen met die uit succesverhalen, moet helpen om de bedrijfsdoelstellingen op een effectieve en efficiënte manier ook in de toekomst te behalen.

Inzake talentmanagement focuste de VRT op individuele begeleiding, stemcoaching en logopedie van presentatoren en schermgezichten. Daarnaast werd ingezet op het coachen van leidinggevendenden. In 2013 werd een eerste versie van een model van 'vedettecontract' opgemaakt dat moet helpen om toptalenten aan de VRT te binden.

Medewerkers werden gestimuleerd en begeleid bij het opstellen van een persoonlijk ontwikkelingsplan. De HR-directie ontwikkelde daarvoor een plan en een handleiding.

Bij elke behoefte aan kennisopbouw onderzocht HR wat het beste instrument daarvoor was. Diverse vormen van werkplekleren vervingen in 2013 sommige klassieke opleidingen. Die laatste werden wel ingezet voor ICT- of vaktechnische kennisoverdracht.

03\2

Aandacht voor het sociaal klimaat

\\
In 2013 werd het nieuwe Kinderdagverblijf Ukkepek in gebruik genomen.



Het sociale overleg resulteerde o.a. in een nieuw sectoraal akkoord voor drie jaar en een goede afronding van het 'pensioendossier' (zie verder). Het sociaal akkoord werd afgesloten over het eindloopbaanbeleid waarbij nieuwe instrumenten moeten helpen om langer te blijven werken, in aansluiting met de nieuwe

pensioenwetgeving die focust op een verlenging van de beroepsloopbaan.

De overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen van de VRT aan de Vlaamse Gemeenschap (zoals bepaald in de VRT-Beheersovereenkomst 2012-2016) werd in 2013 inhoudelijk voorbereid. De Vlaamse overheid werkte aan een nieuw pensioendecreet m.b.t. de statutairen van de VRT (goedgekeurd in het Vlaams Parlement op 2 april 2014). Tegelijk werd de reglementering inzake het aanvullend bedrijfspensioen aangepast. De formele overdracht van de dienstverlening aan de Pensioendienst voor de Overheidssector vond op 1 oktober 2013 plaats.

Het welzijnsbeleid van de VRT zette in 2013 in op een actief gezondheidsbeleid.

03\3

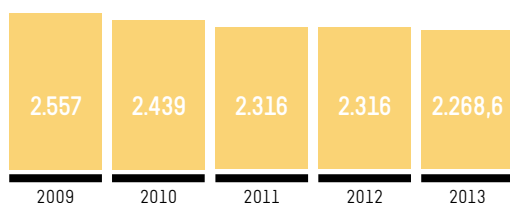
Personeelsbestand

Samenstelling

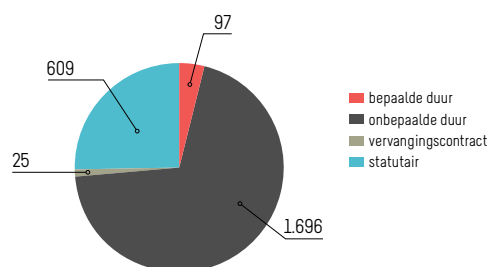
De VRT had op 31 december 2013 2.427 actieve personeelsleden⁴⁸ (eind 2012: 2.492) in dienst of 2.268,6 voltijds equivalenten (eind 2012: 2.316,2) (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016 maximaal 2.338,2). 25% van de personeelsleden was statutair, 75% was contractueel⁴⁹.

EVOLUTIE AANTAL VOLTIJDS EQUIVALENTEN (2009-2013)

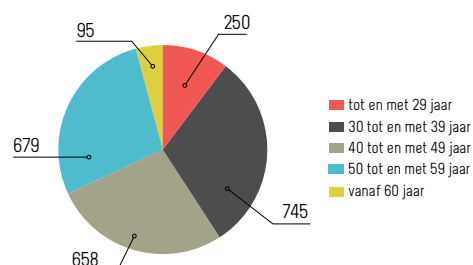
BRON: VRT



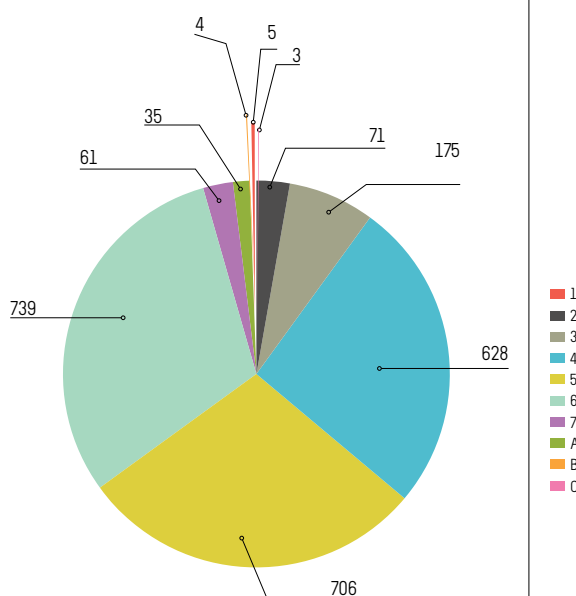
DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS CONTRACTSOORT⁴⁹



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS LEEFTIJD^{51, 52}



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS OVER DE FUNCTIEKLASSEN^{53, 54}



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS DIRECTIE

DIRECTIE (VOLTIJDS EQUIVALENTEN)	2009	2010	2011	2012	2013
BELEID	65,2	65,4	58,9	55,45	52,7
PRODUCTIE & OPERATIONELE AFDELINGEN	1.795,55	1.741,2	1.691,8	1.710,75	1.690,35
MEDIA	128,7	107,25	101,7	107,9	102,8
ALGEMENE DIENSTEN	473,4	435,3	388,4	376	361,7
HR	94	90,3	75,4	66,1	61,05
TOTAAL	2.556,85	2.439,45	2.316,2	2.316,2	2.268,6

48 Dit aantal bevat niet de 23 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, 33 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 168 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -ontheffingen, gedetacheerden, e.d.)

49 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.

50 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

51 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

52 De verhouding van medewerkers jonger dan 40 jaar (41%) ten opzichte van medewerkers ouder dan 40 jaar (59%) bleef gelijk in vergelijking met 2012.

53 Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

54 Het aantal medewerkers in de functieklassen 1 tot en met 3 was, in vergelijking met 2012, gedaald met 13% (of 35 medewerkers).

Om de financiële doelstellingen uit de beheersovereenkomst te halen, legde de VRT zichzelf een efficiëntietraject op. Een vermindering van het aantal medewerkers was daarin een van de elementen. In 2013 verminderde het aantal voltijds equivalenten met 2% of 47,6 voltijdse equivalenten (de doelstelling was een vermindering van minimaal 40 voltijdse equivalenten).

Diversiteit



In 2013 participeerde de VRT aan een (anonieme) telling van de dienst Emancipatiezaken van de Vlaamse Gemeenschap. Rijksregisternummers van personeelsleden werden daarvoor uitgewisseld met gegevens van de Kruispuntbank Sociale Zekerheid. Uit de telling bleek dat 1,99% van de medewerkers⁵⁵ een migratieachtergrond had (streefcijfer: 2,5%).

In 2013 was 0,9% van het personeel een persoon met een arbeidshandicap⁵⁶ (streefcijfer: 1%).

Het aantal vrouwelijke medewerkers steeg tot 39,2% (ten opzichte van 38,7% in 2012)⁵⁷. Vooral bij de directie Technologie werkten er nog relatief te weinig vrouwen.

⁵⁵ Op een totaal van 2.711 personeelsleden (op 31/12/2012, cijfer uit de sociale balans bij de jaarrekening).

⁵⁶ Dit percentage was 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.

⁵⁷ Het 40%-streefcijfer moet tegen eind 2014 gehaald worden.

Aangezien er daar weinig aanwervingen waren, was de mogelijke instroom van vrouwen ook zeer klein. In het management (functieklassen A, B en C) was 25,0% een vrouw⁵⁸. Het aandeel van vrouwelijke leidinggevendenden (functieklassen A, B, C en 7) was 35,2%. In het VRT-directiecollege waren drie van de vijf leden een vrouw.

AANTREKKEN VAN DIVERS TALENT

- ▶ De speeddate-sessies om geschikte profielen te vinden voor de VRT-nieuwsdienst (zie p. 70) lieten toe om meer personen met een diversiteitsachtergrond te screenen. 9 van de 38 kandidaten die na de screening in de 'VRT-talentpool' werden opgenomen hadden een diversiteitsachtergrond.
- ▶ De organisaties die expertise hebben in diversiteitsbeleid werden regelmatig gecontacteerd voor het verspreiden van nieuwe vacatures.
- ▶ In 2013 deden 10 stagiairs met een diverse achtergrond of arbeidshandicap ervaring op bij de VRT (norm: 10). Die ervaring verhoogt hun kansen om in de Vlaamse audiovisuele sector (en bij de VRT in het bijzonder) in dienst te komen. Zes kandidaten die in 2012 een ervaringsstage volgden, kregen in 2013 een contract van (on)bepaalde duur of een interimcontract.

OPLEIDING

- ▶ 15 leidinggevendenden en mentoren van stagiairs volgden een opleiding 'omgaan met diversiteit in een team'.
- ▶ 165 medewerkers van de nieuws- en sportdienst volgden een workshop over het gender-thema. Als gevolg daarvan besloten de eindredacties van beide diensten om de man/vrouw-aanwezigheid permanent te monitoren.
- ▶ Acht medewerkers met een migratieachtergrond namen deel aan een opleiding interview- of presentatietechnieken. Elf medewerkers en stagiairs met een diversiteitsachtergrond volgden logopedietrainingen en kregen op de werkvloer steun van een collega-mentor.

⁵⁸ Een achteruitgang ten opzichte van 31% in 2012. Het 33%-streefcijfer moet tegen eind 2014 gehaald worden.

03\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 als in 2013, recurrente 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 voor de personeelsuitgaven verminderd met 2,2 miljoen euro, en de dotatie voor het werkingsgedeelte met nog eens 2,4 miljoen euro.

Deze dotatieverminderingen, die structureel doorwerken naar de volgende jaren, betekenen dat het niveau van de dotatie eind 2013 reeds 8,5 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 2013 uiteindelijk af met een financieel resultaat dat 0,5 miljoen euro beter was dan gepland in het jaarbudget.

Omdat de financiële middelen schaarser worden en ze zo veel mogelijk moeten terugvloeien naar de gemeenschap in de vorm van aanbod, zoekt de VRT continue naar manieren om in de toekomst nog efficiënter te werken. Er werd een 'design-to-value'⁵⁹-model opgezet op basis van een aantal referentieprogramma's. Dat moet leiden tot een correcte (interne) prijszetting van programma's, en in een aantal gevallen tot een relevante daling van de kostprijzen. De VRT werkt ook verder aan administratieve vereenvoudiging en procesverbeteringen. Andere projecten focussen op het verhogen van het kostenbewustzijn en de responsabilisering van een aantal kosten.

Al deze projecten hebben een structurele impact op de toekomstige kostenstructuur van de VRT.



NAAR EEN NIEUW VRT-GEBOUW OP DE REYERS-SITE

Begin 2012 besliste de Raad van Bestuur dat de VRT zou verhuizen naar een nieuw gebouw. Het huidige gebouw is immers sterk verouderd, erg duur in exploitatie en niet meer aangepast aan de noden van een modern mediabedrijf. In een compacter en efficiënter gebouw kunnen onder meer de energiekosten aanzienlijk gedrukt worden.

De Raad van Bestuur van de VRT besliste op 22 april 2013 dat de openbare omroep op de huidige Reyers-site blijft. In 2014 wordt een architectuurwedstrijd uitgeschreven. De VRT verwacht tegen eind 2015-begin 2016 de bouwwerken te kunnen starten. Zij hoopt om begin 2020 haar intrek te nemen in een nieuw, duurzaam en efficiënt gebouw. De VRT zal zelf instaan voor de financiering.


Met deze beslissing bevestigt een van de belangrijkste Vlaamse culturele actoren het belang van een blijvende aanwezigheid in Brussel.

⁵⁹ Een methodiek om tot de juiste budgetbepaling van een programma te komen, rekening houdend met de verwachtingen van de kijker en het streven naar maximale efficiëntie.





04


Onderzoek &
innovatie



ONDERZOEK & INNOVATIE









Bezoek de expo over 100 jaar radio

VRT viert 100 jaar radio in België met "RADIO+", een interactieve tentoonstelling in het Radiohuis in Leuven. De expo opent vandaag, precies honderd jaar na de eerste radio-uitzending in België. Ook VRT 0&1 heeft haar bijdrage geleverd aan


[Bekijk alle blogs](#)




IDEE











EXPLORATIE



ONTWIKKELING



VOLTOOID

<p>TOSCA-MP</p>  <p>Annotatie en zoektoepassingen voor professionele mediagebruikers</p> <p>• Annotatie & ontsluiting</p> <p>Ontbrekingsproject</p>	<p>CYCLOCROSS IMMERSIEF</p>  <p>Valrijden als ter plekke ervaren in de woonkamer</p> <p>• Live-ventbeleving</p> <p>Ontbrekingsproject</p>	<p>STON</p>  <p>Beter en sneller oncertitels aanmaken</p> <p>• Annotatie & ontsluiting</p> <p>Ontbrekingsproject</p>	<p>RESEARCHER +</p>  <p>Radio in multimediate vorm</p> <p>• Multiplatform, productie & distributie</p> <p>Ontbrekingsproject</p>
<p>AARON</p> 	<p>SMART CHANNEL</p> 	<p>EMPATHIC PRODUCTS PROJECT</p> 	<p>ICOSOLE</p> 

De afdeling VRT Onderzoek & Innovatie voerde de toegevoegde opdracht onderzoek en innovatie van de beheersovereenkomst uit. Het was het enige onderzoeksteam in het Vlaamse medialandschap dat functioneerde midden in een omroep.

VRT Onderzoek & Innovatie deed onderzoek naar de creatie, het beheer, de distributie en de consumptie van media-inhoud. De VRT-afdeling werkte aan onderzoeksprojecten op middellange termijn met zowel Vlaamse als internationale partners. Binnen die projecten ontwikkelde VRT Onderzoek & Innovatie concrete 'proof of concepts'. Daarbij lag de focus op het genereren van nieuwe inzichten, niet op het maken van de mediaproducten zelf.

De VRT werkte in 2013 samen met het IWT, iMinds, SMIT (VUB), MIX, CUO (KULeuven) en iLab.o, nam deel aan verschillende EBU-werkgroepen en zetelde in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technology & Innovation. Na BBC, IRT, RAI en NRK was de VRT de omroep met de meeste bijdragen aan de technische afdeling van EBU.

ONDERZOEKSPROGRAMMA

De afdeling Onderzoek & Innovatie volgde een meerjarenplan. In 2013 werden onderzoeksprojecten uitgevoerd rond volgende onderzoeksthema's:

- ▶ het productieapparaat van de toekomst. Meer bepaald:
 - het produceren van media-content zo snel mogelijk na een gebeurtenis;
 - het gelijktijdig produceren op en verspreiden van media-content over verschillende platformen;
 - het automatisch archiveren, annoteren en ontsluiten van audio- en videomateriaal;
- ▶ de analyse van grote gegevensbestanden (o.a. afkomstig van sociale media) en het gebruik van deze data om 'een verhaal te vertellen' (data driven journalism en crowdsourcing);
- ▶ gepersonaliseerde content en interactieve gebruikerservaringen.

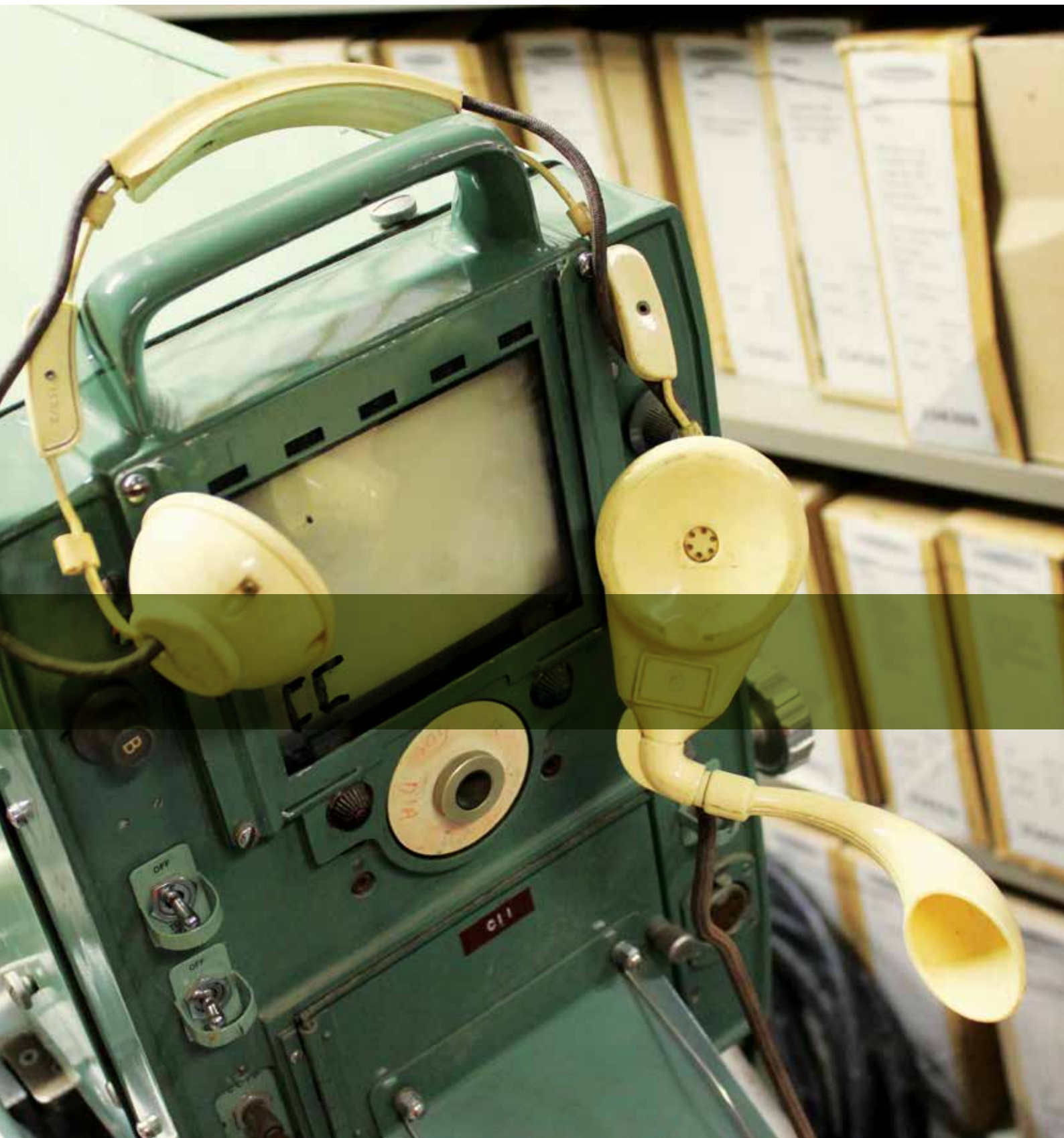
VRT Onderzoek & Innovatie werkte in 2013 mee aan de Europese projecten TOSCA-MP (over manieren om te zoeken naar en het automatisch annoteren van mediamateriaal) en Empathic (over contextgebaseerde mediatoeepassingen).

VRT Onderzoek & Innovatie stelde de resultaten van zijn onderzoek ter beschikking van het MIX en andere actoren in het Vlaamse medialandschap. De VRT organiseerde informatiesessies met interne en externe experts. De conferentie *Media Fast Forward* had als thema de toekomst van de media. *O&I Make-a-thon* was een evenement waarbij de deelnemers hun ideeën voor de media van morgen deelden met elkaar.

De resultaten van de onderzoeksprojecten werden gedeeld via Innovatie.VRT.be. De website gaf informatie over de onderzoeks- en innovatie-activiteiten van de VRT en de status van de lopende projecten. De Engelstalige versie Innovation.VRT.be was gericht op internationale samenwerking.

VRT Onderzoek & Innovatie stelde de resultaten van haar onderzoek ter beschikking van de Vlaamse mediasector.





05

Archief



\\
Op 5 maart 2013 werd in de VRT de laatste filmspoel van Het Journaal gedigitaliseerd.

De VRT heeft, binnen haar mogelijkheden, steeds goed zorg gedragen voor het bewaren van haar radio- en televisie-archief. Zij focuste daarbij op het herbruiken van het archiefmateriaal om nieuwe programma's te maken en op het bewaren van ons erfgoed. De klassieke dragers waarop al dat materiaal staat, zijn echter kwetsbaar en niet altijd vlot hanteerbaar. Daarom heeft de VRT al sinds een twintigtal jaar ook werk gemaakt van het digitaliseren van haar materiaal. Eind de jaren negentig stapte de radio over naar het gebruik en bewaren van digitaal geluidsmateriaal. In 2005 startte het eerste project om ook audiovisueel materiaal te digitaliseren.

De VRT zette in 2013 haar VerDi-project⁶⁰ voort. Het project dat archiefmateriaal digitaliseert, liep conform de beheersovereenkomst en dat in afwachting van het operationeel zijn van het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA).

VERDI

Met het VerDi-project stond de VRT in voor de voortzetting van de digitalisering en annotatie van haar archief.

Digitalisering

- ▶ VerDi digitaliseerde de meest bedreigde dragers: Betacam SP- en SX-videobanden, digitale audiocassettes (DAT), audiocassettes, VHS-cassettes en films met het azijnsyndroom.
- ▶ In het VerDi -project zorgde de VRT zelf voor de digitalisering van 12.000 uur SP- en SX-videobanden, 2.100 uur DAT-muziekcassettes en 284 uur film (inclusief restauratie). De VRT deed ook een beroep op externe partners. Zij stonden in voor de digitalisering van 47.000 uur VHS-cassettes (door Vectracom), 34.000 uur DAT-woordbanden (door Memnon), 7.500 uur audiocassettes (door Sonim) en 87 uur film (door Jansen).
- ▶ Samen met de vroegere digitaliseringsprojecten had de VRT eind 2013 uiteindelijk 169.000 uren beeldmateriaal (of 42% van het totale beeldmateriaal) en 62.500 uren audiomateriaal (of 44% van het totale audiomateriaal) gedigitaliseerd.

Annotatie

In totaal werden in 2013 17.000 video-items en 8.800 woord-items van basisannotatie voorzien. 3.000 muziekprogramma's werden voorzien van een diepgaande beschrijving.



⁶⁰ VerDi staat voor VRT Erfgoed Digitaal.

Eind 2013 had de VRT 42% van haar beeldmateriaal en 44% van haar audiomateriaal gedigitaliseerd.

VIAA



De VRT sloot in oktober 2013 een samenwerkings-overeenkomst met het VIAA. Dat zal het VRT-archief verder digitaliseren en archiveren. De rol van ontsluiting voor onderwijs, cultuur en gemeenschap is mee opgenomen in het VIAA-project. Het accent ligt daarbij op onderwijs, wetenschappelijk onderzoek en openbare bibliotheken. Het VIAA zal via proefprojecten de wensen en de noden van die doelgroepen in kaart brengen om daar optimaal op in te kunnen spelen. Technologische vernieuwingen zullen het mogelijk maken om archiefmateriaal verder te exploreren en te ontsluiten.

De bedoeling is dat de VRT in de periode 2014-2015 zal instaan voor de digitalisering van haar (nog niet gedigitaliseerd) SP-SX-materiaal (25.000 uur). Het VIAA zal, gespreid over een periode van vier jaar, instaan voor de digitalisering van de 1/4-duim-audiotapes (ongeveer 100.000 banden).

Voor de annotatie zal VIAA een beroep doen op de archivarissen van de VRT. Die zal hiervoor 8 VTE inzetten. Sinds 1 oktober 2013 werkte een VRT-archivaris ook al voltijds mee aan het ontwikkelen van de eerste VIAA-projecten over de ontsluiting van archiefmateriaal naar het onderwijs.

Voor de verdere ontginning zal de VRT nauw samenwerken met het VIAA en haar expertise inzake archivering, digitalisering, annotatie en ontsluiting ter beschikking stellen van de brede media- en erfgoedsector. Met de voorziene massadigitalisatie wil de VRT ertoe bijdragen dat de VIAA-partners (zoals de regionale omroepen) mee kunnen genieten.

De VRT hoopt dat VIAA (nu onder iMinds-vlag) kan evolueren naar een permanente structuur met een eigen organisatie en een eigen stabiele financiering om haar langetermijnopdracht waar te kunnen maken. De



Te voet door Vlaanderen



Ten huize van ...




Tienerklanken

bestaande partners en opdrachtgevers moeten in de bestuursstructuur van deze entiteit op een correcte en structurele manier vertegenwoordigd worden. De VRT is goed voor ongeveer 70% van het archiefmateriaal van het VIAA. De VRT-positie moet, als een belangrijke partner, in het bestuur van het VIAA tot uiting komen.



\\
Eigen kweek



De VRT profileert zich als een kwaliteitsvolle omroep. De VRT streeft naar kwaliteit van haar aanbod zowel qua inhoud, vorm als taalgebruik. Om alle aspecten van kwaliteit in kaart te brengen, op te volgen en te evalueren heeft de VRT een geïntegreerd kwaliteitssysteem uitgewerkt.

06

Kwaliteit





Kwaliteit wordt door de VRT op drie dimensies onderzocht:

- ▶ de publieke meerwaarde (publieke en ethische kwaliteit): de mate waarin de omroep inspeelt op maatschappelijke noden;
- ▶ de functionele kwaliteit: de mate waarin de omroep tegemoetkomt aan de behoeften van de mediagebruikers;
- ▶ de operationele kwaliteit: de mate waarin het aanbod op een professionele en kostenefficiënte manier tot stand komt.

Om het kwaliteitsniveau op elke dimensie te kennen, meet de VRT verschillende concrete indicatoren.

06\1

Publieke meerwaarde

Om te weten of de VRT tegemoet kwam aan de noden van de maatschappij, worden zes componenten onderzocht: betrouwbaarheid, maatschappelijke impact, diversiteit, onderscheidend aanbod, innovatie en Vlaamse verankering.

Betrouwbaarheid

De ethische kwaliteit is de mate waarin de omroep tegemoetkomt aan de morele en ethische eisen die aan media worden gesteld. Het bepaalt hoe betrouwbaar de VRT is voor de mediagebruikers. De VRT volgt de betrouwbaarheid op met behulp van de deontologische code (nieuwsdienstprogramma's), het programmacharter (niet-nieuwsdienstprogramma's) en een vertrouwensbarometer.

VRT-NIEUWSDIENSTPROGRAMMA'S

Beroepsethisch kader

De deontologie van de VRT-Nieuwsdienst is gebaseerd op de waarden nauwkeurigheid, onpartijdigheid en goede trouw. Deze waarden werden uitgewerkt in *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT* dat de onafhankelijkheid van de nieuwsdienst garandeert. De VRT-nieuwsdienst is aangesloten bij de Raad voor Journalistiek.

Verschillende Vlaamse mediabedrijven ondertekenden een charter tegen plagiaat over het hergebruik van nieuwsberichten. De VRT-nieuwsdienst sluit plagiaat uit. Hij sloot zich dan ook aan bij het initiatief.

Albert II

258 keer werd een beroepsethische opleiding gevolgd.

Advies

De deontologische adviesraad is verkozen door de journalisten van de VRT-nieuwsdienst. De belangrijkste taak van de adviesraad is advies geven over deontologische kwesties m.b.t. het aanbod. In 2013 werd een nieuwe raad verkozen. Daarin zitten voortaan 12 leden, onder wie voor het eerst vertegenwoordigers van de ENG-afdeling (camera, geluid en montage).

In 2013 gaf de deontologische adviesraad 69 informele adviezen aan de hoofdredactie en de programmamakers. De raad gaf zeven formele adviezen aan het college van hoofdredacteuren:

- ▶ drie over de deontologie buiten het werk;
- ▶ twee over het ontslag van een journalist;
- ▶ een over de terugkeer van een journalist die voor de Europese Commissie had gewerkt;
- ▶ een over een conflict tussen een journalist en een hoofdredacteur.

In 2013 werden zes fouten in de berichtgeving rechtgezet op de pagina *Rechtzettingen* van Deredactie.be.

Opleiding en bewustwording

- ▶ 23 journalisten volgden een deontologische opleiding. De VRT-nieuwsdienst organiseerde twee discussiesessies over deontologie: een was een gedachtewisseling met de ombudsman van De Standaard (ongeveer 70 journalisten namen deel) en een handelde over zelfdoding (met ongeveer 40 deelnemers).
- ▶ Ter aanvulling van de deontologische code en het deontologische zakboekje (dat een praktische vertaling is van de deontologische code) verspreidde de nieuwsdienst verschillende deontologische tips. Bijvoorbeeld over het omgaan met peilingen en het gebruik van gruwelijke beelden uit oorlogssituaties.

ANDERE PROGRAMMA'S

Programmacharterraad en manager beroepsethiek

- ▶ De programmacharterraad stelt adviezen op over



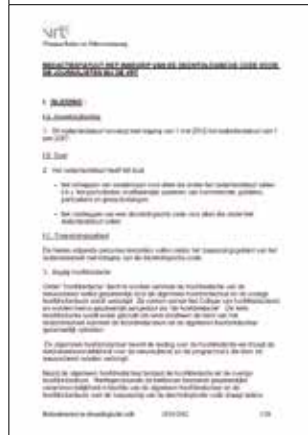
beroepsethische zaken bij niet-nieuwsdienstprogramma's. De raad behandelt klachten in verband met de toepassing van het programmacharter. De samenstelling van de programmacharterraad werd in 2013 via coöptatie gewijzigd om meer representatief te zijn voor de verschillende netten en redacties.

- ▶ De manager beroepsethiek heeft een adviserende en coördinerende rol met betrekking tot de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's. In 2013 kreeg de manager beroepsethiek 188 informele adviesvragen.

De VRT nam verschillende initiatieven om beroepsethische fouten in de programma's te voorkomen. Maar niet alles kon voorkomen worden. Enkele kwesties waren op beroepsethisch en juridisch vlak voorwerp van een publiek debat.

Voorbeelden:

- ▶ De vzw Curieus vroeg in de zomer aan Cobra.be om *De boekendokter* (een rubriek op de website) te laten deelnemen aan Het Festival van de Gelijkheid. Toen bleek dat dat festival een partijpolitieke link had, trok Cobra.be zich terug om de neutraliteit van de omroep te vrijwaren.
- ▶ Eén zond in het najaar de fictiereeks *Albert II* uit. In een bepaalde scène kwam een zin voor waar Iris Vandekerkhove en haar partner Frans Vancoppenolle zich gekwetst door voelden. De VRT maakte geen juridische fout maar toonde zich gevoelig voor de reactie van de betrokkenen. De VRT is niet onverschillig voor wat haar aanbod doet met mensen. De omroep besliste op vrijwillige basis om de bewuste scène te schrappen bij verdere distributie (via Ooit Gemist en DVD). Ook in de herhalingen werd voor deze aanpassing gezorgd.



W Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT is te vinden op VRT.be

\\
Samen met de Vlaamse Liga tegen Kanker hield de VRT een mobiliserende actie in de strijd tegen kanker. Omdat het thema in 2013 kinderkan-ker was, werd gekozen voor het symbool van kinderlijk protest: je tong uitsteken.



Opleiding en bewustwording

- ▶ 258 Eindredacteuren en programmaverantwoordelijken volgden een beroepsethische opleiding: over recente ontwikkelingen op televisievlak, recente ontwikkelingen op radiovlak, humor, kinderen, interactiviteit en fictie. Sinds het najaar kregen nieuwe medewerkers een beroepsethische basisopleiding.
- ▶ In 2013 was er een interne campagne ter promotie van de rol van de manager beroepsethiek. De VRT lanceerde een interne website over beroepsethiek. Het programmacharter is er thematisch opgedeeld, aangevuld met radio- en televisiefragmenten, tips en praktische toepassingen. Programmamakers kregen een folder met tips en toepassingen over 20 beroepsethische problemen.

Steekproef

Op basis van een steekproef werden eigen gemaakte programma's herbekeken of herbeluisterd vanuit beroepsethisch standpunt. De programmacharterraad en een communicatiewetenschapper screenen samen 306 uur radio- en televisieprogramma's. De belangrijkste conclusies waren:

- ▶ Deontologische tekortkomingen waren zeldzaam ten opzichte van de grote hoeveelheid uitgezonden content.
- ▶ De meest voorkomende twijfelgevallen bij televisie hadden te maken met het geven van toestemming (bijvoorbeeld toestemming om in beeld te komen en toestemming van ouders voor een interview met een kind).
- ▶ De meest voorkomende tekortkoming bij radio was het onvoldoende vermelden van de kostprijs van sms'en en bellen. Dat moet in principe in één op de drie oproepen gebeuren.

VERTROUWENSBAROMETER

De VRT peilde in het najaar naar het vertrouwen in de VRT als bedrijf en in haar nieuwsaanbod⁶¹. Daaruit bleek dat slechts 8% van de respondenten niet akkoord ging met de stelling 'Ik heb veel vertrouwen in de VRT, ik denk dat ze meestal de juiste beslissingen nemen'. Wat betreft het nieuwsaanbod verklaarde slechts 5% niet akkoord te gaan met de stelling 'Ik heb vertrouwen in nieuws en informatie verstrekt door de VRT'. Met de stelling 'Ik heb vertrouwen in de gezichten/journalisten van de VRT-nieuwsdienst' was slechts 8% het niet eens.

Maatschappelijke impact

Met haar aanbod heeft de VRT impact op de kennis en de meningsvorming van de Vlaamse mediagebruikers. Met het VRT-aanbod en door samen te werken met andere organisaties draagt zij ook bij aan de versterking van de samenleving.

ACTIES MET EEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Enkele voorbeelden:

- ▶ *Music for Life*: in de uitzending OP12 ging er aandacht naar diverse goede doelen in Vlaanderen;
- ▶ *Karrewiet* (Ketnet): het dagelijks magazine kreeg een zusterprogramma *Karrewiet plus* met langere reportages over thema's uit de leefwereld van kinderen;
- ▶ *De Bleekweide* (Eén): de reeks belichtte het leven van jonge mensen in de geestelijke gezondheidszorg;
- ▶ *Panorama* (Canvas): het duidingsprogramma had verschillende reportages die leidden tot maatschappelijk debat (zoals over het optreden van de politie bij gedwongen internering als gevolg van een reportage over de zaak Jonathan Jacob);
- ▶ De VRT ondersteunde het Kinderarmoedefonds (beheerd door de Koning Boudewijnstichting). Naar aanleiding van de lancering ervan besteedden de verschillende netten aandacht aan kinder- en baby-armoede.

⁶¹ De Vertrouwensbarometer is een combinatie van twee bevragingen: een corporate-onderzoek bij 2020 Vlamingen en een televisie-onderzoek bij 1.872 Vlamingen (beide in december 2013).

De VRT draagt met haar aanbod en door samen te werken met andere organisaties bij aan de versterking van de samenleving.

MEDIAWIJSHEID

De VRT draagt bij tot een mediabewuste houding van de Vlaming over de werking van de media en het kritisch en bewust ermee leren omgaan. (zie p. 60)

RELATIES MET MAATSCHAPPELIJKE ACTOREN

De VRT stelt zich luisterbereid op naar de samenleving. Zij creëert maatschappelijke meerwaarde in haar aanbod door samen te werken met publieke en private partners. (zie p. 22)

Diversiteit

De VRT wil zowel in haar aanbod als in haar tewerkstelling de Vlaamse samenleving weerspiegelen en alle Vlamingen bereiken. Daarom voert ze een diversiteitsbeleid.

- ▶ Diversiteit op het scherm: zie p. 17
- ▶ Diversiteit onder het personeel: zie p. 72
- ▶ Diversiteit onder het publiek: zie p. 16

Onderscheidend aanbod

Het aanbod van de VRT onderscheidde zich van het aanbod van andere Vlaamse omroepen. Zij deed dat via haar netten die elk een profiel hebben zoals beschreven in de beheersovereenkomst. De onderscheidende waarde van haar aanbod kwam in 2013 tot uiting op tal van domeinen, zoals:

- ▶ informatie (zie p. 52);
- ▶ cultuur (zie p. 55);
- ▶ en educatie (zie p. 59).

Enkele concrete voorbeelden:

- ▶ het aanbod voor buitenlanders in Vlaanderen (o.a. *Fans of Flanders* op OP12) (zie p. 21);
- ▶ de fictiereeksen *Witse*, *Wolven* en *De Ridder* die met audiodescriptie op OP12 werden uitgezonden;
- ▶ consumentenprogramma's *Volt* (Eén) en *Voor hetzelfde geld* (Eén);
- ▶ auteursdocumentaires die op Canvas onder de noemer *De uil van Athena* uitgezonden werden.



\\
Volt test
elke aflevering
een product



\\
De Bleekweide



Naar de top

Innovatie

In 2013 innoveerde de VRT op verschillende vlakken:

- ▶ technologische vernieuwingen, zoals:
 - een nieuwe journalistiekstudio met o.a. nieuwe grafische mogelijkheden, automatisering van camera-bewegingen en extra camerastandpunten;
 - verbeteringen aan de plannings- en stuursystemen;
 - aanpassingen aan de IT-infrastructuur van de websites zodat de verwerkingscapaciteit verhoogd werd;
 - een online-toepassing voor journalisten om bijdragen snel door te sturen;
- ▶ nieuwe platformen, zoals:
 - *Carte Blanche* experimenteerde met de mogelijkheden van sociale media (zoals Instagram) voor gebruik bij het televisieprogramma;
 - via de *Ketnet King Size-pagina* op Ketnet.be konden kinderen met hun webcam vragen stellen aan de gasten in de show;
 - bij verschillende programma's waren er second-screentoeepassingen, zoals bij de fictiereeks *De Ridder (Eén)* en het spelprogramma *Het spiegelpaleis (Eén)*;
- ▶ nieuwe programma-formats, zoals:
 - *Kapitein Winokio's Grote Notenboot* (Ketnet, nieuw muzikaal en educatief format);
 - *Naar de top* (Canvas, documentaire reeks over jongeren uit een Brusselse bokssclub die samen de Monte Rosa beklimmen, gefilmd met een smartphone).

De VRT investeert in de ontwikkeling van nieuwe innovatieve formats en programma's.

INNOVATIE VAN PRODUCTIES

De VRT investeert in de ontwikkeling van nieuwe innovatieve mediaproducties. Dat doet ze op verschillende manieren:

- ▶ De VRT maakt jaarlijks een bedrag vrij voor de ontwikkeling van nieuwe innovatieve ideeën en formats door de interne productiehuisen.
- ▶ De VRT geeft met *Carte Blanche* (zie p. 19) jaarlijks jong talent de kans om het medium televisie te herdenken, onder leiding van ervaren coaches. Het project doet ook dienst als 'talentvijver' voor de omroep.
- ▶ De VRT voorziet in middelen voor externe productiehuisen om aan innovatie te doen, nieuwe formats te creëren en nieuwe programma's te ontwikkelen (zie p. 66). De bedragen worden toegekend op projectbasis. Daarnaast is er ook het innovatiebudget dat aan De Chinezen (en aan andere productiehuisen waarin de VRT nog zou participeren) wordt toegewezen. Deze middelen moeten externe productiehuisen bijkomende zuurstof en ontwikkelingskansen geven.

Vlaamse verankering

De VRT ondersteunde de Vlaamse identiteit. Haar aanbod bestond in belangrijke mate uit Vlaamse muziek- en audiovisuele producties.

- ▶ Het aandeel Vlaamse producties op de televisienetten: zie p. 67.
- ▶ Het aandeel Vlaamse en Nederlandstalige muziekproducties op de radionetten: zie p. 36.

06\2

Functionele kwaliteit

De VRT meet op verschillende manieren of haar aanbod tegemoet komt aan de wensen van de Vlaamse mediagebruikers. Functionele kwaliteit bevat drie componenten: bereik, waardering en tevredenheid.

Bereik

De VRT is er voor al wie in Vlaanderen leeft. Om te weten of de VRT het brede publiek en specifieke doelgroepen in 2013 bereikte, volgde zij de bereikmetingen voor al haar netten op alle platformen nauwgezet op.

In dit jaarverslag wordt op verschillende plaatsen ingegaan op het bereik.

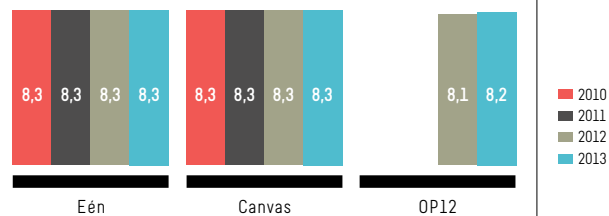
Waardering

De mening van de mediagebruikers over het aanbod was voor de VRT belangrijk. Bij de evaluatie van het aanbod hield de VRT rekening met de reacties van de mediagebruikers (o.a. deze die via de klantendienst en de sociale media tot bij de omroep komen) en met de waarderingcijfers (gemeten bij een panel van mediagebruikers).

WAARDERINGSCIJFERS

De waardering is de mate waarin een televisie- of radioprogramma of een website door de mediagebruiker geapprecieerd wordt. De basisvraag die aan de respondenten van waarderingsonderzoek voorgelegd wordt, 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.'*

WAARDERINGSCIJFERS VRT-TELEVISIENETTEN (2010-2013) (OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)

**Televisie**

- Eén en Canvas haalden in 2013 een gemiddeld waarderingcijfer van 8,3 op 10. OP12 kreeg 8,2 op 10.⁶² Deze waarderingcijfers zijn vergelijkbaar met die van de jaren voordien.
- De hoogst gewaardeerde programma's van Eén waren een aflevering van *Eigen kweek* (9,1), een aflevering van *Wolven* (9,0), een aflevering van *Secrets of the Manor House* (9,0), een aflevering van *Vlaanderen Vakantieland* (9,0), een aflevering van *De erfenis* (9,0) en een aflevering van *Downtown Abbey* (9,0).

⁶² Voor Ketnet zijn er geen waarderingcijfers.

- ▶ De hoogst gewaardeerde programma's van Canvas waren een aflevering van *Earthflight* (9,1), een aflevering van *Forbrydelsen* (9,1), een aflevering van *The Great Rift* (9,1), een aflevering van *Africa* (9,1) en een aflevering van *De weg naar het avondland* (9,0).

Radio



\\
Het Studio Brussel-programma *Duyster* haalde het hoogste waarderingscijfers van alle radio-programma's.

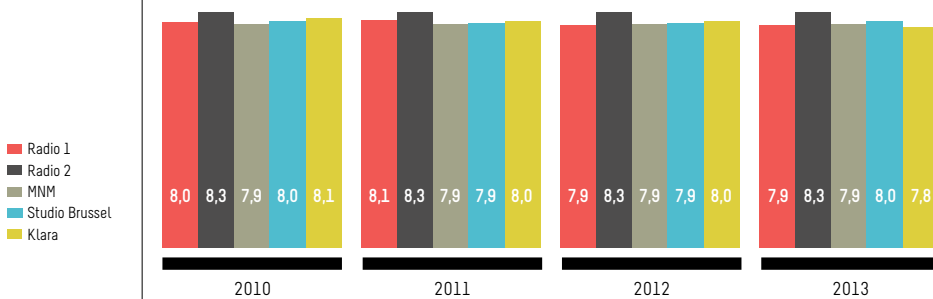
- ▶ Het programma dat het hoogste waarderingscijfer kreeg was *Duyster* van Studio Brussel: 9,1 op 10. De hoogste waardering voor een programma van Radio 1 was voor *Interne keuken* (8,6). Voor Radio 2 was dat voor *De Préhistoire* (8,9). Voor Klara was dat voor *Scala* (8,7). Voor MNM was dat voor *MNM 1000* (8,4).

Online

- ▶ Radio2.be en Klara.be waren met 8,1 op 10 de hoogst gewaardeerde sites. Een.be en Canvas.be haalden 8,0. Radio1.be en MNM.be haalden 7,9. Stubru.be kreeg 7,7.⁶³
- ▶ De themasites haalden vergelijkbare waarderingscijfers: Deredactie.be: 8,1, Sporza.be: 8,0 en Cobra.be: 8,1.

- ▶ In 2013 bedroeg de waardering voor de VRT-radionetten: Radio 1: 7,9, Radio 2: 8,3, Klara: 7,8, MNM: 7,9 en Studio Brussel: 8,0. Zoals blijkt uit onderstaande tabel schommelden de waarderingscijfers voor de radionetten in de periode 2010-2013 slechts licht.

WAARDERINGSCIJFERS VRT-RADIONETTEN (2010-2013) (OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)



⁶³ Voor Ketnet.be was er geen waarderingscijfer.



PRIJZEN

- ★ *Gouden Flip 2012* door lezers van de Jommekeskrant als beste televisiepresentator voor Niels Destadsbader (Ketnet)
- ★ *Gouden Flip 2012* door lezers van de Jommekeskrant als beste televisieprogramma voor *De Effenheuvel* (Ketnet)
- ★ *Tv-visie-trofee 2012* in de categorie *TV-man van het jaar* voor Bart De Pauw (Eén)
- ★ *Tv-visie-trofee 2012* in de categorie *TV-programma van het jaar* voor *Quiz Me Quick* (Eén)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *beste soapactrice* voor Vanya Wellens (Eén)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *beste nieuwsanker* voor Martine Tanghe (Eén)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *verrassendste programma* voor *Quiz me quick* (Eén)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *beste weerman/vrouw* voor Frank Deboosere (VRT)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *beste wrapper/VJ* voor Niels Destadsbader (Ketnet)
- ★ *Tv award 2012* door de lezers van Tevekijker.be in de categorie *beste TV-kok* voor Jeroen Meus (VRT)
- ★ *Cutting Edge award 2013* in de categorie *beste televisieprogramma* voor *Quiz me Quick* (Eén)
- ★ *Cutting Edge award 2013* in de categorie *beste radioprogramma* voor *Hammertime* (Studio Brussel)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste presentator* voor Lieven Van Gils (Canvas)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste presentatrice* voor Martine Tanghe (Eén)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste realityprogramma* voor *Tomteterom* (Eén)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste informatieprogramma* voor *Het journaal* (Eén)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste reportage- en documentaireprogramma* voor *Belpop* (Canvas)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste lifestyleprogramma* voor *Dagelijkse kost* (Eén)
- ★ *Vlaamse televisiester 2013* in de categorie *beste actrice* voor Tine Embrechts (*Quiz me quick* (Eén), *Tegen de sterren op* (VTM))
- ★ *Vlaamse televisiester 2013 carrièreprijs* voor Jo De Meyere (VRT)
- ★ *Rockie-award* van Banff in de categorie *sitcom* voor *Quiz me quick* (Eén)
- ★ *Best of competition award bij Rockie-award* van Banff in de categorie *beste entertainment* voor *Quiz me Quick* (Eén)
- ★ *Aad Struijs Persprijs 2013* voor de reportage *Hip Londen* in *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) voor Ben Roelants en Marijne Bruggeman
- ★ *Broadcasting Press Guild awards* van de associatie van Britse mediajournalisten in Londen in de categorie *beste dramaserie* voor *Parade's End* (Eén)
- ★ *Speciale vermelding van de jury* op de Premios Ondas 2013 in de categorie *Televisie* voor *Ten oorlog* (Eén)
- ★ *Speciale vermelding bij Prix Italia 2013* in de categorie *drama* voor *Quiz me quick* (Eén)
- ★ *AIB-awards 2013* in de categorie *Domestic current affairs documentary* voor de reportage *De gestoorde procedure* (Panorama, Canvas)
- ★ *Story award 2013* door de lezers van het weekblad *Story* in de categorie *beste TV-programma* voor *Tuis* (Eén)
- ★ *Story award 2013* door de lezers van het weekblad *Story* in de categorie *beste TV-kok* voor Jeroen Meus (VRT)
- ★ *Prijs Paul Meyers* van de Stad Hasselt voor Hanne Decoutere (Eén)
- ★ *Belfius persprijs* in de categorie *televisie* voor Peter Brems en Leendert Derck met *De fiscus buiten spel* (Panorama, Canvas)
- ★ *Belfius persprijs* in de categorie *radio* voor Ng Sauw Tjhoi met *Stadsbendes* (Radio 1)
- ★ *Goud* op de PromaxBDA Europe Awards in de categorie *Best Set Design* voor het decor van *De nacht van de Vlaamse Televisie-Sterren 2012* (Eén)
- ★ *Zilver* op de PromaxBDA Europe Awards in de categorie *Best Set Design* voor het decor van *Villa Vanthilt* (Eén)
- ★ *Pink Brand award* door Brandhome en lezers van ZiZo en INCH in de categorie *radio* voor Studio Brussel
- ★ *Pink Brand award* door Brandhome en lezers van ZiZo en INCH in de categorie *televisie* voor Canvas
- ★ *Pink Brand award* door Brandhome en lezers van ZiZo en INCH in de categorie *TV-persoonlijkheid* voor Martine Tanghe (Eén)
- ★ *Pink personality of the year 2013* door Brandhome en lezers van ZiZo en INCH voor Martine Tanghe (Eén)
- ★ *CCB-award goud* in de categorie *Integrated-Media/events* voor de campagne *Make it to music / Song for life* (*Music for Life*, Studio Brussel)
- ★ *CCB-award goud* in de categorie *Outdoor/ambient: stunts & live advertising* voor de campagne *Make it to music / Song for life* (*Music for Life*, Studio Brussel)
- ★ *CCB-award goud* in de categorie *Film/public awareness messages, fundraising & appeals* voor *Make it to music / Song for life* (*Music for Life*, Studio Brussel)
- ★ *CCB-award goud* in de categorie *Media / best use of television* voor de campagne *Ketnet moves* (Ketnet-verhuizing)
- ★ *CCB-award goud* in de categorie *Media / best use mixed media* voor de campagne *Kanvas Scandinavische week* van Canvas
- ★ *CCB-award zilver* in de categorie *Direct/public awareness* voor *Make it to music / Song for life* (*Music for Life*, Studio Brussel)
- ★ *CCB-award zilver* in de categorie *Media/best use of other digital media (inclusief mobile devices)* voor *Make it to music / Song for life* (*Music for Life*, Studio Brussel)

Prijzen en nominaties in 2013



CCB-award zilver in de categorie *Design / copy NL* voor de campagne voor de *Koningin Elisabethwedstrijd* (Klara)

CCB-award brons in de categorie *Media / best use of PR & best use of special events & live advertising* voor *Make it to music / Song for life (Music for Life, Studio Brussel)*

CCB-presidents award voor Peter Claes, Manager Aanbodstrategie & Marketing (VRT)

- ★ *Michel Leën awards brons* in de categorie *film* voor de campagne *Olympia* (Canvas)
- Michel Leën awards brons* in de categorie *radio* voor de campagne *Klara4Kids – Boy, Girl*
- ★ *Zilveren Effie award* voor de campagne *Music for Live (The Betties)* (Studio Brussel)
- Zilveren Effie award* voor de campagne *Ketnet verhuist*
- ★ *Bronzen Lion* op de Cannes Lions in de categorie *promo en activation* voor 'Best Use of Other Digital Media in a Promotional Campaign' voor de campagne *The Betties* (Studio Brussel)
- Zilveren Lion* op de Cannes Lions in de categorie *PR* voor 'Best Integrated Campaign Led by PR' voor de campagne *The Betties* (Studio Brussel)
- Bronzen Lion* op de Cannes Lions in de categorie *Radio: media* voor de campagne *The opposites* (Klara)
- ★ *Goud op Eurovision creative forum* voor *Ten oorlog* (Eén)
- ★ *Tweede prijs* in de internationale *Kana Connectprijs 2013* in de categorie *Best web experience* voor de VRT-klantendienst
- ★ *Prix Italia 2013* in de categorie *interactieve websites* voor *De vragende partij* (VRT)
- ★ *Zilveren IAB-Mixx award* in de categorie *online non-profit campagne* voor *De vragende partij* (VRT)
- ★ *Prix Europa* in de categorie *online* voor het webplatform *De vragende partij* (VRT)
- ★ *Prix Europa* in de categorie *current affairs* voor de reportage *De gestoorde procedure* (Panorama, Canvas)
- ★ *Sitecore award 2013* in de categorie *Innovatie* (België- Luxemburg) voor Fansofflanders.be (VRT)
- ★ *Prijs voor de mensenrechten 2013* van de Liga voor mensenrechten voor *Panorama* (Canvas)
- ★ *Caviars 2013* van contactcentres.be in de categorie *technologie* voor *servicecenters* voor de VRT-klantendienst

NOMINATIES

- ★ *Nominatie voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013* in de categorie *beste presentatrice* voor *Frieda Van Wijck* (Eén)
- Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013* in de categorie *beste drama* voor *Quiz me quick* (Eén) en *Salamander* (Eén)
- Nominatie voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013* in de categorie *beste realityprogramma* voor *Beroepen zonder grenzen* (Eén)
- Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse tele-*

visiesterren 2013 in de categorie *beste informatie-programma* voor *Iedereen beroemd* (Eén) en *Reyers laat* (Canvas)

Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013 in de categorie *beste lifestyleprogramma* voor *1000 Zonnen* (Eén), *Groenland* (Eén) en *Vlaanderen Vakantieland* (Eén)

Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013 in de categorie *beste humor- en comedyprogramma* voor *Een laatste groet* (Canvas), *Loslopend wild* (Eén) en *Scheire en de schepping* (Eén, nu bij VIER)

Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013 in de categorie *populairste televisieprogramma* voor *Quiz me quick* (Eén) en *Dagelijkse kost* (Eén)

Nominaties voor de 6e nacht van de Vlaamse televisiesterren 2013 in de categorie *populairste televisiepersoonlijkheid* voor *Bart De Pauw* (Eén) en *Jeroen Meus* (VRT)

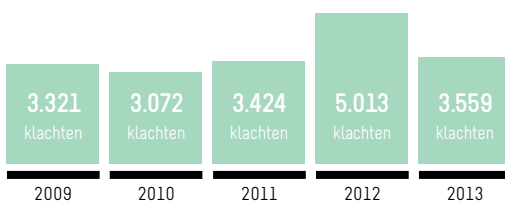
- ★ *Nominatie voor een Digital Emmy Award* in de categorie *fictie* voor de internationale fictiereeks *The Spiral* (coproducent VRT)
- ★ *Nominatie voor Rose d'or 2013* in de categorie *reality and factual entertainment* voor *Beroepen zonder grenzen* (Eén)
- ★ *Nominatie voor De Rockies van Banff* in de categorie *comedy* voor *Loslopend wild* (Eén)
- ★ *Nominaties voor de Belfius persprijs* in de categorie *radio* voor *Touché* (Radio 1) met *Koen Fillet* en voor *Verkiezingsroulette* (Radio 1) met *Joris Vergeyle*
- ★ *Nominatie voor de Belfius persprijs* in de categorie *televisie* voor *Panorama* (Canvas) met *Pieter-Jan Desmedt*
- ★ *Nominaties voor de Emmy's* in de categorieën *beste mannelijke hoofdrol*, *beste scenario*, *beste cinematografie*, *beste muziekcompositie* en *beste kostuums* voor internationale reeks *Parade's end* (VRT als coproducent)
- ★ *Nominatie voor International Emmy kids award* in de categorie *non scripted entertainment* voor *Mijn kunst is top* (Ketnet)
- ★ *Nominatie voor een Emmy Award* in de categorie *Arts programming* voor *Soundtrack* (Canvas)
- ★ *Nominatie voor De Loep 2013* van de Nederlands-Vlaamse Vereniging van Onderzoeksjournalisten voor *De gestoorde procedure* (Panorama, Canvas)
- ★ *Nominatie voor AIB's 2013* met *Voices from Iowa* van *Björn Soenens*
- ★ *Nominaties voor prix Europa* in de categorie *televisie* voor *Quiz me quick* (Eén) en *Beroepen zonder grenzen* (Eén)
- ★ *Nominaties voor prix Europa* in de categorie *radio* voor *Bonnie en Dahlia* (Radio 1) en *Cher Claude* (Klara)
- ★ *Nominatie voor de Halebiprijs* van Cavaria voor *Thuis* (Eén)
- ★ *Nominatie voor marketeer van het jaar 2013* van STIMA voor *Peter Claes* (VRT)
- ★ *Nominatie voor de award voor aantrekkelijke werkgever* van *Randstad* in de categorie *privé* voor VRT

De aanpassingen aan de online videozone en de geluidsbalans van televisieprogramma's droegen bij aan de daling van het aantal technologische klachten met 71%.

FEEDBACK VAN KLANTEN

Mediagebruikers konden met hun vragen, reacties en klachten over de VRT terecht bij de klantendienst. In 2013 had de VRT 16.669 klantencontacten (een daling met 28% ten opzichte van 2012). 3.559 van deze contacten waren klachten (een daling met 29% ten opzichte van 2012).

AANTAL KLACHTEN (2009-2013)



- Door een verbetering en vereenvoudiging van de vragen & antwoorden in de klantenmodule (meer dan 2.000) konden meer mediagebruikers zelf een antwoord vinden op hun vragen. De module bevatte ook meer actuele informatie over het aanbod en over problemen die zich (kunnen) voordoen. Beide zaken droegen bij tot een daling van het aantal klantencontacten en klachten.⁶⁴
- Klachten over technologie waren er minder (-71%) dan in 2012. Dat was vooral het gevolg van de aanpassingen aan de online-videozone en het feit dat de VRT startte met het Loudness-project⁶⁵ voor televisie.

- Er waren minder beroepsethische klachten (305) ten opzichte van 2012 (606). In 2012 waren er nog veel klachten als gevolg van het aanbod in het kader van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Het aantal beroepsethische klachten lag wel hoger dan in 2011 (met in totaal 204 klachten; een jaar waarin er in ons land geen verkiezingen voorkwamen). Er waren vooral klachten over schrijf- en taalfouten op Deredactie.be en VRT-Teletekst. Om het aantal klachten te beperken kan de taaladviseur nu rechtstreeks taalfouten via de productiesystemen van de nieuwsdienst verbeteren. De taaladviseur gaf ook schrijfcursussen aan programmamedewerkers.
- De nazorg bij wedstrijden verliep niet altijd zoals het hoort. Soms ontvingen winnaars niet of te laat hun prijs. Dat leidde in 2013 tot extra klachten hierover (251 ten opzichte van 219 in 2012), vooral bij MNM, Studio Brussel en Radio 2. De radionetten engageerden zich dat als een winnaar zijn prijs niet of te laat (voor bijvoorbeeld concerten) krijgt, hij een alternatieve prijs ontvangt. In 2014 wil de VRT de nazorg van wedstrijden nog verbeteren.
- De VRT kreeg 123 klachten over het uitschrijven van nieuwsbrieven van de VRT. In 2014 zullen daarvoor technologische aanpassingen gebeuren.
- 21% van de klachten (of 734 klachten) hadden betrekking op het niet respecteren van de aangekondigde uitzendingen van Canvas en Eén. Dat leidde tot klachten over mislukte opnames en klachten over niet-aangepaste informatie in de elektronische programmagidsen. Regelmatig beslisten netmanagers om programma's te herhalen als er iets met de programmering was foutgelopen.

De VRT ontving relatief weinig klachten via andere instanties (= tweedelijnsklachten). Via het kabinet van de minister van Media kwamen er enkele tientallen tweedelijnsklachten. De Vlaamse Ombudsman stuurde drie tweedelijnsklachten door naar de VRT-klantendienst. De Vlaamse Regulator voor de Media onderzocht enkele klachten die betrekking hadden op de VRT.



De klantenmodule op de VRT-websites

⁶⁴ In 2013 was er ook geen verkiezingsaanbod en waren er geen grote sportevenementen. Dat aanbod genereert normaal (zoals in 2012) meer klachten dan andere programma's.

⁶⁵ Het Loudness-project van EBU regelt de geluidsbalans voor televisieprogramma's volgens Europese normen. Begin januari 2013 stapten de VRT, Mediahuis en SBS mee in het project.

SOCIALE MEDIA

Mediagebruikers gaven via de sociale media commentaar op de VRT en haar aanbod. Daarnaast gebruikten ze die platformen om inhoud, die door de VRT gecreëerd of uitgezonden werd, te delen met andere mediagebruikers.

De VRT monitorde in 2013 de sociale media. Op het merendeel van de reacties van de mediagebruikers (zoals meningen) hoefde de VRT niet te reageren. Indien bepaalde thema's m.b.t. de VRT veel aandacht kregen op de sociale media, dan werden die gesignaleerd binnen de organisatie. Bij concrete vragen antwoordden de webredacties, indien mogelijk via de sociale media. Specifieke vragen bezorgden de webredacteurs aan het netmanagement of de programmamakers. Klachten die op de sociale media geformuleerd werden, werden afgeleid naar de officiële klachtenprocedure.

Tevredenheid

De VRT beschikt over twee instrumenten die de mediabehoeften van de Vlamingen in kaart brengen. Dat

laat haar toe om na te gaan of die behoeften worden ingevuld.

- ▶ De mediakaart deelt de Vlaamse mediagebruikers in volgens hun belangrijkste mediabehoeften. De VRT slaagde erin met haar aanbod alle mediakaartgroepen (zowel met televisie als met radio) te bedienen op een vrij representatieve manier. De enige groep die zich wat ondervertegenwoordigd voelde in het aanbod is de groep die de behoefte 'plezier' als belangrijkste mediabehoefte naar voor schuift.
- ▶ Mediabehoeften zijn geen statisch gegeven. Ze hangen af van de context waarin een mediagebruiker zich op een bepaald moment bevindt. Om die gegevens in kaart te brengen hanteerde de VRT het MEMO-onderzoek (MEMO staat voor mediamomenten). Daarbij werden verschillende mediabehoeften omschreven die ingevuld kunnen worden met de verschillende soorten media (radio, televisie, online, mobiel en print). Uit het MEMO-onderzoek 2013 bleek dat de mediagebruiker in 29,6% van alle mediamomenten in Vlaanderen een beroep doet op een VRT-kanaal. Binnen de mediasectoren waarin de VRT actief is (radio, televisie, online, tekst) haalde de VRT een aandeel van bijna 40%.

06\3

Operationele kwaliteit

De VRT gaat op verschillende manieren na of haar aanbod op een professionele en kostenefficiënte manier tot stand komt. Deze operationele kwaliteit bevat drie componenten: productionele kwaliteit, professionele kwaliteit en kostenefficiëntie.

Productionele kwaliteit

Productionele kwaliteit heeft betrekking op de kwaliteit van het productieproces, van bij het bedenken van een programma tot en met de evaluatie van de uitzending.

In het beleid over het televisieproductieproces stonden het opleggen van performantiemaatstaven aan het aanbod en de evaluatie ervan centraal. In 2014 wordt dit beleid binnen de organisatie geïmplementeerd. De VRT zet twee instrumenten daarvoor in:

- ▶ Briefings
Elke briefing van een net voor een programma (door een intern of een extern productiehuis) bevat verschillende vaste en enkele variabele criteria waaraan die productie moet voldoen. Alle overeenkomsten met productiehuisen verwijzen naar de briefings. Die worden bewaard in een databeheersysteem (Otorongo).
- ▶ Evaluaties
De evaluatie van een programma gebeurt op een objectieve, uniforme en transparante manier. Daarbij wordt nagegaan of voldoende werd voldaan aan de vooropgestelde criteria uit de briefings en aan de vooropgestelde verwachtingen.

Om dit beleid in de praktijk uit te rollen, moet de VRT de online-tool Otorongo omvormen. Die omvorming was eind 2013 nog niet afgerond. Daardoor kan de hervorming van het productieproces pas in 2014 uitgerold worden.



Website
VRTTaal.net

Professionele kwaliteit

TECHNISCHE KWALITEIT

De technische standaarden voor radio, televisie en online waren in overeenstemming met de EBU-normen.

Sommige technologische investeringen verhoogden rechtstreeks de kwaliteit van de producties of het productieproces. Zo introduceerde de VRT, na afspraken met de andere Vlaamse omroepen, een nieuwe aanpak van de sterkte van het geluidssignaal (conform een EBU-richtlijn Loudness). Door investeringen in geluidsmeters in de productie- en uitzendketen en aanpassingen in de controleprocessen zijn de verschillende geluidsterkten tussen de programma's en de zenders nu weggenomen.

TAALKWALITEIT

De VRT vraagt aan al haar medewerkers om in hun publieke uitingen en contacten correct en verstaanbaar Nederlands te hanteren. Het Taalcharter 2012 stelt dat de VRT de standaardtaal in verschillende registers gebruikt, zonder te vergelijken in dialect of tussentaal.

De VRT organiseerde, samen met de Nederlandse Taalunie, voor de zesde keer een Taal dag. Onder de noemer 'Taal schept kansen' werden lezingen, workshops en demonstraties aangeboden. In de week van de Taal dag werden op verschillende radionetten taalonderwerpen gebracht. Radio 1 maakte nieuws met de Taal-IQ-test, een taalattitudeonderzoek.

Op de Boekenbeurs van Antwerpen werd een VRT-Taaleiland geïnstalleerd, met computers die toegang boden tot onder meer VRTtaal.net. Bezoekers konden ook een screentest afleggen.

VRT-Taalcharter 2012:
"De VRT gebruikt de standaardtaal in verschillende registers, zonder te vergelijken in dialect of tussentaal."

Als gevolg van het vernieuwde Taalcharter (uit 2012) werd een toepassing in de praktijk gebracht: kandidaat-presentatoren konden sneller een basisattest behalen dat voldoende taalkwaliteit garandeert. Dat biedt hun de kans met kleinere stemopdrachten praktijkervaring op te doen, als voorbereiding voor het behalen van het definitieve stemattest (dat noodzakelijk is voor grotere presentatieopdrachten).

Samen met Van Dale Uitgevers hield de VRT opnieuw een verkiezing van het *Woord van het Jaar*. Het publiek koos voor 'selfie'. De Ketnetkijkertjes kozen, in samenwerking met de Jommekeskrant, 'yolo' als *Kinderwoord van het Jaar*.

VRTtaal.net en de Taalmail (met ongeveer 27.000 abonnees eind 2013) bleven vaste waarden in de taaladvisering in Vlaanderen. De VRT-taaladviseur was een prominente stem in het taaldebat.

Kostenefficiëntie

De VRT maakte in 2013 een prioriteit van kostenefficiëntie onder meer aan de hand van de design-to-value-filosofie. Dat is een methodiek om tot de juiste budgetbepaling van een programma te komen rekening houdend met de verwachtingen van de kijker en het streven naar maximale efficiëntie. Daarnaast waren er projecten rond het automatiseren van een aantal processen en het verhogen van het kostenbewustzijn bij de medewerkers.



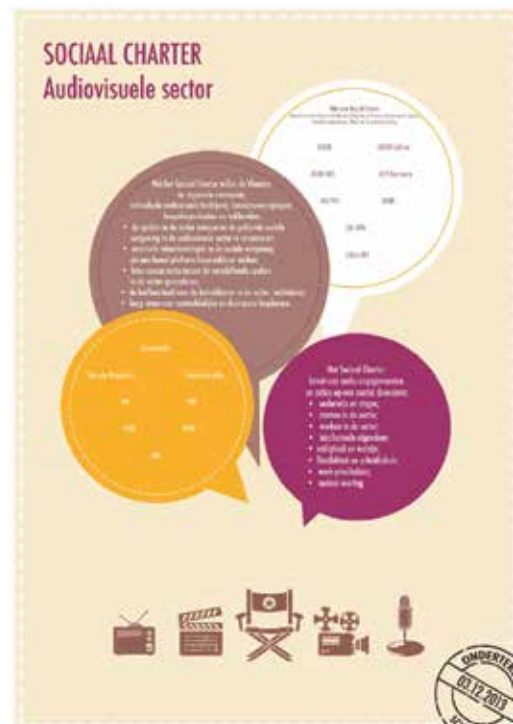
07

Duurzaam ondernemen

De VRT wil een wendbare en creatieve organisatie zijn die streeft naar duurzaamheid. Om die duurzaamheid waar te maken hield zij, bij het uitvoeren van haar kerntaken, rekening met de sociale en economische context en met de impact van haar activiteiten op het milieu.

- ▶ De VRT droeg bij tot een duurzame versterking van de audiovisuele productiesector in Vlaanderen. Dit is in het belang van die sector, van iedereen die daarin tewerkgesteld is en van de Vlaamse media-gebruikers. (zie p. 66)
- ▶ De VRT versterkte het maatschappelijk weefsel door samen te werken met tal van maatschappelijke actoren (in sectoren als cultuur en onderwijs en het middenveld). (zie p. 22)
- ▶ De VRT investeerde in de ontwikkeling van talent, zodat ook in de toekomst de Vlaamse mediabedrijven een beroep kunnen doen op creatieve talenten. (zie p. 25 en p. 70)
- ▶ De VRT ondersteunde haar positie in de samenleving door op een verantwoorde en efficiënte manier om te gaan met de beschikbare middelen. (zie p. 73)
- ▶ De omroep stimuleerde het maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat deed hij in zijn contractuele relaties met de externe productiehuizen en leveranciers (zie p. 67). De VRT speelde ook een voortrekkersrol in het opstellen van een sociaal charter binnen de audiovisuele sector.
- ▶ De omroep werkte aan het verkleinen van zijn ecologische voetafdruk (zie hieronder).

Met de ondertekening van een sociaal charter engageerde de Vlaamse mediasector zich om sociaal verantwoord te ondernemen.



Maatschappelijk verantwoord ondernemen

SOCIAAL CHARTER

Op initiatief van de VRT werden binnen de audiovisuele sector gesprekken gevoerd met andere Vlaamse en regionale omroepen, mediavakbonden, koepelorganisaties, beroepsverenigingen, enkele individuele bedrijven en de minister van Media over sociale vraagstukken binnen de Vlaamse mediasector. Dat leidde tot de ondertekening van een sociaal charter op 3 december 2013. De partners engageerden zich om in verschillende domeinen (zoals opleiding, werkomstandigheden en de verhouding werk-privé) sociaal verantwoord te ondernemen. De ondertekenaars startten met een overlegplatform van de sector. Uitgaande van een actieplan werden werkgroepen opgericht. Zij trachten verschillende acties op sociaal vlak te realiseren. Het overlegplatform zal zo de verschillende sociale thema's uit de sector bespreekbaar houden.

REDACTIONELE ONAFHANKELIJKHEID

De VRT is eindverantwoordelijke over haar programmering. Zij vrijwaart de redactionele onafhankelijkheid van de programma's. Die wordt benadrukt in het beleidskader voor samenwerkingen voor de radioprogramma's en in het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's. De VRT tekent mee de samenwerkingsovereenkomsten van externe producenten met institutionele partners. Als productplacement in televisieprogramma's van externe productiehuisen voorkomt, moet de VRT die ook goedkeuren. In de overeenkomsten die de VRT zelf aangaat met institutionele partners of met adverteerders over productplacement, wordt de redactionele autonomie benadrukt.

Verkleinen van de ecologische voetafdruk

In 2013 werkte de VRT verder aan het verkleinen van haar ecologische voetafdruk. Dat gebeurde o.a. door:

- ▶ de stapsgewijze vervanging van klassieke studioverlichting door led-verlichting;
- ▶ de gedeeltelijke vervanging van het technisch wagenpark door voertuigen die voldoen aan de laatste Europese CO2-uitstootnormen;
- ▶ het opnemen van energieprestaties als criterium voor technologische vervangingsinvesteringen.

Bij het uitwerken van de plannen voor een nieuwe huisvesting (zie p. 73) heeft de VRT ruim aandacht voor duurzaamheid.

De VRT sensibiliseerde haar medewerkers rond verschillende milieuthema's, bijvoorbeeld in het kader van Dikketruiendag, Autoloze zondag en Car Free Day. Ook in haar programma's had de VRT regelmatig aandacht voor thema's zoals klimaat en biodiversiteit.



08

Financiële performantie



08\1 Jaarrekening 2013

Evaluatie 2013

De openbare omroep levert maatschappelijke meerwaarde voor de Vlaamse Gemeenschap. De Beheersovereenkomst 2012-2016 vertaalt die rol in een reeks strategische en operationele doelstellingen die de omroep moet behalen. Centraal daarbij staat dat de VRT de Vlaamse samenleving in al haar diversiteit moet bereiken en weerspiegelen. De VRT haalt daarbij een hoge kwaliteitsstandaard, is transparant en is gericht op samenwerking.

De beheersovereenkomst stelt dat de VRT zo veel mogelijk inwoners van Vlaanderen moet bereiken. Daarvoor moet de omroep zowel het brede publiek als specifieke doelgroepen bereiken. Om die doelstelling te halen, moet de VRT er zorg voor dragen dat haar aanbod kwalitatief sterk en vernieuwend is. Zij moet informeren, inspireren en amuseren en dat op alle relevante mediaplatformen. De VRT zet daarvoor sterk geprofileerde en complementaire netten in.

De VRT focust op kwaliteit, zowel op inhoudelijk als vormelijk vlak. Aan de hand van een geïntegreerd kwaliteitssysteem volgt de VRT de kwaliteit van haar werking en haar aanbod nauw op. De maatschappelijke kwaliteit (publieke meerwaarde) monitort de omroep onder andere aan de hand van *Het charter diversiteit*, *Het taalcharter*, *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT* en *Het programmacharter*. Om de behoeften van de mediagebruikers te kennen doet de VRT regelmatig onderzoek, meet zij de waardering voor haar aanbod bij de kijkers en luisteraars en volgt zij de klachten op via haar klantendienst en de sociale media. De omroep waakt er ten slotte over dat zijn aanbod op een efficiënte en effectieve wijze tot stand komt.

De VRT-televisienetten Eén, Canvas, Ketnet en OP12 zonden uit via drie kanalen (Ketnet en OP12 deelden een kanaal). Daarmee bereikten de netten samen de verschillende socio-demografische groepen in de samenleving. Eén bood een aanbod voor een breed publiek met aandacht voor alle openbare omroepdoelstellingen. Canvas bracht programma's voor de breed geïnteresseerde kijkers en volgde de actualiteit. Met Ketnet bood de VRT een reclamevrij, gevarieerd, veilig, kwaliteitsvol en interactief kinderaanbod. OP12 bood een specifiek aanbod voor jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, slechtienden, cultuurliefhebbers en sportliefhebbers. Met Net Gemist en Ooit Gemist kon de digitale kijker naar een programma kijken op een moment dat hij zelf wenst. De VRT stelde zich ook open om haar content op andere manieren via de distributeurs te verspreiden.

Het VRT-radio-aanbod behield in 2013 zijn leidende rol. De VRT is zich wel bewust van de kwalitatieve sterkte van de commerciële zenders. Radio 1 profileerde zich als open informatienet dat de actualiteit volgde. Omdat het aanbod van Radio 1 niet meer voldoende inspeelde op de behoeften van de luisteraars, werd een vernieuwingsplan opgesteld dat in januari 2014 zou resulteren in een nieuw programmaschema. Radio 2 behield zijn regionale invalshoek. Studio Brussel had aandacht voor de cultuur en muziek van jongeren. MNM was instapradio voor jonge luisteraars. Klara was de cultuurzender met extra aandacht voor klassieke muziek.

De VRT versterkte haar band met de mediagebruikers onder meer door haar websites actief in te zetten. MNM.be, StuBru.be en Ketnet.be vormden belangrijke pijlers bij de 360°-aanpak van de modernetnetten. Daarbij wordt een aanbod uitgerold op de verschillende mediaplatformen. De themasites Deredactie.be (nieuws), Cobra.be (cultuur) en Sporza.be (sport) boden video- en audio-fragmenten, programma's en livestreamings aan.

Het Vlaamse medialandschap was in 2013 voortdurend in beweging. De openbare omroep zal blijven inspelen op de behoeften van de Vlaamse mediagebruikers zodat hij in de toekomst toonaangevend kan blijven. Dat is in het belang van de Vlaamse samenleving.

Financieel verslag

In 2013 is opnieuw een efficiëntietraject uitgevoerd.

Een eerste reden is de continue efficiëntieverbetering 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 de VRT op zich neemt in het dossier van de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen. De belangrijkste efficiëntie maatregelen in 2013 zijn een aantal structurele besparingen op de werkingsbudgetten. De focus van de efficiëntie-opdracht ligt immers op de ondersteunende processen.

Een tweede oorzaak zijn de besparingsmaatregelen op het niveau van de Vlaamse Overheid waarbij aan de VRT een dotatievermindering van 5 miljoen euro werd opgelegd. Dit noodzaakte tot het nemen van bijkomende besparingsmaatregelen die onmiddellijk effect moesten sorteren in 2013. Ook hier werd er ge-

opteerd om niet te snoeien in het aanbod, maar om nog verder te besparen in de budgetten van technologie, marketing, 'overhead'-werkingskosten en investeringsprojecten.

Haar aanbod houdt de VRT sterk. Dankzij de genomen maatregelen kon er zelfs extra geïnvesteerd worden in het aanbod.

Onderzoek en ontwikkeling

VRT Onderzoek & Innovatie werd in 2013 uitgebreid tot een volwaardige onderzoeksafdeling. Er werd daarbij actief samengewerkt met het MIX en de iMinds-onderzoeksgroepen. VRT Onderzoek & Innovatie werkte in 2013 intensief mee aan een aantal MIX-projectvoorstellen in samenwerking met andere mediaspelers en startende innovatieve bedrijven. VRT Onderzoek & Innovatie participeerde ook sterk in de EBU, zowel in de expertgroepen als in het sturend orgaan van EBU Technology & Innovation (Technical Committee). VRT Onderzoek & Innovatie werkte in Europese projecten samen met de voornaamste Europese broadcast onderzoeksgroepen, namelijk BBC R&D, IRT en Joanneum Research.

VRT Onderzoek & Innovatie stelde haar resultaten ter beschikking van 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. In 2013 richtte VRT Onderzoek & Innovatie zich voor het eerst ook op een jong ondernemend publiek in het cocreatie-evenement 'O&I Make-a-thon'. Resultaten van het onderzoek van VRT Onderzoek & Innovatie werden als input gebruikt voor investeringsprojecten bij VRT Technologie en werden verder ontwikkeld door innovatieve starters. De jaarrapportering op de website van VRT Onderzoek & Innovatie bevat hierover meer detail.

Dotatie 'overflow'

Met ingang van 1 januari 2012 is het Rekendecreet in werking getreden, waardoor er nieuwe aanrekeningsregels van kracht werden. Door de wijziging in het budgettair aanrekeningsmoment moest de VRT extra uitgaven budgettair ten laste nemen. Om deze eenmalige kosten te overbruggen, werd in 2012 een extra dotatie

'overflow' toegekend ten bedrage van 71.434.000 euro. Na de controle door het Rekenhof werd dit bedrag verhoogd met 2.002.000 euro tot 73.436.000 euro.

Het supplementaire bedrag van de dotatie 'overflow' (2.002.000 euro) wordt conform de omzendbrief van de minister van Financiën van 5 maart 2013 niet in opbrengst genomen via de resultatenrekening 2013 maar rechtstreeks verwerkt in het eigen vermogen via overgedragen winst, dit omwille van het getrouwe beeld van de jaarrekening.

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 2013 bedraagt 9,4 miljoen euro.

Bijkantoren

De vennootschap heeft geen bijkantoren.

Continuïteitsverklaring

n.v.t.

Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

n.v.t.

Resultaatverwerking

Het boekjaar 2013 wordt afgesloten met een winst van 3.833.137,44 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat te verwerken door een toevoeging aan de wettelijke reserve van 191.656,87 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van de publieke opdracht zijnde 9.517.053,88 euro verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve ten belope van 191.656,87 euro toe te voegen aan het reservefonds publieke opdracht.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een reservefonds op te richten met het oog op de nog te verwachten buitengebruikstellingen van het Omroepcentrum ingevolge de nieuwe huisvesting. Een bedrag van 12.360.000,00 euro wordt hiervoor uit de reserve publieke opdracht overgeheveld naar deze nieuwe reserve.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om de kosten van de waardevermindering ingevolge de geplande nieuwbouw zijnde 3.400.000,00 euro af te nemen van de reserve buitengebruikstellingen Omroepcentrum.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van VRT Onderzoek & Innovatie te verwerken door een afname van 185.412,05 euro van de beschikbare reserve Onderzoek & Innovatie.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van VERDi zijnde een verlies van 2.098.504,39 euro te verwerken door enerzijds een bedrag van 1.947.236,25 euro af te nemen van de beschikbare reserve verkoop onroerende activa en het saldo van 151.268,14 euro af te nemen van het reservefonds publieke opdracht.

Brussel, 24 maart 2014

LUC VAN DEN BRANDE
Voorzitter Raad van Bestuur

WILLY WIJNANTS
Gedelegeerd bestuurder VRT a.i.

Balans en resultatenrekening

VOL 2.1. BALANS NA WINSTVERDELING				
ACTIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
VASTE ACTIVA		20/28	102.459.530	116.778.223
Immateriële vaste activa	5.2	21	2.898.887	3.494.621
Materiële vaste activa	5.3	22/27	85.822.938	99.638.427
Terreinen en gebouwen		22	42.680.505	47.871.474
Installaties, machines en uitrusting		23	33.783.046	36.430.812
Meubilair en rollend materieel		24	7.184.233	8.034.128
Overige materiële vaste activa		26	108.470	108.470
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	2.066.684	7.193.543
Financiële vaste activa	5.4/5.5.1	28	13.737.705	13.645.175
Verbonden ondernemingen	5.14	280/1	13.567.336	13.567.336
Aandelen		284	170.369	77.839
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	285.301.667	267.502.771
Voorraden en bestellingen in uitvoering		3	95.041.297	78.802.934
Grond- en hulpstoffen		30/31	51.799.853	45.901.504
Goederen in bewerking		32	35.114.944	21.276.071
Gereed product		33	3.651.022	7.556.858
Handelsgoederen		34	1.618	1.618
Vooruitbetalingen		36	4.473.860	4.066.883
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	183.380.160	184.740.450
Handelsvorderingen		40	43.559.106	41.656.176
Overige vorderingen		41	139.821.054	143.084.274
Liquide middelen		54/58	2.234.127	451.005
Overlopende rekeningen	5.6	490/1	4.646.083	3.508.381
TOTAAL DER ACTIVA		20/58	387.761.197	384.280.994

VOL 2.2. BALANS NA WINSTVERDELING				
PASSIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
EIGEN VERMOGEN		10/15	224.112.427	218.561.064
Kapitaal	5.7	10	137.509.337	137.509.337
Geplaatsd kapitaal		100	137.509.337	137.509.337
Reserves		13	40.706.401	36.873.264
Wettelijke reserve		130	1.140.541	948.884
Beschikbare reserves		133	39.565.860	35.924.380
Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)		14	45.551.079	43.549.079
Kapitaalsubsidies		15	345.610	629.384
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN		16	18.134.856	20.638.804
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	190.164	251.679
Overige risico's en kosten	5.8	163/5	17.944.692	20.387.124
SCHULDEN		17/49	145.513.914	145.081.126
Schulden op ten hoogste één jaar		42/48	142.531.573	142.644.553
Kredietinstellingen		430/8	14.817.245	16.669.953
Leveranciers		440/4	78.277.041	80.227.526
Belastingen		450/3	13.771.699	10.086.527
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	35.381.796	35.368.331
Overige schulden		47/48	283.792	292.217
Overlopende rekeningen	5.9	492/3	2.982.341	2.436.572
TOTAAL DER PASSIVA		10/49	387.761.197	384.280.994

VOL 3. RESULTATENREKENING				
	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Bedrijfsopbrengsten		70/74	455.915.475	439.085.802
Omzet	5.1	70	440.620.348	433.008.108
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	9.933.037	-4.147.379
Andere bedrijfsopbrengsten	5.10	74	5.362.090	10.225.073
Bedrijfskosten		60/64	454.255.245	444.039.611
Aankopen		600/8	27.866.791	34.057.956
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	-5.908.758	-6.743.697
Diensten en diverse goederen		61	219.432.305	208.928.818
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	5.10	62	189.998.717	187.793.033
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	23.363.153	17.273.505
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	127.382	-509.458
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	5.10	635/7	-2.503.948	-1.141.630
Andere bedrijfskosten	5.10	640/8	1.879.603	4.381.085
BEDRIJFSWINST (BEDRIJFSVERLIES) (+)/(-)		9901	1.660.230	-4.953.809
Financiële opbrengsten		75	2.907.742	2.912.304
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	2.300.000	1.800.000
Opbrengsten uit vlottende activa		751	304.826	273.566
Andere financiële opbrengsten	5.11	752/9	302.916	838.738
Financiële kosten	5.11	65	689.086	209.844
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-)		651	556.840	
Andere financiële kosten		652/9	132.246	209.844
WINST (VERLIES) UIT DE GEWONE BEDRIJFSUITOEFENING VOOR BELASTING (+)/(-)		9902	3.878.886	-2.251.349
WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR VOOR BELASTING (+)/(-)		9903	3.878.886	-2.251.349
Belastingen op het resultaat (+)/(-)	5.12	67/77	45.749	
Belastingen		670/3	45.749	
WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9904	3.833.137	-2.251.349
TE BESTEMMEN WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9905	3.833.137	-2.251.349

VOL 4. RESULTAATVERWERKING

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)	9906	47.382.216	-2.251.349
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	3.833.137	-2.251.349
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	43.549.079	
Onttrekking aan het eigen vermogen	791/2	2.132.648	3.398.206
aan de reserves	792	2.132.648	3.398.206
Toevoeging aan het eigen vermogen	691/2	5.965.786	1.146.857
aan de wettelijke reserves	6920	191.657	
aan de overige reserves	6921	5.774.129	1.146.857
OVER TE DRAGEN WINST (VERLIES) (+)/(-)	(14)	45.551.079	43.549.079

VOL 5.2. CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN

	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052P	xxxxxxxxxxxxxx	24.127.210
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	977.978	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8032	438.222	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	542.899	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8052	25.209.865	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122P	xxxxxxxxxxxxxx	20.632.589
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8072	2.112.757	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8102	438.222	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	3.854	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8122	22.310.978	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	211	2.898.887	

VOL 5.3.1. TERREINEN EN GEBOUWEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191P	xxxxxxxxxxxxxx	127.937.470
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	1.309.277	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8171	1.555.524	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8181	-338.026	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8191	127.353.197	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321P	xxxxxxxxxxxxxx	80.065.996
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8271	6.396.539	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8301	1.531.464	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8311	-258.379	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8321	84.672.692	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(22)	42.680.505	

VOL 5.3.2. INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192P	xxxxxxxxxxxxxx	161.736.118
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	5.204.228	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	7.312.519	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	3.218.095	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8192	162.845.922	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322P	xxxxxxxxxxxxxx	125.305.306
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8272	11.013.144	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	7.214.505	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-41.069	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8322	129.062.876	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(23)	33.783.046	

VOL 5.3.3. MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193P	xxxxxxxxxxx	58.681.232
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	2.559.302	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	1.635.512	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	82.258	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8193	59.687.280	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323P	xxxxxxxxxxx	50.647.104
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8273	3.472.719	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	1.542.100	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-74.675	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8323	52.503.048	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(24)	7.184.232	

VOL 5.3.5. OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA			
STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195P	xxxxxxxxxxx	1.971.608
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8165		
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	979.554	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	738.263	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8195	1.730.317	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325P	xxxxxxxxxxx	1.863.138
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8275	367.993	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	979.554	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	370.270	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8325	1.621.847	
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	xxxxxxxxxxxxxxxx	7.193.543
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	2.066.056	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	2.949.425	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-4.243.490	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8196	2.066.684	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(27)	2.066.684	

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	77.839
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen	8363	92.530	
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 PER	MUNTCODE	EIGEN VERMOGEN	NETTORESULTAAT
	AANTAL	%	%				
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaen 107 bus 3 1932 Sint-Stevens-Woluwe België							
BE 0441.331.984				31/12/2012	EUR	8.596.795	4.847.139
Gewone aandelen op naam	10.000	100	0,00				
de chinezen bvba Paul Deschannellaan 62 1030 Brussel België							
BE 0840.958.326				30/06/2013	EUR	175.104	198.904
Klasse B-aandelen	1.000	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		3.602.604
Nog te ontvangen distributieakkoorden		572.682
Nog te ontvangen diverse		470.797

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	xxxxxxxxxx	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	xxxxxxxxxx		100.000

VOL 5.8. VOORZIENINGEN VOOR OVERIGE RISICO'S EN KOSTEN

UITSPLITSING VAN DE POST 163/5 VAN DE PASSIVA INDIEN DAARONDER EEN BELANGRIJK BEDRAG VOORKOMT	BOEKJAAR
Voorzieningen voor uitstrooimaatregelen en overige herstructureringen	12.376.228
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten	5.213.464
Voorzieningen voor hangende geschillen	355.000

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-vervallen belastingschulden	9073	2.477.606
Geraamde belastingschulden	450	11.294.092
Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)		
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten	9077	35.381.796
OVERLOPENDE REKENINGEN		
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.767.890
Andere over te dragen diverse		214.451

VOL 5.10. BEDRIJFSRESULTATEN			
BEDRIJFSKOSTEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Werknemers die zijn ingeschreven in het personeelsregister			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.651	2.711
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.309,7	2.538,9
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	4.562.296	5.013.993
Personeelskosten			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	139.647.052	138.532.792
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	46.538.757	45.384.164
Andere personeelskosten	623	3.745.825	3.809.484
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	67.083	66.593
Waardeverminderingen			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	227.167	113.661
Teruggenomen	9111	216.758	308.849
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	223.705	333.131
Teruggenomen	9113	106.732	647.401
Voorzieningen voor risico's en kosten			
Toevoegingen	9115	5.765.724	5.092.059
Bestedingen en terugnemingen	9116	8.269.672	6.233.689
Andere bedrijfskosten			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	1.622.960	1.635.739
Andere	641/8	256.643	2.745.346
Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	66	52
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	102,70	105,70
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	202.898	208.993
Kosten voor de onderneming	617	6.159.081	6.061.451

VOL 5.11. FINANCIËLE RESULTATEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Andere financiële opbrengsten			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	302.916	561.449
Waardeverminderingen op vlottende activa			
Geboekt	6510	556.840	
Uitsplitsing van de overige financiële kosten			
Overige kosten		40.428	45.398
Verwijlinteressen		4.353	2.706
Kosten omrekening vreemde valuta		23.977	161.740
Herwaardering einde boekjaar		63.488	

VOL 5.12. BELASTINGEN EN TAKSEN

BELASTINGEN OP HET RESULTAAT			
	CODES	BOEKJAAR	
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen	9135	45.749	
Bronnen van belastinglatenties			
Actieve latenties	9141	156.527.151	
Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten	9142	121.532.165	
Overdraagbare notionele interestaftrek		34.994.986	
BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde			
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	32.193.750	34.533.826
Door de onderneming	9146	34.199.761	35.601.759
Ingehouden bedragen ten laste van derden als			
Bedrijfsvoorheffing	9147	41.649.399	41.521.938
Roerende voorheffing	9148	61.317	56.883

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 2013		6.631.047
Termijnverrichtingen		
Gekochte (te ontvangen) deviezen	9215	9.408.738
BELANGRIJKE HANGENDE GESCHILLEN EN ANDERE BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN		
Andere belangrijke verplichtingen:		
Andere diensten : 34.790.327 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)	13.567.336	13.567.336
Deelnemingen	(280)	13.567.336	13.567.336
Vorderingen op verbonden ondernemingen	9291	20.458.778	20.076.030
Op hoogstens één jaar	9311	20.458.778	20.076.030
Schulden	9351	59.742	105.350
Op hoogstens één jaar	9371	59.742	105.350
Financiële resultaten			
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421	2.300.000	1.800.000

VOL 5.15. FINANCIËLE BETREKKINGEN MET

BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLEREN ZONDER VERBODEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOOR DEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN	CODES	BOEK- JAAR
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	124.892
DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBODEN 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) VERBODEN 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	89.820
Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd bij deze groep door de commissaris(sen)		
Andere controleopdrachten	95071	5.000

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	1.928,8	1.418,5	510,3
Deeltijds	1002	543,5	217,0	326,5
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.309,7	1.527,7	782,0
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren				
Voltijds	1011	3.811.210	2.802.956	1.008.254
Deeltijds	1012	751.086	428.792	322.294
Totaal	1013	4.562.296	3.231.748	1.330.548
Personeelskosten				
Voltijds	1021	158.663.395	116.689.061	41.974.334
Deeltijds	1022	31.268.238	17.850.917	13.417.321
Totaal	1023	189.931.634	134.539.978	55.391.656
TIJDENS HET VORIGE BOEKJAAR	CODES	P. TOTAAL	1P. MANNEN	2P. VROUWEN
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.538,9	1.595,7	943,2
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	5.013.993	3.146.225	1.867.768
Personeelskosten	1023	187.726.440	117.796.268	69.930.172
OP DE AFSLUITINGSDATUM VAN HET BOEKJAAR	CODES	1. VOLTIJDS	2. DEELTIJDS	3. TOTAAL IN VOLTIIJDE EQUIVALENTEN
Aantal werknemers	105	2.128	523	2497,5
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	2.025	504	2383,9
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	85	12	91,8
Vervangingsovereenkomst	113	18	7	21,8
Volgens het geslacht en het studieniveau				
Mannen	120	1.405	209	1554,1
lager onderwijs	1200	32	12	40,4
secundair onderwijs	1201	112	12	119,8
hoger niet-universitair onderwijs	1202	303	90	370,1
universitair onderwijs	1203	958	95	1023,8
Vrouwen	121	723	314	943,4
lager onderwijs	1210	21	16	31,7
secundair onderwijs	1211	43	39	69,6
hoger niet-universitair onderwijs	1212	159	86	218,8
universitair onderwijs	1213	500	173	623,3
Volgens de beroepscategorie				
Directiepersoneel	130	9		9,0
Bedienden	134	2.086	518	2452,1
Arbeiders	132	33	5	36,4

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN

Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking van de onderneming gestelde personen
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	102,7	
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	202.898	
Kosten voor de onderneming	152	6.159.081	

TABEL VAN HET PERSONEELSVERLOOP 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	83	16	91,8
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	28		28,0
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	51	11	57,0
Vervangingsovereenkomst	213	4	5	6,8

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	143	16	152,5
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	105	10	111,5
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	31	3	32,5
Vervangingsovereenkomst	313	7	3	8,5
Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst				
Pensioen	340	58	7	62,4
Afdanking	342	48	6	51,6
Andere reden	343	37	3	38,5

INLICHTINGEN OVER DE OPLEIDING VOOR DE WERKNEMERS TIJDENS HET BOEKJAAR

	CODES	MANNEN	CODES	VROUWEN
Totaal van de formele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5801	807	5811	530
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	9.128	5812	4.777
Nettokosten voor de onderneming	5803	164.258	5813	85.966
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	164.258	58131	85.966
Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5821	31	5831	23
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	268	5832	214
Nettokosten voor de onderneming	5823	4.827	5833	3.864
Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5841	32	5851	26
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	248	5852	200
Nettokosten voor de onderneming	5843	4.462	5853	

VOL.7 SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE WAARDERINGSREGELS

01
IMMATERIËLE VASTE ACTIVA

Computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500,- euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar. Softwareontwikkelingen in het kader van innovatieprojecten worden onmiddellijk in resultaat genomen. In 2013 werden bepaalde activa geherkwalificeerd als exploitatiekosten, en de boekwaarde werd in kosten genomen. Het gaat meer specifiek over immateriële zaken zoals het schrijven van documentatie en aanpassingen met betrekking tot software, migraties en upgrades.

02
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 televisie-productie-infrastructuur	12,5%
consumerapparatuur radio en televisie	12,5%
productiegebonden informatica - 8 jaar	12,5%
productiegebonden informatica - 5 jaar	20%
meubilair en telecomapparatuur	10%
informaticamaterieel en software - 3 jaar	33,33%
informaticamaterieel en software - 5 jaar	20%
rollend materiaal	20%
allerhande materiaal	20%
informaticagebaseerde telecomapparatuur	20%
kunstwerken	0%

Vanaf het boekjaar 2013 wordt de restyling van de decors van de studio's niet langer als investering beschouwd. De activa voor de Canvas-actuastudio en de nieuwsstudio werden in 2013 geschrapt, en de boekwaarde ervan werd in kosten genomen.

In 2013 werd door de Raad van Bestuur beslist om een nieuwbouw te realiseren op de site Reyers. De ingebruikname wordt voorzien op 1 januari 2020. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2019 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuizing buiten gebruik zullen worden gesteld. De geboekte waardevermindering in 2013 bedraagt 3.400.000 euro.

03
FINANCIËLE VASTE ACTIVA

Op 30 september 2013 nam de VRT een participatie van 10% in de NV De Chinezen. De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

04
VOORRADEN

Grond- en hulpstoffen: omvatten voornamelijk de rechten op films, televisiefilms en sportevenementen (die niet in opdracht van de VRT 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 tenlasteneming 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 VRT 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.

05 VOORUITBETALINGEN VOORRAADINKOPEN OMVATTEN VOORUITBETAALDE UITZENDRECHTEN.

Vorderingen/liquide middelen/schulden/overlopende rekeningen: tegen de nominale waarde

Door het nieuwe Rekendecreet zijn er vanaf 1 januari 2012 nieuwe aanrekeningsregels van kracht geworden. Door de wijziging in het budgettair aanrekeningsmoment heeft de VRT extra uitgaven budgettair ten laste moeten nemen. Om het verschil tussen de oude en de nieuwe budgettaire aanrekeningsregels eenmalig te overbruggen, heeft de VRT in 2012 een extra dotatie 'overflow' toegekend gekregen. Dit bedraagt 71.434.000 euro. Gevolg gevend aan een controle werd in de loop van 2013 een bijkomende dotatie toegekend van 2.002.000 euro.

Dit bedrag van de bijkomende dotatie 'overflow' (2.002.000 euro) wordt conform de omzendbrief van de minister van Financiën van 5 maart 2013 niet in opbrengst genomen via de resultatenrekening maar rechtstreeks verwerkt in het eigen vermogen via overgedragen winst, dit omwille van het getrouwe beeld van de jaarrekening.

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 hiertegen beroep aangetekend. Een uitspraak wordt verwacht in 2017. De VRT legt hiervoor jaarlijks een voorziening aan die lager is dan de aanslagen, aangezien ook de oppervlaktecijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2013 beloopt inmiddels 7.817.700 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

06 OVERHEIDSFINANCIERING

Het Ministerieel Besluit van 16 september 2013 houdende de toekenning van een dotatie voor 2013 vermeldt een bedrag van 292.348.000 euro.

Dit bedrag omvat volgende bedragen :

- ▶ Basis financieringsenveloppe (beheersovereenkomst art 10.1) 291.346.000,- euro
- ▶ Begrenzing inkomsten 2012 commerciële communicatie & ban (art 11.1) -1.000.000,- euro
- ▶ Dotatie 'Overflow' 2.002.000,- euro

Het Ministerieel Besluit van 14 december 2012 houdende de toekenning van een aanvullende dotatie voor 2012 aan de VRT vermeldt een bedrag van 167.000 euro als aanvullende dotatie basis financieringsenveloppe. Dit bedrag werd in het boekjaar 2013 in opbrengst genomen.

Voor de overeenkomst Onderzoek & Innovatie 2012-2016 werd een dotatie toegekend van 2.550.000 euro (beheersovereenkomst art 10.2).

07 KAPITAALSUBSIDIES ONDERZOEK & INNOVATIE

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 111.481 euro werd in opbrengst genomen à rato van de in 2013 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2007-2011 werd een bedrag van 78.929,20 euro in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2012-2016 werd een bedrag van 21.361,50 euro in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen. Voor deze opdracht werd een bedrag van 18.914,50 euro als kapitaalsubsidies ingeboekt.

08 VOORZIENINGEN

In het kader van de bezuinigingsmaatregelen van de Vlaamse Regering werden aan de VRT dwingende doelstellingen opgelegd met betrekking tot het bereiken van een financieel evenwicht. Een van de maatregelen betrof het reduceren van het personeelscontingent. De voorzieningen voor de verplichtingen voortvloeiend uit de 'uitstroombaatregelen' bedragen per 31 december 2013 12.566.392,- euro.

09 PENSIOENVERPLICHTINGEN

In de nieuwe Beheersovereenkomst 2012-2016 die op 22 juli 2011 werd afgesloten is bepaald dat de pensioenverplichtingen ten opzichte van de statutaire personeelsleden worden overgedragen naar de Vlaamse Gemeenschap. Dat houdt onder meer in:

De overdracht van de activa van het pensioenfonds 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 beland waarbij voor de activa geen lange-termijn-rendementsverwachtingen meer worden gesteld.

Bij de berekening van de PBO-verplichtingen per 31 december 2013 werd de actualisatievoet gehanteerd die gebaseerd is op de financieringskosten van de Vlaamse Gemeenschap (3,6%). Dat 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 351,2 miljoen euro eind 2012 naar 337,4 miljoen euro eind 2013.

De assets van het fonds zijn gelijk aan de activa verminderd met de schulden en verminderd met de overlopende rekeningen aan de passivazijde. Per eind 2013 zijn deze assets gelijk aan 337 miljoen euro.

Het tekort van het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* bedraagt aldus per einde 2013:

▶ Assets	337.176.589 euro
▶ Verplichtingen (PBO-basis)	1.379.708.375 euro
▶ Tekort	1.042.531.786 euro

Dit negatief vermogen bestaat enerzijds uit de solvabiliteitsmarge van 7.651.400 euro en anderzijds een overgedragen verlies van 1.050.183.186 euro.

10 WISSELKOERSEN

De transacties in de drie voornaamste transactiemunten (USD, GBP en CHF) 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 18.245 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 4.214.000 euro. Hiervoor is geen voorziening aangelegd.

14 RESULTAATVERWERKING

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 3.833.137,44 euro. Hiervan wordt 5% toegevoegd aan de wettelijke reserve. Het saldo zijnde 3.641.480,57 euro wordt toegevoegd aan de beschikbare reserves.

Per 31 december 2013 werd een reservefonds voor buitengebruikstelling Omroepcentrum opgericht. Dit fonds dient ter financiering van de versnelde afschrijvingen naar aanleiding van de verhuizing op 31 december 2019. Een bedrag van 12.360.000 euro wordt overgeheveld vanuit de reserve publieke opdracht. Dit bedrag komt overeen met de versnelde afschrijvingen 2013-2019 verminderd met de besparing van de afschrijvingen op de minder investeringen omroepcentrum 2014 tot en met 2019.

Verlag van de commissaris

Verlag van de commissaris aan de algemene vergadering der aandeelhouders van de Naamloze Vennootschap van Publiek recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') over de jaarrekening over het boekjaar afgesloten op 31 december 2013.

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 statutaire jaarrekening (de "Jaarrekening") evenals de vereiste bijkomende vermeldingen. De Jaarrekening omvat de balans op 31 december 2013, de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2013 en de toelichting.

VERKLARING ZONDER VOORBEHOUD OVER DE JAARREKENING

Wij hebben de controle uitgevoerd van de Jaarrekening van de Vlaamse Radio- en Televisieomroep, NV van publiek recht ("de Vennootschap") over het boekjaar afgesloten op 31 december 2013, opgesteld in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel. Het balanstotaal bedraagt 387.761.197 euro en de resultatenrekening sluit af met een winst van het boekjaar van 3.833.137 euro.

Verantwoordelijkheid van de raad van bestuur voor het opstellen van de Jaarrekening

De raad van bestuur 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 uitgevoerd overeenkomstig de wettelijke bepalingen en volgens de in België geldende controlenormen, zoals uitgevaardigd door het Instituut van de Bedrijfsrevisoren. Deze controlenormen vereisen dat onze controle zo wordt georganiseerd en uitgevoerd dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de Jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat, als gevolg van fraude of het maken van fouten.

Overeenkomstig deze controlenormen hebben wij controlewerkzaamheden uitgevoerd ter verkrijging van controle-informatie over de in de Jaarrekening opgenomen bedragen en toelichtingen. De keuze van deze controlewerkzaamheden hangt af van onze beoordeling alsook van onze inschatting van het risico dat de Jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fraude of het maken van fouten.

Bij het maken van onze risico-inschatting houden wij rekening met de bestaande interne controle van de ven-

nootschap met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de Jaarrekening ten einde in de gegeven omstandigheden de gepaste werkzaamheden te bepalen, maar niet om een oordeel te geven over de effectiviteit van de interne controle van de vennootschap. Wij hebben tevens de gegrondheid van de waarderingsregels, de redelijkheid van de betekenisvolle boekhoudkundige schattingen gemaakt door de raad van bestuur, alsook de voorstelling van de jaarrekening, als geheel beoordeeld. Wij hebben van het bestuursorgaan en van de verantwoordelijken van de Vennootschap de voor onze controlewerkzaamheden vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen en wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie een redelijke basis vormt voor het uitbrengen van ons oordeel.

Oordeel

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening afgesloten op 31 december 2013 een getrouw beeld van het vermogen, de financiële toestand en de resultaten van de Vennootschap, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

BIJKOMENDE VERMELDINGEN

De raad van bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen en de inhoud van het jaarverslag over de Jaarrekening, alsook het naleven door de Vennootschap van het Wetboek van vennootschappen en van de statuten.

Het is onze verantwoordelijkheid om in ons verslag de volgende bijkomende vermeldingen op te nemen die niet van aard zijn om de draagwijdte van onze verklaring over de jaarrekening te wijzigen:

- Het jaarverslag over de Jaarrekening behandelt de door de wet vereiste inlichtingen en stemt overeen met de Jaarrekening. Wij kunnen ons echter niet uitspreken over de beschrijving van de voornaamste risico's en onzekerheden waarmee de vennootschap wordt geconfronteerd, alsook van haar positie, haar voorzienbare evolutie of de aanmerkelijke invloed van bepaalde feiten op haar toekomstige ontwikkeling. Wij kunnen evenwel bevestigen dat de verstrekte gegevens geen onmiskenbare inconsistenties vertonen met de informatie waarover wij beschikken in het kader van ons mandaat.
- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften.
- 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. De verwerking van het resultaat 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.

Diegem, 27 maart 2014

Ernst & Young
Bedrijfsrevisoren bvba
Commissaris

vertegenwoordigd door

Han Wevers
Vennoot

14-HW0122

08\2 Toelichting bij de financiële resultaten

Statutair resultaat jaarrekening

De statutaire jaarrekening sloot af met een overschot van 3,8 miljoen euro.

De *omzet* is gestegen van 433,0 miljoen euro in 2012 naar 440,6 miljoen euro in 2013, of een toename met 1,8% (+7,6 miljoen euro).

De *voorraad eigen producties* steeg in 2013 met 9,9 miljoen euro. In 2012 was er een voorraaddaling van 4,1 miljoen euro bij de eigen producties. Het belangrijkste aandeel in deze voorraadstijging is te wijten aan fictieprogramma's (zoals *In Vlaamse velden* (Eén) en *GoGoGo* (Ketnet)) en documentaires (zoals *Dockland* (Canvas) en *Arm & rijk* (Canvas)).

De *andere bedrijfsopbrengsten* daalden met 4,9 miljoen euro ten opzichte van 2012. In 2012 werden 3 miljoen euro inkomsten geboekt uit de verkoop van een terrein in Wolvertem. De inkomsten uit de vergoedingen voor thuiskopies liggen 0,6 miljoen euro lager dan in 2012.

De *bedrijfskosten* stegen globaal met 10,2 miljoen euro (+2,3%) ten opzichte van 2012.

- ▶ Het verbruik uit voorraad daalde met 5,9 miljoen euro. In 2012 werden de rechten verbruikt voor de uitzendingen van de Olympische Spelen en het EK voetbal.
- ▶ De post 'diensten en diverse goederen' steeg met 10,5 miljoen euro of 5,0% ten opzichte van 2012. Vooral de uitzendrechten productiehuzen lagen aan de basis van deze stijging. Deze stijging hing nauw samen met de hogervermelde toename van de voorraad eigen producties.

- ▶ De personeelskosten stegen met 2,2 miljoen euro (+1,2%). Enerzijds daalden de uitgaven omwille van personeelsafslankingen, en anderzijds zijn er stijgende loonkosten omwille van indexverhogingen en SAC- en baremaverhogingen.
- ▶ De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 6,1 miljoen euro hoger dan vorig jaar. Dit is onder andere te verklaren door de waardevermindering van 3,4 miljoen euro geboekt voor de financiering van de versnelde afschrijvingen bij de buitengebruikstelling van het huidige omroepcentrum.
- ▶ De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen stegen met 0,6 miljoen euro.
- ▶ De kosten van de voorzieningen daalden met 1,4 miljoen euro. In 2010, 2011 en 2012 werden in het kader van de geplande personeelsafslanking provisies aangelegd voor de financiering van de herstructureringskosten, en deze provisies werden in 2013 en in de volgende jaren geleidelijk aangewend. Daar staat tegenover dat er in 2013 een bijkomende provisie werd aangelegd voor een nieuwe personeelsafslanking.
- ▶ De andere bedrijfskosten daalden met 2,5 miljoen euro. Dat had te maken met de in-kosten-genomen restwaarde van het Amerikaans Theater in 2012.

KASSTROOMTABEL (in 1.000 euro)

	2013	2012
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW		
Bedrijfsresultaat	1.660	-4.954
Rechtstreekse boeking overgedragen resultaat	2.002	43.550
Kapitaalsubsidie	-284	-492
Niet kasstromen	21.760	18.342
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	-14.460	-47.327
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW	10.678	9.119
FINANCIERINGSTABEL		
Netto operationele cashflow	10.678	9.119
Verbonden Ondernemingen	2.300	1.800
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	-2.237	10.180
Netto cashflow uit investeringen	-8.958	-21.180
KAS-BEWEGINGEN IN HET BOEKJAAR	1.783	-81

Het bedrag geboekt op het overgedragen resultaat (2,0 miljoen euro) slaat op het gedeelte van de dotatie 'overflow' dat conform de omzendbrief van de minister van Financiën van 5 maart 2013 niet in opbrengst genomen werd via de resultatenrekening maar rechtstreeks verwerkt werd in het eigen vermogen via de overgedragen winst.

In 2013 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow 10,7 miljoen euro.

De investeringsuitgaven bedroegen 9 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de vernieuwingen van productie-infrastructuur (nieuwsstudio, radio-productiesystemen, vervanging muziekwagens en ENG-wagens), besturingssystemen en investeringen in de digitale omgeving. De cashflow uit verbonden ondernemingen 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 2013 negatief bleef omdat een belangrijk deel van de dotatie nog niet ontvangen was op 31/12/2013. De negatieve CFO-positie verbeterde in 2013 met 1,9 miljoen euro.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2012 gestegen met 1,8 miljoen euro.

Uitvoering budget

1 FINANCIEEL PLAN 2013

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 1,3 miljoen euro hoger. De subsidies lagen 1,3 miljoen euro lager dan gebudgetteerd. De eigen opbrengsten lagen in totaal 2,5 miljoen euro hoger dan het budget. Overschotten waren er bij de distributie-inkomsten, de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie 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 2013 een maximumgrens van 69,9 miljoen euro voorzien voor boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden 71,2 miljoen euro ontvangsten geboekt, zodat de grens met 1,3 miljoen euro overschreden werd.

Binnen de grens van BAN en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 16,9 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen. De reële ontvangsten lagen 12.000 euro boven de grens.

UITVOERING BUDGET (in 1.000 euro)

	BUDGET	WERKELIJK	RESULTAAT TOV BUDGET
VRT	2013	2013	2013
OPBRENGSTEN			
Subsidies	295.629	294.375	-1.254
Inhoudelijke publieke opdracht	291.566	290.198	-1.368
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	2.550	2.288	-262
Dotatie Brussels Philharmonic	1.513	1.463	-50
Andere subsidies Publieke Opdracht	0	142	142
Andere subsidies Onderzoek & Innovatie	0	284	284
Subtotaal Subsidies	295.629	294.375	-1.254
Distributie-inkomsten	25.574	26.298	724
Boodschappen van algemeen nut	8.835	9.789	954
Inkomsten uit commerciële communicatie	60.226	61.404	1.178
Inkomsten uit exploitatie afgeleiden	8.601	6.943	-1.658
Inkomsten uit andere commerciële exploitaties	1.493	1.749	256
Andere inkomsten	8.100	9.894	1.794
Ruilen	39.171	38.439	-732
Subtotaal Eigen inkomsten	152.000	154.516	2.516
TOTAAL OPBRENGSTEN	447.629	448.890	1.261
KOSTEN			
Inhoudelijke publieke opdracht	434.574	435.320	-745
Toegevoegde opdracht Verdi	2.328	2.118	210
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	2.513	2.757	-244
Kosten Brussels Philharmonic	1.513	1.463	50
Huisvesting	3.750	3.400	350
TOTAAL KOSTEN	444.678	445.057	-379
BEDRIJFSECONOMISCH RESULTAAT			
Aanwending (+) / Toevoeging (-) reserve Verkoop Activa	1.947	1.947	-0
Aanwending (+) / Toevoeging (-) Buitengebruikstelling Omroepcentrum (*)	3.070	2.720	-350
RESULTAAT VOLGENS BHO NA RESULTAATVERWERKING	7.967	8.500	534

(*) De geboekte waardevermindering op het Omroepcentrum in het kader van de nieuwbouw, bedroeg 3.400.000 euro. In het plan was dit nog 3.750.000 euro. De Beheersovereenkomst 2012-2016 maakt abstractie van de extra kosten ivm 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 3,4 miljoen euro werd voor 680.000 euro gefinancierd door lagere afschrijvingen bij de publieke opdracht omwille van de geplande nieuwbouw (cfr. Meerjarenplan 2014-2016 en Ondernemingsplan 2014). De resterende 2.720.000 euro werd gefinancierd door een extra afname van het reservefonds voor de publieke opdracht.

De totale kosten bedroegen 445,1 miljoen euro in 2013. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 0,4 miljoen euro hoger dan gepland.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 435,3 miljoen euro. Voor de toegevoegde opdracht Onderzoek en Innovatie werden 2,8 miljoen euro kosten geboekt. Voor de digitalisering van het archief (VERDi-project) bedroegen de kosten 2,1 miljoen euro.

De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 1,5 miljoen euro. Tenslotte werden 3,4 miljoen euro waardeverminderingen geboekt voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing.

2 RESULTAAT 2013

DEELRESULTATEN 2013 (in 1000 euro)							
DEELRESULTATEN - WERKELIJK 2013	Publieke opdracht VRT	Line extensions	Onderzoek & Innovatie	Brussels Philharmonic	VERDi	Buitengebruikstelling Omroepcentrum	Totaal VRT
Statutair Resultaat	8.474	1.043	-185	0	-2.099	-3.400	3.833
RESULTAATVERWERKING							
Toevoeging Wettelijke reserve	-192						-192
Toevoeging/Onttrekking Reserve Publieke opdracht	-8.282	-1.043			151		-9.174
Onttrekking Reserve Onderzoek & Innovatie			185				185
Onttrekking Reserve verkoop activa					1.947		1.947
Onttrekking Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum						3.400	3.400
RESULTAAT	-8.474	-1.043	185	0	2.099	3.400	-3.833

In het budget 2013 was er voor de publieke opdracht een overschot van 8 miljoen euro gebudgetteerd. Het werkelijk resultaat van de publieke opdracht gaf voor 2013 een overschot van 8,5 miljoen euro, wat 0,5 miljoen euro beter was dan voorzien. Voor de activiteiten van Line Extensions was er een overschot van 1 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 2013 een overschot van 9,3 miljoen euro toegevoegd aan de beschikbare reserve voor de publieke opdracht en 0,2 miljoen aan de wettelijke reserve.

Onderzoek en Innovatie sloot het boekjaar 2013 af met een tekort van 0,2 miljoen euro. Dat tekort werd bij de resultaatverwerking onttrokken aan de afzonderlijke reserve voor Onderzoek en Innovatie.

Het resultaat voor de digitalisering van het archief (VERDi-project) gaf in 2013 een tekort van 2,1 miljoen euro. Dit tekort werd bij de resultaatverwerking gedeeltelijk aangezuiverd door de onttrekking van 1,9 miljoen euro aan het reservefonds 'verkoop van onroerende activa' dat de afgelopen jaren was opgebouwd. De overige 0,2 miljoen werd gefinancierd vanuit de reserve 'publieke opdracht'.

De kosten voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum werden aangezuiverd vanuit een afzonderlijke reserve die hiervoor in 2013 werd aangelegd. Deze reserve werd overgeheveld vanuit de reserve voor de publieke opdracht.

3 STAND VAN DE BESCHIKBARE RESERVES

Bij de aanvang van het boekjaar 2013 bedroegen de beschikbare reserves 35,9 miljoen euro en de wettelijke reserve 0,9 miljoen euro.

- ▶ In het kader van de geplande nieuwbouw wordt voor de financiering van de buitengebruikstelling van het omroepcentrum een nieuwe reserve aangelegd ten bedrage van 12.360.000 euro. Dat bedrag werd overgeheveld vanuit de reserve voor de publieke opdracht. De geboekte waardevermindering van 3,4 miljoen euro werd door deze reserve gefinancierd, zodat de stand van deze nieuwe reserve na resultaatverwerking 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 2013 29,5 miljoen euro.
- ▶ Voor Onderzoek en Innovatie wordt in 2013 185.000 euro onttrokken aan de reserve, zodat de reserve eind 2013 1,2 miljoen euro bedroeg.
- ▶ De reserve uit verkoop van onroerende activa werd in 2013 volledig aangewend voor de financiering van de digitalisering van het archief.

(in 1.000 euro)

	STAND RESERVE 31/12/2012	OVERHEVELING NAAR RESERVE BUITENGEBRUIKSTELLING OMROEPCENTRUM	RESULTAAT 2013	STAND RESERVE 31/12/2013
WETTELIJKE RESERVE	949		192	1.141
Beschikbare reserves				
Reserve Publieke opdracht	32.638	-12.360	9.173	29.451
Reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum		12.360	-3.400	8.960
Reserve Onderzoek en Innovatie	1.339		-185	1.154
Reserve verkoop van onroerende activa	1.947		-1.947	0
SUBTOTAAL BESCHIKBARE RESERVE	35.924			39.565
TOTAAL	36.873	0	3.833	40.706

08 \ 3

Analyse van de opbrengsten en de kosten

1. Transparantie-verklaring

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 prestatie-maatstaven 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 die dat orgaan nodig heeft om haar toezicht te kunnen uitvoeren. 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 Audit-comité, 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. 142) 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 kruis-subsidiëring van de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe niet mag.

2. Opbrengsten

2.1

ANALYTISCHE VERDELING OPBRENGSTEN – TOTAAL

De opbrengsten van de openbare omroepopdracht worden vanaf de Beheersovereenkomst 2012-2016 gerapporteerd volgens acht financieringspijlers.

FINANCIERINGSPIJLERS VRT (in mio euro)				
	2013		2012	
1. Overheidsfinanciering	294,4	65,6%	291,8	65,4%
2. Distributie-inkomsten	26,3	5,9%	27,2	6,1%
3. Boodschappen van algemeen nut	9,8	2,2%	9,4	2,1%
4. Commerciële Communicatie	61,4	13,7%	61,0	13,7%
5. Exploitatie van afgeleiden	6,9	1,5%	7,6	1,7%
6. Andere commerciële exploitatie	1,7	0,4%	1,8	0,4%
7. Andere inkomsten	10,0	2,1%	13,8	3,1%
8. Ruilen	38,4	8,6%	33,5	7,5%
TOTAAL	448,9	100,0%	446,1	100,0%

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering kende een lichte stijging van 65,4% in 2012 naar 65,6% in 2013. In absolute bedragen steeg de overheidsfinanciering met 2,6 miljoen euro.

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijler 2 t.e.m. 8) daalde in 2013 met 0,2% en bedroeg 34,4% 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)				
	2013		2012	
Basisdotatie	291,5	99,0%	289,5	99,2%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-1,3	-0,4%	-2,0	-0,7%
Dotatie Onderzoek & Innovatie	2,3	0,8%	1,8	0,6%
Dotatie Brussels Philharmonic	1,5	0,5%	1,7	0,6%
Kapitaalsubsidies	0,3	0,1%	0,5	0,2%
Overige subsidies	0,1	0,0%	0,3	0,1%
TOTAAL	294,4	1,0	291,8	100,0%

In 2013 bedroeg de basisdotatie 291,5 miljoen euro.

In 2013 werd de maximumgrens voor BAN en commerciële communicatie met 1,3 miljoen euro overschreden.

De dotatie voor Onderzoek & Innovatie omvat 80%⁶⁶ van de in de beheersovereenkomst voorziene dotatie voor het werkingsjaar 2013, plus de afrekening van 2012.

De dotatie Brussels Philharmonic is bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewer-

kers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst 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. Daarnaast werden nog de openstaande kapitaalsubsidies voor het gebouw van het kinderdagverblijf *Ukkepuk* in opbrengst genomen, wegens de verhuizing naar een nieuwe locatie.

⁶⁶ Conform de Overeenkomst Onderzoek & Innovatie

De 'overige subsidies' zijn gebaseerd op een subsidiebesluit van een overheidsinstantie. Voor 2012 gaat het om subsidies voor *De Canvascollectie*. Voor 2013 gaat het om Europese subsidies voor onderzoeksprojecten bij Onderzoek & Innovatie en een subsidie voor de Taaldag (georganiseerd in samenwerking met de Nederlandse Taalunie). Andere samenwerkingsvormen met overheden worden gerapporteerd onder institutionele financiering in pijler 7.

2.3

PIJLER 2: DISTRIBUTIE-INKOMSTEN

DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (in mio euro)				
	2013		2012	
Distributiecontracten	24,8	94,2%	25,8	94,9%
Net Gemist	0,9	3,4%	0,8	2,9%
SMS, betaallijnen en apps	0,6	2,4%	0,6	2,2%
TOTAAL	26,3	100,0%	27,2	100,0%

De totale distributie-inkomsten daalden in 2013 met 0,9 miljoen euro ten opzichte van 2012, en dit meer specifiek bij de inkomsten uit distributiecontracten met Belgische distributeurs. De inkomsten voor Net Gemist, SMS, betaallijnen en apps voor publieke opdracht zijn op hetzelfde niveau gebleven als in 2012.

2.4

PIJLERS 3 EN 4: BAN EN COMMERCIELE COMMUNICATIE

Ban en commerciële communicatie

BAN EN COMMERCIELE COMMUNICATIE (in mio euro)				
	2013		2012	
Boodschappen van algemeen nut	9,8		9,4	
Totaal 3. BAN	9,8		9,4	
Radioreclame	40,5	65,9%	39,7	65,1%
Sponsoring Radio	1,8	3,0%	2,0	3,3%
Sponsoring TV	14,2	23,1%	14,8	24,3%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen	2,7	4,4%	2,5	4,1%
Reclame op internet en mobiele platformen	1,7	2,8%	1,5	2,5%
Financiële Productplaatsing	0,5	0,8%	0,5	0,8%
Totaal 4. Commerciële communicatie	61,4	100%	61,0	100%
TOTAAL	71,2		70,4	

De boodschappen van algemeen nut stegen in 2013 met 0,4 miljoen euro.

Bij radioreclame was er een stijgende trend merkbaar sinds het crisisjaar 2009. In 2013 zijn de inkomsten uit radioreclame met 0,8 miljoen euro toegenomen ten opzichte van 2012.

De opbrengsten uit radioreclame per net

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (in mio euro)				
	2013		2012	
MNM	8,7	21,5%	8,1	20,4%
Radio 1	6,7	16,5%	7,1	17,9%
Radio 2	9,5	23,5%	9,6	24,2%
Studio Brussel	15,6	38,5%	14,9	37,5%
TOTAAL	40,5	100,0%	39,7	100,0%

De stijging bij de radioreclame is voornamelijk te danken aan de opbrengsten voor Studio Brussel (+0,7 miljoen euro ten opzichte van 2012) en MNM (+0,6 miljoen euro ten opzichte van 2012). De opbrengsten bij Radio 2 daalden met 0,1 miljoen euro en de reclame-inkomsten bij Radio 1 zakten met 0,4 miljoen euro.

Wat de sponsoring betreft, daalde de *radiosponsoring* met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2012. De *televiesponsoring* daalde met 0,6 miljoen euro, met name bij de sponsoring van de uitgezonden evenementen. De ontvangsten uit *sponsoring van niet uitgezonden eve-*

nementen stegen daarentegen met 0,2 miljoen euro. De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* brachten in 2013 0,2 miljoen euro meer op dan het jaar voordien. De *financiële productplaatsing* bleef op hetzelfde niveau als in 2012.

De ontvangsten uit *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie* bedroegen samen 71,2 miljoen euro in 2013. In de Beheersovereenkomst 2012-2016 werden deze inkomsten begrensd voor 2013 tot maximaal 69,9 miljoen euro.

2.5

PIJLER 5: EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN

EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN (in mio euro)				
	2013		2012	
Evenementen	1,1	15,6%	1,3	17,1%
Merchandising	4,3	62,6%	5,0	65,8%
Ooit Gemist	1,5	21,8%	1,3	17,1%
TOTAAL	6,9	100,0%	7,6	100,0%

De opbrengsten uit de exploitatie van afgeleiden daalden met 0,7 miljoen euro in vergelijking met 2012.

Bij *evenementen* was er een lichte daling (van 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2012).

De divisie *Merchandising* bewoog zich in een bijzonder moeilijke markt en er was dan ook een daling van 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2012. Negatieve invloed was er van de DVD-markt in het algemeen. Positief waren enerzijds de inkomsten uit de DVD-verkoop van *FC De Kampioenen* en een nieuwe overeenkomst hierover met Het Laatste Nieuws, en anderzijds de verkoop van bier van *Tournée Générale* in Nederland en de inkomsten uit de verkoopactie van de Sint-kalender.

Ooit gemist steeg met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2012.

2.6

PIJLER 6: ANDERE COMMERCIEËLE EXPLOITATIE

ANDERE COMMERCIEËLE EXPLOITATIE (in mio euro)				
	2013		2012	
Verkoop van programma's en fragmenten	0,8	47,1%	0,7	38,8%
Teletekst	0,0	0,0%	0,1	5,6%
Dienstverlening	0,9	52,9%	1,0	55,6%
TOTAAL	1,7	100,0%	1,8	100,0%

De verkoop van programma's en fragmenten van programma's is ten opzichte van 2012 met 0,1 miljoen euro gestegen.

Dienstverlening bestaat voornamelijk uit transmissie-diensten, verhuring van productiemiddelen, huurgel-den, verkoop van dubbing en ondertiteling. Dienstver- lening daalde met 0,1 miljoen euro.

De inkomsten van teletekst zijn vergoedingen voor het plaatsen van informatie op bepaalde VRT teletekst- bladzijden. Deze opbrengsten bedroegen in 2013 21.000 euro ten opzichte van 62.000 euro in 2012.

2.7

PIJLER 7: ANDERE INKOMSTEN

ANDERE INKOMSTEN (in mio euro)				
	2013		2012	
Dienstverlening aan VAR	0,6	6,3%	0,6	4,3%
Samenwerking rond programma's	4,1	41,0%	4,0	29,0%
Bedrijfsrestaurant	1,1	10,8%	1,2	8,7%
Financiële opbrengsten	2,6	26,1%	2,4	17,4%
Andere bedrijfsopbrengsten	1,6	15,8%	5,6	40,6%
TOTAAL	10,0	100,0%	13,8	100,0%

De inkomsten van de pijler 'andere inkomsten' daalden globaal met 3,8 miljoen euro. De daling wordt verklaard door de verkoop van grond in Wolvertem in 2012 (3 miljoen euro), lagere inkomsten voor thuiskopies (-0,6 miljoen euro) en minder gerecupereerde kosten (-0,6 miljoen euro).

Daartegenover staat dat VAR meer dividenden uitkeerde in 2013 (2,3 miljoen euro) dan in 2012 (1,8 miljoen euro). De opbrengsten uit dividenden vormen de voornaamste opbrengst van de 'financiële opbrengs- ten'.

De post 'andere bedrijfsopbrengsten' omvat o.a. de meerwaarde op de verkoop van activa, de gerecu- pereerde kosten, de tussenkomsten van verzekering- en, de vergoeding voor thuiskopies en de geleide bezoeken.

2.8

PIJLER 8: RUILEN

RUILEN				
	2013		2012	
Mediaruil (*)	10,8	28,1%	10,8	32,3%
Facilitaire toelevering	4,7	12,2%	2,8	8,3%
Productplaatsing in natura en aftiteling	3,4	9,0%	2,4	7,2%
Andere ruil:				
TV	2,4	6,1%	1,8	5,4%
Radio	14,7	38,2%	13,5	40,2%
Webruimte	2,2	5,8%	1,7	5,1%
Line Extensions	0,2	0,6%	0,5	1,5%
TOTAAL	38,4	100,0%	33,5	100,0%

(*) inclusief Line Extensions mediaruil

De ruilopbrengsten stegen met 4,9 miljoen euro, maar dat had geen effect op het resultaat vermits de ruilkosten met hetzelfde bedrag waren gestegen.

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. Deze ruil was in 2013 op hetzelfde niveau gebleven als in 2012.

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 2013 was deze ruil met 1,9 miljoen euro toegenomen tot 4,7 miljoen euro. De facilitaire toelevering bij de programma's *Café Corsari* (Eén) en *Stars for Life* (Eén) lag aan de basis van deze stijging.

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 productplaatsing in natura en aftiteling stegen in 2013 met 1 miljoen euro door hogere ruilinkomsten voor onder andere *Vanthilt on Tour* (Eén), *Blokken* (Eén), *Beroepen Zonder Grenzen* (Eén) en *Beste Vrienden* (Eén).

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 19,5 miljoen euro en stegen met 2 miljoen euro ten opzichte van 2012.

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)		
	2013	2012
Institutionele financiering via eigen programma's VRT	2,8	3,1
Institutionele financiering via evenementen Line Extensions	0,0	0,1
Subtotaal institutionele financiering via VRT	2,8	3,2
Institutionele financiering via externe productiehuizen	0,6	0,7
TOTAAL	3,4	3,9

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 bij VRT daalde met 0,4 miljoen euro in vergelijking met 2012. Voorbeelden zijn de samenwerking met de VLAM voor *Dagelijkse kost* (Eén) en *Groenland* (Eén), de tussenkomst van regionale en lokale overheden voor *Vlaanderen Va-*

kantieland (Eén), de tussenkomsten van steden voor *De intrede van de Sint* (Ketnet) en *Wolven* (Eén), de tussenkomst van de Nationale Loterij voor *Lotto- en Jokertrekkingen* en de samenwerking met de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen voor *De Zoo: Achter de schermen* (Eén).

De institutionele financiering bij externe productiehuizen daalde in 2013 met 0,1 miljoen euro ten opzichte van 2012. In 2013 was er institutionele financiering via externe productiehuizen voor onder andere *Vanthilt on Tour* (Eén) en *Mind Your Own Business* (OP12).

PRODUCTPLAATSING

PRODUCTPLAATSING (in mio euro)				
	2013		2012	
Financiële productplaatsing	0,5	12,7%	0,5	17,2%
Productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)	3,4	87,3%	2,4	82,8%
TOTAAL	3,9	100,0%	2,9	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 VRT in ruil visibiliteit geeft met of zonder aftiteling in het programma).

De ontvangsten uit financiële productplaatsing bleven in 2013 op het niveau van 2012. Het gaat hier vooral over de programma's *Dagelijkse kost* (Eén), *Groenland*

(Eén) en *Thuis* (Eén). Productplaatsing in natura en aftiteling via ruil bedraagt in 2013 3,4 miljoen euro en omvat ruilovereenkomsten voor onder andere programma's zoals *Vanthilt on Tour* (Eén), *Blokken* (Eén), *1000 Zonnen* (Eén), *Beste Vrienden* (Eén), *Thuis* (Eén), *Dagelijkse kost* (Eén) en *Beroepen zonder grenzen* (Eén).

3. Kosten

3.1 ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN – TOTAAL

ANALYTISCHE VERDELING VAN DE KOSTEN (in mio euro)				
	2013		2012	
TV	258,5	60,5%	271,5	62,4%
Radio	89,5	21,0%	89,2	20,5%
Internet & Mobiele toepassingen	22,1	5,2%	16,9	3,9%
Kosten programma-output	370,1	86,7%	377,6	86,8%
Onderzoek en innovatie	2,8	0,6%	2,5	0,6%
Ondersteunende directies	49,0	11,5%	49,1	11,3%
Line extensions	5,2	1,2%	5,5	1,3%
Subtotaal	427,1	100,0%	434,7	100,0%
Andere	18,0		13,7	
TOTAAL (*)	445,1		448,4	

(*) 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 en 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 86,7% in 2013, een daling met 7,5 miljoen euro ten opzichte van 2012.

De kosten van Televisie daalt met 13 miljoen euro omwille van enkele niet jaarlijks weerkerende evenementen in 2012 (Olympische Spelen, het EK Voetbal en de gemeente- en provincieraadsverkiezingen). Radio bleef min of meer constant en de Internet & Mobiele toepassingen stegen met 5,2 miljoen euro in 2013. De kosten van de programma-output worden verder in detail besproken.

De kosten voor *onderzoek en innovatie* stegen met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2012 ten gevolge van de verdere uitbreiding van de activiteiten na de opstart binnen de vernieuwde opdracht in 2012.

De kosten van de *ondersteunende directies*⁶⁷ bedroegen 11,5% van de totale kosten, dat is 0,2% hoger dan in 2012. Dat hoger aandeel is een normaal fenomeen in de onpare jaren, en is vooral te verklaren door de grote

sportevenementen in de pare jaren (i.c. de Olympische Spelen en het EK voetbal in 2012). In 2012 waren er bovendien gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Alhoewel het relatief aandeel van de kosten van de ondersteunende diensten in 2013 licht steeg, daalden deze kosten in absolute cijfers met 0,1 miljoen euro.

De kosten voor de *commerciële activiteiten van Line Extensions* daalden in 2013 met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2012.

In de rubriek '*Andere kosten*', worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderings 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 2012 met 4,3 miljoen euro. Dat wordt vooral verklaard door de aangelegde waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het Omroepcentrum en de provisie voor herstructureringskosten.

De totale kosten van de programma-output bedragen 370,1 miljoen euro in 2013. Alle andere kosten samen bedragen 75,0 miljoen euro. Dat betekent dat de kosten van de programma-output met een toeslag van 20,3% moet verhoogd worden om de totale kosten van de VRT te bekomen.

⁶⁷ Beleid, HR, Financiën, Gebouwen & faciliteiten en Technologie.

3.2

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT RADIO

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIONET (in mio euro)				
	2013		2012	
Radio 1	19,8	22,2%	19,7	22,1%
Radio 2	28,5	31,8%	27,5	30,8%
MNM	12,4	13,8%	12,4	13,9%
StuBru	15,1	16,8%	15,5	17,4%
Klara	13,7	15,4%	14,1	15,8%
TOTAAL RADIO	89,5	100%	89,2	100%

De kosten 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 KOSTPRIJS PER UUR UITZENDING PER RADIONET (in euro)		
	2013	2012
Radio 1	2.308	2.275
Radio 2	2.022	2.044
MNM	1.458	1.453
Studio Brussel (*)	1.642	1.631
Klara	1.567	1.608
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-RADIO (**)	1.825	1.827

(*) 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 is exclusief *Music For Life* omdat dit de kosten per uur te veel zou vertekenen.

De totale kosten van radio stegen licht met 0,3 miljoen euro in 2013. De gemiddelde kosten per uur van Radio bedroegen in 2013 gemiddeld 1.825 euro, wat ongeveer gelijk is als in 2012.

In vergelijking met de andere radionetten is Radio 1 het duurste radionet. De verklaring hiervoor zijn de duidingsprogramma's en sportprogramma's die enkel op Radio 1 worden uitgezonden.

De gemiddelde kosten per uur van Radio 2 lagen hoger dan MNM, Studio Brussel en Klara omwille van de regionale omroepen. De totale kosten bij Radio 2 waren in 2013 toegenomen met 1 miljoen euro ten opzichte van 2012 omdat de ontkoppeling van de ochtendprogrammatie bij de regionale omroepen met een uur werd uitgebreid. Dat had ook effect op het aantal uren uitzending bij Radio 2, waardoor de gemiddelde kosten per uur in 2013 op hetzelfde niveau bleven van 2012.

3.3

ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT TV**DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL
IN DE KOSTEN PER TELEVISIENET****DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL
IN DE KOSTEN PER TELEVISIENET (in mio euro)**

	2013		2012	
Eén	160,9	62,2%	161,5	59,4%
Canvas	63,7	24,7%	75,9	28,0%
Ketnet	26,1	10,1%	27,7	10,2%
OP12	7,8	3,0%	6,4	2,4%
TOTAAL TELEVISIE	258,5	100%	271,5	100%

De kosten van televisie daalden met 13 miljoen euro tot 258,5 miljoen euro in 2013.

**DE EVOLUTIE VAN DE KOSTPRIJS PER UUR UITZENDING
PER TELEVISIENET⁶⁸****DE EVOLUTIE VAN DE KOSTPRIJS PER UUR UITZENDING PER TELEVISIENET (in euro)**

	2013		2012	
	eerste uitzending	inclusief herhaling	eerste uitzending	inclusief herhaling
Eén	59.198	36.044	57.741	35.482
Canvas	27.584	14.026	33.024	20.059
Ketnet	36.518	5.192	30.902	6.025
OP12	19.883	6.372	26.641	15.343
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-TELEVISIE (*)	42.140	16.944	42.523	20.493

(*) Gewogen gemiddelde op basis van aantal netto uitzendingen per net

De gemiddelde kosten van Eén stegen in 2013 omwille van de versterking van het aanbod door onder andere *Baard van Bartel* en *Stars for life*

De niet jaarlijks weerkerende sportevenementen in 2012 (het EK voetbal en de Olympische Spelen) verklaren de daling van de gemiddelde kosten van 1 uur eerste uitzending op Canvas. Canvas was in 2013 een volledig jaar ontkoppeld (ten opzichte van acht maanden in 2012). De namiddagprogrammering werd voornamelijk ingevuld met herhalingen en programma-aankoop. Dat verklaart de sterke daling van de kosten per uur inclusief de herhalingen voor Canvas.

Het aanbod van Eén werd in 2013 versterkt met enkele nieuwe programma's. De kosten van Eén daalden echter met 0,6 miljoen euro omwille van de verkiezingen in 2012. Canvas daalde met 12,2 miljoen euro door de Olympische Spelen en het EK Voetbal.

De marketingcampagne rond de verhuizing van Ketnet naar het derde kanaal, verklaart de hogere kosten van Ketnet in 2012 ten opzichte van 2013. Bovendien werden in 2013 enkele bestaande programma's goedkoper geproduceerd.

De totale kostprijs van OP12 steeg met 1,4 miljoen euro ten opzichte van 2012. De kosten van 2012 hebben slechts betrekking op 8 maanden uitzending (vanaf mei 2012). In 2013 zond OP12 een volledig jaar uit. Het jongerenaanbod en het aanbod voor buitenlanders werd verder versterkt met onder andere *Carte Blanche* (OP12) en *Fans of Flanders* (OP12),

De gemiddelde kosten per uur van de intern geproduceerde programma's op Ketnet daalden omdat een aantal programma's goedkoper geproduceerd werden. De kosten per uur van de extern geproduceerde programma's bleven min of meer gelijk. De gemiddelde kosten van de aangekochte programma's stegen sterk. Zij zijn goed voor 60% van de eerste uitzendingen op Ketnet. Hierdoor stegen de gemiddelde kosten per uur eerste uitzending op Ketnet.

OP12 koste gemiddeld 19.883 euro per uur eerste uitzending. Dat is een daling van 20% in vergelijking met 2012. In 2013 zond OP12 een volledig jaar uit. Het aandeel aangekochte programma's lag een stuk hoger in 2013 (23% van de programmamix, t.o.v. 5% in 2012). De gemiddelde kosten per uur uitzending van deze programma's lagen een stuk lager dan deze van de eigen producties. Bovendien daalden de gemiddelde kosten per uur van de intern geproduceerde programma's.

⁶⁸ In het VRT-Jaarverslag 2012 werd in de tabel 'Kosten per uitzenduur- Televisie' een andere definitie toegepast voor 'eerste uitzending' (definitie volgens de CIM). Volgens de definitie van de CIM wordt een programma na een bepaalde tijd opnieuw een eerste uitzending. Voor de VRT wordt een programma voorged beschouwd als een herhaling van zodra ze een eerste keer werd uitgezonden, ongeacht wanneer ze opnieuw wordt uitgezonden. De cijfers van 2012 werden aangepast zodat ze vergelijkbaar zijn met 2013.

DE EVOLUTIE VAN DE SCHEMAKOSTEN PER PRODUCTIEWIJZE (IN EURO'S EN IN UREN)

KOSTEN	2013	2012
Ipro	68%	71%
Epro	32%	29%
TOTAAL	100%	100%

UITZENDUREN (eerste uitzending)	2013	2012
Ipro	83%	80%
Epro	17%	20%
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 2013.

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 VRT, voor EPRO bij de externe productiehuisen. Daarnaast bestaan er een aantal vormen 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 af tegenover het aandeel EPRO. Belangrijkste reden daarvoor zijn de eenmalige evenementen in 2012 (EK voetbal, Olympische Spelen en de verkiezingen).

De verhouding IPRO/EPRO in euro is verschillend van de verhouding in uren. De eigen producties vertegenwoordigen 68% van de kosten, terwijl ze 83% 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

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 EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER SITE – INTERNET & MOBIELE TOEPASSINGEN				
	2013		2012	
Deredactie.be	6,5	29,6%	7,0	41,7%
Sporza.be	3,0	13,4%	2,3	13,3%
Cobra.be	3,5	15,7%	2,7	15,9%
Websites en Mobiel	9,1	41,3%	4,9	29,1%
TOTAAL INTERNET EN MOBIELE TOEPASSINGEN	22,1	100%	16,9	100%

De kosten van de internet en mobiele toepassingen stegen ten opzichte van 2012 met 5,2 miljoen euro, of een stijging met 31%. Dit weerspiegelt de ambities van VRT op het vlak van internet en mobiel.

De kosten voor Deredactie.be daalden ten opzichte van 2012 onder meer door de verkiezingen.

3.5 VERDELING KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER

DE KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER (2012-2013) ⁶⁹	2013	2012
TV	48,7	50,8
Radio	16,9	16,7
Internet & Mobiele toepassingen	4,1	3,2
TOTALE KOSTEN (*) PER MEDIAGEBRUIKER	69,7	70,7
TOTALE OVERHEIDSFINANCIERING PER MEDIAGEBRUIKER	46,1	45,9

(*) Inclusief toeslag voor toerekening van de kosten voor Onderzoek & Innovatie, de kosten van Line Extensions, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten

De kosten per mediagebruiker daalden van 70,7 euro naar 69,7 euro doordat de totale kosten van de VRT daalden met 3,3 miljoen euro en het aantal mediagebruikers slechts steeg van 6,35 miljoen naar 6,38 miljoen inwoners.

Van de totale kosten van 69,7 euro in 2013 is 46,1 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 23,6 euro uit eigen middelen. Het relatief aandeel van de overheidsdotatie in de kosten per mediagebruiker is gestegen ten opzichte van 2012 van 65% naar 66%.

3.6 ANALYSE VAN KOSTEN VOOR ONDERZOEK EN INNOVATIE

KOSTEN VAN ONDERZOEK & INNOVATIE - PROJECT		
	2013	2012
Onderzoek & Innovatie	2,6	1,8
VRT-Medialab	0,1	0,3
Mediadienstenplatform	0,1	0,4
TOTAAL	2,8	2,5

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 Onderzoek en Innovatie bedroegen in 2013 (het tweede jaar van de nieuwe opdracht) 2,6 miljoen euro. Dat was een stijging van 0,8 miljoen euro

ten opzichte van 2012.

De kosten uit het VRT-Medialab (Beheersovereenkomst 2007-2011) bedroegen 0,1 miljoen euro en de kosten voor het afgesloten project 'mediadienstenplatform' (Beheersovereenkomst 2002-2006) bedroegen eveneens 0,1 miljoen euro in 2013. Deze kosten bestaan uit afschrijvingskosten die worden gefinancierd via de daartoe aangelegde kapitaalsubsidies.

⁶⁹ Onder het begrip 'mediagebruikers' wordt verstaan: het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,38 miljoen inwoners op 31/12/2012 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

Voorraden

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2013 95 miljoen euro, een stijging met 16,2 miljoen euro ten opzichte van 2012. In de voorraad zitten sportrechten (40,2 miljoen euro), filmrechten (11,8 miljoen euro), eigen producties (38,8 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (4,5 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-0,5 miljoen euro) en een voorraad technisch magazijn (0,3 miljoen euro).

A. SPORTRECHTEN

VOORRAAD SPORTRECHTEN (in mio euro)			
VOORRAAD OP 31/12/2012	AANKOPEN IN 2013	UITGEZONDEN IN 2013	VOORRAAD OP 31/12/2013
33,7	+13,9	-7,4	40,2
	o.a. Kwalificaties voetbal EK2016 en WK2018 Ronde van Frankrijk (2016-2019) Wielrennen Italië (o.a. Giro) (2013-2016) UCI Veldrijden (2013-2016) UCI Wielrennen op de weg (2013-2016)	o.a. Uefa Europa league Belgische Beker voetbal Thuiswedstrijden Rode Duivels Wielrennen Ronde van Frankrijk Wielrennen (Giro, Vuelta) Wielrennen Flanders Classics UCI WK Wielrennen en Veldrijden Zaalsporten WK Atletiek Atletiek Memorial Van Damme Tennis (4 Grand Slams)	o.a. Olympische Spelen 2014 & 2016 WK voetbal 2014, 2018 en 2022 Kwalificatie voetbal EK2016 en WK2018 Thuiswedstrijden Rode Duivels (2014) Uefa Europa League (2014/2015) Belgische Beker voetbal (2014/2015) Ronde van Frankrijk (2013-2019) Wielrennen Italië (o.a. Giro) (2014-2016) Vuelta (2014/2015) WK Wielrennen en WK Veldrijden (2014-2016) BK wielrennen en veldrijden (2014/2015) Atletiek Memorial Van Damme (2014) EK Atletiek (2014/2015) Tennis - Roland Garros (2014)

De voorraad sportrechten steeg in 2013 met 6,5 miljoen euro tot 40,2 miljoen euro. Er werden voor 13,9 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 7,4 miljoen euro aan rechten werd verbruikt.

Belangrijke nieuwe contracten die in 2013 werden afgesloten zijn de uitzendrechten voor de kwalificatiewedstrijden van de Rode Duivels voor het EK2016 en het WK2018, de Ronde van Frankrijk, Italiaanse wielervedstrijden en het UCI-contract voor Veldrijden en Wielrennen op de weg.

B. FILMRECHTEN

VOORRAAD FILMRECHTEN (in mio euro)					
	VOORRAAD OP 1/1/2013	AANKOPEN IN 2013	VERBRUIK IN 2013	SCHRAPPING IN 2013	VOORRAAD OP 31/12/2013
Films	3,8	3,4	-3,2	-0,0	3,9
Documentaires	1,6	3,1	-2,7	-0,2	1,8
Series, Comedies, Animatie, enz	7,0	7,2	-8,0	-0,2	6,1
TOTAAL	12,4	13,7	-13,9	-0,4	11,8

De totale filmvoorraad daalde met 0,6 miljoen euro in 2013 en dit vooral binnen de categorie 'series, comedies, animatie, enzovoort'.

C. EIGEN PRODUCTIES

EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (in mio euro)		
	2013	2012
Fictie	23,8	18,5
Andere	15,0	10,4
TOTAAL	38,8	28,9

Eigen producties zijn de programma's die specifiek voor de VRT gemaakt worden, ofwel via interne productie, ofwel door een extern productiehuis.

De voorraad van de eigen producties is in 2013 gestegen met 9,9 miljoen euro tot 38,8 miljoen euro. Deze stijging deed zich zowel voor bij de fictie-producties als bij de andere producties.

De stijging van de fictievoorraad kan verklaard worden door *In Vlaamse Velden* (Eén), een prestigereeks over WOI, die begin 2014 uitgezonden wordt. Bovendien werd eind 2013 de productie van een nieuwe fictiereeks *GoGoGo* afgerond voor uitzending op Ketnet in het voorjaar van 2014.

De preselecties voor het Eurosongfestival en enkele nieuwe documentaires voor Canvas zoals *Arm & rijk* en *Dockland* verklaren de stijging van de andere producties.

08 \ 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 Com-

missie 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-commerciële opbrengsten

NIET-COMMERCIEËLE OPBRENGSTEN		
	2013	2012
Facilitaire toelevering	4,7	2,8
Samenwerking rond programma's	4,0	4,0
Personeels catering	1,1	1,2
Financiële opbrengsten	0,3	0,3
Andere bedrijfsopbrengsten	0,9	1,3
Meerwaarde op realisatie vaste activa	0,0	3,1
TOTAAL (*)	11,0	12,7

(*) exclusief voorraadwijzigingen

In 2013 bedroegen de niet-commerciële opbrengsten 11 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 2013 ten opzichte van 2012 omdat er in 2012 nog een éénmalige opbrengst van 3 miljoen euro werd geboekt uit de verkoop van grond in Wolvertem. Daartegenover staat dat de opbrengsten uit facilitaire toelevering in 2013 toenamen met 1,9 miljoen euro.

Commerciële activiteiten: rechtstreeks / onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht

COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN: RECHTSTREEKS / ONRECHTSTREEKS VOORDEEL UIT DE PUBLIEKE

	2013	2012
Opbrengsten	136,7	135,7
Kosten	36,8	35,0
RESULTAAT	99,9	100,7

In 2013 was er een positief resultaat van 99,9 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 1,0 en 1,8 miljoen euro.

De stijging van de opbrengsten doet zich ondermeer voor bij de door VAR verworven opbrengsten (+1,4 miljoen euro), voornamelijk bij de radioreclame en de boodschappen van algemeen nut. Deze hogere opbrengsten genereerden geen extra kosten. De ruilopbrengsten namen toe met 3,3 miljoen euro. Die genereerden wel extra kosten.

Daartegenover staat dat de opbrengsten van Line Extensions daalden met 1,8 miljoen euro en dat ook andere opbrengsten daalden: inkomsten uit distributie-akkoorden (-0,8 miljoen euro), andere gerecupereerde kosten (-0,4 miljoen euro) en de vergoeding voor thuiscopies (-0,6 miljoen euro).

De stijging van de kosten deed zich voor bij de ruilcontracten (+3,3 miljoen euro). Deze stijging werd deels gecompenseerd door een daling van de kosten van Line Extensions met 1,2 miljoen euro en een daling van de te recupereren kosten met 0,4 miljoen euro.

Andere commerciële activiteiten

ANDERE COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN

	2013	2012
Opbrengsten	6,8	6,1
Kosten	2,8	1,8
RESULTAAT	4,0	4,3

Het resultaat van de commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht bedroeg in 2013 4 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 daalde ten opzichte van 2012 met 0,3 miljoen euro.

Nettokosten van de publieke opdracht⁷⁰

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

	2013	2012
Nettokosten van de publieke opdracht	294,6	298,3
Overheidssubsidies	294,4	291,8
Nettokosten publieke opdracht - overheidssubsidies = netto deficit - = onderfinanciering of netto deficit, + = overfinanciering of netto surplus	-0,2	-6,5

De nettokosten van de publieke opdracht bedroegen in 2013 294,6 miljoen euro, 0,2 miljoen euro meer dan de overheidssubsidies. Het boekjaar 2013 sluit dus af met een netto-deficit, of een ondercompensatie van de openbare omroepopdracht.

⁷⁰ Berekening nettokosten van de publieke opdracht (294,6 miljoen euro).
 1) Totale kosten VRT inclusief voorraadwijzigingen (445,1 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 (136,7 miljoen euro)
 4) minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten (11 miljoen euro)

08 \ 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.

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-zwakte-analyse 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 prioritisering, 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 zal het bestelproces verder worden aangepast en geautomatiseerd, rekening houdend met de noden en werking van een mediabedrijf, maar met de nodige aandacht voor interne controle.



08\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 2013 een omzet van 87,3 miljoen euro en een winst na belasting van 5,3 miljoen euro.

(IN 1.000 EURO)

	2013 (*)	2012
Bedrijfsopbrengsten	87.348	85.279
Aankopen	75.792	74.569
Bezoldigingen	3.124	2.992
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	400	388
Bedrijfsresultaat	8.032	7.330
Financieel resultaat	-496	-336
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2.274	-2.147
VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN	5.262	4.847

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van 04/06/2014

08\7

Pebble Media

De NV Pebble Media is een naamloze vennootschap met drie aandeelhouders die elk voor een derde participeren, namelijk Telenet, Mediahuis en VAR. Pebble Media marketeert en verkoopt digitale reclame concepten.

Pebble Media haalde in 2013 een omzet van 10 miljoen euro en een winst na belasting van 0,35 miljoen euro.

(IN 1.000 EURO)

	2013 (*)	2012
Bedrijfsopbrengsten	10.177	9.094
Aankopen	8.605	7.659
Bezoldigingen	1.216	1.250
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	2	66
Bedrijfsresultaat	354	119
Financieel resultaat	-2	-3
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2	0
PEBBLE MEDIA RESULTAAT NA BELASTINGEN	350	116

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van 15/05/2014

08 \ 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 betalen 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.

De netto-pensioenverplichtingen zijn ten opzichte van einde 2012 gedaald van 1.145.388.031 euro tot 1.042.531.786 euro. Dat is een daling met 102,9 miljoen euro. De verandering wordt verklaard door de volgende factoren:

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 financieringskosten van de Vlaamse Gemeenschap. Als referentie werd de OLO-rente genomen op de laatste beursdag voor de gemiddelde looptijd van de verplichtingen en verhoogd met 40 basispunten. Op die manier werd de actualisatievoet vastgelegd op 3,6% per eind 2013, wat ten opzichte van de in-2012-toegepaste discontofactor (3,0%) een verlaging inhoudt van de verplichtingen met 123 miljoen euro.

2. de stijging van de verworven pensioenen van de nog actieve statutairen ingevolge 1 jaar meer diensttijd van 778 actieve statutairen. Met betrekking tot de demografische hypothesen wordt sinds 2011 een bijkomende leeftijdscorrectie toegepast op de MR/FR-sterftetafels.
3. een daling van de assets van het pensioenfinancieringsorganisme. De assets dalen van 350,9 miljoen euro eind 2012 naar 337,2 miljoen euro eind 2013.

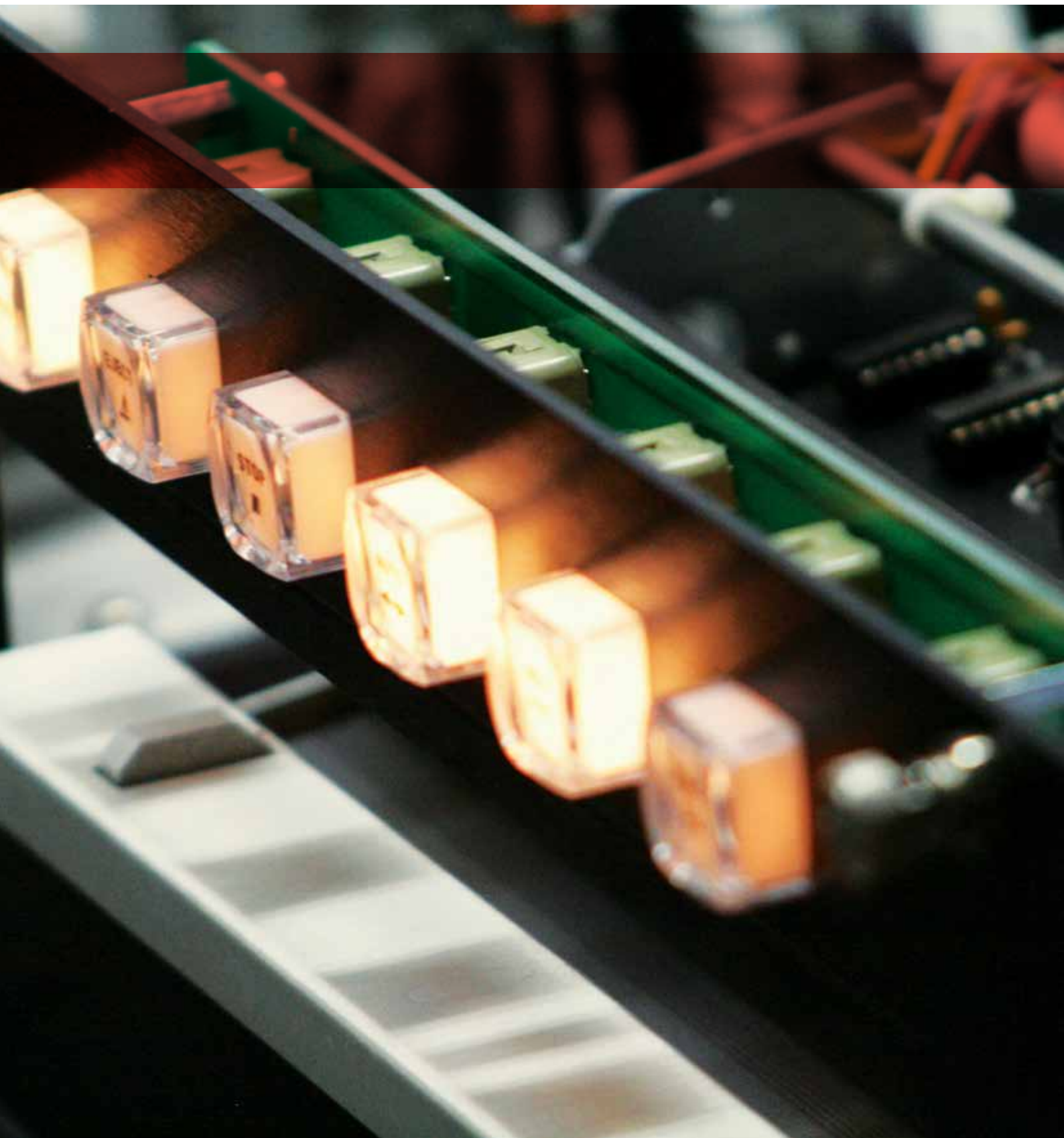
PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

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 van de contractuele medewerkers.

In 2013 heeft het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* verder acties ondernomen om te voldoen aan de verwachtingen van deugdelijk bestuur zoals opgelegd door de FSMA. Voorbeelden van dergelijke acties zijn o.a. de oprichting van een uitvoerend comité, ten minste een keer per jaar beraadslagen over het passende karakter van interne controle en het opzetten van procedures voor de nodige informatieverstrekking.

Het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* was eind 2013 volledig gefinancierd en de allocatie was als volgt: de aandelen vertegenwoordigden 51% van de portefeuille, de obligaties 39%, het vastgoed 10% en cash 0%. Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* bedroeg de return over het boekjaar 2013 +9,89%. De totale activa bedroegen eind 2013 63,4 miljoen euro. De financieringsratio van de verplichtingen per eind 2013 bedroeg 131%.

Het pensioenreglement voor de contractuele personeelsleden werd recent herzien (BOC 4 juli 2013).



09

**Doelstellingen
uit de beheers-
overeenkomst:
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: <ul style="list-style-type: none"> • 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 en Klara.be. • TV: Eén, Canvas, Ketnet en OP12 + op de digitale platformen: Eén.be, Canvas.be, Ketnet.be en OP12.be • Thematisch online-aanbod (digitaal): Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be • Teletekst + Digitekst (digitaal) 	26-35 40-47 49-50 51
OD1.3.	De VRT stelde in 2013 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 2013 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 drukt 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 een diversiteitstrofee voor programmamakers en een intern diversiteitsjournaal. 	16
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 en personen met een handicap. De VRT haalde in 2013 de streefcijfers: 6,8% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas, OP12 en Ketnet (behalve de aangekochte programma's) waren nieuwe Vlamingen (streefcijfer: 5%), 36,6% waren vrouwen (streefcijfer: 33%).	16
OD2.2.	<ul style="list-style-type: none"> • Aanbod De VRT formuleerde specifieke diversiteitsdoelstellingen voor verschillende programma's zoals <i>Iedereen beroemd</i> en <i>Vol!</i>. Zowel voor Eén, Canvas, Ketnet en OP12, zowel voor interne als externe producties. De focus lag daarbij op gender en origine, maar met verhoogde aandacht voor maatschappelijke thema's zoals handicap, 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.) 	16
OD2.3.	<ul style="list-style-type: none"> • De VRT stelde in haar programma's verschillende maatschappelijke thema's aan de orde, zoals het leven van jonge mensen in de geestelijke gezondheidszorg in <i>De bleekweide</i> (Eén) en de vergrijzing in <i>Thuis</i> (Eén). • De VRT zette in 2013 het gestructureerde overleg met de belangenverenigingen voort. Ook met universiteiten was er overleg over het diversiteitsthema. 	17

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 2013 een strategie voor de uitrol van een specifiek jongerenaanbod zoals vastgelegd was in 2012. In die 4i-strategie stond 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).	19
OD3.1.	<ul style="list-style-type: none"> De nieuwsdienst speelt met zijn informatieaanbod in op de leefwereld van jongeren. <i>Het journaal</i> bracht regelmatig items uit de interessesfeer van jongeren (zoals over muziek, trends, mode en gaming). Via aangepaste nieuwsuitzendingen op MNM en Studio Brussel werden jongeren bereikt. Naar aanleiding van evenementen zoals Rock Werchter en <i>Music for Life</i> werd een specifiek informatie-radioaanbod gebracht. MNM en Studio Brussel waren specifiek gericht op een jong doelpubliek in al zijn diversiteit. OP12 bood verschillende initiatieven voor en door jongeren. Vanaf het najaar zond OP12 twee avonden per week programma's uit die specifiek gericht waren op jongeren (voordien waren er minder vaste uitzendmomenten). 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 <i>Carte Blanche</i>). 	19 + 46
OD3.2.	De VRT organiseerde regelmatig overleg met jongeren en jongerenorganisaties met het oog op haar jongerenaanbod. Voor haar project <i>Carte Blanche</i> werd samengewerkt met verschillende jongerenorganisaties en met jongeren zelf (waarmee o.a. via de sociale media contact werd gemaakt).	19

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.	<p>De VRT bereikte met haar aanbod een groot en gevarieerd publiek.</p> <ul style="list-style-type: none"> De VRT bereikte in 2013 met haar aanbod op de verschillende media samen op maandbasis gemiddeld 96,9% van de bevolking (norm: 90%). Op weekbasis bereikte de VRT in 2013 80,0% van de Vlaamse luisteraars (norm: 70%). De 60%-norm werd voor elk onderscheiden doelgroep behaald. Op weekbasis bereikte de VRT 88,8% van de Vlaamse televisiekijkers (norm: 75%). De 65%-norm werd voor elke onderscheiden doelgroep gehaald. 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.) 	14-15
OD4.2.	De VRT deed in 2013 een eigen kwantitatief onderzoek (in haar ruimer MEMO-onderzoek) inzake het mediagedrag van 121 nieuwe Vlamingen. In samenwerking met een externe partner Why5 Research werd een kwalitatieve bevraging uitgevoerd bij 32 nieuwe Vlamingen van Turkse en Marokkaanse afkomst.	17
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 (alle programma's en programmaonderdelen in een andere taal dan het Nederlands) niet. Alle programma's van de nieuwsdienst werden wel voorzien van gesproken ondertiteling. In 2013 bood de VRT de fictiereeksen <i>Wolven</i> (Eén), <i>Witse</i> (Eén) en <i>De Ridder</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. Vanaf 2013 werden alle websites beter gestructureerd om het raadplegen via een schermlezer mogelijk te maken. Het raadplegen van weer- en verkeersinformatie op verschillende VRT-websites werd toegankelijker. Voor personen met een auditieve beperking bood de VRT teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal aan om haar televisieprogramma's toegankelijk 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 94,7% van alle Nederlandstalige programma's te volgen met T888. De doelstelling uit de beheersovereenkomst (95% voor alle programma's) werd net niet gehaald. Beperkt tot de nieuws- en duidingsprogramma's bedroeg dat aandeel 97,1%. <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. <i>De week van Karrewiet</i> (Ketnet) en <i>Karrewiet Plus</i> (Ketnet) werden ook met Vlaamse Gebarentaal 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). 	18

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 2013 investeerde de VRT in haar internationale rol en ondersteunde zo de uitstraling van Vlaanderen in de wereld.		20-21
OD5.1.	Voor Vlamingen in het buitenland bood de VRT de informatiezender Radio 1 en de familie-zender Radio 2 via satelliet aan. Daarnaast konden zij ook via het internet luisteren naar alle VRT-radionetten.	20
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 2013 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 dan ook bijzondere gebeurtenissen en evenementen uit Vlaanderen volgen (zoals de Vlaamse Feestdag en de inhuldiging van koning Filip).	20
OD5.3.	Vlamingen in het buitenland hadden ook 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.	20
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. OP12 zond ook Vlaamse fictie met Engelse ondertitels uit. Naast <i>Fans of Flanders</i> investeerde de VRT-nieuwsdienst online met actualiteit (inclusief cultuur) in het Engels (Flandersnews.be), het Frans (Flandreinfo.be) en het Duits (Flanderninfo.be). Het nieuwsaanbod van deze nieuwssites werd uitgebreid. In 2013 werd een overeenkomst gesloten met Flanders Today om content van elkaar over te nemen of eraan door te verwijzen.	21

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 2013 werd dat plan gevolgd.	22
OD6.2.	De VRT hanteerde een diversiteit aan partners (zie OD7.1.).	22

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 2013 samenwerkingsverbanden rond haar aanbod op met zowel publieke als private partners. Die waren financieel stabiel en handelden op een maatschappelijk verantwoorde wijze.		22
OD7.1.	De VRT werkte inhoudelijk, productieel en communicatief samen met verschillende publieke partners o.a. inzake cultuur en onderwijs.	22
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 contracten afgesloten.	22
OD7.3.	Het audiovisueel materiaal van verschillende VRT-websites was ter beschikking voor iedereen via embedcode, in die mate dat het toegelaten werd door gebruiksvoorwaarden en gebruiksrechten. Verschillende cultuurorganisaties (zoals Uit in Vlaanderen) plaatsen videofragmenten van Cobra.be op hun website. De VRT stelde audiovisueel materiaal m.b.t. kennis en wetenschap ter beschikking van Ingebeeld (een platform van mediawijsheden in samenwerking met de AOC-Onderwijs).	22
OD7.4.	De VRT werkte in 2013 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 samen met de NOS voor <i>Het groot dictee der Nederlandse taal</i> (Canvas). De VRT werkte samen met de RTBF voor een Vlaams aanbod op Arte Belgique: <i>Vlaamse kaai</i> (een maandelijke selectie van VRT-cultuurprogramma's). De VRT werkte samen met andere EBU-partners aan een gemeenschappelijke visie voor de publieke omroep voor 2020 (EBU Vision 2020).	22

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 2013 zijn sterke positie 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, televisie, evenementen) inzetten om de band met de luisteraar te versterken.		24-37
OD8.1. OD8.2. OD8.3. OD8.4. OD8.6.	Het aanbod van de radionetten was in 2013 conform de beheersovereenkomst opgebouwd.	26-35
OD8.5.	MNM Hits bracht in 2013 non-stop hitgevoelige muziek als verlengstuk van het MNM-aanbod. Daarvoor werd de hitlijst van MNM gebruikt. MNM Hits was via de digitale platformen te ontvangen.	30
OD8.7.	Klara Continuo bracht in 2013 non-stop klassieke muziek en was via de digitale platformen te ontvangen.	34
OD8.8.	Nieuws+ bracht in 2013 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 2013 zo geprofileerd dat een diversiteit aan muziekgenres aan bod kwam. Die diversiteit bereikt de VRT enerzijds door het toepassen van de uitgetekende muziekprofielen van elk net en anderzijds door het voortdurend monitoren en bijsturen van het muziek aanbod zelf.		36-37
OD9.1.	Op alle VRT-radionetten samen bestond in 2013 25,5% van alle nummers uit Vlaamse muziek (norm: 25%).	36
OD9.2.	De VRT ondersteunde de Nederlandstalige muziek. In 2013 was 15,1% van de muziektijd op Radio 1 Nederlandstalig (norm: 15%). Op Radio 2 was dat 30,0% (norm: 30%).	37

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 2013 live beluisterd worden via het open internet, via de netsites van de radionetten, via internetradiospelers en afgeleide interactieve applicaties (zoals de Studio Brussel-app).	
OD10.2.	De websites van de radionetten en afgeleide interactieve applicaties versterkten in 2013 de beleving van de radionetten onder meer door het verstrekken van video- en audiofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	26-35
OD10.3.	De VRT-radionetten maakten in 2013 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.	26-35

TV

SD11: De televisienetten zijn complementair geprofileerd zodat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoet komen aan verschillende mediabehoefte van alle Vlamingen. Om de uitgangspunten m.b.t. inclusiviteit, actuedevenheid en een aanbod voor specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren) te kunnen waarmaken, kan de VRT beschikken over 3 volwaardige tv-kanalen: Eén, Canvas en een derde kanaal waarin specifieke doelgroepen worden bediend.

PAGINA

De VRT beschikt over 3 tv-kanalen: Eén, Canvas en Ketnet/OP12. Elk net heeft zijn eigen profiel en richt zich tot een eigen doelpubliek.	38-48
<ul style="list-style-type: none"> Eén richt zich naar al wie in Vlaanderen leeft. Het net wil alle doelgroepen op een gelijkmatige manier bereiken. Eén brengt daarom een breed aanbod met een mix aan kwalitatieve programma's en genres. Canvas richt zich op kijkers die televisie gebruiken vanuit een individuele ontplooiingsbehoefte, die graag willen ontdekken, bijleren of zich onderscheiden. Canvas brengt een gediversifieerd aanbod met een mix van informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie. Ketnet richt zich op kinderen. Het net biedt een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen, met inbegrip van de actualiteit. OP12 richt 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 2013 opgebouwd conform de beheersovereenkomst.	40-47
OD11.2		
OD11.3		
11.3.1	Ketnet werd uitgezonden op een afzonderlijk kanaal. Het net bracht een brede programmamix (waaronder actualiteit) die inspeelt op de interesse 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.	44-55
11.3.2	Alhoewel er voor september 2013 ook al een aanbod voor jongeren was OP12, was er sinds september echt sprake van een vast structureel aanbod op maandag en donderdag met zowel eigen programma's (zoals <i>Carte Blanche</i>) als buitenlandse aangekochte programma's (zoals <i>True Blood</i> en <i>My Mad Fat Diary</i>). Zie OD 3.1.	46-47
11.3.3	Zie OD 5.4.	21
11.3.4	De Ketnet-programmering tot 20 uur werd in 2013 nooit onderbroken.	

SD12: Via interactieve digitale televisie verhoogt de VRT het comfort en versterkt zij de beleving van de televisienetten.

PAGINA

OD12.1	Samen met Mediaaan en SBS Belgium had de VRT een proefproject Stieve dat een platform bood van live en licht uitgesteld kijken op mobiele toestellen. Na het proefproject volgde de commerciële lancering van Stieve NV door Mediaaan. De VRT sloot een distributieovereenkomst met Stieve NV over de doorgifte (live en licht uitgesteld) van haar televisiekanalen. Via Net Gemist en Ooit Gemist van Belgacom-TV en Telenet konden programma's opgevraagd worden om te (her)bekijken.	48
OD12.2	De VRT bood in 2013 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), een toepassing om deel te nemen aan het spelprogramma <i>Het spiegelpaleis</i> (Eén, via pc, smartphone of tablet) en de enquêtes die kijkers van <i>Ook getest op mensen</i> (Eén) konden invullen op digitale platformen.	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.	48
OD13.2	De websites van de televisienetten en afgeleide applicaties versterkten in 2013 de beleving van de televisienetten onder meer door het verstrekken van video- en audiofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	40-47
OD13.3	Het onlineaanbod van Ketnet was niet alleen beschikbaar via de website maar ook via de Ketnetvideozone voor tablet-computers. Het onlinevideo-aanbod was gediversifieerd opgebouwd waarbij er aandacht was voor de verschillende leeftijdscategorieën onder kinderen, interessevelden en thema's.	45
OD13.4	De VRT-televisienetten maakten in 2013 ook gebruik van platformen van derden (hoofdzakelijk de sociale netwerken Facebook en Twitter) om de beleving rond hun programma's te versterken.	40-47

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 dit relevant was. Mediagebruikers konden hun mening geven over de opiniestukken en blogs.	49
OD14.2.	Sporza.be hanteerde het deontologisch kader dat ook voor het andere VRT-aanbod 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.	50
OD14.3.	Het aanbod van Cobra.be was beschikbaar voor verspreiding via platformen van partners. Omgekeerd bood Cobra.be de ruimte aan content uit de culturele sector zelf. Cobra.be verspreidde zijn aanbod zo veel mogelijk (via bijvoorbeeld sociale netwerken) om zo veel mogelijk cultuurliefhebbers te bereiken. Sommige partners (zoals Vlaams Fonds voor de Letteren en Uit in Vlaanderen) hadden op permanente basis Cobra.be-aanbod op hun website, andere naargelang de culturele agenda.	50
OD14.4.	De themasites boden regelmatig livestreaming aan bij evenementen, zoals bij de uitzendingen rond de Belgische troonswisseling op 21 juli (op Deredactie.be), de uitreiking van de Gouden BoekenUil (op Cobra.be) en verschillende sportwedstrijden (op Sporza.be).	
OD14.5.	Zie OD12.1.	48

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 (via digitale televisie). Teletekst was ook bereikbaar via internet (Een.be/tt) en via mobiele toestellen. Gemiddeld 182.251 Vlamingen per dag raadpleegden Teletekst via Eén, Canvas, Ketnet en OP12. Gemiddeld ongeveer 20.000 Vlamingen per dag surfden naar de internetversie.	51
---------	--	----

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 versprekt. 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 <i>Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT</i>. • De deontologische adviesraad gaf in 2013 zeven formele adviezen en 69 informele adviezen. Ze rapporteert daarover jaarlijks. • In 2013 werden zes fouten in de berichtgeving rechtgezet op de pagina <i>Rechtzettingen</i> van Deredactie.be. 	52
OD16.2.	In 2013 werkte de VRT-nieuwsdienst aan de bewustwording over gender en nieuwe Vlamingen. In 2013 werden nieuwsdienstprogramma's permanent gemonitord over het aan woord laten komen van vrouwen en nieuwe Vlamingen. In het najaar volgden journalisten en leidinggevenden van VRT-Nieuws een opleiding rond gender. In een actieplan diversiteit van de nieuwsdienst werd o.a. ingegaan op het diversifiëren in experts, praktische tips om meer vrouwelijke sprekers te vinden, het aantrekken van 'divers talent', het monitoren van diversiteit en het uitwisselen van goede praktijken.	53

OD16.3.	<p>VRT Nieuws waakte over de kwaliteit van haar nieuws- en duidingsprogramma's. Hij paste het kwaliteitstraject (opgesteld in 2012) toe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De VRT-Nieuwsdienst organiseerde verschillende opleidingen (o.a. rond diversiteit). Elke journalist kon daaraan deelnemen. Nieuwsankers en reporters volgden coachingtrajecten. • De hoofd- en eindredactie van <i>Het journaal</i> werden vernieuwd. • Uitgaande van onderzoek naar de behoeften van de mediagebruikers en rekening houdend met hun dagritme stuurde de VRT-nieuwsdienst zijn aanbod bij, zoals met extra journaals en live-uitzendingen (onder noemer <i>VRT Nieuws Live</i>) bij belangrijke gebeurtenissen. <p>De kijker en de luisteraar waardeerden het nieuws- en duidingsaanbod van de VRT. De waardering voor het gehele VRT-nieuwsaanbod bedroeg 8,3 (op een schaal van 1 tot 10). De omroep haalde per programma 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>: 8,5; <i>Koppen (XL)</i>: 8,4; <i>Login</i>: 8,5; <i>Panorama</i>: 8,6; <i>Reyers laat</i>: 8,2; <i>Terzake</i>: 8,2; <i>Volt</i>: 8,3; <i>Vranckx</i>: 8,4; het Radionieuws: 8,2 en <i>Deredactie.be</i>: 8,1.</p>	53
---------	---	----

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

<p>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.</p>		30, 32, 44, 52
OD17.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Per dag luisterde gemiddeld 95,6% van de VRT-luisteraars in 2013 naar de nieuwsuitzendingen (norm: 80%). • Per dag keek gemiddeld 73,0% 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>. 	54
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>). Uit interne metingen bleek dat in 2013 gemiddeld 30% van de items in de verschillende journaals over nieuws uit het buitenland ging. 	53
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 2013 toegepast. • VRT Nieuws maakte in 2013 14 eigen onderzoeksreportages voor <i>Panorama</i> (Canvas) (norm: 10). Ook in andere programma's op radio en televisie (zoals in <i>Volt</i>) kwam onderzoeksjournalistiek aan bod. 	53

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.	<p>De VRT bewaakte de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur. Elk net programmeerde cultuurbijdragen op maat van zijn publiek. De netten stemden onderling af om zo een grote diversiteit van doelpublieken te bereiken. Dat gebeurde wekelijks in de Centrale Cultuuroel waar netverantwoordelijken hun cultuurplannen op elkaar afstemden.</p>	55-56
OD18.2.	<ul style="list-style-type: none"> • De VRT bood in 2013 verschillende cultuurprogramma's aan op internationale festivals. Daarnaast werden concerten uitgewisseld met EBU-partners. De VRT leverde ook elke maand cultuurprogramma's aan voor het programma <i>Vlaamse kaai</i> op <i>Arte-Belgique</i> (waarvan RTBF de zendgemachtigde is). • <i>Cobra.be</i> bracht in 2013 35 keer verslag uit van buitenlandse kunstenaars die actief waren in Vlaanderen (eigen reportages en audiovisueel materiaal van het televisie- en online-aanbod) (norm: 12). Daarnaast bood <i>Cobra.be</i> in 2013 12 keer een verslag van de initiatieven van Vlaamse kunstenaars in het buitenland. 	23, 55-56
OD18.3.	<ul style="list-style-type: none"> • De VRT werkte in 2013 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 2013 advertentieruimte aan een diversiteit van cultuurpartners (zoals <i>Boek.be</i>, <i>Cineart</i>, Het Symfonieorkest van Vlaanderen, Koninklijke Vlaamse Schouwburg, ...) • In 2013 waren er 11 crossmediale cultuurprojecten waaraan telkens verschillende netten deelnamen (in samenwerking met culturele partners) (norm: 10). • Het interne productiehuis VRT Televisie leverde in 2013 eigen producties over cultuur en kunst (zoals <i>Hoera Cultuur!</i> (Canvas) en <i>Canvas klassiek</i>). Het was ook de 'motor' voor crossmediale samenwerking met culturele partners. • In 2013 werd, in samenwerking met Muziekcentrum Vlaanderen, een cultuursalon georganiseerd rond het thema 'interculturaliteit'. 	22, 55-56

SD19: De VRT is het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstaanbod 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's⁸ op de VRT-televisienetten bedroeg in 2013 8,3 (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 en theater), over de beeldende kunsten, over taal, films, Vlaamse fictie, e.d. Met haar cultuurprogramma's op televisie bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 43,4% 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 2013 in totaal 568 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 de programma's in aanloop van 11 november en de uitzending van <i>The Last Post</i> en <i>The Gathering of the Soil</i> in Ieper). 	55-56
OD19.2.	<ul style="list-style-type: none"> De afstemming van het culturele aanbod gebeurde in 2013 in de Centrale Cultuurplek (zie OD18.1). De verschillende VRT-netten maakten in 2013 promotie voor het cultuuraanbod van het eigen net en de andere netten en voor Cobra.be. De VRT promootte haar cultuuraanbod ook via de communicatieplatformen van de culturele partners. De VRT investeerde in betrouwbare cultuurambassadeurs (zoals Olav Grondelaers en Geert De Weyer). Zij hebben een duidelijke VRT-signatuur en zijn ook erkende autoriteiten op het vlak van cultuur. 	55-56
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 dan ook vooral in het cultuurseizoen uitgezonden. Enkele voorbeelden uit 2013: <i>Pompidou</i> (met een centrale culturele gast), <i>Happy Hour</i> (met weekendtips), <i>Hoera cultuur!</i> (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>Schrijver zoekt zanger</i> (Radio 1), <i>Een thuis voor een beeld</i> (Radio 2), <i>Klara in de Singel</i> (Klara), <i>De nieuwe lichting in de AB</i> (Studio Brussel) en <i>MNM90s Café</i> (MNM). Cobra.be had in 2013 zeven tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen aanbod: <i>De klas van Piet</i>, <i>De Recyclezer</i>, <i>Vooruit 100</i>, <i>Cobra's Classic Battle</i>, <i>De zes/les six</i>, <i>Publieksprijs van de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België</i> en <i>Cobra's Reisgids</i>. Ketnet had verschillende programma's over cultuur, zoals <i>Mijn kunst is top!</i> (dat kinderen aanspoorde om zelf cultuur te gaan beoefenen) en <i>Kapitein Winokio</i> (een programma dat via muziek vragen van kinderen beantwoordde). Ook in <i>Karrewiet</i> was er regelmatig aandacht voor culturele onderwerpen. 	55-56
OD19.4.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT registreerde 35 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op een van haar televisienetten (norm: 10). De VRT registreerde 297 concerten voor uitzending op de radionetten (norm: 200). Canvas investeerde in 2013 in de productie van onafhankelijke 'auteursgedreven' projecten en in producties met cultuur als onderwerp. Canvas zond 11 auteursdocumentaires uit. Daarvan werden vier documentaires als een reeks (<i>Nicaragua</i>) uitgezonden (norm: 1). <ul style="list-style-type: none"> Canvas zond 81 cinefele films van nationale of internationale afkomst uit (norm: 52). Canvas bestelde 22 nieuwe documentaires rond kunst en cultuur voor zijn programma-schema (norm: 15). <i>Belpop</i> bracht drie portretten van Belgische popiconen, een documentaire over New Beat en een documentaire over Jazz Bilzen. <i>100 jaar Vooruit</i> was een driedelige reeks naar aanleiding van het eeuwfeest van het kunstencentrum. Klara programmeerde dagelijks zowel volledige concerten als concertopnamen vermengd met studio-opnamen (norm: 1 per dag). Klara realiseerde zes coproducties: <i>Klara in de Singel</i>, <i>An Evening with Laika</i>, <i>Klara4kids</i>, <i>Jazz Middelheim</i>, <i>Klarafestival</i> en <i>Top 100 in concert</i> (norm: 2). 	55-56

⁸ 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 (cinefele 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 Teletekst. Naast verslaggeving was er ruimte voor sportduiding en interviews. Het aanbod werd aangevuld met andere programma's over sport, zoals de interviewreeks <i>Karakters</i> (Canvas) en de documentaire reeks <i>God in Frankrijk</i> (Eén). In het wekelijks sportmagazine <i>Sportweekend</i> (Eén) kwamen 39 verschillende sporten aan bod (norm: 30). Dat was ook zo voor het sportaanbod op Radio 1. Voorts bracht de VRT een talkshow voor een breed publiek rond de Tour de France: <i>Vive le Vélo</i> (Eén). <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. 	57
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 VRT organiseerde twee workshops deontologie voor de medewerkers van het interne productiehuis Sport. 	57
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.	57
OD20.4.	De VRT was in 2013 host broadcaster van het WK gymnastiek, het WK bijlarten driebanden, de Vlaamse wielerklassiekers, de Memorial Van Damme, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels (samen met RTL), de wedstrijden voor de Vlaamse voetbalclubs in de Europaleague en de wedstrijden van de Vlaamse volleybalclubs in de Champions League.	57
OD20.5.	De VRT overlegde in december 2013 met Bloso, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportraad. Daarbij werd het VRT-sportaanbod geëvalueerd. De VRT overlegde op regelmatige basis ook met sportfederaties en organisatoren. De omroep verlengde ook de samenwerkingsovereenkomst met het BOIC.	57

SD21: De VRT draagt bij tot actieve sportbeoefening en biedt een brede kijk op sport en gezondheid.

PAGINA

OD21.1.	Verscheidende programma's en projecten hadden aandacht voor gezondheid en recreatieve sport, zoals <i>Ook getest op mensen</i> (Eén), <i>Climbing For Life</i> (Studio Brussel), <i>De wandeldag</i> (Radio 2), <i>Buitenspeeldag-actie</i> (Ketnet) en <i>De Gordel</i> (Radio 2).	57
---------	---	----

EDUCATIE

SD22: In haar generalistisch aanbod brengt de VRT wetenschap- en educatieve programma's en items¹, 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 38,4% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). 	59
OD22.2.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT bracht in 2013 maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht in haar reguliere nieuws- en duidingsaanbod en andere programma's (bijvoorbeeld <i>De baard van Bartel</i> (Eén) en <i>Alles kan schoner</i> (Canvas)). 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>Thuis</i> (Eén) en <i>De madammen</i> (Radio 2). 	59
OD22.3.	De VRT volgde in 2013 het beleid van de Vlaamse Regering rond wetenschaps- en innovatiecommunicatie. In het kader van het plan voor wetenschapscommunicatie Richting Morgen, overlegde de omroep met alle betrokken actoren (uitgezonderd VRWI). Voor het STEM-actieplan overlegde de VRT met de Vlaamse overheid.	59

¹ De programma's die onder deze noemer vallen, zijn te typeren 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.

SD23: De VRT draagt in het verlengde van haar educatieve opdracht bij tot de mediawijsheid van de Vlaming.		PAGINA
0D23.1.	Versillende programma's (bijvoorbeeld <i>Terzake</i> (Canvas) 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.	60
0D23.2.	<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. 	60
0D23.3.	<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 2013 waren er verschillende participatieve projecten voor kinderen i.v.m. media, zoals <i>Word zelf voetbalcommentator</i> (waarbij kinderen zelf een voetbalfragment becommentariëren) en de mogelijkheid voor kinderen om zelf vragen te stellen aan Ketnet-studiogasten via de webcam (norm: 2). In 2013 waren er verschillende participatieve projecten voor jongeren i.v.m. media, zoals <i>Carte Blanche</i> (OP12, waarbij jongeren leren televisie maken) en de <i>Wild Bunch</i> (Studio Brussel, waarbij jongeren nachtradio maken) (norm: 2). In 2013 had Radio 2 (gemaakt samen met verschillende stakeholders) een participatief project <i>Iedereen veilig online</i> dat focuste op het bewustmaken en aanleren van veilig online gedrag (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. 	60
0D23.4.	De VRT volgde in 2013 het beleid van de Vlaamse regering rond mediawijsheid. De VRT 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 meerjarenplan en 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 op radio en televisie werden intern geproduceerd. • De VRT produceerde 100% van de uitgezonden radioprogramma's zelf (norm: 90%). • De externe productiehuisen produceerden 33,9% van de televisieprogramma's (basis televisieproductiebudget (norm: ten minste 25%). 66,1% werd intern gemaakt (norm: maximaal 75%).⁹ <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 het praatprogramma <i>Alleen Elvis blijft bestaan</i>, een humorprogramma <i>Loslopend wild</i> en de sportprogramma's).</p>	65
---------	---	----

SD26: De VRT draagt bij tot een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector.

PAGINA

	<p>De VRT ondersteunde de Vlaamse media-industrie op verschillende manieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen; • via strategische partnerschappen met enkele onafhankelijke productiehuisen; • via participaties in onafhankelijke productiehuisen (in 2013: enkel De Chinezen); • via ontwikkelingsgelden; • via coproducties; • via bestellingen bij facilitaire bedrijven; • via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds. 	66
--	--	----

OD26.1.	Zie OD25.1.	65
---------	-------------	----

OD26.2.	<ul style="list-style-type: none"> • De VRT had geen exclusiviteitscontracten met onafhankelijke productiehuisen. • Ze had met enkele productiehuisen wel strategische partnerschappen (= langdurige niet-exclusieve overeenkomsten). • 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. 	66
---------	---	----

OD26.3.	De VRT zette coproducties op met externe productiehuisen rond de genres fictie, documentaire en animatie. Zie OD27.2.	67
---------	---	----

SD27: De VRT draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse identiteit.

PAGINA

OD27.1.	De beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties ten minste 65% van de totale output op de VRT-televisiekanalen Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 en 23 uur, moet bedragen. In 2012 was 61,8% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 en 23 uur, een Vlaamse tv-(co)productie. De VRT engageerde zich om tegen eind 2013 de norm te halen. Vanaf september was dat het geval. In december 2013 was het aandeel gestegen tot 67,4%. Het gemiddelde op jaarbasis bedroeg uiteindelijk 64,3%.	67
---------	--	----

OD27.2.	In 2013 verleende het Vlaams Audiovisueel Fonds (Mediafonds) financiële steun aan 24 Vlaamse televisieproducties voor de VRT. Deze televisieproducties werden in coproductie met het VAF gerealiseerd door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen.	67
---------	--	----

⁹ 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.	67
OD28.2.	In alle contracten met externe productiehuisen en leveranciers werden in 2013 'Algemene voorwaarden' opgenomen die de toepassing van de geldende sociale wetgeving bedingen en de naleving van de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen.	67
OD28.3.	In 2013 werd het Sociaal Charter voor de audiovisuele sector door de verschillende actoren (omroepen, koepelorganisaties, mediavakbonden en beroepsverenigingen) ondertekend. Het charter moet de toepassing van de sociale wetgeving waarborgen bij o.a. de productiehuisen. Met een reeks gedragsregels in verschillende domeinen (opleiding, werkomstandigheden, verhouding werk-privé, enz.) engageren de partners zich om sociaal verantwoord te ondernemen. Een permanent overlegplatform zal de sociale thema's uit de sector blijven bespreken.	99
OD28.4.	De 'Algemene voorwaarden' (die na overleg met de Vlaamse Onafhankelijke Televisie-Producenten in 2011 tot stand kwamen) bleven in 2013 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.	67
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 uitdrukkelijk opgenomen. 	99

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 focust 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.		70
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.		
OD29.1.	Het HR-plan 2013 focuste op de versterking van de interne mobiliteit, het opstellen van een successieplan, het efficiënt en effectief inzetten van medewerkers, het in kaart brengen van kritische competenties voor programmamedewerkers (competentiemanagement) en het ontwikkelen van gerichte opleidingsprogramma's. Het plan gaat ook in op de bedrijfscultuur, het algemeen talentbeleid, de functioneringsgesprekken en evaluaties, het verloningsbeleid, het functieclassificatiesysteem en de organisatie van de arbeidstijden.	70
OD29.2.	<ul style="list-style-type: none"> Het plan bevatte ook bepalingen over opleiding, coaching, loopbaanbegeleiding en leerstoelen. Op die manier wilde de VRT de veelzijdigheid en de creativiteit van de medewerkers stimuleren. De VRT ontwikkelde een programma voor de coaching van presentatoren en schermgezichten. Creatieve seniors kregen een opleiding voor leiding geven aan creatieve medewerkers. De VRT ontwikkelde een actieplan rond interne mobiliteit. Medewerkers die daarvoor in aanmerking kwamen, kregen individuele trajecten voorgelegd. Een beleidsplan bevatte krachtlijnen voor de begeleiding van medewerkers van 55 jaar en ouder. Voor deze groep medewerkers werden ook specifieke sociale maatregelen opgenomen in het Sectoraal Akkoord. Medewerkers konden (op basis van een aantal voorwaarden) een leerstoel opnemen elders in de onderneming (het principe van vervangende tewerkstelling in 2013 was wel niet langer geldig). 	70
OD29.3.	Het HR-plan 2013 bevatte een vernieuwd luik successieplanning. Leidinggevenden die het potentieel hebben om verder te groeien namen deel aan specifieke 'management masterclasses'.	
OD29.4.	Met de sociale partners en met de Vlaamse Gemeenschap werd een Sectoraal Akkoord en een specifiek loonakkoord afgesloten voor de periode 2013-2016. Een eerste versie van een model van vedettecontract werd opgesteld. Het is een hulpmiddel in het aantrekken en binden van toptalent. De VRT zocht ook op een laagdrempelige manier naar nieuw talent. Het loonbeleid was conform het loonbeleid van de Vlaamse overheid en conform de loonvorming in vergelijkbare sectoren in de Vlaamse economie.	70

SD30: Het HR-beleid is duurzaam en sociaal.

PAGINA

De aandacht voor het sociaal welzijn van de medewerkers kwam in 2013 in verschillende manieren tot uiting, o.a. door een actualisering van de extralegale en sociale voordelen en de ingebruikname van een nieuw kinderdagverblijf (door de vzw Ukkepuk).		70
OD30.1.	De belangrijkste resultaten van het sociaal overleg in 2013 waren een nieuw sectoraal akkoord en de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen aan de Vlaamse overheid.	70
OD30.2.	<p>De gewijzigde wetgeving over gelijkgestelde dagen voor de pensioenopbouw remde de participatie van statutaire medewerkers in de deeltijdse loopbaanonderbreking af.</p> <ul style="list-style-type: none"> 22,0% van de medewerkers (533 personen) namen deel aan telewerken: 427 medewerkers werken geregeld thuis, 35 op een satellietkantoor en 71 thuis én in een satellietkantoor. 21,8% van de medewerkers (529 personen) werkte deeltijds: 300 onder hen in de vorm van loopbaanonderbreking en 229 in de gewone deeltijds formule. 13,7% van de medewerkers (333 personen) nam een of andere vorm van loopbaanonderbreking: 300 onder hen in een deeltijdse formule en 33 personen namen voltijdse loopbaanonderbreking. 	

SD31: De VRT zorgt dat de samenstelling van haar personeelsbestand in lijn ligt met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.		PAGINA
0D31.1.	<ul style="list-style-type: none"> In 2013 nam de VRT verschillende initiatieven om de diversiteit in haar personeelsbestand te verbeteren, zoals het organiseren van speeddates. In haar Actieplan Diversiteit formuleerde de VRT initiatieven om de diversiteit onder de medewerkers te verhogen, zoals opleidingen voor leidinggevenden om hun diversiteitscompetentie te versterken en opleidingsstages. Voor de realisatie van haar actieplan werkte de VRT samen met de relevante belangenorganisaties. In 2013 participeerde de VRT aan een (anonieme) telling van de dienst Emancipatiezaken van de Vlaamse Gemeenschap. Rijksregisternummers van personeelsleden werden uitgewisseld met gegevens van de Kruispuntbank Sociale Zekerheid. Daaruit bleek dat 1,99% van de personeelsleden een migratieachtergrond hadden (op een totaal van 2.711 personeelsleden (= alle personeelsleden = actieve personeelsleden + andere (loopbaanonderbreking, ambtsopheffingen, ...), eind 2012). De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 2,5%) 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 twee eerste jaren van de beheersovereenkomst. In 2013 was 0,9% van het personeel 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. De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 1%) 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 twee eerste jaren van de beheersovereenkomst. Eind 2013 was 39,2% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer: 40% eind 2014). Bij de managers was 25,0% een vrouw (streefcijfer: 33% eind 2014), bij de leidinggevenden (= VRT-functieclassen A, B, C en 7) 35,2%. Tien personen (nieuwe Vlamingen en personen met een handicap) kregen een bezoldigde opleidingsstage (norm: 10). Zes personen die in 2012 een ervaringsstage volgden kregen een vervolcontract van (on)bepaalde duur of een contract als uitzendkracht. 	72
SD32: De VRT zal de diversiteitscompetentie onder de medewerkers verhogen als middel en hefboom om de doelstellingen m.b.t. diversiteit te halen.		PAGINA
0D32.1.	<ul style="list-style-type: none"> De medewerkers van de nieuws- en sportdienst konden een workshop over gender volgen. In de doelstellingen van de sportmedewerkers werd het 'genderthema' opgenomen. Verscheidene medewerkers met een migratieachtergrond volgden een opleiding interviewtechnieken en/of presentatietechnieken. Enkele medewerkers/stagiairs met een diversiteitsachtergrond volgden een logopedietraining en kregen ondersteuning van een collega-mentor. 	73
SD33: De VRT is een efficiënte organisatie, die kostenbewust omgaat met de door de overheid toegekende middelen.		PAGINA
0D33.1.	<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 (het productiepersoneel en de facilitaire middelen voor vergelijkbare genres en vergelijkbare tijdslots in de programmaschema's) met de ingezette middelen bij andere omroepen en productiehuisen. In 2012 werd deze driejaarlijkse oefening gedaan, in 2013 bijgevolg niet. 	
0D33.2.	Eind 2013 werd een evaluatie over (de toepassing van) het Charter Deugdelijk Bestuur gehouden bij de leden van de Raad van Bestuur. De resultaten van de bevraging werden begin 2014 besproken op de Raad van Bestuur. Die besloot enkele kleinere aanpassingen aan de tekst te vragen aan de Algemene Vergadering van 13 mei 2014.	
0D33.3.	De VRT had op 31 december 2013 2.427 actieve personeelsleden of 2.268,6 voltijds equivalenten (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016 maximaal: 2.338,2 VTE).	71

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 volgde een meerjarenplan over onderzoek & innovatie met daarin een onderbouwd onderzoeksprogramma voor de periode 2012-2014. De VRT werkte samen met IWT, iMinds, MIX, SMIT (VUB) en CUO (KUL). 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. 	67
OD34.2.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT organiseerde twee workshops omtrent innovatie (norm: 2): een over de toekomst van de media en een waarbij jongeren hun ideeën over de media deelden. 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). 	67

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.	67
OD35.2.	VRT Onderzoek & Innovatie werkte samen met andere EBU-leden aan TOSCA-MP rond automatische annotatie en zoek naar mediamaatstaf. Daarnaast werkte de VRT ook mee aan het Europees project Empathic rond contextgebaseerde (media-)toepassingen.	67

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.	VErDi (VRT Erfgoed Digitaal) was een project m.b.t. de digitalisering en annotatie van VRT-archiefmateriaal.	80
OD36.2.	De VRT heeft met VIAA een samenwerkingsovereenkomst afgesloten waarbij VIAA verantwoordelijk wordt voor de conservering, digitalisering en basisannotatie van het resterende deel van het historische VRT-archief. 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.	80
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. 	84-95
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 en interne en externe studies.</i> 	84-88
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 	89-94
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 productionele kwaliteit de professionele kwaliteit de kostenefficiëntie 	94-95
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 2013 toegepast.</p>	83

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>Dikketruidendag</i> en voerde zo campagne rond bewust omgaan met verwarming. De VRT riep haar medewerkers die met de wagen naar het werk komen ertoe deel te nemen op <i>Car Free Day</i>. De VRT informeerde haar medewerkers ook over aspecten van het maatschappelijk verantwoord ondernemen. 	99
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> <p>De Raad van Bestuur van de VRT besliste om het nieuwe omroepgebouw te huisvesten op de Reyerssite. Bij de uitwerking van de aanbesteding en de uiteindelijke bouw zal aandacht gaan naar het rationeel omgaan met energie, duurzame bouwmaterialen, duurzame mobiliteit en duurzaam afvalbeheer.</p>	99

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.

0D39.1.	<p>De VRT sloot het boekjaar af met een overschot van 3,8 miljoen euro. Om met het resultaat uit de beheersovereenkomst te kunnen vergelijken, moet er abstractie gemaakt worden van de kosten voor de nieuwbouw. Enerzijds was er een waardevermindering van 3,4 miljoen euro geboekt op de activa van het omroepcentrum met het oog op de toekomstige buitengebruikstelling, en anderzijds lagen de afschrijvingen 680.000 euro lager dan voorzien in de beheersovereenkomst (eveneens omwille van de geplande nieuwbouw).</p> <p>Na aftrek van deze posten (per saldo goed voor 2,7 miljoen euro) bedroeg het overschot 6,6 miljoen euro. Dat was 0,8 miljoen euro hoger dan voorzien in de beheersovereenkomst, waar voor 2013 een positief resultaat van 5,8 miljoen euro was gebudgetteerd.</p> <p>In 2012 lag het overschot 3,6 miljoen euro hoger dan voorzien in de beheersovereenkomst. Cumulatief gezien sloot de VRT dus de eerste twee jaren van de beheersovereenkomst af met een resultaat dat 4,4 miljoen euro beter is dan in de beheersovereenkomst gepland.</p>	104
0D39.2.	De solvabiliteitsratio bedraagt eind 2013 57,8% (norm: 30%).	
0D39.3.	Het eigen vermogen van de VRT was eind 2013 gelijk aan 224,1 miljoen euro (norm: minimaal 130 miljoen).	106
0D39.3.	<p>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. Het gaat hier niet louter om besparingen, maar ook om herinvesteringen in aanbod, gezien de besparingen op het aanbod in 2011 en de verhoogde concurrentie.</p> <p>De VRT zoekt 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.</p>	

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.

0D40.1.	<ul style="list-style-type: none"> • In de begroting 2013, opgesteld naar aanleiding van de begrotingsaanpassing, was er een tekort van 4,3 miljoen euro voorzien. • De uitvoering van de ESR-begroting sloot af met een overschot van 249.000 euro, of 4,5 miljoen euro beter dan gebudgetteerd. • Het ESR-vorderingensaldo bedroeg in de begroting -300,5 miljoen euro. In werkelijkheid bedroeg het vorderingensaldo in 2013 -295,9 miljoen, wat 4,6 euro beter was dan geraamd. 	102
---------	--	-----

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

0D41.1	<ul style="list-style-type: none"> • De VRT hanteerde een open communicatie met 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 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 neemt deel aan de vergaderingen van het Auditcomité. 	
0D41.2	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).	
0D41.3	Nadat de transparantiewebsite van de VRT (www.VRT.be/transparantie) in 2012 werd gelanceerd, bleef hij in 2013 voor iedereen toegankelijk. In 2013 werd de website verder aangevuld met nieuwe zaken (zoals bestuursmandaten van de leden van de Raad van Bestuur).	

SD42: De VRT moet beschikken over een goed gedefinieerd intern controlesysteem, een risicobeheersingssysteem en een mechanisme dat kwaliteit van informatie en rapportering waarborgt.

PAGINA

0D42.1	De VRT werkte in 2013 verder 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.	
0D42.2	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.	143

Afkortingen

AD	Audiodescriptie	KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
BAN	Boodschappen van Algemeen Nut	LINC	Lezen, Informatie en Communicatie
B-CCENTRE	Belgian Cybercrime Centre of Excellence for Training, Research & Education	LOKO	Leuvense Overkoepelende Kringorganisatie
BIVV	Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid	LSO	Lager Secundair Onderwijs
BLOSO	Agentschap ter Bevordering van de Lichamelijke Ontwikkeling, de Sport en de Openlucht recreatie	MA-festival	Musica Antiqua festival
BMX	Bicycle Motocross	MEMO	Media-Momenten
BOIC	Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité	MIA's	Music Industry Awards
BVN	Het Beste van Vlaanderen en Nederland	MIO	miljoen
CERT	Computer Emergency Response Team	MMLAB	MultiMedia Lab
CFO	Cash Flow and Operating Activities	NRK	Norsk rikskringkasting
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Zwitserse Frank)	OD	Operationele Doelstelling
CIM	Centrum voor Informatie over de Media	O&I	Onderzoek & Innovatie
CTO	Centrum voor Taal en Onderwijs	PBO	Pension Benefit Obligation
CUO	Centre for User Experience Research	PPM	Personal People Meter
DAB	Digital Audio Broadcasting	R&D	Research & Development
DAT	Digitale Audio-Tapes	RAI	Radiotelevisione italiana
DJ	Disk Jockey	SABAM	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial	SAC	Sectoraal Akkoord Contractuelen
DVD	Digital Versatile Disc	SD	Strategische Doelstelling
EBU	European Broadcasting Union	SMIT (VUB)	Studies on Media, Information and Telecommunication (Vrije Universiteit Brussel)
EMSOC	User Empowerment in a Social Media Culture	TOSCA-MP	Task-oriented search and content annotation for media production
ENG	Electronic NewsGathering	T888	Teletekstondertiteling
EPRO	Externe Productie	UA	Universiteit Antwerpen
ESR	Europees Stelsel voor Rekeningen	UCI	Union Cycliste Internationale
EU-15	De samenstelling van de Europese Unie per 1 januari 1995: België, Duitsland, Denemarken, Finland, Frankrijk, Griekenland, Ierland, Italië, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk, Portugal, Spanje, Verenigd Koninkrijk en Zweden.	UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
FCCU	Federal Computer Crime Unit	UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
FIFO	First In First Out	USD	United States Dollar
FOD	Federale Overheids-Dienst	VAB	Vlaamse Automobilistenbond
FSMA	Financial Services and Markets Authority	VAE	Vlaams Audiovisueel Fonds
GBP	Pound Sterling (Britse Pond)	VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
HO	Hoger Onderwijs	VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
HR	Human Resources	VERDI	VRT Erfgoed Digitaal
HSO	Hoger Secundair Onderwijs	VHS	Video Home System
IAB	Interactive Advertising Bureau Belgium	VIAA	Vlaams Instituut voor de Archivering en ontsluiting van Audiovisueel Erfgoed
IBM	International Business Machines Corporation	VLAM	Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing
IPRO	Interne Productie	VTE	Voltijds Equivalenten
IRT	Institut für Rundfunktechnik	WOI	Wereld-Oorlog Een
IWT	Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie		



Fotografie ©VRT

Bart Musschoot, Geert Van Hoeymissen, Gerda Bats, Gert Verbelen, Jan Homblé, Jokko, Jos Knaepen, Koen Bauters, Lander Loeckx, Libelia De Splenter, Lies Willaert, Neil Van Craeynest, Nyk Dekeyser, Phile Deprez, Thomas Geuens, Tom Cornille, Victoriano Moreno, Sam Sisk, Matthias Andriessen, Johan Van Achte, Muriel Verplaetse, Joost Joossen, Nathalie Dolmans, Frederik Beyens

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

vu. Stijn Ombelets