

2011 Jaarverslag



Inhoud

Voorwoord	3
Inleiding.....	4
De opdracht en de rol van de openbare omroep	5
hoofdstuk 1 - De invulling van de openbare omroepopdracht.....	6
1.1 Onafhankelijk nieuws en informatie	6
1.2 Cultuur.....	7
1.3 Sport.....	8
1.4 Wetenschap en kennis	9
1.5 Vlaamse dimensie	10
1.6 Ontspanning.....	11
hoofdstuk 2 - Het aanbod	12
2.1 Netten	12
2.2 Productiebeleid.....	16
2.3 Bereiken van de Vlaming	19
hoofdstuk 3 - Mensen en middelen	27
3.1 Menselijk kapitaal	27
3.2 Technologie.....	29
3.3 Innovatie.....	29
hoofdstuk 4 - Kwaliteit	31
4.1 Functionele kwaliteit	31
4.2 Publieke kwaliteit.....	34
4.3 Ethische kwaliteit	35

VOORWOORD

De VRT moest in 2011 door zware besparingen om met een schone lei aan de onderhandelingen voor de nieuwe beheersovereenkomst te kunnen beginnen. De openbare omroep heeft 65 miljoen euro extra bespaard en realiseerde zo een efficiëntie en kostenreductie van 102,2 miljoen euro.

We hebben het vertrouwen van de Vlaamse Regering en het Vlaams Parlement gekregen, vertrouwen dat de VRT elke dag opnieuw wil verdienen. Het afgelopen jaar is aangetoond dat de hechte samenwerking tussen de Raad van Bestuur, het management en alle medewerkers daarvoor garant staat.

De beheersovereenkomst geeft ons het kader om onze basisopdrachten van nieuws en duiding, cultuur, educatie, ontspanning en sport uit te voeren. Die opdrachten zijn niet nieuw. Maar we moeten ze blijven waarmaken, verdiepen en nog versterken.

In de tweede helft van de jaren 90 hebben we duidelijk aangegeven wat de openbare omroep uniek maakt: onderscheidende kwaliteit. Een prachtig voorbeeld zijn onze journaals en radiobulletins. Dat zijn ijkpunten. Als kijkers en luisteraars willen weten wat er in de wereld gebeurt, dan stemmen ze bijna automatisch af op de VRT. Het is essentieel dat we objectiviteit en neutraliteit waarborgen en ons daarin onderscheiden.

Ook voor kinderen moeten we de hoogste kwaliteit brengen. Sport, als sociale beleving, en doelgroepenbeleid moeten we ook beter meenemen in het pakket.

Als je het medialandschap van de afgelopen 40 jaar bekijkt, gaan we van een zendergedreven aanbod - mensen moesten maar luisteren en kijken naar wat de omroep dacht dat goed was - naar een meer vraaggericht aanbod. De mediagebruiker staat centraal en bepaalt mee wat een omroep moet brengen. Dat is een nieuwe, interessante interactie.

Digitale media dringen door tot in de kleinste vezel van de Vlaamse samenleving. We hebben paradoxaal genoeg een troef. Vlamingen zijn wereldburgers, maar ze zijn verankerd met hun lokale inhoud. Die is essentieel en wordt vooral door onze kijkers, luisteraars en surfers verwacht. Dat moeten we verder op een verstandige manier invullen. De wereld is ons dorp maar in de omroep vinden Vlamingen zich terug, zolang we maar kwaliteitsvolle lokale programma's brengen. Internationale spelers hebben dat aanvoelen en dus die troef niet.

Ook de komst van een nieuwe crossmediale groep zal zeker impact hebben op het Vlaamse medialandschap. We zullen zelfverzekerd maar niet zelfgenoegzaam, alert maar niet naïef met deze nieuwe situatie omgaan.

De vertrouwde geloofwaardige referentieomroep blijven, dat is de uitdaging. De openbare omroep kan en moet de vriend van zo veel mogelijk Vlamingen zijn.

Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur

INLEIDING

2011 was het jaar van de onderhandelingen voor een beheersovereenkomst en van keuzes maken. Elke beheersovereenkomst is een ankerpunt van waaruit je een richting inslaat. Keuzes waren nodig om de gevraagde besparingen te kunnen realiseren.

De goede resultaten van 2011, zowel financieel als voor onze inhoudelijke opdracht, zijn vooral te danken aan het feit dat iedereen zich ingezet heeft. De VRT-medewerkers hebben getoond dat ze niet bang zijn om dingen anders te bekijken en er daarna voluit voor te gaan. Dat betekent dat we heel veel veerkracht in de organisatie hebben. Verder hebben we over de jaren heen heel sterke netten en merken opgebouwd, en daar plukken we de vruchten van. De sterke band die er is met ons publiek verlies je niet plotsklaps. Zolang je blijft gaan voor kwaliteit en voor de waarden van je netten, kun je kijkers, luisteraars en surfers blijven boeien.

De debatten in de aanloop naar de nieuwe beheersovereenkomst maakten duidelijk dat iedereen het er eigenlijk over eens is dat Vlaanderen een sterke openbare omroep nodig heeft. Omdat hij het verschil maakt in een markt die voornamelijk commercieel gedreven is. Omdat hij iedereen wil bereiken, niet alleen commercieel interessante doelgroepen. En omdat de openbare omroep zich met zijn aanbod moet onderscheiden: kwalitatief hoogstaand en met een garantie op objectieve, onafhankelijke informatie. De VRT heeft op dat vlak in de voorbije tien, vijftien jaar een mooi parcours afgelegd. Dat is een fantastische erfenis.

Met de nieuwe beheersovereenkomst bouwen we verder op die erfenis, met een nog hogere inzet op onze maatschappelijke relevantie. De VRT is de omroep van en voor iedereen die in Vlaanderen woont, daarover is geen discussie. Vlaanderen is echter zeer divers, en er ligt nog een grote opdracht voor ons om dat te weerspiegelen, zowel in onze organisatie als in onze programma's. Diversiteit is daarbij geen 'verplicht nummer'. Het is zoveel meer dan het opstellen van streefcijfers, het maakt essentieel deel uit van ons DNA als openbare omroep. Diversiteit is bovendien een bron van creativiteit. Ze inspireert tot nieuwe invalshoeken en thema's. Als we dat goed doen, dan bouwen we als openbare omroep mee aan een warme en verdraagzame samenleving die mensen verbindt.

Ondertussen blijft het mediagebruik evolueren. Maar het lineaire kijken en luisteren blijft enorm belangrijk. Uiteindelijk willen onze kijkers en luisteraars samen iets beleven op hetzelfde moment, zeker wanneer het om actualiteit gaat of om programma's met een live-gevoel. En dat is zeker de kracht van de VRT. Dat hebben we in 2011 meer dan eens bewezen: met onze nieuws- en informatieprogramma's – in een ongelooflijk intens nieuwsjaar - maar zeker ook met een breed mobiliserende actie als *Music for life*. Pure emotie, als je daar was en zag hoe een radiozender heel Vlaanderen kan mobiliseren. Daarom hebben we ons meteen geëngageerd om ook in 2012 voor die brede mobilisering van Vlaanderen te gaan. De VRT is hier sterk in: we kunnen mensen een boodschap brengen, hen verenigen over alle leeftijden en achtergronden heen. Dat verbindende is de essentie van de openbare omroep.

Sandra De Preter
Gedelegeerd bestuurder

DE OPDRACHT EN DE ROL VAN DE OPENBARE OMROEP

Wat is de opdracht en de rol van de openbare omroep in Vlaanderen? Die vraag was in 2011 bijzonder actueel in de aanloop naar de onderhandelingen voor een nieuwe beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Regering. De beheersovereenkomst voor de periode 2012-2016 werd midden 2011 afgesloten en onderstreept het belang van een slagvaardige openbare omroep voor Vlaanderen.

Het maatschappelijk belang van de VRT is niet alleen verankerd in het mediadecreet, het regeerakkoord van de Vlaamse Regering (2009) en de beheersovereenkomst, maar ook in diverse resoluties, verklaringen en aanbevelingen van de Raad van Europa en de Europese Unie.

De openbare omroep heeft een unieke rol in de samenleving:

- De VRT ondersteunt de democratische samenleving door het verstrekken van onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie.
- De VRT bereikt de Vlamingen met een kwalitatief sterk en Vlaams media-aanbod op het vlak van informatie, cultuur, fictie, muziek, kennis & wetenschap en sport. Ze zorgt zo voor een tegenwicht in de geglobaliseerde wereld.
- De VRT zorgt ervoor dat dit aanbod maximaal toegankelijk is voor iedereen in Vlaanderen.
- De VRT stimuleert en promoot de culturele rijkdom en verscheidenheid in Vlaanderen.
- De VRT speelt een cruciale rol in de bescherming van het pluralisme in de Vlaamse samenleving en in de ondersteuning van de Vlaamse culturele identiteit.
- De VRT stimuleert met haar aanbod de sociale cohesie. Daarom ondersteunt ze het diversiteitsbeleid en het gelijkheidsbeleid van de Vlaamse overheid.
- De VRT steunt rechtstreeks de Vlaamse media- en beeldindustrie via (co)producties en onderzoeksprojecten rond innovatie.

Hoeveel er ook verandert rondom de VRT, in de samenleving, in het medialandschap en op het technologische domein, de rol en de opdracht van de openbare omroep veranderen niet. Het is net vanuit zijn unieke missie dat de openbare omroep moet inspelen op deze veranderingen, om zo zijn maatschappelijke rol nog beter op te nemen voor alle Vlamingen.

HOOFDSTUK 1 - DE INVULLING VAN DE OPENBARE OMROEPOPDRACHT

2011 was voor de VRT een jaar van keuzes maken. De VRT moest 65 miljoen euro besparen via efficiëntiemaatregelen en via besparingen op het aanbod, met vooral een impact op fictie, sport en entertainment. De VRT heeft uiteindelijk een efficiëntie en kostenreductie van 102,2 miljoen euro gerealiseerd.

Het was daarbij de zorg van de VRT om de mediagebruiker zo goed mogelijk te blijven bedienen, niet in te boeten op kwaliteit en alle kernopdrachten te blijven vervullen zoals men het van de openbare omroep verwacht.

1.1 ONAFHANKELIJK NIEUWS EN INFORMATIE

2011 was een bijzonder druk nieuwsjaar, zowel nationaal als internationaal. De VRT bleek opnieuw een belangrijke referentie voor de Vlamingen. Het hoofddoel blijft onafhankelijke, onpartijdige en toegankelijke berichtgeving die het brede publiek snel en nauwkeurig informeert. En dat zowel op radio en televisie als online. In november 2011 werd - na overleg tussen de directie en de redactieraad - een nieuwe algemeen hoofdredacteur benoemd.

1.1.1 NIEUWS EN INFORMATIE OP TELEVISIE

Het Journaal was er in 2011 geregeld ook buiten de vaste uitzendingen. Niet minder dan 29 extra journaals werden uitgezonden (o.m. naar aanleiding van de aardbeving in Japan, de dood van Osama bin Laden, de aanslagen van Breivik, de ramp op Pukkelpop, het akkoord over de splitsing van BHV, de val van Tripoli en de dood van Khaddafi). Een aantal belangrijke gebeurtenissen werden live uitgezonden: persconferenties en de eedaflegging van de regering-Di Rupo en het vonnis in het proces-Ronald Janssen.

Terzake bracht in juli en augustus speciale uitzendingen over de politieke crisis, de aanslagen in Oslo, Libië, de Pukkelpop-ramp en de Eurocrisis, naast thematische reeksen over sociale media, overbevolking en mobiliteit. De actualiteit bewijst ondertussen dat er ook in de zomer behoefte is aan reguliere *Terzake*-uitzendingen. Daar moet de VRT vanaf 2012 een antwoord op bieden.

Karrewiet, het dagelijkse nieuwsmagazine van Ketnet, bracht een extra Pukkelpop-uitzending en onderbrak daarvoor uitzonderlijk zijn zomerstop. *Koppen* bracht enkele specials, onder meer over de gebroeders Borlée. In *Villa politica* kon de kijker alle episodes in de langdurige regeringsonderhandelingen van dichtbij volgen. *Reyers laat* kende een sterk tweede seizoen als laatavondprogramma.

1.1.2 NIEUWS EN INFORMATIE OP HET INTERNET

Deredactie.be bracht meer nieuwsfeiten in live-streaming: de regeringsonderhandelingen, de revolutie in Egypte, herdenkingen in Noorwegen, de persconferentie na de Pukkelpop-ramp... Tijdens het proces-Ronald Janssen en tijdens Rock Werchter publiceerde de redactie een liveblog. En met een gedoseerd gebruik van sociale media hielden zij voeling met een nieuw segment van mediagebruikers. Er kwam ook een iPad-app waarmee het aanbod van de videozones van de themasites in optimale omstandigheden op een iPad bekeken kan worden.

1.1.3 NIEUWS EN INFORMATIE OP RADIO

Het VRT-radionieuws en de Radio 1-programma's *De ochtend* en *Vandaag* liepen vaak voorop in de verslaggeving over de moeizame vorming van een nieuwe federale regering. Radioverslaggevers waren meer live te horen vanaf de plek waar het nieuws zich afspeelde. Niet alleen in de Wetstraat en op de weide van Pukkelpop, maar ook bij de val van Tripoli of op het Tahrirplein in Caïro. Radio was in Japan vlak na de tsunami, en trok twee maanden na de kernramp het besmette gebied rond Fukushima binnen. In *De ochtend* was er een live-uitzending vanuit het pas geopende MAS in Antwerpen en een special over asielzoekers. *Vandaag* had op 1 september een thema-uitzending over onderwijs.

De regionale nieuwsbulletins van Radio 2 vallen onder de eindredactie van VRT Nieuws. De nieuwsuitzendingen op de andere radionetten worden door VRT Nieuws zelf gemaakt.

1.1.4 BUITENLANDS NIEUWS

De aandacht voor buitenlands nieuws kreeg een nieuw elan. VRT Nieuws stuurde meer eigen journalisten naar de brandhaarden in de wereld: de Arabische Lente, de tsunami/kernramp in Japan, de aanslagen in Noorwegen, de schulden crisis in Griekenland en de voedselcrisis in de Hoorn van Afrika. Met *De vloek van Osama* en *Back in the USSR*, twee gesmaakte reeksen, vonden VRT Nieuws en Canvas elkaar.

1.1.5 ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

VRT Nieuws investeerde ook verder in onderzoeksjournalistiek. Met *Watt een kluwen* (over elektriciteitstekort in ons land), *Is ons pensioen te doen?*, *Het nieuwe zoet* (over suikervervanger stevia), *Bulgarije aan de Leie* (over de filières die zigeuners uit Bulgarije massaal in Gent doen belanden), *Ronald Janssen, het onderzoek van de gemiste kansen* (wat is er fout gegaan in het onderzoek), maar vooral met *Voor wie de klok luidt* (over de problemen bij de Hasseltse politie), heeft *Panorama* herhaaldelijk de actualiteit beheerst.

1.2 CULTUUR

De VRT ondersteunt de eigenheid, diversiteit en rijkdom van cultuur in Vlaanderen. De VRT wil ook de cultuurparticipatie en -beleving van de Vlaming stimuleren.

1.2.1 SIGNALEREN VAN CULTUUR IN PROGRAMMA'S

De nieuwsuitzendingen (alle radio- en tv-netten), *Karrewiet* en de *wrap* (Ketnet) en *deredactie.be* informeerden over culturele evenementen. Programma's zoals *De laatste show*, *Vrienden Van de Veire* en *Villa Vanthilt* vulden die informatie aan op Eén. *Terzake* en *Reyers laat deden* dat op Canvas, de regionale programma's en *De madammen* op Radio 2. Op Radio 1 brachten onder andere *De ochtend*, *Vandaag*, *Joos* en *Moshi* culturele onderwerpen. De programma's van Studio Brussel en MNM informeerden over de brede culturele actualiteit, afgestemd op hun doelpubliek: film, nieuwe media, specifieke muziekgenres, mode en literatuur.

1.2.2 CULTUURSPECIFIEKE PROGRAMMA'S

Op Radio 1 bleef *Friedl'* de afspraak met boeken. In de reeks *Kleur in e-mineur* van *Moshi* kozen 15 muzikanten een schilderij als inspiratiebron voor een nieuw nummer. Er waren vijf *Radio 1-sessies* in het Amerikaans Theater met grote namen uit de Belgische muziekwereld: Milow, Filip Kowlier, Das Pop, Gorki en Hooverphonic. Op het zomerse festivalpodium van Dranouter was er een Radio 1-sessie met Roland.

Studio Brussel maakte programmareeksen rond muziek en jongerencultuur: *De 5 van 91*, *Born in the 80's*, *Listomania*, *Hard to beat* en *Studio Brussel draait door* en tijdens de showcases van *Club 69* (voor 69 duo's) en *Living room* (een huiskamerconcert) concerteerden toppers als Elbow, Robyn, White Lies en James Blake.

Canvas bouwde verder aan zijn culturele zondagavond. *Cobra TV* werd in oktober vervangen door *De Canvasconnectie* als wekelijks cultuurprogramma. Reeksen als *Belpop* en *Goudvis* werden voortgezet. *Canvas klassiek* besteedde aandacht aan de Vlaamse componisten (o.m. documentaire over Luc Brewaeys), ensembles (o.m. Collegium Vocale) en aan opera. *De Koningin Elisabethwedstrijd* werd live uitgebreid gevolgd op Canvas+, met *De nacht van de Koningin* (een nieuw programma op Canvas), Klara en Cobra.be. Rock kreeg dan weer aandacht in *Later with Jools Holland*, een vierdelige special over Rock Werchter en enkele documentaire reeksen.

Ketnet had nieuwe afleveringen van de documentaire reeks over de musical *Oliver*. Jonge circusartiesten kregen in *Magic circus show* de kans om een circusact uit te werken en die te brengen in een wervelende show in Genève.

1.2.3 THEMATISCH CULTUURaanbod

Klara pakte uit met enkele evenementen en reeksen. Samen met de Nederlandse collega's van Radio 4 maakte Klara een 10 uur durende live-uitzending vanuit De Brakke Grond in Amsterdam. Voor de tweede keer werden de Klara's uitgereikt. Dat gebeurde tijdens de Staten-Generaal van de Klassieke Muziek in De Bijloke in Gent. De Klara-Carrièreprijs ging naar jazzgitarist Philip Catherine. In de Vlaamse Opera en de Handelsbeurs in Gent (Unesco Creative City of Music) vond de tweede editie plaats van *Iedereen klassiek*, een mobiliserend project rond klassieke muziek. Wegens besparingen werd het volume captaties in 2011 bij Klara teruggeschroefd.

In juni zond Klara *De vrolijke tocht* uit, naar het boek dat Cyriel Buysse 100 jaar geleden schreef over zijn Tour de France per automobiel. Michiel Hendrickx reisde hem na en hield halt bij alle plekken die Buysse heeft beschreven.

Cultuur staat ook helemaal centraal op Cobra.be. De site volgt het cultuurleven in Vlaanderen, België en het buitenland, op basis van de 3 a's: actualiteit, archief en agenda.

1.2.4 SAMENWERKING MET DE CULTURELE SECTOR

De verschillende VRT-netten werkten samen met culturele partners voor het ruilen van mediaruimte, om de culturele evenementen bekend te maken bij een ruim publiek, als coproducent, maar vooral voor redactionele aandacht. *Friedl'* (Radio 1) ging buitenshuis uitzenden in Museum M (Leuven) en in het Gallo-Romeins Museum (Tongeren). Een special met Vlaamse artiesten rond de 70ste verjaardag van Bob Dylan werd in het voorjaar georganiseerd in en met kunstencentrum Vooruit (Gent). *Kunst op komst* bij Radio 2 Vlaams-Brabant en *Thuis voor een beeld* via Radio 2 Oost-Vlaanderen ondersteunden actief het culturele leven in Vlaanderen. Radio 2 was partner van grote mobiliserende culturele evenementen als de Dag van de Architectuur, Erfgoeddag en Open Monumentendag. Vier Vlaamse bands speelden in vier Vlaamse steden op de *Music Box*-concerten van Studio Brussel. *Klara in het Paleis* en het *KlaraFestival* waren sleutelevenementen voor Klara. Klara was voor de vierde keer presenting partner van *Jazz Middelheim*. *Klara4KIDS* kende een nieuwe editie in coproductie met HETPALEIS in Antwerpen. Alle afleveringen van *Goudvis* (Canvas) werden in avant-première in een cultureel centrum voorgesteld. Ketnet registreerde het openingsfeest van Antwerpen Europese Jongerenhoofdstad, waarvoor het net samenwerkte met kunstenaar Koen Van Mechelen. Hij maakte voor Ketnet een Cosmogolem, die het hele land door trok om de dromen van kinderen te verzamelen.

Cobra.be bleef uitdrukkelijk samenwerken met het culturele middenveld. Redactioneel gebeurde dat met een widget, waarmee de cultuurpartners VRT-materiaal op hun eigen site kunnen publiceren en via de c-tube, waarmee audiovisuele content van deze partners op Cobra.be getoond wordt. Cobra.be werkte ook enkele grotere projecten uit: De Boekendokter (Boekenbeurs en Mind the Book), Wereldboekendag (met Stichting Lezen), Cultuurprijzen (intensieve samenwerking met het Kabinet Cultuur en departement CSJM), Zomerwedstrijd (interactieve fotowedstrijd met het Antwerpse FotoMuseum), de Koningin Elisabethwedstrijd, Kamagurka in het Van Goghmuseum en het Filmfestival Gent.

1.2.5 SAMENWERKING MET ARTE BELGIQUE

Vanaf september bracht Arte Belgique maandelijks een selectie uit het VRT-culturaanbod onder de noemer *Vlaamse Kaai*. De VRT sloot daartoe een intentieverklaring af met RTBF, de licentiehouder van Arte in België. *Vlaamse Kaai* bood een compilatie van VRT-cultuurprogramma's (zoals *Cobra TV* en *Goudvis*) en fragmenten uit andere cultuurprogramma's uit het VRT-archief. *Vlaamse Kaai* werd in het Frans en het Nederlands ondertiteld en op La Deux herhaald. De VRT droeg op deze manier bij tot de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse culturele identiteit. Tegelijk ondertitelde Arte Belgique vanaf september haar dagelijks cultuurprogramma *50° Nord* en het maandelijks programma *Quai des Belges* in het Nederlands. Op die manier werden deze Arte-programma's ook toegankelijker voor de Vlaamse kijkers.

1.3 SPORT

Wegens de besparingen schroefde de openbare omroep zijn sportaanbod enigszins terug. Halverwege het jaar werd het voetbalcontract stopgezet en vanaf augustus viel *Studio 1*, het programma met de samenvattingen van het eersteklassenvoetbal, weg. Formule 1 werd geschrapt, alsook het grootste gedeelte van de wedstrijden van het tennistoernooi van Wimbledon, het gala van de Flandrien en dat van de Profvoetballer, en de live-verslagen van zaalsporten op zaterdagavond op Canvas+. Alleen voor het maandagmagazine *Extra time* bleven nog rechten behouden. Voor de beelden van het voetbal in nieuwsprogramma's maakt de VRT gebruik van het recht op vrije nieuwsgaring.

1.3.1 SPORT IN AL ZIJN FACETTEN

Toch kreeg de Vlaamse sportliefhebber en mediagebruiker een groot sportaanbod, in diverse vormen en op alle platformen, met bijzondere klemtonen op de populairste sporten en evenementen, maar ook met veel oog voor kleinere sporten (zie 1.3.3). Sport was aanwezig op allerlei platformen, onder meer in generalistische programma's zoals *De laatste show*, of het radioprogramma *Koning sport* op

Radio 2, en als vast onderdeel in de tv- journaals. Sportberichtgeving en duiding waren er in actualiteitenprogramma's zoals *Terzake*, *Reyers laat*, *De zevende dag*, *De ochtend* en *Vandaag*.

Sportweekend was gemiddeld het drukst bekeken sportprogramma. In de winter keken steeds meer dan een miljoen kijkers. *Sportweekend* liet ook 30 minder populaire sporten aan bod komen (zie ook 1.3.3), die regelmatig ook live of in ruime samenvatting konden worden beleefd in *Sporza op zondag*, op Canvas. Canvas bracht met *Belgasport* en *De Flandriens van het veld* gesmaakte documentaires.

Radio 1 toonde sport in al zijn facetten in de live-sportprogramma's en volgde als open net de sportactualiteit op de voet door de programmering heen en in de nieuwsbulletins. De *Memorial Van Damme* was een van de topcaptaties van het Productiehuis Sport en werd over heel de wereld overgenomen. Daarnaast maakte het Productiehuis Sport nog het Sportgala, met de verkiezing van de Sportman en Sportvrouw van het Jaar. Dat laatste werd door meer dan 1,1 miljoen Vlamingen bekeken.

1.3.2 POPULAIRE SPORTEN

De Ronde van Frankrijk was bijzonder succesvol, met op Eén 's middags de live-verslaggeving en 's avonds de Tourtalkshow, *Tour 2011-Vive le vélo*. Naast de Tour kregen ook andere populaire top-wielervedstrijden aandacht, met het accent op de voorjaarsklassiekers van eigen bodem en de prestaties van Philippe Gilbert. Die uitzendingen haalden marktaandeelen van 50-60%, net als de veldritten in de winterperiode.

In de tennisgrandslamtoernooien versloegen we live de overwinning van Kim Clijsters in de Australian Open. En in voetbal volgden we live de Rode Duivels, de Beker van België en de Europa League.

1.3.3 KLEINERE SPORTEN

In het voorjaar zijn op zaterdag 19 keer wedstrijden uit de zaalsportencompetities, basketbal, volleybal en handbal, live in de ether gegaan (op Canvas+), met telkens een samenvatting van de wedstrijden op zondag op Canvas. Ook de basketbal-bekerfinale werd live uitgezonden. Daarnaast was er nog regelmatig Europees volleybal op woensdagavond. Ook het WK atletiek kwam uitgebreid aan bod. In totaal werden er in het voorjaar 33 zaalsportenmatches live uitgezonden.

1.4 WETENSCHAP EN KENNIS

Wetenschap en kennis kwamen in 2011 op verschillende manieren aan bod op alle netten.

Eén bracht het derde en vierde seizoen van *Ook getest op mensen* met reportages en studio gesprekken die gezondheid en lichaamsverzorging behandelden. In de verschillende programma's over dieren en dierentuinen (*Dieren in nesten*, *Zoo Australië*, *De aarde vanuit de hemel*) kreeg de kijker informatie over het leven van de dieren en de invloed van de mens op de aarde. Ook in *De laatste show* en *Koppen* was er geregeld aandacht voor wetenschappelijke onderwerpen.

In *Alles voor de wetenschap* (Canvas) werden zes prominente Belgische wetenschappers geportretteerd met veel uitleg bij hun wetenschappelijk onderzoek. *Man over woord* gaf een leerrijke en eigenzinnige kijk op de Nederlandse taal. *Te gek* met Annick Ruyts behandelde in zes afleveringen de wereld van de psychiatrie, uitgaande van getuigenissen. *Ted@canvas* toonde een hele zomer lang de boeiendste TedX¹-conferenties over technologie, entertainment en design. De tweede reeks van *Niets is zwart-wit* focuste op het leven tijdens de Eerste Wereldoorlog.

In het dagelijkse nieuwsmagazine *Karrewiet* op Ketnet werd de aandacht voor educatie gekoppeld aan de actualiteit: de week tegen pesten, de verkeersveiligheid met de verkeersregels, de bankencrisis, de klimaatconferentie in Kopenhagen, de dovenreeks (naar aanleiding van Werelddovendag en met de medewerking van een dove stagiair). *Karrewiet* trok ook regelmatig naar het buitenland met reeksen over Haïti en Rwanda. In de reeks KIW'ers lieten vijf kinderen hun nieuwe thuisland zien en toonden hoe ze daar leven.

¹ TED (Technology, Entertainment, Design) is een bijeenkomst die sinds 1984 jaarlijks gehouden wordt in Californië (USA). Sprekers vermaken en informeren elkaar met korte lezingen over onderwerpen uit hun gebied van expertise of de wetenschap in het algemeen. Sinds 2009 worden er geregeld TedX-conferenties gehouden in andere steden en landen.

Er was aandacht voor sport, natuur en gezondheid in *Karrewiet*, de *wrap*, *Ketnet kingsize* en *X-peditie X-treem*, waar kinderen leren hoe ze kunnen overleven in de natuur.

Radio 1 volgde de wetenschappelijke actualiteit in *De ochtend*, *Vandaag*, *Nieuwe feiten*, en in het middagmagazine *Joos*. Het consumentenprogramma *Peeters & Pichal* onderzocht producten en consumentenkwesties zo veel mogelijk vanuit een wetenschappelijke invalshoek. Ook in *Interne keuken* kwamen wetenschap en wetenschappers geregeld aan bod. In de vakantieperiodes waren er lange gesprekken in *Touché*. Wetenschappers waren er graag geziene gasten.

Radio 2 bracht praktische toepassingen van de wetenschap of toonde de mens achter de wetenschapper. Zo werd wetenschap voor een breed publiek toegankelijk gemaakt. *De madammen* gaf handige en praktische kennis over gezondheid, elementen van het dagelijks leven en koken. *Inspecteur Decaluwé* onderzocht de rechten en mogelijkheden van de consument en gebruikte daarbij wetenschappelijke informatie. Via de programma's *Ochtendpost*, *Middagpost* en *Avondpost* hield Radio 2 een vinger aan de pols van wat er in de verschillende regio's in Vlaanderen op wetenschappelijk gebied geproduceerd wordt: technologische vernieuwingen, universiteitsonderzoeken, tentoonstellingen...

In *Trio* (Klara) stonden wekelijks actuele kwesties op de agenda. Hierover werden doorgaans specialisten uit de academische wereld aan de tand gevoeld. In *Berg & dal* vroeg Pat Donnez wetenschappers naar hun wereldbeeld en persoonlijk verhaal.

1.5 VLAAMSE DIMENSIE

De VRT draagt als openbare omroep bij aan de ondersteuning en versterking van de Vlaamse identiteit. Dat gebeurt in belangrijke mate door het stimuleren van kwaliteitsvolle producties van eigen bodem, zowel in de audiovisuele als in de muzieksector.

1.5.1 FICTIE

Eén bleef investeren in drama en fictie van eigen bodem. Al moest het net ook keuzes maken en was er in 2011 in vergelijking met de voorbije jaren minder nieuwe Vlaamse fictie. Wel nieuw waren de originele tv-bewerking van de trilogie van de Vlaamse auteur Tom Lanoye, *Het goddelijke monster*, de vernieuwende reeks *De ronde*, en *Rang 1*. Verder waren er vaste waarden als *Thuis* en *Witse* en werd met het laatste seizoen van *FC De Kampioenen* afscheid genomen van een monument.

Eén investeerde ook in de Vlaamse film. Het net ging coproducties aan voor *Noordzee Texas* (Laika Films), *Swooni* (Eyeworks), *Hasta la vista* (Fobic Films), *Het varken van Madonna* (Caviar film) en *Groenten uit Balen* (Skyline).

Het aanbod van Ketnet bestond grotendeels uit Vlaamse producties, en waar mogelijk werden aangekochte reeksen door Vlaamse stemmen ingesproken.

1.5.2 MUZIEK

Radio 2 blijft er zich toe verbinden ten minste 25% Nederlandstalig werk te draaien en minimaal 30% Vlaamse producties. Het rijke erfgoed aan Vlaamse muziek werd gekoesterd in programma's zoals *De Lage Landen* en *Viva Vlaanderen*. De integrale *Vlaamse top 10* werd opnieuw uitgezonden. En de *Eregalerij* lauwerde zoals elk jaar muziek en artiesten van eigen bodem die deel uitmaken van het collectief geheugen van Vlaanderen.

Op Eén was er in *Villa Vanthilt*, *De zevende dag*, *Radio 2 Zomerhit*, *Vrienden Van de Veire*, *Vlaanderen muziekland*, *De laatste show*, muziekspecials en de MIA's uitgebreide aandacht voor de Vlaamse muzikartiesten. In de uitzending van *Nekka-nacht* stond de Nederlandstalige muziek centraal.

Studio Brussel blijft de gangmaker en promotor van de Vlaamse pop- en rocksector. In *De week van eigen kweek* draaide Studio Brussel een week lang uitsluitend Vlaamse producties.

Op 11 juli brachten alle radionetten een thema-uitzending met uitsluitend muziek van Vlaamse componisten of Vlaamse uitvoerders. Op Eén werd de Vlaamse feestdag gevierd met een speciale uitzending van *Vlaanderen muziekland*.

1.5.3 VRT-ARCHIEF: VLAAMS CULTUREEL ERFGOED

Het DivA-project (Digitaal VRT-Archief), eind 2008 opgestart, wil een deel van het Vlaamse culturele erfgoed bewaren en ontsluiten. Einde 2011 zijn alle filmrollen van de journaals uit de geschiedenis van de openbare omroep gerenoveerd. De VRT werkte daarvoor samen met de beschutte werkplaats van Meise-Bouchout. De helft van de gerenoveerde filmrollen is intussen ook gedigitaliseerd en ontsloten. Naast journaals werden reeksen zoals *Autorama*, *Boeketje Vlaanderen*, *Hier spreekt men Nederlands*, *Jonger dan je denkt*, *Poëzie in 625 lijnen* en *Tienerklanken* gerenoveerd, gedigitaliseerd en gearchiveerd. In totaal werd 685 uur film gedigitaliseerd. Ten slotte digitaliseerde de VRT voor ongeveer 13.000 uur analoge en digitale videocassettes.

De radioprogramma's *Buitenlandse zaken*, *Commissaris O*, *French quiz*, *Hallo Hautekiet*, *Heldenmoed*, *Kook*, *Levende lijven* en *Radio Olympia* werden gedigitaliseerd. Het topprogramma uit de jaren 90 *Het vrije westen* is volledig beschreven. Er werden ook 1.700 uur eigen muziekopnames gedigitaliseerd en ontsloten, en de VRT liet 160.000 foto's uit het fotoarchief digitaliseren.

DivA werd in december 2011 afgesloten. Op 1 januari 2012 start het Verdi-project (VRT Erfgoed Digitaal). Dat traject loopt over de volgende 2 jaar, in afwachting van de mogelijke oprichting van het Vlaams Instituut voor Archivering en ontsluiting van Audiovisueel erfgoed (VIAA).

De VRT nam samen met 26 andere Europese partners deel aan *EUScreen*, dat in november online ging. Het onlineplatform biedt gratis archiefbeeld uit alle deelnemende landen aan. Elke omroep zal 1000 items online zetten.

1.6 ONTSPANNING

Het behoort tot de opdracht van de VRT om in haar programmamix ook een divers aanbod aan ontspanningsprogramma's te brengen, van human interest en fictiereeksen, tot spel- en quizprogramma's en humor. Voor entertainment moesten in 2011 keuzes gemaakt worden om de gevraagde besparingen te kunnen realiseren. Zo was het derde seizoen van *Peter Live!* op vrijdagavond op Eén ook het laatste seizoen. Het mediamagazine *De rode loper* had na 10 jaar zijn laatste uitzending in juni 2011.

Een aantal ingrepen waren dus duidelijk te merken voor de kijker. Anderzijds is erover gewaakt dat de programmering rond nieuws- en informatieprogramma's niet verzwakt werd. Over het geheel bekeken kon de VRT de Vlamingen een kwalitatief hoogstaand ontspanningsaanbod brengen. Eén bracht voor de quizliefhebbers *Blokken*, *De pappenheimers*, *De premiejagers*, *De slimste thuis*, *De allerslimste mens ter wereld* en *De klas van Frieda*. Op Canvas was er de tiende editie van *De Canvascrack*. Er was humor met het laatste seizoen van *FC De Kampioenen*, *Kiekens* en het tragikomische *Red Sonja* (Canvas). Verder was er humor van eigen bodem met *De Chriscollectie*, *Hoe is het zover kunnen komen* en *Geert Hoste en de lopende zaken*.

Canvas bracht Vlaamse stand-upcomedy met *Comedy casino*, *Comedy specials* en humor in *Mag ik u kussen* en *Zonde van de zendtijd*. *De kazakkendraaiers*, *Vrienden Van de Veire*, *De laatste show*, *Villa Vanthilt* en *De rode loper* (einde juni 2011) brachten entertainment.

Ketnet bracht kwaliteitsvolle Vlaamse fictie met *De Elfenheuvel*, *Zingaburia* en *Galaxy Park*.

Radio zorgt in de eerste plaats voor ontspanning via de muziek. Sommige radionetten hadden ook specifieke ontspanningsprogramma's zoals *Het besluit* (Radio 1) en *BRT 2* (Radio 2). Rechtstreekse radio-uitzendingen met publiek bieden voor elk net een meerwaarde op gebied van beleving en ontspanning: sportverslaggeving bij Sporza (Radio 1), *En Nu serieus* op Radio 2, de zomerfestivals bij Studio Brussel, de *MNM Summerclub* vanuit Zeebrugge en het *Klarafestival* en *Iedereen klassiek* bij Klara.

HOOFDSTUK 2 - HET AANBOD

De VRT is er voor alle Vlamingen. De netten en merken op tv (Eén, Canvas en Ketnet), radio (Radio 1, Radio 2, MNM, Studio Brussel en Klara) en online (deredactie.be, cobra.be en sporza.be) zijn complementair aan elkaar en zorgen voor een sterke band met het publiek.

2.1 NETTEN

2.1.1 EEN

Eén heeft de impact van de besparingen voor de kijker zo klein mogelijk gehouden o.a. door het nieuwe televisieseizoen in september 'getrapt' te starten. Een aantal programma's uit de zomerfrequentie, ook herhalingen, bleven langer lopen. Een ander gevolg was dat entertainment op vrijdagavond uit het schema geschrapt werd en dat er in 2011 minder nieuwe Vlaamse fictiereeksen te zien waren. Toch bracht Eén een sterk kwaliteitsvol aanbod.

Het kookprogramma *Dagelijkse kost* met Jeroen Meus is de blikvanger van het jaar. Onder meer een nominatie voor product van het jaar, een recordoplage van het afgeleide boek, het succes van de app, en de hernieuwde populariteit van de kroketmachine, geven de grote impact van het programma weer. Ook het zomermagazine *1000 zonnen* werd sterk gewaardeerd. De rubriek *De stoel* kende een recordopkomst. Elke deelnemer kon na de wedstrijd op de foto in de stoel. Dat zorgde voor veel enthousiasme op Facebook.

In *HIV+* kwamen minder evidente maar maatschappelijk relevante verhalen aan bod. *Volt*, *Ook getest op mensen* en *Basta* nemen consumentenzaken of gezondheidsaspecten kritisch onder de loep. Ook *Groenland* en *Dagelijkse kost* zijn servicegerichte programma's met heel wat nuttige tips.

Eén komt naar buiten met zomerprogramma's zoals *Villa Vanthilt*, *1000 zonnen* en *Vlaanderen muziekland*. Ook met acties als het *Tournée générale*-evenement, de *Thuis*-dag, de *Witse*-speurtocht en het *Vlaanderen vakantieland*-weekend, strijkt Eén neer in Vlaanderen.

Het einde van de serie *FC De Kampioenen* werd gevierd met een tentoonstelling die in Antwerpen en in Oostende tienduizenden bezoekers lokte.

In de rubriek *Dieren in nesten bouwt!* liet Chris Dusauchoit de kijkers elke week zien hoe ze hun tuin konden ombouwen tot een stukje natuurgebied voor inheemse dieren in nood. Samen met Natuurpunt bouwden de kijkers zo 1.000.000 m² natuurgebied.

2.1.2 CANVAS

Canvas lanceerde een aantal nieuwe programma's met een ruime blik op de wereld: Jan Leyers maakte in *De weg naar het Avondland* een boeiende reis die terugging naar de oorsprong van de mens. Jeroen Meus toonde in de reeks *De patat* de culinaire geschiedenis en impact van de aardappel over verschillende landsgrenzen heen. In *Taboe* werden aan de hand van Vlaamse auteursdocumentaires maatschappelijk moeilijkere onderwerpen belicht. Canvas heeft wegens de besparingen een aantal prestigieuze documentairereeksen geschrapt. In primetime werd het aandeel van herhalingen (film) met 15% verhoogd.

Het cultuurmagazine *Cobra TV* werd vervangen door *De Canvasconnectie*. Daarin staat wekelijks het werk van een kunstenaar centraal en is er een blik op de culturele agenda. Er was ook uitgebreide aandacht voor culturele evenementen zoals de *Koningin Elisabethwedstrijd* en *Rock Werchter*. Humor kwam naar voren in de tragikomische serie *Red Sonja*, met Sien Eggers in de hoofdrol. Op die manier was er ook plaats voor Vlaamse fictie op Canvas.

Het tweeluik *Triq Slama Mohamed – reis in vrede* was een aangrijpende documentaire over de Marokkaanse migratie.

De 10de editie van *De Canvascrack* kreeg een interactieve toepassing waarbij kijkers zelf konden meespelen. Via sociale media en Twitter werd de kijker nog beter aangesproken (o.m. bij *Reyers laat* en *Panorama*). Er werden inspanningen gedaan om de diversiteit in de uitzendingen op Canvas te verhogen, met o.m. de grotere aanwezigheid van vrouwelijke kandidaten in *De Canvascrack*.

2.1.3 KETNET

Ketnet heeft de besparingen met zo weinig mogelijk impact voor de kijker doorgevoerd door efficiënter te programmeren, 'design to value' van programma's en slots en minder programma-aankoop en nieuwe producties. Toch investeerde Ketnet nog in Vlaamse fictie. Voor de allerkleinsten was er *Kaatjes tralalaatjes*, dat op een speelse manier het probleemoplossende denken stimuleert. Voor de oudere kinderen was er de telenovelle *De Elfenheuvel*. Daarnaast ook nog *Rox*, *Zingaburia* en *Galaxy Park* en nieuwe afleveringen van *Mega Mindy* en *Amika*.

Kinderen kregen een actieve rol in de EBU-samenwerking *Magic circus show*. *Junior Eurosong* kende een succesvol traject. In *X-peditie X-Treem* gingen kinderen mee op overlevingstocht in de natuur en *I-clips* gaf kinderen de kans om even in de voetsporen van hun favoriete artiest te treden. In de zoektocht *Wie wordt wrapper* konden kinderen voor het eerst in de geschiedenis van Ketnet mee beslissen wie hun nieuwe wrapper werd.

Karrewiet, het dagelijkse nieuwsmagazine, bracht de actualiteit op kindermaat. Met de uitzending van de animatiereeks *De kleine prins* bracht Ketnet de literaire klassieker van De Saint-Exupéry in de Vlaamse huiskamers. De aankomst van Sinterklaas wordt jaarlijks gevierd met *De intrede van de Sint*. Er was ook een nieuwe special *De Sint danst de tango* en een magazine *De Sintkrant*.

Het hostingconcept - de wrap met de presentatoren- blijft een vaste waarde, dit jaar uitgebreid met *Ketnet kingsize*, een rechtstreeks weekendochtendprogramma met gasten, spelletjes, muziek en interactie met de kinderen via de website.

Ketnet.be werd verder uitgebreid met de *Ketnet karaoke*-applicatie. Ketnet Radio werd geoptimaliseerd tot *Ketnet hits*, met integratie op televisie in *Ketnet kingsize*. De wereld van Kaatje werd online uitgebreid met de nieuwe figuren uit *Kaatjes tralalaatjes* en spelletjes.

Ketnet was aanwezig tijdens de schoolvakanties met evenementen en acties. *Ketnet carnaval*, *Ketnet freezzz*, *De intrede van de Sint* en *Ketnet Halloween* zijn jaarlijks terugkerende afspraken. Naar aanleiding van de reeks *De 5e boog* waren er ook de gelijknamige *De 5e boog*-dagen in Bokrijk. Ketnet werkte opnieuw mee met de *Speeldag* in Mechelen, *de week tegen pesten*, *Kom op appels* en *Music for life* (met de actie *Ketnet for life*). Ook succesvol was de interactieve actie *Het vakantielied*, waarbij kinderen online konden meespelen in het muziekclipje, dat ook op televisie te zien was.

2.1.4 RADIO 1

Radio 1 is een open informatienet met een flexibel uitzendschema, aanpasbaar aan de actualiteit. *Blue bayou* (een stemmig zondagmiddagprogramma), *De eredivisie* (muzikale lofzangen voor idolen) en *Sonar* (vaste muziekafpraak in de namiddag) waren nieuwe muziekprogramma's. *Closing time* is laatavondradio met specifieke genres en eigenzinnige keuzes met als blikvanger de reeks met Jan De Smet als presentator. *Fris van Lefever* (het muzikale afscheid van Mark Lefever) was de blikvanger van de zomer. Verder was er ook nog het nieuwe archiefprogramma *Passato*. Een belangrijke pijler en sterkhouders is de live-sportverslaggeving in *Sporza*, met *Sporza Tour* als jaarlijkse uitschieter.

Radio 1 had tijdens vakanties aandacht voor het lange gesprek met een boeiende gast in *Touché* en maakte gelegenheden uitzendingen naar aanleiding van de geboorte van de 7 miljardste mens en 11.11.11. Het World Creativity Forum vormde de aanleiding voor inspirerende interviews en reportages in *De ochtend*.

Peeters & Pichal hield contact met de Vlaamse publieke opinie met toenemende respons van de luisteraars via sms, mail, web en telefoon. Dankzij *Peeters & Pichal* ondertekenden 20 bedrijven het charter voor meer klantvriendelijkheid na de radio-actie *Neem 's op* in 2010. Het programma lanceerde ook *De afvalrace*, een sensibiliseringsactie tegen zwerfvuil, en in het najaar was er *Made in misery*, over wantoestanden in de mondiale kledingindustrie.

De identiteit van België was het thema van een speciale avond in Mechelen met een politiek debat, literatuur, interviews, satire en muziek.

De *Radio 1-sessies* waren live op de website te bekijken en meteen gekoppeld aan Facebook en Twitter. Radio 1 stuurde wekelijks een nieuwsbrief naar 10.000 abonnees en alle programma's waren te herbeluisteren via de radiospeler. *Interne keuken* en *Friedl'* werden ook als podcast aangeboden.

2.1.5 RADIO 2

Radio 2 brengt een brede muzikale mix en een gevarieerd informatieaanbod, waaronder regionaal nieuws. De regionaal ontkoppelde programma's spelen extra in op wat er in de eigen regio gebeurt. *Het muziekcafé*, waar de Vlaamse artiest thuis is, staat sinds begin 2011 op vrijdagavond op het programmaschema. Radio 2 heeft zijn programma-aanbod verfijnd met *BRT 2*, een nieuw humorprogramma op zaterdagochtend. *De topcollectie*, het rendez-vousmoment voor de muzikkliefhebber, werd doorgetrokken op zaterdagmiddag. *Al wat je lief is* kreeg de opdracht om het monument *Vragen staat vrij*, op zondagavond, op te volgen. *De madammen* werd verfijnd met een gevarieerder thema-aanbod. *Middagpost* (regionaal) bleef in juli en augustus *mobiel*. Het consumentennieuws kreeg aandacht in *Inspecteur Decaluwé* en *De madammen*.

Radio 2 lanceerde *De grootste helpdesk van Vlaanderen*, een grote mobiliserende actie rond het gebruik van digitale media. Deze actie en *De belastingspecial* sprongen eruit qua luisteraarservice op mensenmaat.

Via de website werd de community rond Radio 2 aangewakkerd. De fotozoektocht via de regio's, waarbij plekjes in Vlaanderen herkend moesten worden, en de stemronde voor *1000 Klassiekers* zorgden voor opmerkelijke pieken in het bezoekersaantal.

Radio 2 was in alle provincies aanwezig met de *Tuindag* in Bokrijk, *Vlaanderen muzieklant* op diverse locaties, *Zomerhit* - voor het eerst live op Eén - in Westende en de *Wandeldag* in Geraardsbergen.

Met de 7^{de} editie van de reportagewedstijd *Belgodysee* wonnen 2 laatstejaarsstudenten journalistiek een betaalde stage bij Radio 2 en Vivacité.

2.1.6 MNM

MNM stelt de leefwereld van de jongeren centraal en brengt van daaruit een relevant informatief aanbod. De radioploeg werkte verder met de hernieuwde missie en waarden die in 2010 geformuleerd werden. MNM kreeg in maart een vernieuwd jinglepakket met de slogan *music and more*. *Music* verwijst naar de hitradio en *more* staat voor alles waarmee het radionet opgeladen kan worden: nieuws, duiding, interactie, verbondenheid en engagement. Het kwaliteitstraject over presentatie en inhoudelijke relevantie werd door de radioploeg uitgewerkt. Een participatief project met jonge luisteraars zorgde voor heel wat inzichten voor de programmamakers.

Het nieuws werd aangeleverd door de nieuwsdienst volgens strenge kwaliteitseisen. In *De Grote Peter Van de Veire ochtendshow* en in de *Avondshow met Dave Peters* werd de actualiteit op de voet gevolgd met interactie van luisteraars, experts en beleidsmakers. Er kwam ook een thema-uitzending in *De Cock late night* naar aanleiding van de regeringsvorming en een programmareeks *Masterclasses met Tom De Cock* over levensthema's zoals seks, werk, vakantie en toekomst. In *De ochtendshow* vertelde een nieuwe ervaren verkeersmedewerker alles over de verkeerssituatie in Vlaanderen en Brussel.

Sing your song versterkte de weekprogrammatie tussen 9 en 10 uur als interactief muziekmoment. Van de totale muziekprogrammatie op MNM is ongeveer **20%** muziek uit Vlaanderen. Muzikale themaweken werden verfijnd: *Back to the 90's*, *Back to the nillies*, *MNM1000*, de Vlaamse feestdag... Via *MNM1000-luisterpunten* werd een verbondenheid met en tussen de luisteraars opgezet. Vlaamse artiesten en nieuwe talenten kwamen aan bod in het *MNM1000-café*. De creativiteit in de Vlaamse muziekwereld werd gestimuleerd via een free podium, een wedstrijd rond voorprogramma's spelen en rechtstreekse muzikale opdrachten voor nieuw talent.

De strafste school was een scholenactie die zorgde voor groepsgevoel, engagement en verbondenheid onder leerlingen, leerkrachten, ouders, scholendirectie en sympathisanten.

De website werd volledig vernieuwd en zorgt samen met Facebook, Netlog, Spotify en Twitter voor een directe interactieve beleving van MNM. Via stemmingen, meningen, post en polls kunnen

luisteraars actief deelnemen aan de radioprogramma's. De nieuwsbriefabonnees stegen tot 75.000. Een speciale app zorgde voor meer mobiele interactie en radiobeleving tijdens de *MNM1000*-hitlijst.

2.1.7 STUDIO BRUSSEL

Studio Brussel brengt nieuws en brede culturele informatie, met speciale aandacht voor nieuwe media, de Vlaamse festivals, de (jeugd)verenigingen en de muzieksector. De zender is een open-minded smaakmaker en een trendsetter die kiest voor avontuur. Hij engageert zich ook op maatschappelijk vlak. Muziek staat centraal in het dagelijkse aanbod. In de avonduren wordt er extra aandacht besteed aan specifieke muziekgenres en muziekinformatie in programma's als *Select*, *Switch*, *Duyster*, *De zwaarste show*, *Lefto* en *Tip*. Naast vaste muziekprogramma's als *Was het nu 80,90 of 2000*, *De afrekening* of *De maxx* bracht Studio Brussel ook extra themaprogramma's. Vrouwen en hun muziek waren aan de macht tijdens *Studio Brusselle* en in *Papa was a rolling stone* deelden een ouder en zijn/haar kind hun muzikale passies.

Het programma *All areas* bracht live-verslaggeving vanaf de festivals. Via *Radio Tomorrowland powered by Studio Brussel* deed Studio Brussel aan talentscouting op de camping van het gelijknamige zomerdancefestival in Antwerpen. Jongeren maakten zelf radio op een lokale frequentie.

The sound of Sam besprak dagelijks maatschappelijke thema's uit de leefwereld van de jongeren en gaf hun een forum. *Spelen met Sofie* was er elke middag met een leerrijk en ludiek spelprogramma.

Studio Brussel organiseerde de sportevenementen *Sambal* en *Tomas staat op de Galibier (Climbing for life)*. Op 1 april veranderde het net voor 1 dag in *Studio Lier* en *De dag van de jeugdbeweging* ging live vanuit Torhout.

De website *stubru.be* maakt een geïntegreerd deel uit van het totale aanbod. Studio Brussel is de meest actieve en succesvolle radiozender op de sociale media: de Facebookpagina en Twitteraccount groeiden substantieel en zijn een structurele poot in de communicatie met de jongste doelgroepen. Ook de podcasts en de vlogs bleven voor een digitale boost en beleving zorgen.

Music for life

Het Studio Brussel-evenement van het jaar was *Music for life*. De radiomarathon stond in het teken van de bestrijding van diarree, wereldwijd de grootste doodsoorzaak bij kinderen. Deze laatste editie was een klap op de vuurpijl. Heel Vlaanderen mobiliseerde zich voor het goede doel of kwam langs bij de Glazen Huizen in Leuven, Gent of Antwerpen. De actie bracht het recordbedrag van 7.142.716 euro op. Deze opbrengst ging integraal naar de hulpprogramma's van het Rode Kruis. De VRT en Studio Brussel zetten vanaf volgend jaar de schouders onder een nieuwe mobiliserende solidariteitsactie in de kerstperiode.

2.1.8 KLARA

Klara focust op klassieke muziek en doet dat volgens het ritme van de luisteraar. In *Espresso* werd vooral op de muzikale kleur gelet. In *Brede opklaringen* stond de uitvoerder centraal. Nieuw op de middag was het programma *Bellevue* waarin Bart Stouten voor een muzikaal *moment de joie* zorgt. Het programma *Concerto* verdween op weekdagen en is nu integraal onderdeel van *Café Zimmermann*. Vanaf 22 uur was er *Late night*, waarin op legendarische momenten uit de muziekgeschiedenis wordt gefocust, van jazz tot hedendaags.

Klara maakte ook werk van klassieke themadagen en specials. Sterpianiste Martha Argerich werd in de bloemetjes gezet voor haar 70ste verjaardag. Klara vierde de 200ste verjaardag van de geboortedag van Franz Liszt met de 8-delige reeks *Liszt for life* en een cd-opname met de Brussels Philharmonic & Liebrecht Vanbeckevoort.

De 20ste verjaardag van de dood van Miles Davis werd herdacht tijdens de vijf uur durende tribute *An evening with Miles*. Jazz kreeg ook op zondagavond een vaste plaats in het programma *Round midnight*.

Het jaar werd afgesloten met de 2de editie van *De grootste componisten aller tijden*. Vivaldi, Brahms, Dvořák, Haydn en Tsjajkovski kregen elk een themadag.

In het najaar werd de prestigieuze reeks *Chanson. Een gezongen geschiedenis van Frankrijk* - gebaseerd op het gelijknamige boek van Bart Van Looy - uitgezonden.

2.1.9 RVI

Tot 31 december bood de VRT een beperkte eigen programmering aan voor Vlamingen in het buitenland via RVI, RV op satelliet en RVI.be. RVI bracht vooral Radio 1-programma's en RV vooral Radio 2-programma's. De site van RVI had een doorverwijfsfunctie naar gespecialiseerde informatie. De VRT wil nu haar internationale rol nog versterken en zo de uitstraling van Vlaanderen in de wereld ondersteunen. Vanaf 1 januari 2012 zendt de VRT Radio 1 en Radio 2 via satelliet uit. Vlamingen in het buitenland zullen zo nog beter de nationale en regionale actualiteit en het maatschappelijk leven in Vlaanderen kunnen volgen. Daarnaast kunnen ze ook luisteren naar alle VRT-radionetten via het internet.

2.1.10 BVN

Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. De BVN-partners (VRT, Nederlandse Wereldomroep en de Nederlandse Publieke Omroep) zorgen voor een volledige Nederlandstalige programmering. De VRT levert ongeveer een derde van de programma's. Het gaat over nieuws-, informatie-, ontspanning-, sport- en kinderprogramma's.

2.1.11 DEREDACTIE.BE – SPORZA.BE – COBRA.BE

Deredactie.be bereikte per dag gemiddeld 161.481 bezoekers. Bij belangrijke gebeurtenissen bezoeken meer mensen de nieuwssite, maar de website van VRT Nieuws moet ernaar streven om te allen tijde een nieuwsreferentie te zijn. Sporza.be bleef de leidende sportwebsite in Vlaanderen – met gemiddeld 162.000 unieke bezoekers per dag - en versterkte zijn links naar de sociale media. Cobra.be sprak een kleine doelgroep aan die de site met regelmaat bezoekt. Het gemiddelde bezoekerscijfer was 4.357 bezoekers per dag. De laatste maanden van 2011 heeft cobra.be structurele vernieuwingen en nieuwe elementen in het aanbod aangebracht waardoor het gemiddelde aantal bezoekers steeg tot meer dan 7.000 bezoekers per dag. Cobra.be zal in 2012 nog meer op interactiviteit werken, op acties samen met culturele partners en op crossmediale projecten met culturele en mediapartners. Cobra.be wil zo zijn zichtbaarheid verhogen. Het design van de themasites deredactie.be en cobra.be werd opgefrist. Het mobiele aanbod werd uitgebreid met iPad-apps voor de videozones van deredactie.be, sporza.be en cobra.be.

2.2 PRODUCTIEBELEID

Het interne productiehuis levert kwalitatieve programma's af binnen de aangepaste contouren van mensen en middelen. Bij de opmaak van de productieschema's werd de productiestrategie (uitgetekend in 2009) toegepast. Nieuwsuitzendingen, sport en culturele programma's van het intern productiehuis worden hoog gewaardeerd. Het interne productiehuis werkt samen met HR aan talentontwikkeling, ruimte voor creativiteit en goed leiderschap, om ervoor te zorgen dat VRT Productie aantrekkelijk blijft voor talent.

Het productiehuis Radio met zijn 5 radionetten maakt deel uit van het interne productiehuis. Radio 2020 is een grote oefening om de radio-organisatie duidelijker te maken. In 2012 wordt dit project verder uitgerold zodat radio klaar zal staan voor de toekomst, die multiplatform zal zijn. Er werd met de Stad Leuven een overeenkomst gesloten om de redactie en uitzending van Radio 2 Vlaams-Brabant onder te brengen in de vroegere lokettenzaal van het stadhuis. De renovatie werd opgestart en de verhuizing staat gepland voor medio 2012.

De werking van de redactie van Productiehuis Jong voor Ketnet werd grondig aangepakt om vanaf het voorjaar elke dag live in de ether te gaan met de vernieuwde Ketnet-live-*Wrap* en *Ketnet kingsize*, het live-weekendochtendprogramma. Productiehuis Jong produceerde meer fictie dan de vorige jaren: o.a. *Elfenheuvel* en de laatste reeks van *Kaatjes tralalaatjes*. Het productiehuis organiseerde ook het evenement *Speak Up* om de eerste stappen te zetten richting nieuw jongerenaanbod.

Het Televisiehuis bleef innoveren en ontwikkelde voor Eén en Canvas acht nieuwe programmatitels, waaronder *De vloek van Osama*, het taalprogramma *Man over woord*, *De patat*, het spelprogramma *De slimste thuis* en leverde ook de klassiekers *De Canvascrack*, *1000 zonnen*, *Vlaanderen*

vakantieland, Thuis en *Witse* op. Voor entertainmentprogramma's wil Het Televisiehuis de komende jaren vooral op relevantie werken: het format van *Vrienden Van De Veire* werd bijgestuurd en er wordt aan de invulling voor het nieuwe dagelijkse programma tussen *Het Journaal* en *Thuis* gewerkt.

Het Productiehuis Operationele Activiteiten (OA) zette op technologisch vlak stappen in de verdere vernieuwing van de infrastructuur naar hoge definitie en de transmissieapparatuur voor de tijdelijke verbindingen. De overgang naar het gebruik van ledlicht in productiecontext werd ingezet, met als belangrijkste voordelen een veel lager stroomverbruik voor eenzelfde lichtopbrengst.

Wat operationele kwaliteit betreft worden de productieschema's in het ERP-systeem (Enterprise Resource Planning) opgemaakt. ERP III stelt de VRT in staat het beheer van middelen en budgetten beter op te volgen en op verschillende manieren te rapporteren.

In 2011 lag de nadruk op een geïntegreerd planningsysteem voor alle programmamedewerkers en ook alle productiehuisen. Sport en Nieuws werden, wegens hun eigen productiewijze, als laatste toegevoegd. Het geïntegreerd planningsysteem maakt het mogelijk om centraal een capaciteitsplanning te maken.

2.2.1 DE STEUN AAN DE VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN EN BEELDINDUSTRIE

Volgens de beheersovereenkomst moet het aandeel van de Vlaamse tv-(co)producties in het tijdsblok 18-23 uur 50% van de totale output op Eén en Canvas/Ketnet bedragen. In 2011 was **66,4%** van de uitzendingen in dat tijdsblok een Vlaamse productie.

De VRT ondersteunt de Vlaamse media-industrie op verschillende manieren:

- via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen;
- via strategische partnerschappen met een aantal onafhankelijke productiehuisen;
- via coproducties;
- via bestellingen bij facilitaire bedrijven (onder andere het huren van externe studio's, het extern monteren en het inzetten van externe filmploegen);
- via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds.

Externe productiehuisen, facilitaire en andere bedrijven uit de Vlaamse audiovisuele sector leveren producties en diensten aan de VRT. De Vlaamse productiehuisen leverden voor **55,3 miljoen euro** diensten aan de VRT.

De VRT heeft een ontwikkelingsfonds om de ontwikkeling van mediaconcepten en formats te ondersteunen. 411.993 euro werd uit dit ontwikkelingsfonds onder onafhankelijke productiehuisen verdeeld door de VRT-netten.

De VRT zond nieuwe programma's van volgende Vlaamse productiehuisen uit: *3Keys, 8 op 10, Ded's It, Elisabeth, Eyeworks, Kanakna, Koeken Troef, Primo Piano, De Raconteurs, Riche, Riche & Riche, Sputnik, Sultan Sushi, Sylvester Productions, De TV makers, VKG* en *Woestijnvis*.

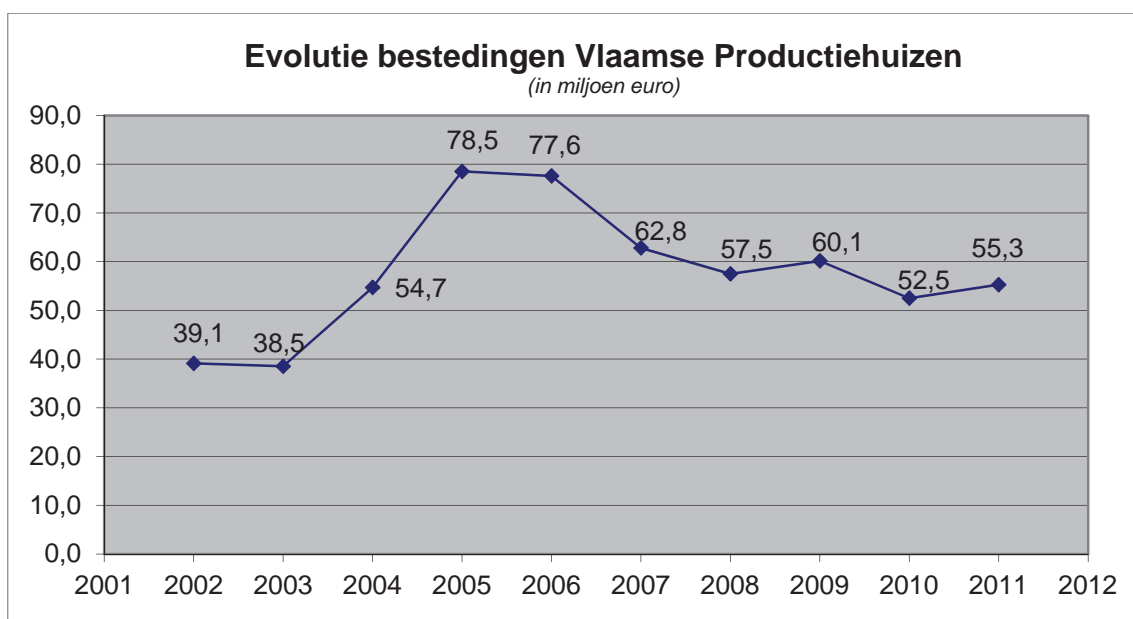
De VRT had strategische partnerschappen met *De Filistijnen, De Mensen, Hotel Hungaria, Studio 100* en *Woestijnvis* (tot half 2011).

Het exclusiviteitscontract met het productiehuis *Woestijnvis* liep af in juni 2011. Begin 2011 besliste de VRT om een overgangsjaar in te bouwen tot juni 2012 op basis van een niet-exclusief eenjarig contract met het productiehuis. Voor de periode na juni 2012 werd beslist dat *Woestijnvis* mee kan inschrijven op VRT-programmabriefings onder dezelfde voorwaarden als andere productiehuisen, op voorwaarde dat het productiehuis onafhankelijk zal opereren van het moederhuis *De Vijver* en zijn omroepen. Met deze beslissing kwamen er 18 miljoen euro middelen vrij voor de externe productiesector.

De openbare omroep wil een sterke stimulans geven aan de creatieve audiovisuele markt in Vlaanderen en de kwalitatieve en maatschappelijk relevante invulling van Eén en Canvas vrijwaren.

De samenwerking met het VAF bestond uit volgende producties: *Archibelge! Het lelijkste land ter wereld, Armoe troef!, Armoede in Vlaanderen, Bevergem, De donkere kamer van België, Otaku, Onvoltooid verleden, Otto's wondere wereld, Red Star Line (fictiereeks), The Red Star Line (documentaire), Parade's end, Picknick met taart, Red Sonja, Voor wat hoort wat, Wafels en spelen en ZOKs*.

2.2.2 EVOLUTIE BESTEDINGEN VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN



2.2.3 PRODUCTIECIJFERS

Radio

De totale radio-output bedroeg 86.787 uur.

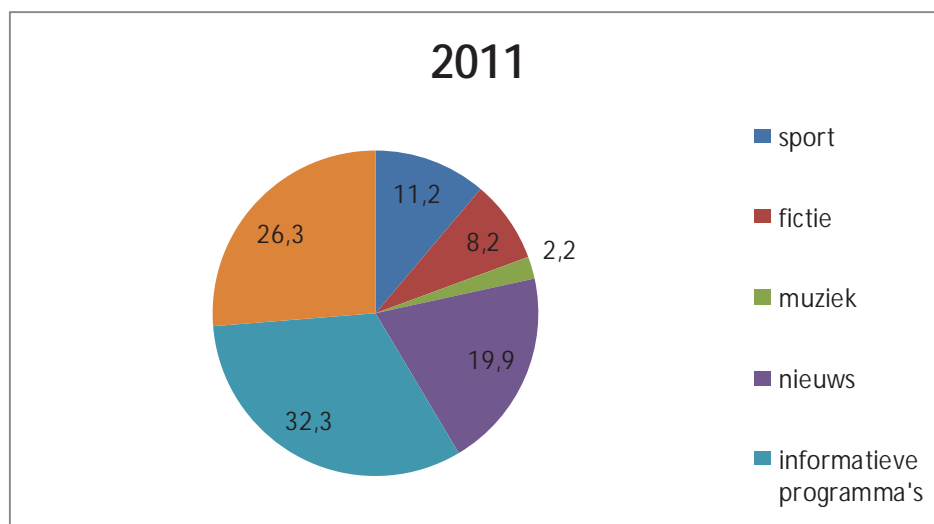
Televisie

De nettoprogrammazentijd voor televisie bedroeg 10.033 uur, een lichte stijging met 65 uur ten opzichte van 2010 (9.968 uur). De toename is te verklaren door Ketnet, dat zowel tijdens de week als in het weekend het aantal uitzenduren aanzienlijk uitbreidde (van 2.986 uur in 2010 naar 3.313 uur in 2011). Eén en Canvas zonden in 2011 respectievelijk 147 en 114 uur minder uit dan het jaar tevoren. 3.249 uur waren door de VRT geproduceerde tv-programma's die voor de eerste maal werden uitgezonden (dit is inclusief coproducties en producties in opdracht). Met inbegrip van de herhalingen was het volume eigen producties 5.362 uur. Dat is 53,4% van de nettoprogrammazentijd (55% in 2010).

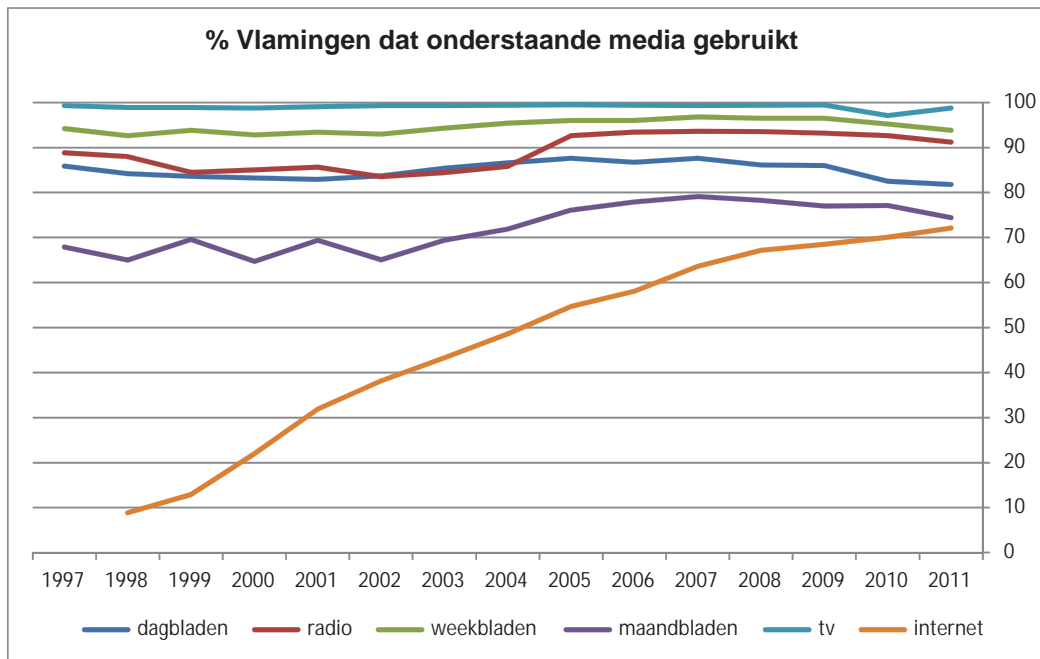
Eigen productie Eén en Canvas/Ketnet

(eerste uitzending: 3.249 uur)

Een "Eigen productie" betekent hier een productie die gemaakt werd door een intern productiehuis van de VRT, een commissioned productie (= een productie die uitbesteed is aan een extern productiehuis), of een coproductie.



2.3 BEREIKEN VAN DE VLAMING



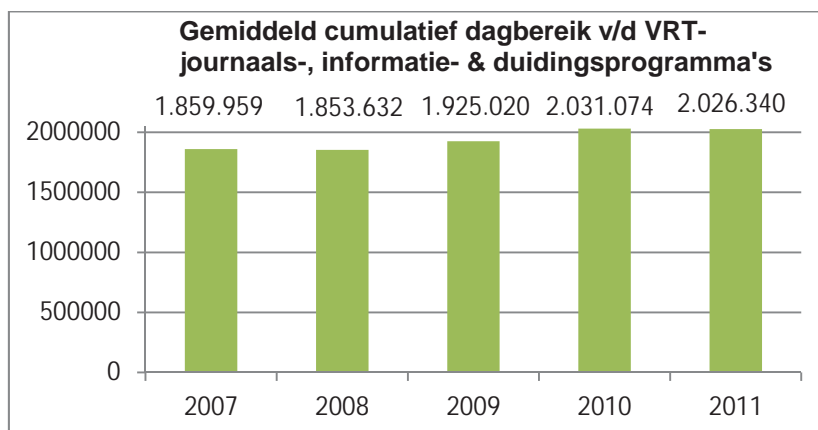
De evoluties in het globale mediagebruik worden verzameld in de Plurimedia-producten-Studie van het CIM. De stijging van het internetgebruik (websites en andere toepassingen) zet zich volgens deze studie door. 72,1% van de Vlaamse bevolking is nu online tegenover 70,1% vorig jaar. Het algemeen gebruik van tv en radio blijft relatief stabiel tegenover vorige jaren. De daling op lange termijn is het grootst bij de geschreven pers, de dagbladen, de week- en maandbladen.

2.3.1 TELEVISIE

De VRT-tv-netten bereikten samen op weekbasis **89,2%** van de televisiekijkende bevolking (89,9% in 2010). Wanneer ook de Vlamingen worden meegeteld die geen tv kijken, bereikte de VRT met haar tv-netten op weekbasis **78,8%** van alle Vlamingen van vier jaar en ouder. Dat is een lichte daling in vergelijking met 2010 (80,1%) en kan gedeeltelijk verklaard worden door een algemene lichte daling in televisiekijken (wekelijks bereik van 89,0% naar 88,3%). Per week keek gemiddeld **73,2%** van de Vlamingen minstens 15 minuten zonder onderbreking naar Eén en **52%** naar Canvas/Ketnet.

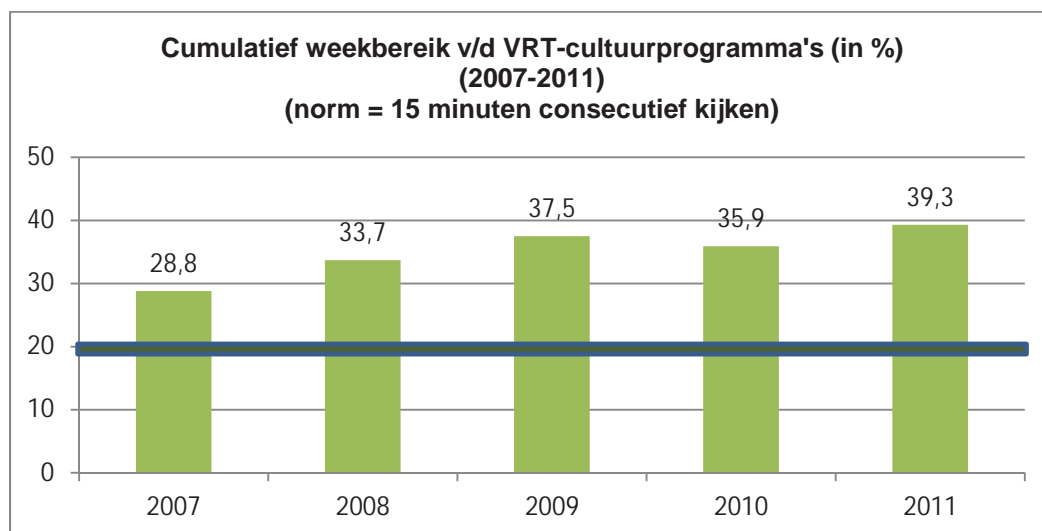
De Vlaamse kijker keek per dag gemiddeld **2 uur en 57 minuten** naar televisie, dat is precies evenveel als in 2010. De gemiddelde kijkduur voor Eén en Canvas/Ketnet samen per dag was **1 uur en 10 minuten**, amper 1 minuut minder dan het jaar voordien.

De beheersovereenkomst bepaalt dat de journaals en informatiemagazines op de tv-netten gemiddeld 60% van de VRT-kijkers moeten bereiken. **73,1%** van de VRT-kijkers (2.026.340 mensen) keek per dag naar een van deze programma's.



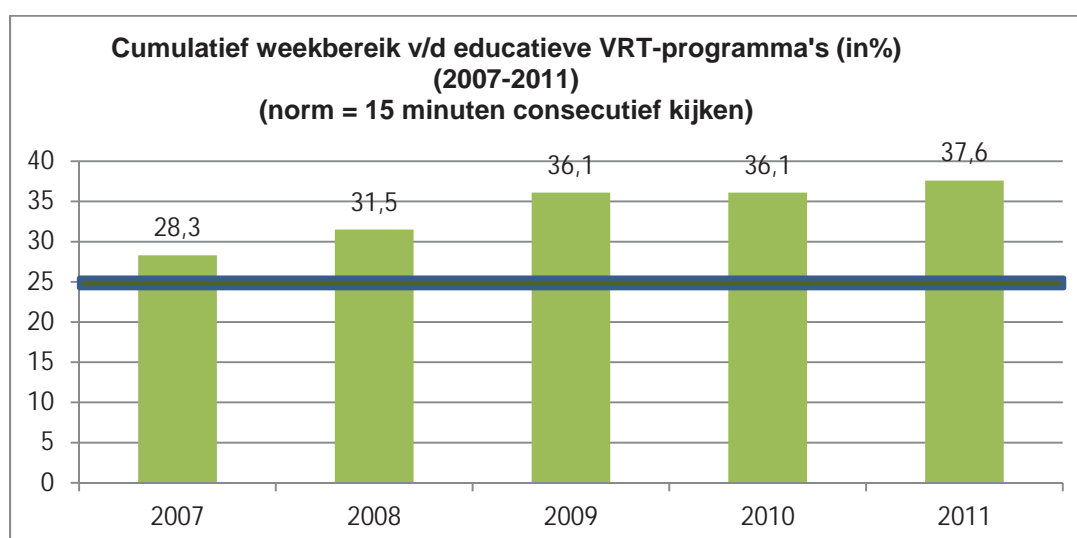
De beheersovereenkomst bepaalt dat de generalistische televisiekanalen met hun cultuuraanbod op weekbasis 20% van de bevolking moeten bereiken.

Eén en Canvas bereikten met hun cultuurprogramma's op weekbasis **39,3%** van de bevolking (35,9% in 2010). Deze stijging kan mede verklaard worden door een uitbreiding van het aanbod van cultuurprogramma's: in 2010 viel het aantal uitzendingen terug tot 1.639 (in 2009 waren dat er nog 1.947). In 2011 wordt opnieuw het niveau bereikt van 2009, namelijk 1.929 programma's. In vergelijking met 2010 waren er bijgevolg ook meer uitzenduren (1.002, dit is een toename van 93 uren vergeleken met het jaar tevoren).

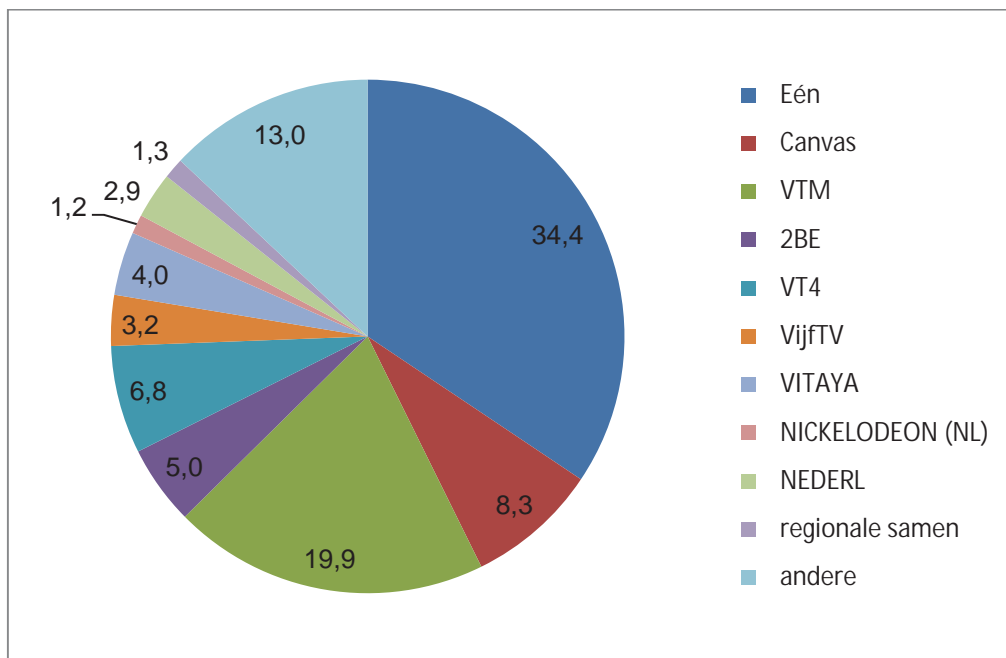


De beheersovereenkomst bepaalt dat de generalistische televisiekanalen met hun educatieve programma's op weekbasis 25% van de bevolking moeten bereiken.

De VRT-zenders behaalden met hun educatieve programma's een weekbereik van **37,6%**, een stijging tegenover 2010: toen bedroeg het weekbereik 36,1%. Ook hier speelt een toename van het aantal uitgezonden programma's mee: 2.453 uren in 2011 tegenover 1.845 in 2010. Dat vertaalt zich in een stijgend aantal uitzenduren: van 768 uren in 2010 naar 959 uren in 2011.

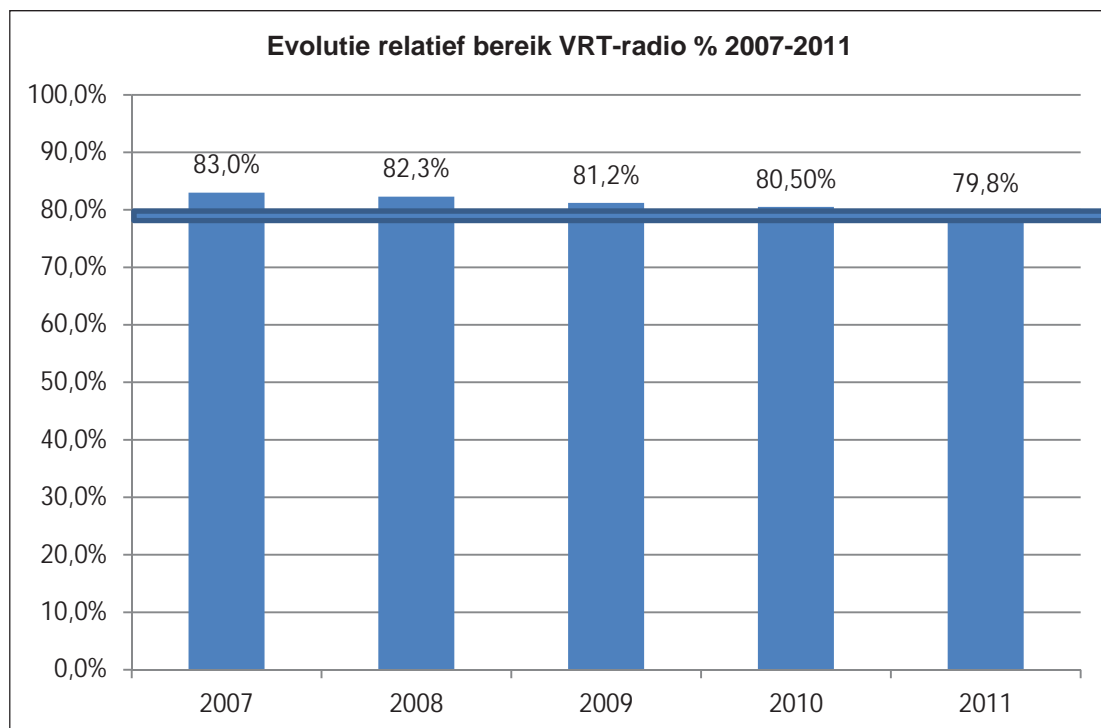


Marktaandeelen televisie

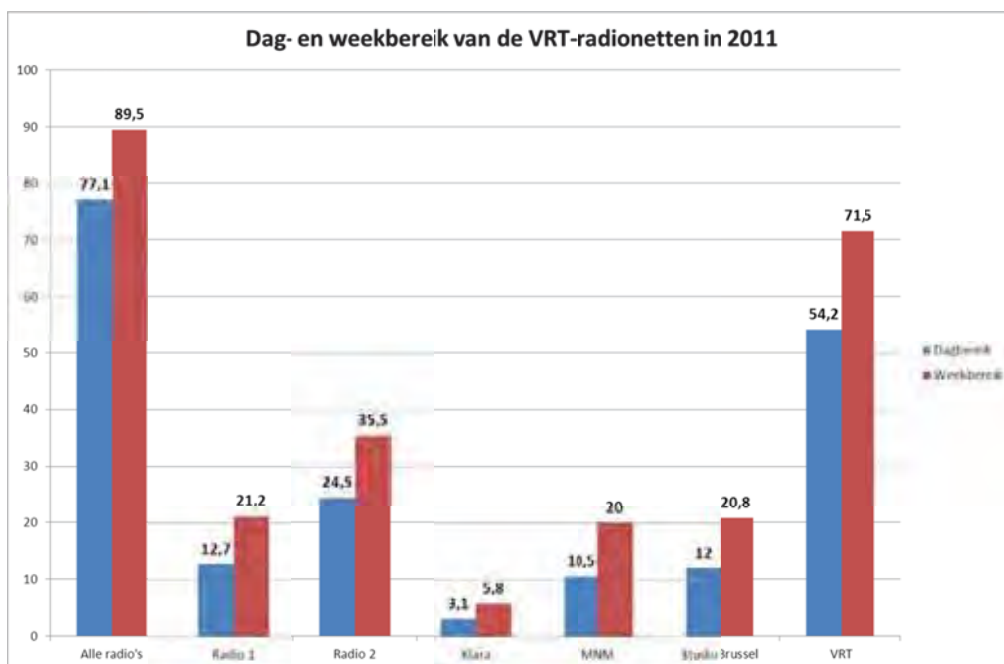


2.3.2 RADIO

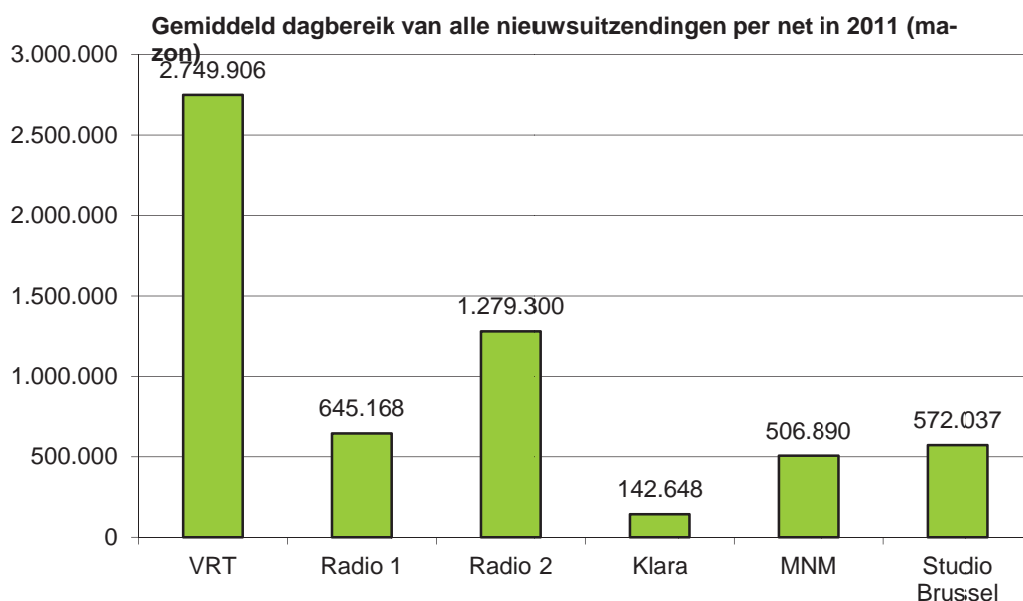
De radio gebruikt de CIM-cijfers om het relatieve weekbereik te berekenen. 3.830.124 personen luisterden minstens 10 minuten per week naar een van de radionetten. Daarmee haalde de radio een relatief weekbereik van **79,8%** en een absoluut weekbereik van 71,5%. Per dag bereikte de VRT 2.904.634 luisteraars of 54,2% van alle Vlamingen.



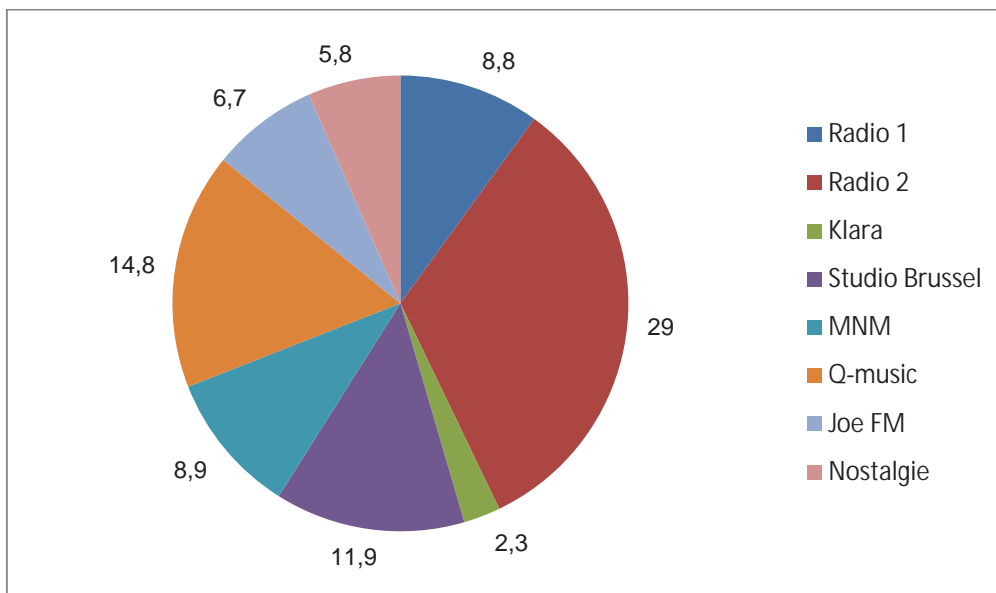
Radio voldoet qua relatief weekbereik net niet aan de vooropgestelde performantienorm uit de beheersovereenkomst. VRT-radio haalt 79,8% relatief weekbereik en de performantienorm ligt voor de periode 2007-2011 op 80%. Het radiolandschap is de afgelopen jaren veranderd, o.a. door de komst van Radio Nostalgie, die nationaal uitzendt. De radionorm is al die jaren ongewijzigd gebleven. Radio 2 had een absoluut weekbereik van 35,5%. Bij MNM bedroeg het absolute weekbereik 20%, bij Radio 1 21,2%, bij Studio Brussel 20,8% en bij Klara ten slotte 5,8%.



De beheersovereenkomst bepaalt dat de VRT met haar nieuwsbulletins op de verschillende radionetten per dag 80% van de VRT-luisteraars moet bereiken. Radio bereikte per dag **94,9%** van alle VRT-luisteraars met zijn nieuwsbulletins, of dagelijks 51,4% (of 2.749.906 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn.



Marktaandeel radio



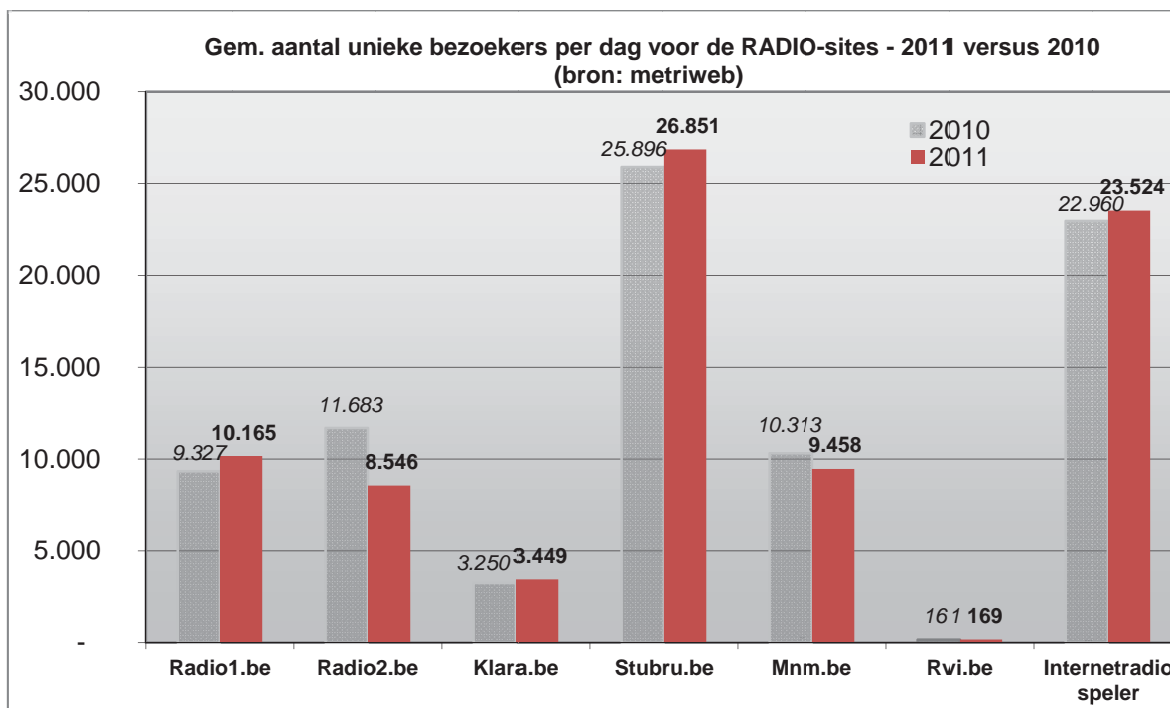
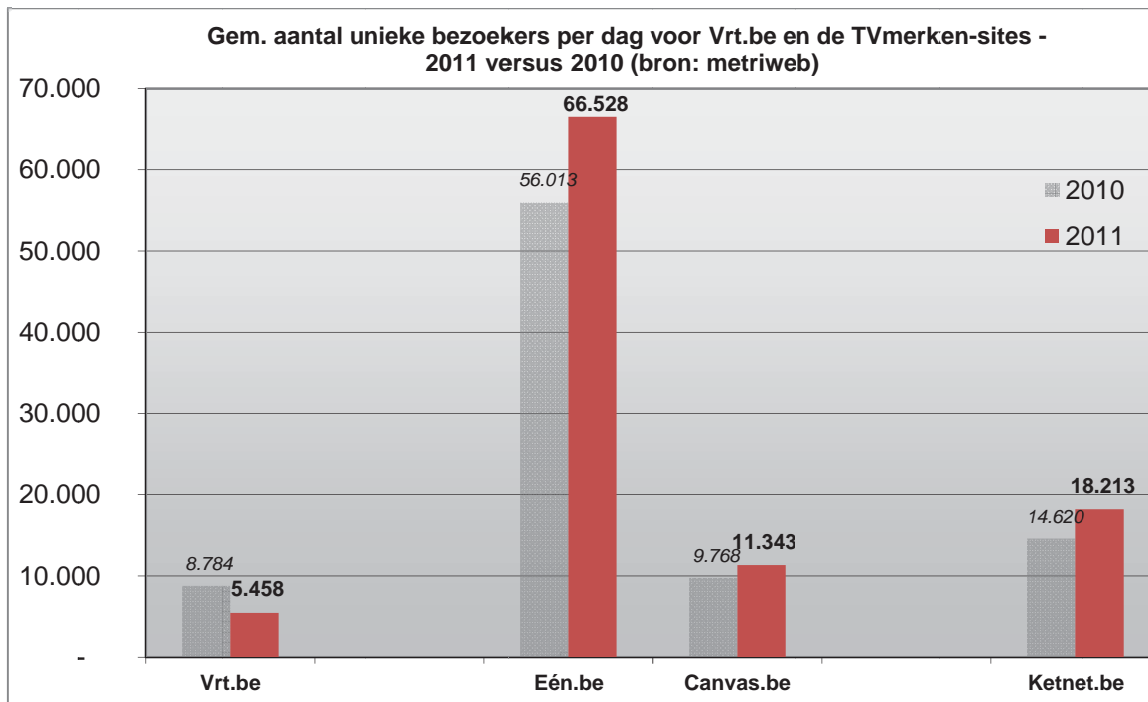
2.3.3 INTERNET EN MOBIEL

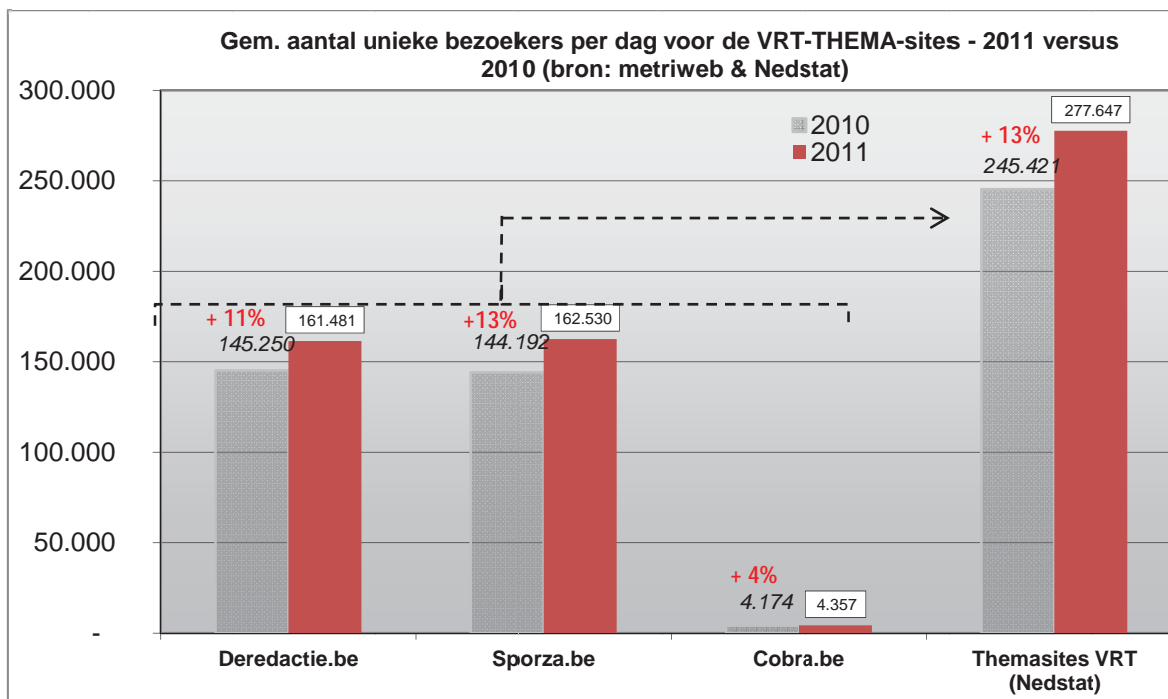
Het mediagebruik verandert snel. Om haar opdracht maximaal te kunnen waarmaken is het belangrijk dat de VRT haar aanbod op alle relevante schermen en platformen ter beschikking stelt. Het veranderend mediagebruik schept ook nieuwe mogelijkheden voor interactie en conversatie, zowel via eigen VRT-platformen als op sociale netwerken. Internet en mobiel zetten het afgelopen jaar de stijgende trend voort.

Wat internet betreft waren er gemiddeld 400.464 bezoekers per dag voor de VRT-websites. Dat is 12% meer dan in 2010. Ook de tv-websites krijgen meer bezoekers. *Dagelijkse kost* zorgt op topdagen zowat voor 50% van het verkeer op een.be. Het succes van Ketnet.be is vooral door de *Ketnetvideozone* (gelanceerd in juni 2010) te verklaren. Bij de radiowebsites is stubru.be de koploper. De 6^{de} editie van *Music for life* brak ook op het internet alle records.

Ook via mobiele toestellen trok *Music for life* sterk aan. Dagelijks werden om en bij de 4.000 iPad-bezoekers geteld. De Stubru-iPhone-app had tijdens *Music for life* tussen 2.000 en 2.500 mobiele bezoekers. Om het evenement nog meer te promoten werd een specifieke mobiele *Music for life*-app ontwikkeld voor zowel de iPhone als voor Google Android Smartphones.

Algemeen is het mobiel mediagebruik ondertussen zijn kinderschoenen ontgroeid, zowel via smartphones als via tablets. Sporza.be had per dag gemiddeld 21.119 mobiele bezoekers en 4.314 tabletbezoekers. Deredactie.be telde gemiddeld 14.340 mobiele bezoekers en 4.834 tabletbezoekers per dag. 9% van de bezoekers van deredactie.be raadpleegde de inhoud via een mobiel toestel en 4% via een tablet. Opvallend is dat de televisiesites meer tabletbezoekers hebben dan bezoekers met een smartphone. Dat geldt vooral voor ketnet.be.





2.3.4 INTERNETRADIOPELER

De bezoekerscijfers van de VRT-internetradiospeler (IRP) geven de indruk dat het internetradioluisteren stagneert, maar niets is minder waar. Uit de streamingstatistieken blijkt dat er dagelijks meer dan 65.000 internetluisteraars zijn. 30% luistert via de VRT-internetradiospeler, de overige 70% is voor rekening van alternatieve kanalen zoals iTunes en mobiel. Er werden 50 miljoen uren audio live gestreamd/beluisterd (+44%).

2.3.5 TELETEKST

De berichten die op deredactie.be en sporza.be verschijnen, komen in aangepaste vorm op VRT-Teletekst. Daarnaast bevat de service ook berichten over cultuur en media, weer en verkeer, financiën en de tv-gids. Teletekst bereikte dagelijks gemiddeld 472.916 gebruikers (Eén en Canvas samen). Dat is een aanzienlijke daling met 39%. Mediagebruikers maken voor hun instant nieuwsbehoeften meer en meer gebruik van online- en mobiele toepassingen. Toch maakt 8,1% van de televisiekijkende Vlamingen gebruik van VRT-Teletekst.

2.3.6 DIGITALE TELEVISIE

Het aantal IDTV-abonnees steeg met 16,5% tot bijna 1,7 miljoen, dat is minder dan de stijging die genoteerd werd tussen 2009 en 2010 (+28%). Het totaal aantal opvragingen lijkt gelijke tred te houden, maar dat is een enigszins misleidend beeld. De lichte groei is namelijk bijna volledig toe te schrijven aan de gratis journaals en de consumptie bij de *Net gemist*-abonnees, waarvan het absolute aantal sinds 2 jaar onveranderlijk rond de 27.000 blijft schommelen. De *Ooit gemist + 7 dagen* – toepassing, waar in 2010 nog een stevige groei was vast te stellen, lijkt tot stilstand gekomen.

	2009 Totaal	2010 Totaal	2011 Totaal	% evolutie
Aantal IDTV-abonnees	1.133.155	1.449.345	1.688.692	16,5%
Aantal NG-abonnees		+/- 27000	+/- 27000	+/- status quo
Journaal & weer	3.519.755	5.150.929	6.573.784	28%
NG	3.393.589	3.766.638	4.041.718	7%
OG +7d	840.801	1.228.861	1.270.539	3%
OG -7d	898.209	935.877	929.446	-1%
OG gratis/andere	66.938	41.445	38.744	-7%
Eindtotaal	8.719.292	11.123.750	12.854.231	16%

2.3.7 VIDEOCONSUMPTIE OP INTERNET

Alles samen werden 175 miljoen clips gestart (+17%). Vooral het videoaanbod van deredactie.be en sporza.be trekt de mediagebruiker aan, maar het aandeel van de merkensites neemt elke maand opnieuw toe. De sterkste stijgers zijn de videozone van Ketnet (+158%) gelanceerd in juni 2010, en *Dagelijkse kost* op Eén (+58%). De videocontent van Studio Brussel (-25%) wordt meer via andere sociale netwerkplatformen bekeken. *Villa politica* en het *Journal* van 13 uur zijn vaste afspraken voor video-live-streaming. Er zijn ook live-videostreams naar aanleiding van occasionele, speciale nieuws- of sportevenementen.

	2010	2011	Vershil
Deredactie.be	69.166.659	75.866.626	+10%
Sporza.be	56.421.933	64.008.335	+13%
Cobra.be	1.208.562	1.015.592	-16%
Een.be	8.084.229	12.764.060	+58%
Canvas.be	2.768.611	2.666.695	-4%
Ketnet.be	5.228.103	13.495.272	+158%
Stubru.be	7.800.366	5.888.101	-25%
Mnm.be	0	307.798	0%
Totaal	150.678.463	175.985.499	+17%

2.3.8 SOCIALE MEDIANETWERKEN (SMN)

Het aantal fans op Facebook en volgers op Twitter breidde uit en er werd een SMN-analysetoepassing geïntroduceerd. Studio Brussel heeft 196.711 fans (31 december) op Facebook. Sporza heeft de kaap van 100.000 fans overschreden en MNM verdubbelde het aantal fans tot 42.629. Een.be en Canvas.be hebben naast hun merkenfanpagina een aantal sterk scorende programmafanpagina's op Facebook: *Basta* (153.813 fans), *Zonde van de zendtijd* (110.638 fans), *Mag ik u kussen* (38.708 fans), *Thuis* (28.177 fans) en *Dagelijkse kost* (22.540 fans).

	31/12/2011	aangroei %
Deredactie.be: aantal FB-fans	20.178	35%
Sporza.be: aantal FB-fans	110.611	41%
Cobra.be: aantal FB-fans	15.958	30%
Eén.be: aantal FB-fans	4.034	159%
Canvas.be: aantal FB-fans	19.285	57%
Radio1.be: aantal FB-fans	8.920	82%
Stubru.be: aantal FB-fans	196.711	44%
Mnm.be: aantal FB-fans	42.629	106%

De absolute aantallen bij Twitter blijven bescheiden, maar de procentuele groei toont een duidelijke opmars.

	31/12/2011	aangroei %
Deredactie.be: aantal TW-followers	29.647	435%
Sporza.be: aantal TW-followers	19.272	234%
Sporza-koers: aantal TW-followers	17.238	207%
Cobra.be: aantal TW-followers	1.232	338%
Eén.be: aantal TW-followers	2.834	388%
Canvas.be: aantal TW-followers	7.231	328%
Radio1.be: aantal TW-followers	9.296	176%
Stubru.be: aantal TW-followers	49.501	280%
Mnm.be: aantal TW-followers	10.458	298%

HOOFDSTUK 3 - MENSEN EN MIDDELEN

3.1 MENSELIJK KAPITAAL

Een van de gevolgen van het besparingsplan was de uitstroom van 293 medewerkers. Deze personeelsleden tekenden in 2010 vrijwillig in op een aantal uitstroommaatregelen. De uitstroom liet zich vooral dit jaar voelen. Voor een aantal afdelingen verhoogde de werkdruk en bij andere diensten moest de dienstverlening aangepast worden. Ondanks de besparingscontext werd blijvend geïnvesteerd in de creativiteit en het talent van de medewerkers: in 2011 werden 960 opleidingsmodules georganiseerd waaraan 2.031 medewerkers hebben deelgenomen. Dat komt neer op bijna 14 uren opleiding per medewerker. In september kwam een nieuw algemeen directeur HR in dienst.

3.1.1 SAMENSTELLING PERSONEELSBESTAND

De VRT had op 31 december 2011, 2.518 actieve personeelsleden in dienst of 2.316 voltijds equivalenten². 30% van de medewerkers was statutair, 70% was contractueel. 38% van de actieve medewerkers was een vrouw, 62% een man. Bij de managers was 38% een vrouw.

De verdeling van de medewerkers volgens contractsoort

bepaalde duur	59
onbepaalde duur	1645
statutair	762
vervangingscontract	52

De verdeling volgens directie

	VTE	actieven
Beleid	58,7	81
Productie & OA	1691,8	1850
Media	101,7	112
Algemene diensten	388,4	387
HR	75,4	88

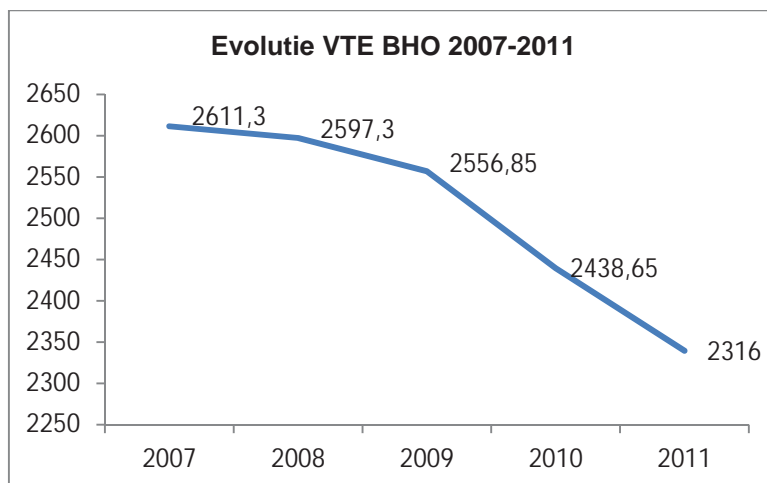
De verdeling volgens leeftijd

tot en met 29 jaar	262
30 – 39 jaar	742
40 – 49 jaar	687
50 - 59 jaar	753
vanaf 60 jaar	74

De verdeling van de medewerkers over de tien functieklassen

1	3
2	92
3	215
4	696
5	664
6	737
7	61
C	42
B	3
A	5

² Dit aantal bevat niet de 34 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, 43 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 117 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en –onthefingen, gedetacheerden, e.d.)



3.1.2 JOBKANSEN

128 nieuwe medewerkers traden in dienst, 221 medewerkers verlieten de VRT (o.a. uitstroom en pensioen). Door interne mobiliteit kregen 250 medewerkers een andere functie of gingen naar een andere dienst. Ondanks een lager aantal vacatures wil de VRT zich nog steeds als een aantrekkelijke werkgever positioneren. Vacatures en ruimere informatie over werken bij de VRT worden op de jobsite gepubliceerd. De VRT-jobsite werd als onderdeel van de nieuwe VRT-website ook geüpdatet. De meeste vacatures werden intern bekendgemaakt. VRT-medewerkers konden solliciteren via een interne sollicitatiewizard. 83% van alle vacatures werd door interne doorgroei ingevuld. De VRT ontving 810 sollicitaties voor gepubliceerde vacatures. 690 mensen solliciteerden spontaan online en 233 studenten deden een stage bij de VRT.

3.1.3 OPLEIDING & ONTWIKKELING

Over een periode van vijf jaar nam 85% van alle medewerkers deel aan een formele opleiding. De performantienorm voor de periode 2007-2011 was vastgelegd op 100%. Het is echter onmogelijk om alle medewerkers te bereiken via de klassieke opleiding. Bovendien is het aanbieden van formele opleidingen maar een aspect van het ontwikkelen van de medewerkers. Opleiding & Ontwikkeling legt steeds meer de nadruk op de ondersteuning van het informele leren door het inschakelen en opleiden van mentoren en coaches en sessies van kennisdelen. Meer dan de helft van het leren gebeurt via leren in de werkomgeving.

3.1.4 TELEWERKEN

Op 31 december waren er 489 telewerkers. Dat is 19,4% van de actieve personeelsleden. 397 medewerkers werkten regelmatig thuis, 31 medewerkers werkten regelmatig vanuit een satellietkantoor en 61 deden beide.

3.1.5 AFWEZIGHEDEN.

Bij de registratie van afwezigheden van medewerkers wegens ziekte, zwangerschap, arbeidsongeval of beroepsziekte gebruikt de VRT dezelfde kengetallen voor absenteïsme als de Vlaamse overheid. De gemiddelde afwezigheidsduur wegens ziekte is tegenover vorig jaar lichtjes gestegen (3 %). Het gemiddeld aantal dagen afwezigheid wegens arbeidsongeval of beroepsziekte is gestegen met 5,38 dagen, maar de frequentie van de afwezigheden wegens arbeidsongeval of beroepsziekte is gedaald van 0,05 tot 0,03.

	ziekte	zwangerschap	arbeidsongeval of beroepsziekte	totaal
Afwezigheidspercentage (*)	4,03	0,55	0,18	4,75
Afwezigheidsfrequentie (**)	1,29	0,02	0,03	1,34
gemiddelde afwezigheidsduur (***)	12,05	nvt	23,12	nvt

(*) Het aantal werkdagen afwezigheid (voltijds + deeltijds), gedeeld door het aantal volgens de uurroosters te werken dagen, vermenigvuldigd met honderd.

(**) Het aantal nieuw begonnen voltijdse afwezigheidsperiodes, gedeeld door de personeelscapaciteit in voltijds equivalenten, gebaseerd op de uurroosters.

(***) Het aantal kalenderdagen afwezigheid, gedeeld door het aantal voltijdse afwezigheidsperiodes.

De personeelsleden met detachering, met ambtsopheffing of –onthefing en met verlof met wedde voor pensioen worden niet meegeteld.

3.1.6 SOCIAAL OVERLEG

Tijdens de voorbereiding van de Beheersovereenkomst 2012-2016 was er uitgebreid overleg met de vakverenigingen. Vanaf het najaar concentreerde het overleg zich op het informeren van de sociale partners over de ambities en de visie van de VRT, in aanloop naar veranderingen op HR-gebied die in 2012 het onderwerp van het sociaal overleg zullen vormen.

3.1.7 AANDACHT VOOR MILIEU EN ENERGIE

De VRT werkte aan de verkleining van haar ecologische voetafdruk en de vermindering van haar CO₂-uitstoot.

Dat gebeurde op verschillende manieren:

- groene energie in alle gebouwen;
- energiebesparing en energie-efficiency-traject in de gebouwen;
- deelname aan klimaatacties (Dikketruiendag, Earth Hour, Bike to work);
- mobiliteitsplan met 100% terugbetaling openbaar vervoer, fietsvergoeding en carpoolvergoeding;
- aandacht voor recycling van afval met o.a. gescheiden ophalen van PMD, papier en restafval;
- aanbod van vegetarische schotels in het personeelsrestaurant.

3.2 TECHNOLOGIE

De VRT vernieuwt de nieuwsstudio Studio 1. Dit project werd in 2011 gestart en loopt door in 2012 met geplande indienstneming in het eerste kwartaal van 2013.

Voor radio werden de nieuwswagens, de middelgrote radioreportagewagen en de multispoorcaptatiewagen vernieuwd.

De televisietransmissiewagens werden eveneens vernieuwd. Dat ging gepaard met een technologische upgrade van de hele encoder/decoder-infrastructuur voor contributie.

Er werd een nieuw lijnencentrum gebouwd voor de contributielijnen van radio en televisie (ingebruikname gepland in maart 2012). Naast een technologische upgrade (verhoging van de lijnen- en schakelcapaciteit, upgrade voor verwerking van hogedefinitie signalen) maakt het gebruik van nieuwe technologieën zoals virtualisatie van de configuratie ook een aantal efficiëntiewinsten mogelijk. Tot slot werd ook de centrale opslagomgeving voor het digitale productieplatform vernieuwd, waardoor betere systeemprestaties tegen lagere kosten mogelijk worden en ook de toekomstige upgrade naar verwerking van hd-bestanden voorbereid wordt.

3.3 INNOVATIE

De VRT had tot eind 2011 een afdeling Onderzoek & Innovatie in Gent, het VRT-medialab. Het medialab deed onderzoek in de mediasector naar het ontwikkelen, beheren en verspreiden van mediacontent. De resultaten daarvan werden ter beschikking gesteld van de andere spelers in het Vlaamse medialandschap. Hoewel de focus op de Vlaamse mediamarkt lag, streefde het VRT-medialab ook samenwerking op Europees en wereldvlak na. De opgebouwde expertise resulteert in vijf spin-offs: drie daarvan zijn al opgericht, twee spin-offs zijn nog in voorbereiding.

Het project MediaLoep, over geavanceerde zoektoepassingen voor omroepen, werd afgerond. Dergelijke toepassingen kunnen zorgen voor een beter beheer van de informatie die over mediamateriaal beschikbaar is - de zogenaamde metadata - zodat ze efficiënter, creatiever en multimediaal inzetbaar kan worden gemaakt.

In het project Lingo werden de mogelijkheden van *serious gaming* en *educatieve games* binnen leertechnologieën verkend, waarbij de focus op taalleren lag. Dit project bundelde de krachten van een aantal industriële actoren uit de commerciële game-industrie en de taalopleidingsindustrie die ieder expertise hebben op het gebied van game-technologie en onderzoek op dat gebied, wat leidde tot de constructie van een proefopstelling die het potentieel van het formaat aantoont.

In het project Vlaanderen in Beeld, dat verder bouwde op de onderzoeksresultaten van het project BOM-Vlaanderen, werd een experimenteel ontwerpplatform opgezet voor de verdeling van en de toegang tot archiefbeelden van de Vlaamse omroepen. Het doel was om zo het pad te effenen voor een Vlaams Audiovisueel Archief. Het project SMIF beoogt het bouwen van een gemeenschappelijk

platform voor de Vlaamse mediabedrijven en uitgeverijen waarmee zij nieuwe bedrijfsmodellen kunnen realiseren, bv. voor de digitale verspreiding van kranten en magazines of voor gepersonaliseerde televisie.

Daarnaast participeerde het VRT-medialab ook in Europese projecten: over 3DTV in het project JEDI en over gestructureerde metadataformaten voor archiefsystemen in het project Mediamap. In het project TOSCA-MP wordt onderzoek gedaan naar gebruiksvriendelijke annotatie- en zoekapplicaties voor programmamakers en archivariissen wanneer zij samenwerken over het internet.

In het project MediaSquare exploreerde het VRT-medialab de mogelijkheden om de digitale consument beter te bedienen, zoals met een sociaal netwerkplatform specifiek voor de media in Vlaanderen of met zogenaamde tweedeschermtoeepassingen die een meerwaarde toevoegen aan de traditionele lineaire media-ervaring. Door concrete realisaties in de programma's *Villa Vanhilt*, *Ook getest op mensen* en *Back in the USSR* werden de nieuwe concepten verfijnd. In het daarmee gekoppelde project MediaCRM werd bestudeerd hoe door analyse van het consumptie- en interactiepatroon van mediaklanten een aanbod kan worden voorgesteld dat meer op hun maat gesneden is. De verzamelde gegevens bieden bovendien ook nieuwe mogelijkheden voor de adverteerders (bijvoorbeeld door gerichte reclame) en programmamakers.

In het project CHAMP werd een innovatief proefplatform gebouwd dat het voor programmamakers mogelijk maakt op een efficiëntere manier samen te werken met behulp van mobiele toestellen zoals laptops, tablets en smartphones. Deze ontwikkeling gebeurde in samenwerking met Sputnik TV en met VRT Productie.

Het team van het VRT-medialab gaf drie technische seminars in samenwerking met MediaNet Vlaanderen en schreef 25 wetenschappelijke artikels, die gepresenteerd werden op toonaangevende nationale en internationale conferenties (Belgian Broadcast Days, IBC, SMPTE Technical, EBU).

Het VRT-medialab participeerde ook actief in verschillende EBU expert communities en werkgroepen, meer specifiek rond metadata (ECM), geïntegreerde productie (ECI), video (ECV) en platformen & services (ECP).

HOOFDSTUK 4 - KWALITEIT

Inspelen op de politieke, sociale en culturele noden van de samenleving en het realiseren van kwaliteit vormen de grondslag van een publieke omroep. De VRT ontwikkelde in 2009 de waarderingsmonitor voor het meten van relevantie, efficiëntie en maatschappelijke impact.

Het model van de VRT maakt een onderscheid tussen verschillende soorten kwaliteit.

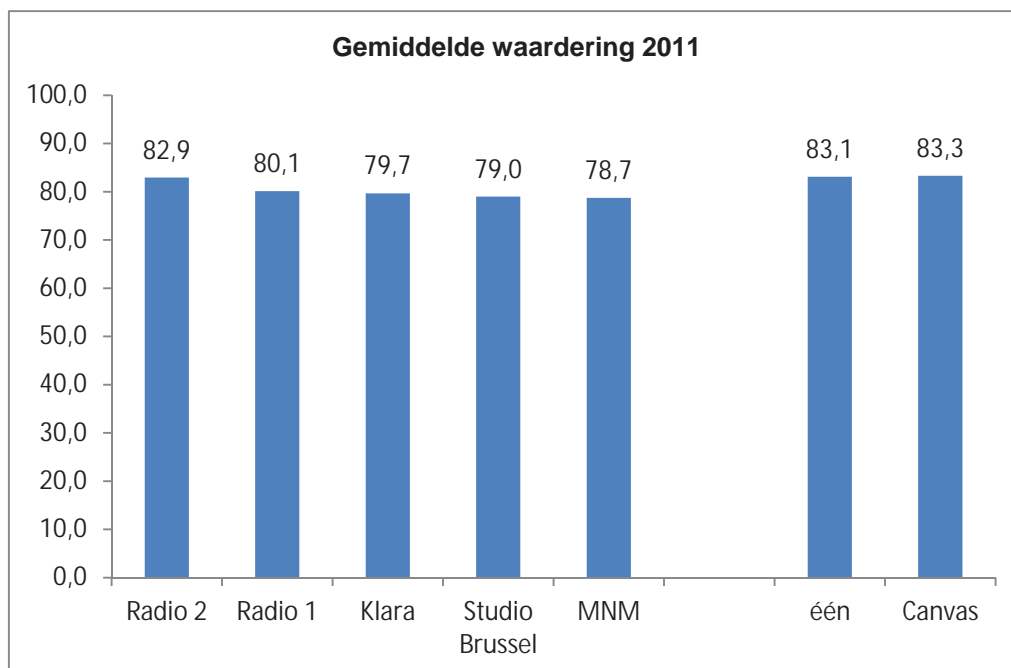
Functionele kwaliteit is de mate waarin het aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de mediagebruiker: Hoeveel mediagebruikers worden bereikt? Hoe tevreden zijn ze over de programma's, de netten en de VRT als geheel?

Publieke en ethische kwaliteit is de mate waarin het VRT-aanbod voldoet aan de noden van de maatschappij. Daarbij worden gemeten: (a) de aandacht voor de openbare omroepdomeinen en (b) de maatschappelijke rol en impact van de VRT aan de hand van vijf parameters (diversiteit, innovatie, informatief, maatschappelijke impact en kwaliteit). Deze parameters worden concreet ingevuld op basis van de perceptie van de mediagebruiker. Daarnaast worden deze variabelen ook gemeten aan de hand van inhoudelijke programma-analyses, de inventarisatie van het gebruik van nieuwe technologieën, de publieke opkomst bij VRT-evenementen en de samenwerking met partners.

4.1 FUNCTIONELE KWALITEIT

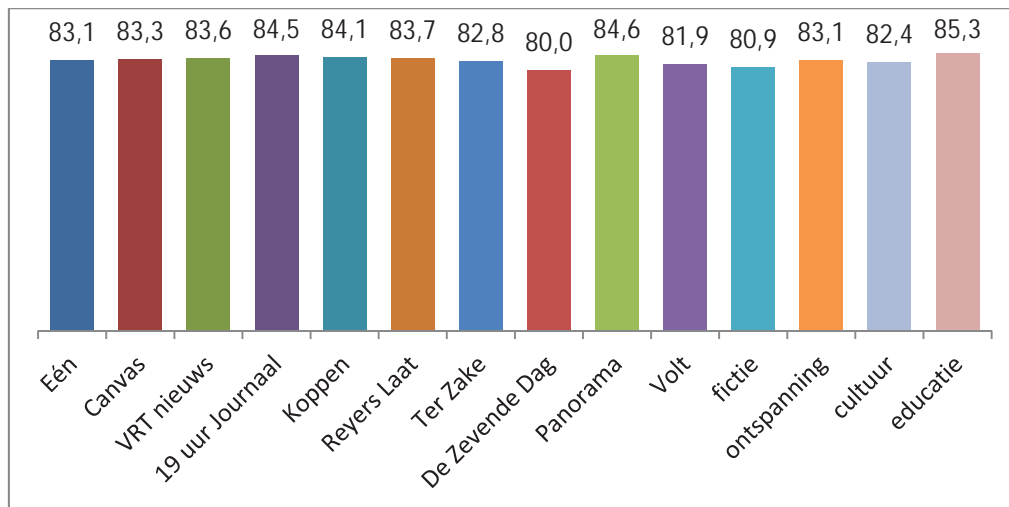
Waarderings- en tevredenheidsonderzoek naar omroep, medium, net en programma

Bij de radiozenders zien we dat de programma's van Radio 2 gemiddeld het hoogst gewaardeerd worden door de luisteraars (82,9 op 100). Dit maakt van Radio 2 de meest beluisterde en de hoogst gewaardeerde radiozender. Radio 1 en Klara krijgen voor hun programma's een score van gemiddeld 80, de programma's van de jongerenzenders Studio Brussel en MNM worden iets lager gewaardeerd.



De televisiezenders behalen gemiddeld een hogere programmascore. We kunnen de verschillende media echter niet met elkaar vergelijken. Het gaat steeds om een andere en specifieke mediarealiteit. We stellen vast dat Eén en Canvas zeer dicht bij elkaar liggen wat betreft de gemiddelde programmascore.

De waardering van de tv-programma's, zenders en programmagenres (uitgedrukt in percentages)



4.1.1 WAARDERINGSMONITOR

Sinds oktober 2009 verzamelt de VRT waarderingcijfers over haar programma's en over die van de andere Vlaamse zenders. Een uitgebreid panel - gemiddeld 4.000 individuen van 14 jaar en ouder uit alle lagen van de Vlaamse bevolking - geeft dagelijks aan wat het goed en minder goed vindt aan het Vlaamse media-aanbod. De waarderingmonitor meet de relevantie en de efficiëntie van de openbare omroep.

De resultaten uit de waarderingmonitor vormen sinds de lancering een essentieel onderdeel van elke programma-evaluatie, zowel voor radio als televisie. De VRT hield op andere manieren de vinger aan de pols bij de Vlaamse mediagebruikers. Dat gebeurde door kwalitatief onderzoek naar de noden en de meningen van het publiek. Resultaten werden meegenomen in de opbouw van programmaschema's, de uitwerking van programma's, maar ook de bijsturing van de verschillende netten.

4.1.2. PRIJZEN EN NOMINATIES

De VRT heeft 77 nominaties en 64 prijzen in de wacht gesleept.

Een selectie:

- Vlaamse Televisiesterren: *Dubbelleven* (Eén) in de categorie *drama*, *De school van Lukaku* (Eén) in de categorie *reality*, *Dagelijkse kost* (Eén) in de categorie *lifestyle*, *Het Journaal* (Eén) in de categorie *informatie*
- Diapason d'Or voor *Canvas klassiek*
- Zesde Vijs van de vereniging Skepp voor *Ook getest op mensen* (Eén)
- Benelux Event Award voor *Line Extensions (10 jaar De rode loper)*, (Eén)
- CCB Gold Award voor de *Deel je ouders* campagne (Studio Brussel) in de categorie *Outdoor ambient*
- CCB Gold Award voor de *Neem 's op actie* (Radio 1) in de categorie *Media/radio*
- E-safetyteam van Child Focus verkiest ketnet.be tot beste kinderwebsite van België
- FIPA: zilveren medaille voor *Canvas klassiek*: Collegium Vocale Gent in de categorie *Performing Arts*
- Dexia Persprijs voor *Mea culpa Bisschop Harpigny (De ochtend)*, (Radio 1) in de categorie *radio*
- De reportage *Te gek om los te lopen* van Dirk Leestmans over internering won de Loep, de prijs voor onderzoeksjournalistiek in Vlaanderen en Nederland, en de Nederlandse persprijs Jacques van Veen voor juridische verslaggeving.
- Site van het jaar (Clickx): Ivan De Vadder (Twitter), een.be (Televisie en Radio), *Dagelijkse kost* (Eten en Drinken en Apps), ketnet.be (Jeugd).

4.1.3 KLANTENRELATIES

De mediagebruiker kan met al zijn vragen, opmerkingen en klachten terecht bij de Klantendienst. Dat kan via mail of telefoon. In de praktijk vinden meer en meer mensen het antwoord op hun vraag via de VRT-websites. Door een proactieve aanpak - met een kennisbank met 1.500 actuele vragen en antwoorden op alle VRT-sites - is het aantal klantcontacten met bijna 12% teruggebracht, terwijl de klantenservice sterk is toegenomen.

De VRT rapporteert ook jaarlijks over haar klachtenbeleid aan de Vlaamse Ombudsman. De permanente rapportering van klachten en feedback van de mediagebruiker heeft bij het management geleid tot een snellere aanpak van occasionele problemen. Structurele problemen komen vooral voor op technologisch vlak, en zijn vaak moeilijk op korte termijn op te lossen.

VRT Communicatie tekende het Charter voor Klantvriendelijkheid. Hiermee geeft de openbare omroep een signaal voor een kwaliteitsbeleid aan de mediagebruiker en wordt de interne bewustmaking versterkt.

4.1.4 TAALGEBRUIK

De VRT heeft, samen met de Nederlandse Taalunie, voor de vierde keer een Taaldag georganiseerd. Het centrale thema was de kleur en verstaanbaarheid van omroep taal. Op de dag presenteerden wetenschappers van de Universiteit Antwerpen de eerste resultaten van hun onderzoek naar de toegankelijkheid van nieuwsberichten en werd gedebatteerd over het voorstel tot vernieuwing van het taalbeleid. Ook in de media is het debat gevoerd.

De Raad van Bestuur en de directie behouden het gebruik van standaardtaal als omroep taal en blijven ze als norm stellen. Dat past ook in de Beheerovereenkomst 2012-2016, waarin de VRT zich blijft engageren tot het hanteren van een hoge kwaliteitsstandaard. De openbare omroep rekent het tot zijn opdracht om mee de taalnorm in Vlaanderen te bepalen. Hij zal de standaardtaal in verschillende registers gebruiken, zonder te verglijden in dialect of tussentaal. In de toekomst zal er strenger op worden toegezien. In bepaalde fictieprojecten kan wel van de standaardtaal worden afgeweken. Maar ook hier is het VRT-taalbeleid duidelijk: fictie voor kinderen wordt met bijzondere aandacht voor de standaardtaal gemaakt.

Deze beslissing wordt in 2012 uitgewerkt tot een nieuw taalcharter, dat de programmamakers een houvast moet bieden en de taalkwaliteit moet garanderen.

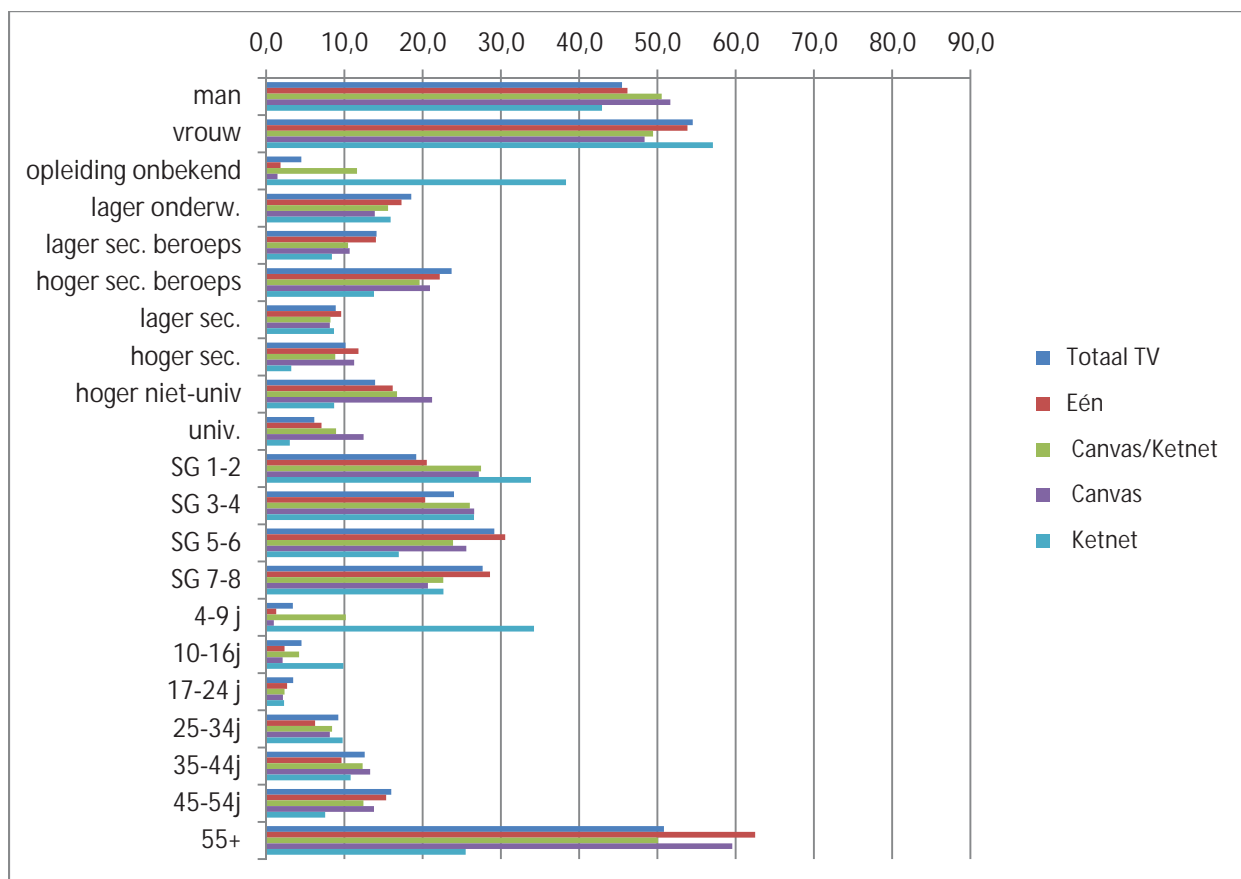
Het afgelopen jaar werd VRTtaal.net geheel vernieuwd. De nieuwe website behandelt ruim 25.000 taalkwesties en wordt ontsloten door een krachtige zoekmachine. Er is meer ruimte voor audio en video, en voor nieuws en weetjes over taal. De Taalmail bereikt alle VRT-medewerkers en ruim 24.000 geïnteresseerden buiten de omroep. De taaladviseur behandelde ongeveer 2200 vragen en reacties van VRT-medewerkers en mediagebruikers. Het aantal vragen van mediagebruikers is sterk gedaald doordat op VRTtaal.net naar de Taaltelefoon, de taaladviesdienst van de Vlaamse overheid, wordt verwezen.

De VRT en Van Dale Uitgevers hebben voor de tweede keer de verkiezing van het Vlaamse Woord van het Jaar gehouden. Alle radionetten, tv-netten en websites hebben elk op hun manier aandacht aan de verkiezing geschonken en het publiek ertoe opgeroepen woorden te nomineren en te stemmen. Voor het eerst verkozen de Ketnet-kijkertjes hun Kinderwoord van het Jaar.

4.2 PUBLIEKE KWALITEIT

UNIVERSALITEIT EN COMPLEMENTARITEIT

De VRT heeft de opdracht met haar aanbod in te spelen op de mediabehoefte van zo veel mogelijk Vlamingen. Dankzij het diversifiëren van haar aanbod slaagt de VRT erin alle Vlamingen, ongeacht hun leeftijd, geslacht of sociale groep, te bereiken. De bevolkingsgroepen die elk net bereikt, vallen nauw samen met de bevolkingsgroepen die elk net wenst te bereiken.

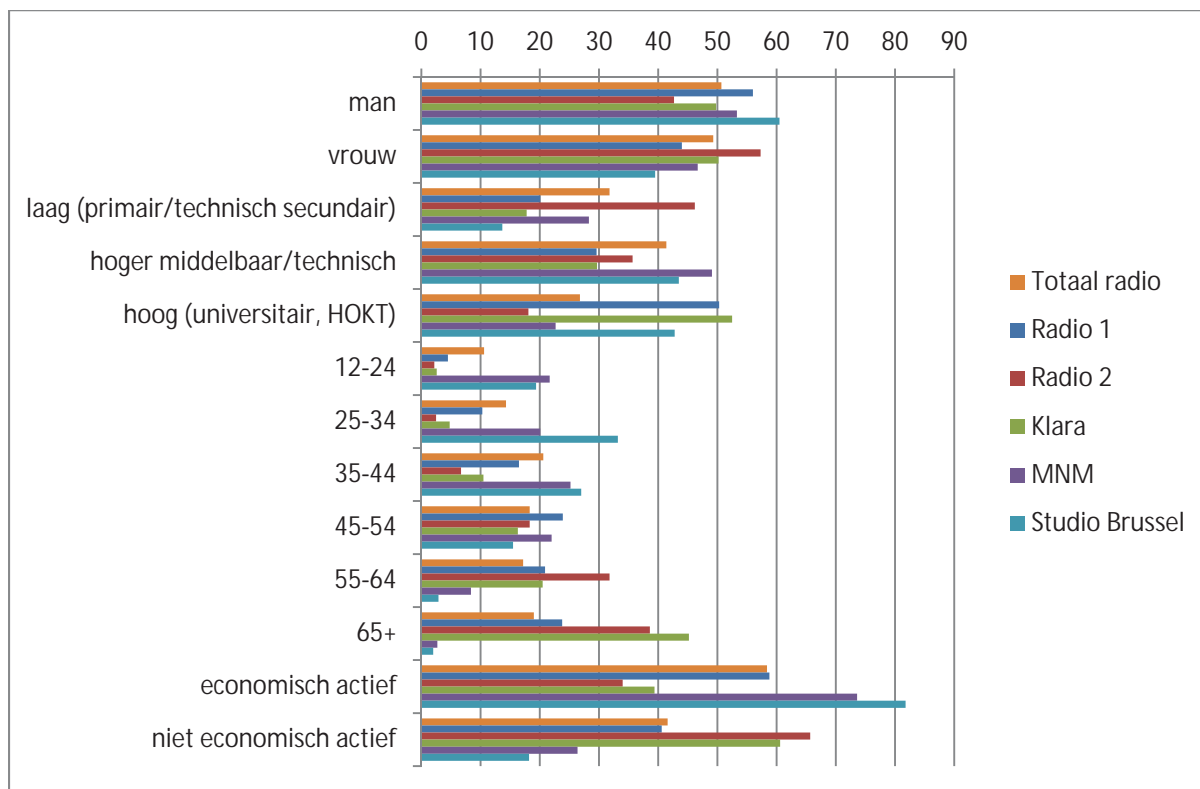


Totaal TV: alle zenders die door het CIM gemeten worden.

De VRT heeft de opdracht met haar aanbod in te spelen op de mediabehoefte van zo veel mogelijk Vlamingen. Het is de taak van Eén om een zo breed mogelijk publiek aan te spreken. Wanneer we het profiel van de Eén-kijker vergelijken met dat van de televisiekijker in het algemeen, valt op dat ze op het vlak van opleidingsniveau, sociale groep en man/vrouw-verdeling zeer gelijkaardig zijn. Het publiek van Eén is dus een mooie weerspiegeling van het algemene televisiepubliek. Wat leeftijd betreft, zijn er verhoudingsgewijs iets meer oudere kijkers binnen het publiek van Eén dan binnen het algemene televisiepubliek.

Canvas heeft traditioneel een iets hoger opgeleid publiek en dat is ook dit jaar het geval. Daarnaast is het publiek van Canvas iets mannelijker en telt het net als Eén iets meer oudere kijkers binnen zijn publiek.

Ketnet bereikt uiteraard vooral kinderen en jongeren: 44,1% van het publiek van Ketnet is jonger dan 17 jaar.



Totaal radio : alle zenders die door het CIM gemeten worden.

Uit de (jaarlijkse) complementariteitsanalyse van de VRT-studiedienst blijkt dat de vijf radionetten (Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel) samen de hele samenleving in al haar sociodemografische facetten blijven bereiken. De netten onderscheiden zich qua geslacht, leeftijd, beroep en opleiding. Als men de netprofielen combineert, vullen ze elkaar aan. Alle lagen van de bevolking kunnen zich in het totale radioaanbod terugvinden.

4.3 ETHISCHE KWALITEIT

4.3.1 DIVERSITEITSBELEID

Diversiteit loopt als een rode draad door het aanbod en de organisatie. In het voorjaar kreeg diversiteit een plaats hoog in de organisatie onder de algemeen directeur Productie. Er werd gekozen om via een projectaanpak de doelstellingen van de beheersovereenkomst te realiseren en ervoor te zorgen dat de VRT zowel in aanbod, beeldvorming als tewerkstelling een weerspiegeling van de Vlaamse samenleving is en alle Vlamingen bereikt.

Er werden zes grote subprojecten gedefinieerd voor de aanpak 2011-2012:

1. aanbod voor interne en externe televisieprogramma's, voor radio en voor online waarbij beeldvorming en bereik centraal staan;
2. aanbod van nieuws- en duidingsprogramma's gezien het strategisch belang van VRT Nieuws;
3. monitoring m.b.t. representatie en evenwichtige beeldvorming van specifieke doelgroepen en de bereiksmeting;
4. toegankelijkheid van programma's voor blinden en slechtzienden, voor doven en slechthorenden;
5. een georganiseerd en gestructureerd belangenoverleg;
6. tewerkstelling, opleiding en sensibilisering van de medewerkers, ook via de diversiteitsstages.

Voor de monitoring en metingen is een plan opgemaakt waarbij er jaarlijks (voordien tweejaarlijks) - in samenwerking met een externe partner - representatiever gemeten zal worden. Door deze metingen kan de VRT haar beleid opvolgen.

De onderzoekers van het ENA (Elektronisch Nieuwsarchief, een initiatief van de Universiteit Antwerpen en de KU Leuven) onderzochten alle Eén- en vtm-nieuwsuitzendingen van 19 uur die tussen januari 2003 en september 2011 werden uitgezonden. Daaruit blijkt dat vrouwen duidelijk minder aan bod komen dan mannen: in 2003 bedroeg hun spreektijd gemiddeld slechts 18%, in 2011 was dat 22%. Vrouwen komen ook minder vaak als 'elitebron', dus als 'expert' in de tv-journaals aan bod. Gemiddeld nemen vrouwen slechts 17% van de spreektijd van elitebronnen in. De VRT vindt die resultaten niet goed en engageert zich om meer vrouwen aan bod te laten komen in de berichtgeving. Het aantal vrouwen bedroeg eind 2011 ongeveer 30%.

VRT Nieuws besteedde veel aandacht aan sensibilisering en opleiding. Er wordt op gelet dat bij het uitwerken van onderwerpen meer diversiteit bij experts, getuigen en publiek in beeld wordt gebracht.

VRT Diversiteit (voorheen de 'cel diversiteit') organiseerde voor het eerst een gestructureerd belangenoverleg met de vijf partners en enkele universitaire onderzoekers, een toegankelijkheidsoverleg en een diversiteitsforum met alle verenigingen die rond diversiteit werken. Daarnaast werd er ook een interne sensibiliseringsdag 'horen, zien, rijden' georganiseerd met workshops voor programmamakers, leidinggevendenden en HR-medewerkers.

VRT Diversiteit selecteerde voor opleidingsstages personen met een arbeidshandicap en personen van allochtone origine met de bedoeling deze personen zo veel mogelijk een vervolgcontract aan te bieden en zo bij te dragen tot het behalen van de streefcijfers. VRT heeft met een stappenplan over de jaren van de beheersovereenkomst heen de streefcijfers voor de tewerkstelling van vrouwen, personen met arbeidshandicap en allochtone origine vastgelegd.

Wat de toegankelijkheid van het VRT-aanbod betreft, werden het afgelopen jaar opnieuw stappen vooruit gezet. Kijkers kunnen 92% van de Nederlandstalige programma's via T888 volgen. Dat is een stijging van 10% en van meer dan 400 uur op jaarbasis. Vanaf 2011 werd o.a. ook *Terzake* ondertiteld.

Het afgelopen jaar is er veel onderzoek gebeurd naar de mogelijkheid om gebarentaal toe te voegen aan televisie-uitzendingen. Dat moet de VRT in staat stellen om in de loop van 2012 dagelijks *Karrewiet* en *Het Journaal* van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal (VGT) via streaming of een webplayer aan te bieden. Ook de *week van Karrewiet* zal in de loop van 2012 voor iedereen met VGT te volgen zijn.

De techniek van gesproken ondertiteling is sinds het najaar van 2010 operationeel en werd verder uitgebouwd. Voor de programma's van de nieuwsdienst was de technologie in 2011 nog niet beschikbaar. Die doelstelling moet behaald worden in 2012.

De productie voor een eerste volledige fictiereeks met audiobeschrijving is opgestart. Er is gekozen voor de laatste reeks van *Witse*, die vanaf januari 2012 wordt uitgezonden.

2011 is een leerjaar geweest voor diversiteit en de VRT hoopt hieruit voor de volgende jaren lessen te trekken. Eén van de belangrijke stappen die in 2012 gezet zal worden, is een vernieuwing van het diversiteitscharter.

4.3.2 ONPARTIJDIGHEID EN WAARHEIDSGETROUW

Wat betreft onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid heeft de VRT een duidelijk deontologisch kader zowel voor de programma's van de nieuwsdienst als de andere programma's. Relevante klachten worden aangepakt aan de hand van een procedure zoals bepaald in de deontologische code (voor nieuwsprogramma's) of in het programmacharter (voor alle andere programma's). De programma's van de nieuwsdienst van de VRT vallen onder de verantwoordelijkheid van de hoofdredactie. Alle andere programma's vallen onder de verantwoordelijkheid van de betrokken netmanager televisie of radio.

Nieuwsprogramma's

Alle medewerkers van de nieuwsdienst kregen van de adviesraad een nieuw deontologisch zakboekje. Het zakboekje werd uitgebreid met de recentste adviezen en werd in lijn gebracht met de in 2010 gelanceerde Vlaamse Code voor Journalistiek, opgesteld door de raad voor de journalistiek.

Om het algemene bewustzijn op de redactie te verhogen, heeft de adviesraad campagne gevoerd en zo deontologie concreet gemaakt voor elke journalist. Ook dit jaar werden opleidings sessies deontologie gegeven voor nieuwe medewerkers.

Een tv-reportage in Haïti veroorzaakte beroering, toen bleek dat de journalist gewerschoten onder een stand-up gemonteerd had, terwijl die er in werkelijkheid niet waren. De adviesraad oordeelde dat de feiten ontoelaatbaar waren. Het incident maakte daarnaast ook duidelijk dat (de werking van) de adviesraad voor technici en monteurs onvoldoende bekend was. De ENG-ploeg kreeg een opleiding deontologie en kan met vragen en opmerkingen eveneens terecht bij de adviesraad.

De adviesraad werd door *Panorama* enkele keren geconsulteerd over het noemen van namen in een uitzending over de fouten in het onderzoek in de zaak-Annick Van Uytsel en voor de reportage over de graaicultuur bij de Hasseltse politie. Twee leden van de adviesraad werden aangesteld als permanente klankborden voor de makers van *Panorama*-reportages.

Los van deze formele adviezen gaf de adviesraad zoals elk jaar tal van informele adviezen. Een steekproef in de maand december suggereert dat het aantal informele adviezen over het hele jaar rond de honderd schommelt.

Programmacharter

Het charter past in het integriteit- en kwaliteitsbeleid van de omroep en bevat de deontologische richtlijnen voor alle programma's, uitgezonderd de programma's van de nieuwsdienst. Het programmacharter bepaalt de verantwoordelijkheden met betrekking tot deontologie van de programmamakers, hun leidinggevend en van diegenen die beslissen over de uitzendingen. Tegelijk verduidelijkt het hun rechten met betrekking tot onder meer de redactionele onafhankelijkheid. Het programmacharter geldt voor alle programma's en multimediasdiensten op alle media (radio, tv, internet en mobiele toepassingen), en dat zowel voor interne producties als voor programma's van externe productiehuisen en aankoop.

Programmacharterraad (PCR)

De PCR stelt adviezen op over alle onderwerpen in verband met deontologie en ethiek bij VRT-programma's en multimediasproducties. De PCR behandelt interne en externe klachten in verband met de naleving of de toepassing van het programmacharter. 2011 was het eerste volledige werkjaar van de Raad. De leden kwamen 8 keer samen.

De PCR heeft onder meer een uitspraak gedaan naar aanleiding van vragen over productplaatsing in het tweede seizoen van het programma *Tournée générale*. De VRT heeft daarop haar richtlijnen over productplaatsing verfijnd. Deze verfijning is een extra garantie om de redactionele onafhankelijkheid van de VRT te waarborgen. De VRT zal geen programma's, reportages of verhaallijnen rond een product, dienst of onderneming van een adverteerder ontwikkelen. De interne VRT-richtlijnen over productplaatsing waren voorheen al strenger dan het decretale kader. De nieuwe afspraken gelden voor alle producties die vanaf najaar 2011 opgestart zijn.

Kwaliteitsbeheerder

De kwaliteitsbeheerder is het aanspreekpunt voor de programmamakers. Hij geeft advies bij vragen over interpretatie, naleving of toepassing van het charter, en helpt programmamakers als ze raad willen over deontologie. Hij stelt ook de agenda van de zittingen van de Programmacharterraad samen. Naast het permanente advies werd vooral gewerkt rond de deontologische reflex bij de medewerkers, via interne workshops en kwaliteitsmails.