



JAARVERSLAG 2005

Een sterke VRT voor een nieuw tijdperk !

Van Vlaamse Radio en Televisie naar Vlaamse Digitale Omroep

“De digitale stap is te vergelijken met de stap van radio naar televisie en van televisie naar kleurentelevisie. Het publiek is de stap al aan het zetten, de gewone man op kop.

Voor deze digitale stap hoeft noch het wettelijke kader, noch de opdracht van de VRT te veranderen. Integendeel, enkel digitaal kan de Openbare Omroep zijn volle opdracht vervullen.

Naast brede verbindende zenders willen de mediagebruikers een aanbod dat aangepast is aan hun wensen: wat ze willen, wanneer ze het willen en waar ze het willen.”

Tony Mary
Gedelegeerd Bestuurder

Artikel 25 van de beheersovereenkomst 2002-2006 bepaalt dat “de VRT jaarlijks en dit vóór 01/06 aan de Vlaamse Regering een door de Raad van Bestuur goedgekeurde nota zal voorleggen die voor elk van de performantiecriteriën aangeeft in hoeverre de voor 2006 vooropgestelde doelstellingen reeds bereikt zijn. Er wordt een apart hoofdstuk gewijd aan de doelstellingen, genomen initiatieven en bereikte resultaten m.b.t. de bewaking en de versterking van de kwaliteit van de programma’s op basis van het geïntegreerd kwaliteitsbewakingssysteem.”

De Vlaamse Regering legt het Jaarverslag voor aan het Vlaams Parlement vóór 30 september, vergezeld van een evaluatierapport opgesteld door de gemeenschapsafgevaardigde. De gedelegeerd bestuurder van de VRT licht de jaarlijkse rapportering mondeling toe in de bevoegde commissie van het Vlaams Parlement.



onze missie

De VRT wil een meerwaarde geven aan de Vlaamse media-gebruiker door een breed aanbod van kwaliteitsvolle programma's en diensten die inspireren, informeren, leren en amuseren.

De VRT wil erkend worden als de meest betrouwbare, creatieve en innovatieve media-organisatie in Vlaanderen.

Hij staat garant voor een optimale kwaliteit, bereik en diversiteit.

DE VRT-WAARDEN

De VRT plaatst de mediagebruiker op de eerste plaats.

De VRT heeft respect voor zijn medewerkers.

De VRT is excellent in alles wat hij onderneemt.

De VRT handelt steeds als een goede burger.

TIJDSLIJN



Lancering webplatform Kinderen van Dewindt
Klara-Cultuurprijzen

Introductie
competentiemanagement
Nieuwe deontologische
code en redactiestatuut



75 jaar Radio Huldeconcert door
VRO en VRK in Flageygebouw

Januari

Februari

Maart

April

Mei

Juni

Tsunami 12-12
Nieuwe Raad van Bestuur
TV1 wordt Eén



TSUNAMI 12-12

Charter Deugdelijk Bestuur
Start vernieuwde RVI
Start van nieuwssites flandreinfor.be,
flanderninfo.be en flandersnews.be
Lancering De grootste Belg



Interactieve website rond de
Koningin Elisabethwedstrijd
25 jaar Teletekst
TOM: Start renovatiewerken
omroepcentrum





25 jaar Jazz Middelheim: feesteditie
 Start Studio 1: Nationale voetbalcompetitie
 Start van Allemaal Sam met interactieve toepassingen



Invoering nieuwe voordelen voor de medewerkers: internet-privé en 100% terugbetaling woon-werkverkeer
 Slotfeest 75 jaar Radio in Gent
 Europese finale Junior Eurovisiesongfestival

Juli

Augustus

September

Oktober

November

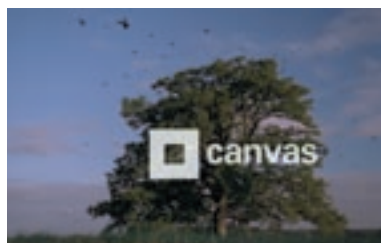
December

Introductie van i-leren
 Vlaamse feestdag



Lancering vernieuwde VRTnieuws.net

Lancering vernieuwde Canvas



Lancering Net gemist en Het Archief

Samenwerkingsakkoord Videohouse, Woestijnvis en VRT



net gemist



het archief

ORGANIGRAM

Raad van Bestuur

Voorzitter: Guy Peeters

Ondervoorzitter: Annelies Van Cauwelaert

Leden: Henny De Baets, Eric Deleu, Jozef Deleu, Thérèse Deshayes, Eric Dillens, Johan Hanssens, Dimitri Hoegaerts, Kris Houthuys, Chris Lecluyse en Ludo Leen

Gemeenschapsafgevaardigde: Paul Van de Velde

Gedelegeerd Bestuurder: Tony Mary

Secretaris: Hilde Debackere

Raad van Bestuur – Auditcomité

Voorzitter: Johan Hanssens

Leden: Guy Peeters en Annelies Van Cauwelaert

Waarnemer: Paul Van de Velde

Raad van Bestuur – VAR- Opvolgingscomité

Voorzitter: Eric Dillens

Leden: Eric Deleu, Chris Lecluyse en Guy Peeters

Waarnemer: Paul Van de Velde

Raad van Bestuur – Remuneratiecomité

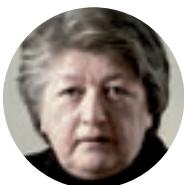
Voorzitter: Guy Peeters

Leden: Thérèse Deshayes en

Annelies Van Cauwelaert



Guy Peeters



Annelies Van Cauwelaert



Henny De Baets



Eric Deleu



Jozef Deleu



Thérèse Deshayes



Eric Dillens



Johan Hanssens



Dimitri Hoegaerts



Kris Houthuys



Chris Lecluyse



Ludo Leen



Paul Van de Velde



Tony Mary



Hilde Debackere

VRT-Directie

Gedelegeerd Bestuurder: Tony Mary

Algemeen Directeur Radio: Mark Coenen

Algemeen Directeur HR & Facility Management: Hugo De Vreese

Algemeen Directeur Strategie, Technologie & Innovatie: Harry Sorgeloos

Algemeen Directeur Televisie: Aimé Van Hecke

Directeur Financiën: Willy Wijnants

Secretaris / Woordvoerder: Hilde Debackere



INHOUD

<i>Tijdslijn</i>	4
<i>Organigram</i>	6
<i>Inhoud</i>	8
<i>Voorwoord Guy Peeters</i>	9
<i>Voortbouwen aan een sterke Openbare Omroep</i>	10

OPDRACHT VAN DE OPENBARE OMROEP 12

Bepalende factoren	14
De overheid	14
De mediagebruiker	14
Het medialandschap	15
De technologie	16
De VRT-opdracht	16

HET VRT-AANBOD 18

Bepalende factoren	19
De VRT-opdracht	19
Het VRT-aanbodbeleid	21
Het financiële beleid	24
Het HR-beleid	25
Het kwaliteitsbeleid	28
De technologie	28
VRT-aanbod	31
Het Generalistisch VRT-aanbod	32
Verrijkte Inhoud	38
Interactiviteit	41
Thematisch aanbod	42
Archief	53

PERFORMANTIE 56

Bepalende factoren	58
De VRT-opdracht	58
De overheid	60
De distributeurs	60
De mediagebruikers	60
Technologie	61
Performantie	61
Het bereik	61
Waardering	66
Bekroningen	66

KWALITEITSBELEID 68

Functionele kwaliteit	69
Publieke kwaliteit	72
Ethische kwaliteit	74
Operationele kwaliteit	77
Professionele kwaliteit	78

FINANCIËLE PERFORMANTIE 80

Jaarrekening 2005	81
Toelichting bij de Financiële Resultaten	96
Analyse van de kosten en opbrengsten	99
Nettokosten van de publieke opdracht	104
Dochterondernemingen	105
Pensioenfondsen	105

PERFORMANTIE-MAATSTAVEN 106

<i>A solid VRT for the future</i>	113
-----------------------------------	-----

VOORWOORD

2005 werd voor de VRT een bijzonder jaar. De Openbare Omroep van de Vlaamse Gemeenschap kan opnieuw goede resultaten voorleggen. In 2005 behaalde de VRT de doelstellingen die hem in de Beheersovereenkomst 2002-2006 zijn opgelegd. Dit jaarverslag licht u daarover in.

In januari trad een nieuwe Raad van Bestuur aan. De leden van de Raad hebben met grote zin voor verantwoordelijkheid hun taak opgenomen. De nieuwe bestuursploeg speelde een belangrijke rol in het opstellen van een krachtige en evenwichtige visie op de toekomst van de VRT als Digitale Vlaamse Openbare Omroep. Het document *Krachtlijnen van de VRT voor de toekomst* uit 2004 vormde daarbij het uitgangspunt.

De leden die geen zitting meer hebben in het bestuursorgaan van de VRT wil ik nogmaals bedanken voor de grote inspanningen die zij gedurende diverse jaren hebben geleverd voor de Openbare Omroep van de Vlaamse Gemeenschap.

In 2005 realiseerde de VRT twee cruciale projecten die garanderen dat hij zijn Openbare Opdracht in de toekomst zal kunnen blijven vervullen: het cultuurproject en de digitale uitrol.

Met het opstellen van zijn uitgebreide cultuurproject wil de VRT een driesporenbeleide cultuur realiseren waarbij de verschillende netten en media elkaar zullen versterken. Enkel op die manier kan de VRT garanderen dat hij ook in de toekomst alle Vlamingen zal blijven bereiken met zijn cultuur-aanbod. De VRT wil zijn cultuurplannen de komende maanden en jaren optimaal uitrollen.

Digitale televisie vormt een mijlpaal in de geschiedenis van de media. De VRT-netten zijn dan ook sinds 2005 op de verschillende digitale platformen gelanceerd. De VRT is een echte voortrekker van digitale televisie. Meer en meer mediagebruikers schakelen over naar het digitale tv-aanbod van de verschillende distributeurs. De digitale diensten van de VRT worden door de Vlaming gewaardeerd. Met de realisatie van zijn digitale project beantwoordt de VRT aan de opdracht uit de Beheersovereenkomst om ook in de nieuwe media zijn aanbod te brengen.

De bestuursstructuur van de VRT is gebaseerd op een vruchtbare samenwerking tussen de Gedelegeerd Bestuurder en zijn Directiecomité en de Raad van Bestuur. De Raad van Bestuur heeft in 2005 het Charter van Deugdelijk Bestuur opgesteld. Het is een uitvoerige standaardreferentie over het ondernemingsbestuur van de VRT. In het Charter worden verschillende onderwerpen behandeld: de rol, bevoegdheden, taakverdeling en organisatie van de Raad, de rol van de Voorzitter, de individuele bestuurders en de Comités en de opdracht van de andere organen van de vennootschap.

De Openbare Omroep speelt een belangrijke rol in de maatschappij. Een rol die hem door de overheid toebedeeld wordt. De VRT verstrekt volledige, onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie, helpt de digitale kloof dichten, zorgt voor permanente vorming, ondersteunt de culturele identiteit en Vlaamse eigenheid, versterkt de sociale cohesie, promoot sport en een gezonde levenswijze, ... Niemand anders dan de VRT speelt hier zo'n vitale rol voor de samenleving.

De VRT is klaar om die uitdagingen ook in het nieuwe medialandschap aan te gaan.



Guy Peeters
Voorzitter Raad van Bestuur

VOORTBOUWEN AAN EEN STERKE OPENBARE OMROEP

Neil Armstrong zei ooit: *“That’s one small step for (a) man, one giant leap for mankind”*. Deze uitspraak is toepasbaar op het medialandschap van vandaag. De digitale media zijn gelanceerd. De overgang van een analoge lineaire naar een digitaal en multimediaal medialandschap komt snel nabij.

Door de bedrijfseconomische en technologische evolutie van de media worden hun mogelijkheden sterk uitgebreid en wordt hun impact op de samenleving belangrijker. Internationalisering zet de culturele identiteit van kleinere gemeenschappen zoals de Vlaamse onder druk. Het debat over de Openbare Omroep is daarom eerst en vooral een maatschappelijk debat. De digitale (r)evolutie brengt nieuwe mogelijkheden waardoor de rol van omroepen in het algemeen maar van de VRT in het bijzonder op het gebied van informatie, cultuur, sport, kennis en wetenschap en Vlaamse identiteit steeds belangrijker wordt.

De VRT en de Vlaamse samenleving moeten beide deze kans grijpen.

De digitalisering van de media geeft de mediagebruikers de kans om media te raadplegen waar en wanneer ze dat zelf willen. Jongeren van vandaag zijn volop bezig met nieuwe media. Radio en tv blijven van groot belang maar ze delen steeds meer hun rol met die nieuwe media. Investeren in het digitale medialandschap is daarom investeren in de toekomst. De VRT moet zijn aanbod via de digitale media kunnen aanbieden. De Openbare Omroep zette in 2005 de eerste stappen op het pad naar de digitale omroep.

Uitgaande van de *Krachtlijnen* die de Raad van Bestuur en het Directiecomité in mei 2004 opgesteld hebben, ontwikkelde de VRT zijn visie voor 2010. In de *Visienota over de evolutie van de VRT naar een digitale Openbare Omroep* legde de VRT vast hoe hij er als Vlaamse digitale Openbare Omroep dan wil uitzien en welke rol hij als Openbare Omroep kan spelen binnen en voor de Vlaamse samenleving. De *Visienota* geeft de positie van de VRT weer in het kader van zijn derde Beheersovereenkomst. De VRT moet ook in de toekomst de

nodige vrijheid krijgen om zijn aanbod beter af te stemmen op de behoeften van de mediagebruikers en de ontwikkelingen in het medialandschap.

De toekomst van het aanbod van de VRT is gebaseerd op het VITA-concept en op het driesporenbeleid:

- De VRT investeerde in 2005 voornamelijk in zijn generalistische netten. Deze netten blijven de mediagebruikers bedienen met een sterk aanbod en gidsen hen naar het overige VRT-aanbod. Via de generalistische netten verbindt de VRT de mediagebruikers met elkaar en informeert hij hen over de gebeurtenissen in Vlaanderen en de wereld. De generalistische netten blijven de basis van het toekomstige aanbod van de omroep. Nieuwe mediatoepassingen vertrekken steeds vanuit het generalistische lineaire aanbod.

Om zijn maatschappelijke, democratische, sociale, culturele en economische meerwaarde voor Vlaanderen te behouden moet de VRT zijn aanbod dan ook uitbreiden op het vlak van Nieuwe Media en interactieve en digitale radio en televisie. Met de realisatie van VITA wil de VRT aan zijn mediagebruikers naast zijn generalistische aanbod een Verrijkt, een Interactief en een Thematisch aanbod bieden en zijn Archief ter beschikking stellen aan professionele en particuliere gebruikers.

- De VRT wil zijn wettelijke opdracht in verschillende domeinen (informatie, cultuur, educatie, sport, Vlaamse identiteit) invullen door middel van een driesporenbeleid. Elk van de domeinen komt in het generalistische aanbod als onderwerp in een programma (spoor 1) of als voorwerp van een programma (spoor 2) aan bod. In het derde spoor is het domein zelf voorwerp van een thematisch aanbod. Als eerste thema heeft de VRT in 2005 zijn driesporenbeleid op het gebied van cultuur volledig uitgewerkt. Voor een nog betere invulling van zijn culturele opdracht wil de VRT onder andere een tv-themazender cultuur oprichten.

Tevens wil de VRT zijn doelgroepgerichte aanbod voor kinderen en jongeren prioritair verder uitbouwen. Zij moeten een aanbod krijgen dat inspeelt op hun mediabehoefte. Zo zal voor deze kwetsbare groepen de Vlaamse identiteit voor de toekomst gegarandeerd blijven.

De VRT investeerde in 2005 verder in innovatie en in het moderniseren van zijn technologische infrastructuur. De VRT stelt de verworven kennis via het IWT en het IBBT ter beschikking aan de Vlaamse media-industrie. Dat komt alle Vlaamse mediabedrijven ten goede. Met het project DMF (Digitale MediaFabriek) wordt het productietraject van de programma's volledig gedigitaliseerd. Met GMII (Gemeenschappelijke Media-IT-Infrastructuur) wordt het digitaal ter beschikking gesteld aan iedereen die bij een productie betrokken is. Het ASP-project wil de Vlaamse beeldindustrie een performant digitaal productieplatform ter beschikking stellen.

Digitale media bieden de VRT de mogelijkheid meer crossmediaal en multimediaal te werken. De samenwerking van radio, tv en online is tijdens het voorbije jaar sterk toegenomen. Crossmediale projecten zoals *Kinderen van Dewindt* en *De grootste Belg* tonen aan dat de media naar elkaar toe groeien zonder hun eigen rol te verliezen. Ze versterken in feite elkaar.

Nadat de VRT in 2004 zijn aanbod via DVB-T digitaal ter beschikking had gesteld aan de mediagebruiker werd in 2005 het digitale tv-aanbod van de VRT via de netwerken van *Interkabel*, *Telenet* en *Belgacom* gelanceerd. De VRT startte met digitale diensten die een meerwaarde leveren aan de mediagebruiker. Interactieve toepassingen stellen de mediagebruiker in staat actief om te gaan met het mediaaanbod van de VRT. Zo krijgt hij de kans om te participeren aan een programma. In 2005 bracht de VRT de eerste interactieve toepassingen zoals *Allemaal Sam*. Podcasting en digitale tv bieden de mediagebruiker de mogelijkheid om te luisteren of te kijken naar de programma's van de VRT wanneer hij het zelf wil. De introductie van *Net gemist*, *Het Archief* en podcasting was succesvol. Het crossmediale karakter van verschillende programma's en diensten biedt de mogelijkheid om de mediagebruiker aanvullende informatie en diensten te leveren. Bij projecten zoals *De grootste Belg*, *De Tour de France* en *Rome* kreeg de mediagebruiker meer informatie dan enkel het lineaire tv- en radioaanbod. Al deze VRT-diensten zijn stuk voor stuk een succes en vormen een belangrijke hefboom voor de digitale uitrol in Vlaanderen.

Om een digitale Openbare Omroep te worden wil de VRT ten volle een beroep kunnen doen op zijn medewerkers. Vele medewerkers zullen een nieuwe rol

krijgen binnen de digitale omroep. Daarvoor moeten ze nieuwe vaardigheden verwerven. De VRT investeerde in 2005 volop in competentie management en versterkte zijn afdeling Opleiding en Ontwikkeling. In de nabije toekomst zullen de bedrijfsprocessen en de eigen organisatie aangepast moeten worden aan de evolutie naar een digitale omroep.

De digitale toekomst verplicht de VRT om op een andere manier samen te werken. In 2005 werd steeds vaker crossmediaal (en dus dienstoverschrijdend) gewerkt. Projectmatig werken bleef daardoor aan belang winnen. De VRT bereidde zijn management voor op en betrok het bij dat veranderingsproces. Het management van de omroep moet de veranderingen ondersteunen om zo alle VRT-medewerkers naar een digitale Openbare Omroep te brengen.

De Openbare Omroep is er in het belang van elke Vlaming. De VRT zal de mediagebruiker centraal blijven stellen bij alles wat hij doet. Dat was in 2005 het uitgangspunt bij alle activiteiten van de VRT. Het zal de VRT blijven leiden in zijn tocht naar zijn digitale toekomst.



Tony Mary
Gedelegeerd Bestuurder

OPDRACHT VAN DE OPENBARE OMROEP



Bepalende factoren	14
De overheid	14
De mediagebruiker	14
Het medialandschap	15
De technologie	16
De VRT-opdracht	16

Mediadecreten: “De VRT moet zijn programma’s ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn mediagebruikers kunnen aanbieden.”

De Raad van Europa vindt het belangrijk dat zijn leden een Openbare Omroep organiseren. De Raad legde dat op 8 december 1994 vast in de *Resolutie van*

Praag. Met het *Protocol van Amsterdam* (2 oktober 1997) en de *Verklaring van Krakau* (16 juni 2000) bevestigde de Europese Unie dat een Openbare Omroep een belangrijke bijdrage kan leveren aan de democratische, sociale en culturele behoeften van een samenleving en aan de behoefte van pluralisme in de media.

De Vlaamse Gemeenschap is bevoegd voor het oprichten en organiseren van een Openbare Omroep voor de Vlaamse Gemeenschap. In artikel 8 van de mediadecreten werd de publieke opdracht als volgt bepaald:

- *Een zo groot mogelijk aantal kijkers en luisteraars bereiken met een diversiteit aan programma’s die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.*
- *Een kwalitatief hoogstaand aanbod verzorgen in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning.* Prioritair is het brengen van op de mediagebruiker gerichte informatie- en cultuurprogramma’s. Daarnaast worden sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd.
- Het volledige aanbod moet worden gekenmerkt door de *kwaliteit van de programma’s* wat betreft vorm, inhoud en taalgebruik. De VRT moet streven naar een zo groot mogelijke professionaliteit, creativiteit en originaliteit. Nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen moeten een kans krijgen.
- Het programma-aanbod moet op een aangepaste manier worden gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen *in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.*
- De programma’s moeten bijdragen tot *de ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de cultuur in Vlaanderen en van een democratische en verdraagzame samenleving.* De VRT moet bijdragen tot *een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming* in Vlaanderen. Hij moet streven naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.
- *De technologische ontwikkelingen moeten op de*

voet worden gevolgd. De VRT moet zijn programma’s, wanneer nodig en wenselijk, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn mediagebruikers kunnen aanbieden.

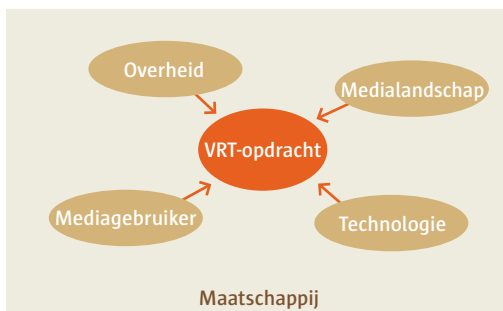
In het regeerakkoord 2004 *Vertrouwen geven, verantwoordelijkheid nemen* wordt de opdracht van de Openbare Omroep door de Vlaamse overheid bevestigd:

“We verzekeren dat een op kwaliteit gestoelde Openbare Omroep zijn rol en opdracht kan vervullen. Hij krijgt hiervoor de nodige beheersautonomie en middelen.”

Ter uitvoering van de openbare omroepopdracht worden de bijzondere regels en de voorwaarden voor de toekenning van de financiële middelen vastgelegd in een beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT. De VRT is in 2005 begonnen met de voorbereiding van de onderhandelingen van de Beheersovereenkomst 2007-2011. Op 4 november 2005 werd de *Visienota over de evolutie van de VRT naar een digitale Openbare Omroep* aan de voogdijminister overhandigd.

Voorliggend document brengt verslag uit over de resultaten die de VRT in 2005 geboekt heeft en over het behalen van de performantiemaatstaven.





BEPALENDE FACTOREN

De definitie van de Openbare Opdracht van de VRT wordt hoofdzakelijk bepaald door de overheid, de mediagebruiker, het medialandschap en de technologie.

De overheid

In de *Beleidsbrief Media 2006* wijst de Minister van Media op de invloed die uitgaat van de technologische en maatschappelijke evoluties op de wijze waarop de VRT zijn opdracht als Openbare Omroep in de toekomst zal moeten waarmaken. De *Beleidsbrief* neemt onder andere volgende stellingen in:

- “Aan de huidige inhoudelijke taakomschrijving van de VRT moeten er – ook in het digitale tijdperk – geen essentiële wijzigingen worden aangebracht. Zo moet de Openbare Omroep (...) in diverse sectoren actief kunnen blijven. Ook blijft het nog steeds verantwoord dat de Openbare Omroep (...) een zo breed mogelijk publiek aanspreekt en zich richt tot alle lagen en groeperingen in de maatschappij (...).”
- “De Openbare Omroep moet een universele dekking blijven nastreven, ook in een digitale multikanaal-omgeving (...).”
- “Voor de bijkomende middelen voor themakanalen en niet-lineaire diensten, zal (...) een beroep worden gedaan op een gemengd systeem van overheidsdotaties en inkomsten uit commerciële activiteiten.”

Verschillende Vlaamse politieke partijen gaven in 2005 aan dat de Openbare Opdracht goed omschreven is maar dat de operationele vertaling in de beheersovereenkomst aangepast moet worden. De onderhandelingen over de nieuwe



beheersovereenkomst zullen daarover duidelijkheid brengen.

Op last van de Minister van Media organiseerde de *Vlaamse Mediaraad* bij het middenveld en bij het brede publiek een enquête over de Openbare Omroep. Uit de resultaten daarvan bleek dat de Vlamingen de noodzaak van een slagkrachtige Openbare Omroep in Vlaanderen onderschrijven.

De Vlaamse Mediaraad: De VRT heeft meer middelen nodig om zijn opdracht in het digitale medialandschap te kunnen realiseren.

Een wetenschappelijke studie rond de opdracht van publieke omroepen werd uitgevoerd door *dr. T. Coppens*. Op basis van deze studie en de publieke enquêtering concludeerde de *Vlaamse Mediaraad* onder andere dat:

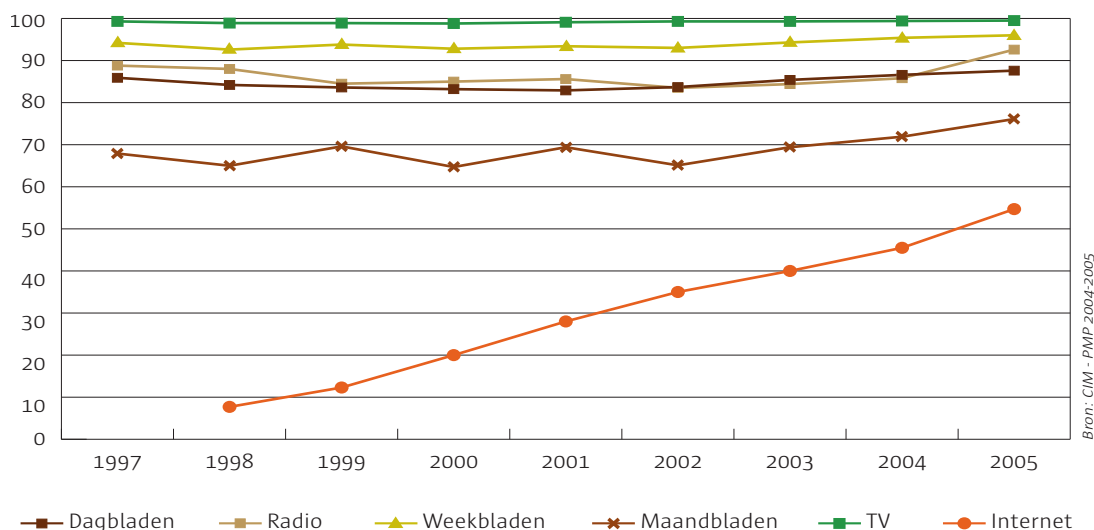
- de huidige opdracht van de Openbare Omroep het best behouden kan blijven;
- de VRT meer middelen nodig heeft om deze opdracht in het digitale medialandschap te kunnen realiseren.

De mediagebruiker

Uit het tijdsbestedingsonderzoek van de TOR-groep¹ blijkt dat de gemiddelde Vlaming (in 2004) 66% van zijn vrije tijd besteedde aan tv, muziek, lezen en nieuwe media. In de *Plurimedia producten studie van het CIM* (PMP 2004-2005) wordt de evolutie geschetst van het mediagebruik. Vooral het internetgebruik blijft stijgen. 54,7 % van de Vlamingen (15 jaar of ouder) maakt anno 2005 gebruik van het internet. Draadloze toestellen die het de mediagebruiker mogelijk maken zich altijd en overal te informeren of zich te ontspannen zijn succesvol. Het gebruik van radio en magazines is in 2005 gestegen in vergelijking met voorgaande jaren.

¹ Glorieux I., Minnen J. & Vandeweyer J., Vlaanderen de klok rond – 2004. Enkele resultaten van het Vlaams tijdsbudgetonderzoek (TOR 2004), Brussel, Vakgroep Sociologie, Onderzoeksgroep TOR, VUB, 2005

Het aandeel van de Vlamingen die gebruik maken van media (1997-2005)



Bron: CIM - PMP 2004-2005

In 2005 keek 68,1% van de Vlamingen ouder dan 4 jaar (3.881.701 personen) op een gemiddelde dag minstens 15 minuten naar tv. Ten opzichte van 2004 is dit een stijging van 2,3 procentpunten. In 2005 komt het gemiddeld weekbereik voor tv als totaliteit op 91,1%. Dat is een stijging van 0,9 procentpunten ten opzichte van 2004.

In 2005 luisterde 79% van de Vlamingen ouder dan 12 jaar (4.097.660 personen) op een gemiddelde dag minstens 15 minuten naar radio. Ten opzichte van 2004 is dit een stijging van 4,3 procentpunten. In 2005 komt het gemiddeld weekbereik voor radio als totaliteit op 92%. Dat is een stijging van 7 procentpunten ten opzichte van 2004.

Deze vaststellingen worden bevestigd door de VRT-studie *Driehoek*. *Driehoek* is een publieksonderzoek dat de VRT in 2005 afrondde. De studie werd opgezet om de strategie van de VRT mee te helpen bepalen. In het onderzoek werd nagegaan hoe algemene behoeftes (zoals nieuwsbehoefte, sociaal contact en ontspanning) vertaald worden in specifieke mediabehoefte en welke media hier het best op inspelen. Tegelijk werd de relatie tussen mediagebruik en tijdsbesteding van de mediagebruiker onderzocht.

De belangrijkste conclusies van *Driehoek* zijn:

- De mediagebruiker wil meer dan vroeger de mogelijkheid krijgen om media in een continuüm te beleven: gemeenschappelijk, individueel of begeleidend tijdens andere activiteiten. Multifunctionele apparaten dragen ertoe bij dat deze

vormen van mediabeleving vlot in elkaar overvloeien.

- Radio en televisie vervullen een belangrijke rol bij de invulling van zowat alle mediabehoefte. Nieuwe media spelen een steeds belangrijkere rol bij de mediabehoefte “ontdekken”, “kennis verwerven” en “zich onderscheiden”. Bij bepaalde bevolkingsgroepen kunnen Nieuwe Media het publiek sneller bereiken dan radio en tv. De klassieke media worden door de Vlamingen vooral ervaren als sociale media met een sterk ontspannende functie. Radio en tv ondersteunen de binding van het individu met de buitenwereld. *Individuele ontplooiing* en *groei* worden bij jongeren vaker ingevuld door Nieuwe Media dan door radio en tv.
- Het ontspanningselement is bij mediabeleving belangrijker dan in het gewone leven. Ontspannen wordt daarbij als *relaxen* en *stoom afblazen* gezien. Een omroep moet daarmee rekening houden bij het vastleggen van een goed evenwicht tussen *verdieping*, *informatie*, *plezier*, *controle* en *functionaliteit*.

Nieuwe Media spelen een steeds belangrijkere rol bij de mediabehoefte “ontdekken”, “kennis verwerven” en “zich onderscheiden”.

Het medialandschap

De media-industrie komt tot maturiteit. Internationalisering, globalisering en mediaconcentratie doen zich voor op alle plaatsen in de waardeketen.

Zo ontstaan er nieuwe spelers en veranderen de marktverhoudingen.

De operationele focus van veel mediabedrijven verschuift naar controle en kostenreductie. Eigen - kwalitatief sterk - Vlaams aanbod komt op die manier in de verdrinking. Voor veel mediabedrijven zijn partnerships en verhoogde samenwerking noodzakelijk.

In het medialandschap deden zich in 2005 opvallende evoluties voor:

- Door het tv-aanbod van *Belgacom* is het monopolie van de kabelmaatschappijen in de verschillende Vlaamse regio's verdwenen. Sinds de zomer van 2005 kan de mediagebruiker zelf kiezen tussen verschillende distributeurs en tussen verschillende distributiesystemen.
- Door de uitrol van digitale tv kunnen de distributeurs rechtstreeks tot overeenkomsten komen met productiehuisen of met organisatoren van grote evenementen. Rechtenhouders verstevigen op die manier hun marktpositie en kunnen meer inkomsten genereren. De omroepen komen zo onder druk te staan.
- Er zijn steeds meer mediaspelers (distributeurs, productiehuisen, lokale zenders, internetzenders) en meer mediaplatformen (analoge en digitale tv via kabel, DVBT of satelliet, gsm, MP3, e.d.). Dat verhoogt enerzijds de bereikbaarheid maar fragmenteert anderzijds het publiek. Daardoor nemen de investeringsmogelijkheden van de omroepen af. De productie van Vlaamse programma's en mediadiensten van hoge kwaliteit komt onder druk te staan.
- *TV-Vlaanderen* kondigde aan dat het satellietdistributie in Vlaanderen zal aanbieden.
- De distributeurs bieden sinds 2005 meer lineaire kanalen, meer diensten en programma's op aanvraag, programmagidsen, e-mail en dergelijke.
- *Proximus* startte in 2005 met het aanbieden van tv-beelden.
- In Vlaanderen werden verschillende zenders opgericht of aangekondigd: *Actua-TV*, stadszenders op het internet, *Radio BemBem*, *SBS-hobbykanaal*, *Life TV*, *S-TV*, *Baby TV*, ...
- SBS kwam in handen van twee investeringsmaatschappijen (*Permira en Kohlberg, Kravis en Roberts*).

**Gedelegeerd Bestuurder
Tony Mary: "Digitale
televisie zal de komende
jaren een voortrekker
zijn in het dichten van de
digitale kloof."**

- De internationalisering leidt tot afspraken waarbij de Vlaamse markt en de behoeften van de Vlaamse mediagebruiker vaak van secundair belang zijn.

De technologie

De mediatechnologie wordt verder verfijnd en krachtiger gemaakt. De convergentie tussen een aantal technologieën neemt toe. Verschillende toepassingen worden geïntegreerd in één toestel, bijvoorbeeld gsm's met tv-beelden en spelconsoles met tv-beelden.

Digitale televisie is in 2005 in Vlaanderen definitief van start gegaan. *Telenet*, *Interkabel* en *Belgacom* startten met digitale televisie, *Telenet* en *Interkabel* via een kabelnetwerk, *Belgacom* met behulp van de ADSL-technologie.

Telenet en *Belgacom* bieden vandaag diensten aan op het vlak van nieuwe media. Met *Net gemist* en *Het Archief* beschikt Vlaanderen sinds 6 december 2005 over een primeur (*Net gemist* en *Het Archief* waren in 2005 enkel via het digitaal platform van *Telenet* te ontvangen).

Digitale televisie zal de komende jaren een voortrekker zijn in het dichten van de digitale kloof. Het is zo mogelijk op een gebruiksvriendelijk toestel digitale toepassingen (zoals e-mailen en eenvoudige websites raadplegen) te doen die voorheen enkel op pc mogelijk waren.

DE VRT-OPDRACHT

In 2005 werd van verschillende zijden bevestigd dat de Openbare Opdracht van de VRT goed gedefinieerd is. Het decretale kader rond de Openbare Opdracht kan behouden blijven en voldoet aan de eisen om actief te zijn in Nieuwe Media.

De VRT vraagt de nodige ruimte en flexibiliteit bij de uitvoering van zijn opdracht om in de nieuwe mediaomgeving ten volle zijn rol als Openbare Omroep te kunnen spelen.



VRT-AANBOD



Bepalende factoren	19
De VRT-opdracht	19
Het VRT-aanbodbeleid	21
Het financiële beleid	24
Het HR-beleid	25
Het kwaliteitsbeleid	28
De technologie	28
VRT-aanbod	31
Het Generalistisch VRT-aanbod	32
Verrijkte Inhoud	38
Interactiviteit	41
Thematisch aanbod	42
Archief	53

De VRT bereidt zich volop voor op zijn omvorming tot een digitale omroep. De kenmerken van de digitale Openbare Omroep die de VRT in de toekomst wil zijn, zijn nu reeds terug te vinden in het programma-aanbod en de diensten van de VRT. Om zijn slagkracht in de toekomst te behouden werkt de VRT aan *de crossmediale en multimediale uitbouw van zijn aanbod*.

Crossmediale toepassingen en merken zullen een belangrijke plaats innemen in het toekomstige aanbod van de VRT.

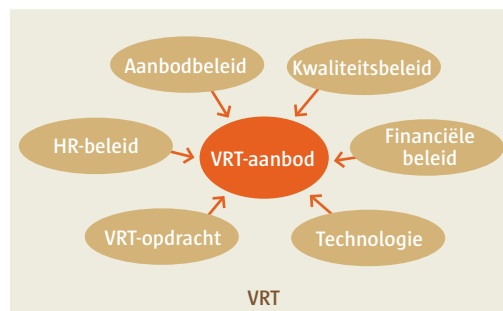
Tot voor kort maakte de VRT programma's voor radio en voor tv. Deze programma's blijven bestaan. Dat lineaire aanbod vormt de basis voor een nieuw aanbod dat steeds belangrijker wordt: *het crossmediale aanbod*. Crossmediaal werken betekent dat één thema via meerdere media wordt aangeboden. Ieder medium heeft een specifieke functie in een groter geheel. De verschillende media versterken elkaar. De gebruiker krijgt daardoor een totaalervaring. In 2005 steeg het aantal crossmediale projecten. Crossmediale toepassingen en merken zullen een belangrijke plaats innemen in het toekomstige aanbod van de VRT.

DE VRT-MISSIE

De VRT wil een meerwaarde geven aan de Vlaamse mediagebruiker door een breed aanbod van kwaliteitsvolle programma's en diensten die inspireren, informeren, leren en amuseren.

De VRT wil erkend worden als de meest betrouwbare, creatieve en innovatieve mediaorganisatie in Vlaanderen.

Hij staat garant voor een optimale kwaliteit, bereik en diversiteit.



BEPALENDE FACTOREN

Verschillende factoren bepalen het aanbod van de VRT. De belangrijkste zijn de opdracht van de Openbare Omroep, het aanbodbeleid, het financiële beleid, het HR-beleid, het kwaliteitsbeleid en de technologie.

De opdracht van de Openbare Omroep

De Openbare Opdracht, de Krachtlijnen (zie Het VRT-aanbodbeleid, p. 21) en de Missie zijn de leidraad bij alles wat de VRT onderneemt.

De VRT vertaalde in 2005 de Openbare Opdracht door de onderscheidende meerwaarde van zijn aanbod vast te leggen. Zes kernbegrippen definiëren deze meerwaarde: geloofwaardigheid, relevantie, diversiteit, kwaliteit, innovatie en efficiëntie.

Geloofwaardigheid

De invloed van radio, tv en nieuwe media op mens en maatschappij is groot. De VRT is het Vlaamse mediabedrijf bij uitstek waarvan de mediagebruiker op termijn de zekerheid behoudt dat het waarheidsgetrouwe informatie geeft (los van elke commerciële, politieke of maatschappelijke invloed).

Informatieverstrekking door de programma's van de nieuwsdiensten gebeurt onafhankelijk en objectief. De deontologische code en het redactiestatuut staan daarvoor garant en worden strikt nageleefd.

Infotainment en informatieve ontspanning beantwoorden aan de VRT-waarden. Er zijn richtlijnen voor opgesteld die niet alleen door de programmamedewerkers van de VRT maar evenzeer door de medewerkers van de productiehuizen moeten worden nageleefd.

Relevantie door verdieping en verbreding

De Openbare Opdracht bepaalt dat de VRT een zo breed mogelijk publiek moet bereiken en dat hij moet inspelen op de mediabehoefte van dat publiek.

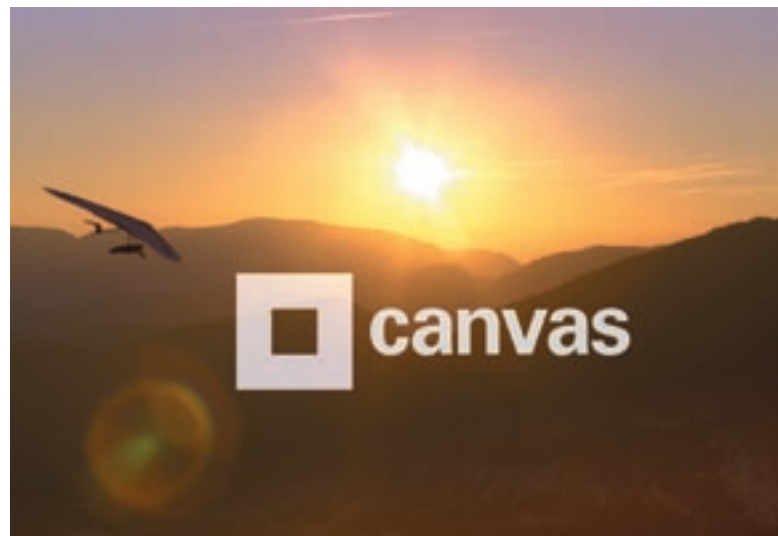
De profilering van de netten en de programmatische invulling (zie p. 31-52) dragen bij tot het bereiken van deze doelstelling. De VRT vindt het belangrijk dat elke Vlaming zich aangesproken voelt door het geheel van zijn televisie- en radioaanbod. Generalistische netten spelen daarbij een essentiële rol. Een breed bereik garandeert dat ook programma's met meer diepgang door de mediagebruiker worden bekeken en beluisterd.

Binnen zijn Openbare Opdracht moet de VRT aandacht besteden aan specifieke doelgroepen die maatschappelijk kwetsbaar zijn. De mediadecreten vermelden in het bijzonder kinderen en jeugd. De VRT-netten die voor een doelgroep werken, moeten ervoor zorgen dat elk van hen een onafhankelijk en kwaliteitsvol aanbod krijgt. Ketnet is het succesvolle, sponsorvrije televisienet voor Vlaamse kinderen tot 12 jaar. Het net heeft een eigentijdse presentatie en plaatst kinderen centraal in zijn programmering. Studio Brussel is het radionet met pop, rock, dansmuziek in aangepaste programma's. In primetime richt Studio Brussel zich vooral op de 18- tot 25-jarigen.

De VRT bereikt de Vlaming die geïnteresseerd is in zijn regio vooral via het regionale aanbod van Radio 2.

Ten slotte wil de VRT de Vlamingen in het buitenland blijven bereiken. RVi werd in 2005 herschikt. RVi maakt nu gebruik van de mogelijkheden die nieuwe media bieden. De VRT blijft deelnemen aan BVN (Het Beste van Vlaanderen en Nederland) om een deel van zijn tv-aanbod (via satelliet) bij de Vlamingen in het buitenland te brengen.

Een breed bereik garandeert dat programma's met meer diepgang door de mediagebruiker worden bekeken en beluisterd.



Diversiteit

De VRT tracht de hele Vlaamse bevolking en elke sociodemografische, maatschappelijke en culturele subgroep aan te spreken. Als Openbare Omroep hoeft de VRT zich inderdaad niet alleen te concentreren op die groepen die voor de reclame-industrie interessant zijn. Een groot bereik kan enkel verzekerd worden door een grote verscheidenheid aan programma's.

De VRT levert speciale inspanningen voor specifieke minderheidsgroepen. Doven en slechthorenden zullen tegen eind 2006 drie vierde van alle VRT-tv-programma's (Nederlandstalige en anderstalige) ondertiteld ter beschikking krijgen. Eind 2005 werd 45% van de Nederlandstalige programma's ondertiteld. De Cel Diversiteit onderneemt acties om de beeldvorming ten aanzien van allochtonen, ouderen, vrouwen, mensen met een handicap en minderheidsgroepen te verbeteren. De VRT voert actie om allochtone Vlamingen in zijn personeelsbestand op te nemen. "Meer kleur op en achter het scherm" is daarbij het motto.

Kwaliteit

De VRT besteedt veel aandacht aan kwaliteit. In 2005 zijn verschillende initiatieven van het kwaliteitsproject verder uitgebouwd en geïntensifieerd. (Zie het hoofdstuk kwaliteitsbeleid p. 68-79)

Innovatie

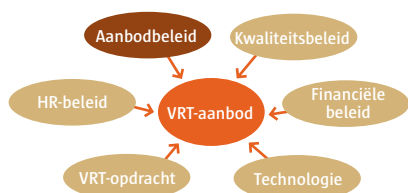
Om de kwaliteit, zijn geloofwaardigheid en zijn toonaangevende positie te behouden moet de VRT voortdurend zijn programmering en zijn technologie vernieuwen.

In 2005 werden Eén en Canvas grondig vernieuwd. De schermvernieuwingen waren het eindpunt van twee innovatietrajecten (Xi en The Building). In 2005 werd het vernieuwingstraject van Ketnet opgestart, waarvan de effecten op de programmering te verwachten zijn in 2006. De vernieuwingsoperatie van Donna werd verder uitgevoerd. Het net werd aangepast aan de nieuwe eisen van de mediagebruiker.

In 2005 werd gewerkt aan crossmediaal denken en programmeren, het opzetten van een geïntegreerd productieplatform (GMII en DMF) en de uitbouw van het digitale aanbod.

Efficiëntie

De permanente verbetering van de bedrijfsprocessen biedt de garantie op een efficiënt gebruik van de middelen. De VRT wil zorgzaam omspringen met zijn middelen. Een permanente evaluatie van het functioneren van de directies en afdelingen is noodzakelijk. Indien nodig worden deze herschikt. De dienst Interne Audit speelt hierbij een bijzondere rol. Tijdens het planingsproces wordt de zero-budget-techniek toegepast zodat middelen op de meest doeltreffende manier ingezet kunnen worden.



Het aanbodbeleid

De VRT moet de komende jaren doorgroeien naar een digitaal mediabedrijf. Hij moet een kwaliteitsvol en breed (crossmediaal en multimediaal) aanbod brengen dat voldoet aan zijn Missie en zijn Waarden.

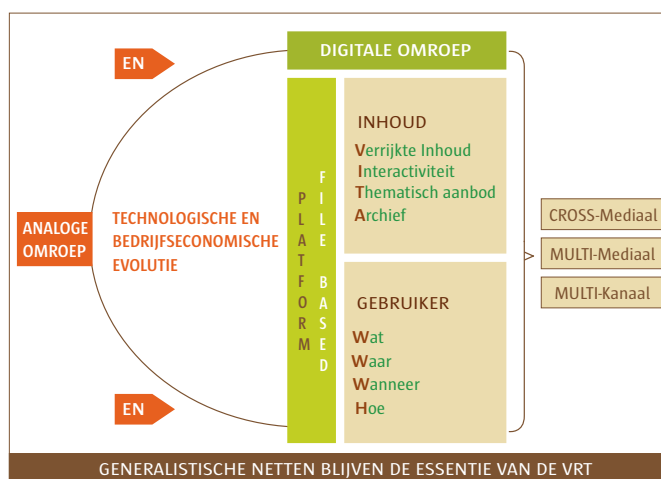
De Krachtlijnen van de VRT

De Raad van Bestuur en de VRT-Directie legden in 2004 samen de *Krachtlijnen van de VRT voor de toekomst* vast. De kernpunten van deze Krachtlijnen zijn:

- De VRT moet zijn lineaire aanbod versterken.
- De VRT moet meespelen in de nieuwe aanbodvormen.
- De VRT moet een aanbod brengen voor specifieke doelgroepen en thema's.
- Het VRT-aanbod met betrekking tot informatie en cultuur moet versterkt worden.
- De VRT moet een crossmediaal aanbod bieden dat aan de eisen van de mediagebruiker voldoet.

De *Missie*, de *Waarden* en *Krachtlijnen* vormen de basis voor de verdere uitbouw van de VRT. In 2005 heeft de VRT in zijn *Visienota over de evolutie van de VRT naar een digitale Openbare Omroep* zijn aanbodbeleid voor de ontwikkeling naar een Vlaamse Digitale Openbare Omroep vastgelegd. Deze nota werd in het kader van de voorbereiding van de beheersovereenkomst 2007-2011 op 4 november 2005 aan de Minister van Media overhandigd. Het aanbodbeleid bepaalt hoe de VRT zijn aanbod moet uitbouwen om ook in de toekomst zijn Openbare Opdracht te vervullen.

Van analoge naar digitale omroep



Bron: VRT

Krachtlijnen VRT-aanbod

De basis voor een succesvolle invulling van de *Opdracht*, de *Missie* en de *Krachtlijnen* van de VRT is het aanbieden van sterke generalistische netten. Generalistische netten bieden de garantie op een brede verspreiding van het aanbod bij alle bevolkingsgroepen. Zij zorgen voor een gemeenschappelijke ervaring voor de mediagebruiker. Ze vormen zo een sociaal bindmiddel binnen de samenleving. De VRT heeft de generalistische netten nodig om zijn driesporenbeleid (zie p. 23) te realiseren. Spoor 1 en 2 vinden immers plaats op de generalistische netten. Ze vervullen de gidsfunctie naar het extra aanbod dat de VRT via het derde spoor wil uitrollen.

In het digitale medialandschap komt het bereik van de generalistische netten onder druk te staan van het stijgende aantal kanalen (wat leidt tot fragmentering van het gebruik) en het toenemende gebruik van nieuwe media (die gebruikers bij radio en tv weghalen). Om zijn bereik te behouden ziet de VRT geen oplossing in nieuwe generalistische netten. De VRT wil wel de huidige generalistische netten voor radio en televisie behouden en versterken. Ze moeten wel crossmediaal en multimedial ontwikkeld worden.

De VRT rondde in 2005 zijn publieksonderzoek *Drie-hoek* af. Deze studie toonde aan dat veel gebruikers Nieuwe Media willen gebruiken om aan specifieke noden te voldoen. Ze gaan via onlinemediën op zoek naar informatie op het moment van hun keuze.

De VRT wil inspelen op de gewijzigde mediabehoefte van de gebruikers. De VRT zal daarom (A) zijn aanbod thematisch en doelgroepgericht uitbreiden en (B) Nieuwe Media inzetten. De VRT dreigt anders in het medialandschap gemarginaliseerd te worden, wat niet in het belang is van de Vlaamse samenleving.

(A) Uitbreiding van het VRT-aanbod

De generalistische netten blijven de basis van de Openbare Opdracht van de VRT. Om zijn rol in het digitale medialandschap goed te blijven spelen moet de VRT wel zijn aanbod uitbreiden. De VRT wil

het huidige aanbod verrijken, interactief maken, aanvullen met een specialistisch aanbod en zijn archief toegankelijk maken.

- De VRT wil meer informatie en gebruiksmogelijkheden toevoegen aan zijn programma's (Verrijkt aanbod).
- De VRT wil de mediagebruikers actief laten participeren aan zijn programma's (Interactief aanbod).
- De VRT wil een specifiek aanbod brengen voor mediagebruikers met een specifieke interesse of voor een specifieke sociodemografische groep (Thematisch en doelgroepgericht aanbod). Hij concentreert zich op die domeinen die belangrijk zijn voor zijn publieke opdracht.
- De VRT wil het Vlaamse audiovisuele archief ontsluiten voor particuliere, institutionele, wetenschappelijke en professionele gebruikers (Archief).

De VRT wil kortom zijn VITA-concept implementeren.

Door VITA toe te passen heeft de VRT de mogelijkheid in te spelen op de behoeften van de mediagebruikers en op de evoluties in het medialandschap. Enkel door een digitale overstap is de Openbare Omroep in staat om zijn opdracht te blijven vervullen.

Voor deze digitale stap hoeven het wettelijke kader en de opdracht van de VRT niet gewijzigd te worden.

Doelgroepgericht aanbod

Om een breed bereik te garanderen voor specifieke doelgroepen, moet de VRT een doelgroepgericht aanbod kunnen brengen. De omroep moet een specifiek aanbod voor kinderen, jongeren en senioren aanbieden om te voldoen aan de mediabehoefte van deze doelgroepen. Een doelgroepgericht aanbod biedt de garantie op een voldoende groot bereik ten aanzien van een bepaalde doelgroep.

De VRT heeft momenteel een doelgroepgericht aanbod voor kinderen op Ketnet en voor jongeren op Studio Brussel. Gelet op de gewijzigde mediabehoefte moet dit aanbod crossmediaal en multimedial uitgebreid worden.

Enkel door een digitale overstap is de Openbare Omroep in staat om zijn opdracht te blijven vervullen.



Het omroepgebouw wordt met de realisatie van het TOM-project aangepast aan de noden van een modern mediabedrijf.

Driesporenbeleid

Voor de thematische domeinen cultuur, informatie, educatie, sport en Vlaamse identiteit wil de VRT zijn aanbod realiseren via een driesporenbeleid.

- *Spoor 1: onderwerp in een generalistisch programma*
De VRT signaleert over een thematisch domein via een item in programma's op de generalistische radio- en televisienetten.
- *Spoor 2: voorwerp van een generalistisch programma*
De VRT brengt specifieke programma's over een thematisch domein op de generalistische radio- en televisienetten.
- *Spoor 3: voorwerp van een thematisch aanbod*
De VRT brengt de volledige programmering van een domein als thematisch aanbod. In de digitale wereld zijn er meer doelgerichte en meer uitgebreide mogelijkheden. Het derde spoor is niet noodzakelijk een tv-kanaal maar kan ook een radiokanaal of onlineaanbod zijn.

Het driesporenbeleid wil op een geïntegreerde wijze aanbod bij de mediagebruiker brengen waarbij de drie sporen op elkaar inspelen en elkaar versterken. Ieder programma op elk net blijft op zich staan, maar er worden doorverwijsfuncties ingebouwd om de mediagebruiker de kans te geven zich te verdiepen in specialistische onderwerpen. De 'traditionele' generalistische netten richten zich op de uitwerking van de eerste twee sporen. Informatie

**Algemeen Directeur
Televisie Aimé Van Hecke:**
"Het driesporenbeleid
laat de drie sporen
op elkaar inspelen en
elkaar versterken."

uit een thematisch domein bereikt zo een ruim publiek. Voor het derde spoor wordt een specialistisch aanbod uitgewerkt.

De VRT voert reeds op een aantal domeinen een driesporenbeleid. Dat beleid wenst hij

uit te breiden naar die thema's waarvoor dit noodzakelijk is geworden in het digitale medialandschap.

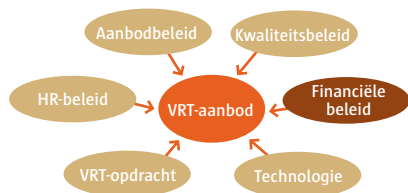
(B) Nieuwe media

Binnen het generalistische aanbod verwacht de mediagebruiker van de nieuwe mediatoepassingen een groter gebruikscomfort. Het lineaire aanbod dient daarom aangevuld te worden met niet-lineaire diensten. Nieuwe media maken het mogelijk dat de mediagebruiker het VRT-aanbod kan consumeren *waar, wanneer en hoe* hij het zelf wil.

Technische beperkingen en de rechtenproblematiek stellen grenzen aan het niet-lineair aanbieden van programma's aan de mediagebruikers. Voor deze problemen moet een oplossing gevonden worden.

Invloed van het VRT-aanbodbeleid op het VRT-aanbod in 2005

Het nieuwe VRT-aanbodbeleid had reeds in 2005 invloed op het aanbod dat de VRT bracht. Het VRT-aanbod wordt verder beschreven.



Het financiële beleid

Om zijn opdracht uit te voeren, heeft de VRT voldoende financiële middelen nodig.

De Openbare Omroep krijgt zijn middelen op basis van een gemengde financiering: enerzijds overheidsfinanciering en anderzijds opbrengsten uit commerciële activiteiten. De VRT had in 2005 425 miljoen euro ter beschikking. Dat bedrag is samengesteld uit een overheidsdotatie (268 miljoen euro), middelen uit de advertentiemarkt (72 miljoen euro) en eigen opbrengsten (85 miljoen euro). De gemengde financiering van de VRT garandeert dat de VRT voeling houdt met de evoluties van de markt.

De VRT wil een slagvaardige en toonaangevende omroep blijven in het digitale medialandschap. Daarvoor moet de overheid ook in de toekomst in een adequate financiering voorzien en de noodzakelijke middelen ter beschikking stellen.

De belangrijkste pijler is en blijft de dotatie. Op die manier heeft de VRT voldoende armslag om de kwaliteitsvolle uitvoering van zijn opdracht te waarborgen. Zij stelt de VRT in staat te investeren in innovatie en nieuwe programmering. De overheidsdotatie zorgde ervoor dat de VRT in 2005 de publieke meerkosten van zijn programma's en diensten kon financieren.

Behalve op zijn dotatie doet de VRT een beroep op drie andere bronnen van financiering binnen de beperkingen die opgelegd worden door de mediadecreten en de beheersovereenkomst: de advertentiemarkt, de exploitatie van het VRT-aanbod en de exploitatie van afgeleiden van de merken, netten en programma's.

Gezien het toenemende belang van afgeleide producten in de mediawereld heeft de VRT deze laatste vorm van financiering in 2005 verder uitgebouwd en geprofessionaliseerd. De line extensions van de VRT zijn de commerciële activiteiten die rechtstreeks verband houden met of afgeleid worden van de VRT-netten, hun programma's of programmaonderdelen en waarvan de ontwikkeling een toegevoegde waarde inhoudt voor de openbare omroep opdracht. In een crossmediale context

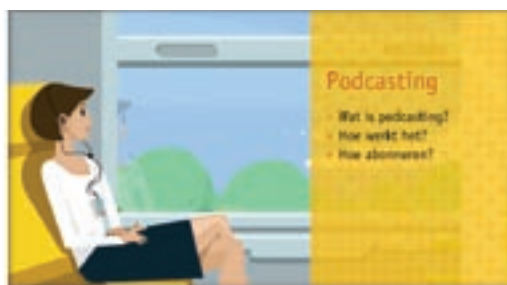
worden line extensions een essentieel onderdeel van de mediamix van de VRT. Line extensions moeten de gebruiker gidsen naar het publieke aanbod van de VRT.

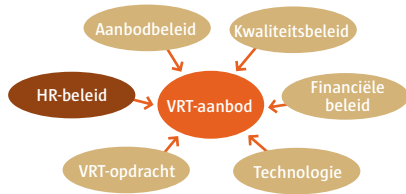
Om aan de eisen van transparantie te voldoen werd een gescheiden analytische boekhouding opgezet.

Het behoort tot de opdracht van de Openbare Omroep om de technologische ontwikkelingen op de voet te volgen zodat hij zijn programma's wanneer nodig en wenselijk ook via nieuwe media-toepassingen aan de mediagebruiker kan aanbieden. Een aantal projecten werden in 2005 opgestart of verder uitgebouwd en versterkt: VRTnieuws.net, Internetradio, KetnetKick, podcasting en interactieve digitale televisie. De toepassingen werden door het publiek gewaardeerd en zijn succesvol. De uitrol ervan was mogelijk door het voorzichtige financiële beleid dat gevoerd werd en de aanleg van reserves in 2002 en 2003.

Dankzij de reserves kon de VRT in 2005 twee projecten (TOM zie p. 26-27, DMF zie p. 28) opstarten die noodzakelijk zijn voor zijn ontwikkeling tot een digitaal mediabedrijf. Beide projecten zijn essentieel om de Openbare Omroep in staat te stellen nieuwe productieprocessen in te voeren die inspelen op de multimediale evolutie van het aanbod.

**Financieel Directeur
Willy Wijnants: "In een
crossmediale context
worden line extensions een
essentieel onderdeel van de
mediamix van de VRT."**





Algemeen Directeur HR&FM Hugo De Vreese: “Competentiemanagement zorgt ervoor dat de vraag naar en het aanbod van capaciteiten op elkaar aansluiten.”

Het HR-beleid

Het aanbod van de VRT is afhankelijk van de competentie en de motivatie van zijn medewerkers. De VRT wil dat zijn medewerkers zich goed voelen in hun werk, voldoende uitdagingen krijgen, zich kunnen bijscholen en zich creatief kunnen uitleven. Het HR-beleid wil de creativiteit van de medewerkers optimaal ontwikkelen en talent aantrekken. Een efficiënt selectiebeleid, aangepaste opleidingen en een flexibelere verloningspolitiek gaven de VRT in 2005 de mogelijkheid om talentvolle medewerkers aan te trekken en te behouden.

De VRT stemt zijn HR-beleid af op de evolutie naar een digitale omroep, de maatschappelijke ontwikkelingen en de verhoudingen in het medialandschap. De meeste medewerkers zullen in een digitale omroep nieuwe rollen krijgen. Ze zullen daarvoor nieuwe vaardigheden moeten opdoen. Ten slotte zullen de bedrijfsprocessen aangepast moeten worden opdat het digitaal aanbod efficiënt wordt geproduceerd.

De beslissingen met betrekking tot het personeel komen tot stand na overleg met de vakorganisaties.

De VRT had in 2005 2.736 actieve personeelsleden (inclusief vrtnieuws-online en e-vrt)², goed voor 2.593 FTE's. 36% van de VRT-medewerkers is een vrouw, 64% een man. 59,5% is contractueel, 40,5% is statutair. In 2005 schreef de VRT 214 vacatures uit. 7.000 sollicitaties (waarvan de helft spontane) kwamen aan op de VRT.

De VRT bleef binnen het door de Raad van Bestuur goedgekeurde budget voor personeelskosten. Op 31 december 2005 was er ten opzichte van het budget een overschot van 549.569 euro.

Competentiemanagement

Competentiemanagement is voor de VRT een belangrijk instrument om de uitdagingen van een digitale omroep te realiseren. Het zorgt ervoor dat de vraag naar en het aanbod van capaciteiten op elkaar aansluiten. De VRT wil al zijn medewerkers de kans geven de noodzakelijke competenties te ontwikkelen. Leidinggevend en medewerkers werden via workshops vertrouwd gemaakt met competentie management.

Het aanbod op het vlak van opleiding werd uitgebreid. In 2005 werden projectmanagement en i-leren⁴ verankerd in de VRT. In totaal volgden 1.961 VRT-medewerkers 298 verschillende opleidings-thema's tijdens 1.220 opleidingsessies.⁵ Het gemiddelde aantal uren opleiding was 21,3 uur per deelnemer.

Functioneren en beoordeling

De VRT introduceerde een nieuwe aanpak voor zijn functioneringsgesprekken en de beoordeling van zijn medewerkers.

Het functioneringsgesprek en de beoordeling werden losgekoppeld van elkaar. Tijdens het jaarlijkse functioneringsgesprek bespreken leidinggevende en medewerker samen het algemene functioneren, concrete realisaties en de persoonlijke ontwikkeling van de medewerker. De beoordeling is een algemene waardering van het functioneren van de medewerker en van zijn voorde-ningen ten aanzien van de gemaakte afspraken.

Het gebruik van competenties in het functioneringsgesprek en de koppeling met ontwikkeling werden in 2005 ingevoerd. Hierdoor is competentie-management nu volledig doorgevoerd in de VRT.

Personeelskosten 2005³

	Beheersovereenk. 2005	Gewijzigd Budget 2005	Uitgaven 2005
Personeelskosten continuïteit programmering	155.157.000	160.391.645	159.827.095
Personeelskosten VVP (maxidecreet)	2.928.000	3.200.000	3.214.981
Totaal	158.085.000	163.591.645	163.042.076

Bron: VRT

² Het vermelde aantal personeelsleden bevat niet de 50 statutaire personeelsleden van het Vlaams Radio-Orkest en het Vlaams Radio-Koor, 47 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 97 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actieve personeel behoren (ambtsopheffingen en -onthefingen, gedetacheerden, e.d.) en 57 personeelsleden met verlof voorafgaand aan pensioen op 31 december 2005. Indien deze groepen worden meegerekend bedroeg het aantal personeelsleden in 2005 2.987 (in 2004: 2.974).

³ Er zijn ook loonkosten verbonden aan ambtsopheffingen (statutairen waarvan het ambt werd afgeschaft, worden verder uitbetaald – de eerste twee jaren 100%, daarna in dalende lijn – tot ze een nieuwe functie krijgen of met pensioen kunnen gaan), waarvoor een provisie werd aangelegd. Deze loonkosten ambtsopheffingen bedroegen 1.850.648 euro. Dat is 890.648 euro meer ten opzichte van het gewijzigde krediet 2005 (960.000 euro). De beheersovereenkomst voorzorg voor 2005 2.578.000 euro.

⁴ Zelfstandig leren met pc-ondersteuning. De VRT zette daarvoor een afzonderlijke website op.

⁵ De opleidingen die in 2005 het meest gevolgd werden, zijn: het competentietelietier en de workshop competentie management, logopedie, profieldagen, mindmapping en creacoachra (creativiteitsopleiding radio). Ruim 70% van het personeel effectief volgde in 2005 een opleiding. Van de deelnemers was 37% vrouw en 63% man (representatief voor de VRT).

Verloning en voordelen

De VRT streeft ernaar om zijn medewerkers marktconform te verlonen. Voor het salarisniveau benchmarkt de VRT met de Belgische markt. Om de organisatie resultaatgericht te houden wordt gedifferentieerd volgens verantwoordelijkheden, expertise en prestaties. In 2005 werden daarvoor nieuwe instrumenten ingezet: de tijdelijke loontoeslag en de beoordelingsbonus.

De VRT kent voordelen toe aan zijn medewerkers. Sedert 2005 biedt de VRT de 100% terugbetaling van het woon-werkverkeer met het openbaar vervoer en een voordelig internet-privégebruik.

Selectie medewerkers en diversiteitsbeleid

Een nieuwe selectieprocedure werd eind 2005 door de Raad van Bestuur goedgekeurd. Het VRT-reglement *Werving, mutatie en promotie* biedt de VRT een grotere keuze in de manier van recrutereren.

In 2005 werd het diversiteitsbeleid verder uitgebouwd. Positieve acties inzake de instroom van allochtoon talent werden voortgezet en uitgebreid (zie p. 75).

De rol van het topmanagement is belangrijk bij het realiseren van een gemeenschappelijke strategie en bij de definiëring van het veranderingstraject.

Informeren van medewerkers

De medewerkers worden door hun leidinggevenden uitgebreid geïnformeerd bij veranderingen in de organisatie en de gevolgen ervan op hun jobinhoud. De VRT heeft verschillende middelen voor interne communicatie: Insite (het intranet), Joost (het tweemaandelijks personeelsblad), Open Kaart (het wekelijkse personeelsblad), ...

De rol van het topmanagement is belangrijk bij het realiseren van een gemeenschappelijke strategie en bij de definiëring van het veranderingstraject. Vier keer per jaar komt het topmanagement van de VRT samen in een Directieforum. In 2005 werden ook verschillende Managementforums gehouden voor alle managers van de VRT.



Werkomgeving

De VRT biedt medewerkers de mogelijkheid om te telewerken. In 2005 werden vijf satellietkantoren, verspreid over Vlaanderen (Leuven, Mechelen, Aalst, Gent en Antwerpen), in gebruik genomen.

TOM (Totale Ombouw omroepgebouw) is het renovatieprogramma van het omroepcentrum in Brussel. Het volledige project bestaat uit vijf fasen die lopen tot 2011. Het gebouw vertoont na 40 jaar slijtage. De werkomgeving sluit niet aan bij de digitale mediawereld. In een eerste fase werd in 2005 het parkeergebouw uitgebreid tot een capaciteit van 700 voertuigen. De parkings rond het omroepgebouw worden na de totale renovatie van het omroepgebouw groenzones. Zo speelt de VRT in op een ecologische behoefte. In 2005 werd eveneens gestart met het creëren van 9.000 m² extra kantoren en productieruimtes. De multimediale nieuwsdienst (na de fusie van de nieuwsredacties en de introductie van nieuwe technologieën) zal in 2006 als eerste een nieuwe werkomgeving krijgen. De architecten maakten in 2005 het ontwerp van de andere zones van het omroepcentrum. In het kader



Met de renovatie van het omroepgebouw kan de VRT op grote schaal milieubevorderende maatregelen doorvoeren.

werd dit actieplan gerealiseerd. De aandacht ging daarbij naar:

- *mobiliteit*: onder andere met een bedrijfsvervoersplan voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en de 100%-terugbetalingsregeling van het woon-werkverkeer voor het openbaar vervoer;
- *gevaarlijk afval*: onder andere met de heraanbesteding van het contract afvalophaling;
- *vergunningen*: onder andere met de vernieuwing van de milieuvergunning voor Wolvertem en de uitbreiding van de milieuvergunning voor het omroepcentrum.

De VRT werd opgenomen in het toewijzingsplan voor emissierechten van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Door het aanpassen van de installaties wordt milieu- en energiebewuster verwarmd. De isolatie van de gevel van een gebouw op het omroepcentrum deed in 2005 de stookkosten dalen. De VRT verkreeg zijn vergunning en behaalde ruim de opgelegde norm voor CO₂-emissie.

- *bodem*: onder andere met het opstellen van een bodemsaneringsplan voor Wolvertem.

De VRT wenst een milieuvriendelijke werkomgeving voor zijn medewerkers in te richten. TOM is vanuit milieuoogpunt noodzakelijk. Met de renovatie van het omroepgebouw kan de VRT op grote schaal milieubevorderende maatregelen doorvoeren. TOM geeft extra aandacht aan:

- het isoleren van alle gerenoveerde bouwdelen;
- het toepassen van intelligente en performante buitenzonnewering;
- het verhogen van de compactheid van de gebouwen door te kiezen voor een inbreiding in plaats van een uitbreiding bij het creëren van extra vloeroppervlakte;
- de installatie van intelligente lichtsystemen;
- het vernieuwen van de oude klimakanalen met hoge lekverliezen.

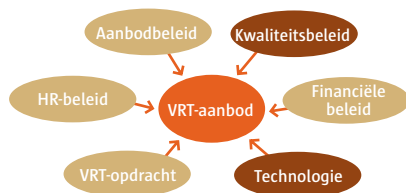
De gebouwen van de VRT zijn rookvrij. Medewerkers die willen stoppen met roken krijgen, indien ze dat wensen, rookstopbegeleiding door de medische en sociale dienst.

van TOM werd in 2005 ook het nieuwe kantoorconcept ontworpen.

In 2005 werden de decorafdeling, de stoffeerderij, de schrijnwerkerij en de rekwisietenafdeling aan een grondige renovatie onderworpen. Een nieuwe computerzaal werd gerealiseerd om de digitalisering van de omroep mogelijk te maken. In 2005 kreeg Studio Brussel een vernieuwde productieomgeving. De regionale omroep Oost-Vlaanderen onderging een grondige renovatie waarbij een nieuwe redactieomgeving gerealiseerd werd. In oktober opende Radio 2 Oost-Vlaanderen een nieuwe studio in het beurscomplex van Flanders Expo. Centraal hierbij was het optimaliseren van het productieproces en het creëren van een aantrekkelijke werkomgeving.

Milieu en gezondheid

In 2003 wees de *Centrale Coördinatieve Milieuzorg van de Vlaamse Gemeenschap* de VRT milieuzorg 2 toe. Aan de VRT werd gevraagd rond een aantal milieuthema's actie te ondernemen. Ook in 2005



Het kwaliteitsbeleid

De Beheersovereenkomst 2002-2006 legt de nadruk op een specifieke rol voor de VRT:

“De VRT zal zich nog meer profileren als kwaliteitszender.”

De VRT is een *lerende organisatie*. Hij tracht de kwaliteit van zijn aanbod voortdurend te verbeteren door te leren uit alle (goede en slechte) ervaringen.

De VRT heeft een kwaliteitsbewakings- en verbeteringssysteem opgezet voor het geheel van zijn programmering. Er wordt permanent aandacht besteed aan kwaliteit met betrekking tot de publieke opdracht, functionele kwaliteit, ethische kwaliteit, operationele kwaliteit en professionele kwaliteit.

In een afzonderlijk deel van dit jaarverslag wordt uitgebreid ingegaan op het kwaliteitsbeleid.

De technologie

Innovatie is belangrijk voor het succes van de media in Vlaanderen. Dankzij technologische innovaties kon de VRT zijn aanbod in 2005 op een efficiëntere manier opbouwen. De Openbare Omroep is bovendien een belangrijke hefboom om de innovatie in media in Vlaanderen te ondersteunen en te verspreiden. De resultaten van de VRT-innovaties worden ter beschikking gesteld van de andere actoren in het medialandschap.

De VRT wil een vooraanstaande rol blijven spelen in het onderzoek en de ontwikkeling van nieuwe media. Hij vindt het belangrijk om als Openbare Omroep de nieuwe technologische evoluties op de voet te volgen. Die opdracht heeft hij trouwens meegekregen in de beheersovereenkomst.

De Openbare Omroep investeert in verschillende vormen van innovatief onderzoek. Dat gebeurt vaak in samenwerking met externe partners (zoals het *Instituut voor de Aanmoediging van Innovatie door Wetenschap en Technologie in Vlaanderen - IWT* – en het *Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtech-*



nologie - IBBT). Op die manier levert de VRT een bijdrage om Vlaanderen (de mediagebruiker en de media-industrie) te laten inspelen op de kansen van de informatiemaatschappij. De VRT tracht zo eveneens bij te dragen aan de creatie van nieuwe werkgelegenheid.

DMF

In de eerste helft van 2005 werd de bestandsgebaseerde geïntegreerde productiearchitectuur van de VRT definitief vastgelegd. Het kreeg de naam Digitale MediaFabriek (DMF).

Het DMF-platform zal het productietraject van programma's volledig vastleggen op computerbestanden. Bestandsgebaseerd produceren betekent het digitaal opslaan, uitwisselen, bewerken en hergebruiken van audiovisueel materiaal. Dat moet tot een versnelling en een verbetering van de productie leiden.

De Digitale MediaFabriek zal onder andere het radioproductiesysteem van de tweede generatie bevatten. Dat is een verzamelnaam voor projecten die het bestaande digitale productiesysteem willen vernieuwen en de functionaliteit ervan willen uitbreiden. De doelstelling was te komen tot bestandsgebaseerde audioproductie. In 2005 werd de opslagcapaciteit van bestandsgebaseerde audio aanzienlijk uitgebreid. De vernieuwing van het audioproductie en -uitzendstelsel werd voorbereid.

GMII

Audiovisueel materiaal is *via een gemeenschappelijk platform* voor iedereen die betrokken is bij het productieproces eenvoudig en simultaan raadpleegbaar. Het gemeenschappelijke platform dat dit mogelijk maakt, is de *Gemeenschappelijke Media IT Infrastructuur* (GMII). GMII creëert opslagruimte en

vormt een onderdeel van DMF. Het elektronische magazijn GMII gaat in het voorjaar van 2006 in productie.

ASP

Het project Application Service Provider (het ASP-project) heeft als doel om DMF uit te breiden tot externe gebruikers en leveranciers die van het platform gebruik willen maken. In december 2005 werd een eerste samenwerkingsakkoord afgesloten. *Videohouse* en *Woestijnvis* zullen in een proefproject via bestandsgebaseerde productie hun producties digitaal aan de VRT leveren. In 2006 wordt het proefproject opgezet. Tegen eind 2006 zullen de conclusies geformuleerd worden en kan de uitrol beginnen. De VRT komt daarmee tegemoet aan de opdracht, die bepaald is in de Beheersovereenkomst 2002-2006, om een softwaredienstenplatform voor de Vlaamse audiovisuele sector te ontwikkelen.

IBBT-projecten

Het IBBT (Interdisciplinair Instituut voor BreedBand Technologie) voert onderzoek uit naar informatie- en communicatietechnologie in het algemeen en naar de ontwikkeling van breedbandtoepassingen in het bijzonder. Het IBBT heeft als missie:

“Het opleiden van hoogcompetent menselijk kapitaal en het verrichten van multidisciplinair onderzoek ten dienste van zowel het Vlaamse bedrijfsleven als de Vlaamse overheid”.

Bij het IBBT-onderzoek komen alle technologische, juridische en sociale elementen aan bod die de ontwikkeling en de exploitatie van breedbanddiensten mogelijk moeten maken. Door te investeren in dit multidisciplinaire onderzoek wil de Vlaamse regering ervoor zorgen dat Vlaanderen een toonaangevende en internationaal erkende speler wordt in de toekomstige informatie-maatschappij.

De VRT is een vooraanstaande partner bij verschillende projecten van het IBBT. Door zijn deelname aan het IBBT bevestigt de VRT zijn voortrekkersrol op het vlak van innovatie in Vlaanderen.



Advanced Media

Het Advanced Media-project⁶ is in september 2005 afgerond. Er werd voornamelijk basisonderzoek verricht naar digitale mediaplatformen in distributie, productie en opslag. Dat maakt een efficiënt beheer van het inhoudelijke materiaal mogelijk. Het Advanced Media-project onderzocht hoe het materiaal op een efficiënte wijze ontsloten kan worden voor elke professionele gebruiker. De gebruiker zal bandbreedte, opslagruimte en rekenkracht ter beschikking krijgen op het toestel van zijn keuze.

IPEA

Met een gestructureerd en volledig archief moeten omroepen hun archief op een efficiëntere manier voor derden kunnen ontsluiten. Enerzijds zijn dat mediabedrijven (productiehuizen, facilitaire bedrijven, omroepen ...) en anderzijds burgers, scholen, en dergelijke. Innovative Platform on Electronic Archiving (IPEA) werd in 2005 opgestart als een project dat tot doel heeft gemeenschappelijke standaarden te ontwikkelen voor het uitwisselen en archiveren van audiovisuele data in Vlaanderen.

Het IBBT coördineerde de initiatieven rond digitale archivering binnen de publieke en de particuliere sector. Er kwam een gezamenlijk onderzoeksprogramma dat uitgevoerd werd door een consortium van bedrijven en onderzoeksgroepen. Onder andere VRT, VMMA en Videohouse namen deel aan dit project en brachten hun expertise en kennis aan.

Door zijn deelname aan het IBBT bevestigt de VRT zijn voortrekkersrol op het vlak van innovatie in Vlaanderen.

In 2005 is gekozen voor een archief-systeem dat voldoet aan de verschillende eisen. Daarbij werden concrete afspraken gemaakt over de manier waarop informatie over media uitgewisseld kan worden.

Daardoor zal de media-industrie in Vlaanderen op een eenvoudige manier informatie kunnen uitwisselen.

⁶ Het Advanced Media-project is de opvolger van het MPEG-project en maakt deel uit van de ontwikkeling van een inhoudsbeheersysteem (CMS: Content Management System). Dit systeem moet al het bestaande en toekomstige materiaal (beeld, geluid, tekst, grafiek, spelen e.d.) beheren.

FIPA

File Based Integrated Production Architecture (FIPA) doet onderzoek voor de ontwikkeling van een architectuur voor opslag en mediaproductie die voldoet aan de eisen van de mediamarkt. Dit IBBT-project is gericht op de productie van digitale media, e-beveiliging, e-gezondheid en dergelijke. Doelstelling is het bestandsgebaseerd opslaan en verwerken van grote hoeveelheden digitale multimediale content zodat die betrouwbaar, veilig en efficiënt beheerd en opgevraagd kan worden.

MCDP

Het Multimedia Content Distribution Platform (MCDP) onderzoekt hoe een distributiesysteem voor multimediale content opgebouwd kan worden. Het systeem moet een verscheidenheid aan netwerk-dienstenplatformen en -toestellen ondersteunen.

Integratie bedrijfsprocessen

In 2005 werd SAP vernieuwd. De nieuwe versie van SAP kan zich nauwer integreren met andere applicaties. De kijk-, luister- en klikcijfers worden opgeslagen en geïntegreerd in een centrale databank. Daardoor kunnen de technische middelen beter aangewend worden.



VRT-AANBOD

Voor radio bedroeg de totale output in 2005 72.417 uur⁷. Ten opzichte van 2004 is dit een daling 2.571 uur (ten opzichte van 1994 een stijging van 27.526 uur). De daling vindt hoofdzakelijk zijn oorsprong in deerschikking van het RVi-aanbod en de vermindering van het aanbod van Sporza-Radio⁸. In totaal werden op alle netten samen voor 91.811 uur⁹ radioprogramma's uitgezonden.

Voor televisie bedroeg de nettoprogrammazentijd in 2005 8.973 uur. Ten opzichte van 2004 is dat een daling van 490 uur. In 2004 had de VRT immers gedurende drie maanden het tijdelijk sportkanaal Sporza.

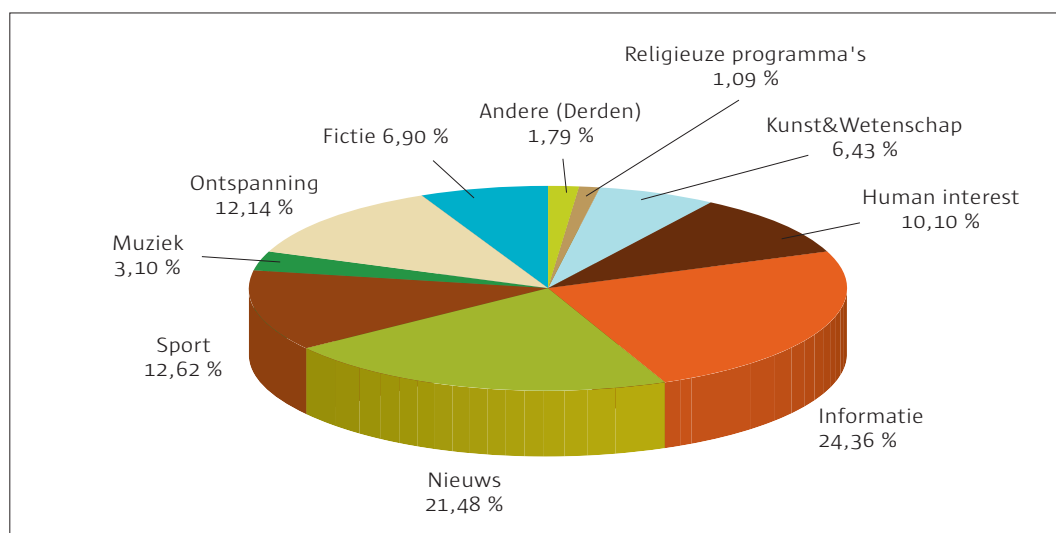
Er werden 3.031 uren aan door de VRT geproduceerde tv-programma's voor de eerste maal uitgezonden. Met inbegrip van de herhalingen was het volume aan eigen productie voor de VRT in 2005 4.676 uur. Dat is 52,1% van de nettoprogrammazentijd. De categorieën *Informatie en Nieuws* vertegenwoordigen samen bijna de helft (46%) van het eigen aanbod dat voor de eerste maal werd uitgezonden.

De VRT wil zijn aanbod onder crossmediale merken gaan aanbieden.

De VRT had ook een uitgebreid onlineaanbod met websites van alle netten en gespecialiseerde websites.

De motor van het VRT-aanbod zijn zijn merken.¹⁰ De VRT paste zijn programma's en zijn programmering op verschillende netten aan. Bij de radio stond de verfijning van de muziekprofielen en het vinden van een optimaal evenwicht tussen informatie en muziek centraal. Nieuwe programma's en zendschema's werden doorgevoerd. Op tv werden als gevolg van innovatietrajecten veel nieuwe programma's gebracht op Eén en Canvas. Zowel Eén als Canvas kreeg een nieuw programmaschema. De VRT investeerde in de uitbreiding van zijn cultuur- en informatieaanbod door het opzetten van respectievelijk een cultuurproject en een nieuwsproject (zie p. 46).

Eigen productie VRT-Televisie in 2005 (eerste uitzendingen: 3.031 uren)



Bron: VRT-Studiedienst, Enkele krachtlijnen van het programma-aanbod televisie, p. 35

⁷ Radio 1, Klara, Donna, Studio Brussel en Nieuws+ zenden 24 uur per dag een eigen programma uit. Radio 2 ontkoppelt meermaals per dag zijn uitzending voor programma's per provincie. Sporza-Radio zendt een beperkt programma uit via DAB, AM en internet.

⁸ In 2005 waren er geen Europees Kampioenschap Voetbal en Olympische Spelen.

⁹ RVi brengt naast eigen programma's een selectie uit programma's van Radio 1, Radio 2 en Donna. Klara Continuo en Donna Hitbits nemen 7 uur per dag het programma van respectievelijk Klara en Donna over.

¹⁰ In een onderzoek van *Vlerick Brand Management Centre* naar de karaktertrekken van een aantal merken werden ook de VRT-merken onderzocht. De resultaten zijn positief voor de VRT en sluiten aan bij de waarden die de VRT nastreeft.

Vaak wordt gedacht dat de digitalisering van ons medialandschap met technologie te maken heeft. Niets is minder waar. Technologie is een middel maar geen doel. Digitalisering heeft alles te maken met zelfbeschikking van mediagebruikers, bescherming van kwaliteit en de onstuitbare behoefte om een aanbod via verschillende dragers en op verschillende manieren te kunnen exploiteren. De mediagebruiker wil een aanbod dat over verschillende dragers heen herkenbaar is. Waarbij hij bijvoorbeeld de opstap naar cultuur aangereikt krijgt vanuit een generalistisch net als Eén, de stap kan zetten naar een gespecialiseerd aanbod in een themakanaal en vervolgens zelf content naar keuze kan halen uit een digitaal niet-lineair aanbod. Dit aanbod moet herkenbaar verbonden zijn met andere dragers zoals radio en internet, steeds onder dezelfde herkenbare vlag.

Het is niet nodig om de opdracht van de VRT aan te passen aan het digitale tijdperk. De digitale (r)evolutie maakt het wel mogelijk de opdracht van de Openbare Omroep beter te gaan invullen.

Tony Mary
Gedelegeerd Bestuurder VRT

Een deel van het aanbod van de VRT werd in 2005 crossmediaal opgebouwd. Radio, tv en online werken in die context complementair en versterken elkaar. Alles wijst erop dat de mediagebruiker positief staat tegenover de nieuwe ontwikkeling. De VRT wil zijn aanbod onder crossmediale merken gaan aanbieden. Vandaag wordt samenwerking op programmaniveau tussen radio, tv en internet en het opzetten van crossmediaal aanbod gestuurd door het in juli 2005 opgerichte Aanbodcomité, waarin alle media vertegenwoordigd zijn.

Het generalistische VRT-aanbod

De generalistische VRT-netten willen verbinden, ontplooien en signaleren.

- *De verbindende opdracht* wil de sociale samenhang en integratie in een gediversifieerde democratische samenleving bevorderen.
- *De ontplooiende functie* is gericht op het bieden van meerwaarde aan de mediagebruiker als individu, die voor de ontplooiing van zijn emotionele, creatieve en intellectuele talenten een beroep wil doen op de VRT.
- *De signaalfunctie* biedt aan de Vlamingen een venster op de wereld en maakt het hun mogelijk vinger aan de pols van de samenleving te houden.

**Signaleren, ontplooien
en verbinden zijn
de centrale waarden
van de generalistische
VRT-merken.**

Signaleren, ontplooien en verbinden zijn de centrale waarden van de generalistische VRT-merken. Elk merk kent een eigen gewicht toe aan elke waarde. Bij de uitwerking van elk generalistisch VRT-merk staat één waarde centraal en zijn de andere waarden ondersteunend.

- Eén en Radio 2 zijn de verbindende VRT-netten. Zij willen op een ontspannen en laagdrempelige manier de sociale cohesie bevorderen en een breed publiek verbinden.
- Ontplooien is de centrale waarde van Radio 1 en Canvas. Beide netten brengen diepgravende en kritische informatie over alle domeinen van de samenleving. Uitdiepende programma's en een grote gelaagdheid zijn de onderscheidende kenmerken van beide netten.
- Donna concentreert zich op gerichte laagdrempelige invulling van zijn signaalfunctie voor een breed publiek.

Op 21 januari 2005 werd TV1 omgevormd tot Eén. Het was meer dan een naamswijziging. Het verbredende net kreeg een meer sociaal geïnspireerde missie. Eén brengt programma's die samenhangendheid uitstralen en een sociale dynamiek bevorderen. Eén wil de diversiteit in de samenleving aan bod laten komen. Nieuwe programma's, een nieuw logo, een nieuwe naam en een nieuwe netaankleding dragen daartoe bij. Met de naam Eén wordt betrouwbaarheid onderstreept. Eén heeft een hoge symbolische waarde (*één zijn, één worden*).



Eén had in 2005 een sterk informatief aanbod. De nieuwsdienst verzorgde op Eén de journaaluitzendingen, het actualiteitenprogramma *Koppen*, *Villa politica* (sinds het najaar twee keer per week vanuit het Vlaams en Federaal Parlement) en *De zevende dag*. *Koppen justitie* kwam tot stand in samenwerking met het Ministerie van Justitie en toont alle facetten van politie en justitie.

Eén koos voor een uitzendschema dat horizontaal opgebouwd is. Programma's zoals *Vriend of vijand*, *Dieren in nesten* en de reeksen van *Het leven zoals het is* kregen een prominent uitzenduur. *Fata Morgana* werd in de zomermaanden opnieuw gebracht vanuit verschillende Vlaamse gemeenten. Voor *Kom op tegen kanker* werd een speciale uitzending geprogrammeerd.

FC De Kampioenen was toe aan zijn vijftiende seizoen.

De pijler humor werd uitgebreid met comedy (*Halleluja!* en *Urbain*) en vernieuwende humor (*Als 't maar beweegt*). Quizzen en showprogramma's zoals *De thuisploeg*, *De pappenheimers*, *1 jaar gratis*, *De slimste mens ter wereld* en *De tabel van Mendelejev* waren kwalitatief sterke ontspanningsprogramma's. Ontspanning met een educatieve inslag was er onder andere met *Hoe?Zo!*. *Thuis*, *Flikken*, *Witse*, *Kinderen van Dewindt* e.d. waren fictiereeksen van Eén. Eén organiseerde, in samenwerking met de RTBF, het *Junior Eurovisiesongfestival*. Met de commerciële zender VTM werd samengewerkt voor de gelegenheidsuitzendingen *Tsunami 12-12* en *Hoop*.

Eén organiseerde tal van evenementen: de *Thuisdag* in de Zoo van Antwerpen, *Fata Morgana* in 12 steden en gemeenten, de fietstochten van *1000 zonnen en garnalen*, *Flikkendag* in Gent, *Swingpaleis Live on stage* in Antwerpen, *FC De Kampioenen on tour*, het *Junior Eurovisiesongfestival* te Hasselt, ... Daarnaast nam Eén ook deel aan andere evenementen of bracht er uitgebreid verslag over uit. Het net richtte zich daarbij op drie pijlers: kwaliteitsentertainment (*Filmfestival van Gent*, *Night of the proms*, ...), ondernemend Vlaanderen (*Open bedrijvendag*, *Kinderen van Dewindt*, ...) en cultureel Vlaanderen (*Open monumentendag*, *Erfgoeddag*, *11 juli*, ...).

Radio 2 ondersteunde in 2005 opnieuw het sociaal-maatschappelijke en culturele leven in Vlaanderen. In het kader van het VRT-diversiteitsbeleid organiseerde Radio 2 Limburg de eerste contactdag voor allochtone leerlingen in Limburg.



De muzieklijn van Radio 2 werd in 2005 strikter uitgezet en afgestemd op nieuwe inzichten. De muziekdienst kreeg een meer efficiënte organisatie. Vlaamse muziek werd gepromoot via programma's, acties voor de luisteraars, een muziektoer langs de Vlaamse kust met de *Radio 2-Band* en een muziektoer met *Viva Vlaanderen* bij de opnames van *Fata Morgana* (Eén). *Zondagspost* werd vanaf de zomer een algemeen sport- en amusementsprogramma met plaats voor de regionale sportactualiteit.

Er kwam in 2005 een versterkte samenwerking tussen Eén en Radio 2 tot stand. Radio 2 speelde inhoudelijk in op evoluties bij Eén. In augustus startte het crossmediale project SAM. Het regionale netwerk van Radio 2 was daarbij een troef. De regioredacties wisten lokale initiatieven op te sporen en konden zo SAM voeden met waardevolle content.

Radio 2 ondersteunde en organiseerde tal van evenementen, zoals *Radio 2 Tuindag* in Bokrijk, *Radio 2 Wandelgang* in Beernem, *Zomerstreken* (wandelen en fietsactiviteiten in de vijf Vlaamse provincies), *De Gordel*, *Radio 2-kookdag*, *Radio 2-band* langs de Vlaamse Kust, *Viva Vlaanderen-muziektoer*, samenwerking met *Fata Morgana* en *1000 Zonnen en Garnalen*, *Een thuis voor een beeld*, ...

Onder het motto *Mag het iets meer zijn* heeft Canvas in het najaar van 2005 een verdiepings- en verbredingsoperatie afgerond: *kritische meerwaarde* wordt gecombineerd met *alertheid* en *verrassende creativiteit*. Nieuwe programma's werden gelanceerd. Ze werden ondersteund door een nieuwe vormgeving.

Het aanbod van nieuws en duiding op Canvas veranderde. *Terzake* bleef als vaste waarde. Met *Morgen beter* kreeg de mediagebruiker een tweede vaste afspraak in de late avond. In het programma wordt elke dag gediscussieerd over politiek, cultuur, economie of wetenschap. *Panorama* bracht opnieuw eigen reportages.

Cultuur en fictie kwamen aan bod in *Plankenkoorts*, *Muziek op zondag*, *Brussel Vlaams Deluxe*, *de Koningin Elisabethwedstrijd*, *Republica*, *Ten huize van*, *Spraakmakers*, *Het beloofde land*, *Het verloren paradijs*, *Nachtwacht*, *Frontlijn*, *Filmfan*, *Filmfactory*, *Film kort*, historisch drama, Brits drama, detective- en thrillerreeksen, ...

Humor en amusement van hoog niveau kwamen aan bod in onder andere *Het peulengaleis*, *Neveneffecten*, *De rechtvaardige rechters*, *De Canvascrack*, *Per seconde*



wijzer en *Met het mes op tafel*. Dit aanbod werd aangevuld met Britse humoristische reeksen.

Reisreportages en documentaires hadden in 2005 hun plaats in de programmering: *Het Bourgondisch complot*, *Reynebeau en Rotten*, *de Bende van Wim*, *De grootste Belg*, *Keerpunt*, *De wereld van Tarantino*, *Hoge bommen*, *Bewogen leven*, *Rare streken*,... *Overleven* werd herdoopt tot *Over leven* om de impact van wetenschap in het dagelijkse leven te benadrukken.

Canvas speelde in op historische en culturele hoogdagen: *De gouden uil*, *Het groot dictee der Nederlandse taal*, *Valentijn*, *Gedichtendag*, *De nacht van de geschiedenis*, *De Koningin Elisabethwedstrijd*, *De boekenbeurs*,...

In het kader van het *Klarafestival van Vlaanderen* speelde Canvas in op het thema Groot-Brittannië.

Canvas ondersteunde en organiseerde verschillende evenementen, onder andere: *Humo's Pop Poll*, *KlaraFestival*, *De boekenbeurs*, *Internationaal filmfestival Leuven*, *Internationaal filmfestival Gent*, *Brussel Vlaams Deluxe*, *Neveneffectenmarathons*, *De gouden uil*, *Het geheugen van Congo*, ...

Radio 1 bleef dé informatiezender. In 2005 had de zender elke weekdag drie programma's om duiding bij het nieuws te geven: *Voor de dag*, *Lopende zaken* en *De wandelgangen*. Daarnaast was er veel sportverslaggeving. Sporza verstevigde zijn positie als sportmerk op Radio 1 en op Sporza-Radio dat meermaals per week van Radio 1 ontkoppeld wordt om live verslag uit te brengen van sportieve gebeurtenissen. Muzikaal presenteert Radio 1 zich als een breed net, met veel aandacht voor de popmuziek en voor muzikaal waardevolle genres.

In september 2005 presenteerde Radio 1 drie nieuwe dagprogramma's: *Het beste moet nog komen*, *Wilde geruchten* en *Lopende zaken*. *O draaibaar België* bracht vanaf september de geschiedenis van 50 jaar Belgische popmuziek. Radio 1 speelde in op culturele en maat-



schappelijke evenementen zoals 175 jaar België – 25 jaar federalisme, de 75ste verjaardag van de radio en de zoektocht naar *De grootste Belg*. Er was extra aandacht voor de Vlaamse muzieksector.

Op 1 juni vierde *Voor de dag* zijn 15de verjaardag vanuit het Vlaams Parlement. Het programma werd bij die gelegenheid aangepast aan de nieuwe vereisten.

Radio 1 organiseerde verschillende evenementen of bracht er verslag over uit. Zo waren er onder andere: *Radio 1 Big Bang*, *Club live* op zomerfestival en *Jazz Middelheim*. Radio 1 werkte volop samen met de *Ancienne Belgique*, *Arenbergschouwburg*, *Handelsbeurs*, *KVS*, *NTG*, *Vooruit*, *'t Stuk*, *Zuiderpershuis* en andere cultuurhuizen.

Donna werd in 1992 opgezet als een *op een breed publiek gericht net dat op een eigentijdse en laagdrempelige wijze invulling geeft aan zijn openbare opdracht*. Het net werd opgericht omdat één groot generalistisch ontspanningsnet (Radio 2) onvoldoende was om het jongere segment van de Vlaamse luisteraars te blijven bereiken.

donna

nationale commerciële radio-omroepen door tot volwaardige netten. De VRT is voorstander van een duaal medialandschap. Dat kan de kwaliteit van het radio-aanbod in Vlaanderen alleen maar ten goede komen.

Uit het mediabehoefteonderzoek van de VRT (*Driehoek*) blijkt dat het publiek van Donna media gebruikt om *zich uit te leven, zich te ontspannen en zich op te laden*. De Openbare Omroep heeft van de Vlaamse overheid de opdracht gekregen om alle lagen van de bevolking te bereiken, ook deze groep van mediagebruikers die in media vooral ontspanning zoeken. Donna is voor de VRT een essentieel onderdeel van het driesporenbeleid dat de Openbare Omroep wil voeren.

De vernieuwingsoperatie die eind 2004 was ingezet, werd verder uitgevoerd. Donna evolueerde in 2005 naar een optimistische hitzender. Donna wil de Vlamingen verbinden met de wereld. In 2005 investeerde Donna in zijn nieuwsredactie en in de frequentie van nieuwsuitzendingen. Op het gebied van sport en cultuur zijn er in 2005 inspanningen geleverd. Verschillende Donna-programma's signaleren nu regelmatig over cultuur en sport. De muzieklijn werd in 2005 nauwer op de doelgroep afgestemd. Het evenementenbeleid focuste steeds op de realisatie van maatschappelijke meerwaarde.

Donna onderscheidt zich van gelijkaardige zenders in de eerste plaats door de invulling van zijn informatieopdracht. Donna staat garant voor onafhankelijke, waarheidsgetrouwe en uitgebreide berichtgeving van alles wat in Vlaanderen en de wereld gebeurt.

Verschillende evenementen in Vlaanderen werden met de steun van Donna georganiseerd of door Donna zelf opgezet. De opvallendste waren: *Zomertour liveshows, Lanceringsdag top 200, Hitclub parties, City parade, Internationaal filmfestival van Vlaanderen Gent, Night of the proms, Clouseau, ...*

Door de nieuwe frequentieverdeling in 2004 groeiden

De VRT moet bij kinderen, jongeren en senioren een voldoende groot bereik hebben. Een specifiek doelgroepgericht aanbod voor die groepen is noodzakelijk enerzijds om er een voldoende groot bereik te hebben en anderzijds om hun behoeften optimaal te beantwoorden. De VRT wil de doelgroepen een onafhankelijk en kwalitatief hoogstaand openbaar aanbod bieden. In dit aanbod moeten de thema's cultuur, educatie, informatie, sport en Vlaamse identiteit op de doelgroep worden afgestemd.

Kinderen

De VRT heeft de opdracht zijn programma-aanbod op een aangepaste manier te richten naar kinderen. Ketnet bereikt de specifieke doelgroep van de 4- tot 12-jarigen.

Ketnet deelt zijn uitzendkanaal met Canvas. Dat beperkt de mogelijkheden van de VRT om de doelgroep kinderen goed te bedienen. Om een belangrijke speler te blijven in de Vlaamse kindermarkt en een antwoord te bieden op de internationale concurrentie is een verbreding van het Ketnet-aanbod noodzakelijk.

Om een optimale aansluiting bij de 4- tot 12-jarigen te blijven garanderen bestaat de noodzaak om meerzijdige digitale extensies van Ketnet aan te bieden. Dat zou het mogelijk maken dat alle kinderen op alle momenten van de dag een leeftijdsgebonden aantrekkelijk Ketnet-aanbod zouden kunnen bekijken. Daarnaast moet een niet-lineair en multimediaal aanbod van Ketnet een belangrijke ondersteuning zijn voor de doelgroep. De toekomst van Ketnet wordt in belangrijke mate bepaald door de onderhandelingen in het kader van de beheersovereenkomst.



Ketnet investeerde in eigen producties zoals *Bumba*, *SMOS* en *100% Bakvis*. Eigen fictie werd geprogrammeerd met *En daarmee basta!* en *Spring*. Het nieuwsmagazine *Karrewiet* kreeg teletekst-ondertiteling. Ketnet bracht cultuur in de *Ketnetwrap* en *100% Bakvis*. *Eurosong for Kids* was een 100% kindvriendelijk programma voor en door kinderen. In *Eurokids* kon kennisgemaakt worden met de kandidaten voor het *Junior Eurovisiesongfestival*. In het najaar van 2005 breidde Ketnet zijn aanbod uit met een ochtendprogramma: *Sta op met Ketnet!*



Ketnetfestival, *Jekino*, *Ketnet-Halloween-Weekend*, *De intrede van de Sint* in Antwerpen, *Het Groot Kinderdictee der Nederlandse Taal*, *KetnetFreezzz* in de *Grenslanhhallen* in Hasselt, *Kids Awards* in

Casino Kursaal Oostende, premières van kinderfilms, musicals en concerten, ... Ketnet verbond zijn naam ook andere evenementen zoals de *Boekenbeurs* (in samenwerking met *boek.be*), *Voorleesweek* en het 'Boek van de week' (in samenwerking met de *Stichting Lezen*), *Strip Turnhout*, *Het Europees Jeugdfilmfestival*, *Kom op Appels* (in samenwerking met *Vlaamse Liga tegen kanker*), *Het paard van Sinterklaas* (in samenwerking met *Warner Bros*), *Pennenzakkenrock* in Mol,...

Om nog beter in te spelen op de behoeften van zijn kijkers en om een beter bereik te krijgen, is Ketnet in 2005 gestart met een innovatietraject. Dat project moet in 2006 uitmonden in een vernieuwing van styling, programma's, website, gezichten en programma-schema.

Ketnet organiseerde verschillende evenementen:

De webpagina *Vlieg je mee* op *ketnet.be* en *cultuurweb.be* is een samenwerking van Ketnet met *Cultuurnet Vlaanderen*. De zoekmachine wijst kinderen en hun ouders de weg naar kindvriendelijk cultureel aanbod in Vlaanderen.



Het aanbod van *KetnetKick* breidde uit met toepassingen en nieuwe spelletjes. In oktober 2004 werd *KetnetKick* gelanceerd.

Vanaf de start was de interactieve toepassing succesvol bij de jongste mediagebruikers (6- tot 10-jarigen). Begin 2006 bevindt het project zich in de derde fase: *KetnetKick Crossmediaal*¹¹ versterkt het samenspel tussen pc en Ketnet-tv.

In de interactieve wereld kunnen kinderen creatief zijn en op de pc spellen spelen. In 2005 werden verscheidene uitbreidingen ter beschikking gesteld: het *Wraptordoolhof*, een *Samoerai spel*, een filmstudio, een stripmaker, ... Ze zijn gratis te downloaden vanaf de Ketnet-site.

In september 2005 werd *aanbod-op-aanvraag* geïntroduceerd binnen *KetnetKick*. Hierdoor kunnen kinderen dagelijks de integrale herhaling van *Karrewiet* van de laatste 7 dagen zien. Ze kunnen beslissen of ze ondertiteling wensen. Ook andere *Ketnet* filmpjes worden aangeboden.

Eind 2005 waren er ruim 85.000 gebruikers van *KetnetKick* geregistreerd.

De BBC heeft interesse getoond om het format van *KetnetKick* aan te kopen.

Jongeren

De VRT moet zijn programma-aanbod op een aangepaste manier op jongeren richten. De Mediadecreten stellen dat een doelgroepgericht aanbod voor jongeren noodzakelijk is.

Jongeren zijn een belangrijke maar moeilijk te bereiken en kwetsbare doelgroep. Jongeren hebben de leeftijd waarin elkeen de basis van zijn algemene kennis legt en zijn houding ten aanzien van de samenleving vormt. Een aangepast media-aanbod is daarom noodzakelijk.

Naast zijn aanbod op de generalistische netten bereikt de VRT deze groep met *Studio Brussel*. *StuBru* is een specifiek aanbod op radio voor jongeren van 12 tot 25 jaar.

De VRT is overtuigd van de noodzaak van een uitgebreider jongerenaanbod. Nieuwe mediatoepassingen en multimediadiensten bieden mogelijkheden. De VRT wil prioritair een jongerenplatform op internet creëren dat de VRT in staat moet stellen de doelgroep beter te bereiken. Op dat multimediale platform zullen de bezoekers de mogelijkheid krijgen om met elkaar te communiceren, blogs aan te maken, enzovoort. Dat zijn de mediatoepassingen die de jongeren vandaag aantrekken.

¹¹ De eerste fase was de lancering van de *KetnetStudio* (eind 2003). De tweede fase was de lancering van *KetnetKick*.

In het kader van **75 jaar radio** werden er in 2005 verschillende evenementen georganiseerd:

- Evocatie van de eerste radio-uitzending in de *Grote Koninklijke Serres* van het *Kasteel van Laken*
- Feestconcert door het *Vlaams Radio-Orkest* en het *Vlaams Radio-Koor* in het *Flageygebouw*
- Slotfeest in Gent met *Radio 1 Big Bang*, *Radio 2 Band*, *De Préhistorie live*, *Klara muziekprijzen*, *Donnaconcert*, *StuBru-fuif*
- Radio 1- en Radio 2-programma's werden in het teken van 75 jaar Radio geplaatst: *Het huis van bewaring*, *De bende van Marconi*, *De nieuwe wereld*, *Het beste moet nog komen*, *Reyerscomplex*, *Vragen staat vrij*, *Goud van de radio*, *De Préhistorie*, ... Klara had de *Klassieke top 75*, een speciaal luisterspel en een speciale editie van *De geluidsfabriek*. StuBru liet *Het leugenpaleis* voor één keer terugkomen.
- De tijdslijn, website en cd-rom met grote momenten uit 75 jaar radio
- Radio 2 organiseerde een radio-evenement in het Omroepcentrum voor alle medewerkers.
- Er werd een speciale postzegel uitgegeven door *De Post*.



Studio Brussel bevestigde in 2005 zijn slogan *Life is Music* met nieuwe muziekprogramma's zoals *Mish*

Mash, *Head Room*, *Wondergrond* en *TNT*. Er waren muziek sessies in de VRT-studio Marconi. Studio Brussel focuste op Vlaams rock- en pop talent. *Brussel Midi* werd een praatprogramma dat dieper ingaat op de brede actualiteit.

Studio Brussel spoorde jongeren aan tot interactiviteit rond cultuur. Het net zocht naar artistiek talent. Het had aandacht voor gespecialiseerde muziekgenres.

Met acties als *StuBru Punt Uit*, *de Music Games*, *Sjorhout Werchter* en *Love Boat Party* werd de band met de luisteraar versterkt. Nieuw radiotalent kreeg de kans om in *Studio Dada* te experimenteren. Studio Brussel organiseerde een dj-actie in het kader van *Tsunami 12-12* ten voordele van de slachtoffers van de tsunami in Zuidoost-Azië en een actie *Kippensoep* in het kader van de actie *HOOP* ten voordele van de slachtoffers van de aardbeving in Pakistan.

Senioren

Senioren vormen in onze samenleving een grote en groeiende groep. De VRT wil dat senioren zich voldoende betrokken kunnen voelen bij de Vlaamse samenleving.

De generalistische netten van de VRT hebben reeds uitgebreid aandacht voor de behoeften van oudere mediagebruikers.

Momenteel heeft de VRT echter geen specifiek doelgroepgericht aanbod voor deze groep. De digitalisering biedt de VRT de mogelijkheid om een specifiek aanbod uit te werken dat inspelt op de specifieke mediabehoefte van senioren. Een digitaal televisieaanbod kan naast archiefmateriaal een doelgroepspecifiek aanbod bieden. Een digitaal radiokanaal met een specifiek (muziek)aanbod voor senioren behoort tot de mogelijkheden.

De VRT hoopt dat de nieuwe Beheersovereenkomst het de VRT mogelijk zal maken een specifiek aanbod voor senioren te ontwikkelen.



Verrijkte Inhoud

De VRT verstaat onder Verrijkte Inhoud alle extra informatie en *alle extra gebruiksmogelijkheden die toegevoegd zijn aan een programma*.

Digitale televisie, teletekst en internet bieden talrijke mogelijkheden om de mediagebruiker *Verrijkte Inhoud* te leveren.

Voorbeelden van Verrijkte Inhoud zijn:

- achtergrond- of aanvullende informatie bij programma's of programma-items via websites of via digitale tv (bijvoorbeeld toeristische informatie, statistieken, geschiedkundige achtergrond, ...);
- mogelijkheden inzake ondertiteling;
- de mogelijkheid voor achtergrondmuziek/geluiden;
- de mogelijkheid om verschillende camerastandpunten te kiezen;
- trailers, making offs, ...

De VRT biedt rond zijn programma's extra informatie waarmee hij tegemoet wil komen aan een nieuwe behoefte bij de mediagebruiker. Die voelt inderdaad de behoefte aan meer achtergrondinformatie en meer autonomie bij het samenstellen van het aanbod dat hij wil ontvangen. Dat blijkt uit de VRT-studie *Driehoek*. De mediagebruiker kan de informatie die hem interesseert actief terugvinden bij het verrijkte aanbod.

Verrijkte Inhoud in 2005

De VRT investeerde in 2005 in Verrijkte Inhoud. Rond tal van programma's werd extra dienstverlening en aanvullende informatie gebracht voor de mediagebruiker:

- *De grootste Belg*: een afzonderlijke website met achtergrondinformatie van de genomineerden. De digitale mediagebruiker (van Telenet) kon die informatie ook op het digitale platform terugvinden.
- *Rome*: op de Canvas-site werd het programma aangevuld met informatie over de hoofdrolspelers, de geschiedenis van Rome, trailers en dergelijke.
- *Junior Eurovisiesongfestival*: een afzonderlijke website met achtergrondinformatie over de deelnemers en de wedstrijd.

25 jaar Teletekst

Op 25 mei 2005 bestond VRT-Teletekst 25 jaar. In 1980 startte de tv-nieuwsdienst bij wijze van experiment met teletekstuitzendingen. In de beginperiode konden slechts enkele honderden televisietoestellen het nog heel beperkte aanbod ontvangen.

Op 1 oktober 1981 breidde het eerste verrijkte aanbod uit (van 20 naar 80 pagina's) en werd er een aparte teletekstredactie opgericht. Sindsdien kende het medium een gestage groei tot 900 pagina's voor gemiddeld 760.000 mediagebruikers per dag. 97% van de tv-toestellen is met teletekst uitgerust.

Teletekst nam in 2005 ook regionaal nieuws op in zijn aanbod.

Teletekst vierde zijn verjaardag met een interactieve quiz voor het brede publiek.

De mediagebruiker voelt de behoefte aan meer achtergrondinformatie en meer autonomie bij het samenstellen van het aanbod dat hij wil ontvangen.

- *Vlaanderen Vakantieland*: toeristische informatie over de vertoonde reportages op de website van Eén en op teletekst.
- *Klara's Compositiewedstrijd 2005* speelde zich af op een subsite van de Klara-website.
- *De Tour de France* werd op sporza.be voorzien van achtergrondinformatie, grafische illustraties (flash van ritprofielen), tijdsverschillen, ...
- De *KEW-website* leverde informatie over de kandidaten en het verloop van de Koningin Elisabeth Wedstrijd.

VRTnieuws.net en sporza.be bieden geregeld interviews aan die ruimer gaan dan die op de reguliere radio- of tv-netten. VRTnieuws.net biedt extra informatie via de rubriek *achtergrond*, beurs- en andere economische indicatoren, tabellen, standen, overzichten, enzovoort. VRTnieuws.net en teletekst bieden mogelijkheden om kleinere sporten uitgebreider te belichten.

Crossmediale formats in 2005

De VRT bracht in 2005 rond een aantal thema's een aanbod dat zich tegelijk op verschillende media-platformen bevindt. Bij crossmediale projecten worden verschillende media ingeschakeld die elkaar aanvullen en op elkaar inspelen.

De grootste Belg

Het crossmediale format *De grootste Belg* stelde de betrokkenheid en de participatie van de mediagebruikers centraal. De lancering van het project gebeurde op Radio 1 en via de grootstebelg.be. De 111 grootste Belgen werden in een dagelijks radioprogramma voorgesteld. De luisteraars



van Radio 1 en de gebruikers van de grootstebelg.be stelden de shortlist van 10 kandidaten samen. Het debat over de 10 genomineerden liep op Radio 1, de website, Canvas en in de geschreven pers (via partnerships). Het einddebat en de verkiezing vonden plaats op Canvas tijdens een groot evenement en werden ondersteund door de radio en de website.

De grootste Belg combineerde de innovatieve en de educatieve opdracht van de VRT. De website zorgde ervoor dat de inhoud van de programma's op radio en tv verrijkt werd. Via het webplatform waren alle Canvas-programma's rond *De grootste Belg* opnieuw te bekijken.

De grootste Belg was het eerste project waarbij digitale abonnees hun stem konden uitbrengen. Gemiddeld 1 op de 4 digitale tv-kijkers van Telenet namen deel aan de stemming.

Kinderen van Dewindt

Kinderen van Dewindt heeft de bedoeling het ondernemen te promoten en de mediagebruikers te stimuleren om de stap te zetten naar het ondernemerschap. Het project liep op radio, tv en internet, waarbij de fictiereeks centraal stond. De reeks werd opgezet in samenwerking met Departement Economie van het Ministerie van de Vlaamse



Kinderen van Dewindt

Gemeenschap en het Europees Sociaal Fonds. Ook de Stad Antwerpen, de Haven van Antwerpen en de Provincie Antwerpen droegen bij tot de realisatie van de serie.

**Algemeen Directeur
Radio Mark Coenen: "Bij
crossmediale projecten
vullen de verschillende
media elkaar aan en
spelen ze op elkaar in."**

De serie op Eén speelde zich af in een ondernemersfamilie in de Antwerpse haven. Op Donna waren er programma-items die focusten op het ondernemerschap.

De website van *Kinderen van Dewindt* geeft een belangrijke meerwaarde aan het project:

- *Starter!* is een educatief simulatiespel. Met *Starter!* kan de mediagebruiker nagaan hoe hij een winkel kan opstarten en beheren. Het spel werd ontwikkeld in nauwe samenwerking met het Departement Onderwijs van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.
- Het online strategiespel *Businessmaster* werd in samenwerking met *Donna* en *De Tijd* ontwikkeld. Doelstelling van *Businessmaster* is in een simulatieomgeving ethisch te ondernemen.
- De ondernemerstest (waarvoor werd samengewerkt met *VIZO*, *VDAB* en *UNIZO*) en de chatsessies werden een groot succes.

In mei organiseerde de VRT een forum *Ondernemer in Beeld*. Ondernemers uit heel Vlaanderen deelden hun ervaringen en visie in verband met beeldvorming in de media van de ondernemer en het ondernemerschap. Het beeld dat de Vlaming heeft van de ondernemer is doorgaans positief. Uit een onderzoek van de VRT-Studiedienst bleek dat *Kinderen van Dewindt* dat imago heeft verbeterd.

SAM

SAM is het VRT-platform voor mensen die bekommerd zijn om elkaar en die trachten het leven met elkaar aangenamer en prettiger te maken. *SAM* wil die mensen helpen door hen met elkaar in contact te brengen, te informeren, te stimuleren en te



mobiliseren. *SAM* gaat ervan uit dat *dingen delen of samen doen, hoe klein of groot ook, fijn is*. De VRT wil sociale aandacht op een moderne manier brengen.

Voor *SAM* werken Eén en Radio 2 nauw samen met *De Koning Boudewijnstichting*. Zo creëert de Openbare Omroep een crossmediaal platform voor sociale initiatieven van individuele mensen en verenigingen.

Elke maandagochtend is er *Allemaal Sam!* op Radio 2. Op Eén is er een programmareeks over mensen die iets doen om hun leefomgeving aangenamer te maken. Voortrekkers, experts, mensen met gelijkwaardige ervaringen, nieuwe initiatiefnemers, ... komen in *SAM* aan bod.

SAM.be is een onafhankelijke portaalsite die wordt gedragen door alle *SAM*-partners. Op de website worden alle initiatieven in het kader van *SAM* voorgesteld en toegelicht. Iedereen kan er zijn ideeën, tips, suggesties en ervaringen kwijt. De *SAM*-redactie brengt nieuws over relevante thema's en gebeurtenissen in onze samenleving, dagboeken, acties, oproepen, ...

Eurokids en het Junior Eurovisiesongfestival

De nationale selecties voor het *Junior Songfestival* werden in samenwerking met de RTBF georganiseerd. Uit de 874 inzendingen werden zes Nederlandstalige en zes Franstalige kandidaten geselecteerd.

Alle *Eurokids* werden op Ketnet vanaf hun selectie tot de finale gevolgd in een wekelijks magazine. *Karrewiet* had ruime aandacht voor *Eurokids*. In vier shows op Eén werd bepaald wie ons land zou



vertegenwoordigen tijdens het *Junior Songfestival 2005* in Hasselt. *De Rode Loper* bracht reportages over de kandidaten, interviews, commentaar en sfeerbeelden. De liedjes van de halve finales werden voorgesteld in *Hitwinkel* op Radio 2 en op Donna bij *Ann Reymen*. Na afloop van de uitzending op de radio waren de liedjes op *eurokids.be* en de websites van Radio 2 en Donna te beluisteren. Op de website *eurokids.be* was achtergrondinformatie over de uitzendingen en de deelnemers te vinden. Audio- en videofragmenten konden afgespeeld worden.

De kandidaat werd na de nationale preselectie in verschillende programma's gevolgd. Het *Junior Eurovisie Songfestival* werd uitgezonden op Eén. De finale was georganiseerd samen met de RTBF en werd een groot muziekspektakel in de *Ethiashallen* te Hasselt.

Fata Morgana

Fata Morgana is een evenement waaraan verschillende Vlaamse gemeenten en steden hebben meegedaan. Duizenden Vlamingen leverden een bijdrage. Het is een project dat de verbindende krachten in de samenleving tracht te stimuleren.



In de zomermaanden werd wekelijks een gemeente uitgedaagd om een spectaculaire en bijna onmogelijke opdracht te realiseren. *Fata Morgana* vertelt het verhaal van een gemeenschap die de handen in elkaar slaat om samen het onmogelijke mogelijk te maken.

Het tv-programma en het evenement worden ondersteund op Radio 2 met oproepen en reportages in verschillende programma's en met een optreden van de Radio 2-band op de slotdag.

In de winter was er een speciale editie van *Fata Morgana* in het kader van *Kom op tegen Kanker*.

Interactiviteit

De VRT verstaat onder Interactiviteit *het actief laten participeren van mediagebruikers aan een van zijn programma's.*

Tot voor kort kon de mediagebruiker alleen telefonisch, per sms of per post zijn mening over het VRT-aanbod laten horen of deelnemen aan wedstrijden. In 2005 werden voor het eerst interactieve toepassingen ontwikkeld voor de digitale mediagebruiker.

Interactiviteit *met* de mediagebruiker en *tussen* de mediagebruikers onderling kan op verschillende manieren:

- het doorgeven van een mening;
- het kiezen van een winnaar bij een wedstrijd;
- het deelnemen aan een quiz;
- het geven van onmiddellijke feedback over een programma;
- het samenstellen van profielen;
- het deelnemen aan debatprogramma's.

Interactieve toepassingen zorgen voor een groot comfort, een sterke beleving, directe feedback en nabespreking. De mediagebruiker voelt zich meer verbonden met de programma's, de netten en met andere mediagebruikers. Dat bevordert het 'wij-gevoel' en creëert sociale cohesie.

Interactieve toepassingen bevorderen het 'wij-gevoel' en creëren sociale cohesie.

Interactiviteit in 2005

Na sedert 2002 geëxperimenteerd te hebben met digitale televisie (onder andere in het project IO te Schoten en Vlaanderen Interactief), nam de VRT in 2005 het voortouw in Vlaanderen wat betreft het aanbieden van interactiviteit voor de mediagebruiker. Verschillende interactieve initiatieven werden gelanceerd:

- De Thuisploeg was het eerste interactieve programma. De mediagebruiker beantwoordt thuis (via teletekst, vanaf 2006 ook met de digibox) dezelfde vragen als de deelnemers in de



Junior Eurovisiesongfestival



studio. Het team dat thuis het sterkst scoort, wordt de nieuwe Thuisploeg. De winnaars nemen het op tegen ploegen in de studio.

- *De grootste Belg*: Door interactief te stemmen kon de digitale mediagebruiker mee De grootste Belg kiezen.
- Bij *Allemaal SAM* kon de mediagebruiker via digitale tv, via teletekst en via de SAM-website vragen beantwoorden om zo zijn sociaal profiel te bepalen.
- Bij het *Junior Eurovisiesongfestival* was het mogelijk digitaal te stemmen.
- Voor de viering van 75 jaar radio kreeg de website www.75jaarradio.be een interactieve tijdslijn. De website bevatte een overzicht van de Vlaamse radiohits vanaf 1930, memorabele sportreportages, interviews met bekende politici, culturele hoogtepunten en opvallende gebeurtenissen uit de recente geschiedenis.
- VRTnieuws.net laat de gebruiker dagelijks deelnemen aan een peiling over een actueel thema.
- In 2005 werd op VRTnieuws.net een interactieve verkeerskaart gelanceerd. De files, werkzaamheden en incidenten van de door de gebruikers geselecteerde zone worden op een kaart aangegeven.
- *KetnetKick* is een online multimedia-applicatie voor pc en tv. Op een interactieve manier kunnen kinderen "communiceren" tussen hun pc en de tv.

RSS

- Sporza.be en Teletekst organiseren regelmatig quizen onder hun mediagebruikers. Ter gelegenheid van *25 jaar Teletekst* was er een quiz over teletekst.
- Via RSS bieden VRTnieuws.net en Sporza.be de gebruiker de mogelijkheid om zijn nieuwsaanbod te personaliseren.
- Het nieuwsbord op VRTnieuws.net werkt als signaalfunctie voor de geïnteresseerde mediagebruiker. Nieuwe nieuwsberichten verschijnen automatisch op het pc-scherm. De gebruiker kan zelf zijn voorkeuren instellen.

Thematisch aanbod

Met Thematisch aanbod wordt bedoeld *een aanbod voor een groep van mediagebruikers met een specifieke interesse.*

Het driesporenbeleid baseert zich op een thematisch aanbod naast een generalistisch aanbod. Beide vullen elkaar aan. Programma's die de beoogde groepen interesseren, moeten in de eerste plaats aan bod komen op de generalistische netten. Op generalistische netten kan evenwel op sommige onderwerpen niet diep genoeg ingegaan worden. Generalistische netten moeten immers een ruim publiek bereiken. De technologische ontwikkelingen en de ontwikkelingen in het medialandschap creëren voor de VRT nieuwe mogelijkheden om zijn thematische aanbod vollediger en beter op te bouwen.

De VRT heeft voor zijn thematische aanbod die thema's voor ogen die in de Openbare Opdracht vermeld zijn: cultuur, nieuws en informatie, sport, kennis en wetenschap (educatie) en de Vlaamse identiteit (drama en ontspanning). Hij moet dat aanbod via de juiste kanalen bij de mediagebruikers brengen. Vlaams thematisch aanbod is op termijn de enige garantie om onze culturele identiteit te behouden tegen het Angelsaksische/Amerikaanse mediageweld.

Cultuur

De VRT is de belangrijkste ontmoetingsplaats tussen de culturele sector en de Vlaamse mediagebruiker. De VRT stimuleert de cultuurparticipatie en de cultuurbeleving van de Vlaamse gemeenschap.

Cultuur, informatie, sport, kennis en wetenschap en Vlaamse identiteit komen in de eerste plaats aan bod op de generalistische netten.

De Mediaraad bevestigde in 2005 de culturele meerwaarde van de VRT voor Vlaanderen.

Huidige invulling culturele opdracht

De VRT besteedt veel aandacht aan cultuur en bereikt daarmee een breed publiek. Dat blijkt uit de resultaten van de verschillende metingen over de culturele opdracht. De VRT gebruikte een aantal meetsystemen voor de evaluatie van zijn cultuur-aanbod.

- Bij vergelijking van het aanbod op basis van de EBU-classificatie blijkt dat de VRT in de categorie *Arts & Culture* zeer behoorlijk scoort in vergelijking met andere middelgrote en grote Europese mediaspelers.
- Elke week telt de VRT al zijn televisieprogramma's die beantwoorden aan de ruime culturele opdracht uit de beheersovereenkomst. VRT-Televisie bereikte in 2005 wekelijks gemiddeld 22,1%¹² van de Vlamingen met zijn cultuurprogramma's. Dat betekent dat gemiddeld meer dan 1 op de 5 Vlamingen in de loop van de week keek naar een cultuurprogramma op Eén, Ketnet of Canvas. De VRT investeerde in 2005 volop in het ontwikkelen van nieuwe formats rond cultuur.

De meetsystemen brengen het volledige VRT-cultuuraanbod niet in beeld. De metingen zijn enkel op programmaniveau en meten geen programma-onderdelen of -items. Ze handelen bovendien enkel over het televisieaanbod. Over radio wordt niet gerapporteerd.

Daarom zette de VRT een eigen proefmeting op dat het volledige VRT-cultuuraanbod (inclusief alle culturele programma-onderdelen of -items) op radio en televisie van november 2004 in kaart

¹² Het bereik was iets lager dan in 2003 en 2004. Tijdens deze jaren had de VRT een uitgebreide namiddagprogrammering in het kader van *50 jaar tv*. In 2005 liep deze gelegenheidsprogrammering niet meer. Het bereik kwam terug op het niveau van de jaren voordien.

bracht¹³. De verhouding van het cultuuraanbod ten opzichte van het totale aanbod per net en per medium werd daarop berekend. In november 2004 besteedde de VRT in zijn radio- en televisieaanbod 17,3% van de zendtijd aan cultuur.

Driesporenbeleid

Ook in de nieuwe digitale omgeving wil de VRT de belangrijkste promotor van cultuur blijven. De omroep wil zijn culturele opdracht invullen door de mediagebruiker te informeren over het culturele leven, cultuur te laten beleven en hem te stimuleren tot actieve en creatieve participatie. De VRT wil met zijn cultuuraanbod een ruim publiek aanspreken. Tegelijk wil hij de Vlaamse culturele sector ondersteunen.

De VRT wil een driesporenbeleid rond cultuur realiseren:

- *Spoor 1 signaleert de mediagebruiker culturele activiteiten in toegankelijke programma's.*
- *Spoor 2 brengt specifieke culturele programma's op de generalistische netten.*
- *Spoor 3 betreft een thematisch cultuuraanbod. Hierbij streeft de VRT naar een cultuurkanaal op tv.*

VRT-Radio en -Televisie brengen reeds een ruim cultuuraanbod naar de Vlaamse mediagebruiker via spoor 1 en 2. VRT-Radio heeft momenteel met Klara ook al een thematisch aanbod. Televisie beschikt niet over een eigen kanaal voor invulling van spoor 3. Eén en Canvas zijn generalistische netten waar een thematisch aanbod niet mogelijk is. Eén en Canvas vervullen hun culturele opdracht als generalistische zender, maar kunnen niet voldoen aan de vraag om meer specifieke cultuurprogramma's uit te zenden als ze hun volledige publiek willen blijven bereiken.

De Openbare Omroep presenteerde aan de Minister van Media op 29 november 2005 zijn *Haalbaarheidsstudie voor een crossmediaal cultuuraanbod op de VRT*. De Openbare Omroep hoopt op steun van de Vlaamse Overheid om zijn cultuurproject te realiseren. Hoofddoel van de VRT is om op alle netten meer cultuur te brengen en om een themazender cultuur op tv en een internetplatform op te richten. De VRT heeft de cultuursector betrokken bij zijn plannen.

¹³ Er werd bewust gekozen voor een periode die voorbij was zodat het bijsturen van de programmering uitgesloten was.



De wereld van Tarantino

Cultuur in 2005

In november startte de omroep met cultuurcoördinatie op het niveau van de omroep. Vertegenwoordigers van alle netten en nieuwsdiensten komen op wekelijkse basis samen. De groep bekijkt het cultuuraanbod van Vlaanderen op korte en middellange termijn. De cultuursector wordt door de centrale cultuurcoördinatie uitgenodigd om toelichting te geven bij grote culturele evenementen die netoverschrijdend behandeld kunnen worden. Als gevolg van deze cultuurcoördinatie brengen alle netten een uitgebreider cultuuraanbod dan voorheen, weliswaar toegespitst op hun specifieke profielen.

- In nagenoeg alle programma's van Radio 1 zijn culturele items (spoor 1) terug te vinden. Radio 1 heeft verschillende specifieke cultuurprogramma's (spoor 2): *Neon* (dagelijks), *Het salon*, *Cucamonga*, *In de club*, *Het concertgebouw* en *De grote boodschap*
- Radio 2 signaleert (spoor 1) nationale en regionale culturele activiteiten en evenementen in zijn programma's. Radio 2 ondersteunt actief het culturele leven in Vlaanderen via samenwerkingen en het organiseren van evenementen.
- Klara is het cultuurnet van VRT-Radio (spoor 3).
- Studio Brussel brengt elke dag culturele items (spoor 1) in verschillende programma's (onder andere in *Brussel Midi*) en de cultuurprogramma's *Mekka* en *Clubsides Down* (spoor 2).
- Donna besteedt onder andere in het middagprogramma met *Evy Gruyaert* dagelijks aandacht aan cultuur (spoor 1).
- Eén besteedt aandacht voor cultuur via toegankelijke programmaformules (spoor 1): *Man bijt hond*, *De Rode Loper*¹⁴, *De Laatste Show*, *Vlaanderen vakantieland*, *Het Journaal*, ...

¹⁴ Het magazine werd in 2005 geleidelijk omgevormd van een showbizmagazine tot een programma over cultuur, lifestyle en media.



- Eén en Canvas brengen filmklassiekers en concertregistraties (bijvoorbeeld: *Nekkanacht*, *Muziek op zondag*) (spoor 2).
- Canvas biedt programma's met een culturele onderstroom (spoor 1) zoals *Het beloofde land* en *De wereld van Tarantino* en heeft verder zijn cultuurafspraken met de mediagebruiker zoals bijvoorbeeld *Morgen beter* op woensdag (spoor 2).
- Ketnet signaleert culturele fenomenen aan zijn jongste kijkers. Het doet dit onder andere met *Karrewiet* en de *Ketnetwrap* (spoor 1).
- VRTnieuws.net vormde de rubriek *Magazine* om tot *Cultuur en media*. De rubriek biedt een breed gamma cultuurnieuws voor een breed publiek.

VRT ondersteunde op verschillende manieren de culturele creativiteit in Vlaanderen. Enkele voorbeelden:

- *Het salon* (Radio 1) focuste op *De Stomme van Portici* en zond uit vanuit *De Munt*.
- *Boekhandeltocht door Vlaanderen*¹⁵ reed *De literaire lente* in.
- De opening van de Antwerpse *Permeke-bibliotheek* werd gevolgd in *Neon* (Radio 1).
- *Europalia Rusland* kleurde tijdens een themaweek de programma's van Radio 1 Russisch.
- Het meest ongelezen boek was volgens een actie van *Wilde Geruchten* *Het verdriet van België*.
- Klara organiseerde samen met *De Singel de Beethovenweek* en een *Jazzdag*.
- *Een Belgische week* op Klara naar aanleiding van *175 jaar België – 25 jaar federalisme*.
- De finale van de *Koningin Elisabethwedstrijd* werd door Klara en Canvas uitgebreid gevolgd. Een speciale website leverde verrijkte inhoud, archiefbeelden en livestreamings.
- Klara's themaweken waren rond grote projecten als *Corpus Brugge* en *Mechelen stad in vrouwenhanden*. Daaraan werden ook speciale (co)producties (concerten en cd's onder het Klara-label) verbonden.
- Samen met *Sabam* en met het *Muziekcentrum* organiseerde Klara de eerste *Statengeneraal van de klassieke muziek* en een wedstrijd voor radio-compositie.
- *Gouden vleugels* en de *Dag van het kunstonderwijs* besteedden aandacht aan jongeren.

• *De gouden uil* met verschillende literaire prijzen werd georganiseerd door Canvas, Radio 1, *Standaard boekhandel* en *Humo*.

- Verschillende filmfestivals (onder meer in Gent, Leuven en Brussel) werden door Canvas en verschillende VRT-radionetten ondersteund.
- *Jazz Middelheim* was het jazzfestival van Radio 1, Studio Brussel en Klara, dat dit jaar aan zijn 25ste editie toe was.
- *Klarafestival van Vlaanderen* was het muziekfestival van *Het Festival van Vlaanderen* en Klara in samenwerking met Canvas, *Het Paleis voor Schone Kunsten* en de *Ancienne Belgique*. In 2005 droeg het festival de moto's *Less is more* en *Everything UK*. Klara werd tijdelijk een festival-radio met achtergrondinformatie en live-uitzendingen van verschillende concerten.



Klara had in 2005 een gevarieerd en actueel cultuur- en muziek-aanbod, passend bij het profiel van een eigentijdse cultuurzender.

Klara verankerde nog sterker in het culturele veld. Het cultuurnet leverde heel wat inspanningen om de juiste format voor liveopnames te vinden. *De Kunstkaravaan* bezocht een aantal toonaangevende tentoonstellingen. Het publiek woonde een uitzending bij, bezocht nadien een nocturne en kreeg een catalogus mee. Er werd geïnvesteerd in het aantrekkelijk maken van de VRT-concerten in de *Toots-studio*.

Klara experimenteerde met de creatieve inbreng van buitenstaanders. Zo kon schrijver en illustrator *Klaas Verplancke* twee uur radio vrij invullen. In het kader van *Het drama van de radio* liet Klara een radioversie van de jeugdtheatervoorstelling *Wat de ezel zag* van *Frank Adam* en *Rik Theunis* maken.

Tijdens de zomer van 2005 programmeerde Klara nieuwe programma's zoals *Robinson*, *Geen Zwanen Meer* en de reeks *De Geluidsfabriek*, over 75 jaar radio.

Klara organiseerde in 2005 een aantal opvallende culturele initiatieven en was aanwezig op tal van culturele evenementen. De opvallendste van 2005 waren: *Klara in Veurne*, *KlaraFestival*, *Beethovenweek*, *Kunstkaravaan*, *Jazz Middelheim*, *Statengeneraal van de klassieke muziek*, *Come Sunday*, ...

¹⁵ Een Radio 1-reporter deed verschillende boekhandels aan in Vlaanderen.

Informatie, nieuws en duiding

Het brengen van waarheidsgetrouwe berichtgeving voor een breed publiek is de essentiële opdracht van de Openbare Omroep. De VRT staat garant voor onafhankelijke en objectieve informatie, los van elke commerciële druk en onafhankelijk van de diverse politieke en maatschappelijke bewegingen.

De VRT informeert de mediagebruiker op elk moment van de dag waarbij hij tracht alle doelgroepen te bereiken. De basiswaarden van de nieuwsdiensten zijn: respectvol, betrouwbaar, onafhankelijk, onpartijdig, toonaangevend, snel en toegankelijk. Uit kijkcijferonderzoek blijkt dat de Vlaamse mediagebruiker bij belangrijk nieuws uit binnen- of buitenland de voorkeur geeft aan de nieuwsuitzendingen van de VRT.

De VRT wil in de toekomst ook een driesporenbeleid rond informatie, nieuws en duiding opzetten:

- *Spoor 1 betekent dat feiten en tendensen van dichtbij en vanaf door de VRT worden gesignaleerd. De band met de actualiteit en met evoluties in de samenleving vormt de ondertoon van of komt aan bod in heel wat programma's.*
- *Spoor 2 is het ruime aanbod van nieuws- en duidingsprogramma's van de nieuwsdiensten op alle netten, aangepast aan het doelpubliek en ingebed in een aantrekkelijke programmering.*
- *Spoor 3 is een specialistisch aanbod van de nieuwsdiensten rond nieuws en informatie. Op de platformen waarop spoor 3 wordt uitgerold, worden uitsluitend nieuwsberichten of duiding gebracht.*

Informatie in 2005

VRT besteedt op al zijn netten steeds meer aandacht aan nieuws en duiding. Bijgaande tabel toont dat aan.

De signaalfunctie van radio voor nieuws werd in 2005 rond een aantal gebeurtenissen benadrukt: de dood van de paus, de pausverkiezing, de aanslagen in Londen, Europese topconferenties, enzovoort. Het radionieuws gaf extra aandacht aan het vredesproces in het Midden-

De doorstroming van nieuws vanuit de Vlaamse regio's naar de Vlaamse mediagebruiker is verbeterd.

De basiswaarden van de nieuwsdiensten zijn: respectvol, betrouwbaar, onafhankelijk, onpartijdig, toonaangevend, snel en toegankelijk.

Oosten en Centraal-Afrika, de situatie in Irak en de heropbouw van Thailand en Indonesië na de tsunami.

Ook de televisienieuwsdienst bracht achtergrondinformatie bij het nieuws uit het binnen- en buitenland. *Het Journaal* bracht onder meer bijdragen en/of reeksen over het dossier Brussel-Halle-Vilvoorde, 25 jaar federalisme, de Europese crisis, het generatiepact, China, Irak, Congo, ... De VRT zette meer mensen en middelen in om de vele (natuur)rampen in de wereld te verslaan.

Nieuwsuitzendingen per dag en per net in 2005 (gemiddeld in minuten per dag)

Net	Weekdagen	Zaterdag	Zondag
Radio 1	113	100,5	99,5
Radio 2 (*)	112,5	88	91,5 (**)
Klara	86,5 (***)	63	63
Studio Brussel	75	75	75
Donna	75	75	75
Eén	107	95	97
Canvas (****)	48	48	19
Ketnet	10	15	16

Bron: VRT-Studiedienst

(*) Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen

(**) Op feestdagen: 105

(***) Vanaf 29 augustus 2005: gemiddeld 91,5

(****) De volledige uitzending van *Terzake* van maandag tot en met zaterdag, zondag: zonder het *Panorama*-gedeelte

De doorstroming van nieuws vanuit de Vlaamse regio's naar de Vlaamse mediagebruiker is verbeterd door een verruiming van het regionale nieuws op de ontkoppelde actualiteitsprogramma's van Radio 2. De regionale informatie werd bovendien in programma's en nieuwsuitzendingen van de andere netten en door VRTnieuws.net en Teletekst gebruikt.

De nieuwsuitzendingen werden beter afgestemd op de profielen van de verschillende radionetten. De VRT startte met een speciaal nieuwsbulletin om 13 uur op Klara. Het nieuws van 19 uur (op Radio 1 en Klara) brengt een samenvatting van de belangrijkste nieuws- en duidingsbijdragen van de dag. Naast *Voor de Dag* en *De Wandelgangen* werd *Lopende Zaken* het derde dagelijkse duidingsprogramma van Radio 1.



Het nieuwsaanbod op VRTnieuws.net en teletekst is verruimd. Vanaf september bieden VRTnieuws.net en Teletekst ook regionaal nieuws. Door rubricering in categorieën verhoogde de overzichtelijkheid en de toegankelijkheid van *VRTnieuws.net*. De rubriek *cultuur en media* richt zijn invalshoek op de culturele activiteit. *Achtergrond* biedt extra informatie bij de dagelijkse actualiteit. De site is toegankelijk voor alle breedbandgebruikers in België. *Flandreinfo.be*, *flandersnews.be* en *flanderninfo.be* brengen sinds april 2005 nieuws over Vlaanderen in respectievelijk Frans, Engels en Duits. RVI brengt een Engelstalig journaal.

Er werd een cultuurcel binnen de tv-nieuwsdienst opgericht. Daardoor werd het cultuuraanbod in de *Journaals* uitgebreid en beter gestructureerd.

De Zevende Dag werd een twee uur durend nieuws-magazine met politieke gasten en personen uit de sportieve, culturele, economische en maatschappelijke wereld. Het actua-magazine *Koppen* werd vanaf het najaar 2005 twee keer per week uitgezonden. *Koppen Justitie* werd (in samenwerking met het Ministerie van Justitie) een maandelijks magazine met aandacht voor politie en justitie. *Terzake* werd vormelijk vernieuwd en werd in een strakker format gegoten. *Terzake Zaterdag* brengt buitenlandse reportages rond de wereldactualiteit. *Villa Politica* brengt elke woensdag- en donderdagmiddag rechtstreeks verslag uit vanuit het Vlaamse en het Federale Parlement. *Panorama* brengt vanaf het najaar 2005 één keer per maand een spraakmakende reportage van eigen bodem. *Morgen beter* is een dagelijks opiniërend discussieprogramma over de actualiteit (cultuur, wetenschap, economie en politiek). Op vrijdag is er een gesprek met een beleidsmaker.

Sinds maart 2005 zijn er nieuws- en sportflitsen via sms.

Op Vlaanderendag stond de informatieopdracht van de VRT centraal.

Een werkgroep bereidt de gemeenteraads- en provincieraadsverkiezingen van 2006 voor. De radio-nieuwsdienst werkte samen met enkele krantengroepen rond een project van opiniepeilingen op het niveau van verschillende steden.



Eind 2006 worden de nieuwsdiensten van de VRT samengevoegd tot één nieuwsdienst. De nieuwe VRT-nieuwsdienst moet de VRT in staat stellen om nog beter aan zijn informatieopdracht te voldoen. Verschillende werkgroepen bereiden deze overgang voor. Een verhoogde samenwerking van de radio- en tv-nieuwsdienst werd ingevoerd voor de Wetstraat- en gerechtsjournalisten.

Het VRT-Nieuwsproject

In het Nieuwsproject staan synergie en structureel samenwerken voorop. Een gemeenschappelijk technologisch platform wordt uitgewerkt. De nieuwe Nieuwsdienst krijgt een gemeenschappelijke leiding. Het leidmotief is 'Samen waar het kan, uniek waar het moet'.

Alle nieuwsdiensten zullen na de gemeente- en provincieraadsverkiezingen fysiek bij elkaar zitten en dezelfde werkprocessen gebruiken. Die nieuwe werkprocessen zullen multimediaal en crossmediaal werken ondersteunen en mogelijk maken.

In 2005 werden deelprojecten opgezet. Een eerste deelproject leidde tot aanbevelingen over het toekomstige aanbod van nieuws (en sport). De nieuwe werkprocessen voor multimediaal en crossmediaal samenwerken op hoog niveau zijn verder uitgetekend. In een derde project werden de functionele behoeften beschreven. Een faseringsplan is uitgewerkt zodat een aantal veranderingen en nieuwe systemen geleidelijk ingang kunnen vinden.

In maandelijkse communicatiesessies worden de medewerkers van de verschillende nieuwsdiensten ingelicht over de laatste ontwikkelingen in het VRT-Nieuwsproject.

In 2005 werd een cultuurcel binnen de tv-nieuwsdienst opgericht.



VRTnieuws.net

VRTnieuws.net is een betrouwbaar, onpartijdig, breed, evenwichtig, toegankelijk en multimediaal nieuwsaanbod van de VRT op internet.

Het nieuwsaanbod op VRTnieuws.net is toegankelijk en overzichtelijk. VRTnieuws.net verruimde in 2005 zijn nieuwsaanbod met regionaal nieuws. De economische berichtgeving is uitgebreid en kreeg een aparte rubriek. De rubriek Cultuur en Media legt de klemtoon op cultuurnieuws in de brede zin. De rubriek Achtergrond beklemtoont de verdiepende en ontplooiende rol van VRTnieuws.net. Via VRTnieuws.net is een specifiek nieuwsaanbod in het Frans, Engels en Duits beschikbaar.

Sport

De VRT wil een sportaanbod brengen voor iedereen. Hij wil het gemeenschappelijk beleven van sport mogelijk maken en sport(beoefening) in Vlaanderen ondersteunen.

Sporza is een sterk sportmerk dat sportverslaggeving brengt via radio en tv en nieuwe media. De VRT wil van Sporza *de multimediale sportpromotor van Vlaanderen* maken.

Het vrijwaren van zoveel mogelijk (inter)nationale sportrechten voor een groot publiek is een essentieel onderdeel van de publieke dienstverlening. Het benadrukt de democratische meerwaarde van de Openbare Omroep.

De VRT wil van Sporza de multimediale sportpromotor van Vlaanderen maken.

De Openbare Omroep wil intensief aandacht besteden aan grote en kleine sporten. Sporza wil de Vlaming aanzetten tot actieve sportbeoefening.

De VRT wil een driesporenbeleid rond sport realiseren.

- *In spoor 1 signaleert de VRT over een grote variëteit aan sporten in toegankelijke programmaformules op alle netten.*
- *Spoor 2 zijn de specifieke sportuitzendingen op de generalistische netten.*
- *Spoor 3 is de ontwikkeling van een omroepbreed digitaal aanbod Sporza.*

De VRT-Directie wil eventueel een publiek-private samenwerking opzetten voor het oprichten van een sportzender volgens het driesporenbeleid. In het geval de privésector er niet in geïnteresseerd is (bijvoorbeeld wegens het niet-commerciële karakter van veel sporten), moet de VRT de kans krijgen een eigen sportzender op tv op te richten. De ervaring van Sporza heeft de VRT geleerd dat grote sportmomenten zoals de Ronde van Frankrijk thuishoren op generalistische netten en niet op een aparte sportzender.



Sport in 2005 – Sporza

In 2005 rolde de VRT zijn driesporenbeleid in de mate van het mogelijke uit op zijn bestaande netten.

Met Sporza heeft de VRT een sterk multimediaal merk in huis. De stap naar digitale media opent nieuwe mogelijkheden voor alle sportliefhebbers. Een bijzondere opdracht van de Openbare Omroep is aandacht geven aan minder populaire sporten. Alleen een digitaal thematisch kanaal kan aan deze behoefte voldoen.

Om een ruim sportaanbod¹⁶ mogelijk te maken investeert de VRT in bekwaam journalisten en verslaggevers, in kwalitatieve opnames en reportages, in een goede sportmix en in het verkrijgen van rechten. Het inbreken in het programmaschema van Canvas/Ketnet door sportprogramma's blijft een bron van klachten.

Liveverslaggeving is belangrijk voor de invulling van de opdracht inzake sport. Sporza bracht in 2005 verslag uit onder meer over wielrennen, tennis, voetbal, atletiek, ijshockey, mountainbike, jumping, zwemmen en verschillende zaa sportsporten.

Drie sporten werden intensief gevolgd op Radio 1 en Sporza-Radio: voetbal, wielrennen en tennis. Sporza-Radio besteedde bijzondere aandacht aan de *Tour de France* en het *WK atletiek*. De meeste aandacht ging naar het nationale competitievoetbal. De VRT bracht in 2005 ook meer duidende sportbijdragen in de actualiteitenprogramma's van Radio 1. Op Donna waren er speciaal voor het net gemaakte sportflitsen.

Sporza.be en teletekst hebben hun liveverslaggeving van belangrijke sportevenementen (via scoreborden en tekstverslagen) in 2005 verruimd. Teletekst biedt meer aandacht dan voorheen aan de kleinere sporten. Sinds maart 2005 biedt VRT ook sportflitsen aan via sms. Het onlinenieuwsbord (te vinden via sporza.be) bevat een personaliseerbaar sportaanbod.

Sportverslaggeving kwam ruimer aan bod in de tv-journaals. De VRT brengt in primetime dagelijks een sportaanbod voor een breed publiek. *Sportweekend* is uitgebreid en kreeg een nieuw uitzenduur.

Liveverslaggeving is belangrijk voor de invulling van de opdracht inzake sport.

De VRT verkreeg in sublicentie de televisierechten voor de Belgische voetbalcompetitie van *Belgacom*. Net als aan het wielrennen wil de VRT een belangrijke stimulans geven aan het voetbal. Door een sterke verslaggeving wil hij het voetbal aantrekkelijker maken voor supporters. *Studio 1*, een nieuw magazine, brengt de verslaggeving over het Belgische voetbal op Canvas en Eén. De VRT zendt sinds de start van de competitie per speeldag één wedstrijd live uit. Deze programma's bieden perspectief voor de ontplooiing van het Belgische voetbal en het aanzetten tot meer sportbeleving en -beoefening.

In november 2005 sloot de VRT een samenwerkingsakkoord af met de Minister van Sport over *Vlaanderen sportland*. Dat programma is vanaf het voorjaar 2006 te zien op Eén. Het focust op de sociale dimensie van sport en tracht de Vlaming ertoe aan te zetten zelf sport te beoefenen.

In 2005 heeft de VRT een akkoord gesloten met het *BOIC*. Zowel Sporza als Ketnet ondersteunt (onder andere redactioneel) de acties van het *BOIC*. Op deze manier wil de omroep de aandacht voor sport en de olympische gedachte in de juiste context plaatsen.

Educatie

De VRT wil met een educatief aanbod de media-gebruikers algemene en wetenschappelijke kennis aanbieden.

De Openbare Omroep verzorgt een kwalitatief aanbod in eigentijdse educatie. Dat is vastgelegd in de publieke opdracht van de Openbare Omroep. De VRT wil een driesporenbeleid voeren rond educatie.

- *Voor spoor 1 wordt uitgegaan van educatie als een constante onderstroom in de programmering van de VRT.*
- *Spoor 2 betreft specifieke programma's die kennis en wetenschap als voorwerp hebben op de generalistische netten.*
- *Spoor 3 wil een specialistisch aanbod multimediaal organiseren rond kennisverrijking en wetenschap in brede zin.*

¹⁶ In 2005 besteedde VRT-Televisie 1.067 uitzenduren aan sport. Sporza-Radio had in 2005 een sportaanbod van in totaal 475 uur. Radio 1 heeft in totaal 556 uitzenduren gewijd aan sport. Radio 2, Studio Brussel en Donna besteden aandacht aan de sportactualiteit en -uitslagen in verschillende programma's. RVI neemt sommige sportuitzendingen van Radio 1 over.



Dieren in nesten



Hoe?Zo!

Een educatief thematisch aanbod is nodig opdat de VRT zijn positie op dat vlak kan behouden. Zo kan de VRT inspelen op een behoefte bij de mediagebruikers naar kennis en wetenschap. Doorverwijsfuncties op de generalistische netten naar het thematische aanbod verhogen de aantrekkelijkheid van dit specifieke aanbod.

Educatie in 2005

Er waren in 2005 verschillende programma's die zich volledig focusten op de educatieve opdracht. Op de ontplooiende netten (Canvas en Radio 1) waren dat bijvoorbeeld *Over leven* (Canvas), *Rome* (Canvas), *Rare Streken* (Canvas) en *Maandag Wasdag Dinsdag Strijkdag Woensdag Gehaktdag Donderdag Kuisdag Vrijdag Visdag* (Radio1). Op de verbindende netten Radio 2 en Eén zijn de educatieve programma's naast leerrijk ook speels en werken ze verbindend. In 2005 was er onder andere *Hoe?Zo!* (Eén), *De Prehistorie* (Radio 2), *Memo* (Radio 2) en *Dieren in nesten* (Eén).

De VRT besteedde in 2005 ook via spoor 1 aandacht aan kennis en wetenschap met programma's als *De laatste show* (met bijvoorbeeld de rubriek *Applaus voor de natuur*), de nieuws- en duidingsprogramma's, *Brussel Midi* (Studio Brussel), *Koppen* (Eén), *Huisraad* (Radio 2), *Salon* (Radio 1), *Morgen beter* (Canvas) en *Lopende zaken* (Radio 1).

In 2005 werden er minder afleveringen uitgezonden van het populaire programma *Hoe?Zo!*. Hierdoor lag het bereik (26,9%) voor educatie iets lager dan de voorgaande jaren, maar het bleef ruim boven de opgelegde norm (10%) liggen.

Vlaamse identiteit

De VRT heeft conform artikel 8, §3 van de gecoördineerde mediadecreten, een belangrijke rol te vervullen bij het ondersteunen en opbouwen van de Vlaamse identiteit. Tegelijk wil de VRT de diversiteit in de samenleving belichten.

Het voortbestaan van de cultuur van kleinere gemeenschappen zoals Vlaanderen wordt bedreigd door de internationalisering, de concentratie en de globalisering die binnen de media-industrie aan de gang is. De productie van kwaliteitsdrama, informatieprogramma's, documentaires, jeugdprogramma's, en dergelijke komt onder druk te staan door de verspreiding van het Angelsaksische en vooral Amerikaanse aanbod.

Sinds de lancering van Eén bracht het net 25 nieuwe eigen formats. De producties van de Openbare Omroep gaan uit van wat eigen is aan Vlaanderen. De VRT zorgt ervoor dat programma's van eigen bodem voldoende herkenbaar zijn voor de mediagebruikers.

De VRT heeft een belangrijke maatschappelijke taak om het Vlaamse karakter van de samenleving waarin hij actief is te behouden en te versterken. De

De VRT staat garant voor de Vlaamse verankering van een (zo groot mogelijk) deel van zijn media-aanbod.

omroep streeft de beleidsdoelstellingen van de Vlaamse Gemeenschap na op het vlak van cultuur, gelijke kansen en het minderhedenbeleid. De VRT wil als Openbare Omroep garant staan voor de

Vlaamse verankering van een (zo groot mogelijk) deel van het media-aanbod, met drama, documentaires, ontspanning en muziek van eigen bodem. Hij wil de Vlaamse beeldindustrie blijven ondersteunen.

De VRT wil een driesporenbeleid toepassen rond Vlaamse identiteit:

- *Voor spoor 1 wordt uitgegaan van de Vlaamse identiteit als constante onderstroom in de programmering van de VRT.*
- *Spoor 2 betreft specifieke activiteiten waarmee de VRT meewerkt aan de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap.*
- *Spoor 3 is de uitwerking van een multimediaal*

georganiseerd specialistisch aanbod dat de Vlaamse identiteit centraal stelt.

De VRT denkt voor een thematisch aanbod Vlaamse identiteit aan drie initiatieven:

- een specialistisch aanbod rond het bestaande radio- en televisiedrama;
- een specialistisch aanbod rond Vlaamse muziekproducties;
- een multimediale ontplooiing van het regionale aanbod.

Vlaamse identiteit in 2005

De VRT ondersteunt de Vlaamse identiteit en de multiculturele Vlaamse samenleving. Op zijn generalistische netten brengt de VRT een groot aandeel producties van eigen bodem. De Vlaamse verankering is het meest duidelijk in programma's zoals *Het leven zoals het is* en *Man bijt hond*. Vlaamse muziek heeft een groot aandeel in de programmering van de VRT-radionetten.

De VRT werkt aan het versterken van het beeld van Vlaanderen in de wereld.

Verskillende programma's op radio en tv zijn specifiek gericht op de ondersteuning van de Vlaamse identiteit. De regionale ontkoppeling op Radio 2 werd in 2005 versterkt en inhoudelijk verbeterd. Het vernieuwde VRTnieuws.net biedt regionale informatie. De VRT was prominent deelnemer aan de Vlaanderendag. De VRT had een speciale programmering in het kader van de Vlaamse feestdag. Speciale programma's hadden aandacht voor Vlaamse artiesten zoals *Viva Vlaanderen* en *O draaibaar België*. Nieuwe reeksen (onder andere van *Het leven zoals het is*) focussen op wat er in Vlaanderen gebeurt.

Steun aan de Vlaamse beeldindustrie

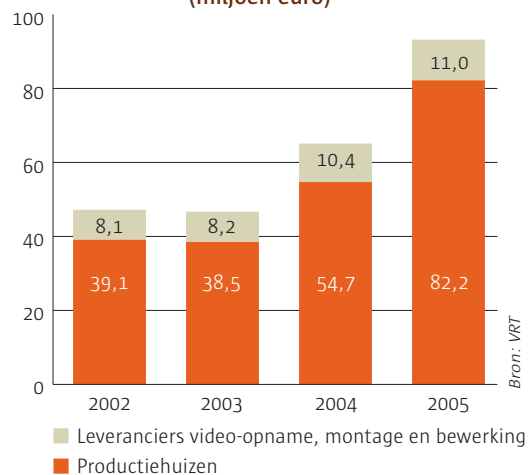


De VRT investeerde in 2005 verder in kwalitatief drama van eigen bodem. Producties gebeuren vaak in samenwerking met het *Vlaams Audiovisueel Fonds*. De Openbare Omroep wil trouwens zijn aanbod aan Vlaamse films, series en documentaires nog uitbreiden. In 2005 steeg het aanbod lokale producties opnieuw. Ze werden gemaakt door de Openbare Omroep zelf en door productiehuisen. De output steeg in beide gevallen.

De VRT wil vooreerst zelf het grootste productiehuis van Vlaanderen blijven. Daarom wil hij de competentie om alle genres te maken ook in eigen huis behouden. De VRT wil erkend worden als het meest betrouwbare en efficiëntste productiehuis van Vlaanderen. Dat interne productiehuis moet efficiënt werken en de concurrentie aankunnen met externe productiehuisen.

De VRT is belangrijk voor de Vlaamse beeldindustrie. Volgens de beheersovereenkomst moet het aandeel van de Vlaamse tv-producties en –coproducties¹⁷ op VRT-Televisie ten minste 50% bedragen van de totale output uitgezonden tussen 18 en 23 uur. In 2005 was 66,2% van de uitzendingen in die tijdszone van Vlaamse origine. De VRT deed in 2005 opnieuw een beroep op productiehuisen en facilitaire bedrijven om een aantal van zijn producties te realiseren. In 2005 leverde de Vlaamse beeldindustrie voor 93,2 miljoen euro diensten aan de VRT.¹⁸ Dat is 28,1 miljoen meer dan in 2004, een stijging van 43%

Evolutie uitgaven Vlaamse beeldindustrie (miljoen euro)



¹⁷ Als Vlaamse productie wordt beschouwd: alle eigen producties, de producties die in opdracht van de VRT uitgevoerd worden en de coproducties, evenals eventueel de bioscoopfilms, het tv-drama en de documentaires waaraan de VRT heeft meegewerkt.

¹⁸ Zonder rekening te houden met de huur van externe studio's en productiemiddelen, het aankopen van decors, kostuums en rekwisieten en de aannemingen van redacteurs, vertalers, ondertitelaars, regisseurs, facilitaire medewerkers, vedetten, artiesten, auteurs en scenaristen.



VRT als coproducent

De VRT steunde in 2005 verschillende Vlaamse filmproducties:

- *Een ander zijn geluk* van *Fien Troch* werd door Canvas gesteund met 100.000 euro.
- *Buitenspel* van *Jan Verheyen* werd door Eén gesteund met 100.000 euro.
- *Suspect* van *Yvan Boeckmans* werd door Canvas gesteund met 100.000 euro.
- *Crusade in jeans* van *Ben Sombogaart* werd door Ketnet gesteund met 50.000 euro.
- *Miss Montigny* van *Miel Hoogenbemt*, *Chamelle van Marion Hänsel* en *De kleur van Water* van *Peter Bosens* werden door Canvas gesteund (elk voor 20.000 euro).

De productiesteun aan documentaires vanwege de VRT bedroeg in 2005 314.000 euro, gespreid over volgende projecten:

- In de reeks *Hoge Bomen* (producent: *Vivi Film*): *Steve Stevaert*, *Waregem Koerse* en *Johan Vermeersch* (3 x 40.000 euro + 3 x 8.000 euro rechten)
- *Gas Station Serie 1* (*Luc Vrijdaghs*, *Bart Van Langendonck* – CCCP, 20.000 euro + 5.000 euro rechten)
- *Requiem for a Cup* (*Lode Desmet*, *Periscope Productions*, 40.000 euro + 10.000 euro rechten)
- *Twee Werelden* (*Lut Vandekeybus*, *Khadouj Films*, 20.000 euro + 5.000 euro rechten)
- *Het Gezegende Huis* (*Daniël Syrkin*, *Periscope Productions*, 20.000 euro + 5.000 euro rechten)
- *L'Identificateur* (*Philippe Cornet*, *The Cut Company*, 10.000 euro + 5.000 euro rechten)
- *Return Trip to Bombay* (*Marti Molnar*, *Cobra Films*, diensten + 5.000 euro rechten)
- *Retro Jazz* (*Tom Van Herzele*, *TV De Wereld*, 20.000 euro + 5.000 euro rechten)
- *De Troebadoer* (*Rudolf Mestdagh*, *Cosmokino*, Archief VRT)

Versterken van het beeld van Vlaanderen

De VRT werkt aan het versterken van het beeld van Vlaanderen in de wereld. De Openbare Omroep wil een ambassadeur zijn van Vlaanderen in het buitenland.

Binnen de EBU wordt de VRT beschouwd als een toonaangevende omroep, wat het imago van Vlaanderen in Europa ten goede komt.

De VRT heeft met RVi en BVN een doelgroepgericht aanbod voor Vlamingen in het buitenland.



Op 27 maart 2005 schakelde RVi over naar een nieuwe vorm van programmeren en uitzenden.

RVi gebruikt twee satellietkanalen: RVi 1 (een mix van Radio 1 en 2 + eigen RVi-programma's) en RVi 2 (een mix van Radio 2 en Donna + eigen RVi-programma's). RVi 1 wordt uitgezonden tussen 6 en 24 uur via de middengolf (1512 kHz). RVi 1 en RVi 2 zijn te ontvangen in heel Europa (inclusief Noord-Afrika, het Midden-Oosten en de Canarische Eilanden) via de satellieten Astra en Hotbird. RVi 1 is ook te horen in Noord-Amerika, Zuidelijk Afrika, Australië en Nieuw-Zeeland.

De redactie van RVi verzorgt sinds eind maart 2005 twee uur ontkoppelde programma's per dag, toegespitst op de Vlaamse toerist en op de Vlaming die in het buitenland woont. Deze programma's worden per dag één keer herhaald en via kortegolf uitgezonden.

Via VRTnieuws.net verstrekte RVi in 2005 wereldwijd informatie in het Engels, Frans en Duits. Op de radio werden per dag enkele korte radiobulletins in het Engels uitgezonden.

De website van RVi werd grondig vernieuwd met relevante thema's, een gebruiksvriendelijk en overzichtelijk forum en handige tools. De bezoekcijfers van de website stijgen.



BVN (Het Beste van Vlaanderen en Nederland) is de publieke televisiezender voor Vlamingen en Nederlanders in het buitenland. BVN is een samenwerkingsverband tussen de Nederlandse Publieke Omroep, de Nederlandse Wereldomroep en de VRT. De zender biedt een selectie aan uit het aanbod van Eén, Ketnet, Canvas en Nederland Eén, Twee en Drie. BVN-TV is via satelliet te bekijken in heel Europa, op de Canarische Eilanden, in het Midden-Oosten, de Verenigde Staten, het Caribische gebied, Zuidelijk Afrika, Australië, Nieuw-Zeeland, Afrika, Azië en Zuid-Amerika.

Voor de VRT bestaat het doelpubliek van BVN-TV vooral uit Vlamingen die permanent of tijdelijk in het buitenland verblijven, Vlamingen op reis in het buitenland en andere Nederlandstaligen in het buitenland. De BVN-kijker kan onder meer kijken naar *Het Journaal*, *De zevende dag*, *Man bijt hond*, *Thuis*, *Blokken*, *De rode loper*, *Vlaanderen Vakantieland*, *Flikken*, *Witse*, *FC De Kampioenen*, *Tik Tak* en *Hopla*.



Het Feest van de Vlaamse Gemeenschap

De VRT besteedde in 2005 opnieuw en zoals gewoonlijk uitgebreid aandacht aan de Vlaamse Feestdag. In journaals en andere uitzendingen werd verslag uitgebracht over de verschillende feestelijkheden en officiële vieringen.

Radio 1 had in diverse uitzendingen aandacht voor de Vlaamse nationale feestdag: *Voor de dag* en *De Wandelgangen* berichtten over de officiële toespraken en *De Gulden Ontsporing* te Brussel. Zowel *Voor de dag* als *De Wandelgangen* brachten een reeks over 25 jaar federalisme. *Cabrio* bracht archiefmateriaal van Vlaamse producties. *Camping Casablanca* organiseerde een zoektocht rond het 11 julithema samen met het *Museum Groeningenabdij* van Kortrijk. *Sporza Tour* had in zijn uitzendingen extra aandacht voor de Vlaamse renners en voor het imago van de *Flandrien*.

Radio 2 zond *Het Terras* uit van 11 tot 15 juli vanop de Brusselse Grote Markt. *Zomertijd* bracht op 11 juli de hele avond verslag uit van de feestelijkheden in Brussel en elders in Vlaanderen. De regionale omroepen hadden een belangrijke rol in het verslaan van de feestelijkheden vanuit de provincies.

Klara had bijzondere aandacht voor Vlaamse klassieke muziek in *Déjeuner sur l'herbe*, *De tuin van Eden*, *Podium*, *Mixtuur* en *Jazz*. In andere programma's werd stilgestaan bij de plaats van cultuur in Vlaanderen.

Studio Brussel stond met veel Vlaamse muziek en met het verzoekprogramma *Choose Life* in het teken van 11 juli.

Donna ging op zoek naar de hipste stad van Vlaanderen en bracht extra Vlaamse producties.

RVi had onder andere in *Vlaanderen vandaag* uitgebreid aandacht voor de feestelijkheden in het kader van de Vlaamse feestdag.

Het Journaal startte op 11 juli met een reeks rond 25 jaar federalisme.

Tijdens het weekend vóór 11 juli bracht Eén de Vlaamse filmklassieker *Zaman. De Nekkanacht* werd integraal uitgezonden op 11 juli. 's Avonds was er uitgebreid verslag van *Vlaanderen Feest!* Het concert op de Grote Markt in Brussel werd uitgezonden op Eén.



De VRT deed mee aan Vlaanderendag

Archief

De VRT verstaat onder “Archief” het Vlaamse audiovisuele erfgoed dat de VRT tijdens 75 jaar radio en 52 jaar tv opgebouwd heeft. Dat audiovisuele erfgoed is waardevol voor de Vlaamse samenleving. Het moet bewaard en ontsloten worden voor de komende generaties.

Digitaal VRT-Archief - DIVA

Als Openbare Omroep rekent de VRT het tot zijn taak om zijn audiovisuele erfgoed te borgen en te bewaren. De VRT wil dat doen voor zijn eigen archieven maar ook waar mogelijk voor waardevolle externe archieven. De huidige archieven van de VRT dienen eenmalig gedigitaliseerd te worden. De omroep wil daarmee zijn culturele erfgoed ontsluiten en ter beschikking stellen aan particu-

liere, institutionele, wetenschappelijke en professionele gebruikers.

De VRT is er voorstander van een *Digitaal VRT-Archief* (DIVA) op te zetten. DIVA moet interessant en waardevol audiovisueel materiaal uit het VRT-archief samen met externe collecties (zowel van openbare als van particuliere aard) bewaren. De VRT wil hiervan de beheerder zijn.

In 2005 werden de knelpunten onderzocht en oplossingen gevonden om de radioarchieven te integreren in het digitale productieproces. Het VRT-muziekarchief inventariseert al 75 jaar Vlaamse commerciële muziekopnamen. De dienst Geluidsarchief van de VRT werkt samen met *IFPI Belgium*¹⁹, *SIMIM*²⁰ en het *Muziekcentrum Vlaanderen* aan een inventarisatieproject van Vlaamse commerciële muziekopnamen. Het is de bedoeling om de gegevens uit de database ter beschikking te stellen aan alle geïnteresseerden.

Het VRT-Archief

De VRT archiveert sinds 1986 systematisch zijn uitzendingen in een elektronische databank. Ruim een half miljoen onderwerpen zijn nu al in die gegevensbank opgenomen. Een onbekend (hoog) aantal programma's is tot dusver nooit elektronisch gecatalogiseerd. Via ruim een kwartmiljoen trefwoorden zijn de opgenomen uitzendingen raadpleegbaar. De systematische ontsluiting gebeurt door ervaren archivariissen en documentalisten.

Doordat hij de grootste audiovisuele databank van Vlaanderen beheert, heeft de VRT veel ervaring opgebouwd in het bewaren en restaureren van visuele dragers. In speciale opslagplaatsen worden tienduizenden filmrollen en honderdduizenden magneetbanden in optimale omstandigheden bewaard.

Het digitale tijdperk maakt het eindelijk mogelijk alle audiovisuele opnames met de beste kwaliteit voor de eeuwigheid te bewaren. Ervaren medewerkers zijn gestart met het omzetten van alle opnames naar een gedigitaliseerd archief. Zo worden bijvoorbeeld oude films las na las losgemaakt, weer ingeplakt en overgeschreven op een digitale drager. Lopende migratiepro-

jecten omvatten de digitalisering (na grondige selectie) van verouderde magneetdragers. Dat zijn onder andere

- de tienduizenden U-matic-cassettes uit de periode 1979-1989;
- de Betacam-cassettes uit de jaren tachtig;
- het 1-duimsarchief uit de periode 1983-1996 (nu opgeslagen in de vorm van 58.000 grote magneetbanden)

Deze dragers nemen veel opslagruimte in beslag. Ze zijn niet meer courant raadpleegbaar omdat de afspeelapparatuur buiten gebruik is geraakt.

Met de huidige infrastructuur is het voor de VRT niet mogelijk om enerzijds het bronmateriaal op grote schaal veilig te stellen en anderzijds dat materiaal open te stellen voor het publiek. Nieuwe infrastructuur moet dat mogelijk maken.

Een echt gedigitaliseerd archief moet een antwoord bieden op de behoefte aan eenvoudige raadpleegbaarheid door de professionele en de particuliere gebruiker.

Digitale archivering heeft eveneens tot gevolg dat vanaf nu het medium geen rol meer speelt zodat op termijn enorme besparingen gerealiseerd kunnen worden.

¹⁹ De vereniging die de Belgische muziekproducenten vertegenwoordigt.

²⁰ De beheersmaatschappij voor de bescherming van de rechten van de muziekproducenten.



Aanbod op aanvraag

Dankzij de moderne technologie kunnen de programma's herbekeken worden via de digitale media. Het digitale aanbod-op-aanvraag kan vergeleken worden met dvd's. Het speelt in op een duidelijke behoefte van de mediagebruikers om programma's te kunnen (her)bekijken of (her)beluisteren. Het principe dat voor dit soort diensten betaald moet worden wordt door het brede publiek aanvaard. Dat wordt bewezen door het onmiddellijke succes van *Net gemist* (zie p. 65).

Het digitale aanbod-op-aanvraag speelt in op een duidelijke behoefte om programma's te kunnen (her)bekijken of (her)beluisteren.

De VRT stelt nu reeds eerder uitgezonden programma's te beschikking van de mediagebruiker:

- Via digitaleradio.be kunnen de meest recente radioprogramma's (her)beluisterd worden.
- Via VRTnieuws.net kunnen recente nieuws- en sportitems herbekeken of herbeluisterd worden.
- De belangrijkste informatieprogramma's van VRT-Televisie (*Het Journaal*, *Terzake* en *Karrewiet*) zijn sinds 6 december 2005 gratis te herbekijken via digitale tv.
- Via *Net gemist* kunnen digitale televisiekijkers sinds 6 december 2005 tv-programma's tot 7 dagen na uitzending herbekijken.
- Met *Het Archief* kunnen digitale televisiekijkers sinds 6 december 2005 een aantal programma's die niet meer in het lineaire tv-aanbod terug te

vinden zijn (bijvoorbeeld *Heterdaad* en het *Peulengaleis*) op aanvraag bekijken.

- De laatste nieuwsuitzending van de radio kan via de telefoon op elk moment beluisterd worden.
- VRT biedt nieuws- en sportflashes aan via gsm.

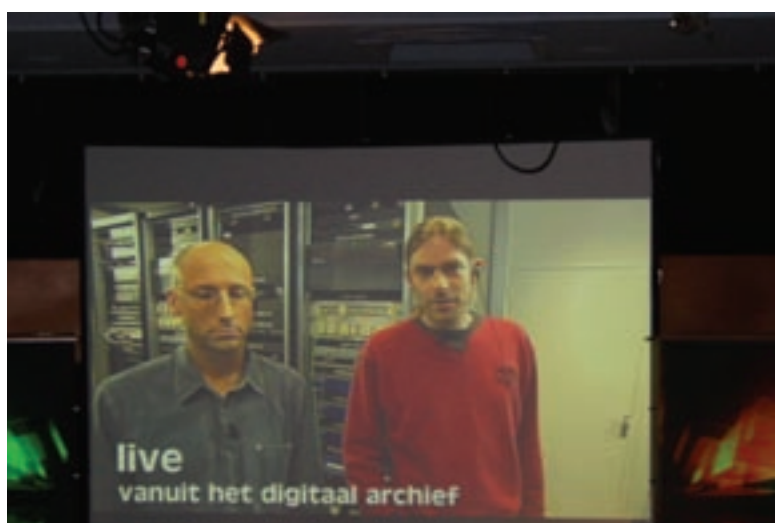
De VRT wil het gebruiksgemak en de keuzemogelijkheid voor de mediagebruiker uitbreiden. Zo werd in 2005 een proefproject podcasting gestart. De gebruiker van deze dienst kan een keuze van programma's downloaden of zich abonneren op een podcast. Zo kan hij de uitzendingen beluisteren waar en wanneer hij wil. Gedurende 2005 werd het podcast-aanbod gradueel opgebouwd met *De bende van Marconi* (Radio 1), *Peper en Zout* (Radio 2), *De geluidsfabriek* (Klara), *De Afrekening* (Studio Brussel), *De Tekstbaronnen* (Radio 1), *De raadkamer* (Radio 2), *Rondas* (Klara), *De Wetstraat-watcher* (Radio 1) en *Studio Podcast* (Studio Brussel, compilatie van de meest gedraaide platen op Studio Brussel).



net gemist



het archief





PERFORMANTIE



Bepalende factoren	58
De VRT-opdracht	58
De overheid	60
De distributeurs	60
De mediagebruikers	60
Technologie	61
Performantie	61
Het bereik	61
Waardering	66
Bekroningen	66



De Vlaamse Overheid heeft de opdracht elke Vlaming toegang te geven tot het aanbod van de Openbare Omroep. Voor de VRT is het belangrijk dat hij zijn publiek aanbod op alle relevante mediaplatformen kan brengen. De Openbare Omroep wil zijn publieke aanbod ook in de toekomst op een efficiënte en gebruiksvriendelijke manier bij de media-gebruiker brengen.

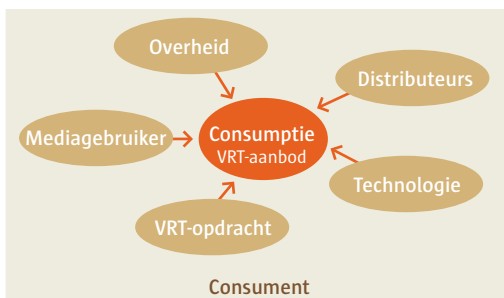
Digitalisering en internettechnologie hebben de unieke band tussen enerzijds het netwerk en anderzijds het toestel doorbroken. De klassieke radio- en televisietoestellen zijn al geruime tijd niet meer de enige toestellen waarmee (audio)visuele content beluisterd/bekeken kan worden. Vlaanderen zit in het beginstadium van de overstap van analoge naar digitale media. De Vlaamse media-gebruiker zal naar verwachting begin 2008 op ruime schaal de digitale overstap maken. Op dat moment zullen digitale toestellen en diensten beschikbaar worden tegen een voor de gebruiker aanvaardbare prijs. Tegen 2010 – 2012 zal de digitale uitrol ver gevorderd zijn.

Voor de VRT is het belangrijk dat hij zijn publiek aanbod op alle relevante mediaplatformen kan brengen.

De VRT moet zijn verantwoordelijkheid opnemen en aan deze (r)evolutie kunnen deelnemen. Op die manier zal hij een hefboom en een trendsetter voor de digitale media zijn. Via een doordacht, kwaliteitsvol en betaalbaar aanbod kan hij de gebruiker de stap helpen zetten naar de digitale (media)wereld.

Uit de VRT-studie *Driehoek* blijkt dat de Vlaming media als een continuüm wil beleven. De VRT moet zijn aanbod via alle mogelijke netwerken op alle relevante toestellen aanbieden. Het lineaire aanbod moet worden aangevuld met een niet-lineair aanbod dat de mediagebruiker de mogelijkheid geeft bepaalde items of programma's uit dit lineaire aanbod op aanvraag te consumeren. Daarnaast moet de consument uit een ruime keuze aan multimedia-diensten kunnen kiezen.

De VRT moet de nieuwe diensten aanbieden voor zover ze behoren tot zijn opdracht en beantwoorden aan de verwachtingen van de Vlaming.



De Opdracht van de Openbare Omroep

De VRT moet zijn aanbod óók via nieuwe mediatoe-passingen aan de mediagebruiker aanbieden. De beschikbaarheid van het huidige aanbod is opge-nomen in bijgaande tabel.

Continuïteit van radio en televisie

De technische diensten van Radio en Televisie voldeden in 2005 aan de doelstelling op het gebied van beschikbaarheid van het signaal. De signalen werden ter beschikking gesteld aan de communica-tietoren met een continuïteit van meer dan 99,5%.²¹

²¹ Radio: 99,87%, TV: 99,96 %

BEPALENDE FACTOREN

Verschillende factoren kunnen invloed uitoefenen op de performantie van de VRT. De belangrijkste zijn zijn opdracht, de overheid, de distributeurs, de mediagebruikers en de technologie.

De beschikbaarheid van het VRT-aanbod (april 2006)

Aanbod	Beschikbaarheid												
	FM Radio / Antenne	MG Radio / Antenne	FM Radio / Kabel	DAB Digitale Radio	TV Analooq / Kabel	TV Analooq / Antenne	TV Digitaal / Kabel (DVB-C)	TV Digitaal / Antenne (DVB-T)	TV Digitaal / xDSL (Belgacom TV)	Digitaal Satelliet (DVB-S) Free-to-Air	Digitaal Satelliet (DVB-S) TV Vlaanderen	GSM / Telefoon	Internet - Pc
Radio 1	*		*	*			*	*	*		*	*	*
Nieuws+				*			*	*	*			* (9)	*
Radio 2	*	* (3)	*	* (4)			*	* (4)	*		*		*
Donna	*		*	*	* (5)	* (5)	* (5/6)	*	*		*		*
Donna hitbits				*			*	*	*				*
Studio Brussel	*		*	*			*	*	*		*		*
Klara	*		*	*			*	*	*		*		*
Klara Continuo				*			*	*	*				*
RVI		* (8)	*	*						*			*
Sporza	* (1)	*	* (1/2)	*	*		*	*	*		*		*
Eén					*	*	* (6)	*	*		*		
Ketnet					*	*	* (6)	*	*		*		
Canvas					*	*	* (6)	*	*		*		
BVN										*			
Vrtnieuws.net													*

Bron: VRT

(1) Via gedeeltelijke overname door Radio 1, (2) Niet bij alle kabelmaatschappijen, (3) Radio 2 Vlaams-Brabant; tijdens werken aan ring rond Antwerpen Radio 2 Antwerpen, (4) Zonder regionale ont koppeling: maandag West-Vlaanderen, dinsdag Oost-vlaanderen, (5) Ochtendprogramma Donna op één, (6) Digitaal kabelaanbod enkel beschikbaar op kabelnetten van de intercommunales Integan, Interelectra, PBE, WVEM en Telenet, (7) Sporza: op TV via Eén of Canvas, (8) ook via kortegolf (2 maal 2 uur per dag) (9) VRT-Nieuwslijn

Op de momenten dat Canvas/Ketnet geen bewegende beelden in uitzending heeft, wordt soms het signaal van Radio 1 overgenomen. Op de momenten dat Eén geen bewegende beelden in uitzending heeft, wordt soms het signaal van Donna hitbits overgenomen.

De transmissiediensten van de VRT konden in 2005 een continuïteit van meer dan 99,5% voor de radio- en tv-uitzendingen verzekeren²²: FM-radio 99,96%, MW-radio 99,92%, DAB 99,57%, TV 99,95% en DVBT 99,85%. Nochtans zijn er voor de gebruiker zelf problemen.

Ontvangstproblemen radio

De VRT streeft met zijn FM-signaal naar een volledige dekking van Vlaanderen. Er blijven enkele probleemgebieden: het zuidoosten van Vlaams-Brabant voor Radio 2 Vlaams-Brabant, de Noorderkempen en de omgeving van Leuven voor Klara, en het zuidwesten van West-Vlaanderen en het noordoosten van Limburg voor Donna. Steunzenders zouden deze problemen kunnen verhelpen. Alle frequenties zijn echter ingevuld, zodat deze mogelijkheid uitgesloten is. Dat is nu reeds jaren het geval. De VRT kan daardoor de dienstverlening die hij verwacht wordt te brengen niet waar maken. Dit probleem kan echter niet door de VRT zelf opgelost worden maar ligt in de handen van de overheid.

Er zijn steeds meer storingen als gevolg van niet-vergunde radiozenders in de Franse Gemeenschap. Een aantal Franstalige radiozenders zendt uit met een vermogen dat een veelvoud is van het toegestane vermogen. Daarnaast zijn er radiozenders die uitzenden op een illegale frequentie. De VRT dient systematisch een klacht in tegen deze zenders²³. Noch de Franse Gemeenschap noch de federale overheid trad hier in 2005 tegen op.

RVi wordt via de satellieten Hotbird en Astra uitgezonden. In Europa kunnen RVi1 en RVi2 ontvangen worden. In de rest van de wereld gaat het over RVi1 in een boeket van BVN. BVN is bijna overal ter wereld via de satelliet te ontvangen.

Digitale radio en televisie

Met een DAB-autoradio kunnen bijna overal in Vlaanderen alle digitale radiozenders mobiel beluisterd worden. Enkel in het noorden van Limburg is de ontvangst te zwak door het ontbreken van een zendmast. Voor ontvangst binnenshuis is gemiddeld genomen een sterker signaal nodig. De VRT wil deze problemen oplossen. Hij werkt eraan om de dekking van het DAB-netwerk de komende jaren te versterken.

²² Uitzonderd de elektriciteitsonderbrekingen voor de tv-netten.

²³ Bij het BIPT (voor ehterstoringen), bij het CSA (voor zenders van de Franse Gemeenschap) en bij het VRM (voor zenders van de Vlaamse Gemeenschap).

De VRT zendt sinds 2004 digitaal uit via DVB-T. Met behulp van een settopbox en een antenne kunnen alle VRT-radio- en televisienetten gratis ontvangen worden door de mediagebruiker.

Interkabel biedt sinds eind 2004 via zijn kabelnetwerk digitale televisie aan. Digitale televisie is beschikbaar sinds juli 2005 via het ADSL-netwerk van *Belgacom* en sinds september 2005 via het kabelnetwerk van *Telenet*. De drie operatoren bieden in principe alle VRT-radio- en televisienetten aan. *Telenet* en *Belgacom* bieden de gebruiker ook interactieve VRT-diensten. Het feit dat Interkabel geen interactief platform ter beschikking stelt zal een steeds groter probleem worden. Meer dan 30% van de Vlamingen kan daardoor geen gebruik maken van interactieve diensten via de kabel. Sinds 22 februari 2006 zijn Eén en Canvas/Ketnet digitaal te ontvangen via de satellietdiensten van *TV-Vlaanderen*.

Zenderpark

In 2005 werden de FM-zenders vernieuwd. Er werd een combiner (die meerdere FM-zenders samenvoegt naar één zendantenne) geplaatst in Egem. In Brussel werden zowel de DAB- als de FM-zenders vernieuwd en werd een DVB-T-zender toegevoegd.

Er was in 2005 commotie rond de VRT-zendmast bij de inwoners van Meise. De VRT heeft in samenwerking met het gemeentebestuur aan de bevolking op verschillende momenten toelichting gegeven op de vragen omtrent hun gezondheid.

In 2005 werd het glasvezelnetwerk uitgebreid. Dat netwerk zorgt ervoor dat het transporteren van signalen (video, audio en dergelijke) veel sneller gebeurt dan via de straalverbindingen. Een belangrijke uitbreiding van het glasvezelnetwerk was de verbinding tussen studio ZDF en het omroepcentrum en tussen het omroepcentrum, het Amerikaans Theater en de Financietoren. De laatste fase van de verbinding van het omroepcentrum met de Europese wijk werd ingezet. Deze verbinding omvat: het IPC, het Justus Lipsius- en het Berlaymontgebouw en het inprikkpunt van de Wetstraat ter hoogte van het Berlaymontgebouw. Er kwam ook een verbinding tussen het omroepcentrum, *VMMa* en *Videohouse*.

De VRT heeft in 2005 een studie gemaakt over mogelijke evoluties en potentiële problemen van zijn huidige zenderpark in een digitale mediawereld.

De Overheid

De VRT moet volgens de mediadecreten al zijn mediadiensten aan de mediagebruiker aanbieden. De VRT mag daarbij geen exclusieve overeenkomsten afsluiten met distributeurs.

De Vlaamse overheid heeft belangrijke beslissingen genomen om het publieke aanbod beschikbaar te stellen voor het grote publiek op een toegankelijke manier en tegen aanvaardbare prijzen. De belangrijkste zijn:

- de toekenning van de nodige analoge en digitale frequenties aan de VRT voor de transmissie van zijn publieke aanbod;
- het opleggen van de must-carry-verplichting aan alle kabelnetwerken met een breed bereik;
- de machtiging van de regering om maatregelen te nemen voor het gebruik van open normen alsook voor de installatie, toegang en presentatie van een elektronische programmagids.

De VRT is van mening dat de Vlaamse overheid aan de distributeurs de verplichting moet opleggen om het publieke lineaire aanbod in hun basispakket op te nemen. Deze dienstverlening moet universeel en gratis blijven. De VRT vraagt de overheid om erop toe te zien dat alle Vlamingen het huidige aanbod, het digitale aanbod, de verrijkingen en interactiviteit, de VRT-diensten en dergelijke kunnen ontvangen.

De Distributeurs

De VRT werkt met de distributeurs samen volgens vijf principes die met de Minister van Media overeengekomen werden:

- (1) De VRT wil aanwezig zijn op een maximaal aantal platformen die relevant zijn voor de distributie van zijn aanbod.
- (2) De VRT stelt zich technologieneutraal op. Hij gebruikt waar mogelijk open normen.
- (3) De VRT sluit geen exclusieve overeenkomsten met distributeurs.
- (4) De VRT voert zijn activiteiten uit tegen marktconforme voorwaarden.

- (5) De VRT zorgt ervoor dat zijn aanbod-op-aanvraag en zijn multimediadiensten aan het publiek worden aangeboden tegen voorwaarden die niet marktverstoring zijn.

De kabelmaatschappijen hebben de verplichting om de radio- en tv-netten van de VRT in hun basispakket aan de mediagebruiker aan te bieden. De distributeurs die gebruik maken van andere technologieën (zoals ADSL en satelliet) hoeven dit voornog niet te doen. De VRT pleit ervoor dat de overheid indien nodig de doorgifteverplichting oplegt aan de distributeurs die een beroep doen op andere technologieën dan de kabel.

De positie van de VRT bij onderhandelingen over zijn aanbod verschillen van distributeur tot distributeur. Ze hebben immers een verschillende regionale spreiding in de Vlaamse Gemeenschap en ze gebruiken andere technologieën.

De VRT is van mening dat de Vlaamse overheid aan de distributeurs de verplichting moet opleggen om het publieke lineaire aanbod in hun basispakket op te nemen.

Door de digitalisering van het aanbod hebben de distributeurs de mogelijkheid om eigen omroepactiviteiten uit te voeren. Producenten sluiten met distributeurs overeenkomsten om rechtstreeks een digitaal aanbod te brengen. Dat betekent een grote uitdaging voor de traditionele omroepbedrijven in het algemeen en de VRT in het bijzonder.

Mediagebruikers

De media convergeren. De consument kan het VRT-aanbod daardoor op verschillende toestellen raadplegen.

De mediagebruiker kan zelf bepalen wat, wanneer en hoe hij een media-aanbod wil consumeren. Dat heeft invloed op het bereik van het VRT-aanbod aangezien de mediagebruikers nu het aanbod van de VRT kunnen consumeren op een zelf gekozen moment en op andere plaatsen dan 'thuis voor de tv'.

De mediagebruiker heeft met andere woorden meer keuzevrijheid in het media-aanbod dat hij wil consumeren. De "macht" van de omroepen verkleint daardoor. Dat de mediagebruiker meer zelf zijn mediagebruik kan samenstellen is een versterking van het democratische gehalte van de samenleving.

Technologie

In 2005 groeide de verkoop van draagbare mediaspelers, flatscreens, settopboxen voor digitale televisie, dvd-spelers en dergelijke waardoor het medialandschap langzaam een andere vorm aanneemt.

In 2005 werden tevens massaal mp3-spelers aangekocht. Veel mensen maken gebruik van podcasting om hun favoriete muziek of programma te beluisteren waar en wanneer zij willen. In het laatste kwartaal van 2005 kwamen twee draagbare videospelers (*Video-iPod* van *Apple* en *PSP* van *Sony*) op de markt die MP4²⁴ kunnen gebruiken.

Flatscreen-tv-toestellen werden het voorbije jaar steeds vaker verkocht. De mediagebruiker vindt het belangrijk om op een kwaliteitsscherm naar tv te kijken. Tv-kijken is voor veel mediagebruikers immers *qualitytime*. Er worden steeds meer schermen verkocht die "HDTV-ready" zijn.

Om van een digitaal aanbod te kunnen genieten heeft de mediagebruiker een settopbox nodig. Naar het eind van 2005 kwam de verkoop op gang. Telenet had op 31 december 83.500 settopboxen verkocht. Belgacom had er op dat moment 33.000. (Interkabel maakte geen cijfers bekend.)

Zolang de digitale dienstverlening niet door iedereen is overgenomen, neemt het succes van de dvd-speler nog toe. In 2005 speelden de grote winkelketens massaal in op het succes van dvd's bij de mediagebruiker.



PERFORMANTIE

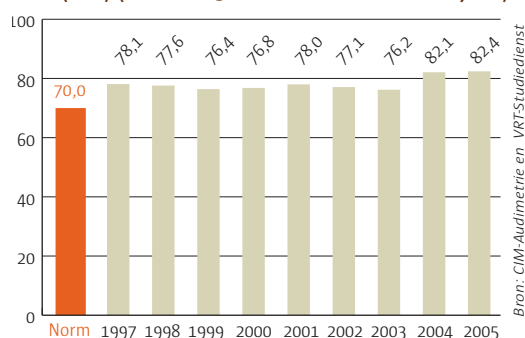
Het Bereik

Televisie

VRT-Televisie bereikte in 2005 met zijn netten op weekbasis 82,4% van de bevolking. Een lichte stijging van 0,3 procentpunten ten opzichte van 2004.

De gemiddelde kijkduur voor de VRT-netten per dag bedroeg in 2005 1 uur en 2 minuten, een daling van 3 minuten ten opzichte van 2004. Gemiddeld keken 2.378.257 Vlamingen per dag naar Eén en 1.085.624 naar Canvas/Ketnet. Op weekbasis keken gemiddeld 4.332.380 Vlamingen naar Eén en 3.267.061 naar Canvas/Ketnet. Dat betekent dat per dag gemiddeld 2.770.083 Vlamingen naar VRT-TV keken en per week gemiddeld 4.689.722.

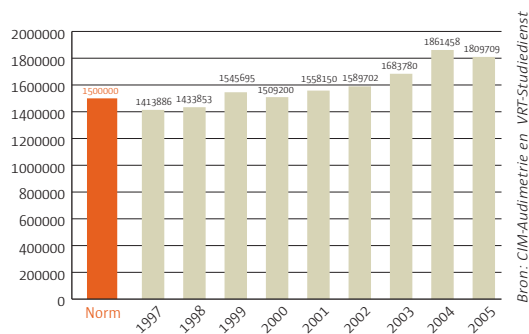
Gemiddeld cumulatief weekbereik van de VRT (in%) (norm = 15 minuten consecutief kijken)



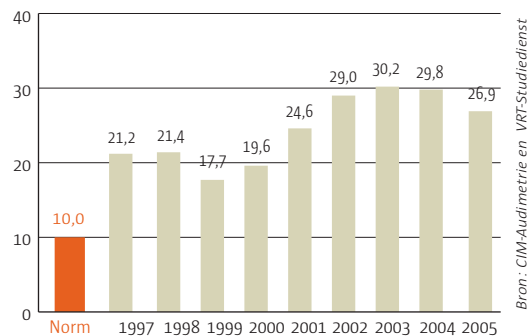
De nieuws-, duidings- en informatiemagazines van VRT-Televisie haalden de maatstaf van 1,5 miljoen kijkers. Gemiddeld keken per week 1.809.709 Vlamingen naar een van deze programma's. Ondanks het feit dat 2005 geen verkiezingsjaar was (en er dus geen extra verkiezingsprogramma's waren), haalden de nieuws-, informatie- en duidingsprogramma's bijna het niveau van 2004, toen het hoogste gemiddelde weekbereik tot dusver werd bereikt. Het Nieuwsproject en een driesporenbeleid rond informatie moeten ertoe bijdragen dat het bereik voor informatie op dit hoge niveau kan blijven zonet stijgen, waardoor de VRT zijn rol als verspreider van informatie kan blijven spelen.

²⁴ Specifiek: ISO MPEG Part 10 video (AVC) en MPEG-4 Part 7 Audio (AAC)

Gemiddeld cumulatief weekbereik van de VRT-nieuws-, informatie- & duidingsprogramma's (in aantal kijkers)
(norm = 15 minuten consecutief kijken)



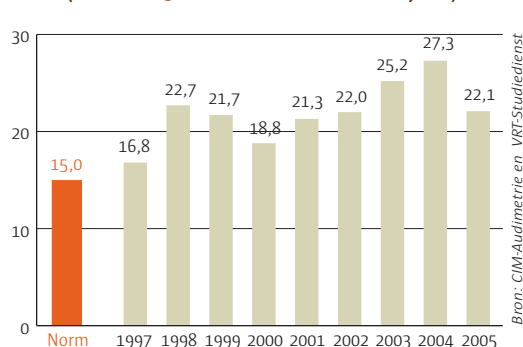
Cumulatief weekbereik van de educatieve VRT-programma's (in%)
(norm = 15 minuten consecutief kijken)



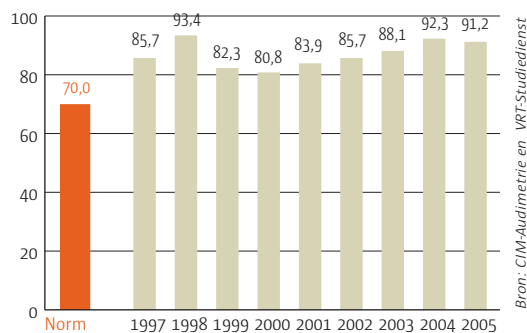
Met de cultuurprogramma's had de VRT-Televisie een weekbereik van 22,1% in 2005. De norm ligt op 15%. Het verdwijnen van het middagblok met klassieke reeksen en verfilmingen van Vlaamse literaire klassiekers ter gelegenheid van 50 jaar televisie (dat in 2003 en 2004 werd gebracht) brengt het weekbereik terug op het niveau van de jaren voordien. De VRT wil met zijn driesporenbeleid cultuur het bereik bij alle Vlamingen opnieuw verhogen.

De VRT bereikte in 2005 91,2% van de doelgroep van 4- tot 12-jarigen die tv-kijken. De 70%-norm werd gehaald. Nochtans staat Ketnet onder druk door de commerciële kinderkanalen die 24 uur per dag beschikbaar zijn. Ter bescherming van de Vlaamse culturele identiteit voor kinderen moet dat verholpen worden. De VRT zal in 2006 dienaangaande een project indienen bij de Vlaamse overheid.

Cumulatief weekbereik van de VRT-cultuurprogramma's (in%)
(norm = 15 minuten consecutief kijken)



Gemiddeld wekelijks bereiksaandeel van de VRT bij 4-12-jarigen (in%)
(= norm 15 minuten niet-consecutief kijken)

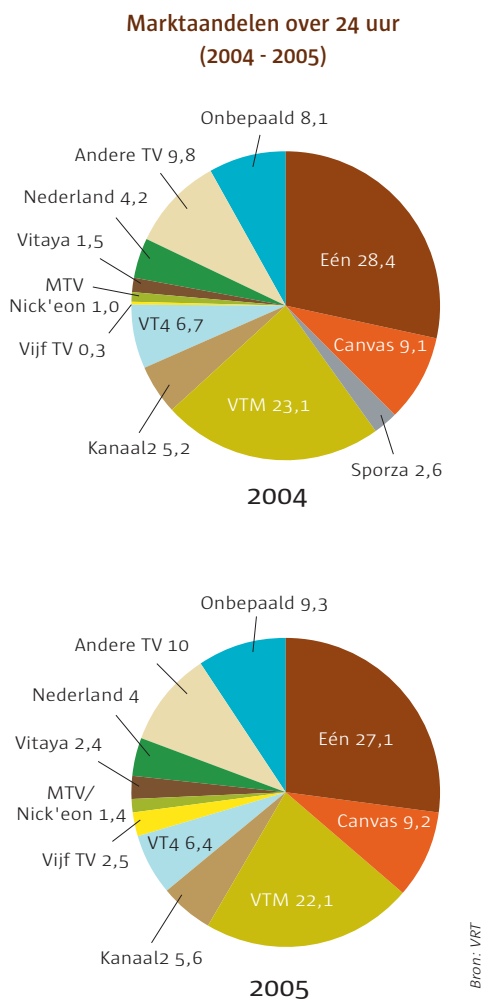


Voor de educatieve programma's had de VRT-Televisie een weekbereik van 26,9% in 2005. De norm ligt op 10%. De lichte daling is te wijten aan het kleinere aantal afleveringen van het populaire wetenschapsprogramma *Hoe?Zo!*. De VRT blijft investeren in het brengen van kennis en wetenschap in toegankelijke programma's en in specifieke wetenschappelijke programma's op de generalistische netten. De VRT vindt het noodzakelijk dat hij een thematisch educatief aanbod kan brengen.

Bijna alle Vlaamse zenders verloren marktaandeel in 2005 ten koste van nieuwe zenders. In 2005 daalde het marktaandeel van Eén van 28,4% in 2004 naar 27,1% in 2005. Het marktaandeel van Canvas steeg echter van 9,1% in 2004 naar 9,2% in 2005. In 2004 had de VRT een tijdelijk sportnet Sporza voor drie maanden. Dat beïnvloedt de vergelijking.

Ketnet handhaaft zijn marktleiderschap in zijn doelgroep (-12-jarigen). Daarin haalde Ketnet in 2005 een marktaandeel van gemiddeld 38% (tegenover

43,3% in 2004). De commerciële zender Nickelodeon haalt voordeel uit zijn marktbezetting (op uren waar Ketnet niet uitzendt) en een specifieke segmentatie in sub-leeftijdsgroepen. Ketnet bereikte desondanks gemiddeld per week meer dan 90% van de tv-kijkende kinderen.



De hoogste kijkcijfers van Canvas (buiten Sporza) waren weggelegd voor een aflevering van *De rechtvaardige rechters* (458.000), een aflevering van *De Canvascrack* (431.000), een aflevering van *Rare streken over de Nijl* (409.000), een aflevering van *Histories over Auschwitz* (405.000) en de finale van *De grootste Belg* (393.000).

De hoogste kijkcijfers van Eén (buiten Sporza) waren voor een aflevering van *Witse* (1.813.000), een

aflevering van *FC De Kampioenen* (1.669.000), een aflevering van *Flikken* (1.296.000), een aflevering van *De pappenheimers* (1.293.000) en een aflevering van *De slimste mens ter wereld* (1.270.000).

Ketnet had als populairste programma's: een aflevering van *Spring* (166.156), een aflevering van *W817* (164.914), een aflevering van *En daarmee basta!* (150.429), een aflevering van *Ketnet Freezzz* (139.567) en een uitzending van *Karrewiet* (137.975).

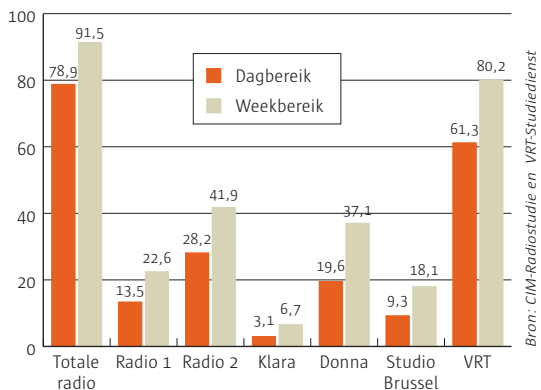
Radio

VRT-Radio gebruikt de CIM-cijfers om het relatieve weekbereik te berekenen. In 2005 luisterden 4.163.900 personen²⁵ minstens 10 minuten per week naar een van de VRT-radionetten. Daarmee haalde de VRT-Radio een relatief weekbereik van 87,6%²⁶ en een absoluut weekbereik van 80,2%²⁷. Per dag bereikte de VRT in 2005 3.183.170 luisteraars (61,3% van alle Vlamingen). VRT-Radio voldoet daarmee ruim aan de vooropgestelde quota. In elke sociodemografische groep haalt VRT-Radio een relatief weekbereik dat ruim hoger ligt dan de vereiste 65%.

Radio 2 had in 2005 een absoluut weekbereik van 41,9%. Bij Donna bedroeg het absolute weekbereik 37,2%, bij Radio 1 22,6%, bij Studio Brussel 18,1% en bij Klara ten slotte 6,7%.

VRT-Radio bereikte in 2005 per dag 94,8% van alle VRT-luisteraars met zijn nieuwsbulletins. Dat is 58,1% (of 3.016.930 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn.

Absoluut weekbereik en absoluut dagbereik van de VRT-radionetten



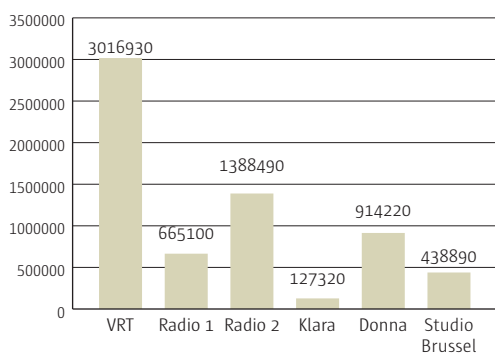
²⁵ Bij het radiobereik wordt enkel rekening gehouden met de personen van 12 jaar of ouder, omdat volgens CIM-afspraken -12-jarigen geen dagboek terzake bijhouden.

²⁶ Dit cijfer duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten geluisterd heeft naar een VRT-radionet ten opzichte van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week minimum 10 minuten naar de radio geluisterd heeft.

²⁷ Dit cijfer duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar een VRT-radionet geluisterd heeft ten opzichte van het totale aantal Vlamingen van 12 jaar of ouder.

In 2005 bedroeg de gemiddelde luisterduur voor VRT-Radio 232 minuten per dag. Daarmee voldoet VRT-Radio ruim aan de vooropgestelde luisterduur (195 minuten). Jongeren luisteren minder naar de VRT-Radio (12- tot 17-jarigen: 109 minuten) wegens hun verplichte aanwezigheid op school. Ook studenten (138 minuten) en mensen met een universitair diploma (187 minuten) luisteren traditioneel minder. De groep 55- tot 64-jarigen luisteren het meest naar de radio: 280 minuten. Qua beroep luisteren de zelfstandigen (311 minuten) het meest naar de VRT-Radio. Luisteraars met een hoger secundair of technisch diploma luisteren in vergelijking met de andere opleidingsgroepen het meest (254 minuten).

Dagbereik in miljoen luisteraars voor de nieuws-uitzendingen



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

Verspreiding van verkeersinformatie

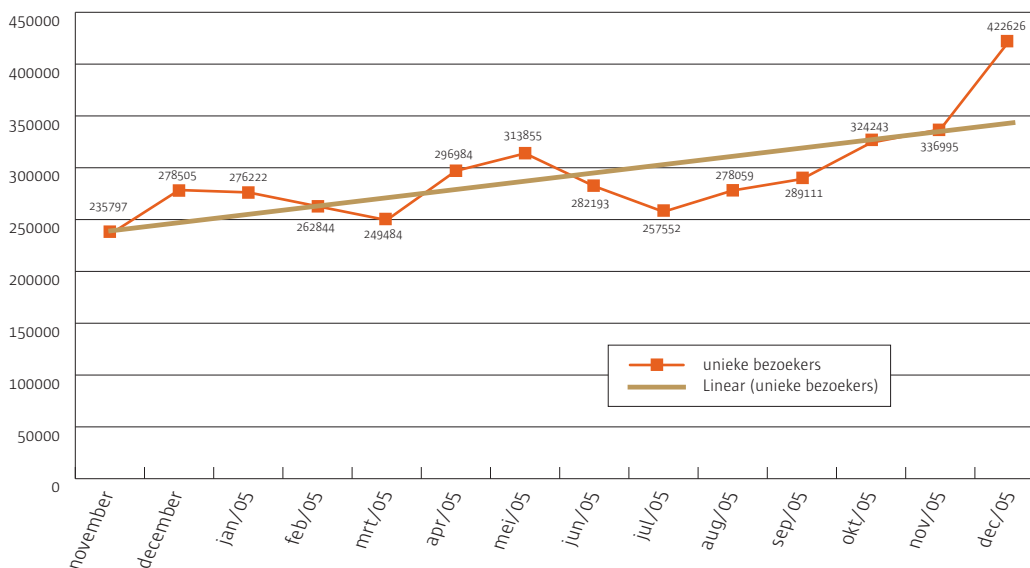
Alle radionetten behalve Klara geven uitgebreide verkeersinformatie. Naast verkeersoverzichten op vaste tijdstippen krijgt de luisteraar ook verkeersflashes met dringende info. Tijdens de werkzaamheden aan de Antwerpse ring verzorgde Radio 2 extra verkeersbulletins speciaal voor de regio. De websites van de netten, de VRT-Infolijn, teletekst, de sms-dienst, Donna's RDS-TP-dienstverlening en VRTnieuws.net bieden allemaal de meest recente verkeersinformatie.

Het vernieuwde VRTnieuws.net levert extra informatie: een netkaart met de files, de werkzaamheden aan de wegen in het hele land, de radarcontroles en de wegtoestand.

De juistheid van de toegeleverde informatie wordt regelmatig gecheckt door bronvergelijking. De stiptheid van de berichtgeving wordt door een steekproef opgevolgd. Indien nodig resulteert dat in aanbevelingen en nieuwe afspraken.

Op internet had de VRT-radiospeler in 2005 steeds meer succes. Het aantal gebruikers steeg voortdurend. In december 2005 werd met 422.626 unieke gebruikers het hoogste aantal bereikt. Via het internet wordt gemiddeld per dag bijna 22.000 uur naar VRT-radio geluisterd. Op maandbasis is dat ruim 660.000 uur.

VRT radiospeler unieke bezoekers per maand



Bron: CIM-Metriweb en VRT-Studiedienst



Websites

De vernieuwing van de websites Eén.be, Canvas.be, VRT.be, VRTnieuws.net en vrttaal.net versterkte het aanbod. Het werd door de mediagebruikers gewaardeerd. Een aantal tijdelijke sites hadden eveneens succes: degrootstebelg.be, kew.be (rond de *Koningin Elisabethwedstrijd*), kinderenvandewindt.be en sam.be – om er maar enkele te noemen – werden zeer geapprecieerd.

De nieuwe VRT.be

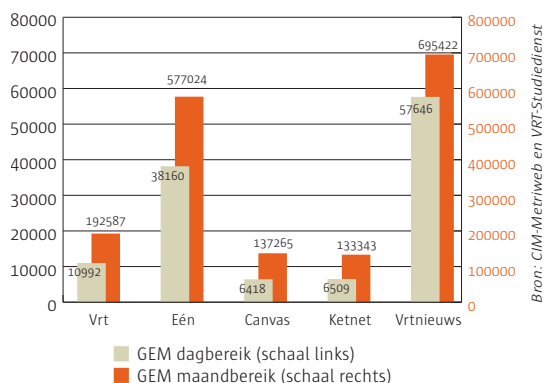
Sinds het najaar van 2005 is de VRT-bedrijfsite opgefrist en actueel gemaakt. De website biedt de mediagebruiker uitgebreide informatie over de Openbare Omroep en wordt geïllustreerd met foto-, audio- en videomateriaal. De VRT vindt het belangrijk dat alle informatie die men over de omroep wenst te weten snel gevonden kan worden.

De website is gebruiksvriendelijk en biedt de bezoeker de mogelijkheid om vragen, suggesties of opmerkingen voor de VRT of een van zijn netten door te geven via een elektronisch contactformulier. VRT.be besteedt veel aandacht aan de toegankelijkheid voor mensen met een handicap. Het BlindSurfer-label werd gehaald.

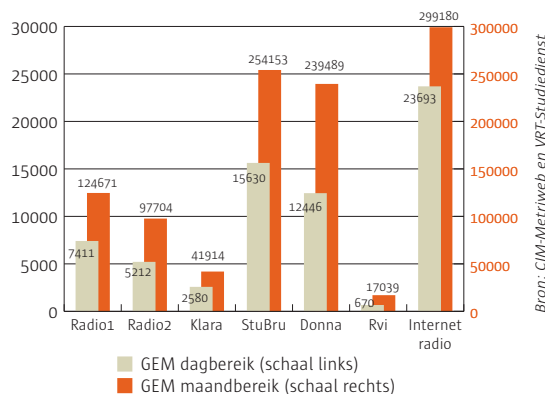
Eind 2005 waren er ruim 136.000 unieke bezoekers per dag voor de websites van de VRT²⁸ tegenover 120.000 bezoekers in 2004, een stijging van bijna 15%. Op maandbasis zijn er 1,8 miljoen unieke bezoekers voor alle VRT-websites samen. In bijgaande grafiek worden de dag- en maandgemiddelden aangegeven.

Alle VRT-websites hadden in 2005 een groter bereik dan in 2004. Er is een vast week/weekend-patroon en een zomer/winter-patroon vast te stellen.

2005: Gemiddeld dag- en maandbereik voor de tv- en nieuws(gerelateerde) sites



2005: Gemiddeld dag- en maandbereik voor de radiosites



Podcasting

Nadat de VRT in november 2004 zijn internetradiospeler had gelanceerd, startte begin juli 2005 een podcastproject. Ook al was het aanbod beperkt, toch waren de podcasts van de VRT populair. In een half jaar waren er in totaal meer dan 230.000 downloads.

De Afrekening en *Studio Podcast* werden het vaakst gedownload. Het 'zelf bepalen wanneer men luistert' primeerde voorlopig op 'de mobiliteitsbehoefte'. 20% van de podcast-luisteraars beluisterden vroeger niet de aangeboden programma's via de radio én 20% van podcast-luisteraars luisterden niet meer naar het programma via de radio maar via de podcastservice.

Aanbod op aanvraag

Het aanbod-op-aanvraag van de nieuwsuitzendingen, *Net Gemist* en *Het Archief* ging op 6 december 2005 van start bij *Telenet*. *Belgacom* heeft zijn aanbod-op-aanvraag gelanceerd op 1 maart 2006.

Net Gemist en *Het Archief* zijn populair bij de digitale mediagebruikers. Bijgaande grafiek geeft het aantal opgevraagde uitzendingen op weekbasis in de eerste maand van deze VRT-diensten.

Net Gemist werd de eerste vier weken ter kennismaking gratis aangeboden. Vanaf 1 januari 2006 is er een abonnement van 5,95 euro per maand nodig. Voor afleveringen uit *Het Archief* wordt ook marktconform gewerkt (0,5 tot 1,95 euro).

²⁸ Dit cijfer slaat op het aantal ontdubbelde bezoekers per dag. Een bezoeker die op dagbasis 2 sites bezoekt wordt slechts 1 keer geteld. De cijfers zijn gebaseerd op de CIM-metriwebstatistieken.



Zonnekinderen

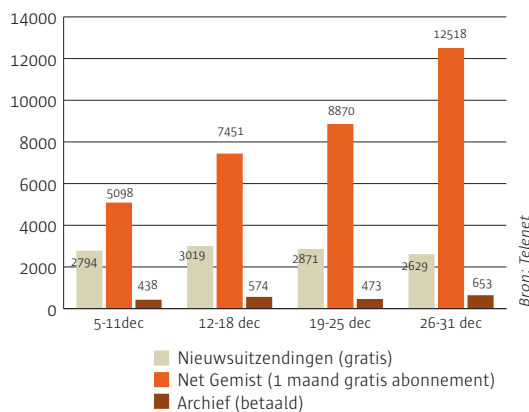


De slimste mens ter wereld

De populairste programma's die via *Net Gemist* opgevraagd werden, waren *De Kampioenen*, *Thuis* en *Flikken*. Ook de interactieve toepassingen zijn succesvol.

Een ander niet-lineair aanbod dat in 2005 verder toenam zijn de dvd's. De VRT verkocht via de VAR ruim 600.000 dvd's. Naast de speciale acties in samenwerking met verschillende kranten en magazines waren de populairste reeksen *De Kampioenen*, *Flikken*, *Kapitein Zepos* en *Kulderzipken*.

Aantal gestarte programma's volgens aanbod via de Telenetbox in 2005



KetnetKick

KetnetKick is eind 2005 op 66.061 pc's geïnstalleerd. De doelgroep van 6 tot 10-jarigen werd in ruime mate bereikt. Ruim 85.000 actieve mediagebruikers zijn geregistreerd. Per maand waren er gemiddeld 20.000 tot 25.000 verschillende mediagebruikers actief in de virtuele KetnetKick-wereld.

Waardering

De waardering voor de producties van de VRT-televisieprogramma's blijft hoog. Alle performantiemaatstaven werden gehaald.

- De informatie- en duidingsprogramma's hadden samen een gemiddelde waardering van 76%. Uitgesplitst betekent dat: *Koppen* 77%, *Koppen Justitie* 76%, *Ter Zake* 75%, *De Zevende Dag* 74%, *Villa Politica* 76% en *Panorama* 79%.
- 777 uitzendingen vielen onder de noemer fictie.

- Gemiddeld haalden zij een waardering van 78%.
- Wat ontspanningsprogramma's betreft werden 950 tv-uitzendingen verzorgd. Deze haalden een waardering van 78%.
 - De cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten haalden een waardering van 77%.
 - De educatieve programma's op de VRT-televisienetten kregen een waardering van 79%

De hoogste waardering voor Canvasprogramma's²⁹ werd gegeven aan een aflevering van *De Canvascrack* (9,1), een aflevering van *Rare streken* (8,7), een aflevering van *Zwerfroute* (8,6), een aflevering van *Time Machine* (8,5) en een aflevering van *De bende van Wim* (8,4).

De hoogste waardering voor Eén-programma's werd gegeven aan een uitzending van *Het Journaal van 1 uur* (8,6), een aflevering van *Alles kan beter* (8,6), een aflevering van *Witse* (8,6), een aflevering van *De slimste mens ter wereld* (8,6) en een aflevering van *Fata Morgana* (8,5).

De hoogste waardering voor Ketnetprogramma's werd gegeven aan een aflevering van *W817* (9,3) en een aflevering van *Spring* (9,1).

Bekroningen 2005

- Nominaties voor de *Gouden roos van Montreux* voor *Fata Morgana*, *Kaat en co*, *De kijker van het jaar* en *De slimste mens ter wereld* (alle Eén)
- *De prijs radio- en televisiekritiek* voor *Zonnekinderen* (Eén)
- *De prijs radio- en televisiekritiek* voor *Het eiland* (Eén)
- De andere VRT-genomineerden voor *De prijs radio- en televisiekritiek* waren: *De slimste mens ter wereld* (Eén), *WrappersKetnet* (Ketnet), *Stafari* (Ketnet), *100% Bakvis* (Ketnet) en *Bumba* (Ketnet)
- *De prijs van de Vlaamse Gemeenschap voor het beste jeugdprogramma* voor *Stafari* (Ketnet). *Wrappers Ketnet*, *100 % bakvis* en *Bumba* waren ook genomineerd.
- *De silver award voor documentaires, research & science* en *Speciale prijs van de Verenigde Naties* op het *World media festival* te Hamburg voor *Over leven* met de reportage *Een neus voor gevaar* (Canvas)

²⁹ Zonder de uitzendingen van Sporza hierbij te betrekken.



Uitreiking Descartesprijs voor wetenschapscommunicatie van de Europese Unie voor Over leven

- *Dexia-prijs* voor *Moskou-Brussel, enkele reis* (Canvas). *Ten huize van* (Canvas) was genomineerd.
- *De eerste prijs van Documenta Madrid* voor *Tarantino / Buscarse la vida* (Canvas)
- *Prijs voor best live action short film van het Wisconsin children's festival* voor *Zeepkistenrace* (Ketnet)
- Nominatie voor *het Chicago international children's film festival* voor *Mijn buddy* (Ketnet)
- Nominatie voor *RITV Reims* voor *Witse* (Eén)
- Nominatie voor *Nueva Mirada* voor *Over de lijn* (Ketnet)
- Nominaties voor de *Plateauprijzen* voor *Het eiland* (Eén), *Kaat en co* (Eén), *Flikken* (Eén), *FC De Kampioenen* (Eén), *Witse* (Eén), *De zaak Alzheimer* (Eén), *Sprookjes* (Ketnet) en *Zeepkistenrace* (Ketnet)
- Nominatie voor *Prix Danube* voor *Over de lijn* en *Bumba* (Ketnet)
- Nominatie voor *New York lesbian, gay, bisexual & transgender film festival* voor *Tarantino* (Canvas) met *Adrian Andres*
- Nominatie voor de *Homofolieprijs van de Holebi-federatie* voor *Thuis* (Eén)
- Nominatie van de prijs van *Argos Brussel* voor *Tarantino* (Canvas) voor *World of blue, land of O*
- Nominatie voor *Golden chest* voor *Moskou-Brussel, enkele reis* (Canvas), *Het geslacht De Pauw* (Eén), *Sprookjes* (Ketnet) en *Doornroosje* (Ketnet)
- Nominatie van *Japan prize* voor *EPO, de gestolen zege* (Canvas)
- Nominatie voor *Grierson awards* voor *Heizel 1985, golden goal, requim voor een cupfinale* (Canvas)
- Nominatie voor *Grote kinderkast* voor *Bumba* (Ketnet)
- *Livia-prijs van Unizo-Limburg* voor *Phara de Aguirre*
- *Golden link* op *Sunny Side of the doc* in Marseille voor *Heizel 1985, golden goal, requim voor een cupfinale* (Canvas)
- *Descartesprijs voor wetenschapscommunicatie van de Europese Commissie* voor *Over leven* (Canvas), op voordracht van de *Koninklijke Vlaamse academie van België voor wetenschappen en kunsten*
- *De Ha!* van *Humo* voor *Het eiland* (Eén)
- *De Noord-Zuidtrofee 2005* voor *BVN* (samenwerking Publieke Omroep Nederland en VRT)
- *De RVU-Radioprijs* voor *Gwendolina Bastiaensen* met *De poppenmoeder* (Radio 1)
- *De radiopersoonlijkheid van het jaar 2005* van *Radiovisie* voor *Wim Oosterlinck*
- Nominatie van *Prix Europa* voor *Verloren stemmen* van *Wim Vangrootloon* (Radio 1). Waren ook genomineerd: *Moskou-Brussel, enkele reis* (Canvas), *Heizel 1985, golden goal, requim voor een cupfinale* (Canvas) en *Kaat en co* (Eén)
- Eervolle vermelding op het *Audio festival* in Chicago voor *Verloren stemmen* van *Wim Vangrootloon* (Radio 1)
- *Prix Italia* voor *Waar is Marie-Claire?* van *Annick Lesage* (Radio 1)
- *Prijs van de radiokritiek van de vereniging van de Vlaamse radio- en televisiepers* voor *De wandelgangen* (Radio 1)
- *Dexia-persprijs radio* voor *Jens Franssen* voor zijn reeks *De laatste getuigen* (Radio 1)
- *De EBU-folkprijs* voor *De grote boodschap* met *Lief maagdeke roos* (Radio 1)
- *Persprijs voor toerisme van de Provincie Oost-Vlaanderen* voor *Radio 2 Oost-Vlaanderen*
- *Beste programma-item van radiovisie.be* voor *Cois* in *Niets is zeker* (Radio 2)
- *Choc du monde de la musique* van *Le monde de la musique* voor *Flemish connection IV* van *Klara* in samenwerking met het *Vlaams Radio-Orkest*
- *Zilveren medaille in de categorie 'Best use of humour in promotion'* op *Promax* voor de *Donna*-imagospot *Gay*
- *Speciale prijs voor meest creatieve adverteerder* van *Creative club of Belgium* voor *VRT-Radio*. *De vereniging van Belgische reclamemakers* prijsde verder nog: *De gouden prijs tv-campagne en multimedia* voor de *Studio Baptiste*-campagne van *Studio Brussel*, *Special award voor de nieuwjaarsadvertentie in de kranten* voor *Studio Brussel* en het reclamebureau *Duval Guillaume* Antwerpen, *Zilveren medaille in de categorie tv-single* voor de spots van de *Operaweek* en het *Klarafestival* van *Klara*, *Zilveren medaille in de categorie multimedia en webvertising* voor de *Klarafestivalspot*, *Zilveren medaille in de categorie tv-campagne* en de *Speciale prijs voor de soundtrack* voor de spot van het *Koppel in het restaurant* en de spot *Gay* van *Donna*
- *De gouden welp voor de beste Belgische reclamespot* van de *Vereniging voor promotie en communicatie* voor *Studio Baptiste* (*Studio Brussel*). De tweede plaats was voor de spot *Gay* (*Donna*).

KWALITEITSBELEID



Functionele kwaliteit	69
Publieke kwaliteit	72
Ethische kwaliteit	74
Operationele kwaliteit	77
Professionele kwaliteit	78

De Beheersovereenkomst 2002-2006 legt de nadruk op een specifieke rol voor de VRT:

“De VRT zal zich nog meer profileren als kwaliteitszender.”

De VRT streeft naar excellentie. De medewerkers moeten permanent streven naar verbetering bij alles wat ze ondernemen. Zo kunnen steeds betere programma's en diensten worden afgeleverd.

De Beheersovereenkomst 2002-2006 legt de nadruk op het streven naar kwaliteit op verschillende domeinen:

- de mate waarin een programma voor de beoogde mediagebruikers de functie vervult die zij vervuld willen zien (functionele kwaliteit);
- de mate waarin wordt voldaan aan de opdrachten die door de verschillende overheden zijn geformuleerd (publieke kwaliteit);
- de morele en ethische eisen die aan de audiovisuele programma's worden gesteld (ethische kwaliteit);
- de mate waarin de beoogde programma's op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komen (operationele kwaliteit);
- de eisen die de media-industrie stelt aan audiovisuele programma's, hun opbouw, hun formattering en hun audiovisuele uitvoering/taalgebruik (professionele kwaliteit).



FUNCTIONELE KWALITEIT

Onderhouden van de publieksband

De VRT onderhoudt een goede band met zijn publiek onder andere door:

- kwaliteitsvolle programma's en programma-schema's
- ondersteunende websites met forumfuncties
- imagocampagnes van de netten
- evenementen
- mediasponsoring voor initiatieven van derden

Diversiteit van het programma-aanbod en netwaarden

De diversiteit van het aanbod steunt op de profilering van de verschillende radio- en televisienetten.

De VRT streeft ernaar om de hele Vlaamse bevolking optimaal te bedienen. Het aanbod is crossmediaal en multimediaal opgebouwd.

Het profiel en de waarden van elk net, bepalen het evenwicht tussen informatie, cultuur, educatie en ontspanning.

Elk net heeft zijn opdracht en elk programma moet aan het vooropgestelde netprofiel beantwoorden. De respectieve netten van radio en televisie zijn inhoudelijk complementair. Het profiel en de waarden die voor elk net opgesteld werden, bepalen het evenwicht tussen informatie, cultuur, educatie en ontspanning.

Netwaarden

Uitgaande van de Missie en de Waarden zijn voor elk net eigen waarden geformuleerd die aangeven hoe elk net zijn rol voor het publiek vervult. De programmamakers toetsen alles wat ze doen aan de bedrijfswaarden en aan de netwaarden. De ambitie van elk net wordt op die manier duidelijk.

	Net	Wat doet het net voor de mediagebruiker ?	Hoe zijn de karaktertrekken van het net ?	Waarom ? De centrale waarden
TV		Ontspannen Informeren Cultuur en educatie Toonaangevend	Magisch Optimistisch Entertainend Verbindend Verhalend En af en toe een beetje gek	Respectvol Authentiek Betrouwbaar Toegankelijk Herkenbaar Open
		Informeren Cultuurbeleving Ontdekken Kennis van zaken	Verrassende creativiteit Kritische meerwaarde Alertheid Sterke verhalen	Stimuleert Met klasse Alert Ruim Gelaagd Durf
		Eigentijds Pedagogisch verantwoord Kwaliteit Informeren Ontspannen	Verhalend Optimistisch Toekomstgericht Creatief	Speels Echt Onder vrienden Fantastisch Avontuurlijk Veilig
Radio		Toonaangevend Toegankelijk Geloofwaardig Alertheid	Nieuwsgierig Volwassen Uitnodigend Onafhankelijk	Meerwaarde Zelfrealisatie
		Betrokkenheid Regionale affiniteit Collectief geheugen Bereikbaar maken/zijn Multigenerationaliteit	Warm-menselijk Vertrouwd Ervaren Authentiek	Vertrouwen Veiligheid Zekerheid Verbondenheid
		Onthaasting Cultuurbeleving Ontdekken Kennis van zaken	Volwassen Stijlvol Aansprekend Ruimdenkend	Verrijken Genieten
		Trendspottend Non-conformisme Dynamisch, zichzelf heruitvindend	Vernieuwend Inspirerend Relativerend Alert Verrassend	Mee zijn Samen anders zijn
		Goed gevoel Toegankelijk Bij de tijd Sociaal gevoel	Pro Verleidelijk-ontwapenend- zelfrelativerend Homogeen maar met kleur	Verbondenheid Goed gevoel Donna plugt je in
		Overzichtelijk nieuws Functionele service Informeert over Vlaanderen Wereldwijd contact	Betrouwbaar Integer Objectief Vertrouwd	Band met Vlaanderen - onderhouden - opbouwen

Innovatieprojecten

In 2005 werd gewerkt aan innovatietrajecten voor verschillende netten:

- Op 21 januari startte Eén als opvolger van TV1.
- Canvas zette zijn innovatietraject voort. Het nieuwe Canvas werd gelanceerd op 24 oktober.
- Ketnet zal zijn innovatietraject afronden in april 2006.
- Het Nieuwsproject werd in 2005 verder uitgewerkt. Eind 2006 zullen de verschillende nieuwsdiensten structureel samenwerken in een nieuwe multimediale organisatie.
- Donna hernieuwde zijn programmaschema om nog beter zijn doelstelling van optimistische hitzender met een eigen specifieke publieke opdracht te kunnen vervullen.
- RVi vernieuwde zijn programma-aanbod en zijn uitzendschema's.

Afstemmen zendschema op de mediagebruiker

De VRT evalueert zijn netten voortdurend en stemt ze af op de wijzigingen in de behoeften van de mediagebruikers. De wijzigingen houden het netprofiel actueel en halen de band met de mediagebruiker aan. De aanpassingen zijn gesitueerd op diverse vlakken:

- vernieuwing van bestaande programma's (bijvoorbeeld *Villa Politica*)
- nieuwe programmaconcepten (bijvoorbeeld *Wilde Geruchten*)
- gelegenheidsprogramma's (bijvoorbeeld rond *75 jaar Radio* en de *Vlaamse Feestdag*)
- vernieuwing ondersteunende websites (bijvoorbeeld Canvas-site)
- nieuwe multimediale initiatieven (bijvoorbeeld SAM op Radio 2 en Eén)
- nieuwe interactieve toepassingen (bijvoorbeeld stemmen voor *De grootste Belg*)
- muziekuitwisseling met EBU-leden (klassiek, rock, folk, jazz)
- eigen studio-opnames (bijvoorbeeld Klara-opnames)

Onderzoek naar waardering

De VRT probeert de kwaliteit van zijn dienstverlening te meten bij het grote publiek. De waarderingscijfers die de mediagebruikers dagelijks geven, zijn de belangrijkste indicator van waardering. Fora op websites en lezersbrieven in kranten en magazines geven kennis over de mening van de mediagebruikers omtrent de VRT en zijn diensten. Telefoontjes, e-mails en brieven naar de VRT met vragen of opmerkingen tonen pijn- en pluspunten van het VRT-aanbod.³⁰

Trendwatching

Programmamakers moeten voeling houden met maatschappelijke trends. De Openbare Omroep wil rekening houden met deze trends bij het ontwikkelen van zijn nieuwe programma's en bij het uitbouwen van zijn netten.

In 2005 werden maatschappelijke trends onderzocht. Uit die trends werd bepaald wat voor de Openbare Omroep belangrijk is.

De Openbare Omroep wil rekening houden met de maatschappelijke trends bij het ontwikkelen van zijn nieuwe programma's en bij het uitbouwen van zijn netten.

Taalgebruik

De taaladviseur heeft in 2005 veel aandacht aan opleiding en coaching besteed. Hij begeleidde schrijfateliers voor de regionale radioredacties, de webredacties en de redacties van de tv-actualiteitenmagazines. De omschakeling naar de *Spelling 2005* is voorbereid in drie spellingateliers voor de hele omroep en drie gedetailleerde uiteenzettingen voor de onlineredacties. Het project *Taalhantering* (de samenwerking van de VRT met de K.U. Leuven) is structureel ingebed in de screenings van de radiodirectie. De taalrapporten sluiten daardoor beter aan bij de beoordelingen van programma-adviseurs en luisteraars.

De VRT en zijn taaladviseur worden erkend als een normbepaler voor het Nederlands.

³⁰ Naar schatting verwerkte VRT-Televisie in 2005 ruim 250.000 vragen van kijkers.

In 2005 heeft de omroep met *VRTtaal.net* zijn vernieuwde taalwebsite gepresenteerd. Alle taal- en spellingkwesaties zijn geredigeerd. De presentatie en de zoekmogelijkheden zijn verbeterd en er zijn meer voorbeelden opgenomen. Op een gemiddelde

Het Nederlandse Genootschap Onze Taal beschouwt VRTtaal.net als de beste website voor taaladvies.

werkdag wordt de taalsite door ruim tweeduizend unieke bezoekers geraadpleegd. Het *Nederlandse Genootschap Onze Taal* beschouwt *VRTtaal.net* als de beste website voor taaladvies. De *Taalmail* is opnieuw

onder de aandacht van het publiek gebracht. Door de campagne is het aantal externe abonnees gegroeid van 5400 eind 2004 tot 9000 eind 2005. De taaladviseur was in 2005 spreker op verschillende studiedagen.

Mede door het succes van *VRTtaal.net* en de *Taalmail* beantwoorden de taaladviseur en zijn medewerkster steeds meer vragen. In 2005 hebben ze 3000 schriftelijke en mondelinge vragen behandeld, ruim een kwart meer dan het jaar voordien.

PUBLIEKE KWALITEIT

Universaliteit en complementariteit

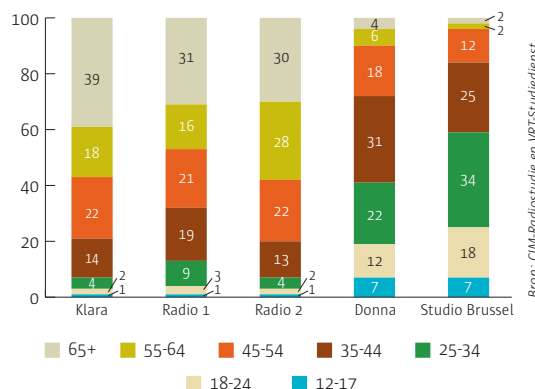
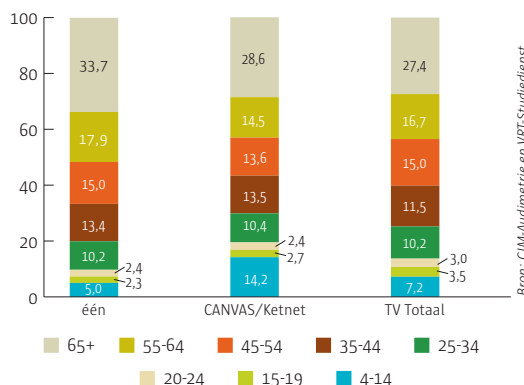
De VRT heeft de opdracht met zijn aanbod zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken. Er zijn geen socio-demografische grenzen. De VRT is, als Openbare Omroep, immers niet onderhevig aan de druk van de reclamemarkt. De VRT wil alle Vlamingen bereiken, ongeacht hun leeftijd, geslacht of sociale groep. De VRT slaagt daarin door een gediversifieerd aanbod te bieden. Hij sluit geen mediagebruikers uit.

De profielen van de bevolkingsgroepen die elk net bereikt, sluiten nauw aan bij de bevolkingsgroepen

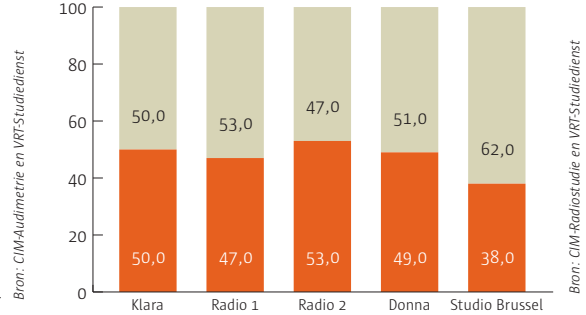
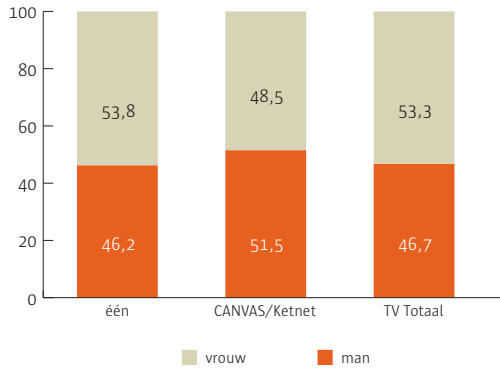
die elk net *wenst te bereiken*. Als men de vijf verschillende netprofielen van de Radio combineert, vullen ze elkaar in die mate aan dat alle lagen van de bevolking zich in het VRT-Radio-aanbod kunnen terugvinden.

Canvas/Ketnet trekt meer kinderen aan dan wat gemiddeld van een tv-zender verwacht wordt. De rol van Ketnet is hier dan ook duidelijk merkbaar. Het jonge karakter van Studio Brussel sluit aan bij het profiel van een jongerenzender. Voor Studio Brussel valt ook op dat meer mannen dan vrouwen luisteren naar (het aanbod van) het net. De verdeling van de luistergroepen volgens opleiding sluit aan bij de rol die elk net voor elke groep kan betekenen. Canvas spreekt naar verhouding relatief meer personen aan met een hogere opleiding.

Profiel VRT-netten volgens leeftijd in 2005 (in %)



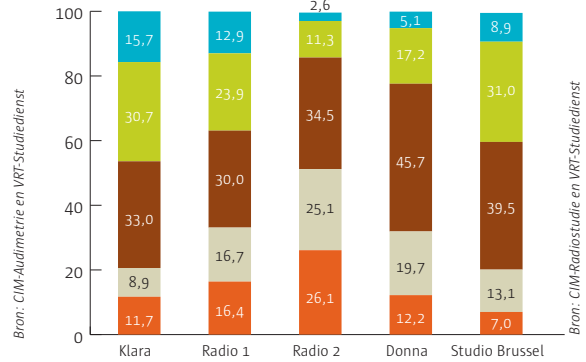
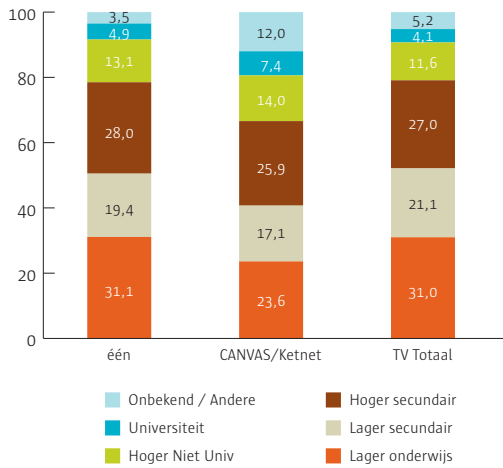
Profiel VRT-netten volgens geslacht in 2005 (in %)



Bron: CIM-Audimetrie en VRT-Studiedienst

Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

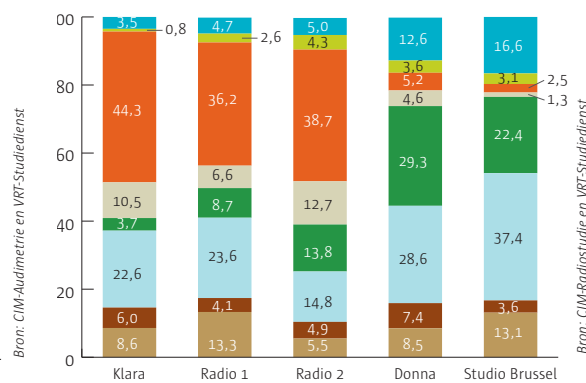
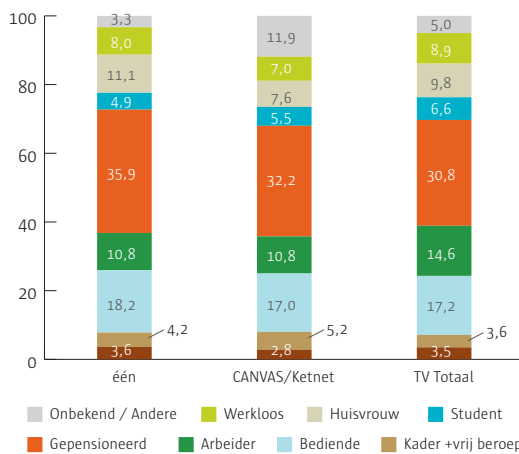
Profiel VRT-netten volgens opleiding in 2005 (in %)



Bron: CIM-Audimetrie en VRT-Studiedienst

Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

Profiel VRT-netten volgens beroep in 2005 (in %)



Bron: CIM-Audimetrie en VRT-Studiedienst

Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

Informatieopdracht

Het verstrekken van *onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie* is de kernopdracht van een Openbare Omroep. De VRT informeert de Vlaamse mediagebruiker uitgebreid, onpartijdig en te goeder trouw. De basiswaarden van de nieuwsdiensten zijn: *respectvol, betrouwbaar, onafhankelijk, onpartijdig, toonaangevend, snel en toegankelijk*. De Openbare Omroep is de enige mediaspeler in Vlaanderen die zijn democratische meerwaarde kan garanderen. De Vlaamse mediagebruiker heeft de garantie dat hij ook op lange termijn blijvend onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie van de VRT zal krijgen.

Alle nieuws- en duidingsprogramma's op radio en tv en de afgeleide nieuwsproducten vallen onder de verantwoordelijkheid van de hoofdredacteurs. Het redactiestatuut bepaalt hoe de journalisten (kunnen) werken (rechten). De journalisten zijn onderworpen aan de regels van de deontologische code (plichten). Het onderscheid tussen de informatie- en duidingsprogramma's en de andere programma's wordt duidelijk aangegeven. De stijl en de presentatie zijn neutraal.

De deontologische adviesraad werd in 2005 vernieuwd. Volgens het aangepaste redactiestatuut bestaat hij voortaan alleen uit verkozen journalisten. De procedures werden laagdrempeliger, de werking werd flexibeler en er kwam meer nadruk op bemiddelend en preventief werken. De adviesraad overlegt geregeld met de hoofdredacteurs. De leden van de raad zijn ook lid van de redactieraden en spreken namens de journalisten mee over algemene onderwerpen die voor de nieuwsdiensten belangrijk zijn.

ETHISCHE KWALITEIT

Onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid

De Openbare Omroep biedt de garantie van geloofwaardigheid en onpartijdigheid bij de informatieverstrekking. Dat streven wordt permanent opgevolgd en begeleid.

De VRT past de richtlijnen met betrekking tot de geloofwaardigheid en de waarheidsgetrouwheid van zijn handelen strikt toe:

- Het redactiestatuut biedt waarborgen voor de VRT-journalisten zodat ze onafhankelijk van commerciële, politieke, particuliere en groepsbelangen kunnen opereren.
- De deontologische code geeft aan wat de verplichtingen zijn van elke VRT-journalist. De VRT vernieuwde de deontologische code samen met het redactiestatuut op 1 april 2005.
- De richtlijn voor non-fictieprogramma's geeft aan hoe de VRT zijn waarden in de praktijk wil omzetten. De richtlijn moet toegepast worden door alle programmamakers en door de productiehuisen waarmee de VRT werkt.
- De richtlijn over de aanwezigheid van politici in infotainment en entertainment³¹ geldt voor de interne producties en voor de producties van de productiehuisen.
- De richtlijn over co-commentatoren en centrale gasten in sportprogramma's voorkomt dat personen die in opspraak gekomen zijn voor strafbare sportgebonden feiten een spreekbuis krijgen. De VRT wil daarmee alle misverstanden die zouden kunnen rijzen, vermijden.

³¹ Kernpunten van de richtlijn over de aanwezigheid van politici in infotainment en entertainment zijn:

- (a) politici mogen geen dragende rol hebben in infotainment en entertainmentprogramma's;
- (b) de VRT streeft ernaar een diversiteit aan maatschappelijke stromingen (op voorwaarde dat die stroming een verdraagzame, democratische en pluralistische samenleving voorstaat) aan bod te laten komen in deze programma's;
- (c) infotainment en entertainment mogen geen forum vormen voor harde partijpolitieke stellingen;
- (d) tijdens de sperperiode vóór verkiezingen kunnen politici enkel in de programma's van de nieuwsdiensten aan bod komen.

Gelijkwaardigheid en verantwoordelijkheid

De VRT behandelt elke medewerker op een gelijkwaardige en billijke manier.

De VRT behandelt elke medewerker op een gelijkwaardige en billijke manier. Elke medewerker is voor de VRT even waardevol. Iedereen krijgt evenveel kansen om zijn functie uit te oefenen en om een carrière binnen de VRT uit te bouwen. De VRT vindt het belangrijk dat elke medewerker zijn verantwoordelijkheid opneemt om zijn opdracht zo goed mogelijk uit te voeren. Door samen te werken worden de doelstellingen van de VRT en de individuele doelstellingen bereikt.

Diversiteitsbeleid

De VRT ondersteunt ten volle het diversiteitsbeleid van de Vlaamse overheid. De Openbare Omroep werkt aan de positieve beeldvorming van onder meer minderheden, mensen met een handicap, ouderen en vrouwen. Hij voert op en achter de schermen een diversiteitsbeleid gebaseerd op positieve actie.

Diversiteit in de beeldvorming is belangrijk. De VRT wil echter geen specifiek aanbod voor allochtonen ontwikkelen. Dat houdt immers het risico op gettoïvorming in en draagt niet bij tot hun integratie. Bijzondere inspanningen moeten er nochtans toe bijdragen dat allochtonen gemakkelijker de weg vinden naar het aanbod van de VRT. Speciale aandacht gaat daarbij naar het kinder- en jongerenaanbod.

De Cel Diversiteit verleende in 2005 advies en ondersteuning rond het implementeren en evalueren van diversiteit in de beeldvorming. Het VRT-diversiteitsbeleid werd aan de medewerkers in workshops uiteengezet. In de studie *Kleur bekennen* werd de beeldvorming rond media en allochtonen onderzocht. In januari 2005 werden de resultaten van de studie publiek bekendgemaakt.

De Cel Diversiteit heeft in 2005 *Kritische Perfor-*

mantie-Indicatoren ontwikkeld om de zichtbaarheid van minderheidsgroepen te meten. Knelpunten kunnen zo doelgerichter worden opgelost.

Het netwerk van contacten met de allochtone gemeenschappen werd uitgebreid. Het contactenbestand werd ter beschikking gesteld van de programmamakers. Een proefproject werd uitgewerkt om programmamakers en allochtone experts met elkaar in contact te brengen rond specifieke programmagenres en concrete thema's die met diversiteit en interculturaliteit verband houden.

De VRT voert een stimuleringsbeleid voor jong allochtoon talent dat interesse heeft in de mediawereld. De VRT wil allochtone jongeren sensibiliseren en informeren over werken bij de VRT en hoopt zo de tewerkstelling van allochtone Vlamingen bij de Openbare Omroep te doen stijgen.

De Openbare Omroep werkt aan de positieve beeldvorming van onder meer minderheden, mensen met een handicap, ouderen en vrouwen.

In dit kader namen in maart 2005 twintig allochtone scholieren deel aan een tweedaagse kennismakingsstage met de redacties. In augustus 2005 startte het tweede stage-opleidingsproject voor allochtoon jong talent. Vijf jongeren deden als programmamedewerker (bij *Het Journaal*, *Koppen*, *Thuis*, *SAM* en Radio 2 Vlaams-Brabant) gedurende zes maanden media-ervaring op. In oktober 2005 vond bij Radio 2 Limburg een radio- en televisieatelier voor allochtone scholieren plaats.



Aandacht voor het welzijn van kinderen en jongeren

De VRT past artikel 22³² van de Europese richtlijn *Televisie zonder grenzen* strikt toe. Daardoor worden de kijkers vanaf 1 september 2000 op VRT-TV gewaarschuwd als er een programma wordt uitgezonden met expliciete erotische of gewelddadige beelden of suggestief taalgebruik. Visueel wordt er gedurende 10 seconden een icoontje 16+ getoond na de

Beelden van extreem geweld worden in de journaals vermeden ofwel beperkt.

begin titels van de uitzending. Ook bij de autopromotie van dergelijk programma wordt het waarschuwingsicoontje getoond. De omroepster op Eén en de offscreenstem op Canvas vermelden voor de uitzending de standaardzin *“Dit programma is geschikt voor kijkers vanaf 16 jaar.”* In 2005 kregen 19 programma’s een waarschuwing 16+ mee (12 op Eén en 7 op Canvas)³³. Bij de zelf geproduceerde fictie was er in 2005 geen enkele waarschuwing.

Beelden van extreem geweld worden in de journaals vermeden ofwel beperkt. Indien het tonen ervan toch aangewezen is omdat het functioneel is voor de informatie, wordt het steeds voldoende geduid en wordt de kijker gewaarschuwd dat extreem gewelddadige beelden vertoond zullen worden.

Ketnet gaat bewust om met zijn netwaarden. Een van die waarden is ‘veilig’: Ketnet gaat op een ‘veilige’ manier om met gevoelens en emoties, en schermt kinderen af van commerciële belangen en seksueel geladen of gewelddadige beelden.

Ketnet brengt actuele thema’s uit de leefwereld van kinderen en jongeren, zowel in de eigen als in aangekochte programma’s. Er worden geen onderwerpen uit de weg gegaan, maar ze worden altijd realistisch en respectvol gebracht.

³² Volgens dit artikel mogen er geen programma’s worden uitgezonden die schade kunnen toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen, tenzij door het uitzendmoment of door technische maatregelen kan worden aangetoond dat minderjarigen deze uitzendingen normalerwijze niet kunnen bekijken of beluisteren.

³³ In 2004 waren dat er 42.

Aandacht voor slechthorenden en slechtzienden

De ondertiteling van Nederlandstalige programma’s via pagina 888 van teletekst is een belangrijk hulpmiddel voor slechthorenden die de tv-programma’s van de VRT wensen te volgen. De reguliere ondertiteling van Nederlandstalige programma’s is in de eerste plaats bedoeld om het gebruiksgemak van de mediagebruiker te verbeteren.

In 2005 werd teletekst-ondertiteling verder uitgebreid. Momenteel is meer dan 45% van de Nederlandstalige programma’s ondertiteld. Tegen eind 2006 zal 50% van de Nederlandstalige programma’s ondertiteld zijn. Dat betekent dat de VRT op dat moment 75% van al zijn programma’s (Nederlandstalige en anderstalige) zal ondertitelen. Vijf van de zes Journaals op Eén en Canvas/Ketnet worden momenteel ondertiteld.

t 888
ondertitels

Via teletekst en VRTnieuws.net/sporza.be biedt de VRT een nieuws- en sportaanbod aan slechthorenden in tekstvorm.

Blinde krijgen op VRTnieuws.net alternatieve tekst en navigatiemogelijkheden. Het stelt hen in staat om de inhoud van de site te kennen. Slechtzienden kunnen de lettergrootte van de artikelteksten vergroten.



OPERATIONELE KWALITEIT

Project Operationele Kwaliteit Televisie

VRT-Televisie heeft in 2005 een nieuw kwaliteitsproject opgesteld. Vier thema's komen aan bod: publiekstevredenheid, innovatie, creativiteit en operationele kwaliteitsbewaking.

Publiekstevredenheid

In 2005 werd een *Waarde- en Innovatie Monitor* ontworpen. Het is een permanente online tevredenheidsmeting bij het brede publiek waarbij simultaan de innovatieve kracht van een programma gemeten wordt.

In 2005 werd gewerkt aan het opzetten van een klantendienst die de telefoongesprekken, brieven en e-mails van de mediagebruikers beter moet verwerken. Doel is de klanttevredenheid van de mediagebruikers te verhogen. In 2006 wordt met een proefproject gestart.

Innovatie

Het project Inovuit tracht maatschappelijke trends te vertalen naar wat voor televisie belangrijk kan zijn. In 2005 werd gestart met een Cel Onderzoek en Ontwikkeling binnen VRT-Televisie. Deze cel werkt aan de uitbouw van een creatieve cultuur, het ontwikkelen van nieuwe concepten en formats, het opzetten van een kenniscentrum en het opsporen van tv-talent.

Creativiteit

Verschillende opleidingen in creatieve denktechnieken moeten de creativiteit hoog houden. Een opleidingsplan voor "creatief denken" is opgezet voor alle medewerkers van *Het Journaal*. Deze opleiding moet ertoe bijdragen dat *Het Journaal* nog meer creativiteit vertoont in de wijze waarop het het nieuws brengt. *Creatieve begeleiders* begeleiden en animeren brainstormsessies met programmamakers om de creativiteit aan te scherpen.

Operationele kwaliteitsverbetering

In 2005 werd een basisprofiel uitgewerkt voor alle schermmedewerkers. Daarnaast werd een specifiek profiel per net opgesteld.

VRT-Televisie sensibiliseert zijn medewerkers voor het werken met nieuwe technologieën.

Het project *goed nieuws* wil de uitzendingen van *Het Journaal* zonder fouten laten verlopen.

Er is permanente zorg voor optimalisatie van kleur en beeld bij fictie. De focus ligt op nabewerkingsmogelijkheden.

Een programmarouting werd opgesteld zodat op een methodische manier nieuwe programma's kunnen worden ontwikkeld. Het productiehandboek werd daaraan aangepast. Het document bevat richtlijnen, procedures, invulformulieren en tips.

De Waarde- en Innovatie Monitor is een permanente online tevredenheidsmeting bij het brede publiek waarbij simultaan de innovatieve kracht van een programma gemeten wordt.

Operationele Kwaliteit Radio

Het opstarten en begeleiden van nieuwe programma's en de vernieuwing van de netten gebeurt volgens een vaste procedure. Nieuwe ideeën, voorstellen of concepten komen via het nethoofd bij de directie programmering. Programmamakers gebruiken een standaardformulier dat toelichting geeft op inhoudelijk, vormelijk en productioneel vlak.

De concepten worden door het nethoofd besproken met de indiener(s), de programmeringsadviseurs en de directeur programmering. Indien een concept wordt goedgekeurd, wordt een proefprogramma gemaakt. Inhoud, vorm, toon, presentatiestijl, opbouw en muzieksamenstelling worden getoetst aan de netprofielen, de mediabehoeften, de relatie tot de dagritmecycle, de interne stijlfspraken en het muziekprofiel. De programmamakers krijgen mondelinge en schriftelijke feedback. Na een definitieve goedkeuring wordt het voorstel omgezet in een programmacontract en krijgt het programma een plaats in het zendschema. Nieuwe programma's worden daar waar nodig bijgestuurd.

Voor de verfijning van het Donna-profiel werden waardeoefeningen gemaakt en infosessies georganiseerd.

Optimalisatie bedrijfsstructuur

De Directie Radio werd herschikt. De rollen van de verschillende departementen in de Directie Televisie werden verfijnd.

Voorlopige overlegstructuren begeleiden de omvorming van de organisatie naar een digitale omroep.

De VRT zal binnen enkele jaren een digitale omroep zijn. De Openbare Omroep bereidt zich daarop voor. Voorlopige overlegstructuren begeleiden in tussentijd de omvorming van de organisatie. In 2005 zijn daarom drie omroepbrede comités opgericht: het Technologicomité, het Aanbodcomité en het HR-comité. Daarin zitten vertegenwoordigers uit de verschillende Algemene Directies zodat crossmediaal werken gestimuleerd wordt. De comités begeleiden de VRT bij de overgang van een analoge naar een digitale, crossmediale en multimediale omroep. Ze doen dat elk vanuit hun eigen invalshoek. Het is de bedoeling dat ze uiteindelijk in het organisatieschema en in de bedrijfsprocessen opgenomen worden.

PROFESSIONELE KWALITEIT

Systeem van interne kwaliteitsbewaking

Radio doet aan kwaliteitsbewaking op verschillende niveaus: op programmaniveau, op netniveau en op algemeen radioniveau. Bestaande programma's en nieuwe voorstellen worden zorgvuldig getoetst aan de waardeprofielen.

De producers en de nethoofden zijn verantwoordelijk voor de kwalitatieve bewaking van de dagelijkse



radio-uitzendingen en de radiowebsites. De nethoofden screenen samen met hun coördinatoren en een adviseur programmering de programma's. In afspraak met de Directie Programmering worden systematisch brede screenings over alle netten (minimaal vier per jaar) georganiseerd. De prioriteiten van deze screenings worden vastgelegd door de nethoofden. Er worden taalrapporten van de presentatoren opgemaakt. De mening van externen wordt gepeild. Alle bevindingen worden besproken met de medewerkers en vertaald in actiepunten. In 2005 werd een sensibiliseringscampagne voor presentatiestijl opgezet. De campagne moet de bewustwording bij presentatoren rond authenticiteit en techniciteit aanscherpen.

Tweemaal per jaar wordt de muziekprogrammering van de netten uitvoerig gescreend. De telling geeft de VRT informatie over de muziekproducties per net en het aandeel van de Vlaamse muziekproducties daarin. Het percentage Vlaamse muziekproducties verschilt per net. Daarbij wordt rekening gehouden met voorkeuren van de diverse groepen luisteraars en met het beschikbare aanbod. VRT-Radio engageert zich om in zijn totale muziekaanbod 20% voor te behouden aan Vlaamse muziekproducties. VRT-Radio haalde ook in 2005 deze zelf opgelegde norm.

Radio 1 hield in 2005 een viertal fora (voorheen profieldagen). De onderwerpen waren: stijl/vorm, nieuwe studio-omgeving, marketingcampagne, doorlichting nieuwsgevoeligheid, sponsorbeleid ... Radio 2 hield twee keer een Presentatoredag, Klara een keer. Bij RVI werd de overgang naar het nieuwe programmaschema ondersteund door twee netvergaderingen.

Alle leidinggevenden van VRT-**Televisie** werden in 2005 op een TV-Managementforum geïnformeerd over het beleidsplan televisie en de prioriteiten op vlak van kwaliteit. Realisaties en toekomstige activiteiten werden bediscussieerd.

De televisieprogramma's worden op kwaliteit gescreend. Kwaliteitskenmerken van programma's worden bijgehouden in een gegevensbank. Van

deze databank wordt veelvuldig gebruik gemaakt om programma's bij te sturen.

De profieldagen Televisie sloten aan bij de ontwikkeling van de netten en diensten. Ketnet stelde zijn profieldag in het teken van minderheden en zijn innovatieproject. De profieldag van Canvas focuste op zijn innovatieproject. Eén zette zijn profieldag in het teken van de digitale toekomst, crossmediale projecten en de gevolgen voor de programmamakers.

Sporza organiseerde een profieldag rond de algemene werking en de toekomstvisie.

De medewerkers van de **nieuwsdiensten** konden deelnemen aan verschillende sessies over de toekomst van de Nieuwsdienst.

De **ICT**-afdeling had een eigen profieldag. Die dag stond in het teken van interne samenwerking, dienstverlening en de uitbreiding van klassieke ICT naar media-ICT.

Synergie Radio en Televisie

De televisienetten en de radionetten werken samen rond concrete projecten waar naar synergieën en versterking van het aanbod gestreefd wordt. Het Aanbodcomité is verantwoordelijk voor het opzetten en opvolgen van de crossmediale projecten.

Voorbeelden van projecten in 2005: Radio 2 werkte samen met Eén voor *Fata Morgana* en *SAM*. Radio 1 werkte samen met Canvas voor *De grootste Belg*. Eén werkte samen met Ketnet voor het *Junior Eurovisiesongfestival* en *Eurosong for Kids*. Klara werkte samen met Canvas in het kader van de *Koningin Elisabethwedstrijd*.

Op initiatief van Vlaams Minister van Ontwikkelings-samenwerking kwamen de acties *Tsunami 12-12* en *Hoop (Help Ons Overwinteren in Pakistan)* tot stand. De acties waren een gezamenlijk sensibiliserend project van *VMMa*, VRT en een aantal ngo's ten voordele van respectievelijk de slachtoffers van de tsunamiramp in Zuidoost-Azië en de slachtoffers van de aardbeving in Pakistan. Alle netten werkten samen rond deze projecten.

Opleiding en ontwikkeling

De VRT wil creatieve medewerkers die vaardigheden en inzichten hebben die aansluiten bij de mediaomgeving van morgen. De omroep biedt zijn medewerkers opleidingen die daarop inspelen. De afdeling Opleiding en Ontwikkeling werd daarom in 2005 versterkt. Alle opleidingen zijn kwalitatief hoogstaand en stimuleren de medewerkers tot excellentie in hun werkzaamheden.

Medewerkers volgen die opleidingen die passen bij hun persoonlijke opleidingsbehoeften, hun noodzakelijke technische competenties en de noodzakelijke veranderingen en vernieuwingen van de organisatie. De VRT gaat ervan uit dat zijn medewerkers ook een persoonlijke verantwoordelijkheid hebben bij hun opleiding en mee moeten beslissen welke opleiding ze nodig hebben.

Het invoeren van projectmanagement

Binnen de VRT wordt veel gewerkt op basis van projecten. Zo kan elk programma beschouwd worden als een project met doelstellingen en opleveringstermijnen. Daarnaast zijn er projecten die omroepbrede gevolgen hebben zoals het Nieuwsproject, het Cultuurproject en de innovatietrajecten van de netten. Projectmanagement is dan ook noodzakelijk om de crossmediale projecten van de VRT te realiseren.

De VRT heeft de PMI (Project Management Institute)-methodologie als standaard gekozen. Om de projecten efficiënt uit te voeren hebben 63 medewerkers in 2005 een opleiding projectmanagement gekregen. De aandacht werd daarbij gelegd op het begeleiden van de leden van een projectteam en de organisatiestructuur van elk project. De VRT tracht elk projectteam evenwichtig samen te stellen om de performantie zo hoog mogelijk te houden.

De VRT wil met het toepassen van projectmatig werken zijn strategische competitiviteit verhogen. Een goed beheer van projecten zorgt voor het optimale gebruik van de ingezette middelen en het behalen van deadlines.

FINANCIËLE PERFORMANTIE



Jaarrekening 2005	81
Toelichting bij de Financiële Resultaten	96
Analyse van de kosten en opbrengsten	99
Nettokosten van de publieke opdracht	104
Dochterondernemingen	105
Pensioenfondsen VRT	105

(Bron: VRT)

JAARREKENING 2005

Jaarverslag 2005

Evaluatie van 2005

De Openbare Omroep van de Vlaamse Gemeenschap realiseerde in 2005 resultaten in lijn of beter dan de opgelegde performantiemaatstaven uit de *Beheersovereenkomst 2002-2006* en de objectieven die vastgelegd werden in het *Ondernemingsplan 2005*.

VRT-Radio behield in 2005 zijn leidende rol. Als gevolg van de verbeterde frequentieverdeling in 2004 versterkten nationale commerciële omroepen hun resultaat. Donna moest in 2005 marktaandeel inleveren. Het beoogde media-evenwicht tussen een openbare hitgevoelige zender en gelijkaardige commerciële hitzenders is zo een feit. Donna moet een belangrijke zender blijven als de VRT zijn doelstelling om een maximaal aantal Vlamingen te bereiken wil realiseren. Het net herzag dan ook zijn muzieklijn en de aanpak van zijn programma's.

VRT-Televisie realiseerde in 2005 een uitstekend jaar. In januari werd TV1 vervangen door Eén. De verbindende rol van Eén werd ondersteund door een reeks nieuwe programma's en een herschikking van de programmering. In oktober 2005 vernieuwde Canvas zijn aanbod. Het net wil zijn bereik verhogen.

De onlinedienstverlening werd versterkt. De vernieuwing en de uitbreiding van VRTnieuws.net werden door de mediagebruikers gewaardeerd.

Crossmediale projecten, waarbij zowel radio, tv als het internet werd ingeschakeld, waren stuk voor stuk succesvol.

De VRT rondde in 2005 het strategische mediaonderzoek *Ratio 2007* af. Het behoefteonderzoek *Driehoek* levert de VRT unieke informatie op bij de ontwikkeling van zijn aanbodstrategie. Zowel *Ratio 2007* als *Driehoek* speelde een belangrijke rol bij de totstandkoming van de *Visie-nota over de evolutie van de VRT naar een digitale Openbare Omroep*. Dit document geeft de visie weer van de VRT op zijn omvorming tot de Vlaamse digitale Openbare Omroep en dient ter voorbereiding van de onderhandelingen voor de *Beheersovereenkomst 2007-2011*. Het werd aan de Minister van Media overhandigd op 4 november 2005.

In 2005 startten *Telenet* en *Belgacom* met de uitrol van digitale diensten over hun netwerken. De VRT lanceerde op 6 december 2005 met succes zijn diensten *Net Gemist* en *Het Archief*. Daardoor kunnen de mediagebruikers programma's op aanvraag terugzien.

De VRT zal binnen enkele jaren een digitale omroep zijn. De Openbare Omroep bereidt zich hierop voor. Voorlopige overlegstructuren begeleiden in tussentijd de omvorming van de organisatie. In 2005 zijn daartoe drie omroepbrede comités opgericht: het Aanbodcomité, het Technologicomité en het HR-Comité. De comités begeleiden de VRT bij de overgang van een analoge naar een digitale omroep. De Radiodirectie herschikte zijn interne werking. VRT-Radio kan zo beter inspelen op de nieuwe marktomstandigheden en op de behoeften van zijn mediagebruikers.

De VRT bereidt zich volop voor op zijn digitale toekomst. Hij wil in het digitale medialandschap van morgen even slagkrachtig zijn als vandaag.

Financieel verslag

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene Vergadering voor de aangehechte jaarrekening van de Vlaamse Radio- en Televisieomroep, naamloze vennootschap van publiek recht, goed te keuren.

Het boekjaar 2005 wordt afgesloten met een verlies van 30.680.087 euro. Rekening houdend met de in de beheersovereenkomst voorziene jaarlijkse kapitaalfinanciering ten belope van 24.789.000 euro realiseert de VRT in het werkingsjaar 2005 een negatief managementresultaat van 5.891.087 euro. Dit managementresultaat moet gekaderd worden binnen de afspraken gemaakt in de beheersovereenkomst 2002-2006. In deze beheersovereenkomst werd een financieel plan opgemaakt waarbij het gecumuleerde resultaat in de periode 2002-2006 op jaarbasis positief moet afsluiten. Er is m.a.w. flexibiliteit geboden om reserves op te bouwen om een meerjarige aanbod- en technologiestrategie uit te voeren. De in 2002 en in 2003 opgebouwde reserves ten belope van 25 miljoen euro worden vanaf 2004 aangewend om deze strategie te financieren.

In juni 2005 werd op een Buitengewone Algemene Vergadering het kapitaal verhoogd met 24.789.000 euro tot 208.905.534 euro door storting in speciën. In een tweede Buitengewone Algemene Vergadering werd het overgedragen verlies van het boekjaar 2004 aangezuiverd door het kapitaal te verminderen met 29.031.492 euro tot 179.874.042 euro.

Naast het door de Algemene Vergadering goedgekeurd honorarium voor het mandaat van commissaris werden tijdens het afgelopen boekjaar kosten geboekt ten belope van 132.649 euro die betrekking hebben op bijkomende prestaties uitgevoerd door de commissaris en door personen met wie de commissaris beroepshalve in samenwerkingsverband staat. Het betreft werkzaamheden inzake belastingadvies en ondersteuning van een project voor informatiebeveiliging. Deze neven-diensten werden voorgelegd aan het Auditcomité, dat ze goedgekeurd heeft.

Onderzoek en Ontwikkeling

Het onderzoeks- en ontwikkelingsforum van de VRT is gericht op het organiseren, begeleiden, stimuleren, verspreiden en opvolgen van voor Vlaanderen nieuwe activiteiten op het vlak van de media. Deze activiteiten moeten het mogelijk maken dat de Openbare Omroep ten volle zijn rol van innovatieve motor in Vlaanderen kan spelen, waarbij de opgebouwde knowhow ook ten goede komt aan de andere actoren in het Vlaamse medialandschap.

In 2001 werd een overeenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap gesloten waarin de onderlinge engagementen m.b.t. de innovatieve mediaprojecten nader beschreven worden. Voor het uitvoeren van deze innovatieve projecten werd in 2005 een financiële tegemoetkoming van de Vlaamse overheid geboekt van 7.350.927 euro.

Verder is de VRT betrokken bij drie projecten van het Interdisciplinair Instituut voor Breedband Technologie (IBBT). FIPA (File based Integrated Production Architecture) wil een op IP gebaseerde architectuur ontwikkelen voor gedeelde opslag- en verwerkingscapaciteit. IPEA (Innovative Platform on Electronic Archiving) heeft tot doel gemeenschappelijke standaarden te ontwikkelen voor het uitwisselen en archiveren van audiovisuele data. In het MCDP-project (Multimedia Content Distribution Platform) ten slotte wordt onderzocht hoe een verdelingssysteem kan opgebouwd worden dat open is naar verschillende soorten dienstenplatformen.

Financiële instrumenten

Gezien het belang van de aankopen in vreemde deviezen (USD en GBP) en de noodzaak om de aankoop- en projectbudgetten efficiënt te kunnen plannen, worden jaarlijks valuta-optiecontracten afgesloten die de onderneming maximaal indekken tegen wisselkoersrisico's op de schulden in vreemde deviezen over een

periode van 1 jaar. De totale waarde van de hedgingcontracten op 31 december 2005 bedraagt 4,9 miljoen euro.

Risico's

De introductie van interactieve en digitale televisie en van nieuwe mediadiensten in Vlaanderen vraagt nauwgezette opvolging en evaluatie. Het gaat immers over belangrijke veranderingen in het medialandschap met verregaande implicaties voor het mediagebruik. De VRT zal er in de nabije toekomst voor moeten zorgen dat hij voldoende invloed blijft hebben op een medialandschap dat snel evolueert op het gebied van consumptie, distributie en technologie.

Het succes van de VRT is vandaag hoofdzakelijk gebaseerd op zijn generalistische lineaire aanbod. Om zijn publieke opdracht, zoals bepaald in de mediadecreten, op een performante wijze te blijven vervullen zal dit aanbod moeten worden aangevuld met specialistisch aanbod, met niet-lineair aanbod en met multimedia-diensten. Daarvoor zal de overheid in de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 een adequate financiering moeten voorzien en de noodzakelijke middelen ter beschikking stellen. Als de VRT niet kan meestappen in de Nieuwe Media zal hij op termijn problemen hebben om zijn toonaangevende rol van vandaag te blijven spelen.

Door de Europese Commissie (DG Concurrentie) werd op 25 augustus 2004 een verzoek tot informatie ingeleid bij de Permanente Vertegenwoordiging van België bij de Europese Unie met als onderwerp "*De financiering van de VRT – Sporza*". Deze informatieronde van de Europese Commissie kwam na twee klachten van Vlaamse commerciële omroepstations. De Vlaamse Regering heeft via de geëigende kanalen een antwoord bezorgd op dit verzoek. In oktober 2005 werd op verzoek van DG Concurrentie aanvullende informatie verstrekt. Tot op 31 december 2005 waren er in dit dossier geen verdere ontwikkelingen.

Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

Na het einde van het boekjaar hebben zich geen gebeurtenissen voorgedaan die een belangrijke invloed zouden kunnen hebben op de jaarrekening zoals die thans is opgesteld.

Resultaatverwerking

Het boekjaar 2005 wordt afgesloten met een verlies van 30.680.087 euro. Het verlies is mede het gevolg van de door de overheid toegepaste financieringsstructuur, waarbij de investeringen gefinancierd worden door een jaarlijkse vaste kapitaalbreng. De Raad van Bestuur is van mening dat de continuïteit van de onderneming gewaarborgd is, gezien de voorzieningen die in de Beheersovereenkomst 2002-2006 opgenomen zijn.

Er wordt volledig tegemoetgekomen aan de performantiemaatstaven die vooropgesteld worden in de Beheersovereenkomst 2002-2006 tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap.

Het te bestemmen negatief resultaat van het boekjaar bedraagt 30.680.087 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat over te dragen naar het volgende boekjaar.

Brussel, 13 maart 2006



GUY PEETERS
Voorzitter Raad van Bestuur



TONY MARY
Gedelegeerd bestuurder



Jaarrekening 2005 in 1.000 euro

Balans

ACTIVA	Boekjaar	Vorig boekjaar
VASTE ACTIVA	122.738	114.909
II. Immateriële vaste activa (toel. II)	1.551	1.453
II. Materiële vaste activa (toel. III)	101.566	97.796
A. Terreinen en gebouwen	47.564	42.604
B. Installaties, machines en uitrusting	40.307	41.659
C. Meubilair en rollend materieel	8.691	11.911
E. Overige materiële vaste activa	4	
F. Activa in aanbouw en vooruitbetalingen	5.000	1.622
IV. Financiële vaste activa (toel. IV en V)	19.621	15.660
A. Verbonden ondernemingen		
1. Deelnemingen	13.567	13.567
2. Vorderingen	5.975	2.015
C. Andere financiële vaste activa		
1. Deelnemingen	79	78
VLOTTENDE ACTIVA	241.876	212.235
VI. Voorraden en bestellingen in uitvoering	86.773	53.847
A. Voorraden	86.773	53.847
1. Grond- en hulpstoffen	48.534	27.736
2. Goederen in bewerking	28.407	15.756
3. Gereed product	5.722	7.770
4. Handelsgoederen	28	33
6. Vooruitbetalingen	4.082	2.552
VII. Vorderingen op ten hoogste één jaar	80.953	63.031
A. Handelsvorderingen	51.189	35.974
B. Overige vorderingen	29.764	27.057
IX. Liquide middelen	52.657	70.247
X. Overlopende rekeningen (toel. VII)	21.493	25.110
TOTAAL DER ACTIVA	364.614	327.144

PASSIVA	Boekjaar	Vorig boekjaar
EIGEN VERMOGEN	150.066	156.028
I. Kapitaal (toel. VIII)	179.874	184.117
A. Geplaatst kapitaal	179.874	184.117
IV. Reserves	497	497
D. Beschikbare reserves	497	497
V. Overgedragen verlies	(30.680)	(29.031)
VI. Kapitaalsubsidies	375	445
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN	26.750	28.725
VII. A. Voorzieningen voor risico's en kosten	26.750	28.725
1. Pensioenen en soortgelijke verplichtingen	7.027	10.539
4. Overige risico's en kosten (toel. IX)	19.723	18.186
SCHULDEN	187.798	142.391
VIII. Schulden op meer dan één jaar (toel. X)	363	590
A. Financiële schulden		
4. Kredietinstellingen	363	590
IX. Schulden op ten hoogste één jaar (toel. X)	144.496	101.364
A. Schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen	227	293
C. Handelsschulden		
1. Leveranciers	99.653	60.567
E. Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten		
1. Belastingen	17.606	15.153
2. Bezoldigingen en sociale lasten	26.853	25.213
F. Overige schulden	157	138
X. Overlopende rekeningen (toel. XI)	42.939	40.437
TOTAAL DER PASSIVA	364.614	327.144

Resultatenrekening

	Boekjaar	Vorig boekjaar
I. Bedrijfsopbrengsten	405.666	367.837
A. Omzet (toel. XII, A)	378.784	354.185
B. Wijziging in de voorraad goederen in bewerking en gereed product en in de bestellingen in uitvoering (toename +, afname -)	10.602	4.762
D. Andere bedrijfsopbrengsten (toel. XII, B)	16.280	8.890
II. Bedrijfskosten	441.405	400.289
A. Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen	32.212	30.175
1. Inkopen	52.820	28.361
2. Wijziging in de voorraad (toename -, afname +)	(20.608)	1.814
B. Diensten en diverse goederen	221.348	186.940
C. Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (toel. XII, C2)	169.072	163.876
D. Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa	18.884	20.708
E. Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen (toevoegingen +, terugnemingen -) (toel. XII, D)	(133)	150
F. Voorzieningen voor risico's en kosten (toevoegingen +, bestedingen en terugnemingen -) (toel. XII, C3 en E)	(1.974)	(4.020)
G. Andere bedrijfskosten (toel. XII, F)	1.996	2.460
III. Bedrijfsverlies	(35.739)	(32.452)
IV. Financiële opbrengsten	5.101	3.733
A. Opbrengsten uit financiële vaste activa	4.250	3.210
B. Opbrengsten uit vlottende activa	240	231
C. Andere financiële opbrengsten (toel. XIII, A)	611	292
V. Financiële kosten	42	312
A. Kosten van schulden (toel. XIII, B en C)	42	58
C. Andere financiële kosten (toel. XIII, E)		254
VI. Verlies uit de gewone bedrijfsuitoefening, vóór belasting	(30.680)	(29.031)
VII. Uitzonderlijke opbrengsten		
VIII. Uitzonderlijke kosten		
IX. Verlies van het boekjaar vóór belasting	(30.680)	(29.031)
X. Belastingen op het resultaat		
XI. Verlies van het boekjaar	(30.680)	(29.031)
XIII. Te verwerken verlies van het boekjaar	(30.680)	(29.031)

RESULTAATVERWERKING		
A. Te verwerken verliessaldo	(59.711)	(35.395)
1. Te verwerken verlies van het boekjaar	(30.680)	(29.031)
2. Overgedragen verlies van het vorige boekjaar	(29.031)	(6.364)
B. Ontrekking aan het eigen vermogen	29.032	6.364
1. aan het kapitaal en aan de uitgiftepremies	29.032	6.364
D. Over te dragen resultaat		
2. Over te dragen verlies	30.680	29.031

Toelichting

II. Staat van de immateriële vaste activa

	Concessies, octrooien, licenties, enz.
a) AANSCHAFFINGSWAARDE	
Per einde van het vorige boekjaar	10.123
Mutaties tijdens het boekjaar:	
• Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	893
• Overdrachten en buitengebruikstellingen	(388)
• Overboekingen van een post naar een andere	284
Per einde van het boekjaar	10.912
c) AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN	
Per einde van het vorige boekjaar	8.670
Mutaties tijdens het boekjaar:	
• Geboekt	1.063
• Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	(388)
• Overgeboekt van een post naar een andere	16
Per einde van het boekjaar	9.361
d) NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	1.551

III. Staat van de materiële vaste activa

	Terreinen en gebouwen	Installaties, machines en uitrusting	Meubilair en rollend materieel	Overige materiële vaste activa	Activa in aanbouw en vooruitbetalingen
a) AANSCHAFFINGSWAARDE					
Per einde van het vorige boekjaar	114.322	171.129	50.390	3.849	1.622
Mutaties tijdens het boekjaar:					
• Aanschaff. Incl. de geprod. vaste activa	7.672	6.226	3.900	4	4.102
• Overdrachten en buitengebruikstellingen	(77)	(6.958)	(881)	(1.813)	
• Overboekingen van een post naar een andere	309	2.249	(2.117)		(724)
Per einde van het boekjaar	122.226	172.646	51.292	2.040	5.000
c) AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMIND					
Per einde van het vorige boekjaar	71.718	129.470	38.479	3.849	
Mutaties tijdens het boekjaar:					
• Geboekt	3.014	9.721	5.071	15	
• Afgeboekt na overdr. en buitengebruikstell.	(68)	(6.931)	(857)	(1.828)	
• Overgeboekt van een post naar een andere	(2)	79	(92)		
Per einde van het boekjaar	74.662	132.339	42.601	2.036	
d) NETTOBOEKWAARDE PER EINDE BOEKJAAR	47.564	40.307	8.691	4	5.000

IV. Staat van de financiële vaste activa

	Verbonden ondernemingen	Andere ondernemingen
1. DEELNEMINGEN EN AANDELEN		
a) AANSCHAFFINGSWAARDE		
Per einde van het vorige boekjaar	18.067	78
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Aanschaffingen		1
Per einde van het boekjaar	18.067	79
d) NIET-OPGEVRAAGDE BEDRAGEN		
Per einde van het vorige boekjaar	4.500	
Mutaties tijdens het boekjaar:		
Per einde van het boekjaar	4.500	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	13.567	79
2. VORDERINGEN		
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET VORIGE BOEKJAAR	2.015	
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Toevoegingen	3.960	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	5.975	

V. A. Deelnemingen en maatschappelijke rechten in andere ondernemingen

Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit, alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit ten belope van ten minste 10 % van het geplaatste kapitaal.

NAAM, volledig adres van de ZETEL en zo het een onderneming naar Belgisch recht betreft, het ONDERNEMINGSNUMMER	Maatschappelijke rechten gehouden door			Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening			
	De onderneming (rechtstreeks)		Dochters	Jaarrekening per	Muntcode	Eigen vermogen (+) of (-) (in duizenden munteenheden)	Nettoresultaat
	Aantal	%	%				
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaen 107 b3 1932 Sint-Stevens-Woluwe, BELGIE BE 0441.331.984 gewone aandelen categorie B	9.000	90,00		31/12/2004	EUR	3.067	4.723
VRT Lease NV Auguste Reyerslaan 52 1030 Brussel 3, BELGIE BE 0864.503.392 zonder nominale waarde	10.000	100,00		31/12/2004	EUR	1.358	-142

VII. Overlopende rekeningen

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Voorafbetaalde bijdrage Pensioenfonds statutairen	14.073
Voorafbetaalde bijdrage Pensioenfonds contractuelen	3.209
Over te dragen kosten	3.464
Te ontvangen opbrengsten	747

VIII. Staat van het kapitaal

	Bedragen	Aantal aandelen
A. MAATSCHAPPELIJK KAPITAAL		
1. Geplaatst kapitaal		
Per einde van het vorige boekjaar	184.117	
Wijzigingen tijdens het boekjaar:		
• Kapitaalverhoging in geld (28/06/05)	24.789	
• Kapitaalvermindering door aanzuivering van geleden verliezen (28/06/05)	(29.032)	
Per einde van het boekjaar	179.874	
2. Samenstelling van het kapitaal		
2.1. Soorten aandelen		
Aandelen zonder nominale waarde	179.874	100.000

IX. Voorzieningen voor overige risico's en kosten

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 163/5 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Voorzieningen voor algemene kosten en risico's	19.231
Andere voorzieningen	492

X. Staat van schulden

	Hoogstens één jaar	Meer dan één jaar doch hoogstens vijf jaar	Meer dan vijf jaar
A) UITSPLITSING VAN DE SCHULDEN MET EEN OORSPRONKELIJKE LOOPTIJD VAN MEER DAN EEN JAAR, NAAR GELANG HUN RESTERENDE LOOPTIJD			
Financiële schulden			
4. Kredietinstellingen	227	363	
TOTAAL	227	363	

	Belgische overheidsinstellingen
B) GEWAARBORGDE SCHULDEN	
Financiële schulden	
4. Kredietinstellingen	590
TOTAAL	590

	Boekjaar
C) SCHULDEN M.B.T. BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN	
1. Belastingen	
b) Niet-vervallen belastingschulden	12.312
c) Geraamde belastingschulden	5.294
2. Bezoldigingen en sociale lasten	
b) Andere schulden m.b.t. bezoldigingen en sociale lasten	26.853

XI. Overlopende rekeningen

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Uitgestelde dotatie ter financiering strategisch voorraadniveau	40.495
Andere over te dragen opbrengsten	2.444

XII. Bedrijfsresultaten

	Boekjaar	Vorig boekjaar
C1. WERKNEMERS INGESCHREVEN IN HET PERSONEELSREGISTER		
a) Totaal aantal op de afsluitingsdatum	2.987	2.974
b) Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	2.819,2	2.862,7
c) Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	5.218.073	5.298.517
C2. PERSONEELSKOSTEN		
a) Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	126.061	122.397
b) Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	39.869	39.002
c) Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen	130	102
d) Andere personeelskosten	2.932	2.293
e) Pensioenen	80	82
D. WAARDEVERMINDERINGEN		
1. Op voorraden en bestellingen in uitvoering		
• Geboekt	420	655
• Teruggenomen	(605)	(294)
2. Op handelsvorderingen		
• Geboekt	52	
• Teruggenomen		(211)
E. VOORZIENINGEN VOOR RISICO'S EN KOSTEN		
Toevoegingen	4.073	3.522
Bestedingen en terugnemingen	(6.047)	(7.542)
F. ANDERE BEDRIJFSKOSTEN		
Belastingen en taksen op de bedrijfsuitoefening	1.956	1.948
Andere	40	512
G. UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKING VAN DE ONDER NEMING GESTELDE PERSONEN		
1. Totaal aantal op de afsluitingsdatum	85	126
2. Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	118,9	102,4
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	234.971	249.020
Kosten voor de onderneming	6.069	6.386

XIII. Financiële resultaten

	Boekjaar	Vorig boekjaar
A. ANDERE FINANCIËLE OPBRENGSTEN		
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op het resultaat:		
• Kapitaalsubsidies	71	37
• Interestsubsidies		
Uitsplitsing van de overige financiële opbrengsten, indien het belangrijke bedragen betreft.		
<i>Opbrengsten CFO Vlaamse Gemeenschap</i>	382	108
<i>Andere financiële opbrengsten</i>	158	147
E. ANDERE FINANCIËLE KOSTEN		
VOORZIENINGEN MET FINANCIËEL KARAKTER		
Uitsplitsing van de overige financiële kosten, indien het belangrijke bedragen betreft		
<i>Herwaardering vreemde valuta's einde boekjaar</i>		215
<i>Overige financiële kosten</i>		37

XV. Belastingen op het resultaat

	Boekjaar
D. BRONNEN VAN BELASTINGLATENTIES	
1. Actieve latenties	146.167
- Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten	146.167

XVI. Belasting op de toegevoegde waarde en belastingen ten laste van derden

	Boekjaar	Vorig boekjaar
A. De belasting op de toegevoegde waarde in rekening gebracht:		
1. aan de onderneming (aftrekbaar)	33.683	29.454
2. door de onderneming	32.106	28.622
B. De ingehouden bedragen ten laste van derden bij wijze van:		
1. bedrijfsvoorheffing	37.773	36.448

XVII. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

	Boekjaar
Belangrijke verplichtingen tot aankoop van vaste activa	
<i>Bestellingen voor investeringsgoederen</i>	19.802
<i>Put optie toegekend aan de mede-aandeelhouder op de resterende aandelen van de NV VAR</i>	
Termijnverrichtingen	
• Gekochte (te ontvangen) deviezen	4.911
Andere belangrijke verplichtingen	
• Andere diensten	54.360
• zie toelichting XXIX	
Pensioenen die door de onderneming zelf worden gedragen	
• Zie toelichting XXV	

XVIII. Betrekkingen met verbonden ondernemingen

	1. VERBONDEN ONDERNEMINGEN	
	Boekjaar	Vorig boekjaar
1. FINANCIËLE VASTE ACTIVA	19.542	15.582
Deelnemingen	13.567	13.567
Vorderingen: andere	5.975	2.015
2. VORDERINGEN	16.330	23.628
Op hoogstens één jaar	16.330	23.628
4. SCHULDEN	577	319
Op hoogstens één jaar	577	319
7. FINANCIËLE RESULTATEN		
Opbrengsten uit financiële vaste activa	4.250	3.209
Andere financiële opbrengsten	115	21

Verklaring met betrekking tot de geconsolideerde jaarrekening

De onderneming heeft een geconsolideerde jaarrekening en een geconsolideerd jaarverslag opgesteld en openbaar gemaakt.

XIX. Sociale balans

I. Staat van de tewerkgestelde personen

A. Werknemers ingeschreven in het personeelsregister

1. Tijdens het boekjaar en het vorig boekjaar	1. Voltijds (boekjaar)	2. Deeltijds (boekjaar)	3. Totaal (T) of totaal in voltijdse equivalenten (VTE) (boekjaar)	4. Totaal (T) of totaal in voltijdse equivalenten (VTE) (vorig boekjaar)
Gemiddeld aantal werknemers	2.530,10	439,1	2.819,2 (VTE)	2.862,7 (VTE)
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	4.680.654	537.419	5.218.073 (T)	5.298.517 (T)
Personeelskosten	151.659	17.413	169.072 (T)	163.875 (T)

2. Op de afsluitingsdatum van het boekjaar	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
a. Aantal werknemers ingeschreven in het personeelsregister	2.564	423	2.844,3
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst			
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	2.382	400	2.649,2
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	134	11	140,1
Vervangingsovereenkomst	48	12	55,0
c. Volgens het geslacht			
Mannen	1.705	170	1.820,5
Vrouwen	859	253	1.023,8
d. Volgens de beroeps categorie			
Directiepersoneel	20		20,0
Bedienden	2.476	416	2.752,2
Arbeiders	68	7	72,1

B. Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen

Tijdens het boekjaar	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking van de onderneming gestelde personen
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	118,9	
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	234.971	
Kosten voor de onderneming	6.069	

II. Tabel van het personeelsverloop tijdens het boekjaar

A. INGETREDEN	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
a. Aantal werknemers die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven	201	13	208,5
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst			
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	68	2	69,0
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	115	10	121,0
Vervangingsovereenkomst	18	1	18,5
c. Volgens het geslacht en het studieniveau			
Mannen :			
lager onderwijs			
secundair onderwijs	10		10,0
hoger niet-universitair onderwijs	18	2	19,0
universitair onderwijs	84	3	85,7
Vrouwen :			
lager onderwijs			
secundair onderwijs	9		9,0
hoger niet-universitair onderwijs	20	2	21,1
universitair onderwijs	60	6	63,7

B. UITGETREDEN	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
a. Aantal werknemers met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam	158	43	185,1
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst			
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	99	33	120,8
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	51	7	54,8
Vervangingsovereenkomst	8	3	9,5
c. Volgens het geslacht en het studieniveau			
Mannen :			
lager onderwijs			
secundair onderwijs	11	3	12,5
hoger niet-universitair onderwijs	10	6	13,2
universitair onderwijs	87	14	95,8
Vrouwen :			
lager onderwijs			
secundair onderwijs	5	4	7,6
hoger niet-universitair onderwijs	9	2	10,3
universitair onderwijs	36	14	45,7
d. Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst			
Pensioen	57	17	68,8
Brugpensioen			
Afdanking	62	19	73,5
Andere redenen	39	7	42,8

III. Staat over het gebruik van de maatregelen ten gunste van de werkgelegenheid tijdens het boekjaar

MAATREGELEN TEN GUNSTE VAN DE WERKGELEGENHEID	Aantal betrokken werknemers		3. Bedrag van het financiële voordeel
	1. Aantal	2. In voltijdse equivalenten	
1. Maatregelen met financieel voordeel ¹			
1.3. Volledige loopbaanonderbreking	47	47,0	2.362
1.4. Vermindering van de arbeidsprestaties (deeltijdse loopbaan-onderbreking)	139	70,1	3.692
TOTAAL VOOR HET BOEKJAAR	186	117,1	
TOTAAL VOOR HET VORIG BOEKJAAR	169	107,5	

¹ Financieel voordeel voor de werkgever met betrekking tot de titularis of diens plaatsvervanger.

IV. Inlichtingen over de opleidingen voor de werknemers tijdens het boekjaar

	Mannen	Vrouwen
Totaal van de opleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever		
1. Aantal betrokken werknemers	1.281	766
2. Aantal gevolgde opleidingsuren	29.220	15.580
3. Kosten voor de onderneming	697	372

XX. Samenvatting van de belangrijkste waarderingsregels

1) Immateriële vaste activa: computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar.

Softwareontwikkelingen in het kader van het innovatieplatform “e-vrt” worden onmiddellijk in het resultaat genomen.

2) Materiële vaste activa: volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

• gebouwen en zendmasten:	3,03 %
• vaste inrichtingen gebouwen:	5 %
• zenders en straalverbindingen:	10 %
• tijdelijke en mobiele straalverbindingen:	12,5 %
• radio en tv -productie-infrastructuur:	12,5 %
• consumerapparatuur radio en televisie:	12,5 %
• productiegebonden inform. app. 8jr:	12,5 %
• productiegebonden inform. app. 5jr:	20 %
• meubilair en telecomapparatuur:	10 %
• informaticamateriaal en software:	33,33 %
• rollend materiaal:	20 %
• allerhande materieel:	20 %
• kunstwerken:	0 %

3) Financiële vaste activa : de activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs.

4) Voorraden (in 1.000 euro)

• Grond- en hulpstoffen: omvatten voornamelijk de rechten op films, televisiefilms en sportevenementen (die niet in opdracht van de Omroep geproduceerd werden). Deze worden gewaardeerd aan hun aanschaffingsprijs (contractuele prijs). De rechten op films en televisiefilms worden ten laste van het resultaat genomen bij uitzending. Ingeval ook herhalingsrechten gekocht werden, gebeurt de tenlasteneming à rato van 90 % bij eerste uitzending en de resterende 10 % bij hun eerste heruitzending. Rechten met betrekking tot sportuitzendingen worden volledig in resultaat genomen bij uitzending.

De aangekochte filmrechten worden in voorraad geactiveerd op het ogenblik van de ingang van de uitzendrechten. De aangekochte sportrechten worden in voorraad opgenomen op het ogenblik dat er een overeenkomst tussen de partijen bestaat.

Anderzijds bevatten de grond- en hulpstoffen ook het technische magazijn. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

• Eigen producties en producties die in opdracht van de Omroep geproduceerd werden, worden opgenomen onder ‘goederen in bewerking’ en ‘gereed product’.

De waardering gebeurt aan werkelijke kostprijs, met verrekening van de kosten van de productie-overhead.

• Voor de voorraad eigen producties en filmrechten waarvan onzekerheid bestaat over het feit of ze nog uitgezonden zullen worden, worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

• Handelsgoederen omvatten merchandisinggoederen. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

• Het gedeelte van de dotatie dat nodig is voor de financiering van de strategische voorraad wordt opgenomen onder de overlopende rekeningen van het passief. De strategische voorraad wordt gedefinieerd als een kritisch voorraadniveau van programma-aanbod dat noodzakelijk is om de succesvolle uitvoering van de openbare-omroepopdracht in de toekomst te blijven verzekeren.

• Vooruitbetalingen voorraadinkopen omvatten vooruitbetaalde uitzendrechten.

5) Vorderingen/liquide middelen/schulden: tegen de nominale waarde (in 1.000 euro)

Onder de rubriek ‘Te innen Opbrengsten’ (VII. Vorderingen op ten hoogste één jaar; Overige vorderingen) werd op 31 december 2005 een bedrag van 24.250,- euro aan toe te rekenen overheidstussenkomst met betrekking tot het budgetjaar 2006 ingeboekt (23.204,- euro op 31 december 2004). Dat bedrag stemt overeen met de ten laste van het boekjaar 2005 ingeboekte personeelskost die niet vervat zit in de decretaal vastgelegde overheidstussenkomst voor het budgetjaar 2005. Omwille van het matchings- en continuïteitsprincipe wordt een identiek bedrag ingeboekt als een toe te rekenen opbrengst onder de rubriek ‘te innen opbrengsten’ voor de overheidstussenkomst met betrekking tot het budgetjaar 2006. Een dergelijke voorstelling beantwoordt het best aan de economische realiteit. Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaaierheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

6) Inkomsten uit kabelakkoorden worden geboekt op het ogenblik dat zij verworven zijn en enkel onder de voorwaarde dat er zekerheid over de inning bestaat.

7) De vergoeding voor goed financieel beheer voor de gelden belegd bij het Centraal Financieringsorgaan van de Vlaamse Gemeenschap wordt geboekt op het ogenblik dat deze vergoeding ten voordele van de VRT door de overheid bevestigd wordt.

XXI. Overheidsfinanciering (in 1.000 euro)

Artikel 17 van de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap 2002-2006 voorziet in volgende tussenkomsten vanwege de Vlaamse Overheid:

• Kapitaalfinanciering	24.789 euro
• Werkingsdotatie	<u>233.172 euro</u>
	257.961 euro

XXII. Kapitaalsubsidies

Op 20 december 2001 werd door de Vlaamse Gemeenschapscommissie van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest een investeringsubsidie toegekend voor de aankoop van een onroerend goed bestemd voor het kinderdagverblijf.

In de overeenkomst Innovatieve Mediaprojecten e-vrt werd door de Vlaamse Gemeenschap een steun toegekend voor de investeringen in het project Mediadienstenplatform. In 2005 is er geen tussenkomst in de investeringen Mediadienstenplatform. Een bedrag van 62.000 euro werd in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen.

XXIII. Voorzieningen voor pensioenen en soortgelijke verplichtingen

Deze hebben betrekking op de verplichtingen als gevolg van uitstaperegelingen. Jaarlijks worden eventueel bijkomende verplichtingen voorzien, terwijl voor de werkelijke uitbetalingen de voorzieningen worden aangewend.

XXIV. Financiële vaste activa

Tussen de NV VRT Lease en de NV VRT werd een raamovereenkomst kredietlijn afgesloten op 11 juni 2004. De kredietverstrekker staat een kredietopening toe van maximaal 50 miljoen euro. De modaliteiten van deze kredietlijn zijn marktconform. Op 30/6 kocht de NV VRT één aandeel in de c.v.b.a. ADM. De doelstelling van deze vennootschap is een kennisoverdracht te bevorderen tussen de gebruikers en leveranciers van ICT in Vlaanderen.

XXV. Pensioenverplichtingen (in 1.000 euro)

A. Statutaire personeelsleden

Op 19 december 1997 werd het Pensioenfonds VRT Statutaire personeelsleden opgericht. In overeenstemming met de statuten van het Pensioenfonds werden de rustpensioenverplichtingen van de VRT t.o.v. de statutaire personeelsleden overgedragen aan het Pensioenfonds VRT. De beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap voorziet dat de VRT de werkgeversbijdragen op de statutaire loonmassa blijft afdragen aan het Pensioenfonds. Daarnaast voorziet het Decreet van 29 april 1997 betreffende de omzetting van de BRTN in een naamloze vennootschap van publiek recht in artikel 3 dat de Vlaamse Gemeenschap de pensioenverplichtingen van de VRT ten aanzien van zijn vastbenoemd personeel aanzuivert.

De beheersovereenkomst 2002-2006 voorziet jaarlijkse stortingen van 19,212 miljoen euro.

Netto verplichtingen van het Pensioenfonds VRT per 31/12/2005:

• Eigen vermogen	359.516 euro
• Verplichtingen (PBO-basis)	<u>732.959 euro</u>
• Tekort	373.443 euro

B. Contractuele personeelsleden

Op 9 november 2000 werd een pensioenfonds contractuelen opgericht met als uitsluitend doel het opbouwen van middelen met het oog op het toekennen van aanvullende pensioenvoordelen. Het fonds wordt uitsluitend gefinancierd door werkgeversbijdrage van de VRT.

XXVI. Wisselkoersen

De VRT heeft zich voor de drie voornaamste transactiemunten (USD, GBP en CHF) specifiek ingedekt tegen mogelijke wisselkoersrisico's. De transacties in deze munten werden in de loop van het boekjaar tegen een gemiddelde hedgingkoers geboekt.

XXVII. Voorraden

De toename in de totale waarde filmrechten over het boekjaar 2005 is te verklaren door een raamovereenkomst tussen de VRT en een Amerikaans distributiebeprijf. De VRT koopt de rechten voor een pakket films, maar verkoopt een gedeelte ervan in sublicentie aan andere televisiebedrijven. De raamovereenkomst en derhalve ook de sublicentiecontracten werden nog niet gefinaliseerd op 31 december 2005. De individuele contracten in uitvoering van de raamovereenkomst

werden al formeel opgesteld. Op basis van deze deelcontracten werden de nodige voorraadboekingen uitgevoerd.

Het verwerven van de rechten voor de uitzending van bepaalde wedstrijden van de Belgische voetbalcompetitie en de sublicentiëring aan RTBF van bepaalde van deze wedstrijden werd bij ontstentenis van definitieve contracten ingeboekt op basis van de intentieverklaringen tussen de partijen (via de resultatenrekening). De productiekosten verbonden aan de captatie van deze wedstrijden werden in overeenstemming hiermee ook ingeboekt via de resultatenrekening op basis van intentieverklaringen.

De inboeking van de rechten gebeurde conform de waarderingsregels (zie XX.4) De inboeking van de productiekosten gebeurde à rato van het aantal wedstrijddagen.

XXVIII. Omzet

In het streven naar een verdere verbetering van de informatieverstrekking werd het begrip *omzet* gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkmiddelen die de VRT ontvangt voor de invulling van de haar opgelegde activiteiten in de beheersovereenkomst. Daarom werd sinds het boekjaar 2004 de werkingsdotatie van de Vlaamse Gemeenschap geboekt onder de rubriek 70.

XXIX. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

De VRT heeft een aantal raam- en principeovereenkomsten afgesloten met een beperkt aantal televisieproductiehuisen. Deze raam- en principeovereenkomsten beogen een structurele samenwerking te realiseren tussen de omroep en een aantal door de VRT strategisch beoordeelde programmamakers en -huisen. Sommige van deze raam- en principeovereenkomsten bevatten tevens exclusiviteitsclausules. Deze overeenkomsten bevatten een aantal wederzijdse verbintenissen doch voorzien tevens in een aantal kwalitatieve en kwantitatieve criteria.

XXX. Toelichting bij de sociale balans

Bij de sociale balans moet vermeld worden dat de rubriek 'voltijds' (code 105) eveneens de personeelsleden omvatten die gebruik maakten van de maatregel 'verlof voorafgaand aan pensionering':

• Aantal VVP op 31/12/04	104
• VVP'ers definitief met pensioen in de loop van 2005	- 47
• Aantal nieuwe VVP'ers in de loop van 2005	0
• Aantal VVP op 31/12/05	57

XXXI. Continuïteit van de waarderingsregels

Het boekjaar werd afgesloten met een verlies van 30.680.000 euro Het verlies is mede het gevolg van de financieringsstructuur door de overheid (Zie toelichting XXI hierboven). De Raad van Bestuur is van mening dat de continuïteit van de onderneming gewaarborgd is, gezien wordt tegemoetgekomen aan de performantie-maatstaven vooropgesteld in de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap. Bijgevolg werd de bijgevoegde jaarrekening opgesteld in de veronderstelling van het verder zetten van de activiteiten.

XXXII. Overige

Door de Europese commissie – DG Concurrentie - werd op 25 augustus 2004 een verzoek tot informatie ingeleid bij de Permanente Vertegenwoordiging van België bij de Europese Unie met als onderwerp '*de Financiering van de VRT – Sporza*'. Dit onderzoek van de Europese Commissie kwam er na twee klachten van Vlaamse commerciële omroepstations. De Regering heeft via de geëigende kanalen een antwoord bezorgd op dit verzoek. Tot op 31 december 2005 waren er - buiten een aantal bijkomende vragen - in dit dossier geen nieuwe ontwikkelingen.

Verslag van de Commissaris

Aan de aandeelhouders,

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen brengen wij u verslag uit over de uitvoering van de controleopdracht die ons werd toevertrouwd.

Wij hebben de controle uitgevoerd van de jaarrekening van DE VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP NV VAN PUBLIEK RECHT over het boekjaar afgesloten op 31 december 2005, opgesteld op basis van de in België toepasselijke wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften, met een balanstotaal van 364.614 (000) EUR en waarvan de resultatenrekening afsluit met een verlies van het boekjaar van 30.680 (000) EUR. Wij hebben eveneens de bijkomende specifieke controles uitgevoerd die door het Wetboek van Vennoetschappen zijn vereist.

Het opstellen van de jaarrekening en van het jaarverslag, de beoordeling van de inlichtingen die in het jaarverslag dienen te worden opgenomen, alsook het naleven door de vennootschap van het Wetboek van vennoetschappen en de statuten vallen onder de verantwoordelijkheid van het bestuurorgaan van de vennootschap.

Onze controle van de jaarrekening werd uitgevoerd overeenkomstig de wettelijke bepalingen en de in België geldende controlenormen, zoals uitgevaardigd door het Instituut der Bedrijfsrevisoren.

Verklaring over de jaarrekening zonder voorbehoud

De voormelde controlenormen eisen dat onze controle zo wordt georganiseerd en uitgevoerd dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen onjuistheden van materieel belang bevat.

Overeenkomstig deze normen hebben wij rekening gehouden met de administratieve en boekhoudkundige organisatie van de vennootschap, alsook met de procedures van interne controle. De verantwoordelijken van de vennootschap hebben onze vragen naar opheldering of inlichtingen duidelijk beantwoord. Wij hebben op basis van steekproeven de verantwoording onderzocht van de bedragen opgenomen in de jaarrekening. Wij hebben de waarderingsregels, de betekenisvolle boekhoudkundige ramingen die de onderneming maakte en de voorstelling van de jaarrekening in haar geheel beoordeeld. Wij zijn van mening dat deze werkzaamheden een redelijke basis vormen voor het uitbrengen van ons oordeel.

Naar ons oordeel, rekening houdend met de in België toepasselijke wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften, geeft de jaarrekening afgesloten op 31 december 2005 een getrouw beeld van het vermogen, de financiële toestand en de resultaten van de vennootschap.

Bijkomende verklaringen

Wij vullen ons verslag aan met de volgende bijkomende verklaringen die niet van aard zijn om de draagwijdte van onze verklaring over de jaarrekening te wijzigen:

- Het jaarverslag bevat de door de wet vereiste inlichtingen en stemt overeen met de jaarrekening. Wij kunnen ons echter niet uitspreken over de beschrijving van de voornaamste risico's en onzekerheden waarmee de vennootschap wordt geconfronteerd, alsook van haar positie, haar voorzienbare evolutie of de aanmerkelijke invloed van bepaalde feiten op haar toekomstige ontwikkeling. Wij kunnen evenwel bevestigen dat de verstrekte gegevens geen evidente tegenstrijdigheden vertonen met de informatie waarover wij beschikken in het kader van ons mandaat.
- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, wordt de boekhouding gevoerd en de jaarrekening opgesteld overeenkomstig de in België toepasselijke wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften.
- Wij dienen u geen enkele verrichting of beslissing mede te delen die in overtreding met de statuten of het Wetboek van Vennoetschappen zou zijn gedaan of genomen. De resultaatverwerking die aan de Algemene Vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.

14 maart 2006

De Commissaris
DELOITTE Bedrijfsrevisoren
BV o.v.v.e. CVBA

Vertegenwoordigd door



Guy Wygaerts



Rik Neckebroeck

TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

Statutair resultaat en kasstroomtabel

Statutair resultaat

De statutaire jaarrekening sluit met een deficit van 30,7 miljoen euro. Dat stemt overeen met een managementresultaat van 5,9 miljoen euro verlies omdat een gedeelte van de overheidsfinanciering (24,8 miljoen euro) op basis van de beheersovereenkomst ter beschikking gesteld wordt in de vorm van een kapitaalverhoging.

De omzet is ten opzichte van 2004 met 6,9% of 24,6 miljoen euro gestegen. De verhoging van de basisdotatie (+ 10 miljoen euro) is verantwoordelijk voor 40% van de omzetstijging. De dotatie van het IWT is met 2 miljoen euro toegenomen. De opbrengsten uit radioreclame daalden met 3,8% tot 39,1 miljoen euro. De sponsoring steeg met 6,6%, en bedraagt nu 21,3 miljoen euro. De toename van de sponsoring is integraal toe te schrijven aan radiosponsoring. De inkomsten uit coproducties namen met 1,9 miljoen euro toe.



De bedrijfskosten stegen met 41,1 miljoen euro. De stijging wordt in belangrijke mate verklaard door de vernieuwing van de programmering van Eén, het innovatieproject bij Canvas en het verwerven van de rechten voor de Belgische voetbalcompetitie en de omkaderende voetbalprogramma's. Verder trad de VRT samen met RTBF op als organisator van het *Junior Eurovisiesongfestival* in Hasselt, wat extra uitgaven met zich mee bracht.

De VRT investeerde in 2005 in Verrijkte Inhoud. Rond tal van programma's werd extra informatie gebracht op VRT-websites (o.a. *De grootste Belg*, *Junior Eurovisiesongfestival*, *de Koningin Elisabethwedstrijd*, *Rome*, *De Ronde van Frankrijk*, ...).

In het kader van *75 jaar radio* werden verschillende evenementen georganiseerd.

Ten slotte stijgen de kosten ten opzichte van 2004 wegens het TOM-project (de renovatie van het gebouw aan de Reyerslaan), voor bijkomende projecten van de studiedienst (*Driehoek en Waarde-innovatiemeter*) en voor de implementatie van een informatiebeveiligingsbeleid.

Kasstroomtabel

De nettobedrijfskasstroom bedroeg in 2005 4 miljoen euro. De investeringsuitgaven bedroegen 26,6 miljoen euro. De belangrijkste aankopen zijn de uitbreiding van het parkeergebouw, de nieuwe serverzaal, investeringen in informatica-infrastructuur, de vervanging van het transmissiecontrolecentrum, vernieuwingen in het zenderpark en de continuering van het project voor de kantoorrenovatie.

Per saldo is de kaspositie ten opzichte van 2004 gedaald met 18 miljoen euro.

in 1.000 euro

	2005	2004
Bedrijfsresultaat	(35.767)	(33.720)
Kapitaalverhoging	24.789	24.789
Kapitaalsubsidie	(71)	186
Niet kasstromen	16.804	17.203
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	(1.759)	4.346
Netto operationele cash flow	3.996	12.804
Financieringstabel		
Netto operationele cash flow	3.996	12.804
Dividenden uit verbonden ondernemingen	4.250	3.209
Netto cash-flow uit financieringsactiviteiten	806	730
Netto cash-flow uit investeringen	(26.642)	(27.753)
Kas-bewegingen in het boekjaar	(17.590)	(11.010)

Beheersovereenkomst

Uitvoering beheersovereenkomst

in 1.000 euro

	Beheers- overeenkomst 2005	Gewijzigd budget 2005	Resultaat 2005	Variantie t.o.v. Beheersovereen- komst 2005	Variantie t.o.v. Budget 2005
Bedrijfsopbrengsten					
700-merchandising	622	2.305	1.842	1.220	(463)
701-verkopen programma's en sublicenties	660	1.011	10.250	9.590	9.239
702-rechten doorgifte TV-netten	6.941	13.463	14.041	7.100	578
703-andere commerciële opbrengsten	375	2.214	866	491	(1.348)
704-dienstverleningen	1.367	5.360	9.675	8.308	4.315
705-radioreclame	37.184	40.500	39.111	1.927	(1.389)
706-coproducties	1.734	3.450	4.613	2.879	1.163
707-ban	2.159	5.995	7.792	5.633	1.797
708-sponsoring radio	6.986	6.940	8.013	1.027	1.073
708-sponsoring TV alliantiepartners	8.676	8.700	8.672	(4)	(28)
708-sponsoring teletekst	0	300	348	348	48
708-sponsoring evenementiële programmering en andere	0	3.000	3.598	3.598	598
708-sponsoring evenementen (LE)	0	0	670	670	670
709-ruil	11.409	21.694	29.281	17.872	7.587
74-andere bedrijfsopbrengsten	1.089	5.439	13.249	12.160	7.810
71-voorraadwijzigingen	0	0	10.602	10.602	10.602
BA 41.02 Basisdotatie aan de VRT	233.172	233.172	233.172	0	0
In opbrengst genomen dotatie	0	734	1.046	1.046	312
Uitgestelde dotatie-strategische voorraad	0	(1.558)	(1.558)	(1.558)	0
BA 99.11 Dotatie e-vert	8.577	11.839	7.351	(1.226)	(4.488)
BA 41.05 Dotatie personeelskost VOK	3.520	3.255	3.031	(489)	(224)
Totaal bedrijfsopbrengsten	324.471	367.813	405.666	81.195	37.853
Bedrijfskosten					
A/Continuïteit programmering					
60-handelsgoederen / grondstoffen	1.854	1.762	1.419	435	343
60-sport- en filmrechten	23.417	20.064	30.793	(7.376)	(10.729)
61-diensten en diverse goederen	134.483	188.134	215.630	(81.147)	(27.496)
62-personeel	155.157	160.392	159.827	(4.670)	565
63-afschrijvingen materiële en immateriële vaste activa	19.311	18.780	18.416	895	364
63-wijzigingen waardeverminderingen	0	0	(133)	133	133
63-wijzigingen voorzieningen	0	0	1.537	(1.537)	(1.537)
64-andere bedrijfskosten	1.207	1.981	1.996	(789)	(15)
B/Innovatieprojecten					
61-diensten en diverse goederen	7.289	10.466	5.719	1.570	4.748
62-personeel	1.288	1.108	1.148	140	(41)
63-afschrijvingen materiële en immateriële vaste activa	0	265	469	(469)	(204)
C/VOK					
62-personeel	3.520	3.255	3.031	489	224
Totaal bedrijfskosten	(347.526)	(406.207)	(439.852)	(92.326)	(33.645)
Bedrijfsresultaat vóór herstructureringskost	(23.055)	(38.394)	(34.186)	(11.131)	4.208
62-herstructureringskost maxidecreet (VVP)	(2.928)	(3.200)	(3.215)	(287)	(15)
63-wijziging voorz. herstructureringskost maxidecreet (VVP)	2.928	3.200	3.215	287	15
63-extra aanleg voorz. herstructureringskost maxidecreet (act VVP)	0	(400)	(248)	(248)	152
62-ambstop- en ontheffing	(2.578)	(960)	(1.851)	727	(891)
63-wijziging voorziening kost ambstopheffingen	0	960	1.851	1.851	891
63-extra aanleg voorziening ambstopheffingen (actualisatie)	0	0	22	22	22
63-extra aanleg voorziening nieuwe ambstopheffingen	0	(1.000)	(1.328)	(1.328)	(328)
Bedrijfsresultaat na herstructureringskost	(25.633)	(39.794)	(35.740)	(10.106)	4.055
65- Financiële kosten	(45)	(255)	73	118	328
75- Financiële opbrengsten	1.661	4.786	4.987	3.326	201
Resultaat van het boekjaar	(24.017)	(35.263)	(30.680)	(6.663)	4.584
Kapitaalfinanciering	24.789	24.789	24.789	0	0
Managementresultaat	772	(10.474)	(5.891)	(6.663)	4.584

Financiële performantiemaatstaf

Het managementresultaat 2005 is een verlies van 5.891.000 euro. Daardoor daalt het cumulatieve resultaat na het vierde werkingsjaar van de lopende beheersovereenkomst tot 16.123.000 euro, dit is 14.335.000 euro beter dan de afgesproken financiële performantiemaatstaf.

Er stond een gepland verlies van 10,5 miljoen euro ingeschreven in het ondernemingsplan. 2005 sluit dus 4,6 miljoen euro beter af dan gepland. De extra uitgaven betreffen de meerkosten door de uitzendingen rond het Belgische voetbal vanaf de maand augustus, de uitrol van het innovatieproject bij Eén, het versterkte programma-aanbod vanaf oktober 2005 bij Canvas en

uitgaven als gevolg van de renovatie van het omroepgebouw aan de Reyerslaan (huur extra kantoorruimte, studio's en externe montage).

Wat de opbrengsten betreft blijft de radioreclame met een ontvangst van 39,1 miljoen euro binnen de grenzen vastgelegd in de beheersovereenkomst. De vooropgestelde omzet van 40,7 miljoen euro werd niet gehaald ten gevolge van toegenomen concurrentie van de commerciële radiostations.

De opbrengsten uit de tv-sponsoringalliantiepartners belopen 8.672.000 euro, wat onder het vastgelegde plafond van de beheersovereenkomst ligt.

in 1.000 euro

Boekjaar	Financieel Plan Beheersovereenkomst		Uitvoering 2002-2005 Ondernemingsplan 2006	
	Resultaat van het boekjaar	Gecumuleerd resultaat	Resultaat van het boekjaar	Gecumuleerd resultaat
2002	+646	+646	+7.831	+7.831
2003	+274	+920	+18.425	+26.256
2004	+96	+1.016	(4.242)	+22.014
2005	+772	+1.788	(5.891)	+16.123
2006	+604	+2.392	(12.398)	+3.725

Aanwending van de reserves

Het opbouwen van reserves in 2002 en 2003 was een bewuste en noodzakelijke strategie om de implementatie van onze bijgestuurde aanbod- en technologiestrategie in de loop van de periode 2004-2006 te kunnen financieren.

Het ondernemingsplan 2006 werd opgemaakt met een gepland tekort van 12,4 miljoen euro. De VRT zal in 2006 opnieuw een beroep doen op de opgebouwde reserves. Meer specifiek wordt de vernieuwing van

Canvas verder uitgebouwd en wordt de vernieuwingsoperatie voor Ketnet opgestart. Ook voor de uitzendingen rond de Belgische voetbalcompetitie zijn extra middelen noodzakelijk. Verder worden voor ICT, TV, Radio en Nieuwe Media belangrijke investeringen rond de Digitale MediaFabriek gepland: er wordt een nieuw bestandsgebaseerd platform gebouwd dat klaar is voor de productie van elk toekomstig crossmediaal aanbod.

ANALYSE VAN DE KOSTEN EN OPBRENGSTEN

Samenvatting van de toegepaste analytische principes

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare-omroepopdracht uit. Hij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil transparant zijn. In het kader van deze transparantie wordt in dit hoofdstuk additionele informatie verschaft over opbrengsten, kosten, onderzoek en ontwikkeling, sport- en de filmrechten.

De transparantie situeert zich op twee domeinen:

- 1) De VRT wil via zijn analytische boekhouding publieke verantwoording afleggen over de ter beschikking gestelde middelen.

Aan de kostenkant past de VRT een gedetailleerde segmentrapportering toe per businessunit, per net en per dienst.

Voor de ontvangsten wordt informatie verstrekt per financieringsbron. De VRT onderscheidt vier pijlers: de overheidsfinanciering, de opbrengsten uit de advertentiemarkt, de opbrengsten uit exploitatie van het VRT-aanbod en de opbrengsten uit afgeleiden van het VRT-aanbod.

De financiële segmentrapportering steunt op een uitvoerig beschreven methodologie van analytische kostentoewijzing en op een verduidelijking van de gehanteerde definities. Ze is gebaseerd op een consistent en objectief gebruik van de principes van kostenaccounting voor de toewijzing van kosten aan kostendragers. Deze kostentoewijzing en de rapportering van de kosten en opbrengsten wordt vanaf 2005 gecontroleerd door de Commissaris van de VRT.

Waar vergeleken wordt met 2004 werden de cijfers (indien noodzakelijk) heringedeeld, om op dezelfde basis te kunnen rapporteren als voor 2005.

De voornaamste allocatieregels zijn:

- A. De segmentrapportering zorgt voor een opsplitsing van de kosten.

De kosten worden analytisch geboekt op 4 businessunits: radio, televisie, line extensions en de centrale diensten.

Binnen de centrale diensten wordt via afzonderlijke kostenplaatsen en orders analytisch gerapporteerd over de nieuwe media, transmissie, onderzoek en ontwikkeling, en de beleidsondersteunende directies (Algemene Directie, HR en Facility Management, Strategie en ICT, en Financiën).

- B. De kosten van radio en televisie bestaan enerzijds uit de direct en indirect toewijsbare productiekosten van de uitgezonden programma's en anderzijds uit de niet-toewijsbare kosten aan de programma's zoals de marketingkosten, de kosten van de eindregie en de kosten van de directie, de administratie en het netmanagement.

Voor de productiekosten worden in de resultatenrekening alleen de kosten opgenomen van de uitgezonden programma's. Deze productiekosten omvatten zowel de externe kosten als het gebruik van de interne productiemiddelen (mensen en middelen).

- C. Alle kosten van radio en televisie worden verder opgesplitst per net. De kosten van de uitgezonden programma's en de kosten die niet rechtstreeks gealloceerd kunnen worden aan de programma's worden toegewezen aan de netten. Dit gebeurt volgens een aantal allocatieregels die uitvoerig verantwoord en gedocumenteerd worden. Algemeen kan men stellen dat deze kosten worden toegewezen als percentage van de totale kost, aan de hand van een afname in uren of op basis van onderliggende statistische kengetallen.

- 2) Parallel heeft de VRT een aparte businessunit opgericht voor commerciële activiteiten. De VRT voert daarvoor een gescheiden analytische boekhouding (zowel kosten als opbrengsten).

Deze rapportering wordt opgelegd door de transparantierichtlijn van de Europese Commissie. De richtlijn heeft als algemene principes dat er geen oversubsidiëring vanuit de overheid mag gebeuren en geen kruissubsidiëring vanuit de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe. Deze rapportering wordt verder besproken in het hoofdstuk "Nettokosten van de publieke omroep".

Analyse van de opbrengsten

in mio euro

	2005		2004	
1. Overheidsfinanciering ⁽¹⁾	267,8	65,4%	256,2	66,1%
2. Opbrengsten uit de advertentiemarkt ⁽²⁾	72,4	17,7%	71,1	18,3%
3. Exploitatie van het VRT-aanbod ⁽³⁾	66,3	16,2%	57,5	14,8%
4. Exploitatie van afgeleiden van het VRT-aanbod ⁽⁴⁾	2,9	0,7%	3,0	0,8%
Subtotaal :	409,4	100,0%	387,8	100,0%
5. Andere opbrengsten	15,4		3,8	
Algemeen totaal van de opbrengsten ⁽⁵⁾	424,8		391,6	

(1) incl. kapitaalfinanciering, VOK en e-vrt

(2) o.a. reclame, sponsoring, Boodschappen Algemeen Nut, dividenden van VAR

(3) o.a. lineaire doorgifte TV-programma's, ruil, coproducties, facilitaire toelevering, dienstverlening, andere financiële opbrengsten

(4) evenementen en merchandising

(5) exclusief voorraadwijzigingen

De opbrengsten voor de financiering van de publieke omroep worden opgedeeld in vier pijlers.

Het aandeel van overheidsfinanciering in de totale financiering daalt met bijna 1% tot 65,4%. Het aandeel van de opbrengsten uit de advertentiemarkt bedraagt 17,7% en daalt ten opzichte van 2004 als gevolg van de minderopbrengsten uit radioreclame. De exploitatie van het VRT-aanbod (16,2%) neemt sterk toe ten opzichte van 2004. Er waren meer facilitaire toeleveringen aan productiehuisen en meer inkomsten uit

coproducties. Het relatieve belang van de afgeleiden van het VRT-aanbod blijft ook in 2005 beperkt (0,7%).

De andere opbrengsten omvatten de sublicenties en sinds 2005 de recuperatie van productiekosten voor de uitzendingen rond de Belgische voetbalcompetitie. De VRT produceert alle uitzendingen van alle voetbalwedstrijden van het eersteklassevoetbal maar zendt zelf maar één wedstrijd per week integraal uit.

Analyse van de kosten

Analytische uitsplitsing van de kosten

in mio euro

	2005		2004	
Radio	88,0	21,9%	86,2	22,7%
Televisie	235,3	58,4%	220,0	58,1%
Nieuwe Media	4,2	1,1%	3,0	0,8%
Programmakost	327,5	81,4%	309,2	81,6%
Transmissie	10,9	2,7%	10,7	2,8%
Onderzoek en ontwikkeling	8,0	2,0%	8,6	2,3%
Line Extensions	1,1	0,3%	0,0	0,0%
Ondersteunende directies	55,1	13,7%	50,4	13,3%
Subtotaal	402,6	100,0%	378,9	100,0%
Andere	28,1		16,9	
Totaal ⁽¹⁾	430,7		395,8	

(1) Inclusief voorraadwijzigingen

81,4% van de kosten op ondernemingsniveau zijn rechtstreeks toegewezen programmakosten. De transmissiekosten bedragen 10,9 miljoen euro (2,7% van de totale kosten). De kosten van onderzoek en ontwikkeling bedragen 8,0 miljoen euro (zie p. 101). De kosten van Line Extensions bedragen 1,1 miljoen euro. Line Extensions werd in 2005 opgericht met het oog op de profes-

sionalisering van de merchandisingactiviteiten en de organisatie van evenementen.

De kosten van de ondersteunende directies bedragen 13,7 % van de totale kosten. Hierin zijn begrepen: de kosten van de gebouwen (behuizing), ICT, de Algemene Directie, de Directie HR en Facility Management, de

Financiële Directie en de Beleidsondersteunende Diensten.

In de post "Andere" worden de voorzieningen, de sublicenties, de waardeverminderingen, de herwaarderingen einde boekjaar, de belastingen, de herstructureringskosten en de kosten voor het Vlaams Radio-Orkest en het Vlaams Radio-Koor gegroepeerd.

Kosten per net – Radio

	in mio euro	
	2005	2004
Radio 1	19,0	17,9
Radio 2	26,7	25,5
Donna	12,5	13,4
Studio Brussel	11,4	10,8
Klara	12,6	12,6
RVI	3,1	4,5
Digitale netten	2,7	1,5
Totaal	88,0	86,2

In 2005 werd het tweejaarlijks evenement *Jazz Middelheim* georganiseerd. Dat verklaart in hoge mate de stijging van de kosten op Radio 1. Daarnaast werd bij Radio 1 de nieuwsredactie regionaal versterkt.

De verhoging bij Radio 2 is volledig toe te schrijven aan Radio 2 nationaal, de kostprijs van de regionale omroepen blijft tegenover 2004 ongeveer gelijk. De stijging van de kosten bij Radio 2 nationaal is voornamelijk te verklaren door een toename van de ruilcontracten afgesloten voor dit net.

Bij Donna werd in 2004 geïnvesteerd in een nieuw imago en een vernieuwd programmaschema. Dat verhoogde in 2004 de kosten eenmalig en verklaart lagere kosten in 2005.

RVI werd in 2005 gereorganiseerd. Een deel van de medewerkers en middelen werd ingezet bij Nieuwe Media of bij andere netten.

De verhoging van de kosten bij de digitale netten situeert zich bij Sporza en heeft te maken met het afsluiten van meer ruilcontracten.

Kosten per net – TV

	in mio euro	
	2005	2004
Eén	158,2	133,8
Canvas	60,7	51,2
Ketnet	16,4	15,8
Sporza	0,0	19,2
Totaal	235,3	220,0

De kosten van Eén en Canvas stegen in 2005 in vergelijking met 2004.

Eén vernieuwde (als gevolg van zijn innovatieproject Xi) zijn programmafrequenties en investeerde in nieuwe en innovatieve Vlaamse programma's.

Canvas vernieuwde zijn aanbod en vervolledigde zijn restyling in het najaar 2005 (als gevolg van het innovatietraject The building).

De Openbare Omroep kwam vanaf augustus 2005 in het bezit van de uitzendrechten voor de Belgische voetbalcompetitie. Dat resulteerde in een aantal nieuwe sportprogramma's die een plaats kregen in de programmering van Eén en Canvas.

De recurrente sportrechten van de zomer (vb. de Ronde van Frankrijk) werden in 2004 op Sporza geboekt en in 2005 op Eén of Canvas.

In 2006 wordt de vernieuwing van Ketnet doorgevoerd. Dat verklaart waarom de stijging van de uitgaven in 2005 voor Ketnet beperkt blijven.

Onderzoek en Ontwikkeling

	in mio euro	
Project	kost 2005	ontvangen subsidie IWT
O&O / Innovatie - cel	0,7	-
e-VRT algemeen	3,5	3,6
Advanced media	0,8	0,8
Mediadienstenplatform	3,0	3,0
Overeenkomst innovatieve projecten	7,3	7,4
Totaal Onderzoek & Ontwikkeling	8,0	7,4

In 2005 heeft de VRT voor 8 miljoen euro geïnvesteerd in Onderzoek en Ontwikkeling. De Cel Onderzoek en Ontwikkeling wordt volledig met eigen middelen gefinancierd.

Er werden in 2005 7,3 miljoen kosten gemaakt in het kader van de overeenkomst innovatieve mediaprojecten tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT.

Sportrechten

in mio euro

Voorraad op 01/01/2005	Aankopen in 2005	Uitgezonden in 2005	Voorraad op 31/12/2005
17,0	27,9	9,4	35,5
Aankopen, o.a. : Belgisch voetbal (2005-2008) Wereldkampioenschap voetbal (2010) Olympische Spelen Peking (2008) Wereldkampioenschap motorcross (2006-2009) Ronde van Italië (2005-2006)		Uitzendingen, o.a. : Belgisch Voetbal Champions League Formule 1 Tennis Wimbledon Tennis Roland Garros Tennis WTA toernooien Ronde van Frankrijk	

De voorraad sportrechten steeg in 2005 met 18,5 miljoen euro. Bij de afsluiting van het boekjaar bedroeg die 35,5 miljoen euro.

De voornaamste oorzaak van de stijging ligt bij het verwerven in 2005 van de uitzendrechten voor de Belgische voetbalcompetitie voor de periode 2005-2008 die volledig in voorraad genomen werden. Daarnaast werden contracten afgesloten voor belangrijke interna-

tionale evenementen in diverse sporttakken (o.a. WK voetbal 2010, Olympische Spelen 2008, WK motorcross en Ronde van Italië).

Wat de uitzendingen van 2005 betreft waren naast het Belgische voetbal, ook de Formule 1, de Ronde van Frankrijk, de tennisturnoien en de Champions League belangrijke evenementen.

Filmrechten

in mio euro

	Voorraad op 01/01/2005	Aankopen in 2005	Verbruik in 2005	Schrapping in 2005	Voorraad op 31/12/2005
Films	4,2	4,9	-3,2	-0,4	5,5
Documentaires	1,6	1,9	-1,7	-0,3	1,5
Series, comedy's, animatie, enz.	4,6	7,3	-5,7	-0,5	5,7
Totaal	10,4	14,1	-10,6	-1,2	12,7

De filmvoorraad steeg in 2005 met 2,3 miljoen euro en bedraagt op het eind van het boekjaar 12,7 miljoen euro. De stijging is het gevolg van het niet ondertekenen van de sublicentieovereenkomst met SBS-Belgium in 2005 waardoor de voorraad van films en series is toegenomen.

De voorraad filmrechten beschikbaar voor de VRT blijft ongewijzigd ten opzichte van 2004, op een niveau van ongeveer 10,4 miljoen euro.

Verslag van de Commissaris

Aan de Directie van De Vlaamse Radio en Televisieomroep NV van Publiek Recht

Wij hebben een onderzoek uitgevoerd op de bijgevoegde "Analyse van de Kosten en Opbrengsten" (de "Analyse") voor het Boekjaar 2005 zoals die werd opgesteld onder de verantwoordelijkheid van de Directie van De Vlaamse Radio en Televisieomroep NV van Publiek Recht. Deze Analyse werd opgemaakt op basis van een aantal analytische principes die in samenvatting zijn opgenomen onder het hoofdstuk Analyse van de Kosten en Opbrengsten.

Onze controlewerkzaamheden hadden tot doel om een verklaring af te leveren over de redelijkheid van deze analytische principes alsmede over hun toepassing.

Bij onze controle hebben wij ons o.a. gebaseerd op de werkzaamheden die we hebben uitgevoerd in het kader van de certificatie van de jaarrekening van de vennootschap per 31 december 2005. Overeenkomstig de normen van het Instituut der Bedrijfsrevisoren hebben wij bij deze werkzaamheden rekening gehouden met de administratie en boekhoudkundige organisatie van de vennootschap, alsook met de procedures van interne controle. Verder hebben wij op basis van steekproeven de verantwoording onderzocht van de bedragen opgenomen in de jaarrekening. Op 14 maart 2006 hebben

wij over de jaarrekening per 31 december 2005 een verklaring zonder voorbehoud afgeleverd.

Wij hebben onze werkzaamheden uitgebreid en bijkomende steekproeven genomen om onderstaande verklaring af te leveren over de correcte toepassing van deze analytische principes. Tevens hebben wij de redelijkheid van deze principes nagekeken.

Bij de uitvoering van onze werkzaamheden hebben wij geen anomalieën vastgesteld die ons zouden kunnen doen besluiten dat deze analytische principes niet correct zijn toegepast of waaruit zou kunnen blijken dat deze principes niet redelijk zouden zijn vastgesteld.

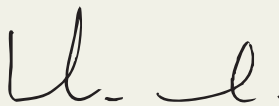
31 maart 2006

De Commissaris


DELOITTE Bedrijfsrevisoren

BV o.v.v.e. CVBA

Vertegenwoordigd door



Guy Wygaerts



Rik Neckebroeck

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

De nettokosten van de publieke opdracht van de VRT zijn het verschil tussen

- de op bedrijfsniveau geboekte ondernemingskosten na aftrek van de kosten verbonden aan de commerciële activiteiten die direct noch indirect enig voordeel halen uit de openbare-omroepopdracht
- en de inkomsten uit niet-commerciële activiteiten en de inkomsten uit commerciële activiteiten die

wel voordeel halen uit de openbare omroepopdracht.

De nettokosten van de publieke opdracht, *verhoogd met een redelijke winstmarge*, mogen volgens de transparantierichtlijn van de Europese Commissie niet hoger zijn dan de toegekende overheidssubsidies ter financiering van de publieke opdracht.

Niet -commerciële opbrengsten

in mio euro

	2002	2003	2004	2005
Facilitaire toelevering	3,3	4,2	3,7	8,8
Coproducties	2,2	2,6	2,7	4,6
Personeelscatering	0,7	0,8	0,9	0,8
Financiële opbrengsten	3,6	0,9	0,5	0,6
Andere bedrijfsopbrengsten	2,7	2,4	3,6	2,4
Totaal (*)	12,5	10,9	11,4	17,2

(*) exclusief voorraadwijzigingen

In 2005 bedragen de niet commerciële opbrengsten 17,2 miljoen euro. Deze opbrengsten bestaan uit de facilitaire toelevering, de coproducties, de personeelscatering, de financiële opbrengsten en andere

bedrijfsopbrengsten. De andere bedrijfsopbrengsten betreffen o.m. gerecupereerde kosten en dienstverleningen aan de twee dochterondernemingen van de VRT.

Commerciële activiteiten: rechtstreeks / onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht

in mio euro

	2002	2003	2004	2005
Opbrengsten	101,1	105,8	120,8	133,1
Kosten	26,3	26,0	31,2	46,0
Resultaat (+ winst; - verlies)	+74,8	+79,8	+89,6	+87,1

In 2005 bedraagt de winst op de commerciële activiteiten, die rechtstreeks of onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht halen 87,1 miljoen euro. Dit overschot is vooral te danken aan de ontvangsten uit de

lineaire doorgifte van de tv-netten en de via de VAR ontvangen radioreclame, sponsoring en boodschappen van algemeen nut.

Andere commerciële activiteiten

in mio euro

	2002	2003	2004	2005
Opbrengsten	4,3	3,0	3,0	4,9
Kosten	1,3	1,0	1,0	2,7
Resultaat (+ winst; - verlies)	+3,0	+2,0	+2,0	+2,2

Het resultaat van de commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de uitvoering van de publieke opdracht bedraagt 2,2 miljoen euro. Dit resultaat werd voornamelijk gerealiseerd via merchandising, huur-

gelden en verkoop entreekaarten.

Onder deze activiteiten valt ook de organisatie van evenementen door Line Extensions.

Nettokosten van de publieke opdracht

De evolutie van de totale nettokosten van de publieke opdracht weerspiegelt onze strategie om in de beginjaren van de lopende beheersovereenkomst reserves op te bouwen met het oog op de realisatie van de afgesproken performantiemaatstaven. Deze reserves dragen bij aan de kwaliteitsverbetering en de investeringen in nieuwe mediatoeepassingen.

Over de volledige duur van de beheersovereenkomst zullen de nettokosten van de publieke opdracht 8,4 miljoen euro hoger liggen dan de in dezelfde periode ontvangen overheidssubsidies. Er is met andere woorden geen overcompensatie.

in mio euro

	2002	2003	2004	2005	2006 Budget
Nettokost van de publieke opdracht	250,4	231,7	262,6	277,7	296,7
Overheidssubsidies	255,2	248,1	256,4	269,6	281,4
Vershil	-4,8	-16,4	6,2	8,1	15,3
Cumulatief verschil nettokost - overheidssubsidies	-4,8	-21,2	-15,0	-6,9	8,4

DOCHTERONDERNEMINGEN

VAR

In 2005 was het marktaandeel van de VAR in het totaal van de reclame- en sponsoringbestedingen in Vlaanderen 10,3 % (7,5 % op radio en 2,8 % op televisie).

Met de inkomsten uit reclame, sponsoring, BAN en commercialisering behaalde de VAR in 2005 een bedrijfsopbrengst van 84 miljoen euro en een winst na belasting van 3,6 miljoen euro.

VRT-Lease

De NV VRT Lease sloot zijn werkingsjaar af met een balanstotaal van 7.911.000 euro. Het negatieve resultaat van het boekjaar (-108.000 euro) wordt overgedragen naar het volgende boekjaar.

De belangrijkste investeringen in 2005 zijn grafische productiemiddelen, lijnencentrum radio, twee radio-studio's en een universeel ondertitelingsstelsel.

PENSIOENFONDSEN VRT

Het *Pensioenfonds Statutairen VRT* werd opgericht in 1997 en is belast met het beheer van de reserves voor het nakomen van de wettelijke pensioenen van de

huidige en gewezen statutaire personeelsleden van de VRT en hun begunstigden (eerste pensioenpijler). Het dekt tevens de kostprijs van de overlevingspensioenen voor de echtgenoten van overleden VRT-werknemers. De doelstelling van het reservebeheer is de financiering van de statutaire pensioenen te vrijwaren. De Vlaamse Gemeenschap draagt via een additionele dotatie bij tot het aanzuiveren van de geaccumuleerde pensioenschuld uit het verleden.

In de loop van 2005 werden voor het *Pensioenfonds Statutairen VRT* een aantal reallocaties doorgevoerd. Een financieringsfonds werd opgericht bij *Ethias*. De portefeuille van het *Pensioenfonds Statutairen VRT* bestond op 31 december 2005 uit 37% aandelen, 46% obligaties, 12% vastgoed en 5% liquiditeiten. De return van het fonds is 14,66%. Sinds de start is de return 5,37%. Op 31 december 2005 bedragen de totale activa 375 miljoen euro.

De contractuele werknemers vallen onder de pensioenregelingen van de privésector. Voor hen bestaat er sinds januari 2001 het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* dat voorziet in een aanvullende pensioenregeling (tweede pensioenpijler) en in een tegemoetkoming in geval van overlijden of invaliditeit. De VRT neemt alle bijdragen voor zijn rekening.

Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* werd een reallocatie doorgevoerd. De portefeuille van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* bestond op 31 december 2005 uit 57% aandelen, 30% obligaties, 9% vastgoed en 4% cash. In 2005 is de return van het fonds 17,45%. Sinds de start is de return 4,7%. Op 31 december 2005 bedragen de totale activa 22 miljoen euro.

PERFORMANTIE- MAATSTAVEN



Beleidskader - Opdracht

Audio-visuele kwaliteit	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>I.1. De VRT verbindt er zich toe jaarlijks een aantal concrete doelstellingen en maatregelen te formuleren om de kwaliteit van de programmering te bewaken en te versterken.</p> <p>Bij het formuleren van deze doelstellingen staan de verwachtingen en behoeften van de kijker ten aanzien van het programma-aanbod centraal, maar wordt ook rekening gehouden met de specifieke opdracht van de publieke omroep en de overige in artikel 2, §2 gedefinieerde kwaliteitsaspecten.</p> <p>I.2. Jaarlijks zal over die doelstellingen en de concrete realisatie ervan worden gerapporteerd in een apart hoofdstuk van de jaarlijkse rapporteringsnota over de beheersovereenkomst.</p>	<p>I.1. De VRT stelde zichzelf in 2005 een aantal concrete doelstellingen en formuleerde maatregelen om de kwaliteit van de programmering te bewaken en te versterken.</p> <p>Bij het formuleren van deze doelstellingen stonden de verwachtingen en de behoeften van de mediagebruiker ten aanzien van het programma-aanbod centraal, maar werd ook rekening gehouden met de specifieke opdracht van de publieke omroep in artikel 2, §2 gedefinieerde kwaliteitsaspecten.</p> <p>I.2. Over de doelstellingen en de concrete realisatie hiervan wordt gerapporteerd in dit jaarverslag.</p>

Engagementen van de instelling in het licht van haar kernopdrachten m.b.t. radio en televisie

Performantie televisie	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>II.1.1. De performantiemaatstaven m.b.t. het publieksbereik kunnen slechts worden behaald in de veronderstelling dat het bereik 'Totaal Televisie' niet verandert in de loop van deze beheersovereenkomst. Tenzij anders gespecificeerd, wordt met 'bereiken' steeds het bereik op weekbasis bedoeld gedurende minstens 15 opeenvolgende minuten, tenzij het programma (-onderdeel) korter is.</p> <p>II.1.2. Televisie zal met zijn 3 netten samen op weekbasis 70% van de bevolking bereiken.</p> <p>II.1.3. Televisie zal met de totaliteit van zijn journaal, duiding- en informatiemagazines gemiddeld per dag 1,5 miljoen kijkers bereiken.</p> <p>II.1.4. Daarbij zullen de duiding- en informatieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% behalen.</p> <p>II.1.5. Televisie zal met zijn ontspannings- en fictieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% behalen.</p> <p>II.1.6. Televisie zal in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen.</p> <p>II.1.7. Televisie zal daarmee gemiddeld 15% van de bevolking bereiken.</p> <p>II.1.8. Televisie zal zijn educatieve opdracht ter harte nemen.</p> <p>II.1.9. Televisie zal daarmee gemiddeld 10% van de bevolking bereiken.</p> <p>II.1.10. Televisie zal 70% van de 4 tot 12-jarigen die TV kijken bereiken (berekend op totaal bereik 4-12-jarigen op weekbasis).</p>	<p>II.1.1. Het bereik 'Totaal Televisie' is niet veranderd in de loop van 2005.</p> <p>II.1.2. Televisie bereikte met zijn netten op weekbasis 82,4% van de bevolking.</p> <p>II.1.3. Televisie bereikte met zijn journaals, duiding- en informatiemagazines samen gemiddeld 1.809.709 kijkers per dag.</p> <p>II.1.4. De duiding- en informatieprogramma's behaalden een gemiddelde waardering van 76%.</p> <p>II.1.5. Televisie behaalde zowel met zijn ontspannings- als met zijn fictieprogramma's een gemiddelde waardering van 78%.</p> <p>II.1.6. Televisie liet in 2005 in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod komen.</p> <p>II.1.7. Televisie bereikte met zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen 22,1% van de bevolking.</p> <p>II.1.8. Televisie nam zijn educatieve opdracht met zorg ter harte.</p> <p>II.1.9. Televisie bereikte met zijn educatieve programma's 26,9% van de bevolking.</p> <p>II.1.10. Televisie bereikte 91,2% van de 4 tot 12-jarigen die TV kijken.</p>

II.1.11. Televisie zal aandacht besteden aan de uitzending van sport, gebaseerd op het gevarieerde aanbod van 1999, 2000 en 2001. Dit betekent dat, naast voetbal en wielrennen, aan diverse sporttakken aandacht wordt besteed, in de mate dat de VRT beschikt over de uitzendrechten, en dit onverminderd de bepalingen van artikel 1 §§ 1 t.e.m. 5 van deze overeenkomst.

II.1.12. Het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de coproducties zal ten minste 50% bedragen van het totale programma-aanbod uitgezonden tussen 18u en 23u.

II.1.13. Televisie zal vorm, inhoud, taalgebruik en vernieuwend karakter van zowel de eigen producties, de aangekochte programma's als de netaankleding kritisch evalueren. Bijzondere aandacht gaat naar:

Het zendschema: in functie van de behoefte van de kijkers per net en per tijdsblok wordt voor iedere frequentie het programmatype bepaald en het totale zendschema samengesteld.

Het ontwikkelingsproces: de ontwikkeling en de organisatie van programma's bij de televisie gebeurt systematisch en volgens een vaste procedure, waarbij via kwalitatief onderzoek de waardering door de kijker van concepten en programma's wordt onderzocht.

Profieldagen: Om de programmamakers een nog diepgaander inzicht te geven in de kwaliteitseisen die het televisiepubliek stelt worden minstens 1x per jaar en per net profieldagen georganiseerd.

Bedrijfsprocessen: Optimalisering van planning, stiptheid en interne communicatie. Verhoogde aandacht voor het stimuleren van creativiteit en optimalisering van styling/vormgeving.

II.1.14. Over deze kwaliteitscontrole en –verbetering wordt jaarlijks verslag uitgebracht in het in artikel 2,§3 voorziene hoofdstuk van de jaarlijkse rapportering.

II.1.15. Televisie zal ervoor zorgen dat de kijker ten allen tijde het onderscheid kan maken tussen enerzijds informatie en duiding en anderzijds ontspanning en infotainment.

II.1.16. De Technische Diensten van de televisie verzekeren dat alle TV-uitzendingen, volgens het vooropgestelde programmaschema, met een continuïteit van 99,5 % ter beschikking worden gesteld aan de telecommunicatietoren van waaruit het signaal naar de kijker vertrekt.

II.1.11. Televisie had ruime aandacht in zijn uitzendingen voor sport, op basis van een gevarieerd aanbod. Naast voetbal en wielrennen, werd de nodige aandacht besteed aan diverse andere sporttakken, in de mate dat de VRT beschikte over de uitzendrechten, en onverminderd de bepalingen van artikel 1 §§ 1 t.e.m. 5 van de beheersovereenkomst.

II.1.12. Het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de coproducties bedroeg in 2005 66,2% van het totale programma-aanbod uitgezonden tussen 18u en 23u.

II.1.13. Televisie evalueerde in 2005 vorm, inhoud, taalgebruik en vernieuwend karakter van zowel de eigen producties, de aangekochte programma's als de netaankleding kritisch. Bijzondere aandacht ging daarbij naar:

- het zendschema
- het ontwikkelingsproces
- profieldagen
- bedrijfsprocessen

II.1.14. Over de kwaliteitscontrole en –verbetering wordt verslag uitgebracht in dit jaarverslag.

II.1.15. Televisie zorgde er in 2005 voor dat de kijker ten allen tijde het onderscheid kon maken tussen enerzijds informatie en duiding en anderzijds ontspanning en infotainment.

II.1.16. De technische diensten van de televisie haalden met 99,96% vlot de norm dat gedurende minstens 99,5% van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's zouden ter beschikking worden gesteld aan de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de kijker vertrekt.

Performantie radio

PERFORMANTIE-MAATSTAF

II.2.1. De VRT-Radio zal als openbare radio een relatief weekbereik behouden van 65%

II.2.2. De gemiddelde luisterduur zal op minstens 3 uur 15 minuten behouden blijven zelfs al is dit niet voor alle luistergroepen mogelijk.

II.2.3. De totale output van de binnenlandse radio wordt op minimaal 48.000 uur per jaar gegarandeerd.

II.2.4. Radio zal zijn nieuwsbulletins op de diverse netten behouden op ten minste 50 minuten per dag

II.2.5. en zal daarmee 80% van de VRT-luisteraars bereiken.

II.2.6. De presentatie ervan zal zijn aangepast aan het profiel van het net.

REALISATIE

II.2.1. De VRT-Radio had in 2005 een relatief weekbereik van 87,6%.

II.2.2. De gemiddelde luisterduur bedroeg in 2005 3 uur en 52 minuten.

II.2.3. De totale output van de binnenlandse radio bedroeg in 2005 72.417 uren.

II.2.4. Radio had in 2005 op al zijn netten nieuwsbulletins van in totaal ten minste 50 minuten per dag.

II.2.5. Radio bereikte in 2005 op zijn diverse netten met zijn nieuwsbulletins 94,8% van de VRT-luisteraars.

II.2.6. De presentatie was in 2005 aangepast aan het profiel van het net.

II.2.7. Duiding wordt gegeven op de daartoe aangewezen netten.

II.2.8. De VRT-radio geeft extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen.

II.2.9. Om de band met het publiek te behouden zal de VRT zijn promotiebeleid per net voortzetten

II.2.10. en publieke manifestaties organiseren of er op aanwezig zijn om van daar rechtstreeks uit te zenden.

II.2.11. RVi zal zich losmaken van zijn exclusieve radio-opdracht

II.2.12. en zich profileren als een toegang via internettechnologie tot de informatie over Vlaanderen.

II.2.13. RVi wordt -of integreert zich in- een multimediaal (meertalig) venster op Vlaanderen met informatie (geluid, beeld, tekst) en een goed geselecteerd aanbod van wat de Vlaming in het buitenland of de buitenlander kan interesseren.

II.2.14. Er zal over worden gewaakt dat de luisteraar te allen tijde het onderscheid kan maken tussen informatie en duiding enerzijds en andere programma's anderzijds.

II.2.15. Radio evalueert kritisch, voor elk van de netten, of de programma's beantwoorden aan het afgesproken concept en het netprofiel, of ze een correcte taal gebruiken en qua presentatie beantwoorden aan de verwachtingen van het publiek. Met bijzondere aandacht voor:

Procedure om programmavoorstellen in te dienen: De ontwikkeling en de organisatie van radioprogramma's gebeurt systematisch en volgens een vaste procedure, waarbij programma's pas na evaluatie van een proefprogramma in het programmaschema worden opgenomen

Programmeringsinstrument: het zendschema van een net wordt bekeken vanuit de luisteraar. Voor elk tijdsblok wordt de doelgroep, het type programma en de dynamiek van het programma in verhouding tot het dagritme van de luisteraar bepaald,

Luisterclubs: de programmeringsadviseurs organiseren 'luisterclubs' om de bestaande programma's te evalueren en inventariseren aan de hand van een gestandaardiseerde leidraad

Aanstelling coördinatoren: in elk net staan coördinatoren het nethoofd bij voor een belangrijk programma-overschrijdend aspect van de interne kwaliteitszorg.

Interne screenings bij de netten: de netten organiseren zelf programma-evaluaties binnen de productiekern.

Jaarlijks wordt elk programma ook gedetailleerd besproken met alle betrokken medewerkers

Presentatie luisteronderzoek: elk luisteronderzoek wordt aan alle nethoofden gepresenteerd en daarna nog eens uitvoerig, per net, aan alle medewerkers.

II.2.16. Over deze kwaliteitscontrole en -verbetering wordt jaarlijks verslag uitgebracht in een apart hoofdstuk van de jaarlijkse rapportering.

II.2.17. De technische diensten van de radio waarborgen dat gedurende minstens 99,5 % van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's zullen ter beschikking worden gesteld van de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de luisteraar vertrekt.

II.2.7. Duiding werd in 2005 gegeven op de daartoe aangewezen netten.

II.2.8. De VRT-radio gaf in 2005 extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen.

II.2.9. Om de band met het publiek te behouden had de VRT in 2005 een promotiebeleid per net.

II.2.10. In 2005 organiseerde de VRT publieke manifestaties of was erop aanwezig om van daar rechtstreeks uit te zenden.

II.2.11. RVi maakte zich in 2005 los van zijn exclusieve radio-opdracht.

II.2.12. RVi profileerde zich in 2005 als een toegang via internettechnologie tot de informatie over Vlaanderen.

II.2.13. De VRT bouwde RVi uit tot een multimediaal (meertalig) venster op Vlaanderen met informatie (geluid, beeld, tekst) en een goed geselecteerd aanbod van wat de Vlaming in het buitenland of de buitenlander kan interesseren.

II.2.14. De luisteraar kon in 2005 te allen tijde het onderscheid tussen informatie en duiding enerzijds en andere programma's anderzijds vaststellen.

II.2.15. Radio evalueerde in 2005 kritisch, voor elk van de netten, of de programma's beantwoorden aan het afgesproken concept en het netprofiel.

Radio evalueerde in 2005 kritisch voor elk net of ze een correcte taal gebruiken.

Radio evalueerde in 2005 kritisch voor elk net of ze qua presentatie beantwoorden aan de verwachtingen van het publiek.

Bijzondere aandacht ging naar:

- procedure om programmavoorstellen in te dienen
- programmeringsinstrument
- screenings (vroegere luisterclubs)
- aanstelling coördinatoren
- interne screenings bij de netten
- presentatie luisteronderzoek

II.2.16. Over deze kwaliteitscontrole en -verbetering wordt verslag uitgebracht in dit jaarverslag.

II.2.17. Met 99,87% haalden de technische diensten van de radio vlot de waarborg dat gedurende minstens 99,5% van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's ter beschikking zouden worden gesteld van de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de luisteraar vertrekt.

Engagementen van de instelling in het licht van haar kernopdrachten m.b.t. innovatieve media-projecten

PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>III.1. De VRT digitaliseert zijn intern productieproces</p> <p>III.2. en maakt het in de loop van deze beheersovereenkomst internettechnologie-compatibel. Deze maatstaf is niet van toepassing op het beeld- en klankarchief.</p> <p>III.3. Bestaande informatica- en informatiesystemen worden geïntegreerd.</p> <p>III.4. De VRT rapporteert specifiek over de vooruitgang.</p> <p>III.5. De VRT zal ernaar streven zo snel mogelijk alle teletekst berichten te vernieuwen.</p> <p>III.6. Op termijn zal het huidige teletekstaanbod worden geïntegreerd binnen de nieuwe elektronische diensten van de VRT.</p> <p>III.7. Het begin 2002 bestaande internetaanbod wordt gestroomlijnd</p> <p>III.8. en verder uitgebouwd ter ondersteuning van de VRT-kernactiviteiten, radio- en televisie.</p> <p>III.9. De VRT rapporteert hier jaarlijks over.</p> <p>III.10. De VRT biedt via de e-diensten toegang tot accurate, betrouwbare en kwaliteitsvolle informatie, ontspanning of andere e-diensten, zowel op basis van eigen VRT-productie als door de aggregatie van in de markt aanwezige diensten en producten.</p> <p>III.11. De VRT rapporteert hier jaarlijks over.</p> <p>III.12. Gedurende 2001 en 2002 wordt een proefproject opgezet met nieuwe vormen van programmering, de creatie van programma-inhouden, het ontwikkelen van een productie-, een applicatie- en een distributieplatform en de meting en de gedragsanalyse van de pilootgroep.</p> <p>III.13. Met het oog op de uitbouw van een Content management systeem wordt onderzoek gedaan binnen 5 werkkaders, met name het transcoderen, de extractie en opmaak van objecten uit audiovisueel materiaal, interactiviteit, de integratie van metadata of componentenmodellering en het beheer van metadata.</p> <p>III.14. De VRT zal nagaan wat zijn rol en die van de overheid kan zijn bij de oprichting van een Application Service Provider (ASP) voor de Vlaamse Audiovisuele sector.</p> <p>III.15. De VRT demonstreert intern 'proof of concept' van dergelijke structuur voor 500 gebruikers tegen 31.01.2003.</p> <p>III.16. Bij een positieve evaluatie wordt dit project verder uitgebouwd tot een capaciteit van 3000 gebruikers (zowel intern als extern) in 2006</p>	<p>III.1. De VRT digitaliseerde in 2005 zijn interne productieproces.</p> <p>III.2. De VRT bouwde in 2005 aan het compatibel maken van zijn interne productieproces aan de internettechnologie.</p> <p>III.3. Informatica- en informatiesystemen werden in 2005 verder geïntegreerd.</p> <p>III.4. De rapportering is te vinden in dit jaarverslag en in het e-VRT-Opgvolgingscomité.</p> <p>III.5. De VRT vernieuwde in 2005 zijn Teletekst-berichten permanent en zo snel mogelijk.</p> <p>III.6. Het huidige teletekstaanbod wordt geïntegreerd opgesteld samen met de nieuwe elektronische diensten van de VRT.</p> <p>III.7. Het internetaanbod werd in 2005 verder uitgebreid en gestroomlijnd.</p> <p>III.8. Het internetaanbod werd in 2005 verder uitgebouwd ter ondersteuning van radio en televisie.</p> <p>III.9. De rapportering is te vinden in dit jaarverslag.</p> <p>III.10. De VRT bood in 2005 via een aantal e-diensten toegang tot accurate, betrouwbare en kwaliteitsvolle informatie, ontspanning of andere e-diensten.</p> <p>III.11. De rapportering is te vinden in dit jaarverslag.</p> <p>III.12. Niet van toepassing.</p> <p>III.13. Het MPEG-project werd in 2004 afgerond. De opvolger van dit project (Advanced Media) werd in september 2005 afgerond. De resultaten van beide projecten worden door de VRT gevaloriseerd en gebruikt binnen het IBBT.</p> <p>III.14. De VRT ging in 2005 verder na wat zijn rol en die van de overheid kan zijn bij de oprichting van een Application Service Provider (ASP) voor de Vlaamse Audiovisuele sector.</p> <p>III.15. Niet van toepassing.</p> <p>III.16. De VRT startte in 2005 met een proefproject samen met Woestijnvis en Videohouse voor bestandsgebaseerde productie.</p>

Engagementen van de instelling in het licht van haar kernopdrachten m.b.t. technologie en transmissie

Uitbouw transmissie-infrastructuur	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>IV.1.1. De transmissiediensten verzekeren de radio- en TV-uitzendingen met een continuïteit van 99,5 % met dien verstande dat voor de TV-netten de elektriciteitsonderbrekingen niet in rekening worden gebracht</p> <p>IV.1.2. De VRT zal de bestaande radionetten bestemd voor de Vlaamse Gemeenschap uitzenden in FM-stereo, inclusief een aantal RDS-functies.</p> <p>IV.1.3. Zendstations en frequenties in de gereserveerde FM-band (87,5-102,1 MHz) worden zo gepland dat de ontvangst met degelijke vaste en mobiele (auto)radiotoestellen gewaarborgd is voor het Vlaamse grondgebied en Brussel voor zover een geschikte antenne wordt aangewend, er geen externe storingen optreden en lokale topografische omstandigheden dit niet verhinderen.</p> <p>IV.1.4. Voor Radio Donna is de ontvangst gegarandeerd voor 95 % van het Vlaamse grondgebied.</p> <p>IV.1.5. De transmissiediensten streven ernaar die waarde te verhogen indien bijkomende frequenties ter beschikking worden gesteld.</p> <p>IV.1.6. De middengolfzenders breiden de ontvangst van de radio-uitzendingen uit tot ongeveer 300 km van Brussel.</p> <p>IV.1.7. De twee analoge televisiekanalen worden met digitaal stereogeluid (NICAM) uitgezonden in Vlaanderen. Ontvangst is gewaarborgd met degelijke TV-toestellen met een individuele antenne op dakhoogte of via de kabel, bij ongewijzigde wetgeving en marktomstandigheden.</p> <p>IV.1.8. Het DAB-radionetwerk wordt verder uitgebouwd tot het volledige Vlaamse grondgebied.</p> <p>IV.1.9. Vóór het einde van deze beheersovereenkomst zal het nationale ensemble 12A operationeel zijn.</p> <p>IV.1.10. Een DVBT-zendernet (digitale TV en e-diensten) wordt uitgebouwd voor ontvangst met draagbare toestellen.</p> <p>IV.1.11. In de loop van 2001 wordt minstens één zender in Schoten op het kanaal 59 en centrale codeer- en multiplexapparatuur opgestart.</p> <p>IV.1.12. In functie van de resultaten van dit proefproject wordt in de loop van deze beheersovereenkomst een volledig digitaal zendernet voor draagbare ontvangst opgebouwd (universele dienstverlening).</p>	<p>IV.1.1. De transmissiediensten konden in 2005 met een continuïteit van meer dan 99,5% de radio- en TV-uitzendingen verzekeren (uitgezonderd de elektriciteitsonderbrekingen): FM-radio 99,96%, MG-radio 99,92%, DAB 99,57%, tv 99,95% en DVB-T 99,85%.</p> <p>IV.1.2. De VRT zond in 2005 Radio 1, Radio 2, Donna, Klara en Studio Brussel uit in FM-stereo, inclusief een aantal RDS-functies.</p> <p>IV.1.3. Het luistercomfort van de radionetten is in 2005 niet overal even goed door storingen veroorzaakt door het grote aantal zenders in de Franstalige Gemeenschap die zich niet houden aan de opgelegde vergunningen.</p> <p>IV.1.4. Voor Donna was de ontvangst in 2005 gegarandeerd voor 95% van het Vlaamse grondgebied.</p> <p>IV.1.5. De transmissiediensten streefden in 2005 ernaar die waarde te verhogen, ondanks het feit dat de Vlaamse overheid geen bijkomende frequenties ter beschikking heeft gesteld.</p> <p>IV.1.6. De middengolfzenders breidden de ontvangst van de radio-uitzendingen uit tot ongeveer 300 km van Brussel.</p> <p>IV.1.7. De twee analoge televisiekanalen werden in 2005 met digitaal stereogeluid (NICAM) uitgezonden in Vlaanderen. De ontvangst van de twee analoge televisiekanalen was gewaarborgd voor degelijke tv-toestellen met een individuele antenne op dakhoogte of via de kabel. De wetgeving bleef ongewijzigd. De marktomstandigheden waren wel gewijzigd.</p> <p>IV.1.8. Het DAB-radionetwerk bestreek in 2005 het hele Vlaamse grondgebied (behalve het noorden van Limburg).</p> <p>IV.1.9. Het nationale ensemble 12A was in 2005 operationeel.</p> <p>IV.1.10. Er werd in 2005 gewerkt aan het DVB-T-zendernet voor ontvangst met draagbare toestellen.</p> <p>IV.1.11. Niet van toepassing.</p> <p>IV.1.12. De VRT bouwde verder aan het volledig digitaal zendernet voor draagbare ontvangst.</p>
Procesbeheersing	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>IV.2.1. De VRT zal in de loop van deze beheersovereenkomst een geïntegreerd data- en managementinformatiesysteem (ERP- Enterprise Resources Planning) implementeren.</p> <p>IV.2.2. Hierover zal jaarlijks worden gerapporteerd.</p>	<p>IV.2.1. Fase 1 van ERP is in dienst sinds 2001. In 2005 bouwde de VRT verder aan ERP. Fase 2 wordt in de tweede helft van 2006 opgestart.</p> <p>IV.2.2. Hierover wordt in dit jaarverslag gerapporteerd.</p>

Personeelsbeleid

PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>V.1. HRM organiseert voor alle niveaus en voor alle departementen functioneel zinvolle opleidingen die beantwoorden aan de behoeften van zijn personeel.</p> <p>V.2. HRM begeleidt veranderingen in de organisatie door het organiseren van een passende communicatie naar de personeelsleden en de leidinggevenden.</p> <p>V.3. HRM organiseert een gelijkemansbeleid t.o.v. vrouwen en allochtonen</p> <p>V.4. en profileert de VRT als een toonaangevend bedrijf inzake non-discriminatie.</p> <p>V.5. De VRT waakt er over dat procedures, reglementen, statutaire bepalingen of sectorale akkoorden voldoende flexibiliteit mogelijk maken om functioneel verantwoord te kunnen werken in een concurrentiële omgeving.</p> <p>V.6. De personeelskosten blijven binnen de perken van het financieel plan dat bij deze overeenkomst is opgenomen.</p> <p>V.7. Herstructureringskosten die gepaard zouden gaan met een technologiesprong worden apart in de jaarrekening opgenomen</p> <p>V.8. en blijven binnen de perken van het financieel plan.</p>	<p>V.1. HRM organiseerde in 2005 voor alle niveaus en voor alle departementen functioneel zinvolle opleidingen die beantwoorden aan de behoeften van zijn personeel.</p> <p>V.2. HRM begeleidde in 2005 veranderingen in de organisatie door het organiseren van een passende communicatie naar de personeelsleden en de leidinggevenden.</p> <p>V.3. HRM organiseerde in 2005 een gelijkemansbeleid t.o.v. vrouwen en allochtonen.</p> <p>V.4. HRM profileerde de VRT in 2005 als een toonaangevend bedrijf inzake non-discriminatie.</p> <p>V.5. De VRT waakte in 2005 er over dat procedures, reglementen, statutaire bepalingen of sectorale akkoorden voldoende flexibiliteit mogelijk maken om functioneel verantwoord te kunnen werken in een concurrentiële omgeving.</p> <p>V.6. Ten gevolge van de veranderingen in het medialandschap zijn de personeelskosten gestegen, met toestemming van de Raad van Bestuur. Dit werd opgevangen door besparingen in andere posten.</p> <p>V.7. De herstructureringskosten die gepaard gaan met een technologiesprong worden apart in de jaarrekening 2005 opgenomen.</p> <p>V.8. Ze bleven binnen de perken van het financieel plan.</p>

Financiële betrekkingen tussen de instelling en de Vlaamse Gemeenschap

Pensioenproblematiek	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>VI.1. De VRT rapporteert in uitvoering van de beheersovereenkomst jaarlijks over de resultaten van het VRT pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT pensioenfonds voor contractuele werknemers.</p>	<p>VI.1. De VRT rapporteert in dit jaarverslag over de resultaten van het VRT-pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT-pensioenfonds voor contractuele werknemers.</p>
Financiële planning	
PERFORMANTIE-MAATSTAF	REALISATIE
<p>VI.2. De VRT behaalt jaarlijks minstens het cumulatief resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan in bijlage. Dit veronderstelt dat minstens 37.184.000 euro netto inkomsten uit radioreclame en 8.700.000 euro uit de TV-alliantiepartnershippakketten zoals omschreven in artikel 19, §§2 en 3 wordt gegenereerd.</p>	<p>VI.2. De VRT behaalde in 2005 het cumulatief resultaat van 16.123.000 euro. Dit is 14.335.000 euro beter dan de afgesproken financiële performantiemaatstaf (bepaald in het financieel plan van de beheersovereenkomst). De netto inkomsten uit radioreclame bedroegen in 2005 39.111.000 euro en uit de tv-alliantiepartnershippakketten zoals omschreven in artikel 19, §§ 2 en 3 van de beheersovereenkomst 2002-2006 8.672.000 euro.</p>

A SOLID VRT FOR THE FUTURE

Neil Armstrong once said: “*That’s one small step for (a) man, one giant leap for mankind*”. A statement easily applicable to today’s media landscape. The digital media have lift off. The transition from an analogue linear to a digital and multi-medial media landscape is approaching fast. As a result of the media’s business economic and technological evolution, their possibilities are greatly expanding and their impact on society has become more important.

Internationalisation is putting pressure on the cultural identity of smaller communities like the Flemish community. The debate on the Public Broadcaster is first and foremost a public debate. The digital revolution is opening new doors of opportunity through which the role of the broadcasters in general and also in particular the VRT in the area of information, culture, sports, knowledge and science and Flemish identity becomes increasingly important.

Both the VRT and the Flemish society have to grab this opportunity.

The digitalisation of the media gives media users the chance to consult media where and whenever they wish. Today’s youngsters are totally involved in the new media. Radio and tv remain media flagships but more and more have to share their role with the new media. Investing in the digital landscape is thus investing in the future. The VRT has to offer its programmes via these digital media. This Public Broadcaster took the first steps in 2005 towards becoming a digital broadcaster.

Starting from the core guidelines drawn up by the Board of Directors and the VRT management in May 2004, the VRT has developed its own vision for 2010. In its *Vision statement on the evolution of the VRT towards a digital Public Broadcaster* the VRT laid down what the Flemish digital Public Broadcaster wants to look like and which role he can play within and for Flemish society as a Public Broadcaster. The *Vision statement* reproduces the VRT’s position in the framework of the third Management Agreement. The VRT also has to be given the necessary freedom to gear itself better towards the needs of the media users and developments in the media landscape.

The future of the VRT’s selection is based on the VITA concept and on the three-track policy:

- In 2005 the VRT mainly invested in its generalistic channels. These channels continue to serve the media users with strong programming and guide them to the remainder the VRT has on offer. Via the generalistic channels the VRT connects the media users to one another and keeps them informed about what is happening in Flanders and the rest of the world. The generalistic channels remain the core of the station’s future programming. New media applications find their origin in the generalistic linear selection.

To maintain its social, democratic, cultural and economic added value for Flanders the VRT intends to expand its selection in the area of New Media and interactive and digital radio and television. With the realization of VITA the VRT intends to supplement its generalistic selection with an Enriched, Interactive and Thematic selection to its media users and make its Archive available to professionals and private users.

- The VRT is intent on meeting its legal obligation in various areas (information, culture, education, sports, Flemish identity) by using a three-track policy. Each of the areas is part of the generalistic selection as a subject in a programme (track 1) or as the object of a programme (track 2). In the third avenue the area itself is the object of a thematic selection. As first theme the VRT worked out its three-track policy in the field of culture in 2005. To ensure its cultural assignment becomes fully-fledged, the VRT intends to set up among other things, a culture channel.

At the same time the VRT intends to further expand its target group-oriented selection for children and youngsters as a priority. They have to have a selection that is applicable to their media needs. The Flemish identity of this vulnerable group will then be guaranteed for the future.

The VRT further invested in 2005 in innovation and in the modernisation of its technological infrastructure. The VRT puts its acquired knowledge via the IWT and the IBBT at the disposal of the Flemish media industry, beneficial to all the Flemish media companies. The DMF-(Digital Media Factory) project has led the course

of production of the programmes being completely digitalized. GMII (Gemeenschappelijke Media-IT-Infrastructuur / The Common Media IT Infrastructure) makes it digitally available to everyone who is involved with the production. The ASP project intends to put an effective ICT platform at the disposal of the Flemish image industry.

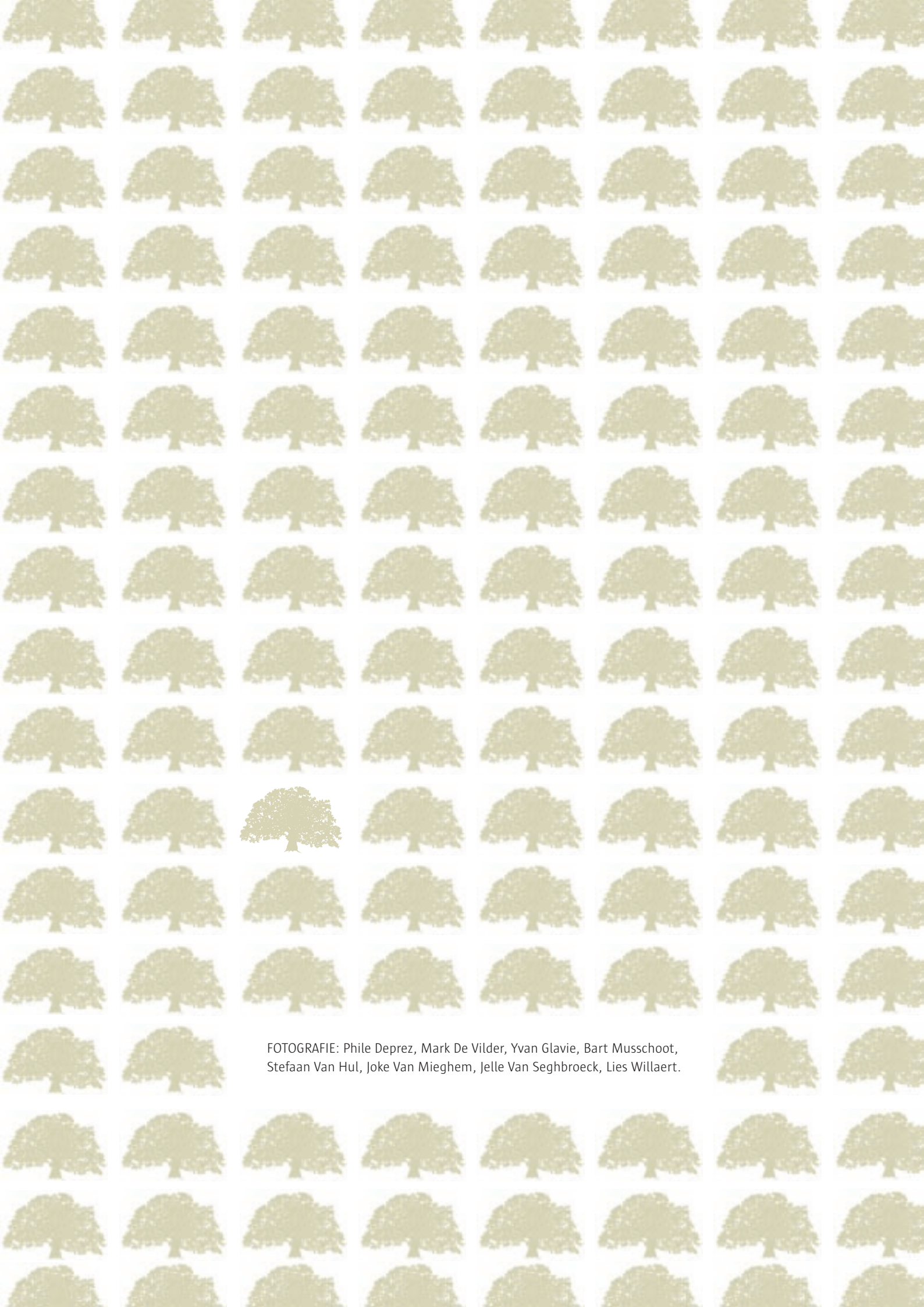
Digital media offer the VRT the possibility of working more cross-medial and multi-medial. There was a sharp increase in the collaboration between radio, TV and online last year. Cross-medial projects such as *Kinderen van Dewindt (Children of Dewindt)* or *De grootste Belg (The Greatest Belgian)* demonstrate that the media are growing towards one another without losing their own identity. In fact, they strengthen one another.

After the VRT had put its selection via digital DVB-T at the disposal of the media user in 2004, in 2005 its digital tv-programmes were launched via the networks of *Interkabel*, *Telenet* and *Belgacom*. The VRT launched its digital services that supply an added value to the media user. Interactive applications allowed the media user to interact with the VRT's media selection. Now the user has the oppor-

tunity to take part in a programme. In 2005 the VRT started with its first interactive applications such as *Allemaal Sam*. Podcasting and digital tv offer the media user the possibility of listening to or watching VRT-programmes whenever they wish. The introduction of *Net gemist (Just missed it)*, *Het Archief (The Archive)* and podcasting was a success. The cross-medial character of different programmes and services gives the possibility of supplying the media user with additional information and services. With projects such as *De grootste Belg*, *The Tour de France* and *Rome* the media user received more information than simply the linear tv- and radio-programmes. Every single one of these VRT-services is a success and is an added leverage for the digital roll out in Flanders.

The Public Broadcaster has the interests of every Fleming at heart. In whatever it does, the VRT will put the media user first. In 2005 this was the starting out point of every VRT-activity. It will continue to guide the VRT on its journey towards the digital future.

Tony Mary, Chief Executive Officer VRT



FOTOGRAFIE: Phile Deprez, Mark De Vilder, Yvan Glavie, Bart Musschoot, Stefaan Van Hul, Joke Van Mieghem, Jelle Van Seghbroeck, Lies Willaert.

VRT, NV van Publiek Recht



Auguste Reyerslaan 52, 1043 Brussel

Tel. 02 741 31 11

Fax 02 734 93 51

E-mail: info@vrt.be

www.vrt.be

BTW BE 0244 142 664

RPR Brussel

V.u. Hilde Debackere