



RAPPORT 2015

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

**Toezicht op de naleving door de openbare
omroep van de beheersovereenkomst met
de Vlaamse Gemeenschap**



Vlaanderen
is media

D/2016/3241/146

Inhoud

Inleiding	1
1. Strategische en operationele doelstellingen	3
1.1. Aanbod en bereik	3
1.1.1. Algemene bepalingen	3
1.1.2. Radio	25
1.1.3. TV	42
1.1.4. Thematisch online aanbod	51
1.1.5. Teletekst / digitekst	54
1.1.6. Transversale domeinen	55
1.1.7. Educatie - focus op mediawijsheid	73
1.2. Productstrategie	78
1.3. Creativiteit en efficiëntie	86
2. Toegevoegde opdrachten	97
2.1. Onderzoek en innovatie	97
2.2. Archief	100
3. Publieke meerwaarde en kwaliteit	102
4. Duurzaam ondernemen	109
5. Financiële betrekkingen	112
6. Opvolging, rapportering en evaluatie - transparantie	113
7. Conclusie en aanbeveling	116
Bijlagen	117
Bijlage 2: Overzicht programma's (niet exhaustief) rond maatschappelijke kwesties (SD2)	117
Bijlage 3: Overzicht overleg- en interactiemomenten met jongeren en jongerenorganisaties (SD 3)	120

Bijlage 4: Bereik VRT-televisienetten: cijfers op weekbasis (SD4)	121
Bijlage 5: Lijst uitgezonden VRT-programma's op BVN (SD5)	123
Bijlage 6: Belanghebbendenbeheer: Overzicht aanbodsgelateerd overleg en samenwerking met diverse partners (SD6)	124
Bijlage 7: Samenwerkingsverbanden met publieke en private partners (SD7)	127
Bijlage 8: Jaarverslag radio 2015 (SD8)	130
Bijlage 9: Muziekaanbod Radio (SD9)	143
Bijlage 10: Jaaroverzicht VRT-televisienetten (SD11)	145
Bijlage 11: Publicaties van Cobra.be content bij cultuurpartners in 2015	149
Bijlage 12: Overzicht evenementiële streaming (SD14)	150
Bijlage 13: Aanbod op aanvraag (SD14)	151
Bijlage 14: Overzicht waarderingscijfers nieuwsaanbod	151
Bijlage 15: Bereik VRT-nieuws op VRT-televisienetten (overzicht op dagbasis - SD17)	152
Bijlage 16: Overzicht pop-up correspondenten 2015 (SD17)	160
Bijlage 17: Overzicht diepgravende reportages (SD17)	160
Bijlage 18: Jaarrapport cultuur (SD18 - 19)	163
Bijlage 19: Bereik Cultuurprogramma's op weekbasis (SD19)	207
Bijlage 20: Overzicht cinefiele films op Canvas in 2015 (SD19)	209
Bijlage 21: Overzicht behandelde sporten in Sportweekend (SD20)	211
Bijlage 22: Bereik educatieprogramma's op weekbasis (SD22)	212
Bijlage 23: Wetenschap- en educatief aanbod VRT (SD22)	213
Bijlage 24: Vlaamse televisieproducties en coproducties in primetime (SD 27)	214

Inleiding

De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) publiceert jaarlijks een toezichtsrapport over de naleving door de openbare omroep (VRT) van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap.^[1] Het voorliggende toezichtsrapport heeft betrekking op de beheersovereenkomst 2012-2016 van de openbare omroep met de Vlaamse Gemeenschap, werkingsjaar 2015.

Het door de VRM uitgevoerde toezicht betreft de **inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst** en is **niet van financiële of budgettaire aard** ^[2]. Het toezicht door de VRM is complementair met de supervisie door de gemeenschapsafgevaardigde in opdracht van de Vlaamse Regering. Hierdoor worden de doelstellingen 39 en 40 uit de beheersovereenkomst niet behandeld in dit toezichtsrapport.

De VRM beoordeelt in dit rapport de mate waarin de openbare omroep in 2015 de strategische en operationele doelstellingen heeft behaald.

Voor het werkjaar 2015 is de overheidsfinanciering van de VRT gedaald. Dit heeft geleid tot een aanpassing van de opdracht van de openbare omroep. De minister van Media heeft de VRM hieromtrent bij brief ingelicht.

Na overleg tussen de minister van Media en de VRT zijn beide partijen overeengekomen dat bepaalde verplichtingen die opgenomen waren in de beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT bijgestuurd zullen worden voor het jaar 2015.

Het gaat daarbij (onder meer) over:

- OP12 houdt als afzonderlijk aanbodsmerk op te bestaan vanaf 1 januari 2015;
- Cobra wordt als afzonderlijk thematisch merk geschrapt (Canvas is het merk waaronder het kunst- en cultuuraanbod online gebracht wordt);
- de structurele dagprogrammatie van Canvas kan geschrapt worden;
- Eén zal 's middags meer herhalingen mogen programmeren;
- op Klara kan het aantal live-concertopnames uit binnen- of buitenland dalen van 1 per dag naar 3 à 4 per week;
- een vast sportslot op zondagmiddag is niet meer op weekbasis vastgelegd, maar hangt af van de actualiteit en de beschikbare rechten.

De VRM houdt in zijn conclusies rekening met de nieuwe afspraken tussen beide partijen.

Door de VRT werden zowel cijfergegevens als beschrijvende passages aan de VRM overgemaakt. De cijfergegevens zijn zowel afkomstig van de PPM-studie (Portable People Meter-studie), CIM (Centrum voor Informatie over de Media), als van de Studiedienst van de VRT. Er zijn ook enkele rapporten vertrouwelijk overgemaakt aan de VRM. De cijfergegevens van de Studiedienst van de VRT werden door de VRM steekproefgewijs geverifieerd. Deze controle gebeurt na het opvragen van playlists (radio) en programmaschema's (televisie). Dit gebeurde voor de maanden **juli en december 2015**. Er wordt daarbij een vergelijking gemaakt tussen de overgemaakte playlists en programmaschema's van de VRT en de opnames die door de VRM steekproefgewijs zijn gemaakt. Uit deze controle blijkt **dat de gegevens die door de VRT werden overgemaakt, gelijk zijn aan de controledate van de VRM**. Deze controle gebeurt zowel in het kader van het gamma cultuuruitingen en educatie via de generalistische televisiekanalen als voor de Vlaamse muziekproducties en Nederlandstalige muziek op radio.

In dit rapport worden de verwezenlijkingen van de VRT in het kader van de strategische en operationele doelstellingen besproken.

De VRM stelt vast dat de VRT zeer goede resultaten heeft neergezet . In het algemeen kan immers gesteld worden dat de VRT, op enkele onderdelen na, haar strategische en operationele doelstellingen voor het werkingsjaar 2015 heeft behaald. De in 2015 behaalde resultaten zijn de beste sinds 2012.

[1] Conform artikel 2018, §2, 9° van het Mediadecreet (Decreet betreffende de radio-omroep en de televisie van 27 maart 2009), houdt de algemene kamer van de Vlaamse Regulator voor de Media toezicht op de naleving door de openbare omroeporganisatie van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap, en rapporteert hier jaarlijks over aan de Vlaamse Regering.

[2] In de Memorie van Toelichting van het ontwerp van decreet houdende de oprichting van het publiekrechtelijk vormgegeven extern verzelfstandigd agentschap Vlaamse Regulator voor de Media en houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 staat het volgende inzake het nieuwe artikel 169 (stuk 464 nr. 1, p. 9): “Tenslotte treedt de algemene kamer ook op als onafhankelijk orgaan dat toezicht houdt op de naleving van de beheersovereenkomst door de openbare omroep. Het gaat niet om een financieel of budgettair toezicht, wel om een toezicht op de naleving van de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst. Hierover wordt jaarlijks gerapporteerd aan de Vlaamse Regering. Deze bevoegdheid van de Vlaamse Regulator voor de Media is complementair met het toezicht door de Vlaamse Regering via de gemeenschapsafgevaardigde zoals geregeld in artikel 25 van de gecoördineerde decreten.”

1. Strategische en operationele doelstellingen

1.1. Aanbod en bereik

1.1.1. Algemene bepalingen

1.1.1.1. Portfolio

SD1: Om relevant te zijn voor alle Vlamingen brengt de VRT haar aanbod via een breed portfolio van merken die elk een specifieke relatie hebben met hun publiek. Dit geldt voor het radio-, TV- en online aanbod.

OD1.1: De VRT doet geregeld onderzoek naar de mediabehoefte van de Vlaamse bevolking en vertaalt deze in een model, de mediakaart. De verschillende merken van de VRT richten zich elk op een aantal in dit model opgenomen behoeftesegmenten, die op moment van de inwerkingtreding van deze overeenkomst worden omschreven als: meer weten, avontuur, plezier, genieten, huiselijkheid en vertrouwen.

OD1.2: De VRT groepeerde haar aanbod rond volgende merken:

Analoog:

- **Radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara;**
- **Tv: Eén, Canvas en Ketnet op een apart kanaal met ruimte voor een evolutief jongerenaanbod;**
- **Teletekst.**

Digitaal:

- **Radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM, Klara, Nieuws+, Klara Continuo en MNM Hits en hun respectievelijke online aanbod;**
- **Tv: Eén en zijn online aanbod, Canvas en zijn online aanbod, Ketnet op een apart kanaal met ruimte voor een evolutief jongerenaanbod, met respectief online aanbod;**
- **Thematische online aanbod: Deredactie, Sporza en Cobra;**
- **Digitale tekst.**

OD1.3: De VRT voert een professionele en consistente netstyling en promotie. Tevens zal de VRT een gediversifieerd marketing- en eventbeleid per net voeren om het contact met het publiek te onderhouden.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. **geregeld onderzoek te doen naar de mediabehoefte van de Vlaamse bevolking en dit om te zetten in de mediakaart;**

2. haar aanbod te groeperen rond volgende merken:

- analoog:
 - radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara;
 - TV: Eén, Canvas en Ketnet;
 - Teletekst
- digitaal:
 - radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM, Klara, Nieuws+, Klara Continuo en MNM Hits en hun respectievelijke online aanbod;
 - TV: Eén, Canvas en Ketnet (en hun respectievelijke online aanbod); thematisch online aanbod: Deredactie, Sporza en Cobra;
 - Digitekst

3. een professionele en consistente netstyling en promotie te voeren

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van een evolutief jongerenaanbod op een apart kanaal (OP12) en het stopzetten van Cobra.be als afzonderlijk thematisch online aanbod.

1. Onderzoek naar mediabehoeften

De VRT geeft aan geregeld onderzoek te voeren naar de mediabehoeften van de Vlaamse bevolking en vertaalde deze in een model, de mediakaart. Ook in 2015 segmenteerde VRT de Vlaamse mediagebruikers in een “mediakaart” volgens hun belangrijkste drijfveren bij het kijken van televisie, het luisteren naar radio en het raadplegen van websites en online diensten.

Deze informatie gebruikt de VRT om haar aanbod, merken en diensten te positioneren met het oog op het optimaal bedienen van alle relevante motivationele segmenten in de Vlaamse samenleving.

Uit onderstaande cijfers blijkt dat de VRT alle relevante motivationele segmenten in de Vlaamse samenleving bedient. De cijfers inzake het volumeprofiel van de verschillende VRT-radio- en televisienetten zijn afkomstig van de PPM-studie, die door TNS Media uitgevoerd wordt.

Tabel 1: Volumeprofiel: motivationele segmenten voor het VRT-publiek

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Totaal VRT (PPM 2015)	9,6	12,3	27	19	19,9	11,4

Bron: PPM-studie (Portable People Meter), die door TNS Media uitgevoerd wordt in opdracht van de VRT en de VAR

De vertegenwoordiging van de mediakaartgroepen binnen het VRT-publiek (zie bovenstaande tabel) is vergelijkbaar met de omvang van de segmenten binnen de Vlaamse populatie (zie onderstaande tabel). De VRT bereikt dus alle mediakaartgroepen op een vrij representatieve manier.

Tabel 2: Volumeprofiel motivationele segmenten voor de Vlaamse populatie

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Vlaamse populatie (PPM 2015)	11,3	13	28,3	19,4	16	10,6

Bron: PPM-studie (Portable People Meter), die door TNS Media uitgevoerd wordt in opdracht van de VRT en de VAR

2. Aanbod VRT

Het aanbod van de VRT bevatte in 2015 volgende merken:

Radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara

op de digitale platformen: Nieuws+, Klara Continuo, MNM Hits, Ketnet Hits, Radio1.be, Radio2.be, StuBru.be, MNM.be en Klara.be

Televisie: Eén, Canvas, Ketnet. OP12 stopte op 1 januari 2015 in onderlinge afspraak tussen de VRT en de Vlaamse regering als gevolg van de afspraken naar aanleiding van de besparingen.

op de digitale platformen: Eén.be, Canvas.be, Ketnet.be. OP12.be stopte naar aanleiding van de afspraken op 1 januari 2015.

- Thematisch online aanbod (digitaal): Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be. Op 24 augustus 2015 nam Canvas.be de taak van de vroegere cultuursite cobra.be over in onderlinge afspraak tussen de VRT en de Vlaamse regering.
- Teletekst + Digitekst (digitaal)

3. Netstyling en promotie

De VRT stelt dat rekening houdend met de aanbevelingen die voortvloeien uit het onderzoek naar de mediabehoefte en de net- en merkenstrategieën, er jaarlijks een marketingplan per net wordt opgesteld. In 2015 heeft de VRT een zeer uitgebreid gamma aan communicatieacties uitgevoerd over de verschillende radio- en televisienetten heen. Een overzicht van deze acties is in bijlage 1 terug te vinden.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaamse minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.1.2. Diversiteit en doelgroepenbeleid

SD2: De VRT zet diversiteit centraal in de organisatie en hanteert een integrale aanpak op vlak van aanbod en beeldvorming. Het charter diversiteit zal daarbij de leidraad zijn.

OD2.1.: De VRT ontwikkelt jaarlijks een actieplan m.b.t. de vertegenwoordiging van specifieke doelgroepen, vertaald in streefcijfers voor de vertegenwoordiging van vrouwen (33% in het gehele intern en extern geproduceerde tv-aanbod, uitgezonderd programma-aankoop) en van nieuwe Vlamingen (5% in het gehele intern en extern geproduceerde tv-aanbod, uitgezonderd programma-aankoop), en m.b.t. bereik.

OD2.2.: Binnen de inclusieve generalistische programmering - zowel in de amusements- als in de informatieve programma's - is er aandacht voor een evenwichtige vertegenwoordiging van alle bevolkingsgroepen en voor een genuanceerde en genderneutrale beeldvorming. Er gaat speciale aandacht naar onder meer vrouwen, nieuwe Vlamingen, personen met een handicap, medioren en senioren.

- **De VRT organiseert een jaarlijkse monitoring via een externe, onafhankelijke partij m.b.t. de evenwichtige vertegenwoordiging en genuanceerde beeldvorming van de doelgroepen vrouwen, nieuwe Vlamingen, personen met een handicap en senioren in sleutelprogramma's op ieder tv-net, meer bepaald Vlaamse prime-time programma's.**

OD2.3.: De VRT zal in haar programma's actuele maatschappelijke kwesties aan de orde stellen zoals onder meer (kans)armoede en seksuele geaardheid en waakt hierbij over een genuanceerde beeldvorming.

- **De VRT werkt samen met hogescholen, universiteiten en belangenorganisaties die expertise hebben m.b.t. de thema's leeftijd, seksuele geaardheid, gender, herkomst, handicap en kansarmoede. Dit overleg draag bij tot evaluatie van de monitoring en de opmaak van het jaarlijks actieplan.**

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. Een jaarlijks actieplan m.b.t. de vertegenwoordiging van specifieke doelgroepen, vertaald in streefcijfers op te maken;
2. Een jaarlijkse monitoring via een externe, onafhankelijke partij m.b.t. de evenwichtige vertegenwoordiging en genuanceerde beeldvorming van de doelgroepen vrouwen, nieuwe Vlamingen, personen met een handicap en senioren in sleutelprogramma's op ieder tv-net, meer bepaald Vlaamse prime-time programma's te organiseren;
3. Samenwerken met hogescholen, universiteiten en belangenorganisaties die expertise hebben m.b.t. de thema's leeftijd, seksuele geaardheid, gender, herkomst, handicap en kansarmoede. Dit overleg draag bij tot evaluatie van de monitoring en de opmaak van het jaarlijks actieplan;

De VRT heeft sinds 2012 een Charter Diversiteit.

(zie: <http://www.vrt.be/wie-zijn-we/werkingsprincipes/diversiteit>)

Het Charter heet 'Iedereen verschillend, Iedereen welkom' en drukt het einddoel van het diversiteitsbeleid van de VRT uit: de omroep zijn van en voor iedereen in Vlaanderen en dit realiseren via een integrale aanpak op vlak van het aanbod en beeldvorming, waarbij VRT zowel inzet op een goede vertegenwoordiging als bereik van specifieke doelgroepen.

1. Actieplannen met betrekking tot vertegenwoordiging van specifieke doelgroepen.

De VRT ontwikkelt jaarlijks een actieplan om de diversiteit te verbeteren en dit zowel zeer algemeen als voor specifieke domeinen. In 2015 werd er gefocust op zowel televisie, radio als nieuws. De VRT stelt dat ze alle werknemers zoveel mogelijk probeert te sensibiliseren over diversiteit in hun werk.

De stuurgroep diversiteit bespreekt de studieresultaten, actieplannen van de afdelingen en bespreekt strategische beslissingen.

De actieplannen voor televisie gaven extra aandacht voor diversiteit bij schermgezichten en om de verscheidenheid in de Vlaamse samenleving genuanceerd en niet-stereotyperend weer te geven. Volgens de VRT wordt zowel expliciet als impliciet de focus gelegd op het man-vrouwevenwicht en herkomst, en wordt meer aandacht besteed voor personen met een handicap.

Zo was er op één extra aandacht voor vrouwelijke presentatie en diversiteit in programma's als 'Het sterkste netwerk' met Joy Anna Thielemans of 'Koppen XL' met Danira Bouhkriss. Voor de programma's van de nieuwsdienst werd er gewerkt op het diversifiëren van experts.

Canvas werkte in 2015 aan een evenwichtige representatie van alle groepen via beeldvorming op het scherm, schermgezichten, diversiteit in gasten en publiek maar ook in onderwerpkeuze en framing. Programma's als De Canvasconnectie (Nel Aerts en Otobong N'kanga), Alleen Elvis blijft bestaan (Anne Chapelle, Viviane De Muynck, Ingrid Daubechies en Christine Mussche), Winteruur (13 vrouwelijke gasten), Radio Gaga (mensen met een psychisch of fysiek probleem), Off the record (4 vrouwelijke gasten), Studio Flagey (5 vrouwelijke gasten) zijn enkele voorbeelden.

Ketnet heeft al enkele jaren een visie en actieplan met betrekking tot diversiteit. Dat vertaalt zich onder meer in een positieve evaluatie in de monitor diversiteit. Voor Ketnet staat ieder kind tussen 0 en 12 jaar centraal, ongeacht leeftijd, geslacht en afkomst. Het doel is kinderen de wereld te laten zien, maar ook situaties herkenbaar te maken. Om dit blijvend waar te maken, lag in 2015 specifiek de aandacht op nieuwe Vlamingen, armoede en personen met een handicap. In programma's als Kaatje & Co, Boris & Binti, Caps Club en speerpuntprogramma's als Ketnet KingSize, de wrap en Karrewiet kwam dit geregeld aan bod. Daarnaast kreeg Ketnet ook een nieuwe Ketnet-wrapper, die het Ketnet-scherm verder divers maakt.

Andere voorbeelden van programma's en projecten waarin diversiteit aan bod komt binnen Ketnet zijn 'Stambos' en 'Ben ik familie van' (in samenwerking met Familiekunde Vlaanderen), en Tickets voor Kaatje Theater naar Fonds voor vrijetijdsparticipatie. De Sinterklaasfilm 'Ay Ramon!' werd in de bioscoop standaard vertoond met ondertitels, als service naar doven en slechthorenden.

Ook bij de radiozenders was er aandacht voor diversiteit op verschillende manieren. Diversiteit en diversiteitsthema's kwamen op de radiozenders in verschillende programma's expliciet aan bod zoals

Generation M, *Hautekiet* en *UrbaNice*. VRT-radio heeft oog voor diversiteit op een inclusieve manier, waarbij gasten en experts met diverse achtergrond in verschillende programma's aan bod komen. Dit was omwille van hun rol in de maatschappij (kunstenaar, politica, schrijver, ...) en niet zozeer omwille van hun achtergrond zelf (bv. In *De bende van Annemie* op Radio 1). Er werden acties

georganiseerd waarbij diversiteit aan bod kwam zoals 'Trots op mijn roots' (MNM) waarbij de afkomst van luisteraars in het licht werd gezet en een Gouden Roots trofee werd overhandigd aan een (bekende) Vlaming die trots is op zijn of haar afkomst. Kevser Marasligil, bekend van het Carte Blanche project, heeft Turkse Roots en mocht als eerste de trofee in ontvangst nemen. 'Help Michiel' (Radio 2) sensibiliseerde de luisteraar dan weer rond het thema van rolstoeltoegankelijkheid. Op nationale vrouwendag werd Studio Brussel voor één dag *Studio Brusselle*. Ook bij de presentatoren was er de nodige aandacht voor diversiteit. Zo kwamen er op verschillende radiozenders vrouwelijke presentatoren bij en begon bijvoorbeeld Aster Nzeyimana bij MNM als presentator.

VRT-radio zet in op een inclusieve benadering van diversiteit. De rijkdom aan verhalen en rollen van *alle* mensen in onze samenleving vormt de grondstof van onze programma's, en laat de VRT toe spontaan en inclusief de diversiteit in de bevolkingssamenstelling te tonen. Via de verschillende netten en hun uiteenlopende doelpubliek(en) schakelt ze in op alle doelgroepen van de samenleving én brengt ze omgekeerd diversiteit tot bij iedereen. Inclusief aanbod is gestoeld op 4 premissen en actieterreinen die in het seizoen 2015-2016 belangrijk blijven binnen de werking van VRT-radio:

1. netwerking en stakeholdersengagement (vb. vanuit het nieuwe digitale platform "Generation M" (missie : via tips & tricks jonge mensen elkaar laten steunen in een complexe maatschappij) gaat MNM vanaf september 2015 in dialoog met verschillende organisaties uit het middenveld en bouwt het verdere contacten uit met verschillende jongerenorganisaties en allochtone en urban initiatieven);
2. coaching en personeel (vb. VRT-radio voorzag tijdens het najaar van 2015 een diversiteitsdag voor de nethoofden/merkbeheerders van alle VRT-radiomarken);
3. inhoudelijk inclusief aanbod én hogere hoorbaarheid/visibiliteit (vb. Klara blijft de groeiende groep nieuwe Vlamingen in musea en op de podia in Vlaanderen bewust in beeld brengen. Ook via zijn doorgedreven aandacht voor kunst en literatuur (Espresso, Pompidou, enz) passeren regelmatig schrijvers en kunstenaars met diverse achtergrond de revue on air.);
4. jaarlijkse acties rond één of meerdere specifieke momenten (vb. Internationale Vrouwendag).

In het kader van interne sensibilisering verleent de coördinator diversiteit als expert diversiteit doorlopend advies aan programmamakers, management en HR. Een belangrijk onderdeel daarbij is doorverwijzen naar het netwerk.

- Oprichting van een intern netwerk van programmamakers Blend om kennis te delen.
- Masterclasses of workshops over specifieke topics diversiteit ism andere afdelingen waar nodig (digitale toegankelijkheid, Gender, Taal en verstaanbaarheid, Toegankelijke grafiek).
- Organisatie van de Trofee diversiteit, interne wedstrijd die goede praktijken wil belonen en intern bekend maken.
- Speeddates met 'diverse' experts om programmamakers te helpen nieuwe experts en gasten te vinden bij vrouwen, nieuwe Vlamingen.

Tenslotte stelt de VRT dat advies werd gegeven rond het toegankelijk maken van evenementen.

2. Monitoring inzake evenwichtige vertegenwoordiging en bereik specifieke doelgroepen

Het Vlaamse prime-timeaanbod werd gemonitord door het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA) op de aanwezigheid van vrouwen, nieuwe Vlamingen, diverse leeftijdsgroepen en mensen met een handicap. De resultaten ervan werden zowel intern als extern (aan de respectievelijke belangengroepen) verspreid.

De aanwezigheid van senioren en personen met een handicap op het scherm werd gemonitord. Voor

beide groepen worden geen streefcijfers opgelegd, maar hier werd de nodige aandacht aan besteed via de diversiteitsmonitor. Zo waren 0,9% van de sprekende actoren in de programma's op één, Canvas, en Ketnet personen met een handicap.

In 2015 waren 8,6% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas en Ketnet (behalve aangekochte programma's) nieuwe Vlamingen (streefcijfer: 5%), 38% waren vrouwen (streefcijfer: 33%). De streefcijfers werden in 2015 bijgevolg behaald.

De aanwezigheid van personen met een handicap op het scherm werd gemonitord. Hiervoor zijn geen streefcijfers opgelegd, maar hier werd aandacht aan besteed via de diversiteitsmonitor. Zo waren 0,9% van de sprekende actoren in de programma's op Eén, Canvas, OP12 en Ketnet personen met een handicap.

De VRT stelde in haar programma's verschillende maatschappelijke thema's aan de orde zoals handicap, zorg, armoede, relaties, etniciteit, seksuele geaardheid en waakte hierbij over een genuanceerde beeldvorming. Programma's als Thuis en Het huis op één, Radio Gaga en Alleen Elvis blijft bestaan op Canvas en De week tegen pesten en De pet op tegen kanker op Ketnet zijn enkele voorbeelden waarin deze thema's aan bod kwamen.

Niet alleen op televisie, maar ook op de radio kwamen maatschappelijke thema's aanbod. Zo was er de Bel10-actie op Radio1, Generation M op MNM en De warmste week voor Music for Life op Studio Brussel. Een uitgebreidere lijst van met maatschappelijke thema's in programma's is in bijlage 2 terug te vinden.

3. Samenwerking hogescholen, universiteiten, belangenorganisaties

De VRT stelt dat ze op regelmatige basis de contacten met de belangenverenigingen diversiteit onderhoudt. Tweemaal nodigde ze de universiteiten (UGent, VUB, KULeuven en UA) en verschillende verenigingen (GRIP, Minderhedenforum, Cavaria, Vlaamse Ouderenraad en de Vrouwenraad) uit om de nieuwe studieresultaten en de mogelijke acties in dat verband te bespreken. Een specifiek overleg (met GRIP vzw, academische onderzoekers, Gelijke Kansen Vlaanderen) werd georganiseerd met als thema de beeldvorming van personen met een handicap. De VRT organiseerde een overleg met het Minderhedenforum, GRIP vzw, de Vrouwenraad, de Vlaamse Ouderenraad, Cavaria en andere belangenorganisaties om de wensen en mediabehoefte van verschillende minderheden voor de komende jaren te kennen.

Daarnaast waren er nog specifieke externe contacten, zoals voorbereiding en deelname aan het Luisterfestival in Brussel (de VRT nam deel met Radio 2 en audiodescriptie) en een gastles in UGent. Er was betrokkenheid bij evenementen van de verenigingen, en op vraag van Intro vzw en in samenwerking met Autisme Centraal en de UA een verkennende test: "is audiodescriptie ook nuttig voor kijkers met een autismespectrumstoornis?".

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD3: De VRT sluit met haar aanbod op radio, TV en online aan bij de leefwereld van jongeren en representeert de diversiteit binnen deze doelgroep. In haar strategie t.a.v. jongeren staan volgende kernwoorden

centraal: instroom, inbreng, interactie en inventiviteit.

OD3.1: De VRT ontwikkelt een plan voor een specifiek aanbod voor jongeren op radio, TV en online. De VRT realiseert, complementair aan haar generalistisch aanbod, op basis van de opgedane ervaring en gefaseerd, een specifiek tv-aanbod voor jongeren. Dit aanbod is onderscheidend t.a.v. het jongerenaanbod op de particuliere omroepen.

- **Het informatieaanbod op MNM en Studio Brussel sluit aan bij de leefwereld van jongeren; MNM en Studio Brussel hebben specifieke aandacht voor de diversiteit binnen de doelgroep van jongeren.**
- **VRT TV brengt een specifiek aanbod voor jongeren:**
 - **VRT TV brengt tussen 1 september 2012 en 1 september 2013 minstens één Vlaams programma per week gericht op jongeren en dit gedurende 40 weken.**
 - **Vanaf 1 september 2013 brengt de VRT op het Ketnetkanaal na 20 uur een specifiek aanbod voor jongeren, dat ook ruimte biedt voor een aanbod door jongeren, en dit gedurende 2 à 4 dagen per week en minstens 40 weken per jaar (cf. 11.3.2).**
- **Het specifieke aanbod voor jongeren en de interactie errond wordt ook online uitgewerkt.**

OD3.2: De VRT organiseert structureel een overleg met jongeren en jongerenorganisaties met het oog op het realiseren van een grotere instroom, inbreng, interactiviteit en inventiviteit m.b.t. het generalistische aanbod en het specifieke aanbod voor jongeren op TV, radio en online. Dit overleg draagt eveneens bij tot een grotere kennis bij de VRT over jongerencultuur en tot een genuanceerde beeldvorming over jongeren.

- **De VRT rapporteert jaarlijks over de acties die een gevolg zijn van dit structureel overleg.**

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. Een plan te ontwikkelen voor een specifiek aanbod voor jongeren op radio, TV en online, waarbij het informatieaanbod op MNM en Studio Brussel aansluit bij de leefwereld van jongeren en VRT TV brengt tussen 1 september 2012 en 1 september 2013 minstens één Vlaams programma per week gericht op jongeren en dit gedurende 40 weken. Bovendien wordt het specifieke aanbod voor jongeren en de interactie errond ook online uitgewerkt;
2. structureel een overleg met jongeren en jongerenorganisaties te organiseren en jaarlijks te rapporteren over de acties die een gevolg zijn van dit structureel overleg.

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van een specifiek aanbod voor jongeren op VRT-Televisie dat uitgezonden wordt op een afzonderlijk kanaal en het overleg van de VRT met jongeren en jongerenorganisaties heeft geen specifiek aanbod voor jongeren op televisie op het oog.

1. Aandacht voor jongeren.

De in 2012 ontwikkelde 4i strategie werd in 2015 gebruikt. Met het oog op het realiseren van meer instroom, inbreng, inventiviteit en interactie van en met jongeren onderhield de VRT-jongerenadviseur structureel overleg met jongeren en hun organisaties. Dit overleg droeg bij tot meer kennis van de leefwereld van de jongerencultuur en een genuanceerde beeldvorming over jongeren. Zo nam de jongerenadviseur deel aan vaste netwerkmomenten van de jeugdsector en zetelde samen met tal van jeugdorganisaties in de commissie jeugdinformatie van De Ambrassade. Onder andere bij projecten en voorstellingen in de jongerencultuur en bij jury's van eindwerken deed de jongerenadviseur aan talentscouting en netwerking. De VRT bood in 2015 verrijking en interactieve applicaties die aansloten bij haar televisieaanbod aan, zoals een dagelijks gratis aanbod-op-aanvraag via de rode knop van Ketnet Jr. (Ketnet), extra informatie bij items uit Vlaanderen Vakantieland (Eén) via de rode knop en een kennisquiz op één.be bij de start van een nieuwe reeks van Ook getest op mensen (één). Daarnaast was er onder meer een interactief luik met extra duiding rond de tweede reeks van Ten Oorlog, interactieve testjes rond het programma Voor hetzelfde geld en extra duiding bij relationele thema's in de context van het programma Vind je lief.

De VRT-jongerenadviseur zette in 2015 enkele specifieke projecten op voor meer instroom, inbreng, interactie en inventiviteit. Deze projecten geven meer inzicht in de leefwereld van jongeren:

- Frog Society: talentproject waarbij zes zeer talentvolle jongeren extra coaching kregen en in interactie gingen met elkaar. De meeste van deze jongeren zijn ondertussen op de VRT aan het werk.
- WATCH22: een klankbordgroep van 22 zeer diverse jongeren die regelmatig op de VRT samenkomen en in gesprek gaan met leidinggevenden, programmamakers, journalisten en andere VRT-medewerkers over actuele thema's die voor de media en voor jongeren relevant zijn.

De VRT had in 2015 een grote aandacht voor jongeren, en dit zowel op radio, TV als online. Ondanks het stopzetten van het afzonderlijke kanaal OP12 bleven de andere televisienetten met hun programma's de jongeren bereiken. Voorbeelden hiervan zijn:

- De webserie Pitch op canvas.be presenteerde elke week een jonge bedenker of ondernemer zijn of haar allerbeste idee.
- Ketnet bereikt niet alleen maar kinderen, maar ook jongeren. Zo wordt een programma zoals D5R door een heel brede doelgroep bekeken. Ook met de Australische tienerreeks Dance Academy, die gratis wordt aangeboden op Ketnet.be met Nederlandstalige ondertitels, probeert Ketnet jongeren te bereiken.
- Ketnet.be zorgt elke dag opnieuw voor een nieuw online aanbod. Zo kan men er de recentste programma's herbekijken, ontdekt men er leuke extra video's van de wrappers en kan men er spelletjes spelen. Maar ook buiten Ketnet.be zijn ze aanwezig op het web. Via sociale media zoals facebook, instagram en twitter komen Ketnetters en hun ouders meer te weten over Ketnet. Ook op You Tube worden video's geplaatst waardoor ook via dat kanaal kinderen en hun ouders bereikt worden.
- Ketnet ondersteunde de mediawijsheid en beeldgeletterdheid van kinderen door hen te wijzen op de mogelijkheden en gevaren van het internet en de sociale netwerken.
- In september 2015 lanceerde Ketnet de Ketnet Jr.-app voor kleuter en peuters. Naast hun favoriete programma's bekijken kunnen kinderen er ook spelletjes spelen en tekenen, kleuren,... De app werd ondertussen al meer dan 50.000 keer gedownload.
- MNM is begonnen met het platform Generation M waar het onder het motto 'start to live your life' jongeren wil begeleiden met moeilijke vraagstukken
- de verschillende VRT-merken (vooral Stubru en MNM) hebben ingezet op digitalisering en het bereiken van jongeren. Onder andere de aanwezigheid op

- platformen als Snapchat en Instagram is vergroot
- Nieuwsdienst:
 - 14 gedifferentieerde MNM-bulletins per weekdag en extra zeer toegankelijke duidingmomenten ('dummies') op het half uur in de spits;
 - het Ninjanieuws werd uitgebreid:
 - nu ook continuïteit in schoolvakanties en extra Ninja's naar aanleiding van breaking news (vb. terreur in november 2015),
 - verspreiding via Facebook, Twitter, Instagram en Youtube van MNM.

2. Structureel overleg met jongeren en jongerenorganisaties

De VRT organiseerde regelmatig overleg met een aantal jongerenorganisaties. Zo was Ketnet in overleg met:

- Kinderrechtencommissariaat, met de bedoeling de mogelijke ontwikkeling te bekijken van een programmaformat dat kinderrechten als centraal thema heeft.
- Awel voor inhoudelijke input in de scenario's van D5R.
- Ketnet zetelt in de reflectiegroep jeugd- en kinderrechtenbeleid van het departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Overheid
- Mediawijs, met aandacht voor mediawijsheid onder andere in de Wrap en via Vet op het net op ketnet.be.

In 2015 is de VRT samen met 12 andere openbare omroepen in een grootschalig jongerenproject gestapt: Generation What?, een uitgebreid interactief online onderzoek naar de leefwereld, meningen, dromen, angsten en verwachtingen van 18 tot 34-jarigen. Dit EBU-project wordt de grootste online enquête ooit in Europa en heeft de intentie om in 2016 een miljoen jongeren te bereiken. In de zomermaanden werden ter voorbereiding van de website met 30 jongeren in Vlaanderen al 21 themavideo's gemaakt, door twee net afgestudeerde reporters.

In de zomer organiseerde het VRT nieuwslab 'Camping VRT': 15 studenten kregen de kans om in een multidisciplinair team onder begeleiding van VRT-journalisten, producers en grafici, de invulling van de informatieopdracht in een digitale context te herdenken.

De VRT-studiedienst organiseerde in november een masterclass Jongeren met experts over het puberbrein, de evoluties in het mediagedrag en de mediabehoeften van jongeren.

De HR-afdeling van de VRT breidde in 2015 haar netwerking met talentvolle jongeren uit, door het organiseren van speeddates, aanwezigheid op jobbeurzen van het hoger onderwijs en netwerking met opleidingen. Samen met VRT communicatie en VRT Start up werd de ontdekkingsdag Expeditie VRT opgezet, met inbreng van tientallen jongeren.

Een lijst van alle overleg- en interactiemomenten is te vinden in bijlage 3.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams Minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

SD4: De VRT moet een zo groot mogelijk en gevarieerd publiek bereiken. In het bijzonder moet de VRT jongeren, nieuwe Vlamingen en mensen met een auditieve/visuele beperking beter bereiken en de band tussen deze groepen en de openbare omroep versterken door het aanbod beter af te stemmen op de behoeften van deze groepen.

OD4.1: De samenstelling van het VRT-publiek mag op verschillende indicatoren (geslacht, leeftijd en opleidingsniveau) niet wezenlijk verschillen van de samenstelling van de mediagebruikende populatie in Vlaanderen. Dit betekent concreet:

- De VRT zal met haar aanbod over de verschillende media op maandbasis minstens 90% van de bevolking bereiken.
- **Radio:** de VRT bereikt op weekbasis minstens 70% van de Vlaamse radioluisteraars en minstens 60% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO).
- **TV:** de VRT bereikt op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse televisiekijker en minstens 65% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 4-12, 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO).
- **Online:** de VRT bereikt op maandbasis minstens 40% van de Vlaamse surfers en minstens 30% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO).

OD4.2: De VRT meet, in samenwerking met een externe partner, het bereik van nieuwe Vlamingen. De resultaten van deze meting zullen mee aan de basis liggen van het jaarlijks actieplan.

OD4.3: De VRT moet haar aanbod ook toegankelijk maken voor personen met een auditieve/visuele beperking. De VRT biedt daarvoor het volgende aan:

- **Voor blinden en slechtzienden:**
 - **T889 Gesproken ondertiteling:** de VRT levert ondertitelinformatie bij alle programma's en programmaonderdelen in een andere taal dan het Nederlands, met uitzondering van een aantal programma's van de nieuwsdienst. Tegen eind 2012 zullen ook alle programma's van de nieuwsdienst voorzien zijn van ondertitelinformatie. Het signaal van de VRT is bruikbaar voor alle in Vlaanderen beschikbare toestellen waarbij tekst wordt omgezet in spraak. Bij alle programma's en programmaonderdelen van de VRT in een andere taal dan het Nederlands, is er dan gesproken ondertiteling voor wie een toestel heeft waarbij tekst wordt omgezet in spraak.
 - **Audiobeschrijving / Audiodescriptie:** de VRT zendt 1 (kwaliteits)fictiereeks per jaar uit.
 - De VRT zal haar sites maximaal conform het Anysurfer-label realiseren.
- **Voor doven en slechthorenden:**
 - **T888 Teletekstondertiteling:** 95% van de programma's, uitgezonderd hosting, trailering en commerciële communicatie, wordt ondertiteld. Daarbinnen worden de nieuws- en duidingsprogramma's 100% ondertiteld tegen eind 2014. De VRT hanteert daartoe een stappenplan met tussentijdse streefcijfers en stelt de beschikbare ondertitels ook

beschikbaar op andere platformen tegen eind 2014.

- **Gebarentaal: het journaal van 19u en het Ketnet-journaal worden via het open internet met gebarentaal aangeboden binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst. Dit signaal wordt ook digitaal aangeboden aan de distributeurs die de service ook via interactieve digitale televisie kunnen verspreiden. Het weekoverzicht van het Ketnet-journaal wordt via TV met gebarentaal aangeboden binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst.**
- Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:
 1. met haar aanbod over de verschillende media op maandbasis minstens 90% van de bevolking bereiken;
 2. op weekbasis minstens 70% van de Vlaamse radioluisteraars en minstens 60% binnen elke relevante doelgroep te bereiken;
 3. bereikt op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse televisiekijker en minstens 65% binnen elke relevante doelgroep;
 4. op maandbasis minstens 40% van de Vlaamse surfers en minstens 30% binnen elke relevante doelgroep te bereiken;
 5. in samenwerking met een externe partner, het bereik van nieuwe Vlamingen te meten, waarbij de resultaten mee aan de basis zullen liggen van het jaarlijks actieplan;
 6. ondertitelinformatie bij alle programma's en programmaonderdelen in een andere taal dan het Nederlands, met uitzondering van een aantal programma's van de nieuwdienst leveren. Tegen eind 2012 zullen ook alle programma's van de nieuwdienst voorzien zijn van ondertitelinformatie;
 7. Een (kwaliteits)fictiereeks per jaar uitzenden;
 8. haar sites maximaal conform het Anysurfer-label te realiseren;
 9. 95% van de programma's, uitgezonderd hosting, trailering en commerciële communicatie, te ondertitelen;
 10. het journaal van 19u en het Ketnet-journaal via het open internet met gebarentaal aan te bieden binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst.

1. Gecombineerd bereik (radio en televisie).

De VRT moet met haar aanbod over de verschillende media op maandbasis minstens 90% van de bevolking bereiken.

Tot 2015 beschikte de VRT over eigen PPM-onderzoeksresultaten waardoor zij kon rapporteren over een geaggregeerd bereikcijfer voor radio, televisie en online samen. In 2015 werd het PPM-onderzoek stopgezet, waardoor een geïntegreerd bereikcijfer niet beschikbaar is. Indien echter reeds enkel het maandelijks bereik van de Vlamingen met VRT-televisie (95,5%) beschouwd wordt, blijkt reeds dat de norm (voor televisie, radio en online samen) gehaald werd.

2. Bereik radio.

De VRT moet met haar radionetten op weekbasis minstens 70% van de Vlaamse radioluisteraars bereiken en minstens 60% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO). Dat was in 2015 voor beide doelstellingen het geval. Gemiddeld bereikte de VRT in 2015 wekelijks 79%

van de Vlaamse radioluisteraars en minstens 60% van elk van de doelgroepen werd bereikt. (zie tabellen hieronder)

Tabel 4 : Gemiddeld weekbereik VRT-radionetten

Periode	Gemiddeld weekbereik
Januari - maart	79,9%
April - juni	78,2%
Juli - augustus	-
September - december	79,6%
Totaal	79%

Bron: CIM-Radiostudie in 3 golven: golf 1 van januari t.e.m. maart, golf 2 van april t.e.m. juni, golf 3 van augustus t.e.m. december 2015.

Tabel 5: Gemiddeld weekbereik VRT-radionetten per doelgroep

gemiddeld weekbereik	januari - maart	april - juni	juli - augustus	september - december	cum
leeftijd 12-24	76,2	76,8	-	73,9	75,6
leeftijd 25-44	78,2	74,9	-	79,2	77,4
leeftijd 45-64	77,6	77	-	79,5	78
leeftijd 65+	84,7	86,4	-	85,1	85,4
geslacht: man	81,3	79,3	-	81,5	80,6
geslacht vrouw	76,6	77,4	-	77,7	77,2
opleidingsniveau : LSO	74,4	75,4	-	73,8	74,6
opleidingsniveau : HSO	77,8	76,3	-	77,6	77,2
opleidingsniveau : HO	84,8	83,6	-	87,9	85,5

Bron: CIM-Radiostudie in 3 golven: golf 1 van januari t.e.m. maart, golf 2 van april t.e.m. juni, golf 3 van augustus t.e.m. december.

3. Bereik televisie.

De VRT-televisienetten moeten op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse televisiekijker en minstens 65% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 4-12, 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: M/V, opleidingsniveau: LSO, HSO, HO) bereiken.

De VRT behaalde deze doelstelling in 2015. Gemiddeld bereikte de VRT in 2015 op weekbasis 87,2% van de Vlaamse televisiekijker. In bijlage 4 is een overzicht van de cijfers op weekbasis terug te vinden.

Tabel 6: Gemiddeld weekbereik VRT-televisie

gemiddeld weekbereik	Jan	Feb	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	CUM

Vlaamse televisiekijker	89,5	88,9	89	87,1	86,3	85,1	83,9	83,8	85,9	87,7	89,3	89,2	87,2
--------------------------------	------	------	----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Bron: de CIM-Audimetriestudie, norm: 15' consecutief gekeken op maandbasis.

4. Bereik online

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

Vanuit de nieuwe CIM-internetstudie was tot en met juli 2015 geen output op maandbasis beschikbaar vanwege technische problemen met deze studie (het wijzigen van het onderzoeksbureau dat deze cijfers aanlevert, dat op haar beurt de nodige tijd nodig had om een representatief panel waar deze gegevens van komen, samen te stellen). Sinds augustus 2015 levert CIM terug overkoepelende (marktconforme) maanbereikscijfers en profielen voor de deelnemende partijen.

Op maandbasis bereikte de VRT met haar online aanbod 59,4% van de Vlaamse surfers, en behaalde de norm van 40%. Ook de 30%-norm voor elke onderscheiden doelgroep wordt behaald.

Tabel 7: Gemiddeld maanbereik VRT online-aanbod volgens doelgroep (periode augustus - december):

	totaal absoluut bereik	VRT-media absoluut bereik	%
Totaal 18+	3.598.914	2.138.563	59,4
Mannen	1.855.710	1.125.130	60,6
Vrouwen	1.743.205	1.013.433	58,1
leeftijd 12-24	463.260	326.969	70,6
leeftijd 25-44	1.391.077	892.070	64,1
leeftijd 45-64	1.302.927	712.540	53,9
leeftijd 65+	423.651	206.984	48,9
opleidingsniveau: laag	595.552	294.514	49,5
opleidingsniveau: midden	1.646.456	938.315	57,0
opleidingsniveau: hoog	1.356.906	905.734	66,7

Bron: de CIM-internetstudie - paneldata, alle platformen

5. Bereik van nieuwe Vlamingen

In 2015 voerde de VRT een kwalitatief publieksonderzoek uit bij jonge nieuwe Vlamingen (16 tot 30 jaar oud) rond het bereik van de VRT bij deze doelgroep via sociale media. Dit onderzoek werd toegekend aan de externe partner Why5 Research die in mei en juni 2015 in totaal 24 nieuwe Vlamingen ondervroeg over hun sociale mediagebruik en de plaats die VRT daarin inneemt en kan innemen. De studie legde bloot dat nieuwe Vlamingen zeer intensieve gebruikers zijn van sociale media en deze ook verschillende functies toekennen (gaande van het connecteren met vrienden en

kennissen over het becommentariëren van de actualiteit tot het organiseren van activiteiten). Vooral Facebook speelt een centrale rol in hun sociale mediagebruik. Voor VRT is het niet evident om nieuwe Vlamingen te bereiken via Facebook. Deze zijn immers eerder geneigd om personen of bepaalde programma's te 'volgen' dan grote mediamerken. De externe partner gaf aan de VRT dan ook drie aanbevelingen om het bereik bij jonge nieuwe Vlamingen via sociale media te vergroten, namelijk door content uit of over het land van herkomst mee op te nemen in het sociale media-aanbod van VRT, door maatschappelijke thema's die nieuwe Vlamingen belangrijk vinden via sociale media op de agenda te zetten en nieuwe Vlamingen daarbij hun stem te laten horen en, ten slotte, door een podium te geven aan bekende nieuwe Vlamingen.

6. Ondertitelinformatie

De VRT stelt dat ze in 2015 aandacht had voor het toegankelijk maken van haar aanbod voor personen met een auditieve/visuele beperking

Voor gesproken ondertiteling werd dezelfde technologie als de voorbije jaren gebruikt (de vertelstem is een 'computerstem'). Alle data voor gesproken ondertiteling worden gratis ter beschikking gesteld voor ontwikkelaars. In sommige gevallen was er geen gesproken ondertiteling beschikbaar, bijvoorbeeld wanneer de ondertitels niet als data beschikbaar zijn, maar een grafisch onderdeel van het beeld zijn. Een gesproken ondertiteling van alle nieuwsprogramma's werd op de valreep niet gehaald, aangezien deze ook geen ondertiteling had. De productie van audiodescriptie is in stand gehouden met als nieuwe titels voor 2015: Vriendinnen, De Ridder, T. In 2015 werd ook een eerste experiment gedaan met live audiodescriptie bij de '30.000^e Last Post'. Open audiodescriptie wordt nog steeds aangeboden. Indien het niet synchroon met de eerste uitzending op Eén gebeurt, dan wordt er een vast ander uitzendslot afgesproken met media. De VRT bekijkt of het kan meewerken aan een app die gebruikers de mogelijkheid geeft om op afroep audiodescriptie te activeren op een mobiel toestel (vb. in de bioscoop, dvd-gebruik of tv). Audiodescriptie wordt via Line Extensions ook bij de DVD-uitgaven gratis geleverd, inclusief een auditieve menu-ondersteuning. In 2015 werden door VRT een groot aantal nieuwe initiatieven genomen om digitale toegankelijkheid een vaste plaats te geven in het ontwerp- en ontwikkelproces van digitale producten. Er werd een nieuw beleidsplan opgesteld dat de krijtlijnen uitzet voor een haalbare en duurzame implementering van digitale toegankelijkheid binnen de VRT. Het bevat een reeks VRT-specifieke toegankelijkheidsrichtlijnen, maximaal conform het AnySurfer-label en aangepast aan de specifieke context van de VRT.

Het beleidsplan is sinds eind 2015 van toepassing op alle nieuwe, en grondig vernieuwde websites en apps. Het toegankelijkheidsniveau van de volgende digitale producten werd in 2015 verhoogd zodat ze beantwoorden aan de criteria van de VRT-specifieke toegankelijkheidsrichtlijnen:

- Apps

De Redactie

Sporza Voetbal

Radioplus

- Websites

Studio Brussel

MNM

Viva Vlaanderen

Music for Life 2015

Canvas

Via T888 werden in 2015 98,89% (met nachtlus, zonder nachtlus is dit percentage 98,32%) van de Nederlandstalige programma's ondertiteld. Daarmee werd de norm van 95% gehaald. **De norm voor nieuws- en duidingsprogramma's (100%) werd met 99,95% net niet gehaald.** De 0,05% stemt overeen met het nachtelijke extra journaal bij de aanslagen in Parijs (nacht tussen 13 en 14 november 2015). Dit éne (nachtelijk) extra journaal kon onmogelijk ingepland worden.

Er werd in 2015 verder gewerkt voor het uitbreiden van het aanbod met T888 ondertiteling:

- In 2015 werden bijkomende inspanningen geleverd voor extra uitzendingen (vb terreurdreiging).
- Vanaf januari 2015 worden alle uitzendingen van Karrewiet en Karrewiet VGT online met T888 ondertitels aangeboden.
- Sinds december 2015 wordt een aantal volledige programma's op Canvas.be met T888 ondertitels aangeboden. (Dit aanbod wordt stelselmatig uitgebreid in 2016).
- Elke DVD die via Line Extensions wordt gepubliceerd heeft nu vanaf de eerste uitgave T888-tite

Eind 2015 was het nog niet mogelijk om de T888-ondertiteling op te nemen op alle VRT-websites omwille van de complexiteit van de productieomgevingen en variatie in werkprocessen. De VRT volgt wel een stappenplan waarbij de nodige investeringen gedaan worden om deze doelstelling te realiseren. **Deze doelstelling werd dus niet behaald, maar er is wel een evolutie in vergelijking met 2014.**

In 2015 werd het aanbod met VGT (journaal, Karrewiet en afgeleiden) voortgezet. Zo was Karrewiet dagelijks op Ketnet.be en via VOD (video-on-demand) beschikbaar, en was het 19 uur journaal dagelijks live via Deredactie.be en na uitzending gratis te herbekijken op Deredactie.be en via VOD. Ook de intrede van de sint werd opnieuw met VGT op open net uitgezonden. Karrewiet wordt dagelijks op Ketnet (open net) met VGT uitgezonden ('s ochtends op de dag na de uitzending). Extra inspanningen werden geleverd tijdens extra journaals in verband met terreurdreiging, ie. het 13 uur journaal werd simultaan live op Canvas met VGT en het 19 uur journaal met VGT werd om 20 uur op het derde net uitgezonden.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling grotendeels behaald te hebben.

De VRT kan slechts vanaf augustus 2015 CIM-cijfers geven over hoeveel Vlaamse surfers ze bereikt heeft op maandbasis met haar online-aanbod. Volgens de VRT kon dit niet tot voor de periode januari - juli 2015 wegens technische problemen. De norm voor nieuws- en duidingsprogramma's werd door een extra nachtelijk journaal na de aanslagen in Parijs net niet gehaald (99,95% in plaats van 100%) De VRT heeft de doelstelling inzake het beschikbaar maken van beschikbare ondertitels op andere platformen tegen eind 2015 niet behaald. De VRT heeft conform de doelstelling wel een stappenplan

opgemaakt.

1.1.1.3. Internationale rol VRT

SD5: De VRT draagt bij tot de toegankelijkheid van haar aanbod voor Vlamingen in het buitenland en tot de uitstraling van Vlaanderen in de wereld, door een deel van haar aanbod via internet en satelliet (via BVN) te verspreiden in de hele wereld en door een selectie van haar aanbod te groeperen ten behoeve van de expatgemeenschap in Vlaanderen.

OD5.1: De VRT streamt haar volledige radioaanbod op internet en verspreidt Radio 1 en Radio 2 ook via satelliet. Een eigen programmering voor RV en RVi is dan ook niet langer noodzakelijk.

OD5.2: De VRT biedt haar TV nieuwsprogramma's en een selectie van Vlaamse TV programma's aan via de satellietzender BVN. De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de overeenkomst uit tussen haar en BVN, die afloopt op 31 december 2012. Mits een nieuwe overeenkomst tot stand komt tussen de Vlaamse Gemeenschap en BVN, zal de VRT zich daarin inschrijven en programma's toeleveren binnen het afgesproken kader.

OD5.3: De VRT biedt online aan Vlamingen die in het buitenland verblijven de beelden en geluidsfragmenten van de eigen nieuwsredactie en sportredactie aan via de thematische sites Deredactie en Sporza, en dit voor zover de VRT over de rechten beschikt en dit technisch mogelijk is. Een eigen website rvi.be is dan ook niet langer noodzakelijk.

OD5.4: De VRT ontwikkelt een kader binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst dat toelaat een selectie van haar nieuws- en cultureel aanbod aan te bieden en te vertalen in het Engels ten behoeve van de buitenlandse expatgemeenschap in Vlaanderen.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. haar volledige radioaanbod op internet te streamen en Radio 1 en Radio 2 ook via satelliet te verspreiden;
2. haar TV nieuwsprogramma's en een selectie van Vlaamse TV programma's aan te bieden via de satellietzender BVN;
3. online aan Vlamingen die in het buitenland verblijven de beelden en geluidsfragmenten van de eigen nieuwsredactie en sportredactie aan te bieden via de thematische sites, voor zover de VRT over de rechten beschikt en dit technisch mogelijk is;
4. binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst een kader te ontwikkelen dat toelaat een selectie van haar nieuws- en cultureel aanbod aan te bieden en te vertalen in het Engels ten behoeve van de buitenlandse expatgemeenschap in Vlaanderen.

De VRT stelt dat ze de grote groep Vlamingen in het buitenland wil bereiken, via radio, televisie en internet. Hiervoor wordt een deel van het VRT-aanbod via internet en satelliet verspreid in de hele wereld en wordt een selectie van het aanbod gegroepeerd voor de expatgemeenschap in

Vlaanderen.

1. Radio-aanbod

De VRT bood de volledige uitzendingen van de informatiezender Radio 1 en familiezender Radio 2 in het buitenland aan via satelliet. Daarnaast waren alle VRT-radionetten via het internet te beluisteren.

2. BVN

Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. BVN zendt iedere dag een selectie uit van actuele tv-programma's van de VRT en de Nederlandse openbare omroep NPO. Zo konden Vlamingen in het buitenland op BVN in 2015 onder meer kijken naar: Het Journaal, De Zevende Dag, Iedereen Beroemd, Beroepen zonder Grenzen, Broodje Kaas, De Afspraak, Luchthaven, Blokken, T, Ten Oorlog, Vlaanderen Feest. De lijst met programma's van de VRT uitgezonden op BVN is te vinden in bijlage 5.

Sedert 17 december 2015 is BVN nu ook wereldwijd en 24u per dag via het internet te zien. Op veel plekken, zoals steden met hoge gebouwen of landen met strenge overheidsregels is het moeilijk om BVN via de satelliet te volgen, maar in veel gevallen is er een goede internetverbinding. Vandaar dat BVN nu ook online aangeboden wordt.

3. VRT-internetaanbod

Vlamingen in het buitenland hadden ook toegang tot het VRT-internetaanbod. DeRedactie.be (nieuwsaanbod), Sporza.be (sportaanbod) en tot 24 augustus Cobra.be (culturaanbod dat door de Canvas.be site werd overgenomen) en de andere VRT-websites boden in het buitenland naast tekst ook beeld- en geluidsfragmenten aan, voor zover de VRT over de rechten beschikte en er geen technische belemmeringen waren. Ook sommige programma's konden vanuit het buitenland beluisterd en bekeken worden. Vooral het nieuwe Canvas.be zette hierop in.

Buitenlandse expatgemeenschap in Vlaanderen.

Fans of Flanders is sinds 2012 een platform voor buitenlanders (expats, studenten,...) in Vlaanderen en Brussel. Fans of Flanders vertrekt van een online platform en wordt versterkt door een wekelijks televisieprogramma. In dit Engelstalige magazine wordt de eigenheid van Vlaanderen aan de wereld getoond. Geestige rubrieken en relevante informatie over cultuur en taal, toerisme, economie, sport, levensgewoontes,... Alle content is ook online terug te vinden. Op de website van Fans of Flanders kunnen dagelijkse nieuwe posts, filmpjes en informatie uit de wereld van de expats in Vlaanderen bekeken worden. De website Fansofflanders.be bevatte Engelse nieuwsberichten afkomstig van de VRT-nieuwsdienst.

Er zijn 29 televisieafleveringen van Fans of Flanders geweest in 2015. Die zijn wekelijks op zondagavond op Canvas uitgezonden en herhaald op één op zaterdagmiddag.

De nieuwsdienst van de VRT bracht daarnaast online actualiteit (inclusief cultuur) in het Engels (Flandersnews.be), het Frans (Flandreinfo.be) en in het Duits (Flandernino.be).

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.1.4. Samenwerking

SD6: De openbare omroep stelt zich open en luisterbereid op naar de samenleving en creëert maatschappelijke meerwaarde in zijn aanbod door een structureel belanghebbendenbeheer op te zetten.

OD6.1.: De VRT werkt een kader uit waarin het belangenhebbendenbeheer verankerd is. De samenwerking met belanghebbenden is gebaseerd op wederzijds respect van de partners en beoogt een meerwaarde te creëren voor de betrokken partners. De samenwerking doet geen afbreuk aan de onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van de openbare omroep, aan de profielen van zijn merken en netten en aan de doelstellingen en waarden.

OD6.2.: De VRT hanteert een diversiteit in partners.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. een kader uit te werken waarin het belangenhebbendenbeheer verankerd is;
2. een diversiteit in partners te hanteren.

1. Belanghebbendenbeheer

De VRT heeft een plan van aanpak inzake belanghebbendenbeheer.

- Wat betreft het aanbod, stimuleerde de VRT de samenwerking met belanghebbenden op het vlak van cultuur, muziek, taal, diversiteit, educatie, recreatie, milieu, zorg en sport. Een uitgebreide oplijsting is ook terug te vinden in bijlage 6.
- De VRT bevorderde de aandacht voor mediawijsheid in overleg met de belanghebbenden van het middenveld, onderwijs en onderzoek. Dit gebeurde in het kader van projecten zoals NedBox en Actua in de kluster bevordering van resp. het Nederlands voor anderstaligen en het gebruik van audiovisueel materiaal in educatieve context. Daarnaast organiseerde de omroep inspiratiesessies over digitale geletterdheid met professionals uit onderwijs en media.
- De VRT ontwikkelde de jaarlijkse actie Ervaring Werkt! ter bevordering van jeugdtewerkstelling met de belanghebbenden VDAB, Adecco, Voka en Unizo.

2. Een diversiteit in partners hanteren

De VRT hanteerde een diversiteit aan partners: een overzicht van het aanbod gerelateerd overleg en samenwerking met de diverse partners en externe actoren is opgenomen in bijlage 7.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD7: De openbare omroep creëert maatschappelijke meerwaarde door rond zijn aanbod samenwerkingsverbanden op te zetten met zowel publieke als private partners. Deze partnerships realiseren meerwaarde voor de betrokken partners. De partners zijn financieel stabiel en ondernemen op een maatschappelijk verantwoorde wijze.

OD7.1: Inzake publieke partners zijn cultuur en onderwijs prioritair.

OD7.2: Inzake Nieuws en Sport werkt de VRT samen met andere Vlaamse omroepen rond uitwisseling en terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal, en dit op basis van het principe van non-discriminatie.

OD7.3: De VRT kan audiovisueel aanbod op deredactie.be, cobra.be en canvas.be uit de domeinen nieuws, cultuur en kennis en wetenschap waarvan zij rechthehouder is beschikbaar maken via door niet-commerciële derden uitgebatede niet-commerciële digitale initiatieven en dit op basis van het principe van non-discriminatie.

OD7.4: De VRT werkt samen met de EBU-omroepen waaronder meer bepaald de Nederlandse publieke omroepen en de RTBF, in functie van ondermeer programma-aankoop, coproducties, strategie openbare omroep en samenwerking nieuwsdienst.

Om deze maatstaf te behalen, dient of kan (punt 3) de VRT:

1. cultuur en onderwijs als prioritaire publieke partners hebben;
2. inzake Nieuws en Sport samen te werken met andere Vlaamse omroepen rond uitwisseling en terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal;
3. audiovisueel aanbod op deredactie.be, cobra.be en canvas.be uit de domeinen nieuws, cultuur en kennis en wetenschap waarvan zij rechthehouder is, beschikbaar maken via door niet-commerciële derden uitgebatede niet-commerciële digitale initiatieven;
4. samen te werken met de EBU-omroepen waaronder meer bepaald de Nederlandse publieke omroepen en de RTBF, in functie van onder meer programma-aankoop, coproducties, strategie openbare omroep en samenwerking nieuwsdienst.

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van Cobra.be als afzonderlijk thematisch online aanbod vanaf 23 augustus 2015 en hierdoor niet meer beschikbaar is voor niet-commerciële derden. Dit gebeurt vanaf dan via canvas.be.

1. Cultuur en onderwijs

De VRT ontwikkelde samenwerkingsverbanden met diverse publieke en private partners zoals het Departement Onderwijs, de Vlaamse Onderwijsraad, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst. Zij werkte samen met de Koning Boudewijnstichting en de Vlaamse Scholierenkoepel (project School van de toekomst), het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid (platform Mediawijs.be); het Centrum voor Taalonderricht van de KU Leuven (project NedBox); het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering VIAA, uitgeverij Plantyn en videoplatform Moovly (project Actua in de klas), het onderzoekscentrum MICT van de UGent (project AdLit) enz.

- Met de Canvasconnectie werden twee cultuuravonden georganiseerd rond geportretteerde kunstenaars. Er was een avond met en rond Stan Douglas in deSingel en een avond rond

Otobong N'Kanga in het MUHKA.

- Beide avonden gingen in samenwerking met de cultuurhuizen in kwestie. Voor 'De Nada', een project van Daan, werkte Canvas samen met het Concertgebouw Brugge.
- Canvas gaf een 'Canvasprijs' op drie filmfestivals: Mooov, Docville en het Kortfilmfestival Leuven.

Wetenschap

Naar aanleiding van de 'Dag van de Wetenschap' (22 november 2015) werd in het Radiohuis in Leuven een debat georganiseerd in het kader van het programma 'Wetenschap redt de Wereld'.

Onderwijs

Rond het programma 'Wetenschap redt de Wereld' werd een lespakket uitgewerkt door de uitgever Plantyn en aangeboden aan secundair onderwijs, tweede en derde graad.

2. Samenwerking inzake nieuws en sport

De VRT heeft een langlopende overeenkomst met Medialaan en SBS, alsook met Proximus met betrekking tot het uitwisselen van sportcontent voor nieuws en journaals tegen een vaste kostprijs. Met Telenet heeft VRT een langlopende en meer globale samenwerkingsovereenkomst gesloten, die onder meer archiefbeelden, inzet van commentatoren en de verslaggeving van de veldritten van de Wereldbeker en de Superprestige betreft. Daarnaast heeft VRT met Telenet nog een samenwerkingsverband gesloten betreffende de Europa League voetbal, de Beker van België voetbal, en de nationale volleybalcompetitie. Met DB Productions heeft VRT een overeenkomst om beelden te kunnen uitzenden van de nationale basketbalcompetitie.

Tot slot werkt VRT Nieuws regelmatig samen met regionale en internationale omroepen. Voor buitenlandse verslaggeving wordt er een beroep gedaan op NOS-correspondenten en binnenlandse nieuwsfeiten worden gedeeld met regionale en EBU-omroepen.

In bijlage 7 is een meer gedetailleerd overzicht van de samenwerkingsverbanden met publieke en private partners beschikbaar.

3. Audiovisueel aanbod op de thematische sites

Deredactie.be stelde haar audiovisueel materiaal ter beschikking via de "permalinks". Permalinks zijn links (zijnde een specifiek internetadres) die op de VRT-websites onder elk videofragment aanwezig zijn. Deze links staan ter beschikking voor iedereen en kan men gebruiken om vanop de eigen website te verwijzen naar inhoud van de VRT websites. De videofragmenten worden niet gedownload maar zijn wel via de link beschikbaar. Aangezien het gebruik van de permalinks niet door de VRT gemeten werd, zijn er geen concrete cijfers beschikbaar. Ook Cobra.be (tot 24 augustus) en Canvas.be maakten gebruik van deze permalink.

De VRT stelde verder audiovisueel aanbod met betrekking tot kennis en wetenschap ter beschikking van diverse niet-commerciële initiatieven en instellingen zoals scholen, verenigingen en onderzoeksprojecten. De Canvas-reeks Wetenschap redt de wereld werd aangeboden en herwerkt voor educatief gebruik. Het kinderjournaal Karrewiet werd ingezet voor co-creatie in klasverband. Het audiovisuele materiaal van VRT-websites was ter beschikking van iedereen via een embedcode, in de mate dat het toegelaten is door gebruiksvoorwaarden en gebruiksrechten.

4. Samenwerking andere EBU-omroepen

De VRT ging op zoek naar bundeling van krachten met andere kleine omroepen. Kleine omroepen kenmerken zich volgens de VRT vandaag door een innovatiekracht in digitale content en ontwikkeling. VRT probeerde hierop in te spelen via de oprichting van het digital committee van de EBU met als doel om gelijkgezinde stemmen uit Europese publieke omroepen samen te brengen.

Verder stelt de VRT dat ze een van de drijvende krachten is achter een Europees netwerk van Innovatielabs binnen een aantal vooruitstrevende publieke omroepen. Omroepen die hierin betrokken zijn, zijn de Ierse RTE, de Scandinavische SR, NRK, DR, de Spaanse TVE en RTBF. Er werd een kennisuitwisselingstraject opgezet met de Ierse RTE rond online videospelers en digitale organisatie.

De VRT werkte in 2015 samen met andere EBU-omroepen voor het uitwisselen en de terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal, onder meer op het vlak van programma-aankoop, coproducties, strategische positionering van openbare omroepen en het uitwisselen van nieuwsbeelden.

Er is een halfjaarlijks overleg met de programma-aankopers van [z@ppelin/z@pp](#) (nl3 -npo). Hierop worden nieuwe aankopen besproken en eventueel mogelijke samenwerking mbt het dubben (voorbeeld: De Gouden Gans en het Stenen Hart) van de programma's alsook de lancering van de programma's. Volgende dubs werden (al dan niet met intermediair van de distributeur) overgekocht van de kindzender van de Nederlandse Openbare omroep: Lassie (animatiereeks, ZDF Enterprises), Bruine Beer in het Blauwe Huis (poppenanimatie, The Walt Disney Company) en QPoodle5 (poppenanimatie, ZDF Enterprises). Voor wat betreft de aankoop van films wordt er met de NPO samengewerkt op het vlak van dubben. Indien beide zenders interesse hebben in een bepaalde film, wordt er met de distributeur afgesproken om in het dubben samen te werken.

Met de RTBF is er een structureel overleg en worden programmaschema's en ervaringen uitgewisseld. Zo gaf Ketnet, in het kader van de strategische dagen van Ouftivi (de kindzender van RTBF) vorig jaar nog een workshop rond de visie en strategie van Ketnet. Deze workshop werd later, op vraag van de directie van RTBF, herhaald voor de ganse afdeling televisie van RTBF.

Met de RTBF coproduceerde VRT de Lotto en Jokertrekking, het Kerstpaleisconcert, het Nationaal Défilé en de Koningin Elisabethwedstrijd. Vlaamse Kaai was een cultuurprogramma op Arte Belgique (waarvan RTBF voor België de zendgemachtigde is) met een selectie uit het VRT aanbod. De samenwerking hiervoor werd in juni 2015 stopgezet.

De VRT en productiehuis Czar werkten samen met BBC voor de reeks The Missing II in navolging van het groot succes van The Missing I die in april 2015 op antenne ging.

VRT werkt met NPO samen voor Als de dijken breken, een nieuwe fictiereeks voor één.

Ook voor Ketnet ging VRT een aantal samenwerkingen aan met Nederland. VRT coproduceerde met Nederland de reeks Zoon Van Artan (VRT als majoritaire partij), Trollie en Caps Club (VRT als minoritaire partij). Naast deze fictieprojecten ook nog het quizprogramma Superbrein en Little Houdini (Little Houdini is een animatiefilm over een jongen die ervan droomt een groot magiër te worden). In 2015 werd gestart met de coproductie animatie 'The Baron' met Potemkino (Vlaamse producent) en Trixter (Duitse animatiestudio). Momenteel lopen de onderhandelingen nog met ARD en WDR met betrekking tot de coproductie.

Met EBU werd in 2015 onder meer samengewerkt voor het Eurosongfestival. Naast de uitzending van het internationale songfestival, waren er ook drie speciale uitzendingen in mei naar aanleiding van 60 jaar eurosongfestival 'Eurosong top 25' op één. De EBU stelde dit samen en VRT liet inlezen door Eurosonggezicht Peter Van de Veire. Verder werd in juni 2015 gestart met de productie van Eurosong, waarvan de uitzendingen in januari 2016 volgden en die de aanloop vormen naar het internationale songfestival.

Op 9 juli 2015 zond Canvas de 30.000ste Last Post ceremonie rechtstreeks uit vanuit Ieper en vanuit verschillende plaatsen in Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk, India, Canada en Nieuw-Zeeland. Hiervoor werd samengewerkt met tal van buitenlandse omroepen, waaronder BBC, ITV, Sky, Channel 7, ZDF, die op hun beurt reportages van de plechtigheid uitzonden.

De VRT stapte mee in het project Generation What? Dit is een samenwerking van 10 openbare omroepen waarbij de grootste online jongerenenquête ooit zal georganiseerd worden met daarrond 360° content. Het project werd al volop voorbereid in 2015 en zal lopen van april tot november 2016.

Daarnaast leverde VRT in het kader van 47 Stones, een intergenereel online project van EBU (wijze ouderen versus jongeren) een interview met gewezen Europees president Herman van Rompuy.

VRT werkt specifiek voor sport ook geregeld samen met andere EBU-omroepen, met name met de RTBF (bijvoorbeeld rond de Rode Duivels, Beker van België voetbal seizoen 14-15). Met NOS was er in 2015 een actieve archiefuitwisseling.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.2. Radio

SD8: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoet komen aan verschillende behoeften van de Vlamingen.

OD8.1: Radio 1 is een open informatienet dat gedreven wordt door wat er in de wereld gebeurt. De actualiteit is ingebed in een bredere programmamix met een eigen, herkenbare muzieklijn. Kernwaarden zijn openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking en alertheid.

Radio 1 is er voor de nieuwsgierige luisteraar die mee wil zijn met de actualiteit en meer wil weten. Op de mediakaart richt het net zich vooral op het segment meer weten.

Radio 1 wordt door de luisteraar herkend als nieuws- en informatiekanaal.

OD8.2: Radio 2 is een breed familienet dat de wereld veraf en dichtbij helpt te begrijpen en een houvast biedt voor de luisteraar. Het is als groot radionet verankerd in Vlaanderen met een mix van informatie - met veel aandacht voor de regio - en ontspanning met een uitgesproken Nederlandstalig muziekprofiel. Daartoe ontkoppelt Radio 2 haar uitzendingen om specifieke informatie te brengen over de verschillende regio's, namelijk Antwerpen, Limburg, Oost-Vlaanderen, Vlaams-Brabant en Brussel, West-Vlaanderen.

Kernwaarden zijn vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie en empathie.

Radio 2 bereikt als brede familie-zender alle segmenten op de Mediakaart, maar richt zich vooral op huiselijkheid, vertrouwen en genieten.

OD8.3: Studio Brussel stimuleert een actieve muziekbeleving als motor van een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld.

De kernwaarden zijn avontuur, openheid, engagement en originaliteit.

Studio Brussel is jong van geest en richt zich op de jonge, actieve mediagebruiker met een creatief, betrokken en maatschappelijk relevant aanbod. Studio Brussel mikt op het segment avontuur op de mediakaart.

OD8.4: MNM is een toegankelijke instapradio die de jonge luisteraar (inclusief nieuwe Vlamingen) en zijn leefwereld centraal stelt, en van daaruit een relevant en betrouwbaar informatief aanbod brengt. Kernwaarden zijn optimisme, groepsgevoel, engagement, openheid, inspiratie en authenticiteit.

Op de mediakaart richt MNM zich vooral op de segmenten plezier en genieten.

MNM is ook een platform dat het uitwisselen van ervaringen en engagement bij jonge en lager opgeleide luisteraars stimuleert. MNM zal jaarlijks minstens 2 projecten opzetten om de luisteraar te betrekken bij het radiomaken.

OD8.5: De MNM-beleving wordt ook doorgetrokken in MNM Hits, een digitale nonstopradio, waarop het muziekaanbod alleen wordt onderbroken voor nieuwsberichterijving op het uur.

OD8.6: Klara biedt als klassieke muziekzender een blik op de (culturele) wereld. Klara creëert een slowzone waar plaats is voor de essentie en waar men kan genieten van klassieke muziek en jazz. Kernwaarden zijn schoonheid, genot, inzicht en "slowness".

Klara richt zich op de klassieke muzikliefhebbers en cultuurliefhebbers in Vlaanderen. Klara mikt op de mediakaart zeer sterk op het segment meer weten, maar moet de brug slaan naar het segment genieten.

OD8.7: Klara Continuo brengt continu volledige en ononderbroken uitvoeringen van klassieke muziek.

OD8.8: Nieuws+ brengt permanent de laatst uitgezonden nieuwsuitzending van Radio 1 op een digitaal radiokanaal.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. Radio 1 te profileren als nieuws- en informatiekanal. Kernwaarden zijn openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking en alertheid,
2. Radio 2 te profileren als brede familie-zender met alle segmenten op de Mediakaart, maar vooral te richten naar huiselijkheid, vertrouwen en genieten. Kernwaarden zijn vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie en empathie.

3. Studio Brussel te profileren als **jong van geest en de zender te richten op de jonge, actieve mediagebruiker met een creatief, betrokken en maatschappelijk relevant aanbod. Studio Brussel mikt op het segment avontuur op de mediakaart.** De kernwaarden zijn avontuur, openheid, engagement en originaliteit.
4. MNM te profileren als een platform dat het uitwisselen van ervaringen en engagement bij jonge en lager opgeleide luisteraars stimuleert. MNM zal jaarlijks minstens 2 projecten opzetten om de luisteraar te betrekken bij het radiomaken. Op de mediakaart richt MNM zich vooral op de segmenten plezier en genieten. Kernwaarden zijn optimisme, groepsgevoel, engagement, openheid, inspiratie en authenticiteit.
5. MNM-beleving door te laten trekken in **MNM Hits**, een digitale nonstopradio, waarop het muziekaanbod alleen wordt onderbroken voor nieuwsberichterijding op het uur.
6. Klara als klassieke muziekzender een blik te laten bieden op de (culturele) wereld. Klara mikt op de mediakaart zeer sterk op het segment meer weten, maar moet de brug slaan naar het segment genieten. Kernwaarden zijn schoonheid, genot, inzicht en "slowness".
7. Via **Klara Continuo** continu volledige en ononderbroken uitvoeringen van klassieke muziek te brengen.
8. Via **Nieuws+** permanent de laatst uitgezonden nieuwsuitzending van Radio 1 op een digitaal radiokanaal te brengen.

De VRT stelt dat VRT-radio in 2015 dagelijks meer dan 3 miljoen Vlamingen bereikte met haar aanbod. VRT radio streefde doorheen zijn aanbod naar kwaliteit, diversiteit, relevantie en impact zowel via traditionele radio, digitaal en via sterke evenementen.

VRT radio lanceerde in 2015 een aantal nieuwe digitale initiatieven, die de band met de luisteraar ook in een veranderende en meer digitale mediacontext zou moeten blijven versterken. Radio 2 kreeg er www.aha.radio2.be een digitaal platform bij, boordevol handige weetjes, slimme trucs en creatieve ideeën voor alle Vlamingen. En met www.vivavlaanderen.be ontsloot Radio 2 de Vlaamse muziek, in samenwerking met partners uit de muziekwereld.

MNM lanceerde een nieuwe online-aanpak met een nieuwe site en met www.generationM.be een platform voor jongeren, waar thema's waar jongeren mee te maken hebben aan bod kunnen komen. Het platform dat inzet op interactie en co-creatie, is een extensie en versterking van het gelijknamige radioprogramma op MNM.

Digitaal werd in 2015 gestart met een vernieuwing van de Klara-website en met een verdere verfijning van Radioplus, de digitale radiospeler van VRT.

Een nieuw evenement was #bel10 van Radio1, een zoektocht van de zender naar de ideeën van Vlamingen over de samenleving van morgen met concrete beleidsvoorstellen als resultaat. De actie ging gepaard met dagelijkse live-uitzendingen in een pop-up café op de Kunstberg in Brussel, en kreeg een eigen platform en een digitaal boek. De actie "Heerlijk Helder" van Hautekiet op Radio 1 rond duidelijke communicatie leidde tot resultaten voelbaar voor elke Vlaming (bv aanpassing aanslagbiljet).

Met #op de vlucht brachten de verschillende VRT-radiozenders in september 2015 informatie, debat, getuigenissen en menselijke verhalen rond de vluchtelingencrisis. Digitaal kreeg dit een extensie via www.opdevlucht.be.

De Warmste week van Music For Life werd voor een eerste keer een grote radio-actie van vier radionetten samen, met als hoogtepunt een dag samen radio maken voor meer dan 1000 goede doelen in Vlaanderen.

Hieronder volgt een korte beschrijving van de profilering van elk radionet. Het volledige radiatorrapport is terug te vinden in bijlage 8.

1. Profilering Radio 1 als nieuws en radiokanaal.

De missie van Radio 1 is volgens de VRT de actuezender die zijn luisteraars prikkelt en inspireert..

Radio 1 richt zich vooral op het segment “meer weten” (van de mediakaart) en wordt door de luisteraar herkend als nieuws- en informatiekanaal.

Tabel 8: Profilering Radio 1 (PPM studie)

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Radio 1 (PPM 2015)	1	5,1	10,1	5,8	56,9	19,1

Kernwaarden van Radio 1 zijn: openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking en alertheid.

Als actuezender is Radio 1 volgens de VRT dynamisch en continu in ontwikkeling. Radio 1 blijft zijn nieuwsgierige luisteraars optimaal bereiken, informeren en verrassen, ook in een veranderende mediacontext. Met vaste afspraakmomenten en met specials, extra-duidingsprogramma’s bij nieuwsgebeurtenissen en gelegenheidsprogramma’s. Radio 1 biedt een aanbod dat de nieuws- en achtergrondbehoefte van de luisteraar verbindt. Radio 1 is er voor iedereen die in het ‘nu’ wil staan en zichzelf wil ontwikkelen door actief op zoek te gaan naar inzicht.

Voor een informatienet als Radio1 blijven de De ochtend en De wereld vandaag cruciale programma’s. Ze volgden de dagelijkse actualiteit op en brachten feiten en duiding bij de grote nationale en internationale nieuwsmomenten in 2015, met een belangrijke rol voor eigen verslaggeving en inzichten ter plaatse. Naast de vaste afspraken maakten de redactieteams ook extra uitzendingen rond onder meer de vluchtelingencrisis, Charlie Hebdo, de federale begroting, de invallen in Verviers, de aanslagen Parijs en de klimaatconferentie in Parijs. Bonus op zaterdag bleef de luisteraar informeren met een eigen kijk op de actualiteit van de voorbije en komende week.

Radio 1 kiest doorheen haar programmatie voor het belichten van wat er in de verschillende aspecten van onze samenleving gebeurt en verandert. Maatschappelijke thema’s als milieu, zorg, mens en maatschappij, welzijn, gezondheid en wetenschap kwamen structureel aan bod in speerpuntprogramma’s als De ochtend en De wereld vandaag, Hautekiet, De bende van Annemie, Nieuwe feiten en Interne keuken.

Begin 2015 startte Hautekiet met de Heerlijk Helder-campagne. Doel: recht maken wat krom is, namelijk de vaak nodeloos onbegrijpelijke communicatie van politici, juristen, overheidsdiensten, banken, dokters en musea. Luisteraars stuurden massaal veel voorbeelden van onheldere taal in. Beleidsvoerders stelden komaf te willen maken met wollige taal in hun communicatie.

Met het project #BEL10 ging Radio 1 (live vanop de Kunstberg in Brussel) interactief op zoek naar inspiratie voor een betere samenleving rond 10 thema’s die luisteraars zelf op de agenda hebben gezet. Hiermee moedigde Radio 1 het maatschappelijk debat aan door burgers een constructieve, betrokken en kritische stem te geven. Meer dan 1200 Vlamingen stuurden ideeën in en 100 luisteraars gingen praten met experts, deden in workshops nieuwe inzichten op en konden

rechtstreeks het gesprek aangaan met de beleidsmakers.

Radio 1 belicht de samenleving doorheen zijn verschillende programma's zowel op een interactieve manier, ontdekkend en verdiepend als via humor en satire. Radio 1 maakte wekelijks tijd voor het diepgravende gesprek met een centrale gast in Touché.

Radio 1 heeft oog voor cultuuractualiteit, cultuurparticipatie, culturele ontdekking en verdieping en zet cultuur centraal in zijn aanbod.

Bar du Matin zond uit vanop 8 grote culturele evenementen. Naar aanleiding van de Herman De Coninck-prijs plaatste Radio 1 samen met boek.be 5 gedichten als ecotag in 5 Vlaamse centrumsteden.

Met een speciale uitzending Viva Verhulst zette Radio 1 auteur Dimitri Verhulst in de bloemetjes als dank voor zijn boekenweekgeschenk. Samen met Bib en 30CC Leuven organiseerde Radio 1 Het Land van de Nieuwsgierigheid, een festival vol interessante literatuur, prikkelende workshops, sessies over wetenschap, topsport en allerlei andere thema's die appelleerden aan de nieuwsgierigheid van het Radio 1-publiek. Met als centrale figuur Arnon Grünberg. In samenwerking met KANTEL ging Radio 1 op zoek naar Het Beste Boek in de Nederlandstalige literatuur van de voorbije 25 jaar. Twee weken lang liep een gelegenheidsprogramma in de periode van de Boekenbeurs. Traditiegetrouw zond Radio 1 Van Peel overleeft 2015 uit, de eindejaarsconferentie van Michael Van Peel.

Sport was een belangrijk onderdeel van Radio 1 als actuezender. Er was live verslaggeving van de belangrijkste wielervedstrijden (met een focus op de voorjaarsklassiekers en de Ronde van Frankrijk), en van het Belgisch competitievoetbal, de wedstrijden van de Belgische clubs in de Champions en Europa League, en van de wedstrijden van de Rode Duivels. Maar Radio 1 had ook aandacht voor talrijke andere sporten, met onder meer een verslag van de tennistoernooien van Roland Garros en Wimbledon, het WK atletiek in Peking en de Iron man triatlon op Hawaï.

De muziek op Radio 1 blijft een mix van hedendaagse en klassieke pop & rock met aandacht voor Vlaamse producties en met ruimte voor diverse genres als folk, blues, jazz en world. Radio 1 heeft structureel aandacht voor Nederlandstalige muziek doorheen de hele dag (minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig). Radio 1 organiseerde muzikale sessies met diverse artiesten en promoveerde Vlaamse/Belgische muziek via muzikale specials en acties zoals de 100 op 1 (top 100 van de Belgische muziek), de Radio 1-sessies en het nieuwe concept "Radio 1 speelt buiten". Naar aanleiding van Het Beste Boek werden 10 nieuwe "Boeksongs" gemaakt die gebaseerd zijn op een Nederlandstalig boek.

Acties en evenementen

Radio 1 werkte samen (structureel of per project) met de culturele sector (onder andere literatuur, film, theater en podiumkunsten), de muzieksector, de sportsector en de mediasector.

Persoonlijkheden uit die sectoren krijgen ook kansen op Radio 1 als gastprogrammamaker en/of presentator. De vaste presentatoren zijn mediapersoonlijkheden die ook actief deelnemen aan organisaties en evenementen van partners. En externe partners uit het middenveld waren welkom om te participeren rond maatschappelijke thema's in uitzendingen of projecten.

Digitaal en Mobiel

Met het interactieve programma Hautekiet zette Radio 1 expliciet in op digitale media, met een sterke visuele en online uitwerking van thema's en onderwerpen. Hautekiet hield mobiliserende themaweken met succesvolle online voetafdruk. Het programma organiseerde in het voorjaar een grote actie rond helder taalgebruik, 'Heerlijk Helder', met een duidelijke digitale focus en een boek als resultaat. In het najaar organiseerde het een tweede special rond taal met een online taaltest

("Hoe chill is uw Nederlands?") i.s.m. de Taalunie en De Standaard die meer dan 200.000 keer werd ingevuld. Daarnaast organiseerde Hautekiet ook een online verkeerstest i.s.m. de Vlaamse stichting verkeerskunde. Kleinere online acties, zoals 'Wat is uw muzikale leeftijd?' en 'Wat is je lijflied?', werden positief onthaald en konden rekenen op een hoge betrokkenheid van het publiek. Daarnaast organiseerde Hautekiet ook het e-boek #zeimijnmoederaltijd.

De Bel10-actie had een eigen website en digitale voetafdruk: via het online platform werden in lijn met de actie ideeën gesprekkeld, kandidaten gezocht, thema's behandeld en na afloop een e-boek ter beschikking gesteld.

Het gemiddeld unieke bezoekers van Radio1.be steeg tot 15 667. Het aantal fans op Facebook steeg met 24,1% ten opzichte van 2014 tot 39.209 in 2015, het aantal Twitter-volgers steeg met 23,7% tegenover 2014 tot 45.376 volgers in 2015.

Radio 1 toonde een sterkere focus op het digitale luik wat betreft evenementen (Radio 1 Sessies, Het Land van de Nieuwsgierigheid) en nieuwe programma's (Watskeburt). De website en sociale media van Radio 1 volgden inhoudelijk de baseline 'Altijd benieuwd', en maakten daarbij een relevante selectie van thema's en informatie die on air werden uitgezonden en wereldwijd werden aangeboden.

Daarnaast was er een verhoogde aandacht om de informatie op een duidelijke digitale manier aan te bieden en de interactie van de bezoeker hierbij te betrekken, zoals bij Het Beste boek ('Dit zijn de 100 beste boeken van de voorbije 25 jaar, maar wat is uw Beste Boek. Stuur ons uw Top-3') en Watskeburt ('dagelijkse radio- én onlinequiz': test uw kennis van de actualiteit).

2. Radio 2

De missie van Radio 2 is *"Radio 2 is een optimistisch ontspanningsnet dat de wereld veraf en dichtbij helpt te begrijpen en houvast biedt."* Hierbij zijn de waarden 'vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie en empathie' van toepassing. Radio 2 probeert met deze missie en waarden de mediakaart zo breed mogelijk te bereiken, maar er is een duidelijke nadruk te merken bij de segmenten 'genieten', 'huiselijkheid', 'vertrouwen' en 'meer weten'.

Tabel 9: Profilering Radio 2 als brede familie-zender

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Radio 2 (PPM 2015)	1,7	12,4	40,3	21,2	18,7	5,5

De regionale redacties van Radio 2 zetten zich in om hun positie als nieuwsautoriteit in de regio te verstevigen. Ze deden dat door het correspondentennet en de eigen reporters strategisch in te zetten voor eigen nieuwsgaring en te focussen op regionale dossiers. Radio 2 West-Vlaanderen zorgde bijvoorbeeld voor nieuws met een enquête over parkeertarieven en een rondvraag bij de jeugdbewegingen over teveel aan administratieve overlast. Radio 2 Antwerpen werd ook door andere media geconsulteerd in verband met dossiers als Sinksenfoor en Oosterweel. Radio 2 Vlaams-Brabant kreeg veel aandacht naar aanleiding van hun expertise rond 'shoppingcentra' (Uplace, Dockx Brussel en Europea) en in de rand daarvan het Brabantnet van De Lijn.

Daarnaast werd er in elke regio geïnvesteerd in verdiepende radioreeksen over bepaalde thema's.

Radio 2 Antwerpen had het bijvoorbeeld over radicalisering en Radio 2 Limburg over één jaar na de sluiting van Ford Genk.

De regionale redacties hadden aandacht voor diversiteit in de regio. Ze probeerden de verscheidenheid van Vlaanderen te weerspiegelen in de personen die ze aan het woord lieten. Daarnaast werd ingezet op het uitbouwen van een diversiteitsnetwerk. Dat betekende onder andere een vervijfvoudiging van het aantal contacten met een diverse achtergrond in de database. Bij Radio 2 Oost-Vlaanderen en Limburg engageerde men een correspondent met migratieachtergrond. Daarnaast kan men onze diverse samenleving ook weerspiegeld zien in een aantal vaste onderdelen van de regionale programma's. Bij Radio 2 Oost-Vlaanderen met een Turkse krantenman voor een wekelijkse babbel in Start je dag, bij Vlaams-Brabant gaf humorist Erhan Demirci wekelijks zijn kijk op de actualiteit in de provincie en in West-Vlaanderen bracht Aagje Van Walleghem de hele zomer portretten van sporters die zich voorbereidden op de Olympische Spelen.

In dagelijkse programma's als De Madammen en De Inspecteur en via netoverkoepelende initiatieven, werden verschillende maatschappelijke thema's die relevant waren voor de doelgroep op een heldere manier benaderd.

Zo kroop Anja Daems in een "verouderingspak" naar aanleiding van de dag van de zorg, lanceerden De madammen in Gent de "app on wheels", het resultaat van een eigen actie in samenwerking met externe partners om de toegankelijkheid van Vlaamse steden voor rolstoelgebruikers in kaart te brengen. Naar aanleiding van Moederdag stonden alleenstaande, sterke vrouwen centraal. En naar aanleiding van de wereldklimaatdag, vroeg Radio 2 aan Urbanus om een geactualiseerde versie van "de wereld is om zeep" te maken. De madammen presenteerden in september het programma van thuis uit om 'car free day' en de voordelen van thuiswerk in de verf te zetten.

Radio 2 bracht 'Voor altijd', een inhoudelijke reeks in het kader van 'de dood'. Alle praktische en emotionele aspecten die gepaard gaan met overlijden kwamen aan bod bij de regionale programma's, De Inspecteur, De Madammen en een gelegenheidsprogramma 'Voor altijd', gepresenteerd door Chris Dusauchoit. De Inspecteur ging in het voorjaar 2015 op zoek naar de 5 grootste ergernissen van de consument. Andere grote thema's waren onder andere een week van de cyberveiligheid en een energieweek met reportages over hernieuwbare energie, een enquête en een energiedag in Blankenberge. De madammen en De inspecteur trokken een maand na de aanslagen van 2015 naar Parijs om te peilen naar de gevolgen, praktisch en emotioneel.

Radio 2 had in 2015 aandacht voor het Nederlandstalig en Vlaams muzikaanbod. 31% van de gedraaide nummers waren Nederlandstalig en 36 % waren Vlaamse producties. "Classics" vormen de leidraad in de muziekprogrammatie. Tijdens muzikale themadagen- en weken zoals "De week van de jaren '70", "Vraag het aan" en "De 1000 Klassiekers" draaide Radio 2 de favoriete hits van de luisteraar.

Radio 2 ondersteunde de Vlaamse muziekproductie via allerlei initiatieven. Radio 2 liet meermaals nieuwe Nederlandstalige nummers maken door Vlaamse artiesten (Urbanus, Slongs Dievanongs, Will Tura,...). Naar aanleiding van Valentijn kregen 5 Vlaamse artiesten een compositieopdracht voor een Nederlandstalig dialectnummer. Bestaande initiatieven voor (nieuw) Vlaams talent waren De eregalerij in Oostende en Zomerhit 2015 in Blankenberge.

In 2015 zond Radio 2 voor het eerst de Vlaamse top 100 uit. De 100 beste songs uit Vlaanderen, gekozen door de luisteraars. De uitzending kwam live vanop de Grote Markt in Brussel met live-muziek van Willy Sommers, Nicole & Hugo, John Terra, Jimmy Frey, Liliane St Pierre en 2 Fabiola. Op 2 augustus werd Will Tura 75. Dat vierde Radio 2 met een live-uitzending vanuit Veurne en de integrale uitzending van zijn verjaardagsconcert die avond. Op maandag 7 december stelde Helmut Lotti zijn nieuwe album Faith, Hope & Love live voor in de Marconi-studio van de VRT. Er waren live-uitzendingen van de Vlaamse Top50 met Christoff en Kim Debie.

Naar aanleiding van de 100^{ste} geboortedag van Frank Sinatra organiseerde Radio 2 op zaterdag 11

december een publiekssessie in de Marconi-studio van de VRT. Muzikale gasten brachten live nummers van Sinatra, samen met de VRT Big Band. De opname is de dag nadien uitgezonden in The Rat Pack, het croonerprogramma van Radio 2 met Guy Depré. Ook dit jaar trok Radio 2 in aanloop naar de 1000 Klassiekers door Vlaanderen met 1000 klassiekers on tour. Dit jaar waren er 4 afspraakmomenten. In Brussel, Leuven, Mechelen en Roeselare waren er live-uitzendingen op zaterdag van 13u tot 16u. Elke maand was er in 2015 een De Prehistorie Live fuif in Vlaanderen.

Acties en evenementen

De VRT stelt dat Radio 2 de grootste familie van Vlaanderen is en dit wil uitstralen. Radio 2 is zowel regionaal als nationaal de partner van tal van evenementen in uiteenlopende sectoren: sport, cultuur, muziek, culinair en toerisme.

Digitaal en Mobiel

Radio 2 reorganiseerde en versterkte zijn digitaal team in 2015. Onder coördinatie van een algemene digitale verantwoordelijke werden verschillende subteams per domein uitgebouwd en versterkt (subteams rond de Radio 2 website, het Aha!-platform, het muzikaal platform VivaVlaanderen en de digitale voetafdruk van de regio's).

Radio 2 zette in op opleidingen om de digitale shift bij de Radio 2-medewerkers verder te ontwikkelen. Zo was er digitale stage van een Radio 2-medewerkster in samenwerking met het Digitaal Productiecentrum van de VRT en werd kennisdeling geoptimaliseerd door onder meer teammeetings en slowdates. Er werd een opleidingsplan ontwikkeld om een ruimere groep van redactiemedewerkers skills voor digitale productie bij te brengen (schrijven, fotografie, video,...).

Radio 2 lanceerde twee digitale platformen die verbonden zijn met de interesses en mogelijke behoeften van zijn publiek. www.aha.radio2.be biedt sinds november allerlei handige weetjes, slimme trucs en creatieve ideeën die dagelijks toepasbaar zijn voor alle Vlamingen. De tips & tricks van Aha! worden ook intensief via sociale media verspreid. En met www.vivavlaanderen.be ontsluit Radio 2 sinds eind juni Vlaamse muziek, in een samenwerking met partners uit de muziekwereld. Inmiddels staan 60 artiestenprofielen online en kent het platform ook een eigen facebookpagina.

Er was sterke digitale aanwezigheid van de regio's via onder andere 5 twitteraccounts en 5 facebookpagina's.

3. Profilering Studio Brussel

Studio Brussel hanteert de missie: *“Studio Brussel stimuleert een actieve muziekbeleving als motor van een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld.”* De kernwaarden van Studio Brussel zijn ‘Avontuur, originaliteit, open minded, betrokken’.

Studio Brussel is trendsettend en bleef zichzelf ook in 2015 vanuit zijn muzikale propositie heruitvinden. Studio Brussel blijft een kweekvijver voor (jong) mediatalent binnen VRT en streeft een volledige 360°- en digitale merkbeleving na.

Tabel 10: Profilering Studio Brussel

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Studio Brussel (PPM)	17,6	11,8	13,1	14,8	16,3	26,3

2015)						
--------------	--	--	--	--	--	--

Kernwaarden van Studio Brussel zijn: avontuur, originaliteit, openheid en betrokken.

Aanbod

Onder het motto 'life is music' staat muziek centraal bij Studio Brussel. Het aanbod is volgens de VRT gevarieerd en verrassend. Ook in 2015 werden initiatieven genomen om het ruime en verdiepende muziekaanbod in nieuwe programma's, concepten of events te laten leven. Naast de bestaande gespecialiseerde muziekprogramma's (Duyster, De Zwaarste Show, Lefto, TLP,...) startte dit jaar het programma Zender, elke weekavond van 19 tot 22uur met een avontuurlijk muziekaanbod en extra aandacht voor nieuw talent en de Vlaamse muzieksector. In On Stage stond live muziek centraal. Tijdens het weekend kregen nieuwe resident dj's hun eigen programma: Discobaar A Moeder, Goe Vur in den Otto, Goldfox, Stavroz en Sheridan. In De Mixx mocht een jonge, onbekende dj elke zaterdag een uur lang plaatjes draaien en in All Night Long nam een dj en zijn gasten een hele nacht de radio over. Een centrale gast koos zelf 2 uur lang zijn favoriete muziek in Lemaire Luistert.

Vanop de festivals Extrema, Werchter, Tomorrowland, Pukkelpop en Laundry Day werden live uitzendingen gemaakt. Andere festivals en concerten werden verslagen via reporters.

De inbreng van de luisteraar liet zich voelen in de vele muzikale hitlijsten op Studio Brussel zoals:

De 100 Van Eigen Kweek (100 beste Belgische platen), The Greatest Switch (100 beste dansplaten aller tijden), De Zwaarste Lijst (de 66 beste zware gitaarplaten), Album 500 (beste albums aller tijden), 1000 zonnen en gitaren (zomerse muziek mét gitaren), De Tijdloze (de 100 ultieme tijdloze nummers). Studio Brussel hield muzikale themaweeken zoals de Week van Eigen Kweek (een week lang alleen Belgische muziek) en De 5 van de Jaren 90. Studio Ibiza zond een week lang uit vanop Ibiza en liet de muziek en vibe van het party-eiland horen.

Studio Brussel organiseerde zelf concerten in zijn Club 69 van onder andere Noel Gallagher, Selah Sue, Balthazar, Oscar & The Wolf en Hozier. Peepshow bracht artiesten naar een geheime en originele locatie: Daan speelde in de basiliek van Koekelberg en Christina and The Queens in het modemuseum van Antwerpen. Er was een exclusieve Zender-sessie met Jamie XX in de Beursschouwburg en Studio Brussel vierde 20 jaar Lefto live vanuit AB. Muse for life was een uniek concert van deze wereldband in AB tvv Artsen zonder Grenzen, het goede doel dat Muse zelf koos voor Music for Life.

Studio Brussel was ook partner van 'Lokale Helden' waarbij op 30 april in alle Vlaamse gemeenten lokaal pop- en rockgeweld optrad. De muzikale afstudeerprojecten van hogeschool PXL kregen een extra avondvullende live-uitzending.

Studio Brussel zette in op nieuwsupdates met herkenbare nieuwsstemmen en -persoonlijkheden die elk uur de luisteraars op maat informeerden. Bij grote nieuwsfeiten was er extra deskundige duiding in de spitsblokken.

Elke zondagmiddag presenteerde Stijn Vlaeminck Studio Sport, een programma dat op een dynamische Stubru-manier de sportactualiteit benaderde. Via "zet je sport in de kijker" had het programma ook aandacht voor (kleinere) sporten en sporters die het volgens de luisteraars verdienden om in de belangstelling te staan. Het programma riep Stijn Umans uit tot grootste voetbalsupporter van het land via de uitreiking van "de gouden sjaal".

Studio Brussel werkte samen met “sportieve” partners en zond live uit vanop Ten Miles en De Watersportdag van Sport Vlaanderen en de Vlaamse Watersportfederaties.

Acties en evenementen

De sociale betrokkenheid van Studio Brussel weerspiegelt zich in verschillende partnerships, events en live-uitzendingen rond verschillende thema’s (studeren, milieu, mobiliteit, jongeren en kunst, ondernemerschap,...) die de doelgroep bewegen en engageren.

Digitaal en mobiel

Studio Brussel investeerde in 2015 in een volwaardige 360° en digitale merkbeleving. Studio Brussel bracht ook web only-aanbod: van de (zomer)festivals werd verslag uitgebracht met videoreportages en Linde Merckpoel maakte dagelijks een actueel ‘@yourservice’-filmpje dat zeer gesmaakt werd en een geslaagd experiment rond mobiele videobeleving van De warmste week via een nieuwe app (in samenwerking met “trekker live”).

Naast de website bleven Facebook (371.447 fans) en Twitter (276.642 followers) een belangrijke rol spelen, maar het waren vooral Snapchat en Instagram die in 2015 een enorme boost in bereik én interactie kenden. Het aantal Instagram-followers steeg met 85 % in vergelijking met 2014 tot 81.621 in 2015. Het mobiele gebruik is een significante trend.

4. Profilering MNM

“MNM is een ontspannende hitradio die de jonge luisteraar en zijn leefwereld centraal stelt en hen tegelijk gidst door een relevant informatief aanbod. MNM is een aanstekelijk platform dat het uitwisselen van ervaringen faciliteert en engagement stimuleert.” Dat is de missie van MNM. ‘Groepsgevoel, openheid, optimisme, engagement, inspiratie, authenticiteit’ zijn daarbij de kernwaarden.

MNM wil jongeren in Vlaanderen ondersteunen en op weg helpen in de maatschappij. Het net heeft een half miljoen exclusieve luisteraars die de VRT anders niet bereikt en die (enkel) via MNM met een relevant VRT-nieuwsaanbod op maat in aanmerking komen. Die exclusieve band met vooral scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen probeert MNM op te zetten via een doorgedreven uniek en onderscheidend aanbod met aandacht voor participatie rond maatschappelijke debatten en acties.

Tabel 11: Profilering MNM:

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
MNM (PPM 2015)	22,2	11,8	27,5	23,5	3,1	8,6

Volgens de VRT toont onderzoek aan dat MNM zich van het nieuws op andere Vlaamse hitzenders onderscheidt. De actualiteit wordt meegenomen in de belangrijke ochtend-en avondblokken. Om relevant te blijven stemde MNM volgens de VRT zijn nieuws en informatie nog meer af op de interactieve leefwereld van jongeren met onder meer het Ninja Nieuws. Dit is een online nieuwsformat op maat van jongeren die de actualiteit volgen via sociale media. Via thema-uitzendingen of thema-dagen (Less we can met tips en tricks voor de crisis, Week van het

Bos,...) worden belangrijke issues uit de actualiteit uitgelicht zodat de jonge luisteraars kunnen meepraten op een constructieve manier.

Voor sport en ook de minder bekende sporten (vrouwenvoetbal, hockey, zaalvoetbal,...) was er extra aandacht, ook via samenwerkingen en evenementen. In de zomer was er opnieuw Tour of Beauty (Ronde van Frankrijk).

MNM werkt met vaste en herkenbare verkeersankers, die 's morgens en 's avonds voor verkeersupdates in Vlaanderen en Brussel zorgen. Samen met de VRT-verkeersredactie focuste MNM op de veiligheid van de fietser (fietshelm en fluohesjes) tijdens De verkeersweken in oktober.

MNM wil inspireren en geïnspireerd worden door jongeren en hen laten meepraten over maatschappelijke thema's. Programma's als UrbaNice en het interactief programma Generation M zorgen voor een sterke band met jonge luisteraars waarbij heel veel verschillende onderwerpen bespreekbaar worden gemaakt ((homo)seksualiteit, vluchtelingen, leven met je lichaam en beperking...). MNM lanceerde in het najaar ook www.generationM.be een interactief digitaal platform voor jongeren, waar alle mogelijke thema's waar jongeren mee te maken hebben aan bod kunnen komen. Het platform dat inzet op interactie en co-creatie, is een extensie en versterking van het gelijknamige radioprogramma op MNM.

MNM is de afspraak met de hits en zoekt en steunt het jonge muzikalent in Vlaanderen via projecten als: Start to Dj, liftconcerten,... MNM ondersteunt live optredens met bekende artiesten en belangrijke muzikale events in Vlaanderen: UrbaNice Party, concerten, aandacht voor festivals (Summerfestival, Daydreamfestival, Genk On Stage,...)... Populaire hitmuziek en urban music zorgen voor een grote muzikale gemene deler tussen allochtone en autochtone jongeren en dragen in belangrijke mate bij tot het 'inclusieve' karakter van het net. Als hitradio investeerde MNM in hitlijsten zoals de Ultratop50, MNM Dance50 en MNM Urban50. Er zijn ook occasionele hitlijsten zoals de Teens500, Fan500,... Tijdens de grote muzikeweken zoals Back to the 90's & Nillies, de MNM1000, Fan500 bepaalt de luisteraar via interactie de platenlijst.

Acties en evenementen

MNM schakelt zich via zijn mobiliserende acties sterk in op de leefwereld van jongeren (school en studeren, relaties, vrije tijd, creativiteit ...) en faciliteert waar jongeren de complexiteit van de maatschappij ervaren (werk zoeken, zelfvertrouwen,...) . Hiervoor gaat MNM samenwerkingen aan met verschillende partners in Vlaanderen, die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen (onder meer: Let's go urban, de muziekindustrie, Unizo, verkeersorganisaties, Sensoa,...).

5. Digitaal en mobiel, MNM Hits

MNM werkt volgens de VRT verder om uit te groeien tot een 360°-merk met aandacht voor digitale experimenten met video en sterkere betrokkenheid van de luisteraar via sociale media en digitale interactie. MNM is meer dan radio alleen en is aanwezig op alle relevante digitale platformen om jongeren te bereiken. In 2015 lanceerde MNM een nieuwe versie van www.mnm.be en daarnaast werd de nieuwe website GenerationM.be gelanceerd. Dit is een onlineplatform dat inspeelt via 6 thema's op de leefwereld van jonge mensen. Via sociale media en interactie komen de luisteraars redactioneel aan bod in verschillende programma's zoals Big Hits, Generation M, de Ochtendshow en Planeet de Cock. MNM Hits brengt 24u/7d non-stop muziekbeleving als verlengstuk van MNM. Naast de website groeiden het aantal Facebookvrienden tot meer dan 176.000 (+19.1 % in vergelijking met 2014) en de Twittervolgers tot bijna 90.000 (+31.3 % in vergelijking met 2014). MNM zit onder meer op Spotify, Instagram en Snapchat en kende eind 2015 bijna 28.000 (+290 % in vergelijking 2014) Instagram followers.

6. Profilering Klara

De missie van Klara is “*Slow radio om de beleving van kunst, klassiek en jazz te stimuleren*”. De kernwaarden van Klara zijn ‘schoonheid, genot, inzicht, slowness.’

Tabel 12: Profilering Klara:

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Klara (PPM 2015)	0	0,3	3,5	17	62,8	12,7

Als ‘slow radio’ zette Klara in 2015 zowel in op rust als op inzicht. Via deze twee invalshoeken stimuleerde Klara de beleving van kunst en cultuur, klassiek en jazz. Klara verankerde structurele cultuurafspraken in het schema en bood uitnodigende cultuurspecials, acties en evenementen als organisator of partner.

Aanbod

Met programma’s als Klassiek Leeft , Promenade, Maestro en Boetiek Klassiek had Klara dagelijks aandacht voor het grote klassieke repertoire en de muziekactualiteit. Django bracht een subtiele mix van klassiek, world en jazz. Late Night bleef de plek voor ‘andere’ muziek, waarbij diverse muziekstijlen (zoals hedendaagse jazz, hedendaags klassiek, experimentele muziek, wereldmuziek) aan bod kwamen. Het jazzaanbod werd uitgebreid door naast de programma’s Take 7 op vrijdag en Round midnight op zondag, hedendaagse jazz en de jazzactualiteit centraal te plaatsen in Late Night Jazz op maandag. Klara Live bleef in 2015 een vast afspraakmoment voor de concerten, een mix van eigen opnamen en EBU-opnamen. De Liefhebber, Klara’s Top 100, Iedereen Klassiek en Club Klara brachten klassiek op een verbredende en ontdekkende manier tot bij de klassieke muziekliefhebber .

Iedereen Klassiek werd ontdebeld en is er op zaterdag en zondag. Club Klara verhuisde naar zondagvoormiddag.

Klara vestigde in 2015 via muzikale reeksen en thematische uitzendingen aandacht op verschillende muzikale genres, componisten en stromingen. Zo bracht Klara een verdiepende muzikale reeks over de Finse componist Jean Sibelius. In het chansonprogramma La vie est Riguelle gingen Patrick Riguelle en Jan Hautekiet op zoek naar hoe en waarom zij door chanson geraakt worden. Op 11 juli werden uitsluitend Vlaamse musici of Vlaamse werken gespeeld. Klara zond ook een vierde editie uit van The Original Soundtrack, waarin Britse filmmuziek centraal stond. Een nieuw programma was On the Road, waarin steden als New York, Berlijn, Venetië, ... muzikaal werden geïllustreerd en artistiek werden gemapt op een speciaal ontwikkelde app. In Maestro en/of Klara Live werd speciale aandacht besteed aan Gustavo Dudamel, Jacqueline Dupré, Svjatoslav Richter, Itzhak Perlman, Elisabeth Schwarzkopf, Frank Martin, Bohuslav Martinu, Alexander Skrjabin, Arvo Pärt, Cipriano de Rore en August de Boeck.

Het kunstprogramma Pompidou stond stil bij diverse kunstdisciplines met gasten uit de culturele actualiteit, vaste experts en met aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. Pompidou maakte thematische uitzendingen over T.S. Eliot, over Walden van Henri Thoreau, over de schilder Piet Mondriaan, over de dichter en cineast Pier Paolo Pasolini, over de filosoof en schrijver Roland Barthes. In Schone kunsten ging Kurt Van Eeghem op zoek naar “de schone dingen des levens”. Er was een speciale uitzending met de jarige Jos Van Immerseel. In Berg en Dal en Trio werden tijdens het weekend tal van cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema’s aangesneden en waren sleutelfiguren uit verschillende domeinen van de Vlaamse samenleving te gast.

Pat Donnez maakte samen met psychiater Dirk De Wachter de speciale serie Ten Liefde! Vital Baeken presenteerde een serie programma's over Sherlock Holmes en over Alice in Wonderland. Kurt Overbergh (artistiek directeur AB) maakte voor Klara 8 programma's over Billie Holiday.

Klara zette in 2015 in op geschiedenis met zeer gewaardeerde series over onder meer de slag bij Waterloo. Klara organiseerde op 18 juni een re-enactment van de slag en zond in de lente de serie Napoleon uit, met Johan Op De Beeck. Aftellend naar de slag van Waterloo zond Klara in Espresso de serie 100 dagen met Napoleon uit. Johan op de Beeck stond ook in voor de serie Het Verlies van België. Klara maakte ook korte reeksen over Vincent Van Gogh (naar aanleiding van Mons2015) en Edith Piaf (100 jaar geleden geboren).

Acties en evenementen

Klara zette in op acties en events rond klassieke muziek. Door zijn acties, events en samenwerkingen, bleef ze verankerd in het culturele Vlaamse landschap. Klara werkte via acties en evenementen en live-uitzendingen doorheen 2015 samen met een hele reeks culturele partners en instellingen zoals Bozar, Flagey, de Munt, de Beursschouwburg, Concertgebouw Brugge, DeSingel, de Boekenbeurs, STUK, De Warande, AMUZ, MUHKA, Muzee, Passa Porta, NTGent en vele anderen. Er waren live uitzendingen vanuit Passa Porta, in het kader van Europalia, vanop Beaufort,

7. Klara Continuo, Digitaal en Mobiel

Klara maakte in 2015 werk van een verrijkte radiostroom via integratie van zijn aanbod in Radioplus. Het aantal fans op Facebook steeg met 17.5 % in vergelijking met 2014 tot 23.128 in 2015. Vooral met programma's als Klassiek Leeft, Club Klara en met acties zoals Klara's Top 100 werd via sociale media de interactie met de luisteraar versterkt. Ook de actie Iedereen Klassiek-straat deed het online goed. Het programma Pompidou en Late Night verrijkte zijn aanbod via een bijhorende blog. Klara Continuo is digitaal te ontvangen en brengt non-stop klassieke muziek, 24 uur op 24.

8. Nieuws+

Nieuws+ bracht in 2015 permanent de laatst uitgezonde nieuwsuitzending van Radio 1 en was op de digitale platformen te ontvangen.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD9: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden met een engagement voor Vlaamse producties en Nederlandstalige muziek.

OD9.1: De VRT verbindt er zich toe dat op Radio minstens 25% van de muziektijd Vlaamse muziekproducties zijn.

OD9.2: De VRT ondersteunt Nederlandstalige muziek. Minstens 30% van de muziektijd op Radio 2 is Nederlandstalig. Minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig.

Om deze doelstelling te behalen dient:

1. 25% van de muziektijd op Radio Vlaamse muziekproducties te zijn;
2. Minstens 30% van de muziektijd op Radio 2 Nederlandstalig te zijn en minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 Nederlandstalig te zijn.

De VRT stelt dat ze haar diversiteitsbevorderenderol ter harte neemt en zorgt voor muzikale diversiteit in haar aanbod. Haar publiek krijgt de kans om in de breedte en in de diepte kennis te maken met (nieuwe) muziek en/of belangrijke ontwikkelingen binnen diverse relevante muziekgenres. Dat doet zij enerzijds door op haar radiozenders het genreaanbod uit te breiden tijdens de reguliere programma's en anderzijds specifiekere muziekprogramma's aan te bieden.

- De VRT-radionetten hebben elk bijzondere aandacht voor specifieke muziekgenres zoals hedendaags klassieke muziek, etnische wereldmuziek en jazz op Klara; alternatieve rock & dance, hip hop, heavy metal op Stubru; Urban en populaire dance op MNM; blues, folk, soul en wereldmuziek op Radio 1 en tenslotte crooners, Vlaams populaire muziek en disco/funk bij Radio 2.
- Naast het bestaande aanbod werden in 2015 enkele nieuwe programma's ontwikkeld rond specifieke muziekgenres:
 - Radio 1 verbreedde de muzikale diversiteit in zijn dagelijkse playlist en lanceerde nieuwe initiatieven. Wonderland is een nieuw muziekmagazine met ruimte voor muzikale ontdekking en verdieping rond diverse genres. Op sportluwe momenten werd deze muzikale diversiteit nog uitgebreid met het programma Time Out (sfeerprogramma met jazzinvloeden), Faktor 50 (mediterrane muziekinvloeden) en Alderweireld (dansbare wereldmuziek). Enkele specials versterkten het multi-genre karakter van Radio 1. Een reeks en Marconi-sessie rond 100 jaar Billie Holiday. Op Hemelvaartsdag een "Reis rond de Wereld" langs tientallen landen in alle continenten en Radio 1 bracht het levensverhaal van Fela Kuti in "Viva La Vida".
 - Klara vestigde in 2015 via muzikale reeksen en thematische uitzendingen speciale aandacht op verschillende muzikale genres, componisten en stromingen. Zo bracht Klara een verdiepende muzikale reeks over de Finse componist Jean Sibelius. In het chansonprogramma La vie est Riguelle gingen Patrick Riguelle en Jan Hautekiet op zoek naar hoe en waarom zij door chanson geraakt worden. Klara zond ook een vierde editie uit van The Original Soundtrack, waarin Britse filmmuziek centraal stond. Een nieuw programma was On the Road, waarin steden als New York, Berlijn, Venetië muzikaal werden geïllustreerd.

Het jazzaanbod werd uitgebreid door naast de programma's Take 7 op vrijdag en Round midnight op zondag, hedendaagse jazz en de jazzactualiteit centraal te plaatsen in Late Night Jazz op maandag.

- Door Studio Brussel werden ook in 2015 veel initiatieven genomen om het ruime en verdiepende muzikaanbod in nieuwe programma's, concepten of events te laten leven. Naast de bestaande gespecialiseerde muziekprogramma's (Duyster, De Zwaarste Show, Lefto, TLP,...) startte dit jaar het programma Zender, elke weekavond van 19 tot 22uur met een avontuurlijk muzikaanbod en extra aandacht voor nieuw talent en de Vlaamse muzieksector.

Een overzicht van deze initiatieven is terug te vinden in bijlage 9.

De doelstelling van 25% van de muziektijd op radio zijn Vlaamse muziekproducties wordt gehaald. Voor alle VRT radionetten samen was dit 26,5% (norm: 25%) van alle nummers

uit Vlaamse muziek. Deze doelstelling is dus behaald.

Tabel 13: Percentage Vlaamse muziekproducties

Maand	Percentage
januari	25,4
februari	29,3
maart	25,6
april	25,3
mei	25,8
juni	30,7
juli	28,3
augustus	28,8
september	24,9
oktober	24,5
november	24,5
december	24,3
gemiddeld	26,5

Doelstelling Nederlandstalige muziek

De doelstelling inzake Nederlandstalige muziek werd gehaald. 15,8% van het totaalaanbod van Radio 1 (norm: 15%) en 30,9% van het totaalaanbod van Radio 2 (norm: 30%) bestond in 2015 uit Nederlandstalige muziekproducties

Tabel 14: Percentage Nederlandstalige muziek op Radio 1

Maand	Percentage
januari	16,2
februari	16,6
maart	15,9
april	15,7
mei	15,8
juni	15,9
juli	15,2
augustus	15,7
september	15,3
oktober	15,9
november	16
december	14,9
gemiddeld	15,8

Tabel 15: Percentage Nederlandstalige muziek op Radio 2

Maand	Percentage
januari	31,3
februari	32,2

maart	31
april	31,3
mei	30,6
juni	32,3
juli	32,3
augustus	31,6
september	30,4
oktober	30,1
november	29,9
december	28,1
gemiddeld	30,9

De doelstelling betreffende het percentage Nederlandstalige muziekproducties op Radio 2 (30%) en Radio 1 (15%) wordt met 30,9% voor Radio 2 en 15,8% voor Radio 1 behaald.

De Vlaamse Regulator voor de Media heeft in 2015 steekproefsgewijze controle uitgevoerd in de maanden juli en december. Er werd nagegaan in welke mate het aantal (Vlaamse) nummers overeenkwam met de rapportering door de VRT. Er werd ook nagegaan in welke mate de Vlaamse producties werden toegewezen. Hiermee werd gecontroleerd in welke mate de aangeleverde muzieklijsten van de VRT overeenkwamen met de uitzending.

Uit deze cijfers blijkt dat de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt, gelijk zijn aan de controlegroep die door de Vlaamse Regulator voor de Media is opgesteld.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD10: Het online aanbod m.b.t. de radionetten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker en is aangepast aan de gebruikte schermen/toestellen. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via - en aangepast aan - alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

OD10.1: Om het comfort te verhogen kan de mediagebruiker de radionetten beluisteren en programma's herbeluisteren via het open internet, onder meer via de netsites van de radionetten, maar ook via internetradiospelers en afgeleide interactieve applicaties.

OD10.2: De beleving van het aanbod van de radionetten wordt via het open internet op de respectieve netsites en eventuele daarvan afgeleide interactieve applicaties versterkt door audio, video, informatie en interactiviteit rond de programma's, zowel voor, tijdens als na uitzending.

OD10.3: Relevante platformen van derden, zoals bijvoorbeeld sociale netwerken, worden

ingezet om de beleving rond radioprogramma's te versterken.

Om deze doelstelling te behalen, dient de VRT:

1. de radionetten aan te bieden zodat de mediagebruiker die kan beluisteren en programma's kan herbeluisteren via het open internet, onder meer via de netsites van de radionetten, maar ook via internetradiospelers en afgeleide interactieve applicaties;
2. het aanbod van de radionetten aan te bieden via het open internet op de respectieve netsites en eventuele daarvan afgeleide interactieve applicaties versterkt door audio, video, informatie en interactiviteit rond de programma's, zowel voor, tijdens als na uitzending;
3. relevante platformen van derden, zoals bijvoorbeeld sociale netwerken, in te zetten om de beleving rond radioprogramma's te versterken.

De radionetten hadden een online aanbod dat het comfort verhoogde en de beleving van de mediagebruiker versterkte. Zo kon de mediagebruiker de radionetten beluisteren en programma's herbeluisteren via het open internet, onder meer via de netsites van de radionetten, maar ook via internetradiospelers en afgeleide interactieve applicaties.

In 2015 luisterden dagelijks 142.547 luisteraars via het internet naar VRT-radio. Dat was in totaal goed voor bijna 125 miljoen uur live radio luisteren via internet. De meeste luisteraars waren er voor Studio Brussel (namelijk 41.004), gevolgd door Radio 1 (26.354).

Via het eigen radioplatform Radioplus luisterde, variërend per net, ongeveer een derde van de online luisteraars. Het radioplatform (dat ook beschikte over een mobiel app) bevatte naast informatie over de muzieknnummers, de artiesten en de programma's ook weer- en verkeersinformatie.

Het digitale aanbod van de verschillende radionetten zette zijn inspanningen verder rond de beleving voor, tijdens en na de programma's, met online content. Daarnaast werd ingezet op interactie en conversatie rond die content, op de eigen site en binnen sociale media. Sociale media (Facebook, Twitter, Instagram) was in 2015 de plek voor de radiozenders om de online beleving te vergroten. De radionetten maakten ook gebruik van online muziekplatformen als Spotify en Deezer voor verschillende lijstjes en dagelijkse playlists.

De website van Radio1 focuste meer dan voorheen op de thema's die in de radioprogramma's worden behandeld. De interactie met de luisteraars was voor Hautekiet belangrijk. Het programma bood, in samenwerking met de Vlaamse Stichting Verkeerskunde, een online verkeerstest die meer dan 240.000 keer werd opgestart. In het najaar bood Hautekiet, in samenwerking met de Taalunie en De Standaard, een online-taaltest (Hoe Vlaams is uw Nederlands?) die meer dan 250.000 keer werd ingevuld.

Radio2.be werd vernieuwd met het oog op gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid (zoals met de voorleesknoop). De website had aandacht voor nieuws uit de regio's. Gebruikers konden mee bepalen waarvoor het consumentenprogramma De inspecteur aandacht moest hebben. De slotdag van de eindejaarstop 1000 klassiekers viel op 31 december. Toen haalde de site 58.051 unieke bezoekers. Op 10 juli 2015 lanceerde Radio2 Aha.radio2.be als digitaal platform met creatieve ideeën en praktische informatie bij het dagelijkse leven. De tips werden ook verspreid via de sociale media. De website bereikte gemiddeld 3.370 unieke bezoekers per dag (Bron: Comscore). Vanaf 29 juni bood VivaVlaanderen.be muziekfragmenten van 60 Vlaamse artiesten, en had daarnaast een eigen facebookpagina. Deze website bereikte gemiddeld 176 unieke bezoekers per dag (Bron: Comscore).

MNM.be bracht berichten die passen bij de leefwereld van de jonge luisteraars. MNM.be had gemiddeld 20.418 unieke bezoekers per dag (18.436 in 2014). Via de sociale media konden luisteraars hen mening delen over wat hun bezighield of over wat er op MNM te horen was. Die

reacties werden actief gebruikt in programma's zoals Generation M en Planeet De Cock. Als aanvulling bij het radioprogramma Generation M lanceerde MNM op 29 oktober GenerationM.be, een digitaal platform over jongerenthema's (zoals seksualiteit, gezondheid, school/werk). De website bood ruimte aan interactie en co-creatie. Deze subsite haalde gemiddeld 7.779 unieke bezoekers per dag (Bron: Comscore).

De website van Studio Brussel werd vernieuwd en was mobiel beter te raadplegen dan voorheen. De website en de sociale media ondersteunden het radionet. Op de website vonden luisteraars extra achtergrondinformatie bij de programma's, filmpjes, verslagen van evenementen en festivals.

Sommige concerten (zoals de Club 69-concerten) werden live gestreamd. Vorig jaar had Studio Brussel een aantal zeer succesvolle virale posts op facebook die veel trafiek naar de site leidden, dat was dit jaar veel minder het geval. Dit jaar werd veel minder de eigen site uitgespeeld, maar was Studio Brussel meer binnen de Facebook-omgeving zelf actief. Daar stond tegenover dat de berichten op de website eenvoudiger deelbaar werden voor gebruik op de sociale media.).

Per dag bereikte Klara.be 4.141 unieke bezoekers. Vooral met Klassiek leeft, Club Klara en Klara's Top 100 werd via de sociale media de interactie met de luisteraar onderhouden.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.3. TV

SD11: De televisienetten zijn complementair geprofileerd zodat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoet komen aan verschillende mediabehoefte van alle Vlamingen.

Om de uitgangspunten m.b.t. inclusiviteit, actuedrevenheid en een aanbod voor specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren) te kunnen waarmaken, kan de VRT beschikken over 3 volwaardige TV kanalen: Eén, Canvas en een derde kanaal waarin specifieke doelgroepen worden bediend.

OD11.1: Eén is het breedste generalistisch televisienet van de openbare omroep en bereikt met een mix aan kwalitatieve programma's en genres een ruim publiek. Eén is er altijd en in zijn totaalaanbod voor iedereen.

De actualiteit en Vlaamse producties vormen de ruggengraat van het aanbod. Naast de specifieke nieuws- en duidingprogramma's, speelt ook het andere aanbod in op wat er leeft in Vlaanderen en in de wereld. Live- en dagverse programma's versterken het hier-en-nu-gevoel.

De kernwaarden van Eén zijn authenticiteit, herkenbaarheid, empathie, optimisme, gastvrijheid, gedrevenheid.

Eén is er voor alle Vlamingen, waarbij een gelijkmatig bereik over alle doelgroepen van de mediakaart nagestreefd wordt.

OD11.2: Canvas is een volwaardig generalistisch, actuedreven, informatief en

verdiepend televisienet. Canvas wordt uitgezonden op een apart kanaal in de loop van 2012.

Canvas kijkt breed geïnteresseerd en in de diepte naar de wereld. Het net biedt de mogelijkheid aan de kijker om aansluiting te blijven vinden bij deze complexe wereld en doet dit aan de hand van informatie, analyse en een dosis relativering. Wanneer de actualiteit hierom vraagt, wordt het programmaschema doorbroken door live uitzendingen.

Canvas is er voor de mediagebruiker die op zoek gaat naar verdieping en persoonlijke verrijking. Canvas is ook een innovatief generalistisch net met een gediversifieerd programma-aanbod. De ingrediënten van de programmamix van Canvas zijn informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie. De reguliere programmatie op Canvas zal na 20 uur niet onderbroken worden voor de uitzending van sport- en cultuurevenementen.

De kernwaarden van Canvas zijn impact, geloofwaardigheid, exploratie, alertheid, uitdaging, geestigheid en gretigheid.

Canvas richt zich vooral op de segmenten meer weten en avontuur op de mediakaart.

OD11.3: Op een apart kanaal brengt de VRT een specifiek aanbod voor de doelgroepen kinderen met Ketnet en jongeren.

- **11.3.1:** Ketnet biedt een hedendaagse en creatieve mediabeleving aan die inspeelt op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Daarom brengt Ketnet een volwaardig aanbod voor alle kinderen tot 12 jaar. Ketnet wordt uitgezonden op een apart kanaal in de loop van 2012.

Ketnet brengt een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen met inbegrip van de actualiteit.

Ketnet hanteert een 360° strategie: niet alleen lineaire TV programma's, maar ook aanbod op aanvraag, interactieve toepassingen, online aanbod (inclusief een digitaal lineair radioaanbod) en participatieve acties en evenementen maken integraal deel uit van de belevingswereld van Ketnet.

Ketnet werkt aan de mediawijsheid van kinderen door hen in een veilige omgeving vertrouwd te maken met online toepassingen, waaronder bijvoorbeeld sociale netwerken.

Voor Ketnet zijn (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht de kernwaarden.

- **11.3.2:** Voor jongeren wordt een specifiek aanbod ontwikkeld na 20 uur op het Ketnetkanaal. Dit aanbod wordt gefaseerd uitgerold zoals beschreven in OD3.1.: de VRT brengt vanaf 1 september 2013 een specifiek aanbod voor jongeren, dat ook ruimte biedt voor een aanbod door jongeren, en dit gedurende 2 à 4 dagen per week en minstens 40 weken per jaar.
- **11.3.3:** Voor expats onderzoekt de VRT of het derde kanaal kan ingezet worden voor het aanbod omschreven in OD5.4.
- **11.3.4:** Op dit apart kanaal onderbreekt de VRT de Ketnet-programmatie tot 20 uur niet.

Om deze doelstelling te behalen, dient:

1. Binnen Eén de actualiteit en Vlaamse producties de ruggengraat te vormen van het aanbod. Naast de specifieke nieuws- en duidingprogramma's, speelt ook het andere aanbod in op wat er leeft in Vlaanderen en in de wereld. Live- en dagverse programma's versterken het hier-en-nu-gevoel. De kernwaarden van Eén zijn authenticiteit, herkenbaarheid, empathie, optimisme, gastvrijheid, gedrevenheid.
2. Canvas een volwaardig generalistisch, actuagedreven, informatief en verdiepend televisienet te zijn. Canvas wordt uitgezonden op een apart kanaal in de loop van 2012. Canvas is er voor de mediagebruiker die op zoek gaat naar verdieping en persoonlijke verrijking. Canvas is ook een innovatief generalistisch net met een gediversifieerd programma-aanbod. De ingrediënten van de programmamix van Canvas zijn informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie. De reguliere programmatie op Canvas zal na 20 uur niet onderbroken worden voor de uitzending van sport- en cultuurevenementen. De kernwaarden van Canvas zijn impact, geloofwaardigheid, exploratie, alertheid, uitdaging, geestigheid en gretigheid. Canvas richt zich vooral op de segmenten meer weten en avontuur op de mediakaart.
3. De VRT op een apart kanaal een specifiek aanbod te brengen voor de doelgroepen kinderen met Ketnet en jongeren.
4. Ketnet een hedendaagse en creatieve mediabeleving aan te bieden die inspeelt op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Daarom brengt Ketnet een volwaardig aanbod voor alle kinderen tot 12 jaar. Ketnet wordt uitgezonden op een apart kanaal in de loop van 2012. Ketnet hanteert een 360° strategie: niet alleen lineaire TV programma's, maar ook aanbod op aanvraag, interactieve toepassingen, online aanbod (inclusief een digitaal lineair radioaanbod) en participatieve acties en evenementen maken integraal deel uit van de belevingswereld van Ketnet. Ketnet werkt aan de mediawijsheid van kinderen door hen in een veilige omgeving vertrouwd te maken met online toepassingen, waaronder bijvoorbeeld sociale netwerken. Voor Ketnet zijn (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht de kernwaarden.
5. Voor jongeren een specifiek aanbod te worden ontwikkeld na 20 uur op het Ketnetkanaal. Dit aanbod wordt gefaseerd uitgerold zoals beschreven in OD3.1.: de VRT brengt vanaf 1 september 2013 een specifiek aanbod voor jongeren, dat ook ruimte biedt voor een aanbod door jongeren, en dit gedurende 2 à 4 dagen per week en minstens 40 weken per jaar.
6. De VRT voor expats te onderzoeken of het derde kanaal kan ingezet worden voor het aanbod omschreven in OD5.4
7. Op dit apart kanaal de Ketnet-programmatie tot 20 uur niet te onderbreken

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van een evolutief jongerenaanbod op een apart kanaal (OP12) specifiek voor jongeren. De VRT blijft wel beschikken over drie volwaardige kanalen. Het aanbod voor expats (Fans of Flanders) wordt vanaf 1 januari 2015 niet langer uitgezonden op het derde kanaal na 20 uur, maar op Canvas.

De VRT geeft aan te beschikken over drie volwaardige televisie-kanalen: Eén, Canvas en Ketnet. Elk van deze drie televisiekanalen heeft een eigen profiel en richt zich tot een specifiek doelpubliek. Deze televisienetten zijn complementair waardoor de VRT televisienetten een zeer divers aanbod bieden dat tegemoet komt aan verschillende mediabehoefte van de Vlamingen. Hieronder volgt een beschrijving van de profilering van elk televisienet. Een uitgebreide beschrijving is terug te vinden in bijlage 10.

- **Eén**

De missie van Eén is om een breed en generalistisch net te zijn dat de vinger aan de pols houdt bij

wat er leeft in Vlaanderen, en hierin houvast biedt. Eén is een plek waar iedereen welkom is om verhalen en emoties te delen: waar mensen kunnen samenkomen om te lachen en te huilen, te praten en te luisteren en waar ze gewoon zichzelf kunnen zijn. Eén is thuiskomen.

Tabel 16: Profilering Eén

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Eén (PPM 2015)	6,2	12	28	19,8	23,4	10

Eén zette in op een combinatie van vertrouwde en nieuwe programmatitels. Eén bracht een mix van verschillende programmagenres: nieuws en informatie, cultuur voor een breed publiek, Vlaamse fictie, documentairereksen, sport en ontspanning.

Het nieuws- en informatieaanbod bleef ruim en goed bekeken met de Journaals, Koppen, Koppen XL, De zevende dag, Volt en De vrije markt. Bij de grote nieuwsmomenten werden extra journaals of uitzendingen verzorgd.

Niet door de nieuwsdienst geproduceerde programma's als Ten Oorlog, Via Annemie, Beroepen zonder Grenzen, Wedding Day, Reizen Waes en Voor hetzelfde geld gaven de kijker inzicht in het leven en de samenleving in Vlaanderen en elders in de wereld.

Nieuwe Vlaamse fictietitels in 2015 waren Tom en Harry, Nieuw Texas, Voor wat hoort wat en T.

Eén.be zette onder meer in op extra interactie rond het programma Voor hetzelfde geld en een online platform rond Ten Oorlog. Via de Blokken-app kunnen kijkers hun algemene kennis aanscherpen op een toegankelijke manier.

- **Canvas**

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

Tabel 17: Profilering Canvas

volumeprofiel %	plezier	genieten	huiselijkheid	vertrouwen	meer weten	avontuur
Canvas (PPM 2015)	6,5	8,2	12,6	13	40,2	18,4

In het voorjaar was er nieuws en duiding met programma's als Terzake en Reyers Laat. Daarnaast was er per dag afspraak rond vaste thema's. Op maandag was er exploratie en avontuur met programma's als Top Gear en Dangerous Roads gevolgd door Extra Time. Dinsdag werd gekenmerkt door Het voordeel van de twijfel waarin filosofische en maatschappelijke thema's aan bod kwamen en geschiedenisdocumentaires. Ook fictiereksen waren van de partij. Op woensdag werden eigen

geschiedenisprogramma's Land in de kering en 12 in 40 geserveerd. Er was aandacht voor jongeren in het programma Twintigers en aandacht voor architectuur en maatschappij in Archibelge. Donderdag werd gekenmerkt door natuurdocumentaires en Panorama. Vrijdag was er ruimte voor film, muziekdocumentaire en Alleen Elvis blijft bestaan. Zaterdag was er een afspraak met fictie en film. En zondag waren er Fans of Flanders en cultuur met De Canvasconnectie en cultuurdocumentaires.

Vanaf 24 augustus was er de vernieuwing waarbij Canvas volgens de VRT toonaangevend zou zijn op gebied van informatie op 5 domeinen: politiek, kunst & cultuur, wetenschappen, economie & ondernemen en sport. Daarnaast zou Canvas ook een alternatief zijn op gebied van fictie en ontspanning.

- Politiek: Terzake verhuisde naar 22u30 en werd elke werkdag uitgezonden. Het nieuwe actua-programma De afspraak startte om 20u30 en komt van maandag tot donderdag aan bod. Panorama verhuisde naar zondag en op vrijdag was er ook het politieke praatprogramma Keien van de Wetstraat. Radio Gaga was een programma dat vooral maatschappelijke thema's aan bod liet komen.
- Kunst & cultuur: Off The Record, Studio Flagey, De canvasconnectie en Alleen Elvis blijft bestaan.
- Wetenschappen: Wetenschappen redt de wereld met "Misdaad loont niet meer", "10 miljard mensen voeden", "Stop de stress", "Nooit meer dood", "Stop de opwarming", "Redt ons uit de file", "Baby Makers: the Fertility Clinic", "Expedition to the End of the World", "The End of Memory", "Girls with Autism".
- Economie & ondernemen: Pitch, "Silicon Wadi: A High Tech Soap Opera" (Start-ups in Tel Aviv), maar ook diverse items in De Afspraak en Ter Zake.
- Sport: Extra Time, Slijk, Karakters reeks 3 en Spul.
- Fictie en ontspanning: Bevergem.

Voor Canvas was er de vernieuwing van de website Canvas.be met een uitgebreide videozone. Daar is niet alleen het lineair aanbod via catch-up terug te vinden, maar ook web-exclusive materiaal dat enkel daar te ontdekken is. Onder andere op die manier wil Canvas zich als digitaal merk sterk service-gericht profileren.

Canvas experimenteerde redactioneel met nieuwe vormen van digital storytelling die sterk visueel uitgebouwd worden.

• Ketnet

Ketnet wil kinderen helpen opgroeien tot zelfbewuste volwassenen, via een unieke 360°-beleving die hen een uitzonderlijke meerwaarde biedt. Kinderen groeien mee met Ketnet. Maar Ketnet is ook dé supporter van kinderen. Ze zorgt ervoor dat kinderen 360° rond geholpen, gesterkt en aangemoedigd worden. Ketnet streeft er ook naar om alle kinderen in Vlaanderen te bereiken: "Ketnet is de dikke vriend van iedereen."

De programmering is gebaseerd op ontwikkelingspsychologische vaardigheden, opgebouwd volgens het ritme van het kind en van de dag. Dat zorgt voor een mix tussen vertrouwde titels/vaste waarden, en voldoende vernieuwing/innovatie. Dagelijks biedt Ketnet onder meer lokaal geproduceerde programma's rond thema's en interesses van kinderen, kwalitatieve fictie, nieuws op kindermaat in Karrewiet en maandelijks duiding in Karrewiet Plus aan. Er is ook heel wat aandacht voor cultuur, actualiteit en educatie in verschillende vormen en doorheen verschillende programma's/projecten. De 6 wrappers zorgen telkens voor een goede omkadering en leuke gidsfunctie.

Het aanbod van Ketnet bedekt een brede waaier: informatie (zoals Karrewiet en Karrewiet Plus),

cultuur (Kapitein Winokio Grote Notenboot, Symfollies, wrap), educatie (Geonauten, Ben ik familie van), avontuur (Helden, Nachtwacht), humor (Oma en Oma, Lekker windje), quiz (zoals Oude Taart), fictie (De zoon van Artan, D5R, Ghost Rockers, Trollie) en tenslotte liveshows (Kingsize Live, Ketnet Musical).

Ketnet probeert zijn kijkers ook zoveel mogelijk te betrekken via ketnet.be: vraag van de dag, polls, inzendingen sturen, reageren op vragen, mogelijkheid tot vragen stellen aan gasten in de studio.

Ketnet werkt structureel samen met verschillende organisaties zoals het jeugdfilmfestival van Antwerpen. Naar aanleiding van het grootouderproject lanceerde Ketnet een lessenpakket voor scholen en met de Sintfilm waren ze in 2015 voor het eerst vertegenwoordigd in de bioscoop.

Ketnet pakte in 2015 digitaal onder meer uit met Klein gespuis, een digitaal luik waarin kinderen de hele lente lang via een livestream konden binnenkijken in een nestkastje en vanuit een unieke betrokkenheid en een tijdslijn de ontwikkeling van ei tot volwassen vogel konden opvolgen.

In het Ketnet-stambos stimuleerde Ketnet de dialoog tussen kinderen en hun grootouders rond bepaalde thema's zoals voeding, muziek en vrije tijd. Samen met hun grootouders konden ze een belevingsstamboom maken en leerden ze gaandeweg bij over elkaar.

In het najaar lanceerde Ketnet voor de jongste Ketnetters ook de Ketnet Jr.-app, waarin kinderen in een veilige omgeving toegang krijgen tot een uitgebreid video-aanbod en diverse spelletjes waarmee de ontwikkelingsvaardigheden van het kind gestimuleerd worden.

OP12

Als gevolgd van de afspraken tussen de VRT en de Vlaamse regering wordt de doelgroep jongeren niet meer bediend met een afzonderlijk kanaal.

Ketnet was ook in 2015 365 dagen per jaar ononderbroken lineair te bekijken van 6u 's morgens tot 20u 's avonds. Tussen 20u en 6u (het oude OP12-slot) was er een pancarte van Ketnet met geschikte kindermuziek, maar het kanaal werd in 2015 ook gebruikt als 'uitwijk- en servicekanaal' van Eén en Canvas. Het aanbod op dat kanaal werd uitgezonden onder de noemer Eén+ of Canvas+. Zo bevatte het in 2015 onder andere:

- Programma's met audiodescriptie: Vriendinnen, De Ridder, T.;
- Cultuurprogramma's: De Gouden Uil, de 30.000ste Last Post, De Koningin Elisabethwedstrijd;
- Sport: verslagen van volleybal, handbal, tennis, voetbal, wielrennen, atletiek, hockey;
- Music for Life,
- Het journaal van 19 uur met VGT naar aanleiding van de terreuraanslagen in Parijs (november 2015).

Een specifiek aanbod voor jongeren na 20uur kan niet meer op dit kanaal uitgezonden worden.

Aanbod voor expats op 3^{de} kanaal

Ook het aanbod voor expats op dit kanaal (OP12) is niet meer mogelijk. Fans of flanders verhuisde daarom naar Canvas. Daarnaast bleef de nieuwsdienst via andere kanalen ook in 2015 een selectie van haar nieuwsaanbod aanbieden in het Engels (Flandersnews.be), Frans (Flandreinfo.be) en Duits (Flanderinfo.be). Deze websites bevatten zowel een aanbod in tekst, als in video. In 2015 werden ook samenwerkingsovereenkomsten afgesloten met Brusselstimes.com, een Engelstalige website die zich richt op een publiek van expats en daardaar.be, een Franstalige website die opinie- en

analyseteksten uit de Vlaamse pers naar het Frans vertaalt en beschikbaar maakt. Met beiden werd een overeenkomst gesloten. Met Brusselstimes.com werd een overeenkomst gesloten voor het gebruik van video content van flandersnews (er is in 2015 geen gebruik van gemaakt) en met daardaar.be voor het gebruik van analyses van VRT-journalisten die verschijnen op deredactie.be. Gemiddeld werd 1 bijdrage per maand vertaald.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

SD12: Via interactieve digitale televisie verhoogt de VRT het comfort en versterkt zij de beleving van de televisienetten.

OD12.1: De VRT engageert zich om licht uitgesteld kijken van haar televisienetten aan te bieden in samenwerking met de distributeurs / over the top-spelers, en levert daartoe alle mogelijke inspanningen.

OD12.2: De VRT biedt daarnaast ook andere vormen van verrijking en interactieve applicaties, die bij dat kijken horen, aan om de beleving te versterken.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. licht uitgesteld kijken van haar televisienetten aan te bieden in samenwerking met de distributeurs / over the top-spelers
2. ook andere vormen van verrijking en interactieve applicaties, die bij dat kijken horen, aan te bieden om de beleving te versterken.

1. Licht uitgesteld kijken op televisie

De VRT stelde dat ze in 2015 alle mogelijke inspanningen leverde om haar televisienetten via licht uitgesteld kijken (in samenwerking met de distributeurs/ over the top-spelers zoals Stievie NV) aan te bieden en zo het comfort van de mediagebruiker te verhogen.

Via de VRT diensten Net Gemist en Ooit Gemist konden digitale kijkers van Belgacom TV en Telenet Digital TV VRT programma's opvragen.

- Digitale kijkers konden de Journaals, Het Journaal van 19u met Vlaamse gebarentaal (Eén), Terzake (Canvas), Het weer (Eén), Karrewiet (Ketnet) en Karrewiet met Vlaamse gebarentaal (Ketnet) gratis opvragen.
- De programma's van Eén, Canvas en Ketnet van de voorbije week en de toppers van vroeger konden opgevraagd worden in de transactionele VOD-dienst Ooit Gemist. Via de abonneeservice Net Gemist konden alle programma's van de voorbije 7 dagen (waarvan de VRT de rechten heeft) tegen een vast abonnementsbedrag onbeperkt bekeken worden.

80% van de Proximus klanten heeft reeds licht uitgesteld kijken via Proximus Replay (als een gratis dienst voor alle Packklanten) waaronder VRT-aanbod zit. 250.000 klanten van Telenet kunnen VRT-aanbod reeds licht uitgesteld kijken via Telenet Play (en Telent Play More). Algemeen kan dus

gesteld worden dat licht uitgesteld kijken reeds breed in de markt staat.

2. Andere vormen van verrijking en interactieve applicaties

De VRT bood in 2015 andere vormen van verrijking en interactieve applicaties aan.

- Cobra.be was tot 24 augustus aanwezig op mobiele toestellen via de Videozone App. Op digitale tv kon je dit bereiken via de rode knop.
- Het aanbod van Kaatje kon via de rode knop opgevraagd worden waarmee men dagelijks kan genieten van 90 minuten Kaatje. Daarnaast vond je ook gratis Kaatje&Co berichtjes (slaapwel-berichtjes, eet-lekker berichtjes,...) via de rode knop om ouders te helpen bij momenten die belangrijk zijn voor de kinderen.
- Met de rode knop werd er gelinkt naar gratis en betalende Eén programma's via Net Gemist en Ooit Gemist.
- Om de beleving rond het wekelijkse programma Vlaanderen Vakantieland te verhogen, kon de kijker via de rode knop deelnemen aan de wedstrijden van Vlaanderen Vakantieland en extra informatie krijgen.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD13: Het online aanbod m.b.t. de TV-netten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via - en aangepast aan - alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

OD13.1: De VRT kan het licht uitgesteld kijken van haar televisienetten of een selectie daarvan aanbieden via de netsites op open internet of afgeleide interactieve applicaties.

OD13.2: De beleving van de lineaire TV-programmering wordt versterkt op de respectieve netsites van de TV-netten via open internet en daarvan afgeleide interactieve applicaties. Ze omvatten video, informatie en interactiviteit die zowel voor, tijdens als na uitzending de band tussen het programma en de kijker aanhaalt.

OD13.3: Het online aanbod van Ketnet is beschikbaar via de Ketnetsite en daarvan afgeleide interactieve applicaties. De 3 pijlers van dit aanbod zijn: kijken, spelen en zelf doen. Participatie door kinderen staat centraal. Ketnet zorgt voor een continue beschikbaarheid van een online videoaanbod op aanvraag, inspeland op leeftijd, interessevelden en thema's.

OD13.4: Ook relevante platformen van derden, zoals bijvoorbeeld sociale netwerken, worden ingezet om de beleving rond TV-programma's te versterken.

Om deze maatstaf te behalen, kan (punt 1) dient (punten 2, 3 en 4) de VRT:

1. licht uitgesteld kijken van haar televisienetten of een selectie daarvan aanbieden via de netsites op open internet of afgeleide interactieve applicaties;
2. de beleving van de lineaire TV-programmering te versterken op de respectieve netsites van de tv-netten via open internet en daarvan afgeleide interactieve applicaties;
3. het online aanbod van Ketnet beschikbaar te stellen via de Ketnetsite en daarvan afgeleide

interactieve applicaties;

4. relevante platformen van derden, zoals bijvoorbeeld sociale netwerken, in te zetten om de beleving rond TV-programma's te versterken.

Het digitale aanbod van de verschillende tv-netten zette volgens de VRT in op beleving voor, tijdens en na de programma's, met extra online content. Daarnaast werd er ook ingezet op interactie en conversatie rond die content, op de eigen site en via sociale media.

1-2-3 Het digitale aanbod van de verschillende tv-netten

- **Eén**

Voor programma's als Hallo Televisie, Ja Jan, Reizen Waes, Het sterkste netwerk, Dagelijkse kost en De allesweter is ingezet op een extra digitaal aanbod. Ten Oorlog II kreeg een apart digitaal platform. Eén digitaal bracht ook digitale beleving vanop evenementen als De Mia's en de Thuisdag.

- **Canvas**

Sinds september 2015 heeft Canvas zich verder ontwikkeld als een volwaardig digitaal merk met de doelstelling om haar verdiepende taak ook te realiseren bij een jonger publiek (dat minder lineaire televisie kijkt), en om haar maatschappelijke impact en relevantie te verhogen. Canvas digitaal wil de toegankelijkheid van en de participatie aan het merk verhogen. Dit gebeurt door een doorgedreven communication management via social media en door de ontwikkeling van participatie-toepassingen en cocreatie (Doe mee met het Groot Dictee, #DeZinVan, #OpenPitch,...).

- **Ketnet**

Ketnet biedt al jaren meerdere integrale afleveringen van programma's in onze rechtenportefeuille aan op ketnet.be. Deze zijn gratis en reclamevrij te bekijken in een omgeving die visueel opgefrist werd in 2015. Alle videocontent is open beschikbaar zonder log-in. Enkel previews van reeksen worden 'exclusief' gehouden voor kinderen met een Ketnetprofiel, dat door iedereen het hele jaar door gratis kan aangemaakt worden.

Via de Kaatje app werd de wereld van Kaatje tot aan de vingers van de allerkleinsten gebracht. Ketnet lanceerde in september 2015 de Ketnet Jr. app, gericht op peuters, kleuters en hun ouders. Deze app is gratis downloadbaar op tablets. Alle video's zijn beschikbaar binnen België en er is identiek hetzelfde video-aanbod als op ketnet.be.

De online Ketnetprofielen zorgen ook voor participatie. Zo kunnen Ketnetters reageren op berichten van wrappers en videofragmenten, meedoen aan polls, wedstrijden en oproepen voor inzendingen, vragen stellen aan gasten in de studio, zich kandidaat stellen voor programma's, in dialoog gaan met grootouders via het Stambos, stemmen voor het Gala van de Gouden K's,...

Licht uitgesteld kijken via netsites of interactieve apps

De diverse VRT-websites boden videomateriaal aan. 166.030.834 keer werd een videofragment opgestart via de VRT-videoplayer. Zo bood Canvas.be de afleveringen van actua-programma's zoals Reyers Laat en Terzake aan. Ketnet.be bood verschillende programma's aan die recent op het televisienet werden uitgezonden. Verder konden op de sites van Eén, Canvas en Ketnet heel wat fragmenten herbekeken worden. Het aantal videostarts op Eén.be lag in 2015 boven de 15 miljoen. Via Ketnet.be steeg het aantal bekeken video's maar liefst naar meer dan 43 miljoen video's. Bij

Canvas werden er bijna 2,5 miljoen video's gestart.

Canvas.be biedt volgens de VRT als volwaardig digitaal merk extra diensten door creatie van extra verdiepende multimediale content binnen de domeinen Cultuur, Wetenschap, Ondernemen, Maatschappij en Sport. De focus binnen de eerste drie domeinen ligt hoofdzakelijk op innovatie en creativiteit, met de doelstelling om op termijn effectief facilitator te zijn voor innovatieve projecten op het vlak van Wetenschappen, Cultuur en Ondernemen in Vlaanderen. Canvas verspreidt binnen deze domeinen ook relevante content die geproduceerd werd door externe mediapartners.

4. Platformen van derden

Sociale media (Facebook, Twitter) werden ook voor de tv-netten meer en meer de plek om de online beleving te vergroten. Op deze platformen werd content verspreid en gedeeld, en was er ruimte voor extra interactie en conversatie. Via sociale media versterkten de tv-netten en -programma's hun band met het publiek op een succesvolle manier. Het aantal Facebookfans en Twittervolgers nam sterk toe, net als de interactie rond de VRT-content.

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

Eén, Ketnet en Canvas maakten gebruik van sociale media om de beleving en conversatie rond hun programma's te ondersteunen. Het aantal Facebookfans van Ketnet steeg tot meer dan 54.000 eind 2015. Ook Kaatje heeft een eigen Facebookpagina. Bij Eén.be scoorden op Facebook als vanouds de fanpagina's van Thuis en Dagelijkse Kost. Ook de eigen Eén-facebookpagina en Twitter kregen veel aandacht. Canvas was ook aanwezig op sociale media, zoals met de eigen Facebookpagina van Canvas. Vranckx (Canvas) heeft een eigen Facebookpagina waarop je Rudi Vranckx op de voet kan volgen met exclusief beeldmateriaal en duiding. Op Twitter waren er in 2015 vooral veel mentions rond de marathonradio (MNM, 132 808 mentions) en voor Music for Life (Studio Brussel, 32 185 mentions) (ie. hashtags die door VRT gestart worden).

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.4. Thematisch online aanbod

SD14: De VRT brengt een kwaliteitsvol thematisch online aanbod rond nieuws, sport en cultuur via respectievelijk Deredactie, Sporza en Cobra via open internet en daarvan afgeleide interactieve applicaties. Het aanbod op deze thematische sites wordt gebracht in tekst, beeld en geluid met een focus op beeld. De themasites vertrekken vanuit de actualiteit. Ze brengen actuele feiten en duiding. Daarnaast legt iedere thematische site eigen accenten.

OD14.1: Deredactie brengt een aanbod dat dezelfde kwalitatieve en deontologische criteria hanteert als het andere nieuwsaanbod van de VRT.

Naast het eigen nieuwsaanbod verwijst deredactie door naar het aanbod van andere relevante aanbieders voor zover dit past binnen het kwalitatieve aanbod dat Deredactie wil brengen.

Deredactie geeft ruimte aan de mediagebruiker voor conversatie en debat en biedt de mediagebruiker ook de mogelijkheid om zelf nieuws aan te brengen. De VRT bewaakt de inbreng van de mediagebruiker op basis van de deontologische richtlijnen terzake.

Het aanbod op deredactie.be wordt meegenomen in het geïntegreerde kwaliteitstraject voor nieuws.

OD14.2: Sporza brengt een aanbod dat vertrekt van hetzelfde kwalitatieve en deontologische kader als het andere sportaanbod van de VRT.

Naast het eigen sportaanbod verwijst Sporza door naar het aanbod van andere relevante aanbieders voor het aanbod dat zelf niet wordt gebracht en voor zover dit past binnen het kwalitatieve aanbod dat Sporza wil brengen.

Naast sportnieuws en -duiding zet Sporza in op live verslaggeving.

OD14.3: Cobra is een actueel cultuurplatform en aggregeert de culturele bijdragen van de VRT-netten en van culturele partners.

Cobra fungeert ook als multimediale hub: het aanbod is beschikbaar voor verspreiding via platformen van partners, omgekeerd biedt Cobra de ruimte aan content uit de culturele sector zelf. Cobra verspreidt zijn aanbod zo veel mogelijk (via bijvoorbeeld sociale netwerken) om de grootste diversiteit aan cultuurliefhebbers te bereiken.

OD14.4: De VRT biedt binnen haar thematisch online aanbod evenementiële livestreaming aan, voor zover dit past binnen de doelstellingen van het thematisch online aanbod.

OD14.5: De VRT verzorgt via haar online aanbod ook een televisie-aanbod op aanvraag. Voor zover de VRT over de rechten beschikt, wordt een selectie van programma's uit de domeinen nieuws, cultuur en sport ook na het venster van licht uitgesteld kijken, gedurende minstens 6 maanden aangeboden binnen de respectieve themasites of daarvan afgeleide interactieve applicaties.

Voor zover de VRT over de rechten beschikt, wordt een selectie van educatieve of wetenschappelijke programma's, ook na het venster van licht uitgesteld kijken, gedurende minstens 6 maanden aangeboden binnende respectieve netsites van de TV-netten of daarvan afgeleide interactieve applicaties.

Om deze maatstaf te behalen, dient:

1. **Deredactie** een aanbod te brengen dat dezelfde kwalitatieve en deontologische criteria hanteert als het andere nieuwsaanbod van de VRT;
2. **Sporza** een aanbod te brengen dat vertrekt van hetzelfde kwalitatieve en deontologische kader als het andere sportaanbod van de VRT;
3. **Cobra** een actueel cultuurplatform te zijn en de culturele bijdragen van de VRT-netten en van culturele partners te aggregeren;
4. de VRT binnen haar thematisch online aanbod evenementiële livestreaming aan te bieden, voor zover dit past binnen de doelstellingen van het thematisch online aanbod;
5. de VRT via haar online aanbod ook een televisie-aanbod op aanvraag te verzorgen, voor zover de VRT over de rechten beschikt.

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van Cobra.be als afzonderlijk thematisch online aanbod. Dit wordt overgenomen door Canvas.be.

De VRT stelt dat ze via haar drie themasites Deredactie.be, Sporza.be en (tot 24 augustus 2015, als gevolg van de afspraken tussen de VRT en de Vlaamse regering) Cobra.be online een uitgebreid aanbod bood rond nieuws, sport en cultuur. Deze sites brachten actuele feiten en duiding en legden elk hun eigen accenten.

1. Deredactie.be

Deredactie.be focuste zich in 2015 op een breed en maatschappelijk relevant nieuwsaanbod volgens de deontologische richtlijnen van de VRT-nieuwsdienst. Dit zowel in video, tekst als audio.

In maart 2015 bracht Deredactie.be een nieuws-app uit, en dit voor de twee grootste besturingssystemen: iOS en Android. Die app werd in 2015 265.000 keer gedownload, en werd in december 2015 ook geupdate zodat de gebruiker berichten kan ontvangen bij grote nieuwsgebeurtenissen (push berichten).

2. Sporza.be

Sporza gebruikte diverse platformen om zijn sportaanbod te brengen: de website sporza.be, de mobiele website, het match center, de sporza app, facebook en twitter, snapchat en Instagram. Het aantal unieke gebruikers van Sporza.be steeg in 2015 tot 288.290 per dag.

3. Cobra.be

Op 24 augustus 2015 nam Canvas.be de taak van de vroegere cultuursite Cobra.be over in onderlinge afspraak tussen de VRT en de Vlaamse regering, ook als een gevolg van de besparingen opgelegd in 2015. Cobra.be werd vanaf toen een archiefsite, en Canvas.be nam de opdracht van online kunst- en cultuuraanbod over. In het kader van het verspreiden van het aanbod aan de grootste diversiteit aan cultuurliefhebbers, werd nog content van Cobra.be overgenomen door sommige partners op hun site. Aangezien het de cultuurpartners gemakkelijk gemaakt werd om zelfstandig de content op hun eigen site te publiceren, was die publicatie niet altijd traceerbaar. Een lijst met een indicatie hiervan is in bijlage 11 terug te vinden.

4. Streaming van evenementen

Cobra.be organiseerde 5 exclusieve livestreams als aanvulling op het audiovisueel aanbod op de andere VRT-netten. Het betrof evenementen die een duidelijke meerwaarde hadden voor de cultuurliefhebber:

- Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België: Proclamatie van de eerste ronde, de halve finale en finale
- Gouden BoekenUil, livestream van de uitreiking in de KVS, Brussel
- Stuff, concert vanuit de AB
- Jan Fabre, Mount Olympus: overname van de première in de Berliner Festspiele

In 2015 bood Deredactie.be naast de vaste programma's (Het journaal 13u, het journaal 19u met VGT en Villa politica) ook bij grote evenementen livestreaming aan zoals bij de zonsverduistering, de herdenking van de slag bij Waterloo, de uitreiking van de Nobelprijs voor de vrede, of het slot van de Marathonradio van MNM.

Een aantal voorbeelden van de evenementenstreaming van Deredactie.be zijn het slot van Music for life (24 december), persconferentie doping atletiek (9 november), Re-enactment Waterloo (19 jun), State of the Union Obama (21 januari). Een overzichtslijst van de eventuele streaming van Deredactie.be vindt u in bijlage 12.

5. Televisie-aanbod op aanvraag

De VRT verzorgde via haar online aanbod ook een televisie-aanbod op aanvraag. Voor zover de VRT over de rechten beschikt, wordt een selectie van programma's uit de domeinen nieuws, cultuur en sport ook na het venster van licht uitgesteld kijken, gedurende minstens 6 maanden aangeboden binnen de respectievelijke themasites of daarvan afgeleide interactieve applicaties. Zo kon je afleveringen herbekijken van o.a. Terzake (Canvas), Volt (één), Koppen (één) en Panorama (Canvas). Een overzicht van televisie-aanbod op aanvraag is opgenomen in bijlage 13.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.5. Teletekst / digitekst

SD15: De VRT verzorgt een teletekst/digitekst-aanbod.

OD15.1: Teletekst en alle nieuwe vormen van teletekst aangepast aan de schermen/toestellen brengen de mediagebruiker snelle informatie inzake nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning.

Om deze maatstaf te behalen, dienen teletekst en alle nieuwe vormen van teletekst aangepast aan de schermen/toestellen de mediagebruiker snelle informatie inzake nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning te brengen.

De VRT bracht de mediagebruiker ook in 2015 snelle informatie inzake nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning. En dit via de klassieke teletekst en via digitekst (via digitale televisie, voor digitekst zijn geen cijfers beschikbaar). Het teletekstaanbod was ook bereikbaar via internet (een.be/tt) en via mobiele toestellen.

Gemiddeld 67.413 Vlamingen raadpleegden in 2015 per dag teletekst via Eén, Canvas en Op12. (in 2014 waren het 123.709 Vlamingen) Naar de internetversie van surfden per dag gemiddeld ongeveer 17.514 bezoekers. (In 2014 waren er 20.000 bezoekers)

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.6. Transversale domeinen

SD16: Nieuws is de kernopdracht van de openbare omroep. VRT nieuws informeert op een kwalitatieve en deontologisch verantwoorde manier. VRT Nieuws moet een betrouwbare en deskundige gids zijn die op een toegankelijke manier correcte en genuanceerde informatie en duiding verstrekt. Betrouwbaarheid, onpartijdigheid en geloofwaardigheid zijn kernwaarden van VRT Nieuws.

OD16.1: VRT Nieuws voert haar opdracht uit op een deontologisch verantwoorde manier, en dit met als basis het redactiestatuut en de deontologische code.

- De deontologische adviesraad rapporteert jaarlijks over de opvolging van de deontologische code en geeft aan of een actualisering hiervan wenselijk is;
- VRT Nieuws is transparant en fouten in berichtgeving worden rechtgezet en dit minstens op een speciale 'erratapagina' van Deredactie.

OD16.2: VRT Nieuws waakt over een genuanceerde beeldvorming en evenwichtige vertegenwoordiging van alle Vlamingen. De VRT monitort dit in het kader van de doelstelling diversiteit (zie hoger).

OD16.3: VRT Nieuws waakt over de kwaliteit van haar nieuws- en duidingsprogramma's en maakt binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst een geïntegreerd kwaliteitstraject op dat minstens volgende elementen behelst:

- een opleidingstraject voor iedere journalist waarin dossierkennis, specialisatie, interviewtechnieken, deontologie, beeldvorming en diversiteit prioritair zijn;
- de transparantie van VRT Nieuws op het vlak van de organisatie en de werking;
- de inhoudelijke en kwalitatieve bijsturing van het nieuwsaanbod op basis van interne en externe studies;
- de jaarlijkse rapportering over de waardering van de Vlaamse mediagebruiker over het VRT nieuwsaanbod.

Om deze maatstaf te behalen, dient:

1. de deontologische adviesraad jaarlijks te rapporteren over de opvolging van de deontologische code en aan te geven of een actualisering hiervan wenselijk is;
2. VRT Nieuws transparant te zijn en dienen fouten in berichtgeving rechtgezet te worden en dit minstens op een speciale 'erratapagina' van Deredactie;
3. VRT Nieuws te waken over een genuanceerde beeldvorming en evenwichtige vertegenwoordiging van alle Vlamingen en dient de VRT dit te monitoren;
4. VRT Nieuws te waken over de kwaliteit van haar nieuws- en duidingsprogramma's en maakt binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst een geïntegreerd kwaliteitstraject op met opleidingstrajecten, transparantie in de werking, inhoudelijke en kwalitatieve bijsturing en een jaarlijkse rapportering over de waardering

De VRT stelt dat VRT Nieuws in 2015 haar opdracht uitvoerde op een kwalitatieve en deontologisch verantwoorde manier, in overeenstemming met het redactiestatuut en de deontologische code.

1. Rapportering deontologische adviesraad

De deontologische adviesraad rapporteert jaarlijks over de opvolging van de deontologische code en geeft aan of een actualisering hiervan wenselijk is; VRT Nieuws is transparant en fouten in berichtgeving worden rechtgezet en dit minstens op een speciale 'erratapagina' van Deredactie.

- De deontologische adviesraad gaf in 2015 vijf formele adviezen aan het college van hoofdredacteurs:
 - één over gedrag op sociale media;
 - één over een cumulaanvraag van een collega;
 - één over de kritiek op het programma "De Afspraak";
 - één over een nieuwe richtlijn voor gsm-gebruik binnen de VRT;
 - één over een analyse op Deredactie.be.

De deontologische adviesraad gaf daarnaast ook 69 informele adviezen aan de hoofdredactie, journalisten en programmamakers.

- De deontologische adviesraad heeft een deontologische opleiding georganiseerd voor in totaal 73 journalisten.
- Ook in 2015 voorzag de deontologische adviesraad in een 24-uurspermanentie via een eigen telefoonnummer dat wordt doorgeschakeld naar een lid van de raad met wachtdienst.
- In 2015 werden er 17 deontologische tips verspreid over o.a. het gebruik van drones, berichtgeving rond terrorisme, over acties tegen besparingen op de VRT.

2. Transparantie VRT Nieuws

Op de pagina "Rechtzettingen" van Deredactie.be publiceerde de hoofdredactie in 2015 twee rechtzettingen.

3. Genuanceerde beeldvorming en evenwichtige vertegenwoordiging van alle Vlamingen

De VRT-nieuwsdienst leverde in 2015 inspanningen voor een genuanceerde beeldvorming en evenwichtige vertegenwoordiging van de verschillende bevolkingsgroepen in zijn programma's. Ter illustratie enkele journaalitems uit 2015 met diversiteitsinsteek:

- Mensen met een beperking: Tover tafel om mensen met dementie te prikkelen en te stimuleren, Belgisch bedrijf ontwikkelt braillejetons voor blinden, Betere begeleiding voor jongeren met autisme;
- Mensen met migratie-achtergrond in voorbeeldrol: Amper 10 procent beroepsbevolking is ondernemer (bedrijfsleider van de Limburgse KMO Illumen, Nadia Sminate is eerste Vlaamse burgemeester van allochtone oorsprong);
- Mensen op de vlucht: extra ondersteuning Kind en Gezin voor jonge vluchtelinggezinnen (met gezinsondersteuner Hossnia), huiselijke kerstfeer voor asielzoekers in Brussel (kersttafel delen met vluchtelingen), Hoe voelt het om als asielzoeker in vreemd land aan te komen? (rollenspel op school als eye opener).

4. Kwaliteitscontrole

In 2015 werden meer dan 50 opleidingen georganiseerd waaraan meer dan 350 medewerkers deelnamen.

Er werden opleidingen georganiseerd zoals storytelling, deontologische workshops en middagsessies met interne en externe sprekers over verschillende onderwerpen. Alle medewerkers van de nieuwsdienst kregen de gelegenheid om hieraan deel te nemen. Dit is slechts een greep uit het hele opleidingsaanbod.

In het najaar werden alle medewerkers uitgenodigd op een brainstormdag met als thema 'Newslab'. Diverse gastsprekers uit binnen- en buitenland hebben er verschillende aspecten van het nieuws en de organisatie toegelicht.

De waardering van de Vlaamse mediagebruiker over het VRT-nieuwsaanbod in 2015 bedroeg 8,2.

Enkele voorbeelden:

- Eén: Het Journaal van 19uur (8,3), De zevende dag (7,8), Volt (8,2), Koppen XL (8,4)
- Canvas: Panorama (8,4), Reyers Laat (8,1), Terzake (8,1), Vranckx (8,6)
- Radio: De Ochtend (Radio 1) (7,6), radionieuws (8,2)

Een uitgebreid overzicht van het nieuwsaanbod van de VRT en hun waardering is terug te vinden in bijlage 14.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD17: VRT Nieuws brengt nieuws en duiding voor alle Vlamingen en besteedt daarbij extra aandacht aan het informeren van kinderen en jongeren met een actueel en kwaliteitsvol nieuws- en informatieaanbod. VRT Nieuws besteedt bovendien een relevant gedeelte van haar aanbod aan buitenlandse en Europese berichtgeving. VRT Nieuws doet ook aan onderzoeksjournalistiek. Bij grote gebeurtenissen zal de VRT de kijker meer diepgaand informeren met extra achtergrond.

OD17.1: VRT Nieuws bereikt een zo groot mogelijk en een zo gevarieerd mogelijk publiek.

- **VRT Nieuws zal met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 80% van de VRT-luisteraars bereiken;**
- **VRT Nieuws zal met de totaliteit van haar journaals en duidingsprogramma's op zijn televisiekanalen gemiddeld per dag 60% van de VRT-televisiekijkers bereiken;**
- **VRT Nieuws brengt een online aanbod via deredactie.be.**

OD17.2: VRT Nieuws heeft een specifieke, permanente en evenwichtige aandacht voor

buitenlandberichtgeving en internationale duiding.

- **VRT Nieuws maakt binnen het jaar de na inwerkingtreding van deze overeenkomst hiervoor een plan;**
- **VRT Nieuws rapporteert tweejaarlijks over de evolutie van het aandeel buitenlandberichtgeving in haar journaals;**
- **Op haar televisienetten wijdt VRT Nieuws naast buitenlands nieuws in de journaals, ook afzonderlijke programma's aan buitenlandberichtgeving.**

OD17.3: Diepgravende reportages en onderzoeksjournalistiek krijgen een structurele plaats binnen VRT Nieuws.

- **VRT Nieuws maakt minstens 10 eigengemaakte televisiereportages per jaar;**
- **VRT Nieuws heeft een jaar na inwerkingtreding van deze overeenkomst een plan klaar om onderzoeksjournalistiek aan te moedigen en te implementeren, zodat onderzoeksjournalistiek in meerdere programmaonderdelen aan bod komt.**

Om deze maatstaf te behalen, dient:

1. VRT Nieuws met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 80% van de VRT-luisteraars te bereiken;
2. VRT Nieuws met de totaliteit van haar journaals en duidingsprogramma's op zijn televisiekanalen gemiddeld per dag 60% van de VRT-televisiekijkers te bereiken;
3. VRT Nieuws een online aanbod te brengen via deredactie.be;
4. VRT Nieuws binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst hiervoor een plan te maken.

1. VRT Nieuws bereikt met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag gemiddeld 80% van de VRT-luisteraars.

Deze doelstelling werd door de VRT in 2015 behaald. Per dag luisterden gemiddeld 94,8% van de VRT-luisteraars in 2015 naar de nieuwsuitzendingen op de VRT-radionetten. Dit blijkt uit de CIM-cijfers voor 2015. **Dit betekent dat deze doelstelling in 2015 behaald werd.**

De cijfers in de tabel zijn gemiddelde weekcijfers per maand. Doordat het bereik van de radionetten in golven gemeten wordt, zijn cijfers week per week niet mogelijk.

Tabel 18: Percentage VRT-luisteraars die naar de nieuwsuitzendingen op de VRT-radionetten luisteren.

Periode	Percentage
januari - maart	95
april - juni	94,4
juli - augustus	-
september - december	95,1
gemiddeld	94,8

Bron: de CIM-Radiostudie, norm: minimum 10 minuten luisteren op dagbasis. De CIM Radiostudie werd in 3 golven uitgevoerd: golf 1 van januari t.e.m. maart, golf 2 van april t.e.m. juni, golf 3 van

augustus t.e.m. december. Voor de maanden juli en augustus zijn er geen cijfers beschikbaar omdat er in die maanden geen veldwerk werd uitgevoerd.

2. VRT Nieuws zal met de totaliteit van haar journaals en duidingsprogramma's op de televisiekanalen gemiddeld per dag 60% van de VRT-televisiekijkers bereiken.

De VRT voldeed in 2015 aan deze doelstelling. Per dag keken gemiddeld 70,5% van de VRT-kijkers in 2015 naar een Journaal of een duidingsprogramma.

In bijlage 15 is een overzicht van de cijfers op dagbasis terug te vinden.

Tabel 19: Percentage VRT-kijkers dat naar een journaal of duidingsprogramma kijkt op de VRT-netten

Maand	Percentage
januari	74,7
februari	71,3
maart	71,2
april	70,4
mei	70
juni	71,3
juli	68,2
augustus	68,1
september	68,8
oktober	69,3
november	73,2
december	69,7
gemiddeld	70,5

Bron: de CIM-Audimetriestudie, norm: minstens 25% van de uitzending gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen)

3. VRT Nieuws brengt een online aanbod van via Deredactie.be.

Deredactie.be haalde in 2015 gemiddeld 277.773 unieke bezoekers per dag.

Buitenlandberichtgeving

VRT Nieuws had een specifieke, permanente en evenwichtige aandacht voor buitenland-berichtgeving en internationale duiding.

- De VRT-Nieuwsdienst bood in 2015 nieuws over en duiding bij de gebeurtenissen in het buitenland. Buitenlandse berichtgeving bestond uit berichten van internationale nieuwsorganisaties, verslagen van eigen VRT-correspondenten en langere reportages van buitenlandse omroepen. Dat deed ze in de Journaals, radiobulletins of online maar ook in afzonderlijke programma's zoals Koppen (XL) (Eén), Terzake (Canvas), Panorama (Canvas) en Vranckx (Canvas). Het maandelijks programma Villa Política Europa had aandacht voor de Europese politiek.
- VRT Nieuws rapporteert tweejaarlijks over de evolutie van het aandeel buitenlandberichtgeving in haar journaals. Uit interne metingen (op basis van steekproeven verspreid over het hele jaar) bleek dat in 2015 gemiddeld 35,5% van de items in Het journaal van 19 uurover nieuws uit het buitenland ging.
- Het budget voor buitenlandse correspondenten werd vanaf 2015 op een andere manier

ingezet: de vaste correspondentschappen in Peking en Washington werden stopgezet en het systeem van pop-upcorrespondenten werd verder uitgerold. Daardoor kon er meer aandacht gaan naar andere continenten en kon thematisch aanbod beter uitgewerkt worden. Op die manier had VRT Nieuws tijdelijke correspondenten, zoals voor de thema's deradicalisering, de vluchtelingenroute, de terreurorganisatie IS en de millenniumdoelstellingen van de Verenigde Naties.

Een overzicht van de pop-upcorrespondenten in 2015 is opgenomen in bijlage 16.

Diepgravende reportages en onderzoeksjournalistiek

Volgens de VRT streven ze voor alle programma's van VRT nieuws ernaar om de Vlaming zo volledig mogelijk te informeren op een objectieve en toegankelijke manier. Via de duidingsprogramma's zorgen ze ervoor dat onderwerpen verder toegelicht en uitgediept worden. VRT Nieuws bleef ook in 2015 inzetten op onderzoeksjournalistiek door het in 2012 terzake opgemaakte plan uit te voeren. VRT-nieuws maakte in 2015 diepgravende reportages voor programma's als Panorama, Volt en Koppen. Daarnaast kwamen er ook diepgravende reportages aan bod op de radio.

- Panorama bracht in 2015 op Canvas 11 reportages, met onderzoek en diepgravende journalistiek in een veelheid van domeinen zoals 'Gemakkelijk Gezond', 'Mijn Jihad', 'Chronische Lyme' en 'Zo werkt het niet'.
- Onderzoek en diepgravend werk was er ook in andere programma's zoals Koppen en Volt (Eén).
 - Een greep uit het aanbod van het magazine Koppen: 'Weg met afval', 'Uitgedokterd', of 'De Verdeelde Klas'.
 - In de voorjaarsreeks van het discussie- en consumentenprogramma Volt ging het onder ander over onveilige seks op muziekfestivals, verkoop van dure smartphone's aan kinderen, het effect van neuspleisters bij sporten, het aantal oplaadpalen voor elektrische auto's in Vlaanderen ...
 - Terzake op Canvas bracht naast achtergrond en duiding bij het nieuws van de dag ook eigen onderzoek. Enkele voorbeelden: 'Fijn stof', 'Koranscholen' en 'de nieuwe drug GHB'
 - Ook op radio werden een aantal diepgravende/onderzoeksjournalistieke verhalen gebracht onder meer: 'Details over besparingsplannen bij Defensie onthuld', 'Ruim 15.000 jongeren verliezen hun inschakelingsuitkering' en '800.000 legale wapens in omloop in België'.

De uitgebreide lijst van reportages is opgenomen in bijlage 17.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD18: De VRT informeert in de breedte en in de diepte over cultuur in Vlaanderen, en werkt hiervoor samen met een brede waaier aan culturele instellingen en mediapartners. De VRT kadert de Vlaamse cultuur internationaal en draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse culturele identiteit in het buitenland.

OD18.1: De VRT bewaakt de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur.

OD18.2: De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen.

- **Via EBU-partners verspreidt de VRT een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland.**
- **Cobra brengt 12 keer per jaar een culturele actor uit het buitenland onder de aandacht via een mix van TV- en online aanbod.**

OD18.3: De VRT werkt inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gaan daarbij uit van eigen keuzes en verantwoordelijkheden, passend bij het medium radio, TV en online. Om wederzijds respect voor en inzicht in elkaars projecten, werking en doelstellingen te stimuleren, organiseert de VRT op regelmatige basis een open dialoog met de sector. De VRT continueert samenwerking met het culturele veld en breidt het uit waar nodig.

- **Alle VRT-netten verlenen via mediaruilen advertentieruimte aan een grote diversiteit aan cultuurpartners.**
- **De VRT participeert jaarlijks in 10 crossmediale projecten waaraan VRT-netten, meerdere cultuur- en mediapartners kunnen participeren. De medewerking van minstens één generalistisch net zorgt voor voldoende aandacht die leidt naar het aanbod op Cobra en naar de informatiekkanalen van de partners.**
- **De VRT heeft een intern productiehuis dat zich bekwaamt in de productie van programma's over cultuur en kunst voor de VRT-netten en de motor is voor crossmediale samenwerking met culturele partners.**
- **Jaarlijks organiseert de VRT in samenwerking met het departement CJSM en Cultuurnet Vlaanderen minstens één 'cultuursalon', waar VRT medewerkers en culturele partners rond een actueel thema debatteren en opportuniteiten voor samenwerking verkennen.**

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur te bewaken;
2. Via EBU-partners een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland te verspreiden;
3. Via Cobra 12 keer per jaar een culturele actor uit het buitenland onder de aandacht te brengen via een mix van TV- en online aanbod;
4. Via alle VRT-netten via mediaruilen advertentieruimte aan een grote diversiteit aan cultuurpartners te verlenen;
5. jaarlijks in 10 crossmediale projecten te participeren waaraan VRT-netten, meerdere cultuur- en mediapartners kunnen participeren. De medewerking van minstens één generalistisch net zorgt voor voldoende aandacht die leidt naar het aanbod op Cobra en naar de informatiekkanalen van de partners;
6. een intern productiehuis te hebben dat zich bekwaamt in de productie van programma's over cultuur en kunst voor de VRT-netten en de motor is voor crossmediale samenwerking met culturele partners;
7. in samenwerking met het departement CJSM en Cultuurnet Vlaanderen minstens één 'cultuursalon' te organiseren, waar VRT medewerkers en culturele partners rond een actueel thema debatteren en opportuniteiten voor samenwerking verkennen.

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van Cobra.be als afzonderlijk thematisch online aanbod. Hierdoor is de opdracht van Cobra om 12 keer per jaar een culturele actor uit het buitenland onder de aandacht te brengen en de opdracht om bij de 10 crossmediale projecten voldoende aandacht te hebben voor het aanbod op Cobra overgenomen door Canvas.

De VRT stelt dat ze de balans bewaakte tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur. Elk net programmeerde bijdragen over cultuur op maat van zijn publiek en de netten stemmen hiervoor onderling af om zo de grootste diversiteit aan doelpublieken een deelsectoren te bereiken en te bedienen.

Die coördinatie en afstemming gebeurt binnen de wekelijkse Centrale Cultuur Cel (CCC), waar verantwoordelijken van alle relevante VRT-netten elkaar wekelijks ontmoeten om hun plannen met betrekking tot culturele onderwerpen op elkaar af te stemmen. Naast intern overleg bestaat die vergadering ook uit de uitnodiging van een culturele partner, die hier met één voorstelling van zijn project binnen de muren van de VRT ineens alle redacties bereikt. In de keuze van de genodigden wordt gezocht naar diversiteit, ook over de jaren heen.

In deze tekst worden de belangrijkste punten aangehaald. Meer informatie is en achterliggende details zijn opgenomen in bijlage 18.

Verspreiding Vlaamse cultuur in het buitenland

Cobra.be en Canvas.be hielpen de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen. Cobra volgde 3 Vlaamse kunstenaars in het buitenland en bracht daar online een beeldverslag van uit. Bijkomende aandacht werd gerealiseerd door tekstartikels over hun buitenlandse activiteiten. In de Blog 'De Week van' gaf Canvas.be wekelijks zijn blog uit handen. Zo waren er in 2015 ook 6 kunstenaars die vanuit het buitenland hun wedervaren correspondeerden in deze blog.

Cobra.be bleef tot eind augustus actief. Daarna werd de culturele opdracht van Cobra.be opgenomen in de kerntaken van Canvas. Canvas.be zette de partnerships verder in de mediaruil en gaf ook een nieuwe invulling aan aandacht voor kunst en cultuur in Vlaanderen en daarbuiten.

Canvas.be had 1 dossier rond een buitenlandse kunstenaar Stan Douglas. Verder waren er 17 specials rond buitenlandse kunstenaars in de vorm van aanbod van documentaires op Cobra.be en Canvas.be.

Via EBU-partners verspreidt de VRT een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland. In 2015 werden concerten uitgewisseld met de EBU: Klara bood 23 concerten aan. Het overzicht is opgenomen in bijlage 18. Daarnaast was er Vlaamse Kaai, het wekelijkse programma op Arte Belgique, dat Vlaamse kunstenaars in de kijker plaatst aan de hand van programma's uit het VRT-Archief. Het programma liep in het voorjaar (tot juni 2015).

Samenwerking met cultuur- en mediapartners

De VRT werkte inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gingen daarbij uit van eigen keuzes en verantwoordelijkheden, passend bij het medium radio, TV en online. Om wederzijds respect voor en inzicht in elkaars projecten, werking en doelstellingen te stimuleren, organiseerde de VRT op regelmatige basis een open dialoog met de sector. De VRT zette de samenwerking met het culturele veld verder.

Mediaruilen met cultuurpartners

Alle VRT-netten verleenden via mediaruilen advertentieruimte aan een grote diversiteit aan cultuurpartners. In 2015 werd voor een totaal van € 13.835.735 verruild.

Tabel 20: Overzicht bedragen mediaruilen per categorie voor 2015

Categorie	€
Film	€ 1.293.090
Muziek	€ 8.422.770
Tentoonstelling	€ 1.039.655
Theater	€ 2.278.285
Beurzen	€ 179.525
Combinatie	€ 194.250
Uit in Vlaanderen	€ 304.560
Andere	€ 123.600
Totaal	€ 13.835.735

Crossmediale projecten

De VRT werkte ook projectmatig samen met culturele partners en maakte er door de onderlinge coördinatie van enkele netten een crossmediaal project van. Van de talrijke dergelijke initiatieven worden er hier enkele vermeld:

1. Mons 2015
2. Gedichtendag
3. Waterloo 2015
4. Beste Buren
5. Heerlijk Helder
6. De Gouden Boekenuil en de Boekenweek
7. Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België
8. Internationaal Filmfestival van Gent
9. De Boekenbeurs
10. Europalia Turkije
11. De Week van het Nederlands

Intern productiehuis

De VRT heeft een intern productiehuis dat zich bekwaamt in de productie van programma's over cultuur en kunst voor de verschillende VRT-netten. Dit productiehuis is ook de centrale motor voor de crossmediale samenwerking met culturele partners.

Cultuursalon

De 'cultuursalons' werden in 2015 onder verschillende vormen ingevuld.

Er was één 'Focusgroep', waarin telkens een viertal managers van de VRT in dialoog gingen met een achttal vertegenwoordigers uit het boekenvak. De dialoog werd afgesloten met een aantal concrete aandachtspunten. De aandachtspunten zijn binnen de VRT gecommuniceerd aan het management van Media en Productie en dienen als leidraad voor bijstellingen in het aanbod.

In navolging van 'Het Groot Onderhoud' (2014) was er in januari 2015 een workshop voor ca 100 vertegenwoordigers van de Erfgoedsector die uitmondde in een pitching sessie (mei 2015), waar 10 organisaties een project voorstelden aan vertegenwoordigers van alle VRT-merken en waar alle inzenders feedback kregen tijdens 'speeddates' met programmamakers.

Canvas organiseerde op 1 juni 2015 een informatieavond rond zijn nieuwe aanbod en de plaats van cultuur daarin. Canvas gaf daar meteen ook aan dat het een nieuwe vorm van samenwerking nastreefde met de culturele partners en nodigde hen uit om daarover te reflecteren en voorstellen te formuleren.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

SD19: De VRT is het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstaanbod in Vlaanderen. Registraties van voorstellingen, concerten en festivals vergroten hun toegankelijkheid. Met eigen evenementen en evenementen in samenwerking of in coproductie met derden, maakt de VRT kunst en cultuur aantrekkelijker voor een divers en breed publiek. De VRT documenteert het culturele erfgoed van Vlaanderen en is de hefboom voor kwaliteitsvolle en vernieuwende audiovisuele cultuurproductie.

OD19.1: De VRT brengt brede en kwaliteitsvolle culturele informatie op alle radio- en televisienetten en online.

- De VRT rapporteert jaarlijks over de waardering van haar cultuurprogramma's op TV.
- De TV-netten brengen een gevarieerd gamma aan cultuurprogramma's waarmee ze op gemiddelde weekbasis 25% van de Vlaamse bevolking bereiken.
- In het hoofdjournaal van televisie zitten op jaarbasis minstens 200 cultuuritems.
- De VRT besteedt in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.

OD19.2: De VRT attendeert de mediagebruiker op het culturele aanbod. De VRT stemt de aandacht voor de culturele agenda op de verschillende netten en merken op mekaar af om zo de grootste diversiteit aan doelpublieken en deelsectoren te bereiken en te bedienen.

- Een gerichte promotie en crosspromotie op de VRT-netten en -merken en op de communicatiekanalen van culturele partners verhoogt de vindbaarheid en het bereik van het specifieke culturaanbod.
- De VRT investeert in betrouwbare cultuurambassadeurs. Zij brengen of introduceren het cultureel aanbod van de VRT via hun kanalen en sociale media bij doelgroepen, in het bijzonder bij jongeren en nieuwe Vlamingen.

OD19.3: De VRT stimuleert de cultuurparticipatie in Vlaanderen door de mediagebruiker, o.a. via het Uitnetwerk van de Vlaamse Overheid, uit te nodigen deel te nemen aan culturele evenementen en projecten met de culturele partners.

- **Tijdens het cultuurseizoen heeft de VRT één wekelijks programma dat de mediagebruiker attendeert op de culturele agenda en op de eigen programmatie.**
- **De radionetten Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara organiseren jaarlijks één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakt voor een breed publiek.**
- **Cobra introduceert jaarlijks 5 tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeert met eigen cultuuraanbod.**
- **Ketnet heeft in haar programmatie ook een cultuuraanbod gericht op kinderen.**

OD19.4: De VRT stimuleert de cultuurproductie in Vlaanderen, al dan niet in samenwerking of coproductie met de sector, en maakt deze toegankelijk voor een breder publiek.

- **De VRT registreert jaarlijks minstens 10 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op één van zijn televisienetten.**
- **De VRT registreert jaarlijks minstens 200 concerten voor uitzending op alle radionetten samen.**
- **Canvas investeert in de productie van onafhankelijke auteursgedreven projecten en in producties met cultuur als onderwerp.**
 - **Canvas brengt jaarlijks minstens één nieuwe reeks auteursdocumentaires.**
 - **Canvas brengt wekelijks cinefiele nationale en internationale film.**
 - **Canvas brengt jaarlijks minstens 15 nieuwe uitzendingen die achtergrondinformatie verschaffen over culturele stromingen, actuele trends of kunstenaars en artiesten en die een archiefwaarde hebben.**
- **Klara programmeert dagelijks minstens één live-concertopname uit binnen- of buitenland.**
- **Klara realiseert minstens 2 coproducties per jaar.**

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. brede en kwaliteitsvolle culturele informatie te brengen op alle radio- en televisienetten en online.
2. jaarlijks te rapporteren over de waardering van haar cultuurprogramma's op TV.
3. Via de TV-netten een gevarieerd gamma aan cultuurprogramma's te brengen waarmee ze op gemiddelde weekbasis 25% van de Vlaamse bevolking bereiken.
4. In het hoofdjournaal van televisie op jaarbasis minstens 200 cultuuritems te hebben.
5. in haar aanbod gepaste aandacht te besteden aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.
6. een gerichte promotie en crosspromotie op de VRT-netten en -merken en op de communicatiekanalen van culturele partners te programmeren die de vindbaarheid en het bereik van het specifieke cultuuraanbod verhogen
7. in betrouwbare cultuurambassadeurs te investeren
8. de cultuurparticipatie in Vlaanderen te stimuleren door de mediagebruiker, o.a. via het

Uitnetwerk van de Vlaamse Overheid, uit te nodigen deel te nemen aan culturele evenementen en projecten met de culturele partners.

9. Tijdens het cultuurseizoen één wekelijks programma uit te zenden dat de mediagebruiker attendeert op de culturele agenda en op de eigen programmatie
10. Via de radionetten Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara jaarlijks één evenement te organiseren dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakt voor een breed publiek.
11. Via Cobra jaarlijks 5 tijdelijke interactieve projecten te introduceren waarin de mediagebruiker participeert met eigen cultuuraanbod.
12. In de programmatie van Ketnet ook een cultuuraanbod gericht op kinderen te hebben
13. minstens 10 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op één van zijn televisienetten te registreren.
14. jaarlijks minstens 200 concerten voor uitzending op alle radionetten samen te registreren.
15. **Op Canvas** jaarlijks minstens één nieuwe reeks auteursdocumentaires te brengen
16. **Op Canvas** wekelijks cinefiele nationale en internationale film te brengen
17. Op Canvas jaarlijks minstens 15 nieuwe uitzendingen te brengen die achtergrondinformatie verschaffen over culturele stromingen, actuele trends of kunstenaars en artiesten en die een archiefwaarde hebben
18. **Op Klara** dagelijks minstens één live-concertopname uit binnen- of buitenland te programmeren
19. **Op Klara** minstens 2 coproducties per jaar te realiseren.

De VRT rapporteert het volgende over deze maatstaf:

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het stopzetten van Cobra.be als afzonderlijk thematisch online aanbod. De opdrachten van Cobra om 5 tijdelijke interactieve cultuurprojecten te brengen, wordt stopgezet. Bovendien worden er in plaats van 1 uitzending per dag op Klara van een live-concertopname uit binnen- of buitenland 3 tot 4 concertopnames per week op Klara geprogrammeerd.

Brede en kwaliteitsvolle culturele informatie

De VRT brengt brede en kwaliteitsvolle culturele informatie op alle radio- en televisienetten en online.

- In 2015 bedroeg het gemiddelde waarderingscijfer voor de cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten **8,1 op 10**. De mediagebruiker waardeert de cultuurprogramma's.

Tabel 21: Waardering cultuurprogramma's VRT op televisie:

	Jan	Feb	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	CUM
schaal 10	8,3	8,1	8,3	8,2	8,1	8,1	8,0	8,0	8,1	8,2	8,2	8,2	8,1

Bron: Waarderingsmonitor, wordt uitgevoerd door GFK in opdracht van de VRT

- Het gamma van cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten was in 2015 zeer gevarieerd, gaande van programma's over de podiumkunsten (zoals bvb. concerten van klassieke en moderne muziek, theater en circus), over de beeldende kunsten, taal, films tot Vlaamse fictie, ...

De definitie van cultuur in de beheersovereenkomst is als volgt: Audio- of audiovisuele programma's, producten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst etc, theater, circus, cabaret, enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over culturen en cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen. Film (cinefiele film, kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit de Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers). Kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie

In 2015 had elk VRT-net, op maat van zijn mediagebruikers, kwaliteitsvolle redactionele aandacht voor cultuur, meestal verweven in hybride programma's, wat garant stond voor een groot bereik. De VRT stimuleerde de cultuurparticipatie door vanuit de culturele agenda te vertrekken. Enkele netten hadden daarenboven specifieke cultuurprogramma's

Bijlage 19 geeft een overzicht van het bereik van de VRT-cultuurprogramma's op weekbasis.

Tabel 22: Bereik cultuurgamma (% van Vlaamse bevolking)

	Jan	Feb	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	CUM
%	48	41,8	38,1	35,2	43	36,9	33	35,3	26,5	42,6	45,1	51	39,9

Bron: de CIM-Audimetriestudie, norm: 15' consecutief gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen)

De Vlaamse Regulator voor de Media heeft een steekproefsgewijze controle uitgevoerd voor de periode in juli en december 2015.

Hieruit blijkt dat de uitzendingen die door de VRT overgemaakt zijn voor die periode overeenkomen met de beeldopnames van de steekproef van de Vlaamse Regulator voor de Media. Dit is gemeten door een vergelijking te maken tussen de ontvangen gegevens en de beeldopnames opgenomen door de Vlaamse Regulator voor de Media. De overgemaakte data waren gelijk aan de controledata van de VRM.

- De journaals op radio en televisie volgden de culturele agenda en berichtten dagelijks over culturele evenementen. De hoofdjournaals van televisie (13u , 19u en Het journaal laat) brachten in 2015 674 unieke cultuuritems (norm: 200 items), waarin rekening gehouden werd met de culturele diversiteit, zodat zowel evenementen met een grote publieke weerklank als presentaties voor de doorwinterde cultuurliefhebber aan bod kwamen. Onder 'uniek' wordt verstaan dat items die meerdere keren werden uitgezonden in verschillende hoofdjournaals, maar één keer geteld worden.
- De VRT besteedde in haar aanbod ook gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse- en wereldgeschiedenis. Dat deed ze in items in tal van nieuws- en andere programma's en in specifieke programma's. Eén van de grootste producties op dat vlak in 2015 was ongetwijfeld de 30.000ste Last Post.

Afstemming van cultuuraanbod en aandacht op het cultuuraanbod

De VRT stelt dat ze de aandacht voor de culturele agenda op de verschillende netten en merken op elkaar afstemde om zo de grootste diversiteit aan doelpublieken en deelsectoren te bereiken en te bedienen.

- De coördinatie en afstemming van de cultuurplannen van de verschillende netten en merken op elkaar gebeurde in 2015 binnen de Centrale Cultuur Cel (CCC), waar de verantwoordelijken van alle relevante VRT-netten aan deelnemen.
- Een gerichte promotie en crosspromotie op de VRT-netten en -merken en op de communicatiekanalen van culturele partners verhoogde de vindbaarheid en het bereik van het specifieke cultuuraanbod. Deredactie.be verwees voor achtergrondinformatie en film- en boekrecensies door naar Cobra.be.
- De VRT investeerde in betrouwbare cultuurambassadeurs. Zij hebben een duidelijke VRT-signatuur en zijn ook een erkende autoriteit op het vlak van cultuur, binnen hun medium én daarbuiten, zelfs buiten de VRT. Cultuurliefhebbers hebben vertrouwen in hun smaak, oordeel en expertise en hebben aan die cultuurambassadeurs een gids in het grote aanbod, nationale en internationaal. Het investeren in cultuurambassadeurs is een project dat zich over de VRT-netten heen uitspreidt. De cultuurambassadeurs van 2015 bestonden uit: Chantal Pattyn, Ward Verrijcken, Friedl' Lesage, Tom De Cock, Thomas Vanderveken, Katelijne Boon, Kurt Van Eeghem, Annemie Tweepenninckx, Vincent Verhelst, Kamagurka, Ruth Joos, Kirsten Lemaire.

Cultuurparticipatie

In 2015 had elk VRT-net, op maat van zijn mediagebruikers, kwaliteitsvolle redactionele aandacht voor cultuur, meestal verweven in hybride programma's, wat garant stond voor een groot bereik. De VRT stimuleerde de cultuurparticipatie door vanuit de culturele agenda te vertrekken.

- Naast de inhoudelijk hybride programma's hadden enkele netten ook een vaste wekelijkse afspraak met de cultuurliefhebber. In deze programma's werd expliciet ingespeeld en gerefereerd naar de culturele agenda van Vlaanderen en het buitenland. Deze programma's waren vooral in het cultuurseizoen actief, omdat de culturele agenda dan de nodige variatie bood. Enkele voorbeelden zijn Bar du Matin (Radio1) dat integraal uit cultuuritems bestaat, Pompidou (Klara) als dagelijkse ontmoeting met de wereld van de kunst, en De Canvasconnectie met portretten van kunstenaars.
- De radionetten Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara organiseerden elk minstens één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakte voor een breed publiek. Enkele voorbeelden:
 - Radio 1: Het Land van de Nieuwsgierigheid, Het Beste Boek
 - Radio 2: de 100^{ste} geboortedag van Frank Sinatra, Een thuis voor een beeld;
 - Klara: Klara in de Singel, Iedereen Klassiek;
 - Studio Brussel: Week van Eigen Kweek, Kunstbende;
 - MNM: WoordSlam, Boekenbeurs.
- Cobra.be introduceerde 6 tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen aanbod, namelijk Gedichtendag, Cobra's Classic Battle, De zes/les six, Publieksprijs van de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België, Mount Olympus van Fabre op de première in Berlijn:
 - Voor Gedichtendag konden personen hun gedicht insturen om te verspreiden via Cobra.be. Naar aanleiding van de Koningin Elisabethwedstrijd konden jongeren een videofragment met een viool- of cellopresentatie insturen (*Classic Battle*).
 - Cobra.be en Musique 3 stelden een 'schaduwjury' samen voor de Koningin Elisabethwedstrijd. De zes/les six werd samengesteld uit conservatoriastudenten. Zij gaven hun mening over de prestaties van de deelnemers aan de muziekwedstrijd.
 - Cobra.be opende een pagina waar de mediagebruikers hun favoriete muzikant van de Koningin Elisabethwedstrijd konden aanduiden.
 - Voor de voorstelling *Mount Olympus* van Fabre in Berlijn lanceerde Cobra een Twitteroproep

waarbij de berichten online werden geplaatst.

- Canvas.be organiseerde in het kader van de Boekenbeurs van Antwerpen #dezinvan. Bij dat interactieve project konden surfers hun favoriete zin uit een boek posten op de site.
- Ketnet had in 2015 verschillende programma's over cultuur gericht op kinderen, zoals Kapitein Winokio's grote notenboot; Sprookjes van Grimm, Missy Mila, etc.; Mijn Kunst is Top; Symfollies. Ketnet had ook bijzondere aandacht voor de animatiefilm en -reeksen.

Cultuurproductie

De VRT stimuleerde volop de cultuurproductie in Vlaanderen, al dan niet in samenwerking of coproductie met de sector en maakte deze toegankelijk voor een breder publiek. De VRT deed dit onder meer door podiumvoorstellingen te registreren voor uitzending op radio, televisie en online.

- De VRT registreerde 29 (norm: 10) Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op één van zijn televisienetten, zowel voor Eén (4) als voor Canvas (25). Omwille van de besparingen waren dit er minder dan in 2014.
- De VRT registreerde 251 (norm: 200) concerten voor uitzending op alle radionetten samen: Radio 1 (39), Radio 2 (7), Klara (116), Studio Brussel (77), MNM (12). Omwille van de besparingen waren dit er minder dan in 2014.
- Canvas investeerde in 2015 in de productie van onafhankelijke auteursgedreven projecten en in producties met cultuur als onderwerp.
 - Canvas participeert in en coproduceert jaarlijks meerdere Vlaamse auteursdocumentaires die ook mee gecoproduceerd worden door het VAF. In 2015 zond Canvas hiervan de volgende auteursdocumentaires uit: Feel My Love van Griet Teck (Wild Heart Productions); Carnotstraat 17 van Klara Van Es (Associate Directors) en Archibelge, een driedelige documentairereeks van Sophie Benoot, Gilles Coton en Olivier Magis (Offworld).
 - Canvas besteedde veel zorg aan de keuze van zijn wekelijks filmaanbod. In 2015 kon de Canvas kijker kennismaken met 90 cinefiele films van nationale of internationale origine (norm: 52). Canvas besteedde in 2015 meer dan ooit aandacht aan de kortfilm, met vooral een focus op de Belgische productie. Er waren 19 kortfilms te zien. In bijlage 21 is een overzicht van de cinefiele films op Canvas terug te vinden.
 - Documentaire is meer dan ooit een focus voor Canvas. In 2015 zond Canvas 122 documentaires uit over muziek, kunst en cultuur. Canvas bestelde zelf 37 (norm: 15) nieuwe documentaires rond muziek, kunst en cultuur voor zijn programmaschema: Off the Record (8 afleveringen), Soundtrack (5 afleveringen), Archibelge (3 afleveringen), De Nada: (1), De Canvasconnectie (20).
- Klara programmeerde dagelijks zowel volledige concerten als concertopnamen vermengd met studio-opnamen. Klara zond drie tot vier keer per week een live-concertopname uit binnen-of buitenland uit. De norm uit de beheersovereenkomst (1 per dag) werd als gevolg van de afspraken tussen de VRT en de Vlaamse regering bijgestuurd tot 3 à 4 per week. Klara zocht een evenwicht tussen eigen opnamen, met Vlaamse ensembles of met buitenlandse ensembles die in Vlaanderen optreden en buitenlandse opnamen, waarvoor het radionet samenwerkt met EBU partners. In het kader van enkele grote projecten organiseerde Klara ook zelf concerten met vooral Vlaamse uitvoerders: Maestro, Klara Live, Festival, en Scala.
- Klara realiseerde 4 coproducties (norm: 2): Klara in de Singel, Klara Festival, Jazz Middelheim, Iedereen Klassiek.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

SD20: De VRT biedt toegang tot een divers, kwalitatief en deontologisch verantwoord sportaanbod. De VRT draagt - in samenwerking met verschillende actoren uit de sportwereld - bij tot de uitstraling van Vlaamse sportevenementen, clubs en topsporters in binnen- en buitenland. De VRT verkent samenwerkingsmogelijkheden met andere actoren om zo de toegang van de kijker tot sport op open net te maximaliseren.

OD20.1: De VRT brengt een divers aanbod van sporttakken en evenementen op radio, televisie en online. Zij focust op sporten en evenementen met relevante Vlaamse deelneming en op Vlaamse evenementen met internationale uitstraling. Daarnaast waakt de VRT er ook over om niet enkel bekende of grote sporten te brengen, maar ook voldoende aandacht te besteden aan kleine(re) sport(takken).

- De VRT biedt sport op radio en televisie in diverse genres aan: live verslaggeving, magazines, nieuws en duiding.
- In de hoofdjournaals van televisie zit een vast sportblok.
- De VRT zendt op televisie een wekelijks sportmagazine in prime time uit. De inhoud daarvan is afhankelijk van de rechtenverwerving (budget voor de rechten, opgelegde uitzendmodaliteiten, in te zetten middelen).
- In een vast slot op zondag brengt de VRT op radio en televisie een relevante mix van sporten en evenementen, met minstens 30 verschillende sporten op jaarbasis, waaronder iedere week een bijdrage over zaalsporten, voor zover de VRT de rechten ervan heeft verworven.
- De VRT evalueert het sportaanbod 1 keer per jaar.

OD20.2: De sportredactie werkt volgens de principes van de deontologische code voor de bijdragen in het nieuws en volgens die van de programmacharterraad voor de andere programma's, met specifieke richtlijnen voor sportverslaggevers.

OD20.3: De VRT waakt over de kwaliteit van haar sportprogramma's en hanteert hoge normen inzake productionele en technische kwaliteit van de verslaggeving. De VRT houdt zich aan de EBU-richtlijnen.

OD20.4: De VRT ondersteunt sportevenementen in Vlaanderen door op te treden als hostbroadcaster voor evenementen die ook in het buitenland moeten worden uitgezonden en waarvoor de Vlaamse organisatoren een broadcaster nodig hebben om te kunnen deelnemen aan de competitie. De VRT doet dit binnen het kader van haar budgettaire mogelijkheden en voor zover ze de rechten heeft.

OD20.5: De VRT overlegt minstens éénmaal per jaar met Bloso, met Topsport Vlaanderen, de Vlaamse Sportraad en diverse federaties en organisatoren met het oog op samenwerking en informatie-uitwisseling.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. sport op radio en televisie in diverse genres aan te bieden: live verslaggeving, magazines, nieuws en duiding;
2. in de hoofdjournaals van televisie een vast sportblok aan te bieden;

3. op televisie een wekelijks sportmagazine in prime time uit te zenden. De inhoud daarvan is afhankelijk van de rechtenverwerving (budget voor de rechten, opgelegde uitzendmodaliteiten, in te zetten middelen);
4. In een vast slot op zondag op radio en televisie een relevante mix van sporten en evenementen te brengen, met minstens 30 verschillende sporten op jaarbasis, waaronder iedere week een bijdrage over zaalsporten, voor zover de VRT de rechten ervan heeft verworven;
5. het sportaanbod 1 keer per jaar te evalueren;
6. sportredactie volgens de principes van de deontologische code voor de bijdragen in het nieuws en volgens die van de programmacharterraad voor de andere programma's te werken, met specifieke richtlijnen voor sportverslaggevers;
7. te waken over de kwaliteit van haar sportprogramma's en hoge normen te hanteren inzake productionele en technische kwaliteit van de verslaggeving. De VRT houdt zich aan de EBU-richtlijnen;
8. sportevenementen in Vlaanderen te ondersteunen door op te treden als hostbroadcaster voor evenementen die ook in het buitenland moeten worden uitgezonden en waarvoor de Vlaamse organisatoren een broadcaster nodig hebben om te kunnen deelnemen aan de competitie. De VRT doet dit binnen het kader van haar budgettaire mogelijkheden en voor zover ze de rechten heeft;
9. minstens éénmaal per jaar te overleggen met Bloso, met Topsport Vlaanderen, de Vlaamse Sportraad en diverse federaties en organisatoren met het oog op samenwerking en informatie-uitwisseling.

De VRT geeft aan dat de aanpassingen na afspraken met de minister van Media gevolgen hebben op deze doelstelling. Het gaat specifiek om het wekelijks vaste sportslot op zondagmiddag. Die uitzending zal niet meer elke week vast zijn, maar afhangen van de actualiteit en de beschikbare rechten.

De VRT stelt dat ze aan een divers aanbod van sporttakken en evenementen op radio, televisie en online brengt.

- 44 verschillende sporttakken (overzicht zie bijlage 21) kwamen aan bod in het zondagse sportnieuws magazine Sportweekend. Op Radio 1 coverde de sportprogramma's een 30-tal sporttakken en in Sporza op Zondag (televisie) werden 26 sporttakken behandeld. (Door de besparingen werd Sporza op zondag als vast slot geschrapt en werd enkel nog sport geprogrammeerd als er relevant aanbod was, wat betekent dat het aantal uitzendingen met bijna de helft verminderde).
- Elke maandag wordt Extra Time uitgezonden waarbij er dieper wordt ingegaan op het voetbalweekend. Met de nodige kennis van zaken, passie voor sport en een flinke dosis humor wordt de voetbalactualiteit geanalyseerd.
- De derde reeks van Karakters gaat opnieuw over zeven sporticonen. Zeven doordouwers, bevlogen talenten en kampioenen die alleen tevreden zijn met het allerhoogste resultaat, zowel in de sport als in het leven. Onder meer Michel Preud'homme, Delfine Persoone en Jacques Borlée laten in hun ziel kijken en tonen hun karakter.
- In de vijfdelige documentaire Slijk worden vijf atleten gevolgd die allemaal een sport uitoefenen waarbij ze tot aan hun enkels in de modder staan: veldrijden, voetbal, veldlopen, zijspancross en drafrennen.
- De vierdelige reeks Spul onderzoekt wat dopinggebruik met een sporter doet. In plaats van te oordelen of – wat doorgaans het geval is – te veroordelen, gaat Spul op zoek naar wat er met mensen gebeurt als ze zich aan doping wagen.
- In Wetenschap redt de wereld gaat Jeroen Buyse op zoek naar topwetenschappers die oplossingen aanbieden voor de grote problemen waar mensen mee kampen zoals onder meer stress en doodgaan.

Werkingsprincipes van de sportdienst

De sportredactie werkte volgens het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code van de VRT-nieuwsdienst voor de sportbijdragen in de nieuwsuitzendingen en volgens het programmacharter voor de andere sportprogramma's.

De sportredactie organiseerde in februari een profieldag waarop o.a. journalistieke aanpak en deontologie aan bod kwamen. Voorts was er deelname van eindredacteuren aan workshops sociale media, en integriteit/onpartijdigheid.

Kwaliteit van het aanbod

De kwaliteit van de sportprogramma's werd volgens de VRT in 2015 zorgvuldig bewaakt. De VRT hanteerde de normen van de EBU bij het uitvoeren van zijn producties, en innoveerde met het gebruik van minicamera's bij de Zesdaagse van Gent; en van een 360-graden-camera tijdens de Ronde van Vlaanderen, de Memorial Van Damme en de Druivencross in Overijse.

Sportevenementen

De VRT ondersteunt sportevenementen in Vlaanderen. De VRT was host broadcaster van een hele reeks sportevenementen, zoals de Memorial Van Damme, de Vlaamse wielerklassiekers, thuismatchen van de Rode Duivels (in samenwerking met RTBF), de Europaleague (met RTL), de thuismatchen van de Belgische clubs in de Champions League volleybal, het Europees volleybalkampioenschap in Antwerpen, het WK BMX in Zolder, de finale van het WK korfbal in Antwerpen en de finale van de Davis Cup tennis in Gent.

Overleg met diverse partners

In december legde de VRT zijn aanpak en aanbod voor aan Sport Vlaanderen, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportfederatie. Doorlopend, door het jaar, had de VRT overleg met diverse federaties en organisatoren.

CONCLUSIE: Rekening houdend met de gevolgen van de afspraken die tussen de VRT en de Vlaams minister van Media gemaakt zijn, blijkt de VRT deze doelstelling behaald te hebben.

SD21: De VRT draagt bij tot actieve sportbeoefening en biedt een brede kijk op sport en gezondheid.

OD21.1: De VRT zal daartoe ook buiten de pure sportprogramma's, in andere formats aspecten brengen zoals recreatie, gezondheid, ontspanning.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT ook buiten de pure sportprogramma's, in andere formats aspecten te brengen zoals recreatie, gezondheid, ontspanning.

De VRT had in 2015 aandacht voor actieve sportbeoefening en bood een brede kijk op sport en gezondheid aan. De VRT bracht daartoe ook buiten de pure sportprogramma's, in andere formats aspecten zoals recreatie, gezondheid en ontspanning aan.

Volgende programma's en projecten werden in dit kader reeds opgezet en gerealiseerd:

Algemene programmering:

- Vlaanderen vakantieland (met daarin meerdere reportages over fiets- en wandelvakanties)
- In talkshows als Bart & Siska en Van Gils & Gasten kwamen bekende en minder bekende sporters over hun sport en passie getuigen
- Ja Jan: verschillende actieve en sportieve uitdagingen voor de presentator
- Ook getest op Mensen
- Via Annemie over Delfine Persoone

Projecten:

- Merci Merckx: De VRT maakte een vijfdelige reeks rond de 70^{ste} verjaardag van Eddy Merckx
 - Afspraak in Rio over sporters die zich voorbereiden op de Olympische Spelen
 - Jonge Benen (over beloftevolle wielrenners)
- Daarnaast was er uiteraard ook live sport: onder andere veldrijden, wielrennen en de wedstrijden van de Rode Duivels

Ook Ketnet zette de jonge generatie aan tot sportbeoefening. Enkele voorbeelden van programma's, projecten en reportages die bijdragen tot actieve sportbeoefening, maar ook tot recreatie, gezondheid, ontspanning,...

- Broodje Kaas: aanzetten tot gezonde voeding
- Helden: aanzetten tot beweging (buitenspelen, creatieve sporten) en een Heldendag vol fysieke activiteiten in Bokrijk
- Een gratis Ketnet Zomertour in alle provincies, met springkastelen en dansmomenten met het hele publiek
- Stambosevenement met steltlopen, katapultschieten en dansen
- Dag van de sportclub
- Buitenspeeldag
- Ketnet Musical: dansaudities
- Kingsize Live dat in het teken stond van sport toen bijvoorbeeld Niels Albert te gast was.
- Reportagereeks Viva Bomma: grootouder en kleinkind gingen samen (sport)hobby beoefenen.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.1.7. Educatie - focus op mediawijsheid

SD22: In haar generalistisch aanbod brengt de VRT wetenschap- en educatieve programma's en items, op maat van het publiek.

OD 22.1: De TV-netten brengen een gevarieerd gamma aan educatieve programma's waarmee ze op gemiddelde weekbasis 25% van de Vlamingen bereiken.

OD22.2: De VRT brengt maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht met haar programma-aanbod en sensibiliseert op die manier de bevolking. De VRT draagt met haar programma-aanbod eveneens bij tot de bewustmaking inzake de vermaatschappelijking van de zorg, de implicaties van de vergrijzing en het proces van zorgvernieuwing.

OD22.3: Binnen haar budgettaire en programmatorische mogelijkheden, schrijft de VRT zich in in het beleid van de Vlaamse Regering rond wetenschaps- en innovatiecommunicatie.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. Op de tv-netten een gevarieerd gamma aan educatieve programma's brengen waarmee ze op gemiddelde weekbasis 25% van de Vlamingen bereiken;
2. maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht te brengen met haar programma-aanbod en op die manier de bevolking te sensibiliseren. De VRT draagt met haar programma-aanbod eveneens bij tot de bewustmaking inzake de vermaatschappelijking van de zorg, de implicaties van de vergrijzing en het proces van zorgvernieuwing;
3. binnen haar budgettaire en programmatorische mogelijkheden, zich in te schrijven in het beleid van de Vlaamse Regering rond wetenschaps- en innovatiecommunicatie.

1. Gevarieerd programma aan educatieve programma's

Met haar educatieve tv-programma's bereikte de VRT in 2015 wekelijks gemiddeld 34,6% van de Vlaamse bevolking. Hiermee voldoet de VRT aan de vooropgestelde doelstelling van 25% op weekbasis.

De Vlaamse Regulator voor de Media heeft een steekproefsgewijze controle uitgevoerd juli en december 2015. Hieruit blijkt dat de uitzendingen die door de VRT overgemaakt zijn voor die periode overeenkomen met de beeldopnames van de Vlaamse Regulator voor de Media. Dit is gemeten door een vergelijking te maken tussen de ontvangen gegevens en de beeldopnames die opgenomen zijn door de Vlaamse Regulator voor de Media. De overgemaakte data waren gelijk aan de controledata van de Vlaamse Regulator voor de Media.

Bijlage 22 geeft een overzicht van het bereik van de VRT-wetenschaps- en educatieve programma's op weekbasis.

Tabel 23: Bereik educatieve programma's

	Jan	Feb	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	CUM
%	42,7	42,6	37,3	35,7	32,5	29,2	28,5	28,3	28,8	31,7	37,6	39,2	34,6

Bron: de CIM-Audimetriestudie, norm: 15' consecutief gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen)

Het gamma van educatieve programma's op de VRT-televisienetten in 2015 was gevarieerd, gaande van programma's en programma-items over wetenschap en techniek, gezondheid, migratie, natuur tot geschiedenis.

Alle VRT-radionetten hadden aandacht voor wetenschap en educatie. Dat was op Radio 1

bijvoorbeeld het geval in De ochtend, Hautekiet, Interne keuken en Nieuwe feiten. Bij Radio 2 werden regelmatig actuele maatschappelijke thema's vanuit een wetenschappelijke invalshoek benaderd, zoals in De inspecteur. Wetenschappelijke onderwerpen kwamen op Klara aan bod in diverse programma's, zoals Espresso. Verschillende MNM- en Studio Brussel-programma's hadden bij onderwerpen uit de levensfeer van jongeren aandacht voor wetenschappen (bijvoorbeeld Vincent Byloo (Studio Brussel) en Generation M (MNM)).

Op Eén kwamen actuele onderwerpen over technologie, kennis en wetenschap aan bod in de nieuws- en duidingsprogramma's. Naast programma's als Het Journaal en Koppen was er bijvoorbeeld De schuur van Scheire. Deze reeks gaf in tien afleveringen wetenschappelijke verklaringen van dagelijkse bezigheden. Ook getest op mensen gaf wetenschappelijke toelichting bij voedings- en gezondheidsthema's. Andere Eén-programma's die educatieve waarde hadden waren bijvoorbeeld de reportagereeks Ten oorlog II, het tuinprogramma Groenland en de reisreeks Reizen Waes. Expeditie Aarde bevatte natuurdocumentaires uit de BBC-reeks Life Story.

Canvas besteedde aandacht aan educatie en wetenschap in programma's zoals Wetenschap redt de wereld (Canvas) waarin topwetenschappers toelichting gaven bij hun oplossingen voor wetenschappelijke problemen (zoals de opwarming van de aarde en het verband tussen stress en criminaliteit).

Ketnet bracht in Karrewiet wetenschap en technologie op maat van kinderen. In elke aflevering van HoeHoeHoe? (Ketnet) werd gezocht naar het antwoord op een hoe-vraag uit het vakgebied van wetenschap en techniek. De reeks Helden (Ketnet) gaf op een eenvoudige manier toelichting bij wetenschappelijke of technische onderwerpen. In Full Proof (Ketnet) legden kinderen zelf wetenschappelijke experimenten uit.

Een niet-exhaustief overzicht van het educatieve aanbod van de VRT is in bijlage 23 terug te vinden.

2. Aanbod rond maatschappelijke uitdagingen

De VRT bracht in 2015 maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht in haar aanbod en sensibiliseerde op die manier de bevolking. Zo werd hieraan aandacht gegeven in nieuws- en duidingsprogramma's a.d.h.v. de actualiteit. Bij Ketnet stond de reeks De geonauten in het teken van de millenniumdoelstellingen. Ketnet Swipe had onder andere aandacht voor de klimaatverandering en de week van het bos. Karrewiet bood een reportagereeks naar aanleiding van de internationale klimaattop. Andere voorbeelden zijn Expeditie Aarde (Eén) en Wetenschap redt de wereld (Canvas)). Ook binnen programma's was er de nodige aandacht. Enkele voorbeelden uit Thuis:

- Vooroordelen ten opzichte van nieuwe Vlamingen en moslims;
- Vluchtelingenproblematiek;
- Transgenderidentiteit;
- Homoseksualiteit;
- Psychische gezondheidszorg bij minderjarigen;
- Zelfmoord;
- Mindervaliden en revalidatie na een zwaar ongeval;
- Ongeplande tienerzwangerschap;
- Gedwongen adoptie;
- Carrièreswitch op latere leeftijd.

De VRT deed mee aan de Car Free Day op 22 september in het kader van de 'week van de mobiliteit'.

De VRT droeg in 2015 met haar programma-aanbod eveneens bij tot de bewustmaking inzake de vermaatschappelijking van de zorg, de implicaties van de vergrijzing en het proces van zorgvernieuwing. Zo kregen deze thema's regelmatig aandacht via nieuws- en duidingsprogramma's (radio en televisie) aan de hand van actualiteit en programma's als Koppen (Eén), Hautekiet (Radio 1) en De Madammen (Radio 2). Daarnaast werd er aandacht besteed aan de 'Dag van de zorg' door o.a. Radio 2 en Radio 1.

Verder was er 'De Warmste Week' van Studio Brussel (Music for life) waarbij er ongeveer 3.400 acties gehouden werden voor meer dan 1.000 goede doelen.

3. Beleid rond wetenschaps- en innovatiecommunicatie

De VRT schreef zich in het beleid van de Vlaamse regering inzake wetenschaps- en innovatiecommunicatie. Dit gebeurde via overleg met de Vlaamse Raad voor Wetenschap en Innovatie en leidde tot een eerste uitwerking van een pilootproject in het kader van het actieplan Richting Morgen. Tevens ondertekende de VRT het STEM charter ter bevordering van wetenschap en techniek. De VRT stelt dat door gebrek aan cofinanciering van Onderwijs werd het project 'Op zoek naar Fibonacci' niet volledig uitgewerkt.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD23: De VRT draagt in het verlengde van haar educatieve opdracht bij tot de mediawijsheid van de Vlaming.

OD23.1: De VRT draagt bij tot een democratische en mediabewuste houding via onafhankelijke informatie over de werking van de media en via inclusief generalistische programma's die burgers kritisch en bewust met media leren omgaan.

De VRT wijst in haar algemene programmering de burger op de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen (bijvoorbeeld m.b.t. sociale media, gaming) en aspecten van mediagebruik (bijvoorbeeld m.b.t. privacy-issues).

OD23.2: De VRT werkt actief samen met andere stakeholders om mediawijsheid te bevorderen. Binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst moet dit leiden tot een concreet actieplan.

OD23.3: De VRT brengt een aangepast aanbod voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met (nieuwe) mediatoepassingen. De VRT biedt specifiek voor deze groepen de kans zelf te experimenteren met creatie en co-creatie van media.

- **De VRT creëert een veilige online omgeving voor kinderen op de Ketnetsite om te leren en te experimenteren met nieuwe media en sociale netwerken.**
- **De VRT zet ieder jaar minstens 2 participatieve projecten op waarin kinderen kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.**
- **De VRT zet ieder jaar minstens 2 participatieve projecten op waarin jongeren kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.**
- **De VRT zet ieder jaar minstens één participatief project op waarin digitale inwijkelingen kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.**

- **De VRT werkt via haar radionetten samen met initiatieven die zich ontwikkelen op het vlak van 'urban radio'.**
- **De VRT zet een structurele samenwerking op met het mediawijsheidplatform 'Ingebeeld' van Onderwijs.**

OD23.4: Binnen haar budgettaire en programmatorische mogelijkheden, schrijft de VRT zich in in het beleid van de Vlaamse Regering rond mediawijsheid.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. bij te dragen tot een democratische en mediabewuste houding via onafhankelijke informatie over de werking van de media en via inclusief generalistische programma's die burgers kritisch en bewust met media leren omgaan. De VRT wijst in haar algemene programmering de burger op de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen (bijvoorbeeld m.b.t. sociale media, gaming) en aspecten van mediagebruik (bijvoorbeeld m.b.t. privacy-issues).
2. actief samen te werken met andere stakeholders om mediawijsheid te bevorderen. Binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst moet dit leiden tot een concreet actieplan.
3. een aangepast aanbod te brengen voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met (nieuwe) mediatoepassingen. De VRT biedt specifiek voor deze groepen de kans zelf te experimenteren met creatie en co-creatie van media.

Dit gebeurt via:

4. het creëren van een veilige online omgeving voor kinderen op de Ketnetsite om te leren en te experimenteren met nieuwe media en sociale netwerken.
5. ieder jaar minstens 2 participatieve projecten op te zetten waarin kinderen kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.
6. ieder jaar minstens 2 participatieve projecten op te zetten waarin jongeren kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.
7. ieder jaar minstens één participatief project op te zetten waarin digitale inwijkelingen kansen krijgen om mediakennis op te doen en mee media te maken.
8. haar radionetten samen te werken met initiatieven die zich ontwikkelen op het vlak van 'urban radio'.
9. een structurele samenwerking op te zetten met het mediawijsheidplatform 'Ingebeeld' van Onderwijs.
10. De VRT dient binnen haar budgettaire en programmatorische mogelijkheden zich in te schrijven in het beleid van de Vlaamse Regering rond mediawijsheid.

De VRT geeft aan hoe de doelstellingen behaald worden:

Het Actieplan Mediawijsheid voorzag in acties op drie vlakken: aandacht voor mediawijsheid in de algemene programmering, samenwerken met belanghebbenden inzake mediawijsheid en participatieve acties voor bepaalde doelgroepen (kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen).

1. Algemene programmering

De VRT had continu aandacht voor diverse aspecten van mediawijsheid in informatieve programma's op alle netten, zoals Hautekiet (Radio 1), De Madammen (Radio 2), De Ochtendshow en Generation M (MNM), Koppen, Ook Getest op mensen, Volt (Eén), Ter Zake, Reyers laat en Panorama (Canvas). Ook online was er aandacht voor het thema op de sites en sociale media van de diverse netten, met speciale acties tijdens de Digitale Week en de Week van de Cyberveiligheid.

2. Samenwerking met stakeholders

De VRT overlegde en werkte samen met de voornaamste spelers inzake mediawijsheid: Mediawijs.be, het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid, de Canon Cultuurcel van het Departement Onderwijs (Ingebeeld.be), VIAA, het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering, en de universitaire onderzoekscentra SMIT en MICT. Samen organiseerden zij inspiratiesessies waarbij mediawijze projecten uit de sector en van de VRT werden voorgesteld en besproken (<http://www.vrt.be/inspiratiesessie-mediawijsheid-2015>). De omroep stelde eveneens content en expertise ter beschikking, zoals voor NedBox, het digitaal platform Nederlands Leren voor anderstaligen van het Centrum voor Taalonderwijs aan de KU Leuven (www.nedbox.be), en de Mediabank van het portaal Mediawijs.be (<http://mediawijs.be/mediabank>).

3-9. Aandacht voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen

De VRT richtte zich tot specifieke doelgroepen met participatieve projecten rond het thema mediawijsheid. Naar kinderen toe gebeurde dit via Ketnet en de site Ketnet.be. Ketnet Jr. is een app waarmee kinderen tot 6 jaar veilig hun eerste stappen op het net kunnen zetten. De rubriek 'Vet op het net' werd aangevuld met Roodkapje en de Sprookjes-chat, waarbij kinderen tips krijgen over veilig digitaal mediagebruik. In het Ketnet Stambos leerden kinderen op een mediawijze manier met hun grootouders in interactie gaan (<http://stambos.ketnet.be>).

Jong digitaal talent kon aan de slag bij VRT Start up, waar ze deelnamen aan de ontwikkeling van nieuwe digitale formats en applicaties. Open VRT was de thuishaven voor jongeren die wilden bijdragen tot de ontwikkeling van de digitale omroep van morgen. Studenten konden tijdens zomervakantie aan de slag op VRT Camping waar zij het VRT nieuws mochten 'heruitvinden'.

Jongeren werden actief betrokken bij het maken van radioprogramma's zoals Rock 'n roll Radio Highschool en Start to DJ op MNM. De jongerenzender lanceerde www.generationM.be, een platform dat inzet op interactie en co-creatie met jongeren. Tijdens de Boekenbeurs organiseerde MNM een tweede editie van WoordSlam, de wedstrijd waarbij jongeren een creatief taalimpje kunnen maken.

Studio Dada is het opleidings- en proeftraject waarmee Studio Brussel op zoek ging naar nieuwe talenten. Meer dan 500 jongeren waagden hun kans, 20 kandidaten konden ervaring opdoen tijdens de dagelijkse werking van de zender.

Digitale inwijkelingen kregen kansen om mediakennis op te doen en mee media te maken door de samenwerking rond Nedbox.

Met hogervermelde aanpak en acties stelt de VRT dat ze zich in 2015 inschreef in het beleid van de Vlaamse regering inzake mediawijsheid.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.2. Productstrategie

SD24: De VRT stelt jaarlijks haar productiestrategie vast.

OD.24.1.: Deze productiestrategie maakt deel uit van het meerjarenplan en ondernemingsplan van de VRT en wordt in dat kader jaarlijks goedgekeurd door de Raad Van Bestuur.

Als gevolg van de gewijzigde context stelt de VRT dat ze geen meerjarenplan heeft opgesteld, maar jaarlijks productiestrategie opstelt. In 2015 werd verder gewerkt op de drie uitgangspunten: een nauwe, vruchtbare samenwerking tussen Media, Productie en Operationele afdelingen, een sterk intern productiehuis met minder hiërarchie en meer ruimte voor creativiteit. In deze context werd, om in te zetten op een nieuwe wendbare organisatie gericht op samenwerking, in januari 2015 beslist om Media en Productie samen te voegen tot één directie; de interne productiehuizen VRT Nieuws en VRT sport vormden daarnaast de directie Informatie. Intern produceren is voor Media-Productie niet langer een doel op zich: wel sterkere merken uitbouwen en talent beter laten renderen. Met de integratie van de twee directies wil VRT zich voorbereiden op de drie grote uitdagingen van de toekomst: het veranderend mediagebruik in Vlaanderen, werken met scherpere budgetten en de vraag naar meer publieke waarde in onze producties. In de toekomst moet de VRT nog scherper nadenken over wat ze brengt en hoe de merken van de openbare omroep nog meer onderscheidend kunnen zijn.

In de nieuwe eengemaakte directie werd een nieuw systeem opgebouwd rond de merken Eén, Canvas en Ketnet. De programmateams werden rechtstreeks aan de merken toegewezen. Programmamakers kunnen mee werken aan de uitbouw van een merk en de merken worden gestimuleerd om mee te denken vanuit productie. Er werd gekozen voor een beperkt aantal duidelijke rollen op vlak van aanbod, zakelijk beleid, digitaal en merkbeleving om samen met de netmanagers aan sterke televisiemerken te bouwen.

In lijn met de productiestrategie waarin gepleit wordt voor een vruchtbaar ecosysteem, werden de samenwerkingen met externe productiehuizen in 2015 voortgezet of uitgebreid:

- Iedereen Beroemd werd intern gemaakt in samenwerking met externe productiehuis De Chinezen,
- Café Corsari werd gemaakt in coproductie met Eyeworks,
- Voor fictie coproducties tussen interne productie en Eyeworks voor De Ridder en met Zodiac voor Tom&Harry,
- Bij Ketnet coproducties met Studio 100 voor Prinsessia, Nachtwacht, Ghost Rockers, Minireeks Rox en met de NPO voor Trollie, Zoon van Artan en Caps Club,
- Bij Canvas werd samengewerkt met Diplodokus voor de documentairereeks Slijk.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD25: De VRT beschikt over een sterk intern productiehuis.

OD25.1.: De VRT zorgt ervoor dat zij steeds de competenties zelf ter beschikking heeft om het aandeel intern geproduceerde programma's dat is vastgelegd in de productiestrategie zelf in te vullen.

- **Nieuws- en duidingsprogramma's worden steeds intern geproduceerd.**
- **Radioprogramma's worden voor minstens 90% intern geproduceerd.**
- **Een brede waaier aan genres van televisieprogramma's wordt intern en extern**

geproduceerd. De verhouding bedraagt minstens 25% externe productie, maximum 75% interne productie van het televisieproductiebudget.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. Nieuws- en duidingsprogramma's steeds intern te produceren;
2. Radioprogramma's voor minstens 90% intern te produceren;
3. een brede waaier aan genres van televisieprogramma's intern en extern te produceren. De verhouding bedraagt minstens 25% externe productie, maximum 75% interne productie van het televisieproductiebudget.

1. De VRT stelt dat de nieuws- en duidingsprogramma's op radio en televisie (en aanvullend op de online platformen) in 2015 allemaal intern geproduceerd werden door het interne productiehuis VRT Nieuws.

2. De VRT produceerde in 2015 100% van de uitgezonden radioprogramma's zelf.

3. De externe productiehuisen produceerden in 2015 **33,9% van de uitgezonden televisieprogramma's. 66,1% werd intern gemaakt** (berekening op basis van het televisieproductiebudget).

Het intern productiehuis VRT Televisie leverde een brede waaier aan programma's gaande van fictie tot kinderprogramma's tot magazines: in totaal circa 70 producties inclusief de webredacties van de merken. In augustus 2015 hield het intern productiehuis op te bestaan en werden de programma's rechtstreeks onder de netten gebracht. De programmateams worden vanaf dan rechtstreeks aangestuurd door de netmanager. Een greep uit de waaier aan programma's:

Voor één werden de grote strategische uitzendblokken als Iedereen Beroemd, 1000 Zonnen in de zomer en Thuis intern gemaakt. Voorbeelden van intern geproduceerde fictie zijn Tom & Harry, Loslopend wild en De Ridder. Daarnaast ook Vlaanderen vakantieland en de ontwikkeling van een nieuw reisprogramma als opvolger, Voor hetzelfde geld, Ook getest op mensen, Via Annemie, Kom op tegen kanker, de Mia's, Luchthaven 24/7, captaties van concerten en erediensten... zijn interne producties. Nieuwkomers in 2015 zijn De allesweter en Ja Jan.

Voor Ketnet werden de dagelijkse Wrap en de weekendochtenden met twee nieuwe programma's Ketnet Swipe (op zaterdag) en King Size Live (op zondag) volledig intern gemaakt. Daarnaast ook programma's als Broodje Kaas, het Gala van de Gouden K's, Junior musical en de nieuwe aangepaste Ketnet Musical. Nieuwkomers: quiz Oude Taart en fictie Welkom in de Wilton.

Voor Canvas werden Alleen Elvis blijft bestaan, De Canvasconnectie, Twintigers, Elisabeth live, Boekenuil, Hoera cultuur, allemaal interne producties. Met de vernieuwing van Canvas ook een heleboel nieuwe formats: Alleen wetenschap redt de wereld, Studio Flagey, Off The Record.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD26: De VRT draagt bij tot een sterke Vlaamse audiovisuele

productiesector.

OD26.1.: De VRT besteedt minstens 25% van haar televisieproductiebudget aan bestellingen bij externe productiehuizen.

OD26.2.: De VRT sluit geen exclusiviteitscontracten af met productiehuizen. De VRT kan wel preferentiële partnerships sluiten met productiehuizen en schermgezichten, die een eigen creativiteit bieden en eigen formats ontwikkelen. Daarnaast geeft de VRT ook open briefings aan de hele markt en hanteert hierbij transparante criteria om alle productiehuizen de mogelijkheid te geven zich creatief te ontwikkelen.

OD26.3: De VRT zet, al dan niet in het kader van het Mediafonds, coproducties op met externe productiehuizen rond de genres fictie, documentaire en animatie voor zover deze coproducties budgettair en programmatorisch passen binnen de VRT-netten.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. minstens 25% van haar televisieproductiebudget aan bestellingen bij externe productiehuizen uit te besteden;
2. geen exclusiviteitscontracten af te sluiten met productiehuizen. De VRT kan wel preferentiële partnerships sluiten met productiehuizen en schermgezichten, die een eigen creativiteit bieden en eigen formats ontwikkelen. Daarnaast geeft de VRT ook open briefings aan de hele markt en hanteert hierbij transparante criteria om alle productiehuizen de mogelijkheid te geven zich creatief te ontwikkelen;
3. coproducties op te zetten met externe productiehuizen rond de genres fictie, documentaire en animatie voor zover deze coproducties budgettair en programmatorisch passen binnen de VRT-netten.

De VRT geeft aan de Vlaamse media-industrie in 2015 op verschillende manieren te hebben ondersteund:

- via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuizen
- via preferentiële partnerships met onafhankelijke productiehuizen
- via participaties in onafhankelijke productiehuizen
- via ontwikkelingsgelden
- via coproducties
- via bestellingen bij facilitaire bedrijven
- via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds.
- Door samen te werken met Vlaamse start-ups en KMO's.

1. Bestellingen bij externe productiehuizen

De Vlaamse onafhankelijk productiehuizen leverden diensten aan de VRT in 2015 voor **33,9% van het televisieproductiebudget** van de VRT (in 2014 was dit 30,7%).

2. Samenwerking met externe productiehuizen

De VRT sluit conform de beheersovereenkomst geen exclusiviteitscontracten af met onafhankelijke productiehuizen. **Ze had in 2015 met 4 productiehuizen een preferentieel partnership (niet-exclusieve langdurige overeenkomst), namelijk met De Chinezen, DeMensen, Hotel Hungaria en Studio 100. Zo werden de sportgerelateerde programma's Jonge benen en**

Karakters niet door de VRT Sport gemaakt maar respectievelijk door ‘De Chinezen’ en ‘De Mensen’.

De VRT had in 2015 ook een **langdurige overeenkomst met 34 schermgezichten**. Het gaat hierbij enkel over televisiegezichten, niet over bijvoorbeeld radiopresentatoren.

Voor de toewijzing van producties aan andere Vlaamse productiehuizen hanteerde de VRT open en gerichte briefings op basis van transparante criteria.

Naast de productiehuizen waarmee VRT een preferentieel partnerschap had, **zond VRT in 2015 programma's uit van 28 externe productiehuizen** (ten opzichte van 32 in 2014) namelijk: Associate Directors, Alaska TV, Asteroïde 4364, Blazhoffschi, Bonka Circus, Borgerhoff & Lamberigts, Cine3, Czar TV, Dans La Pluie, De Filistijnen (momenteel ‘HH107’ genaamd), De TV-makers (het vroegere Live Entertainment), De Wereldvrede bvba, DED's IT, Eyeworks, Flying Home bvba, Fobic Films, Geronimo, Het Nieuwshuis, Kanakna/Zodiac Belgium, Koeken Troef!, Menuet, Off World, Panenka, Skyline (later overgegaan naar Demensen), Sputnik, Sylvester Productions, Wild Heart Productions en Zilvermeer Productions bvba.

3. Coproducties rond specifieke genres

De VRT zette in 2015 met het VAF **28 coproducties op met externe productiehuizen** rond fictie, documentaire en animatie. Het VAF verleende steun onder de vorm van scenariosteun, ontwikkelingssteun en/of productiesteun.

Fictie: Bevergem, Tytgat Chocolate, Clinch!, Tabula Rasa, Salamander 2, Trollie, Over Water, B, Zoon van Artan, De Twaalf

Documentaire: El Color del Camaleon, Find me in Kakuma, Arno – Vive ma liberté, Sunnyside, Archibelge, Boum Belge, Exitus, Barber Shop, Belgian Americans, Reset en Er Was Eens.

Animatie: Abrakodabra, Mush-Mush & de zwampies, Ridder Muis, Otto, Posi & Friends, Droedels en Vos & Hans.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD27: De VRT draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse identiteit.

OD27.1: Het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de coproducties bedraagt ten minste 65% van de totale output op de VRT-televisiekanalen één en Canvas, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur.

OD27.2: De VRT investeert in Vlaamse fictie, documentaire en animatie, al dan niet in samenwerking met het VAF. Voor de realisatie van deze doelstelling zal de VRT een beroep kunnen doen op alle financieringsinstrumenten die door de Vlaamse Gemeenschap worden ontwikkeld, voor zover VRT aan de toekenningsvoorwaarden voldoet.

Om deze maatstaf te behalen, dient:

1. het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties ten minste 65% te

- bedragen van de totale output op de VRT-televisiekanalen één en Canvas, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur;
2. de VRT te investeren in Vlaamse fictie, documentaire en animatie, al dan niet in samenwerking met het VAF.

1. Aandeel Vlaamse TV-producties en coproducties

De VRT zond in 2015 **68,3%** (2014: 72,9%) **Vlaamse tv- en coproducties uit op Eén en Canvas tussen 18 en 23u. De norm van 65% is hiermee behaald.** En overzichtslijst van de Vlaamse TV-producties en coproducties in prime time is te vinden in bijlage 24.

2. Investeren in Vlaamse fictie, documentaire en animatie

In 2015 verleende het VAF financiële steun aan 28 Vlaamse televisieproductie voor de VRT. 10 fictiereeksen, 11 documentairereeksen en 7 animatiereeksen. Deze producties werden in coproductie met VAF gerealiseerd door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen:

Fictie: Bevergem, Tytgat Chocolate ,Clinch!, Tabula Rasa, Salamander 2, Trollie, Over Water, B, Zoon van Artan, De Twaalf

Documentaire: El Color del Camaleon, Find me in Kakuma, Arno - Vive ma liberté, Sunnyside, Archibelge, Boum Belge, Exitus, Barber Shop, Belgian Americans, Reset en Er Was Eens.

Animatie: Abrakodabra, Mush-Mush & de zwampies, Ridder Muis, Otto, Posi & Friends, Droedels en Vos & Hans.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

D28: De VRT hanteert het begrip van “maatschappelijk verantwoord ondernemen” in haar contractuele relaties met de externe productiehuisen en leveranciers en stimuleert hierdoor ook eerlijke concurrentie binnen de sector.

OD28.1.: De VRT hanteert marktconforme tarieven.

OD28.2.: De VRT bedingt van haar medecontractanten dat de geldende sociale wetgeving van toepassing is bij uitvoering van opdrachten. De VRT streeft ernaar om de uitvoering van deze contractuele afspraak na te gaan bij de externe productiehuisen.

OD28.3.: De VRT speelt een voortrekkersrol in het opstellen van een sociaal charter binnen de sector. De VRT zal voor 30 juni 2012 het initiatief nemen om met de audiovisuele sector tot afspraken te komen.

OD28.4: De VRT hanteert een transparante rechtenverdeling en een billijke inkomstenverdeling tussen haarzelf en externe producenten. Dit wordt besproken in overleg met de vertegenwoordigers van de productiesector, met als doelstelling om te komen tot een aantal basisafspraken.

OD28.5: De VRT draagt de eindverantwoordelijkheid voor de financiering van haar interne en externe producties. Dit betekent, in lijn met artikel 91 van het mediadecreet,

dat de inhoud en de programmering nooit dusdanig beïnvloed worden door de financiering en dat derhalve de VRT de verantwoordelijkheid over haar programmering draagt en de redactionele onafhankelijkheid van de VRT niet mag worden aangetast.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. marktconforme tarieven te hanteren;
2. te bedingen dat de geldende sociale wetgeving van toepassing is bij uitvoering van opdrachten van haar medecontractanten;
3. een voortrekkersrol te spelen in het opstellen van een sociaal charter binnen de sector en de VRT zal voor 30 juni 2012 het initiatief nemen om met de audiovisuele sector tot afspraken te komen;
4. een transparante rechtenverdeling en een billijke inkomstenverdeling tussen haarzelf en externe producenten te hanteren;
5. de eindverantwoordelijkheid voor de financiering van haar interne en externe producties te dragen.

1. Marktconforme tarieven

De VRT paste in 2015 de wetgeving op de overheidsopdrachten strikt toe en hanteerde op die manier marktconforme tarieven.

De VRT werkte steeds met marktraadplegingen (aanbestedingen of offerteaanvragen) voor specifieke dossiers of raamovereenkomsten. Hierdoor konden toewijzingen steeds correct gebeuren omdat er steeds duidelijke selectie- en gunningscriteria werden geformuleerd en waren prijzen steeds helder en vergelijkbaar tussen de verschillende inschrijvers.

2 - 3. Sociale wetgeving en sociaal charter

De VRT bedingt via de algemene voorwaarden in haar contracten met externe productiehuisen en leveranciers dat de geldende sociale wetgeving van toepassing is bij de uitvoering van opdrachten. Ook in coproductieovereenkomsten is deze bepaling ingeschreven.

De toepassing van de sociale wetgeving bleef gewaarborgd door het sociaal charter dat in 2013 werd ondertekend. Met het charter willen de Vlaamse en regionale omroepen, individuele audiovisuele bedrijven, beroepsverenigingen, koepelorganisaties en vakbonden:

- De spelers in de sector aansporen de geldende sociale wetgeving in de audiovisuele sector te respecteren
- Eventuele tekortkomingen in de sociale wetgeving via een breed platform bespreekbaar te maken
- Faire concurrentie tussen de verschillende spelers in de sector garanderen
- De leefbaarheid voor de betrokkenen in de sector verbeteren
- Borg staan voor aantrekkelijke en duurzame loopbanen.

Bij de samenwerking met externe productiehuisen wordt systematisch aandacht besteed aan de verschillende aspecten van arbeidsbelasting zoals die in het Sociaal Charter staan beschreven. Zowel bij de contractuele besprekingen als bij de praktische organisatie van audiovisuele producties komt dit aan bod. Om dit principe in de praktijk te toetsen werd in samenwerking met Mediarte een enquête voorbereid die in de Audiovisuele Sector peilt naar niveaus van stress en werkdruk en naar de oorzaken ervan.

4. Transparante rechtenverdeling en billijke inkomstenverdeling

In september 2011 werden in overleg met het VOTP nieuwe algemene voorwaarden vastgelegd van toepassing op externe producties. Deze bleven in 2015 zonder meer van kracht voor alle externe producties waarvoor een productieovereenkomst werd afgesloten.

Naast algemene en operationele bepalingen, bevatten deze algemene voorwaarden een rechtenregeling bij externe producties. De conceptrechten, audiovisuele en niet- audiovisuele exploitatierechten op deze producties werden in dit document verduidelijkt: de inkomstenverdeling werd bepaald via een waarderingmatrix met een aantal parameters. Voor elke overeenkomst werd een positionering in de waardenmatrix bepaald, zodat ook de verdeelsleutel m.b.t. de inkomsten gekend was voor elke productie.

Bij coproductie-overeenkomsten, onderhandelen de VRT en de producent over de split die van toepassing is op de exploitaties en over wie het initiatiefrecht heeft.

De VRT is in 2015 gestart met een herziening van haar relatie met de productiesector, met name met betrekking tot producties die de VRT 100% financiert. Hieromtrent werden meerdere gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de sector.

5. Eindverantwoordelijkheid financiering

De VRT draagt de eindverantwoordelijkheid over haar programmering en vrijwaart de redactionele onafhankelijkheid van de programma's.

Zowel in het beleidskader voor samenwerkingen voor de radioprogramma's als in het beleidskader met betrekking tot institutionele financiering voor televisieprogramma's wordt de nadruk gelegd op die redactionele onafhankelijkheid.

Bij institutionele financiering waakte de VRT er zorgvuldig over dat de producties steeds onafhankelijk en redactioneel autonoom werden gemaakt en dat het VRT-programmacharter werd nageleefd. Om die reden moesten samenwerkingsovereenkomsten van externe producenten met institutionele partners ook ter medeondertekening voorgelegd worden aan de VRT. Er werd ook een sjabloon-contract uitgewerkt waarin de redactionele autonomie van VRT uitdrukkelijk ingeschreven staat. Dit wordt als basis gebruikt door productiehuizen wanneer zij gesprekken aangaan met partners voor institutionele financiering.

Als product placement in televisieprogramma's van externe productiehuizen voorkwam, moest de VRT die ook goedkeuren. In de overeenkomsten die de VRT zelf aanging met institutionele partners of met adverteerders met betrekking tot product placement werd de redactionele autonomie uitdrukkelijk gestipuleerd. De product placement contracten werden ter visie voorgelegd aan de commerciële dienst.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

1.3. Creativiteit en efficiëntie

SD29: De VRT ontwikkelt een duidelijk HR beleid, waarin het respect voor en de opleiding en ontwikkeling van de medewerkers en een talentbeleid om creatief talent aan te trekken, in te zetten, te ontwikkelen en te behouden, centraal staan.

OD29.1: HR schrijft jaarlijks een plan voor een geïntegreerd personeelsbeleid uit. Dat plan bevat onder meer :

- **de bedrijfscultuur in functie van de doelstellingen;**
- **het competentie management;**
- **opleiding en ontwikkeling van de medewerkers in het kader van het talentbeleid;**
- **de interne mobiliteit;**
- **functioneringsgesprekken en evaluaties;**
- **transparant en adequaat verloningsbeleid;**
- **functieclassificatiesysteem.**

OD29.2.: HR werkt in dit jaarlijks plan maatregelen uit die de veelzijdigheid en de creativiteit van de medewerkers stimuleren door onder meer opleiding, coaching, interne mobiliteit, loopbaanbegeleiding en leerstoelen en ook voor leidinggevenden in een aangepaste opleiding te voorzien.

OD 29.3: HR zorgt samen met het management voor een goede successieplanning van sleutelfiguren in het management en bij de experts. HR zorgt er voor dat de resultaten jaarlijks geactualiseerd worden.

OD 29.4: HR werkt met een transparant en adequaat loonbeleid dat toelaat om talentvolle medewerkers aan te trekken en te laten groeien, rekening houdend met de aangekondigde schaarste op de arbeidsmarkt en met de budgettaire ruimte.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. jaarlijks een plan voor een geïntegreerd personeelsbeleid uit te schrijven;
2. in dit plan maatregelen uit te werken die de veelzijdigheid en de creativiteit van de medewerkers stimuleren door onder meer opleiding, coaching, interne mobiliteit, loopbaanbegeleiding en leerstoelen en ook voor leidinggevenden in een aangepaste opleiding te voorzien;
3. een goede successieplanning van sleutelfiguren in het management en bij de experts te voorzien;
4. met een transparant en adequaat loonbeleid te werken dat toelaat om talentvolle medewerkers aan te trekken en te laten groeien, rekening houdend met de aangekondigde schaarste op de arbeidsmarkt en met de budgettaire ruimte.

1. Jaarlijks HR-beleidsplan

De jaarlijkse HR-doelstellingen werden in 2015 in een HR-Plan opgenomen. Dat laat een gestructureerde uitvoering van het HR-beleid toe rond de door de verschillende diensten en directies geformuleerde prioriteiten.

Het HR-Plan was een houvast voor de HR-medewerkers die de eerste lijn vormen met de diverse afdelingen, die in deze de essentiële schakel vormden voor de uitvoering van het HR-beleid in de VRT. Het bewaakte dat de HR-partners altijd het goede evenwicht behielden tussen het realiseren van strategische doelstellingen en het verzekeren van de dagelijkse operationele werking. Tevens bakende het HR plan de voornaamste prioriteiten af van de verschillende expertisecentra.

Het HR-plan van 2015 legde de klemtoon op verschillende HR-thema's.

- Bedrijfscultuur: de VRT streefde naar een cultuurverandering op diverse vlakken:
 - De professionalisering van de bedrijfsprocessen en de aandacht voor de budgettaire consequenties van nieuwe initiatieven.
 - Het versterken van de competenties van leidinggevenden op het vlak van het ontwikkelen en het motiveren van medewerkers en overbrengen van een visie.
 - Het ontwikkelen van een participatieve bedrijfscultuur.
 - Het openlijk bespreken en opvolgen van de problemen die de medewerkers ervaren in hun dagelijks functioneren.
- Digitale omslag
 - De VRT streefde naar de introductie van digitale toepassingen om de taken van de medewerkers efficiënt te ondersteunen. Zo werd onder meer gewerkt aan het Office 360°-project waarbij medewerkers en teams op een efficiënte manier online kunnen samenwerken (op een project- of teamsite) en aan de vernieuwing van het intranet.
 - HR zelf zette ook in op het verder digitaliseren van administratieve processen en het uitrollen van een digitaal leerplatform Lynda.com.
 - De VRT-afdeling "Het Digitale Productie-Centrum" organiseerde demonstraties, workshops en informatiesessies over digitale onderwerpen
- Het mobiliteitsbeleid
 - De regeling over het woon- werkverkeer en de bedrijfswagens werd herzien. Het nieuwe reglement legt meer klemtonen op maatschappelijk en ecologisch verantwoord handelen bij het gebruik van wagens. Het voorziet daarvoor financiële stimuli. Het nieuwe mobiliteitskader gaat in de loop van 2016 van kracht.
 - Een nieuwe richtlijn over veilig en verantwoord rijden met lichte bestelwagens en vrachtwagens.

2. Talentontwikkeling

Verschillende initiatieven werden genomen voor het versterken van de leiderschapsvaardigheden in de VRT. Zo is er opnieuw een ontwikkeltraject gestart voor leidinggevenden, waar 48 collega's op intekenden. Hierbij doorlopen ze een Circumplex Leadership Scan 360°, naar aanleiding van het beleid dat in 2014 werd goedgekeurd, aangevuld met een opleidingstraject van 4 dagen.

De VRT zette ook dit jaar in op coaching in de ontwikkelingsaanpak voor leidinggevenden. Naast het werken met externe coaches en het netwerk van interne coaches van de Vlaamse Gemeenschap, werd uitbreiding gevonden bij een aantal coaches gespecialiseerd in stress en burn-out preventie.

Stemcoaching, presentatiecoaching en interviewtechnieken zijn typische vaktechnische vaardigheden waarvoor de eigen HR-teams en de interne experts in 2015 opleidings- en coachingsprogramma's organiseerden.

De creativiteit van medewerkers werd nog op diverse manieren gestimuleerd, zoals met informatiesessies (bijvoorbeeld over muziek), een Diversiteitsdag, een interne radioblog (Wildradio-blog, waar radiomakers ideeën en voorbeelden met elkaar konden uitwisselen).

De VRT moderniseert en professionaliseert de aanpak van talentontwikkeling. Zo is er afgelopen jaar een overeenkomst gesloten met Lynda.com, een video-tutorial-platform dat uitermate geschikt is voor persoonlijke ontwikkeling, zeker in de audiovisuele sector. Daarnaast vindt men er ook een heel breed aanbod aan opleidingen rond computertoepassingen. Op deze manier kunnen onze medewerkers leren waar en wanneer ze dat willen.

In het kader van de digitalisering werden ook een aantal initiatieven genomen. Zo werd ingezet op filmen met iPhone, monteren, kennis van sociale media, schrijven voor het web en research doen via sociale netwerk platformen.

Organisatieontwikkeling

Binnen HR werd een zogenaamd mobiliteitscentrum opgericht dat alle interne personeelsverschuivingen coördineert en opvolgt. In functie van de nieuwe uitdagingen voor de VRT en de uitvoering van de nieuwe beheersovereenkomst is het in kaart brengen en ontwikkelen van interne competenties zeer kritisch voor de toekomst. Het mobiliteitscentrum wordt gecoördineerd door de dienst Aanwervingen zodat interne en externe personeelsbewegingen op een coherente manier worden opgevolgd.

Werving en selectie

Om in de toekomst de openbare opdracht goed te kunnen vervullen, moet de VRT naast haar radio- en televisieaanbod een volwaardig digitaal aanbod kunnen aanbieden. Daarvoor is het belangrijk dat de VRT voldoende digitaal talent kan aanwerven. VRT Jobs (de afdeling die instaat voor de aanwervingen bij de VRT) zette in 2015 verschillende acties verder die deze doelstelling helpen waarmaken. De omroep was bijvoorbeeld aanwezig op de sociale media als Facebook, Twitter en LinkedIn met informatie over vacatures en een blik achter de schermen.

Naast de bestaande initiatieven zette de VRT het leerplatform Lynda.com in. Het opleidingsaanbod werd versterkt via workshops om de digitale competenties van medewerkers te verhogen.

3. Successieplanning

Het successiebeleid voor sleutelfiguren en voor experts werd voortgezet. In de toekomst wordt dit mogelijk meer geïntegreerd met het mobiliteitscentrum en het aanwervingsbeleid.

4. Transparant en adequaat loonbeleid

Het geheel van tijdelijke en variabele vergoedingen werd in kaart gebracht en gestroomlijnd. Deze worden in 2016 verder vereenvoudigd en in het nieuwe loonbeleid geïntegreerd.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD30: Het HR-beleid is duurzaam en sociaal.

OD 30.1: Het HR-beleid draagt bij tot een positief sociaal klimaat in de VRT onder meer door de organisatie van structureel sociaal overleg.

OD 30.2: Het HR-beleid actualiseert jaarlijks het beleid rond telewerken, deeltijds werken

en loopbaanonderbreking.

Om deze maatstaf te behalen, dient de VRT:

1. een HR-beleid te hebben dat bijdraagt tot een positief sociaal klimaat in de VRT onder meer door de organisatie van structureel sociaal overleg;
2. jaarlijks het beleid rond telewerken, deeltijds werken en loopbaanonderbreking te actualiseren.

1. HR-beleid dat bijdraagt tot positief sociaal klimaat

Op het sociaal overleg kwamen in 2015 onder meer volgende onderwerpen aan bod:

In het voorjaar kreeg het Besparingsplan 2015 vorm (als gevolg van de dotatievermindering). De personeelsdoelstellingen uit dat plan (maatregelen om de personeelskosten te verlagen en sociale maatregelen voor de begeleiding van de personeelsvermindering) werden

- gerealiseerd. De sociale partners maakten ook afspraken over duurzame tewerkstelling, onder andere over de types van arbeidscontracten, de interne mobiliteit en het aantrekken van personen met een digitaal profiel.
 - Na de zomer stond het transformatieplan en de voorbereiding van de Beheersovereenkomst 2016- 2020 op de agenda van het sociaal overleg. Directie en vakbonden bespraken de rol van de openbare omroep, de missie en toekomstvisie van de VRT, de diverse objectieven van de nieuwe beheersovereenkomst en de gevolgen van de toekomstige dotatieverminderingen.
 - Zowel de (decretale) pensioenreglementering van de statutaire medewerkers als het pensioenreglement van de contractuele medewerkers werd geanalyseerd en beter op mekaar afgestemd via de geëigende bestuurs- en overlegorganen. Het nieuwe aanvullende pensioenreglement voor contractuele medewerkers werd eind 2015 door het Sectorcomité XVIII van de Vlaamse Gemeenschap en door de Raad van Bestuur van de VRT goedgekeurd. Daardoor is de rechtszekerheid en de duidelijkheid van de pensioenbepalingen verhoogd. Het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* werd overgeheveld naar de Vlaamse overheid.

In 2015 werd aan de hand van een online-enquête gepeild naar de tevredenheid van de VRT-medewerkers. De resultaten identificeren een aantal pijnpunten in de organisatie, zoals interne communicatie, leiderschap en talentmanagement. Deze laatste twee worden als prioriteit naar voor geschoven. In het najaar starten twee trajecten om leiderschap en talentmanagement beter uit te bouwen in de organisatie.

De aangekondigde wijzigingen aan het stelsel van loopbaanonderbrekingen uit het regeringsakkoord blijven voorlopig uit in de openbare sector. De VRT blijft de wetgeving en wijzigingen ter zake opvolgen.

In het kader van het besparingsplan 2015 heeft de VRT een proefproject mbt deeltijds werken opgestart, met name de 'schoolloopbaan', wat inhoudt dat de inzetbaarheid van een medewerker afgestemd wordt op de schoolvakanties. Dit proefproject is opgestart in juni 2015 en zal na één jaar worden geëvalueerd.

2. Beleid rond telewerken, deeltijds werken en loopbaanonderbreking

De VRT stelt dat ze het evenwicht tussen werk en vrije tijd zeer belangrijk vindt. Daarom was het mogelijk om deeltijds te werken, te telewerken (thuiswerken of werken in een satellietkantoor) of loopbaanonderbreking te nemen, voor zover de functie dat toelaat.

De participatie aan deeltijds werken, telewerken en loopbaanonderbreking handhaafde zich op hetzelfde niveau als in 2014:

- 22,3% van de medewerkers (516 personen) namen deel aan telewerken: 407 medewerkers werkten geregeld thuis, 39 op een satellietkantoor en 70 thuis én in een satellietkantoor.
- 22,6% van de medewerkers (532 personen) werkte deeltijds: 281 onder hen in de vorm van een loopbaanonderbreking en 241 in de gewone deeltijdse formule.
- 12,3% van de medewerkers (311 personen) nam een of andere vorm van loopbaanonderbreking: 281 onder hen in een deeltijdse formule en 30 personen namen voltijdse loopbaanonderbreking.

CONCLUSIE: De VRT blijkt de doelstelling behaald te hebben.

SD31: De VRT zorgt dat de samenstelling van haar personeelsbestand in lijn ligt met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.

OD31.1.: De VRT trekt nieuw talent aan uit diverse doelgroepen: vrouwen, nieuwe Vlamingen en personen met een handicap om te groeien naar evenredige arbeidsdeelname.

- **De VRT hanteert volgende streefcijfers:**
 - **personen met een handicap: 1% tegen eind 2012; 1,5% tegen eind 2014**
 - **nieuwe Vlamingen: 2,5% tegen eind 2012; 4% tegen eind 2014**
 - **vrouwen binnen het totaal personeelsbestand: 40% tegen eind 2014 waarvan vrouwen in het management: minimaal 33%**
- **De VRT organiseert 10 bezoldigde opleidingsstages per jaar zolang evenredige arbeidsdeelname niet is bereikt.**
- **De VRT werkt samen met de relevante belangenorganisaties. De VRT evalueert jaarlijks haar beleid terzake.**

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. nieuw talent aan te trekken uit diverse doelgroepen: vrouwen, nieuwe Vlamingen en personen met een handicap om te groeien naar evenredige arbeidsdeelname met als streefcijfers: personen met een handicap: 1% tegen eind 2012; nieuwe Vlamingen: 2,5% tegen eind 2012; vrouwen binnen het totaal personeelsbestand: 40% tegen eind 2014 waarvan vrouwen in het management: minimaal 33%
2. 10 bezoldigde opleidingsstages per jaar te organiseren zolang evenredige arbeidsdeelname niet is bereikt
3. met de relevante belangenorganisaties samen te werken. De VRT evalueert jaarlijks haar beleid terzake.

1. Nieuw talent uit diverse doelgroepen

De VRT stelt dat ze probeert te zorgen dat de samenstelling van haar personeelsbestand in lijn ligt met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit. Hieromtrent formuleert men elk jaar initiatieven om de diversiteit onder de medewerkers te verhogen.

In 2015 zijn er inspanningen geleverd in het kader van diversiteit. Vermits de VRT evolueert naar een kleinere VRT en er minder aanwervingen zijn is het volgens de VRT een hele uitdaging om de vooropgestelde cijfers te behalen. In de toekomst zal het ook nodig zijn om zoveel mogelijk divers talent te behouden. Daarom zal ook de uitstroom op diversiteit gemonitord worden.

Het aantal vrouwelijke medewerkers en ook het aantal vrouwen in het midden- en topmanagement blijft dalen. Daarnaast zijn er ook grote verschillen tussen de directies. De organisatie van specifieke acties naar bepaalde doelgroepen zal nog moeten worden opgevoerd. Een greep uit de initiatieven die in 2015 werden genomen:

- 299 jongeren kwamen via een schoolstage in contact met de VRT en het werken in de media. Van deze groep hadden 24 studenten een migratieachtergrond.
- De VRT had, met het oog op aantrekken van talent met een arbeidsbeperking, overleg met enkele GOB's (Gespecialiseerd Opleidings-, Begeleidings- en bemiddelingscentrum) over het aanduiden van een centraal aanspreekpunt (aangezien dat in 2015 nog niet het geval was, onderhield de VRT contacten met verschillende GOB's).
- In 2015 kon voor het eerst een leerjongere via een Beroepsinlevingsovereenkomst ervaring opdoen bij de VRT.
- De VRT organiseerde Expeditie VRT (een evenement voor studenten met een digitaal profiel) en speeddates voor de VRT-nieuwsdienst. Jongeren met een migratieachtergrond werden daarvoor aangesproken.
- De omroep werkte mee aan het FABIA-project (Fysieke ArbeidsBeperking in Activering). Deze denktank is gericht op het nagaan van mogelijkheden om personen met fysieke klachten of chronische pijn tewerk te stellen.
- De VRT-netten zoeken voor sommige functies (zoals presentatieopdrachten) actief naar talent met een diversiteitsachtergrond. Indien nodig krijgen ze een eigen opleidingstraject.

Streefcijfers

De beheersovereenkomst stelt streefcijfers voorop in verband met de samenstelling van het personeelsbestand.

- Personen met een handicap: 1% eind 2012; 1,5% eind 2014
- Nieuwe Vlamingen: 2,5% eind 2012; 4% eind 2014
- Vrouwen: 40% eind 2014; in het management 33%

In het kader van nieuwe Vlamingen organiseerde de dienst Emancipatiezaken van de Vlaamse Gemeenschap in 2015 opnieuw een anonieme en geautomatiseerde telling. Dit gebeurde met de gegevens van eind december 2014. Op basis van deze cijfers werd de eigen monitoring verder gezet.

- Personen met een handicap (via vrijwillige registratie): 1,2%. Deze doelstelling is dus niet behaald.
- Nieuwe Vlamingen: 2,9%. Deze doelstelling is dus niet behaald.
- Vrouwen: 39% van alle werknemers. In het management (functieklassen A,B en C) is 22% vrouw. Het globale aandeel van vrouwelijke leidinggevendenden (functieklassen A, B, C en 7) bedroeg in 30,8%. Deze doelstellingen zijn niet behaald.

De VRT stelt vast dat de inspanningen die geleverd worden resultaten opleveren. Zo zijn bijna 1 op 3 van de medewerkers met een migratie-achtergrond in de VRT ooit van start gegaan als ervaringsstagiair. Ondertussen heeft 85% van de medewerkers met een migratie-achtergrond een contract in vast dienstverband. In 2015 waren er 96 aanwervingen, 9 van de nieuwe medewerkers hebben een migratie-achtergrond (dit komt overeen met 9,4 %).

In 2015 waren er 27 gekende medewerkers met een arbeidshandicap. Dit betekent 1,2 %. Daarmee haalt de VRT de 1,5%-norm van de beheersovereenkomst. Ook hier is er wel een vooruitgang in vergelijking met de vorige jaren (2013: 0,9%, 2014: 1,1%).

Het aandeel vrouwelijke medewerkers in het personeelsbestand blijft een belangrijk werkpunt. Eind 2015 zijn er 39% vrouwelijke medewerkers in dienst, daarmee halen we de norm van 40% net niet. Het aantal vrouwelijke managers (functieklassen A, B en C) bedroeg 22%. Dit is een verdere achteruitgang in vergelijking met de vorige jaren. Als het leidinggevend kader in zijn totaliteit bekijken (met klasse 7 erbij) dan behaalt de VRT 30,8%.

De doelstelling wat betreft streefcijfers personeel (personen met een handicap, Nieuwe Vlamingen en vrouwen in het management) werden in 2015 niet behaald.

2. Bezoldigde opleidingsstages

In 2015 werden de **10 ervaringsstages** ingevuld door 11 personen: 8 stages door **personen met een migratie-achtergrond**, 3 door **personen met een arbeidshandicap**. 1 persoon met een arbeidsbeperking stopte vroeger omwille van een andere job. De overige dagen werden ingevuld door een ander persoon met een arbeidsbeperking.

Als gevolg van de wijzigingen bij de VRT werd geen vervolgcontract van onbepaalde duur aangeboden. Één persoon wordt soms ingeschakeld op interimbasis, 2 personen lopen nog stagen, en er is nog één persoon ziek en zal wellicht de stage nog terug opnemen.

Er worden opnieuw ervaringsstagiairs van voorgaande jaren op interimbasis of voor bepaalde duur ingezet.

Schoolstages zijn een belangrijk middel om in contact te komen met de VRT en een netwerk uit te bouwen. Van de 299 toegekende stageplaatsen in 2015 waren er 24 studenten met een migratie-achtergrond.

3. Samenwerking met relevante belangenorganisaties

De VRT onderhield op regelmatige basis de contacten met de belangenverenigingen rond diversiteit. Tweemaal nodigde ze de universiteiten en belangrijkste verenigingen uit om de nieuwe studieresultaten te bespreken en de acties die daarop konden volgen. Daarbij werd een inspanning geleverd om nieuwe verenigingen uit te nodigen voor de jaarlijkse brainstormsessie, onder meer gewijd aan onze digitale media:

- In het voorjaar (maart) was overleg over de monitor TV en jurering Trofee;
- In september was er een extra overleg over de nieuwe beheersovereenkomst en de samenwerking in de toekomst (eerder had reeds een informeel overleg plaatsgevonden over wensen in verband met de nieuwe beheersovereenkomst);
- In het najaar (oktober) gebeurde overleg over de jaarlijkse actieplannen met een licht uitgebreide samenstelling om meer expertise binnen te halen.

Een specifiek bijkomend overleg (met GRIP vzw, academische onderzoekers, Gelijke Kansen Vlaanderen) werd besteed aan de beeldvorming van personen met een handicap.

Tot slot vond er ook een toegankelijkheidsoverleg (met verenigingen en belanghebbenden rond toegankelijkheidsmaatregelen) plaats.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling gedeeltelijk behaald te hebben. De streefcijfers inzake personen met een handicap (1,2% in plaats van 1,5%), Nieuwe Vlamingen (2,9% in plaats van 4%) en vrouwen (39% in plaats van 40% in het algemeen en 22% in plaats van 33% in het management) werden niet behaald.

SD32: De VRT zal de diversiteitscompetentie onder de medewerkers verhogen als middel en hefboom om de doelstellingen m.b.t. diversiteit te halen.

OD32.1: De diversiteitscompetentie bij het personeel wordt versterkt met een jaarlijks opleidingsplan. De omroep zal eveneens de leidinggevenden opleiden in diversiteit.

In 2015 werden vooral de initiatieven die opgestart werden in 2014 verder gezet:

- Nederlands op de werkvloer voor cateringmedewerkers: Naast de verdere individuele begeleiding van een aantal medewerkers werd ook nagegaan hoe de medewerkers in de dagelijkse werkomgeving zo goed mogelijk in een veilige context ingezet konden worden. Dit zou de samenwerking waar taal een belangrijk deel van uit maakt kunnen verbeteren.
- In het najaar 2014 startte bij VRT-televisie de workshop diversiteitscoaching. De workshops bestonden uit een mix van ervaringsgerichte oefeningen, informatie delen uit onderzoeken (o.a. kijkersbereik), uitwisseling van ervaringen en voorbeelden. Na een evaluatie en bijsturing van het proefinitiatief werden in 2015 nog een 3-tal sessies georganiseerd. Op basis van de input van de deelnemers en concrete ervaringen werd achteraf een checklist voor programmamakers opgesteld. Daarin zijn tips ivm diversiteit tijdens de verschillende stappen van de routing van een televisieprogramma opgenomen. Het is de bedoeling om deze ter beschikking te stellen van de medewerkers op een denkdag waar ook aandacht gaat naar diversiteit.
- Ook in 2015 reikte de VRT verschillende Diversiteitstrofeeën uit aan programmamakers voor hun aandacht voor diversiteit in hun producties.

Enkele nieuwe initiatieven die genomen zijn in 2015:

- In een aantal diensten zijn medewerkers tewerkgesteld met een autismespectrumstoornis. Leidinggevenden en collega's zijn vragende partij om hiermee te leren omgaan. Naar aanleiding van een concrete situatie bij de nieuwsdienst werkt de VRT samen met een organisatie (GOB) met expertise in het begeleiden van medewerkers met autismespectrumstoornissen. Dit resulteerde in een ondersteuningsplan wat zowel een luik individuele begeleiding als een luik begeleiding van de groep collega's omvat. Dit project met de Nieuwsdienst wordt daarna uitgebreid naar de andere diensten.
- Er werd opnieuw geïnvesteerd in getalenteerde medewerkers met een migratieachtergrond (hoofdzakelijk in het kader van de ervaringsstages):
 - 7 medewerkers kregen logopedische begeleiding
 - Voor 2 medewerkers werd samengewerkt met het Huis van het Nederlands

- Een medewerkster volgde research voor beginnende redacteurs en een basisopleiding interviewtechnieken
- Tenslotte was er ook een presentatiecoaching en een inleestraining voor een medewerkster met migratie-achtergrond die een presentatie opdracht had gekregen.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD33: De VRT is een efficiënte organisatie, die kostenbewust omgaat met de door de overheid toegekende middelen.

OD 33.1: De ingezette middelen bij programma's, te weten het productiepersoneel en de facilitaire middelen voor vergelijkbare genres en vergelijkbare tijdslots in het schema, worden driejaarlijks gebenchmarked met andere omroepen en de productiehuisen, voor zover de gegevens beschikbaar zijn.

OD33.2: De VRT zet in op deugdelijk bestuur en evalueert dit op permanente basis overeenkomstig het Charter Deugdelijk Bestuur.

OD33.3: De VRT zal het reëel aantal medewerkers, uitgedrukt in VTE, maximaal gelijk houden en bij voorkeur verlagen, ten opzichte van het reëel aantal VTE op het moment van het ingaan van het Vlaams regeerakkoord 2009-2014. Uitbreiding van het reële aantal VTE is enkel mogelijk na een goedkeuring door de Vlaamse Regering. Indien het reële aantal VTE is gestegen tussen het moment van het ingaan van het Vlaams Regeerakkoord en de aanvang van de beheersovereenkomst, legt de VRT een structureel en haalbaar plan voor in functie van het afsluiten van de beheersovereenkomst, met het oog op een zo snel mogelijke afbouw van deze toename, ten allerlaatste twee jaar voor het einde van de beheersovereenkomst. Specifiek voor de VRT betekent deze verbintenis dat het reële aantal VTE gedurende de looptijd van deze beheersovereenkomst niet hoger mag liggen dan het aantal VTE afgesproken in het meerjarenplan VRT 2010-2012.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

- HR zelf zette ook in op het verder digitaliseren van administratieve processen en het uitrollen van een digitaal leerplatform Lynda.com.
- De VRT-afdeling "Het Digitale Productie-Centrum" organiseerde demonstraties, workshops en informatiesessies over digitale onderwerpen.
- Het mobiliteitsbeleid
 - De regeling over het woon-werkverkeer en de bedrijfswagens werd herzien. Het nieuwe reglement legde meer klemtonen op maatschappelijk en ecologisch verantwoord handelen bij het gebruik van wagens. Het voorziet daarvoor financiële stimuli. Het nieuwe mobiliteitskader wordt in de loop van 2016 van kracht.
 - Een nieuwe richtlijn over veilig en verantwoord rijden met lichte bestelwagens en vrachtwagens.

De VRT vergeleek in 2012 de waarde van de programma's (intern en extern geproduceerd), voor elk net, binnen een bepaald tijdslot, voor een bepaald genre. Op deze manier kon de VRT objectieve kwaliteits- en prijsnormen hanteren in het geven van briefings en het plaatsen van bestellingen. Zo kwamen ook de budgetten voor externe producties in lijn te liggen met die van interne programma's.

De benchmarks die in 2012 bepaald werden, bleven in 2015 nog overeind. Er was geen noodzaak om die te actualiseren.

De VRT nam wel verschillende initiatieven die aansloten bij deze benchmarks.

- In het najaar van 2014 vergeleek de VRT de kostprijs van interne en externe producties. Per programmagenre werden beide productiebronnen met elkaar vergeleken op basis van de gemiddelde kosten van een uitzenduur op Eén. Algemeen werd vastgesteld dat de kostprijs per uitzenduur van een interne productie gemiddeld goedkoper was dan van een externe productie omwille van de hogere interne volumeproducties vooral voor de nieuws- en sportprogramma's (die intern worden gemaakt). Als de nieuws- en sportprogramma's niet worden meegerekend zijn de interne en externe producties met elkaar vergelijkbaar qua kostprijs.
- De kostprijs van programma's vormen voor omroepen strategische en concurrentieel vertrouwelijke informatie. Daardoor is het voor de VRT niet haalbaar om zicht te krijgen op de kostprijs van programma's bij andere Vlaamse omroepen.

In 2015 voerden de VUB, UA en KU Leuven, in opdracht van de Vlaamse Regering en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap een benchmarkstudie uit: Benchmark van de publieke omroep in Europa: een analyse van het aanbod, financiering en publieksbereik. Daaruit bleek dat de VRT qua budget per inwoner de op twee na goedkoopste openbare omroep was, in vergelijking met de onderzochte omroepen uit de studie (omroepen die vergelijkbaar zijn met de Vlaams openbare omroep) (op basis van gegevens van 2013).

Door het samenvoegen van de Directies Media en Productie in 2015, zit de kennis over de externe markt en de interne productie gecentraliseerd binnen elk net. De kennis over marktconforme prijzen van programma's (per programmaslot en -genre) van het netmanagement neemt daardoor toe. Tegelijk kunnen de interne en externe productiebudgetten nauwer opgevolgd worden.

Deugdelijk bestuur

De VRT zet ook in op deugdelijk bestuur en evalueert dit op permanente basis overeenkomstig het Charter Deugdelijk Bestuur. Het Charter Deugdelijk Bestuur werd opgesteld als een standaardreferentie over het ondernemingsbestuur van de VRT.

Conform het Charter van Deugdelijk Bestuur voert de Raad van Bestuur jaarlijks een zelfevaluatie uit om na te gaan of de Raad zelf en de Comités efficiënt functioneren. Ze doet dit onder meer door vragenlijsten in te vullen en met de samengebracht informatie te komen tot een actieplan waarbij verbeter- en aandachtspunten aan bod komen. Naar aanleiding van deze evaluatie werd op 20 januari 2014 beslist om enkele wijzigingen aan het Charter van Deugdelijk Bestuur aan te brengen. In maart werden er enkele voorstellen tot wijziging gedaan die vervolgens in mei werden goedgekeurd. Ook werd beslist om de jaarlijkse evaluatie te wijzigen in een tweejaarlijkse evaluatie.

Afspraken rond het aantal VTE

De VRT is de verbintenis aangegaan dat het reëel aantal VTE (voltijds equivalenten) gedurende de looptijd van de beheersovereenkomst 2012-2016 niet hoger mag liggen dan het aantal VTE afgesproken in het meerjarenplan van de VRT voor de periode 2010-2012, nl. 2338,2 VTE. Bij voorkeur verlaagt de VRT haar aantal VTE zelfs. Op 31 december 2015 had de VRT 2.313 actieve personeelsleden of 2.162,6 voltijds equivalenten in dienst. De VRT had in 2015 dus minder VTE dan afgesproken.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

2. Toegevoegde opdrachten

2.1. Onderzoek en innovatie

SD34: VRT Onderzoek & Innovatie doet strategisch en industrieel basisonderzoek op middellange termijn in de domeinen van de creatie, beheer, distributie en consumptie van Radio en Televisie-inhoud. De VRT werkt hierbij samen met actoren in het Vlaamse medialandschap (omroepen, uitgevers, academische partijen, overheid, ...).

OD34.1: De VRT ontwikkelt een strategische visie op haar toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie en werkt daartoe een plan uit waarin zowel aandacht gaat naar het eigen strategisch en industrieel basisonderzoek en naar vraaggedreven onderzoek waarvan de uitvoering buiten de VRT plaatsvindt.

- **De VRT is partner van het Media Innovatie Centrum;**
- **VRT Onderzoek & Innovatie stelt de kennis en de resultaten van het strategisch en industrieel basisonderzoek ter beschikking van het Media Innovatie Centrum en de actoren in het Vlaamse medialandschap, inclusief de VRT zelf en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht;**
- **VRT Onderzoek & Innovatie werkt samen met o.a. de IBBT onderzoeksgroepen en het IWT en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht.**

OD34.2: VRT Onderzoek & Innovatie zorgt voor een proactief verspreidingsbeleid van de opgedane kennis en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht.

- **Op jaarbasis organiseert de VRT minstens 2 workshops waarin de resultaten van de innovatieve projecten aan bod komen.**
- **De VRT onderhoudt een website met betrekking tot innovatie, waarop o.a. de resultaten van de innovatieve projecten aan bod komen.**

Om deze doelstelling te behalen dient:

1. De VRT een strategische visie op haar toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie uit te werken en daartoe een plan uit te werken waarin zowel aandacht gaat naar het eigen strategisch en industrieel basisonderzoek als naar vraaggedreven onderzoek waarvan de uitvoering buiten de VRT plaatsvindt;
2. De VRT partner te zijn van het Media Innovatie Centrum;
3. VRT Onderzoek & Innovatie de kennis en de resultaten van het strategisch en industrieel basisonderzoek ter beschikking te stellen van het Media Innovatie Centrum en de actoren in het Vlaamse medialandschap, inclusief de VRT zelf en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht;
4. VRT Onderzoek & Innovatie samen te werken met o.a. de IBBT onderzoeksgroepen en het IWT en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht;
5. VRT Onderzoek & Innovatie te zorgen voor een proactief verspreidingsbeleid van de opgedane kennis en dit binnen de doelstellingen van de toegevoegde opdracht;
6. De VRT op jaarbasis minstens 2 workshops te organiseren waarin de resultaten van de innovatieve projecten aan bod komen;

7. De VRT een website te onderhouden met betrekking tot innovatie, waarop o.a. de resultaten van de innovatieve projecten aan bod komen.

De VRT stelt dat de afdeling VRT Onderzoek & Innovatie de toegevoegde opdracht 'Onderzoek en innovatie' uit de beheersovereenkomst uitvoert.

VRT Onderzoek & Innovatie doet onderzoek naar de creatie, het beheer, de distributie en de consumptie van media-inhoud. De VRT-afdeling werkt aan onderzoeksprojecten op middellange termijn met zowel Vlaamse als internationale partners. Binnen die projecten ontwikkelt VRT Onderzoek & Innovatie concrete "proof of concepts". Daarbij ligt de focus op het genereren van nieuwe inzichten.

In de loop van 2015 werd de beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse gemeenschap en de VRT vroegtijdig opgeheven. De toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie is vervallen. In overleg werd een overgangperiode afgesproken waarbij de lopende projecten nog werden afgewerkt.

Dit zijn de voornaamste projecten die werden voltooid:

- Providence: de uitwerking van een algoritme om de impact van online content te voorspellen samen Newsmonkey, UGent en VUB.
- ICoSOLE: de immersieve beleving van live-events zoals festivals en sportwedstrijden in samenwerking met BBC R&D.
- Steamer: automatische annotatie van audiovisuele en tekstuele media.
- STON: automatische ondertiteling met taal- en spraaktechnologie.
- Empathic: technologie die emoties en intenties detecteert en verwerkt, inzetten om tot een betere media-ervaring te komen.
- Televisie op maat: een gepersonaliseerd aanbod met gebruikersdata.

De VRT werkte in 2015 samen met het IWT, de iMinds-groepen, SMIT (VUB), MiX, CUO (KU Leuven) en iLab.o. VRT Onderzoek & Innovatie zetelde in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technology & Innovation. VRT Onderzoek & Innovatie nam ook deel aan verschillende EBU-werkgroepen.

Na een testperiode in 2014 werd VRT Sandbox in 2015 structureel opgenomen in de innovatiewerking van de VRT. Met het initiatief willen de VRT, EBU en iMinds samen met start-ups en kmo's innovatie in de mediasector stimuleren.

Er worden samenwerkingen opgezet voor korte trajecten met de betrokken innovators, die zo de kans krijgen om media-innovatie te testen in een realistische context: de tv-, radio- en digitale productie van de VRT. Dat allemaal letterlijk op de werkvloer van de openbare omroep. In 2015 werden 19 samenwerkingen opgezet rond virtual reality, interactieve video en dashboards voor online redacties.

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

De VRT stelde de resultaten en de kennis van haar strategisch en industrieel basisonderzoek ter beschikking van het MiX en andere actoren van het Vlaams medialandschap. De conferentie Media Fast Forward richtte zich naar de mediasector, en daarnaast lag de focus op de kennisdeling van de onderzoeksresultaten binnen de VRT. Op het Creative Circle-event werden de projectresultaten van VRT Sandbox voorgesteld aan de mediasector.

De VRT lanceerde al in mei 2012 een website over Onderzoek & Innovatie (<http://innovatie.vrt.be>). Deze website geeft een overzicht van de onderzoeks- en innovatie-activiteiten van de VRT en de status van de lopende projecten. In het kader van de internationale samenwerking lanceerde de VRT ook een Engelstalige versie (<http://innovation.vrt.be>).

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD35: VRT Onderzoek & Innovatie werkt samen met EBU en met leden van EBU in Europese projecten in de context van strategisch en industrieel basisonderzoek.

OD35.1: VRT Onderzoek & Innovatie neemt deel aan werkgroepen en expert communities van EBU.

OD35.2: VRT Onderzoek & Innovatie neemt deel aan Europese projecten samen met andere EBU- leden, al dan niet gecoördineerd door EBU, in de context van strategisch en industrieel basisonderzoek.

Om deze doelstelling te behalen dient:

1. VRT Onderzoek & Innovatie deel te nemen aan werkgroepen en expert communities van EBU;
2. VRT Onderzoek & Innovatie deel te nemen aan Europese projecten samen met andere EBU-leden, al dan niet gecoördineerd door EBU, in de context van strategisch en industrieel basisonderzoek.

1. De VRT stelt dat VRT Onderzoek & Innovatie in 2015 sterk in de EBU participeerde, zowel in de expertgroepen als in de sturende organen (onder meer in het Technical Committee). Onderzoek en Innovatie werkte in Europese projecten samen met de voornaamste Europese broadcast onderzoeksgroepen, namelijk BBC R&D, IRT en Joanneum Research.

2. VRT Onderzoek & Innovatie werkte zo mee aan drie Europese projecten :

VRT Onderzoek & Innovatie werkte in 2015 mee aan drie Europese projecten:

- Empathic (www.empathic.eu) is een ITEA2-project rond contextgebaseerde (media-)toepassingen met bijdrage vanuit acht Europese landen.
- ICoSOLE is een project in het FP7-programma van de Europese Commissie rond de immersieve beleving van live-events zoals festivals en sportwedstrijden
- Immersia: dit project over immersiviteit werd goedgekeurd binnen het Europese Horizon2020-traject..

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

2.2. Archief

SD36: Het VRT archief maakt deel uit van het Vlaamse audiovisuele erfgoed. De VRT speelt een belangrijke, actieve rol bij de conservering, digitalisering en annotatie van dit waardevol historisch archief.

OD36.1: In afwachting van de oprichting en de operationele werking van het in het vooruitzicht gestelde Vlaams Instituut voor de Archivering en ontsluiting van Audiovisueel Erfgoed ('VIAA'), zet de VRT met ingang van 1 januari 2012 zelf, bij wijze van toegevoegde opdracht, een vervolgtraject op van haar digitaliseringsproject DIVA. Dit traject heeft tot doel de continuïteit van de conservering, digitalisering en basisannotatie van het volledig historische archief van de VRT (in totaal : 270.000 uren beeld en 121.000 uren geluid) gedurende de bedoelde overgangperiode te verzekeren.

De VRT rapporteert jaarlijks over de uitvoering van deze toegevoegde opdracht.

OD36.2: Zodra VIAA als aparte rechtspersoon is opgericht en operationeel is, zal VIAA instaan voor de conservering, digitalisering en basisannotatie van het resterend deel van het historische VRT archief. De modaliteiten van overgang worden overeengekomen tussen VIAA en de VRT. Uitgangspunt hierbij is dat lopende digitaliseringsprojecten worden overgenomen door VIAA en afgewerkt tegen de overeengekomen voorwaarden.

De VRT zal mee instaan voor de strategische oriëntaties en de operationele invulling van het VIAA. Met VIAA worden afspraken gemaakt over de verdere inzet van het DIVA-team en de valorisatie van de digitaliseringsinfrastructuur van de VRT.

De VRT blijft eigenaar van het door haar ingebrachte materiaal en zal dit blijven bewaken.

OD36.3: Indien VIAA niet zou worden opgericht of niet zou worden opgericht gedurende de looptijd van de beheersovereenkomst, zal de VRT gedurende de volledige periode van de beheersovereenkomst, bij wijze van toegevoegde opdracht, instaan voor de verdere conservering, digitalisering en basisannotatie van het historische archief van de VRT. De uitvoering van de opdracht voor het resterend deel van het volledige historische VRT archief (in totaal 270.000 uren beeld en 121.000 uren geluid) wordt gespreid over de 5 jaar van de beheersovereenkomst.

In dat geval zullen de nadere uitvoeringsmodaliteiten het voorwerp uitmaken van een addendum aan deze beheersovereenkomst waarin onder meer de financiering, aanpak en opvolging zullen worden vastgelegd. Dit addendum wordt uiterlijk op 31 december 2013 afgesloten.

Om deze doelstelling te behalen dient:

1. De VRT met ingang van 1 januari 2012 zelf, bij wijze van toegevoegde opdracht, een vervolgtraject op te zetten van haar digitaliseringsproject DIVA en hierover jaarlijks te rapporteren.

In 2015 zette het VRT-archief zijn samenwerking met VIAA, het Vlaams Instituut voor Archivering voort zowel op gebied van digitalisatie als op vlak van ontsluiting.

De VRT rondde in 2015, dankzij de financiële middelen van VIAA, de digitalisatie van z'n VHS collectie af.

Hierdoor zijn de getuige-opnamen van alle televisie-uitzendingen sinds 1986 duurzaam bewaard. Zij geven niet alleen een historisch beeld van Vlaanderen en de wereld de voorbij 30 jaar maar zijn ook een bron voor geschiedkundig onderzoek naar die periode.

De VRT ging ook door, financieel gesteund door VIAA, met het digitaliseren van z'n eigen SP-SX video- collectie. Er werden bijna 21 000 uren materiaal gedigitaliseerd. De VRT zal dan geen analoge videobanden meer in zijn archief hebben die niet gedigitaliseerd zijn.

In 2015 startte de VRT, gefinancierd door VIAA, met het rippen van radio-opnames op CDR. Er werd meer dan 11 000 uren materiaal op die manier in het digitale archief opgeslagen.

Sinds eind 2014 werkt de VRT, samen met VIAA aan een project om ongeveer 100 000 analoge audiobanden (zogenaamde kwartduimbanden) te digitaliseren. In 2015 werden meer dan 20 000 banden naar een duurzaam digitaal formaat overgezet.

Dit materiaal bestaat zowel uit gesproken radioprogramma's als muziekopnames. Veel van die muziekopnames zijn unieke uitvoeringen van Belgisch/Vlaams werk.

Er werd gestart met een project om materiaal van digitale betacam-tapes naar files om te zetten. Dit project loopt over een periode van 4 jaar. In totaal dienen ongeveer 30 000 tapes verwerkt te worden.

Momenteel worden de gedigitaliseerde files door VRT opgeslagen en bewaard. Op termijn zullen deze files doorstromen naar VIAA, samen met het volledige VRT-archief, om daar te worden bewaard. Eind 2016 zal bekeken worden of er qua bewaring synergie mogelijk is zodat er kan bespaard worden op de totale opslagkost van beide partijen samen.

In 2015 werden ongeveer 5 000 pas gedigitaliseerde items (zowel woord als beeld) van minstens een basisannotatie voorzien. Daardoor is dit materiaal nu ook terug te vinden voor programmamakers of voor gebruik voor de VIAA-doelstellingen.

Het interactieplatform van VIAA 'Testbeeld' (dat sinds 1 januari 2016 'Het archief voor onderwijs' heet) werd in 2015 verder uitgewerkt. Langs deze weg wordt het VRT (en ander) erfgoed aangeboden aan het onderwijs.

Een groep van 8 VRT-archivarissen-researchers doorzocht het VRT-archief op zoek naar bruikbaar materiaal voor deze doelgroepen en werkte daarvoor samen met leerkrachten die naar VIAA gedetacheerd zijn. Er worden al meer dan 5 500 items heel gericht naar de leerplannen aangeboden. Testbeeld wordt, volgens cijfers van VIAA, gebruikt in meer dan 15% van alle Vlaamse Scholen.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

3. Publieke meerwaarde en kwaliteit

SD37: De VRT profileert zich als een kwaliteitsomroep. Het volledige aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door kwaliteit, zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. De VRT heeft een model uitgewerkt om de verschillende aspecten van kwaliteit in kaart te brengen, op te volgen en te evalueren: de kwaliteitskaart.

Publieke en ethische kwaliteit

OD37.1: De VRT verhoogt haar sociaal-maatschappelijke relevantie en heeft daarbij aandacht voor de maatschappelijke impact, diversiteit, innovativiteit, waardering, kwaliteit en deontologie van het aanbod.

De VRT monitort en evalueert bovenstaande elementen van maatschappelijke relevantie aan de hand van onder meer:

- Redactiestatuut en deontologische code;
- Programmacharter;
- Diversiteitscharter;
- Taalcharter;
- Richtlijnen rond commerciële communicatie en productplaatsing;
- Interne en externe studies vermeld in deze beheersovereenkomst.

Functionele kwaliteit

OD37.2: De VRT zet verschillende instrumenten op die moeten toelaten het aanbod af te stemmen op de verwachtingen van de mediagebruiker.

- De VRT volgt continu op wat de mediabehoefte van de mediagebruikers in Vlaanderen zijn en hoe de VRT als mediabedrijf deze invult.
- Feedback en klachten gestuurd naar de klantendienst worden doorgespeeld naar de betrokken netten of programmamakers voor behandeling. Ook feedback via sociale media (bijvoorbeeld monitoring van wat over de VRT verschijnt op sociale media) wordt systematisch geregistreerd en opgevolgd.

Operationele kwaliteit

OD37.3: De VRT bewaakt haar operationele kwaliteit op basis van permanente interne kwaliteitsbewaking.

- De technische standaarden voor radio, TV en online liggen in lijn van wat Europees gangbaar is. De processen zijn op bedrijfszekerheid gericht.
- Om de programma's op een efficiënte en effectieve manier te produceren, wordt uitgegaan van de "design to value" filosofie. Dit betekent dat duidelijk wordt aangegeven in de programmabriefings wat de kwaliteitseisen zijn van een programma en welke kostprijs gewenst is.
- De VRT zorgt ervoor dat haar journalisten, presentatoren en interviewers het Standaardnederlands gebruiken. De VRT gebruikt voorts, waar dit kan en past,

een helder Standaardnederlands in haar programma's; de taaladviseur zorgt in toepassing van het taalcharter eveneens voor permanente aandacht voor het Standaardnederlands.

Kwaliteitsopvolging

OD37.4: Om de verschillende dimensies van maatschappelijke relevantie, operationele en functionele kwaliteit op te volgen zal de VRT alle kwaliteitsinitiatieven en -instrumenten in één coherent geheel integreren en consequent rapporteren over het kwaliteitsbeleid en de kwaliteitscontrole.

De VRT bouwt een geïntegreerd en continu systeem van kwaliteitsopvolging uit o.m. aan de hand van de kwaliteitskaart. Een aantal bestaande evaluatie-instrumenten zullen worden ingezet en samengevoegd om de verschillende aspecten van kwaliteit op te volgen. Het geïntegreerde systeem van kwaliteitsopvolging en -rapportering moet binnen het jaar na de inwerkingtreding van deze overeenkomst operationeel zijn. Het geïntegreerde kwaliteitssysteem is een instrument om de realisatie van de strategische en operationele doelstellingen te optimaliseren en daarin steeds beter te presteren.

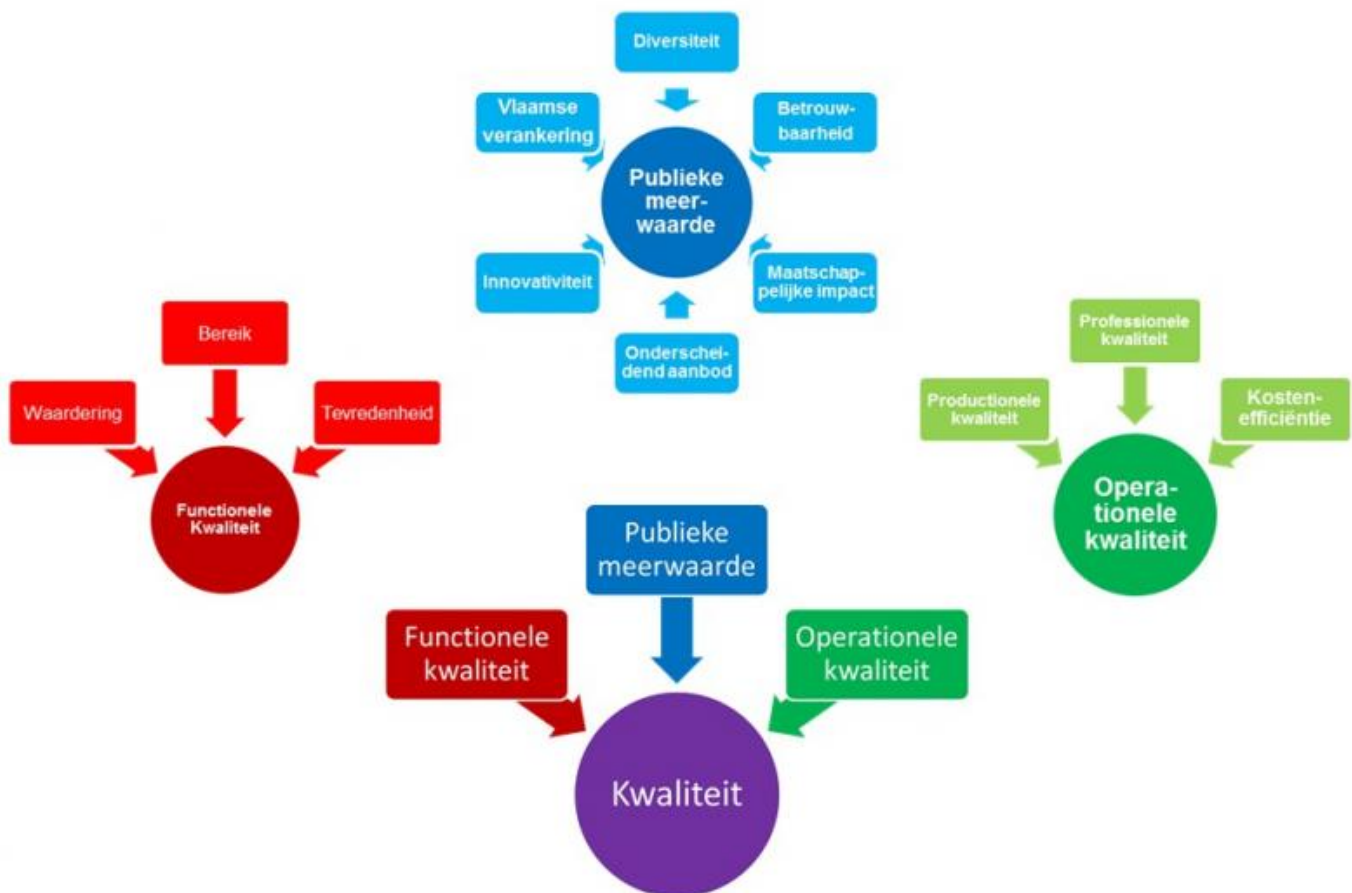
Om deze doelstelling te behalen dient:

1. haar sociaal-maatschappelijke relevantie en heeft daarbij aandacht voor de maatschappelijke impact, diversiteit, innovativiteit, waardering, kwaliteit en deontologie van het aanbod. De VRT monitort en evalueert bovenstaande elementen van maatschappelijke relevantie aan de hand van onder meer:
 - Redactiestatuut en deontologische code;
 - Programmacharter;
 - Diversiteitscharter;
 - Taalcharter;
 - Richtlijnen rond commerciële communicatie en productplaatsing;
 - Interne en externe studies vermeld in deze beheersovereenkomst.
2. verschillende instrumenten op te zetten die moeten toelaten het aanbod af te stemmen op de verwachtingen van de mediagebruiker.
 - De VRT volgt continu op wat de mediabehoefte van de mediagebruikers in Vlaanderen zijn en hoe de VRT als mediabedrijf deze invult.
 - Feedback en klachten gestuurd naar de klantendienst worden doorgespeeld naar de betrokken netten of programmamakers voor behandeling. Ook feedback via sociale media (bijvoorbeeld monitoring van wat over de VRT verschijnt op sociale media) wordt systematisch geregistreerd en opgevolgd.
3. haar operationele kwaliteit op basis van permanente interne kwaliteitsbewaking.
 - De technische standaarden voor radio, TV en online liggen in lijn van wat Europees gangbaar is. De processen zijn op bedrijfszekerheid gericht.
 - Om de programma's op een efficiënte en effectieve manier te produceren, wordt uitgegaan van de "design to value" filosofie. Dit betekent dat duidelijk wordt aangegeven in de programmabriefings wat de kwaliteitseisen zijn van een programma en welke kostprijs gewenst is.
 - De VRT zorgt ervoor dat haar journalisten, presentatoren en interviewers het Standaardnederlands gebruiken. De VRT gebruikt voorts, waar dit kan en past, een helder Standaardnederlands in haar programma's; de taaladviseur zorgt in toepassing van het taalcharter eveneens voor permanente aandacht voor het Standaardnederlands.
4. alle kwaliteitsinitiatieven en -instrumenten in één coherent geheel te integreren en consequent te rapporteren over het kwaliteitsbeleid en de kwaliteitscontrole.

De VRT stelt dat ze een omroep is die zich wenst te profileren als een kwaliteitsvolle omroep.

De VRT streeft naar kwaliteit van haar aanbod zowel qua inhoud, vorm als taalgebruik. Om alle aspecten van kwaliteit in kaart te brengen, op te volgen en te evalueren, werkt VRT sinds 2012 met een geïntegreerd kwaliteitssysteem.

De basis van het in 2012 ontwikkelde GKS blijft de kwaliteitskaart die hieronder grafisch weergegeven wordt.



Evaluatie 2015

- Publieke en ethische kwaliteit

De VRT stelt dat na de interne discussie over het Ringlandlied en nog andere controversiële muzieknummers er een richtlijn kwam over ‘muziek en ethiek’, een deontologische leidraad voor muziekkeuzes. De muziekcoördinatoren van alle netten, de radiodirectie en de PCR kwamen tot een gemeenschappelijke tekst.

De VRT vulde de ‘10 geboden voor sociale media’ aan met een passage over het vermelden van merken en bedrijven op sociale media. Die aanvulling is van belang voor bekende radiostemmen en tv-gezichten met veel volgers. Met het doel om de commerciële onpartijdigheid van de VRT en de

netten te vrijwaren.

Omdat meer en meer privépersonen die op radio, tv of online te horen of te zien waren bezwaar maken tegen het hergebruik van hun materiaal, werd een leidraad met criteria opgesteld (voor intern gebruik).

De VRT realiseert maatschappelijke impact met haar programma's. Sommige programma's en acties hebben een directe invloed, zoals bijvoorbeeld

- Iedereen tegen kanker was een omroepbreed initiatief waarbij de netten aandacht hadden voor acties ten voordele van kankeronderzoek. Thé Lau (van de muziekgroep The Scene) deelde zijn nummer Iedereen is van de wereld als campagnelied waaraan verschillende Vlaamse artiesten meewerkten.
- De serie Thuis had aandacht voor tal van maatschappelijke thema's,
- Nadat Radio 2 haar luisteraars en studenten had opgeroepen om gebouwen te gaan opmeten met het oog op toegankelijkheid van rolstoelgebruikers, ondersteunde Radio 2 de lancering van de On Wheels-app.
- Uit een bevraging bleek dat 58% van de respondenten over Music for life had gepraat met familie of vrienden, en 20% stelde dat ze anderen hadden aangeraden om deel te nemen aan een actie voor het goede doel.

In het kader van mediawijsheid wees de VRT in haar programma's op de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen (bijvoorbeeld de sociale media) en aspecten van mediagebruik (zoals de privacy-problematiek). Daarnaast droegen ook acties zoals het Ketnet Stambos bij tot mediawijsheid.

In het kader van diversiteit wil de VRT iedereen in Vlaanderen aanspreken. Om bepaalde bevolkingsgroepen voldoende te bereiken en te weerspiegelen hanteert zij een diversiteitsbeleid: diversiteit in beeldvorming, diversiteit in toegankelijkheid en diversiteit in het personeelsbeleid.

De VRT peilt jaarlijks naar de impact die de mediagebruikers zelf ervaren van de VRT. Daaruit blijkt volgens de VRT onder meer dat Vlamingen het belangrijk vinden dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft en een ruime meerderheid vindt ook dat de VRT een positieve impact heeft op de Vlaamse samenleving.

De mediagebruikers schrijven de VRT vooral een impact toe op hun algemene kennis (91%) en op het hen up-to-date houden bij wat er in de wereld gebeurt (91%). 80% van de mediagebruikers denkt dat ze zich minder goed geïnformeerd zouden voelen indien de VRT niet meer zou bestaan.

De VRT peilt jaarlijks naar het vertrouwen dat de Vlaamse mediagebruiker heeft in de VRT als instelling en als nieuwsbron. Uit de resultaten blijkt dat de VRT voor veel Vlamingen nog steeds een 'huis van vertrouwen' is, al maken veel Vlamingen zich ook zorgen over de toekomst van de omroep.

- De VRT blijft op de vijfde plaats staan in een lijst van 22 instellingen (na de brandweer, dokters, de mutualiteiten en het onderwijs). Slechts 6 % van de mediagebruikers zegt geen vertrouwen te hebben in de VRT, terwijl 67% matig tot veel vertrouwen heeft in de publieke omroep.
- Meer dan één op de drie Vlamingen (37%) geeft aan zich sterk zorgen te maken over de toekomst van de VRT.
- Mediagebruikers kozen voor drie nieuwsbronnen van de VRT (uit een lijst van 14) als deze waar ze het meest vertrouwen in hebben. VRT-televisie staat op de eerste plaats (74%), vóór VRT-radio (72%) en Deredactie.be (69%).
- Functionele kwaliteit

In het kader van de functionele kwaliteit stelt de VRT dat ze zo goed mogelijk inspeelt op de verwachtingen van de mediagebruiker. Ze evalueert de functionele kwaliteit onder andere aan de hand van de bereikcijfers van haar verschillende merken en de waarderingscijfers van haar gehele aanbod. Zo kwam onder meer het bereik van radio, televisie, nieuws, cultuur en educatie in deze rapportering aan bod.

Mediagebruikers konden met hun vragen, reacties en klachten over de VRT terecht bij de klantendienst die steeds doorgespeeld werden naar de betrokken netten of programmamakers voor behandeling. In 2015 had de VRT 17.444 klantcontacten. Via sociale media deelden de mediagebruikers hun mening over de VRT en haar aanbod met elkaar. De VRT volgde wat er op sociale media gepubliceerd/gezegd werd op en vragen werden doorgestuurd naar de betrokken personen/diensten. Indien iemand een klacht formuleerde via de sociale media, werd deze doorverwezen naar de officiële klachtenprocedure van de VRT.

In 2015 voerde de VRT opnieuw een studie uit die de mediamomenten van de Vlaming gedetailleerd in kaart brengt, de zogenaamde MEMO-studie. Daaruit blijkt dat 30,6% van alle mediamomenten in Vlaanderen verlopen via een VRT-kanaal. Het gaat echter vooral om 'klassieke' mediamomenten (radio en televisie), terwijl zeker bij jongeren de online-momenten toenemen waar VRT minder sterk staat. Jongeren vullen dan ook slechts 15% van hun mediamomenten in via de VRT (dit was nog 18% in 2013) en grijpen steeds vaker naar sociale media (vooral Facebook) om hun mediabehoefte in te vullen (30% mediamomenten van jongeren (12-17) zijn sociale mediamomenten, in 2013 was dit slechts nog 17%). Voor de VRT wordt het dan ook een belangrijke uitdaging om, via online kanalen en sociale media, voldoende relevant te blijven voor alle Vlamingen. Bij het invullen van de nieuwsbehoefte is de verschuiving naar het online gebruik van nieuwsmedia (vooral ten koste van televisie) nog sterker. Aangezien het hier één van de kernopdrachten van de VRT betreft, ligt hierin een belangrijke uitdaging voor de omroep.

- Operationele kwaliteit

De VRT gaat na of haar aanbod op een effectieve en efficiënte manier tot stand komt. De kwaliteit van de productieprocessen (productionele kwaliteit) werd opgevolgd van de conceptfase tot en met de evaluatiefase. De VRT maakte een tijdlang gebruik van een interne online-toepassing (Otorongo) om het productieproces nauwkeurig en uniform te documenteren. Door het samenvoegen van de directies Media en Productie werden in 2015 tot één directie, bleek Otorongo niet langer aangepast aan de nieuwe omgeving. Ook werd een eerdere uitbreiding van Otorongo tot volwaardig productieopvolgingsstelsel on hold gezet: door de wijzigingen zouden de opleidingen en technische updates, vanuit efficiëntie-oogpunt, te veel investeringen vergen.

Als gevolg van de interne reorganisatie werd de afstand tussen de programmamakers en het netmanagement sowieso korter, en nam het aantal rechtstreekse aanspreekpunten toe. De finale keuze voor een productievoorstel hing af van verschillende criteria, zoals:

- de aansluiting met de missie en strategie van het net
- de vergelijkbaarheid van het nodige budget met de kostprijs van gelijkaardige programma's (rekening houdend met het net en de plaats in het programmaschema)
- de gewenste mix (naar genre, thematiek, diversiteit) die een net aan de mediagebruiker wil aanbieden
- de link met de schermgezichten van het net

Telkens overlegden het netmanagement en de programmamakers meermaals over de inhoud en het budget van een productie. Pas nadien werd een programma effectief besteld. Op dat moment begon de procesbewaking door de aanbodverantwoordelijken.

Om de programma's op een efficiënte en effectieve manier te produceren, werd gebruik gemaakt

van de design-to-value-filosofie. Dat betekent dat in de programmabriefings de kwaliteitseisen en de beoogde kostprijs duidelijk geformuleerd zijn. Het budget van een programma wordt daarbij bepaald door rekening te houden met de verwachtingen van de kijker en het streven naar maximale efficiëntie.

Na afloop van een productie volgde telkens een evaluatie door het netmanagement. Daarbij werden verschillende elementen afgewogen: de waarderingscijfers, de kijk- en bereikcijfers, de kostprijs, de andere vooraf bepaalde criteria, de bereikcijfers op de digitale media, de eventuele impact op stakeholders, de bijdrage van de productie tot de positionering en het imago van het net en van VRT in het algemeen.

Op het vlak van professionele kwaliteit worden ook de technische kwaliteit en de taalkwaliteit nagegaan. Technologische investeringen en het volgen van de technische standaarden zorgen voor een hoge kwaliteit. De uitzending van het derde kanaal werd vanaf de zomer van 2015 in HD-kwaliteit aangeboden aan de distributeurs. Voor Canvas en één was dat al langer zo. De VRT werkte verder aan het aanpassen van haar productieproces aan de HD-standaard "Golden HD". Voorts investeerde de VRT in een nieuwe archiveringstool waardoor het annoteren van audio- en videobestanden kan voortaan vanaf het begin van het productieproces gebeuren. Door een vernieuwde technologische infrastructuur konden de medewerkers en middelen van het duidingsprogramma Villa Politica (één) efficiënter ingezet worden. Tenslotte investeerde de VRT in haar digitale infrastructuur zodat externe productiehuizen hun televisieprogramma's vlotter op een bestandsgebaseerde manier konden doorzenden naar de omroep.

Wat taal betreft, hanteerde VRT het vernieuwde Taalcharter uit 2012. Zo wil VRT de norm voor de standaardtaal in Vlaanderen mee bepalen en gebruiken de VRT-medewerkers deze standaardtaal in verschillende registers. De VRT-taaladviseur gaf aan de medewerkers advies bij hun taalvragen. De VRT bracht haar taalactiviteiten bij elkaar onder de noemer REYERSTaal. De logopedische begeleiding, de auditiecommissie en de stemmenbank, die voordien verspreid in de organisatie zaten, kwamen om efficiëntieredenen onder de verantwoordelijkheid van de taaladviseur.

Onder de naam 'REYERSTaal in HETPALEIS' heeft de VRT na een jaar onderbreking opnieuw een taaldag - of beter taalavond - gehouden. Dit paste in het kader van de Week van het Nederlands, die de Nederlandse Taalunie voor het eerst organiseerde. Op de taaldag werd voor de vierde keer de Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. De prijs ging naar Radio 1-presentator Lieven Vandenhaute. Ook de winnaar van de tweede WoordSlam, een wedstrijd van MNM en Van Dale Uitgevers, werd daar bekendgemaakt. Dit was Samir Meta. In 2015 werkte de VRT mee aan de verkiezing van het Woord van het Jaar. Dat werd "kraamkost". Ketnet organiseerde het Kinderwoord van het Jaar, met "beire" als winnaar.

Het publiekemeerwaardeonderzoek peilde naar het gebruik van de Nederlandse taal door de VRT-netten. De respondenten gaven een score van 7,1 (op een schaal van 0 (volledig niet akkoord) tot 10 (volledig akkoord)) op de stelling "De VRT is een voorbeeld van correct taalgebruik".

De Taalmail van de VRT-taaladviseur tenslotte blijft een vaste waarde in Vlaanderen en Nederland. Eind 2015 waren er een kleine 30.000 abonnees, waaronder heel wat scholieren en studenten.

De VRT rapporteert jaarlijks over alle componenten van de kwaliteitskaart.

De volledige rapportering en de aanbevelingen werden intern gehouden, maar de VRM heeft inzage gehad in deze vertrouwelijke rapportering.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

4. Duurzaam ondernemen

SD38: De VRT doet aan duurzaam ondernemen en draagt zo bij in de vermindering van broeikasgassen, de versterking van de biodiversiteit en een betere milieukwaliteit.

OD38.1: De VRT informeert en sensibiliseert het personeel via interne kanalen over duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

OD38.2: De VRT stelt een meerjarig milieuactieprogramma op en voert het uit, waarin onder meer volgende aspecten aan bod komen:

- rationeel energieverbruik;
- duurzame aankoop en duurzaam materialenbeheer;
- duurzame mobiliteit;
- duurzaam afvalbeheer.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. het personeel via interne kanalen te informeren over duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen.
2. een meerjarig milieuactieprogramma op te stellen en uit te voeren, waarbij volgende aspecten aan bod komen: rationeel energieverbruik, duurzame aankoop en duurzaam materialenbeheer; duurzame mobiliteit; duurzaam afvalbeheer.

1. Informeren/sensibiliseren van de werknemers

Gegeven de beperkingen van haar huisvesting, probeerde de VRT haar ecologische voetafdruk te beperken, bijvoorbeeld door het gebruik maken van groene stroom en het opnemen van energieprestaties als criterium voor technologische vervangingsinvesteringen.

De VRT sensibiliseert over milieuthema's en klimaat op verschillende manieren:

- ten aanzien van haar personeel:
 - VRT nam deel aan Dikke-truierendag waarbij de verwarming een paar graden werd verlaagd. Door deze sensibiliseringscampagne werd de boodschap dat 'een graadje lager aanzienlijk wat energiebesparing en vermindering van CO2-uitstoot oplevert', uitgedragen binnen de organisatie. Verschillende VRT-netten hadden aandacht voor de actie (bijvoorbeeld Ketnet in *Karrewiet*).
- Met Earth Hour (actie van WWF voor het klimaat), doofde de VRT op 25 maart 2015 de verlichting op de VRT-toren. Dit ter ondersteuning van het idee dat iedereen kan bijdragen in de strijd tegen de klimaatverandering.
- Ter ondersteuning van de Autoloze zondag (van Brussel) informeerde de VRT haar medewerkers over de mobiliteitsalternatieven.
- In 2015 stelde de VRT een nieuwe mobiliteitsregeling voor het woon-werkverkeer en de bedrijfswagens op (en wordt van kracht in 2016). Om ecologisch verantwoorde verplaatsingen te ondersteunen, voorziet het nieuwe kader financiële stimuli.
- in het aanbod hadden de VRT-netten regelmatig aandacht voor milieu en klimaat (bijvoorbeeld naar aanleiding van de internationale klimaatconferentie in Parijs).

2. Meerjarig milieuactieprogramma

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

‘Duurzaam ondernemen’ werd als een apart hoofdstuk opgenomen in het VRT-meerjarenplan voor de periode 2013-2015. In dit meerjarenplan werden heel wat concrete acties opgesomd waarmee de VRT kan bijdragen tot de vermindering van de broeikasgassen, de versterking van de biodiversiteit en een betere milieukwaliteit. Door het meerjarig milieu actieplan op te nemen in het meerjarenplan van de VRT kan dit actieplan jaarlijks geüpdatet worden en kunnen er nieuwe initiatieven aan toegevoegd worden. Duurzaam ondernemen houdt voor de VRT drie belangrijke dimensies in (cf. VRT-meerjarenplan 2013-2015):

- Economische dimensie
 - Ter versterking van de audiovisuele sector: stimuleren en ondersteunen van zowel intern als extern talent.
 - Efficiënt omgaan met de beschikbare middelen.
- Sociale dimensie:
 - Optimaal inzetten van personeel gedurende de volledige loopbaan, rekening houdend met de duurzaamheid van de functie-uitoefening.
 - Diversiteit in zowel personeelsbestand als aanbod en beeldvorming. Evenwichtig en genuanceerd aanbieden van maatschappelijke thema’s zoals kansarmoede, seksuele geaardheid, senioren, zorg, milieu, ..

Het begrip ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ wordt opgenomen in contracten met externe productiehuisen en leveranciers. In alle overeenkomsten die de VRT afsluit met leveranciers is een clausule opgenomen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarmee verbindt de Medecontractant zich ertoe om bij de uitvoering van die overeenkomst de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen in acht te nemen en de geldende sociale regelgeving steeds na te leven. De contractant verbindt er zich ook toe dat hij alle contractuele voorwaarden die hij zelf aangaat voor de uitvoering van de

- VRT-overeenkomst, ook schriftelijk vastlegt (bevattende onder andere financiële afspraken en de te presteren duur).
- De VRT streefde de doelstellingen van het Sociaal Charter voor de Audiovisuele Sector na. Het charter bevat een reeks engagementen en acties op een aantal domeinen: onderwijs en stages, starten in de sector, werken in de sector, intellectuele eigendom, veiligheid en welzijn, flexibiliteit en arbeidsdruk, werk-privé-balans en sociaal overleg.
- Milieu:
 - Het huidige omroepcentrum te Brussel voldoet niet aan de energieprestatieregelgeving. Het toekomstige omroepcentrum zal daar verandering in brengen. Het programma van eisen dat hen werd overhandigd, bevatte een hoofdstuk waarin de VRT-ambities m.b.t. duurzaamheid werden beschreven. De VRT ambiëert voor haar kantooromgeving de hoogst mogelijke score van 4 sterren in het scoringsmechanisme beschreven in de publicatie “waardering van kantoorgebouwen – op weg naar een duurzame huisvesting voor de Vlaamse Overheid”.
 - Sensibilisatie medewerkers m.b.t. milieu-impact
 - Sensibilisatie Vlaamse mediagebruiker m.b.t. thema’s als klimaat en biodiversiteit.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

5. Financiële betrekkingen

SD39: De vrijwaring van een gezonde financiële positie is voor de VRT een absolute noodzaak.

OD39.1: De VRT behaalt jaarlijks minstens het cumulatieve resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan in bijlage.

OD39.2: De VRT realiseert bij afsluiting van ieder boekjaar een solvabiliteitsratio (verhouding eigen vermogen / balanstotaal) van minimaal 30%.

OD39.3: Het eigen vermogen van de VRT zal einde 2016 niet lager liggen dan 130 miljoen euro.

OD39.4: De VRT zet een efficiency verbeteringstraject op dat de garantie biedt dat bij constant beleid (inhoudelijk én financieel) de uitvoering van de openbare omroepopdracht na 2016 gevrijwaard blijft. De VRT werkt hiervoor een plan uit voor 30 juni 2012.

NIET VAN TOEPASSING: De financiële situatie van de VRT wordt geëvalueerd door het Rekenhof.

SD40: De VRT heeft oog voor het ESR-vorderingensaldo van de Vlaamse overheid.

OD40.1: De financiële engagementen van de Vlaamse Regering dienen te passen binnen de constraints van de meerjarenbegroting en de jaarlijks door het Vlaams Parlement gestemde begroting. De VRT engageert zich bij het nastreven van de organisatiedoelstellingen, tot het realiseren van de in de begroting voorziene ESR-saldo. Er wordt wel abstractie gemaakt van de impact van het dossier gebouwen op het ESR-resultaat.

NIET VAN TOEPASSING: De financiële situatie van de VRT wordt geëvalueerd door het Rekenhof.

6. Opvolging, rapportering en evaluatie - transparantie

SD41: De openbare omroep hanteert een open communicatie met de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement, de Raad van Bestuur, de Vlaamse Regulator voor de Media, het publiek, de vakbonden en de medewerkers.

OD41.1: De VRT geeft aan elk controleorgaan de meest ruime informatie die dat orgaan nodig heeft om zijn toezicht optimaal te kunnen uitvoeren. De leidende principes van het toezicht zijn vastgelegd in het Charter Deugdelijk Bestuur van de VRT.

- De commissaris, het Auditcomité, de Interne Audit van de Vlaamse Gemeenschap, het Rekenhof en de gemeenschapsafgevaardigde hebben toegang tot alle documenten en informatie, ook de bedrijfsgevoelige en vertrouwelijke documenten en informatie.
- De VRT past het “single audit” concept toe.

OD 41.2: Het jaarverslag bevat alle relevante informatie over de uitvoering en financiering van de openbare omroepopdracht. De VRT zorgt ervoor dat de gegevens in de jaarverslagen over de jaren heen met elkaar vergeleken kunnen worden.

Rapportering over de financiering van de openbare omroepopdracht bevat volgende elementen:

- Rapportering “Analyse van de opbrengen en kosten” van de VRT waarbij een overzicht wordt gegeven van de kosten en opbrengsten vermeld in het financieel plan. Daarbij wordt op vlak van opbrengsten meer detailinformatie gegeven over de rubrieken subsidies, opbrengsten uit commerciële communicatie, ‘BAN’ en ‘ruilopbrengsten’. Op vlak van kosten wordt informatie verschaft over de programma-output per radio- en televisienet; de totale kost per uitzenduur per radio- en televisienet, de kost per uitzenduur radio, de kost per uitzenduur televisie, de verdeling van de verhouding IPRO/EPRO’s en dit zowel uitgedrukt in percentage van het televisieproductiebudget als uitgedrukt in percentage van het aantal uitzendingen televisie, de kost per themasite, de kost per mediagebruiker, de voorraden m.b.t. programma-aankoop, eigen productie en sportrechten.
- Rapportering over het (al dan niet behalen) van de financiële performantiemaatstaven voorzien in deze beheersovereenkomst.
- Rapportering over de netto-kost van de publieke omroepopdracht.
- Het bedrag van bijkomende publieke financiële middelen die de VRT naast de dotatie bedoeld in artikel 10 van deze overeenkomst verkrijgt van de Federale overheid, de Vlaamse Gemeenschap, Vlaams Gewest, het Brussels hoofdstedelijke gewest de provincies, steden en gemeentes.
- Financiële rapportering over de activiteiten van de Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR).

OD 41.3: De VRT bouwt een informatiewebsite uit met onder meer aanvullende informatie over interne procedures en richtlijnen, toepassing wetgeving op overheidsopdrachten e.a. Deze wordt voor einde 2012 gelanceerd.

Om deze doelstelling te behalen dient de VRT:

1. aan elk controleorgaan de meest ruime informatie te geven die dat orgaan nodig heeft om zijn toezicht optimaal te kunnen uitvoeren. De leidende principes van het toezicht zijn vastgelegd in het Charter Deugdelijk Bestuur van de VRT.
2. In het jaarverslag alle relevante informatie op te nemen over de uitvoering en financiering van de openbare omroepopdracht. De VRT zorgt ervoor dat de gegevens in de jaarverslagen over de jaren heen met elkaar vergeleken kunnen worden.
3. een informatiewebsite uit te bouwen met onder meer aanvullende informatie over interne procedures en richtlijnen, toepassing wetgeving op overheidsopdrachten en andere. Deze wordt voor einde 2012 gelanceerd.

1. Transparante informatie voor de controleorganen

De VRT hanteerde ook in 2015 een open communicatie met al haar stakeholders. De VRT gaf aan de gemachtigde Toezichtsorganen toegang tot alle informatie in functie van de uitgevoerde controlewerkzaamheden. De leidende principes van het toezicht, zoals vastgelegd in het Charter Deugdelijk Bestuur van de VRT, werden toegepast.

VRT past het single auditprincipe toe. Rekenhof, bedrijfsrevisoren, Audit Vlaanderen, en de interne audit van de VRT stemden hun werkzaamheden op elkaar af, en werkten in nauw verband samen o.a. voor de controle op de jaarrekening van de VRT en de evolutie van de organisatiebeheersing. De gemeenschapsafgevaardigde nam ook telkens deel aan de vergaderingen van het Auditcomité.

2. VRT-jaarverslag

Het VRT-jaarverslag bevat alle relevante informatie over de uitvoering en de financiering van de openbare omroepopdracht. De gegevens uit de opeenvolgende jaarverslagen kunnen met elkaar vergeleken worden. De rapportering over de financiering van de openbare omroepopdracht gebeurt conform de vastgelegde elementen uit de beheersovereenkomst.

- Dit jaarverslag is voor iedereen toegankelijk, o.a. door publicatie op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be). Naast het meest recente jaarverslag, is ook het jaarverslag van het voorgaande jaar beschikbaar op de VRT-website. Op die manier kunnen de gegevens over de jaren heen vergeleken worden.
- De VRT geeft met de publicatie van haar jaarverslag de financiële informatie vrij die ze kan en mag bekendmaken. Zoals o.a.:
 - De jaarrekening en de resultaatverwerking
 - Overzicht van de opbrengsten vermeld in het financieel plan
 - Subsidies
 - Distributie-inkomsten
 - Inkomsten uit commerciële communicatie
 - Inkomsten uit Boodschappen algemeen nut
 - Inkomsten uit exploitatie-afgeleiden
 - Inkomsten uit andere commerciële exploitaties
 - Ruilopbrengsten
- Overzicht van de kosten :
 - Kostprijs van programma-output per radio- en televisienet
 - Totale kostprijs per uitzenduur per radio- en televisienet + kost radio versus televisie
 - Kostprijs van output internet en mobiele toepassingen
 - Verdeling verhouding interne / externe productie
 - Kosten onderzoek & innovatie
 - Voorraden filmrechten, sportrechten en eigen producties
- Toelichting bij de nettokosten van de publieke opdracht en de ondercompensatie van de publieke omroepopdracht.
- Financiële rapportering over de activiteiten van de Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR).

3. VRT informatiewebsite

De transparantiewebsite van de VRT (www.vrt.be/transparantie) die in 2012 werd gelanceerd, bleef ook in 2015 voor iedereen toegankelijk. De transparantiewebsite van de VRT is een informatiewebsite met onder meer aanvullende informatie over interne procedures en richtlijnen, toepassing wetgeving op overheidsopdrachten, missie en waarden van de VRT, financiering van de VRT, beleid en richtlijnen, organisatiestructuur, ... Ze wordt regelmatig bijgewerkt.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

SD42: De VRT moet beschikken over een goed gedefinieerd intern controlesysteem, een risicobeheersingsysteem en een mechanisme dat kwaliteit van informatie en rapportering waarborgt.

OD42.1: De interne audit van de VRT zal het bestaande interne controlesysteem evalueren, wijzen op mogelijke verbeteringspunten en jaarlijks rapporteren over de vooruitgang aan het auditcomité.

OD42.2: Vanaf het jaarverslag van 2011 wordt over de beheersing van het intern controlesysteem gerapporteerd aan de hand van een 'in control statement'.

De VRT stelt dat ze haar inspanningen voor het uitwerken van haar intern controlesysteem heeft verder gezet. Interne audit van de VRT, samen met Audit Vlaanderen evalueerde voor een aantal thema's de leidende principes van organisatiebeheersing. De betreffende rapportering werd tevens aan de functioneel bevoegd minister bezorgd.

Het jaarverslag van de VRT bevat een 'in-control statement'. Samen met het interne jaarverslag van de Interne audit en het auditcomité beschrijft het de stand van zaken van de interne controle bij de VRT.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebbe

7. Conclusie en aanbeveling

De VRT heeft quasi alle doelstellingen behaald.

De doelstellingen inzake aanbod en bereik (doelstellingen 1 en 3), het opzetten van samenwerkingsverbanden met publieke en private partners (doelstelling 7), de profilering van de televisienetten (doelstelling 11), het thematisch online aanbod (doelstelling 14), en doelstellingen inzake samenwerking in het kader van cultuur (doelstelling 18), cultuuraanbod (doelstelling 19) en sportaanbod (doelstelling 20) zijn aangepast na overleg met de Minister van Media. Deze doelstellingen zijn zo in 2015 behaald.

Voor de doelstelling inzake het bereik op maandbasis van 40% Vlaamse surfers en minstens 30% binnen elke relevante doelgroep kon de VRT wegens technische problemen geen cijfers overmaken voor de periode januari tot en met juli 2015. Vanaf augustus waren cijfers beschikbaar van de CIM-Internetstudie en werd de doelstelling in die periode behaald.

Volgende doelstellingen zijn (net) niet behaald:

- **De doelstelling inzake het beschikbaar stellen van ondertitels voor doven en slechthorenden (SD 4) op andere platformen (dan televisie) is niet behaald.** Eind 2015 was het nog niet mogelijk om de ondertiteling van T888 op te nemen in de videostreaming op alle VRT-websites, maar er is wel een stappenplan opgemaakt. De norm voor nieuws- en duidingsprogramma's is net niet behaald (99,95% in plaats van 100% wegens extra nachtelijk journaal na de aanslagen van Parijs.
- **De doelstelling inzake onder meer streefcijfers voor het personeelsbestand (SD31), meer specifiek voor personen met een handicap (1,2% in plaats van 1,5%) en nieuwe Vlamingen (2,9% in plaats van 4%) en vrouwen (39% van alle werknemers in plaats van 40% en 22% in het management in plaats van 33%) is niet behaald.**

AANBEVELING: De VRM stelt vast dat de VRT in het kader van het opvolgen van de strategische en operationele doelstellingen zeer goede resultaten heeft behaald. Voor een enkel onderdeel was er gedeeltelijk geen informatie beschikbaar en voor enkele andere is de doelstelling (net) niet behaald. De VRM stelt voor om een permanent meetsysteem verder uit te bouwen. Op die manier kan het niet behalen van onderdelen van doelstellingen beperkt of zelfs vermeden worden.

Bijlagen

Bijlage 2: Overzicht programma's (niet exhaustief) rond maatschappelijke kwesties (SD2)

één

- Vrouwen
 - Koppen: Phara De Aguirre
 - Koppen XL: Danira Boukhriss
 - Het sterkste netwerk: Joy Anna Thielemans
 - Vind je lief: Bieke Ilegems
 - We're going to Ibiza: Cath Luyten
 - Bart & Siska: Siska Schoeters
 - Echt niet OK: Cath Luyten
 - De Allesweter: 6 vrouwelijke "leugendetecteurs"
 - Derde reeks Loslopend Wild
 - Vrouwelijke hoofdpersonages in 'De Ridder III' en 'Voor wat hoort wat'
 - Vrouwelijke sporters in Afspraak in Rio
 - Vrouwelijke gasten in Het Huis
 - Vrouwelijke gasten bij Van Gils en Gasten, waaronder Leen Decin die verschillende wetenschappelijke thema's kwam toelichten en Heleen de Bruyne, "chef vrouwenzaken"
 - Wedding Day met Lieve Blancquart
 - Via Annemie reeks 2
 - Verschillende vrouwelijke experts in Voor hetzelfde Geld
 - Verschillende kandidaten in Beroepen zonder Grenzen
 - Verschillende kandidaten in Vind je Lief
- Nieuwe Vlamingen
 - Thuis:
 - Charité Doumbia gespeeld door Aïssatou Diop.
 - Adil Bakkal gespeeld door Nawfel Bardad-Daidj
 - Mayra Magiels gespeeld door Muriel Bats 50% Kaapverdise
 - Karima Bakkal gespeeld door Nadia Abdelouafi
 - Afspraak in Rio: Bashir Abdi en Nafi Thiam
 - De zevende dag: Ihsane Chioua Lekhli
 - Koppen: Phara De Aguirre
 - Koppen XL: Danira Boukhriss
 - Iedereen Beroemd, 1000 zonnen, Hallo Televisie en Van Gils en Gasten tonen verschillende Nieuwe Vlamingen
 - Een aantal experts en cases waren nieuwe Vlamingen
- Mensen met een handicap
 - Thuis: Luc Bomans heeft door zuurstoftekort tijdens een zelfmoordpoging een deel van zijn hersenfuncties tijdelijk of helemaal verloren. Hierdoor zit hij in een rolstoel. Hij heeft motorische-, spraak- en geheugenproblemen.
 - Portretten in "Iedereen beroemd"
 - Marieke Vervoort in Het Huis
 - Verschillende gasten met een handicap in Van Gils en Gasten
 - In Ja Jan: op een natuurlijke manier zijn een aantal mensen in aan bod gekomen met hun verhaal, zoals voormalige professor met niet-aangeboren hersenletsel, of groep dove kinderen, die Jan erna ook gebarentaal hebben geleerd.

Canvas

- De Canvasconnectie (Nel Aerts en Otobong Nkanga),
- Alleen Elvis blijft bestaan (Anne Chapelle, Viviane De Muynck, Ingrid Daubechies en Christine Mussche),
- Winteruur (13 vrouwelijke gasten),
- Radio Gaga (mensen met een psychisch of fysiek probleem),
- Off the record (4 vrouwelijke gasten),
- Studio Flagey (5 vrouwelijke gasten)

Ketnet

- Stambos en Ben ik familie van (in samenwerking met Familiekunde Vlaanderen)
- Tickets voor Kaatje Theater naar Fonds voor vrijetijdsparticipatie
- Manifest opgesteld met aandacht voor diversiteit
- Pet op tegen kanker
- Week tegen pesten
- Karrewiet plus
- D5R
- De Sinterklaasfilm 'Ay Ramon!' werd in de bioscoop standaard vertoond met ondertitels, als service naar doven en slechthorenden.

Radio 1

Radio 1 kiest doorheen haar programmatie duidelijk voor het belichten van wat er in de verschillende aspecten van onze samenleving gebeurt en verandert. Maatschappelijke thema's als milieu, zorg, mens en maatschappij, welzijn, gezondheid en wetenschap kwamen structureel aan bod in speerpuntprogramma's als "de Ochtend" en "De Wereld Vandaag", "Hautekiet", "de bende van Annemie", "Nieuwe Feiten", en "Interne keuken".

Specifieke nieuwe evenementen in 2015:

- #bel10
- Heerlijk Helder
- #op de vlucht

Radio 2

In dagelijkse programma's als De Madammen en De Inspecteur en via netoverkoepelende initiatieven, werden verschillende maatschappelijke thema's die relevant waren voor de doelgroep op een heldere manier benaderd, oa.

- Dag van de zorg
- Toegankelijkheid van de steden voor rolstoelgebruikers
- Moederdag in het teken van alleenstaande, sterke vrouwen
- Wereldklimaatdag
- Car free day
- Cyberveiligheid
- energieweek

'Voor altijd een inhoudelijke reeks in het kader van de dood' kwam, naast een gelegenheidsprogramma gepresenteerd door Chris Dusauchoit, aan bod bij de regionale programma's, De Inspecteur en De Madammen.

Klara

In “Berg en Dal” en “Trio” werden tijdens het weekend tal van cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema’s aangesneden en waren sleutelfiguren uit verschillende domeinen van de Vlaamse samenleving te gast met hun kijk op de maatschappelijke realiteit. Verschillende thema’s, van vrije meningsuiting tot mentale weerbaarheid en het fenomeen burn-out in onze samenleving, werden belicht door een interessante gast.

Pat Donnez maakte samen met psychiater Dirk De Wachter de speciale serie “Ten Liefde!” over de betekenis van liefde in al haar vormen in onze maatschappij. Van datingsites die de liefde verkopen alsof het een investering zonder mogelijke verliesmarges is tot de liefde zoals we die kennen van de grote liefdesparen uit onze cultuurgeschiedenis zoals Tristan & Isolde, Romeo & Julia...

Klara belichtte via zijn doorgedreven aandacht voor kunst, kunstwerken en kunstenaars in programma’s als Pompidou en Schone kunsten impliciet ook de maatschappijvisie achter de kunstwerken of de maatschappijkritiek van de kunstenaar in kwestie.

Studio Brussel

Dit is vooral geconcentreerd in de spitsprogramma’s Siska staat op en Vincent

- Siska staat op (<http://stubru.be/siska>) haalt de maatschappelijke actualiteit binnen in haar programma en toetst af met experts over allerlei maatschappelijke thema’s : in 2015 onder andere
 - bibliotheek geen verplichting meer voor gemeenten
 - Verkiezingen Israël en Turkije
 - begrotingscontrole
 - strategische kernwapens in België
 - Roken in de wagen
 - Medicinale cannabis
 - ramadan
 - vluchtelingencrisis en vluchtelingenopvang, zie bijvoorbeeld <http://stubru.be/siska/hetantwoordopjouwvragenovervluchtelingen>
 - aanslagen Parijs en nasleep terrorisme
 - stijgend gebruik slaapmiddelen
 - Vincent
 - Syrië na 5 jaar oorlog
 - vluchtelingencrisis
 - prijsverhoging NMBS
 - nadelen van de pil
 - klimaatconferentie en opwarming van de aarde
 - belasting op leasingwagens
 - mantelzorg in Vlaanderen
 - referendum Catalonië
 - impact Bob-campagne
 - Transgenders in onze maatschappij
 - armoedebestrijding
 - efficiëntie gevangenisstraffen
 - de muziekdienst Tidal

- Warmste week van Music For Life: voor een eerste keer een grote radio-actie van vier radionetten samen, met als hoogtepunt een dag samen radio maken voor meer dan 1000 goede doelen in Vlaanderen.

MNM

MNM wil inspireren en geïnspireerd worden door jongeren en hen laten meepraten over maatschappelijke thema's.

Programma's als UrbaNice en het interactief programma Generation M (inclusief het interactief digitaal platform voor jongeren, waar alle mogelijke thema's waar jongeren mee te maken hebben aan bod kunnen komen) zorgen voor een sterke band met jonge luisteraars waarbij heel veel verschillende onderwerpen bespreekbaar worden gemaakt:

- (homo)seksualiteit,
- vluchtelingen,
- leven met je lichaam en beperking
- ...

Bijlage 3: Overzicht overleg- en interactiemomenten met jongeren en jongerenorganisaties (SD 3)

19/01/2015	Rits alumni awards
21/01/2015	onderzoeksproject advertising literacy bij kinderen en tieners UA
22/01/2015	rector UA
23/01/2015	nieuwjaarsreceptie Vlaamse jongerenorganisaties
29/01/2015	meeting jonge talenten
31/01/2015	VRT-bezoek Jong Groen
31/01/2015	10 jaar jongerenproject De Tuin (HETPALEIS)
05/02/2015	Mediawijs @ VRT
05/02/2015	BILL project CIP
06/02/2015	meeting jong talent
06/02/2015	StageUp project Younited90 Gent
14/03/2015	BAAS jonge starters in Boekentoren KBC
16/03/2015	thesisinterview studente
16/03/2015	Frog society talentproject
19/03/2015	meeting jong talent
20/03/2015	Diversiteitstrofeeën VRT
21/03/2015	meeting jong talent
27/03/2015	Frog society talentproject
04/04/2015	Frog society talentproject
07/04/2015	Frog society talentproject
09/04/2015	toneelvoorstelling meisjes KRAS Borgerhout
10/04/2015	Frog society talentproject
15/04/2015	meeting jong talent

15/04/2015	Show&Tell VRT Start up
16/04/2015	Première Van Den Hoe jongeren KunstZ
17/04/2015	Toonmoment Outboxx jongerenzender Quindo Kortrijk
19/04/2015	Persvoorstelling boek Angelo Dorny
28/04/2015	Frog society talentproject
30/04/2015	Première jongerentheater HETPALEIS
04/05/2015	Faculty Stars KULeuven
07/05/2015	Commissie Jeugdinformatie Ambrassade
09/05/2015	klankbordgroep WATCH22
09/05/2015	Toonmoment YOUnted90 Gent
18/05/2015	Frog society talentproject
18/05/2015	Apestaartjaren 5.3
21/05/2015	Content Hall derdejaars Rits
22/05/2015	Eindwerkshow instituut Denise Grésiac
15/06/2015	Rits eindwerken
16/06/2015	Rits eindwerken
18/06/2015	Showcase Karel de Grote Hogeschool
30/06/2015	klankbordgroep WATCH22
30/06/2015	Open VRT presentaties jonge starters
01/07/2015	Frog society talentproject
07/07/2015	Generation What Ambrassade
09/07/2015	Talent in het Bos Antwerpen
10/08/2015	Frog society talentproject
14/08/2015	Bezoek Start-ups in KBC toren Antwerpen
29/08/2015	Première jongerentheater HETPALEIS
30/08/2015	YouTube meet and greet
31/08/2015	klankbordgroep WATCH22
08/09/2015	Belgodysee
18/09/2015	Start werkjaar Ambrassade
21/09/2015	Women to women project Amerikaanse ambassade
26/09/2015	Première jongerentheater DE Studio
29/09/2015	Open forum kinderrechten
03/10/2015	Première jongerentheater Larf Gent
05/10/2015	meeting jong talent
08/10/2015	Belgodysee
19/10/2015	Belgodysee
20/10/2015	perslunch jongerenorganisatie Ambrassade
24/10/2015	Europinion Vlaamse jeugdconferentie
30/10/2015	Opening boekenbeurs
02/11/2015	Belgodysee
09/11/2015	Belgodysee
16/11/2015	Belgodysee
18/11/2015	Jaarverslag Kinderrechtencommissariaat
20/11/2015	klankbordgroep WATCH22
23/11/2015	Belgodysee
28/11/2015	Belgodysee
04/12/2015	boekvoorstelling Jong met een hart voor familie
07/12/2015	Belgodysee
10/12/2015	Belgodysee

Bijlage 4: Bereik VRT-televisienetten: cijfers op weekbasis (SD4)

Tabel: cumulatief weekbereik 15' consecutief

weken	één	CANVAS	OP12	VRT TOTAAL	Performantie (cumulatief)
1	82,6	47,1	17,7	86,9	90,6%
2	80,8	40,2	15,0	84,9	90,4%
3	79,0	36,8	16,4	83,1	88,4%
4	79,5	47,5	17,3	84,7	89,4%
5	78,6	41,7	14,8	83,1	88,5%
6	77,9	43,9	14,8	83,7	88,5%
7	77,0	42,9	16,0	82,4	88,7%
8	77,9	45,0	20,4	83,4	89,0%
9	78,9	45,3	12,5	83,7	89,4%
10	78,0	39,5	11,2	82,9	88,1%
11	76,2	41,1	17,3	81,8	87,9%
12	77,3	55,8	14,1	83,4	89,3%
13	80,3	42,0	14,7	85,5	90,9%
14	81,0	42,1	13,2	84,6	90,6%
15	73,7	34,0	11,5	79,0	85,4%
16	74,4	43,2	12,1	81,7	88,2%
17	72,7	44,0	11,8	79,5	85,9%
18	74,1	39,0	13,2	80,1	85,2%
19	73,6	38,2	10,8	79,5	85,4%
20	73,2	37,7	13,3	78,9	85,4%
21	77,8	37,3	9,2	82,1	88,1%
22	73,8	40,6	15,4	80,8	86,2%
23	73,1	37,8	11,3	78,8	84,5%
24	74,4	30,6	10,5	79,1	85,7%
25	72,6	37,6	11,0	78,6	86,1%
26	71,9	33,2	10,4	77,2	84,2%
27	66,8	30,6	10,9	73,1	82,4%
28	71,5	35,8	9,5	76,2	86,0%
29	69,1	35,6	10,2	74,0	84,8%
30	68,1	39,1	10,6	72,6	83,4%
31	65,2	30,7	9,6	71,4	82,7%
32	66,2	32,0	10,9	72,4	84,0%
33	68,9	30,8	10,0	73,8	84,2%
34	66,3	31,5	10,1	71,3	83,0%
35	69,9	31,7	11,9	75,6	84,1%
36	78,6	32,7	12,2	82,4	88,1%
37	74,5	35,1	12,0	79,7	86,0%
38	71,6	40,7	12,2	78,4	84,4%
39	73,6	38,0	21,1	79,5	85,3%
40	74,9	45,5	14,7	81,3	87,1%
41	79,5	44,1	13,5	85,2	89,8%
42	77,8	39,1	14,7	82,9	88,1%
43	74,9	43,2	15,2	83,0	88,2%
44	73,4	36,8	13,9	79,9	85,5%

45	75,8	42,0	17,3	82,7	88,1%
46	80,4	39,2	16,1	84,5	90,0%
47	79,1	39,6	15,6	84,0	90,3%
48	77,4	49,3	16,7	83,4	88,9%
49	77,2	39,0	16,4	83,0	89,0%
50	77,0	41,1	14,8	82,6	88,1%
51	76,9	39,8	18,8	82,4	87,6%
52	81,1	44,2	19,2	85,9	90,7%
53	81,8	40,8	17,7	85,4	90,9%
GEM	75,2	39,5	13,8	80,7	87,2%

Bijlage 5: Lijst uitgezonden VRT-programma's op BVN (SD5)

- 300 JAAR GRENS
- AFSpraak IN RIO
- BEROEPEN ZONDER GRENZEN
- BEST OF LOSLOPEND WILD
- BESTE VRIENDEN
- BLOKKEN
- BROODJE KAAS
- CAFE CORSARI
- DAGELIJKSE KOST
- DE AFSpraak
- DE BIKER BOYS
- DE BLACKLIST
- DE GROTE BOZE WOLF SHOW
- DE OMGEKEERDE QUIZ
- DE PRETROULETTE
- DE PRETSHOW
- DE QUIZ VAN HET JAAR
- DE TOOTS SESSIES
- DE WEEK VAN KARREWIET
- DE WERELD ROND MET KAATJE
- DE ZEVENDE DAG
- DE ZOO ACHTER DE SCHERMEN
- DIEREN IN NESTEN
- FANS OF FLANDERS
- FC DE KAMPIOENEN
- FLYING DOCTORS
- GOED VOLK
- GOGOGO
- IEDEREEN BEROEMD
- JA JAN
- JONGE BENEN

- KERSTCONCERT IN HET PALEIS
- KLASLOKAAL ABNORMAAL
- KLUMPIES
- LATER ALS IK GROOT BEN
- LUCHTHAVEN
- MERCI MERCKX
- NERGENS BETER DAN THUIS
- NIEUW TEXAS
- PANAMARENKO
- PINGWIN
- POP UP LIVE
- REIZEN WAES
- SLAG OM WATERLOO
- STERKSTE NETWERK
- T.
- TEN OORLOG
- TERZAKE
- THUIS
- TOESPRAAK KONING FILIP
- TOM & HARRY
- TWEE TOT DE ZESDE MACHT
- TWINGTIGERS
- UKI
- VAN GILS & GASTEN
- VIA ANNEMIE
- VIVE LE VELO
- VLAANDEREN FEEST
- VOOR WAT HOORT WAT
- VRIENDINNEN
- VRT JOURNAAL
- W817
- WERELDSTEDEN
- WILL TURA 75

Bijlage 6: Belanghebbendenbeheer: Overzicht aanbodsgerelateerd overleg en samenwerking met diverse partners (SD6)

Nieuws

- VRT Nieuws werkt regelmatig samen met regionale en internationale omroepen. Voor buitenlandse verslaggeving wordt er beroep gedaan op NOS correspondenten en binnenlandse nieuwsfeiten worden gedeeld met regionale en EBU-omroepen. Met RTBF is er op regelmatige basis samenwerking, oa. in het kader van de het Nationaal Defile, uitwisseling van nieuws- en sportitmes, faciliteiten voor de opnamen van de Koninklijke boodschappen, etc.
- Met brusselstimes.com, een Engelstalige website die zich richt op een publiek van expats, werd een samenwerkingsovereenkomst gesloten die hen toelaat video content van flandersnews te gebruiken. Maar tot op heden implementeerden zij dit nog niet in hun website.
- Daardaar.be is een Franstalige website die opinie en analyseteksten uit de Vlaamse pers naar het Frans vertaalt en beschikbaar maakt voor een breed publiek in Franstalig België.

Met hen werd een overeenkomst gesloten die hen toelaat analyses van VRT journalisten die verschijnen op deredactie.be te vertalen en aan te bieden. Momenteel werden zo'n tien bijdragen van deredactie.be vertaald, gemiddeld 1 per maand dus.

- Medialaan en SBS: samenwerking rond het WK voetbal
- Telenet: Samenwerking rond beelden van buitenlands voetbal, Cofidis Cup, Europaleague, thuiswedstrijden Rode Duivels, Formule 1, WK Hockey en EK Basketbal
- Belgacom: samenwerking rond beelden van buitenlands voetbal
- DB Productions: om beelden te kunnen uitzenden van de nationale basketbalcompetitie
- RTBF: samenwerking rond het WK voetbal, Memorial Van Damme, thuismatchen Rode Duivels (na WK), Beker van België, Cofidis Cup
- RTL: samenwerking rond thuismatchen Rode Duivels (voor WK), Europaleague en beeldenuitwisseling voor het sportmagazine Extra Time
- NOS: samenwerking rond de Ronde van Frankrijk, WK voetbal en WK schaatsen

Sport

De VRT had ook op regelmatige basis contacten met verschillende federaties en organisatoren waarvan de VRT evenementen capteerde en verslag uitbracht.

Cultuur

De VRT werkte inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gingen daarbij uit van eigen keuzes en verantwoordelijkheden, passend bij het medium radio, TV en online. Om wederzijds respect voor en inzicht in elkaars projecten, werking en doelstellingen te stimuleren, organiseerde de VRT op regelmatige basis een open dialoog met de sector. De VRT continueerde samenwerking met het culturele veld.

Enkele voorbeelden van partners waarmee samengewerkt werd:

- Klarafestival (Klara): samenwerking met het Festival van Vlaanderen en Brussel
- Iedereen Klassiek (Klara): samenwerking met het concertgebouw Brugge
- Pompidou (Klara): samenwerking met Art Brussels en Staten-Generaal van de Klassieke muziek
- Canvas: canvasconnectie ism cultuurhuizen (vb. MUHKA, DeSinger, Concertgebouw Brugge), Mooov, Deocvile, korfilmfestival Leuven.
- Radio 1: samenwerkingen met onder andere 30CC, Boek.be, Het depot, Ancienne Belgique, De Taalunie, De Standaard, Theaterfestival, Davidsfonds, etc.
- Radio 2: samenwerkingen met onder andere de verschillende provinciebesturen, Westtoer, Centrum Ronde van Vlaanderen maar ook Amateurama, Museum M, Muntpunt.
- Woordslam (MNM) in het kader van de boekenberus Antwerpen
- Studio Brussel: oa. Kunstbende, Jong Keukengeweld, Brusselse Museumraad, Clean Beach Cup

Muziek

Artiesten: Zonder auteurs, componisten, zangers/zangeressen en muzikanten geen muziek. VRT doet voor haar eigen producties (radio en TV) regelmatig beroep op Vlaamse artiesten voor het componeren en produceren van muziek voor zenderaankleding (tunes, jingles), generiekmuziek van programma's of scores bij een fictiereeks. Voor specifieke muziekprojecten als de valentijndsactie van Radio 2, Kadanza op Ketnet en Eurosong op Eén, worden volwaardige songs gecreëerd en geproduceerd. VRT Music Publishing investeerde het afgelopen jaar in 65 nieuwe muziekproducties die geschreven en/of geproduceerd werden door Vlaamse artiesten. VRT stimuleert hiermee de creatie van nieuw Vlaams muziekaanbod.

Daarnaast biedt VRT via haar programma's een platform voor gevestigde artiesten, maar gaat ook actief op zoek naar nieuw Vlaams talent: Supernova of in Boetiek Klassiek in samenwerking met Poppunt op Klara, Kadanza Junior Musical (Ketnet), De Nieuwe Lichting (Stubru) en op MNM kregen beginnende artiesten speelkansen tijdens de MNM1000 en in UrbaNice. In Start To DJ ging MNM dan weer op zoek naar nieuw DJ-talent.

Concertcircuit: VRT heeft structurele jaarovereenkomsten met de belangrijkste concertpromotoren en concertzalen van Vlaanderen: Live Nation, Greenhouse Talent, Ancienne Belgique, De Vooruit, Bozar, Clubcircuit ea. Daarnaast ondersteunt VRT tal van occasionele muziekevents en zijn we aanwezig op zowat alle betekenisvolle muziekfestivals in Vlaanderen: Rock Werchter, Pukkelpop, Tomorrowland, Dranouter, Cactusfestival, De Lokerse Feesten, Blues Peer, Gent Jazz, Afro Latino Festival, ea.

Sommige festivals worden zelfs in co-productie met VRT georganiseerd: Jazz Middelheim (Klara) ism VZW Jazz & Muziek, het KlaraFestival ism Festival van Vlaanderen, Klara4Kids ism Het Paleis, De Eregalerij (Radio 2) ism SABAM of Urbanice (MNM) ism Star Events.

In 2015 ondersteunden de VRT-netten 539 concerten, muziekfestivals of structurele overeenkomsten waarvoor mediawaarde wordt geruild (ruilovereenkomsten).

Platenmaatschappijen: Er wordt dagelijks samengewerkt met de Belgische platenfirma's om artiesten promotionele aandacht te geven door middel van interviews, airplay, weggeefacties, showcases, concertopnames, gastoptredens, co-producties, etc. Twee maal per jaar worden vertegenwoordigers van belangrijkste platenfirma's uitgenodigd op de muziekstaf (wekelijks overleg met alle muziekverantwoordelijken van de netten) om mogelijke samenwerkingen te bespreken. VRT Line Extension brengt in samenwerking met de platenmaatschappijen tal van VRT muziekcompilaties op de markt.

Muziekuitgeverijen: De muziekuitgeverij van de VRT, VRT Music Publishing, werkt samen met andere muziekuitgeverijen inzake het sluiten co-uitgaveoverkomsten bij nieuwe, door VRT gefinancierde, muzikale creaties. VRT sluit ook synchronisatie-deals met muziekuitgeverijen voor het gebruik van commerciële muziek in radio- en TV trailers.

Kunstenpunt: Kunstenpunt is als officieel steunpunt van de Vlaamse Gemeenschap, het vaste aanspreekpunt van de VRT voor de professionele muzieksector. In het Muziekmanifest, integrale visie voor de muzieksector, wordt beschreven wat er verwacht wordt van de VRT als betrouwbare partner voor de Vlaamse muzieksector. In dit kader wordt jaarlijks een overleg georganiseerd tussen het MuziekOverleg (koepel van 18 organisaties uit de brede Vlaamse muzieksector) en vertegenwoordigers van het muziekbeleid van de VRT (Directeur Media, Radiomanager, Algemeen Muziekcoördinator, ea).

De belangrijkste samenwerking met het Kunstenpunt is de organisatie van de Music Industry Awards, de jaarlijkse uitreiking van de Vlaamse populaire muziekprijzen. Ook de organisatie van de KLARA's, de jaarlijkse uitreiking van de klassieke muziekprijzen, is een samenwerking met het Kunstenpunt.

Beheersvennootschappen: VRT werkt nauwgezet samen met de Belgische beheersvennootschappen (SABAM, SIMIM, IMAGIA, PLAY RIGHT) met betrekking tot de collectieve inningen (repartitie) van auteursrechten en naburige rechten.

Belangenverenigingen en steunpunten: zie 'Kunstenpunt'. Naast het gestructureerd overleg met de belangenverenigingen en steunpunten in het kader van Het Muziekplatform, wordt er uiteraard ook op projectbasis samengewerkt. Bijvoorbeeld 'Vi.be On Air' met Poppunt, 'Fingerprints' met ComAV of met Sabam For Culture inzake sponsoring muziek evenementen van de VRT.

Taal

VRT werkte met NTR samen met betrekking tot 'Het Groot dictee der Nederlandse Taal'. Samen met Van Dale Uitgevers heeft de VRT opnieuw de verkiezing van het 'Woord van het Jaar' gehouden. Alle radionetten, tv-netten en websites hebben het publiek ertoe opgeroepen woorden te nomineren en te stemmen. In het kader van de boekenbeurs organiseerden MNM en Van Dale Uitgevers de 'Woordslam' wedstrijd waarbij jongeren een filmpje konden insturen. Op de taaldag werd voor de vierde keer de Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. De Radio 1-actie *Heerlijk helder*, met als boegbeelden Jan Hautekiet en Ann De Craemer, heeft heel wat weerklank gekregen. De VRT heeft ook haar taalexpertise aan externe partijen ter beschikking gesteld. De uitspraakbank, bijvoorbeeld, is ter beschikking gesteld van het Meertensinstituut voor het ontwikkelen van een transcriptie-app; de taaladviseur verzorgt gastcolleges in verschillende journalistieke opleidingen; VRT-stemmen zijn opgenomen als referentie voor de ontwikkeling van een uitspraak-app door de Hogeschool Thomas More; en de VRT heeft samen met onder meer de KU Leuven *NedBox*, een website om Nederlands te oefenen, opgestart.

Diversiteit

Rond diversiteit had VRT ook verschillende partners waarmee men samenwerkte:

- Belangenverenigingen: regelmatig contact rond diversiteit. Tweemaal nodigde ze UGent, VUB, KUL, UA, GRIP, Minderhedenforum, Cavaria, Vlaamse Ouderenraad en de Vrouwenraad uit om de nieuwe studieresultaten (diversiteitsmonitor televisie, bereikstudie Nieuwe Vlamingen, Publieke meerwaarde) te bespreken.
- Dit overleg werd in 2015 uitgebreid met Enkele extra experts en het Netwerk tegen armoede worden toegevoegd. Dit overleg adviseert beleid en beeldvorming en bevat ook de jury van de jaarlijkse Trofee.
- Toegankelijkheidsoverleg.
- Het forum van december wordt een nieuwjaarsdrink begin 2016 met een workshop goede praktijken
- Luisterfestival in Brussel
- Op vraag van Intro vzw en ism Autisme Centraal en de UA een verkennende test: "is AD ook nuttig voor kijkers met ASS?".

Bijlage 7: Samenwerkingsverbanden met publieke en private partners (SD7)

Overzicht van de contracten Nieuws en Sport afgesloten met andere Vlaamse omroepen:

Nieuws

- In 2015 werden overeenkomsten gesloten met Brusselstimes.com en daardaar.be afgesloten voor het delen van videocontent en het wederzijds uitwisselen tussen Nederlandstalige- en Franstalige bijdragen en analyses.

- Deredactie.be stelde haar audiovisueel materiaal ter beschikking via de “permalinks”.

Sport

- Medialaan en SBS: uitwisselen van news access beelden tegen vaste tarieven
- Medialaan: accreditaties worden ter beschikking gesteld voor grote sportevenementen zoals het WK voetbal
- Regionale zenders: beelduitwisselingsovereenkomst en ter beschikking stellen van accreditaties
- TELENET: beelduitwisseling buitenlandse voetbal, Cofidis Cup, Europaleague, thuiswedstrijden van de Rode Duivels, Formule 1, WK Hockey en EK voetbal
- BELGACOM: beelduitwisseling van buitenlandse
- DB Productions: beeldengebruik van de nationale basketbalcompetitie
- Uit in Vlaanderen was permanent aanwezig op de sites van de VRT-netten. Elk net maakte een selectie uit de data die Uit in Vlaanderen aanbood.
- Cobra.be is een actueel cultuurplatform en aggregeert de culturele bijdragen van de VRT-netten en van culturele partners. Cobra.be fungeerde ook als multimediale hub. Het aanbod van Cobra.be was beschikbaar voor verspreiding via platformen van partners, omgekeerd bood Cobra.be de ruimte aan content uit de culturele sector zelf. Cobra verspreidde zijn aanbod zo veel mogelijk (via bij voorbeeld sociale netwerken) om de grootste diversiteit aan cultuurliefhebbers te bereiken. Sommige partners hadden op permanente basis een Cobra.be venster op hun site, anderen namen en publiceerden content in functie van de culturele agenda.
- Cobra.be bracht als cultuurplatform actualiteit en duiding bij de culturele agenda met een mix van journalistieke tekstuele aankondigingen, waar mogelijk aangevuld met VRT-archiefmateriaal of met actuele bijdragen van de radio- of TV-netten en met audiovisueel materiaal van de externe partners. Cobra.be verdiepte en verbreedde zijn aanbod daarenboven met eigen beeldreportages over premières van evenementen of kleinere projecten.
- Enkele voorbeelden:

Selectie van permanente en occasionele samenwerkingen om audiovisueel materiaal m.b.t. cultuur beschikbaar te stellen (alle samenwerkingen rond cultuur zijn terug te vinden in het jaarrapport Cultuur)

Rosas	delen van een artikel uit "Dag op dag" over AT DE Keersmaeker
deFilharmonie	delen van een artikel over de Klaraprijs aan Philippe Herreweghe
Modemuseum Hasselt	delen van een artikel over Paul Smith op facebook
B'Rock	delen van een artikel over B'Rock en Stabat Mater op facebook
Muziek Publique	delen van een artikel over Adesa Life in de nieuwsbrief
Beursschouwburg	themawidget ivm 50e verjaardag op home- en themapagina
CC Deurne	delen van een artikel over Pascale Platel op website en nieuwsbrief

Dr Guislain	delen van een artikel over expo Dooreman op facebook
Muntpunt	Integratie van archief in nieuwsbrief
Conservatorium Brussel	delen van een artikel over Wolfgang Rihm
Be Culture	delen van een artikel over Zita Swoon Group
De Morgen	artikel over twittergebruik van de jury DeZes/LesSix
TV Brussel	delen van een artikel over DeZes/lesSix op twitter
Kasteel d'Ursel	delen van een artikel op facebook over "Sweet 18"
Abattoir Fermé	delen van een artikel op facebook over "Alice"
Tristero	uote van een recensie in nieuwsbrief
Troubleyn	delen van een artikel over Mount Olympus op site en facebook
Amuz + Alamire	delen van een repo op de site, nieuwsbrief en facebook over de expo

Overzicht van de samenwerking van VRT en andere EBU-omroepen

Een speciale vermelding voor 2015 verdient de uitzending rond de Last Post. De 30.000ste Last Post ceremonie werd rechtstreeks uitgezonden vanuit Ieper en vanuit verschillende plaatsen in Groot-Brittannië, Duistland, Frankrijk, India, Canada en Nieuw-Zeeland. Samenwerkingen met tal van buitenlandse (EBU én niet-EBU) omroepen, waaronder BBC, ITC, Sky, Channel 7 en ZDF werden opgezet.

Nieuws

- EBU omroepen: VRT deelt binnenlandse nieuwsfeiten
- NOS: samenwerking met VRT voor buitenlandse verslaggeving

Sport

- RTBF: Rode Duivels, Special Olympics, Beker van België voetbal seizoen 14-15
- RTBF: Memorial Van Damme (productionele en journalistieke samenwerking)
- RTBF: Cofidis Cup (afwisselende captatie tussen VRT en RTBF)
- RTL: Europaleague voetbal (productionele samenwerking)
- RTL: beeldenuitwisseling voor Extra Time
- NOS: Ronde van Frankrijk (productionele samenwerking), in 2015 was er ook een actieve archiefuitwisseling.

Cultuur

- De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen. Via EBU-partners verspreidt de VRT een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland. Bovendien waren er co-producties rond culturele onderwerpen met buitenlandse mediahuizen
 - Vb: Vlaamse Kaai was een maandelijks programma op Arte Belgique met een selectie van het VRT-cultuuraanbod. Op die manier droeg de omroep bij tot de promotie van de Vlaamse cultuur in het Franstalige landsgedeelte;
 - Coproducties met de RTBF zijn de Lotto en Jokertrekking, het Kerstpaleisconcert en het nationaal Défilé.
 - Coproducties met Nederland zijn vb. Als De Dijken Breken (fictiereeks voor één), Zoon Van Artan, Trollie en Caps Club (allemaal Ketnet).
 - Samenwerking met RTBF m.b.t. oa. de Koningin Elisabethwedstrijd
 - Rond diverse andere programma's zijn er samenwerkingen met oa. RTBF (vb. 'Ouftivi'), Nederlandse Openbare Omroep (vb. dubs), BBC (vb. The Missing II)

Bijlage 8: Jaarverslag radio 2015 (SD8)

Algemene inleiding VRT-radio 2015 (SD8)

VRT-radio bereikte in 2015 dagelijks meer dan 3 miljoen Vlamingen met een sterk en gedifferentieerd aanbod. VRT radio streefde doorheen zijn aanbod naar kwaliteit, diversiteit, relevantie en impact zowel via traditionele radio, digitaal en via sterke evenementen.

Relevant voor luisteraars in een digitale context

VRT radio lanceerde in 2015 een aantal nieuwe digitale initiatieven, die de band met de luisteraar ook in een veranderende en meer digitale mediacontext blijven versterken. Radio 2 kreeg er www.aha.radio2.be een digitaal platform bij, boordevol handige weetjes, slimme trucs en creatieve ideeën voor alle Vlamingen. En met www.vivavlaanderen.be ontsloot Radio 2 de schatkamer van de Vlaamse muziek, in een samenwerking met partners uit de muziekwereld.

MNM lanceerde een nieuwe online-aanpak met een nieuwe site én met www.generationM.be een platform voor jongeren, waar alle mogelijke thema's waar jongeren mee te maken hebben aan bod kunnen komen. Het platform dat inzet op interactie en co-creatie, is een extensie en versterking van het gelijknamige radioprogramma op MNM.

Digitaal werd in 2015 ook gestart met een vernieuwing van de Klara website en met een verdere verfijning van Radioplus, de digitale radiospeler van VRT.

Radiozenders met maatschappelijke impact

Een nieuw evenement dat veel weerklank kreeg was #bel10 van Radio1, een zoektocht van zender en luisteraars naar de ideeën van Vlamingen over de samenleving van morgen met concrete beleidsvoorstellen als resultaat. De actie ging gepaard met dagelijkse live-uitzendingen in een

pop-up café op de Kunstberg in Brussel, en kreeg een eigen platform en een digitaal boek. De actie "Heerlijk Helder" van Hautekiet op Radio 1 rond duidelijke communicatie leidde tot resultaten voelbaar voor elke Vlaming (bv aanpassing aanslagbiljet).

Met #op de vlucht brachten de verschillende VRT-radiozenders in september 2015 informatie, debat, getuigenissen en menselijke verhalen rond de vluchtelingencrisis. Digitaal kreeg dit een extensie via www.opdevlucht.be.

De Warmste week van Music For Life werd voor een eerste keer een grote radio-actie van vier radionetten samen, met als hoogtepunt een dag samen radio maken voor meer dan 1000 goede doelen in Vlaanderen.

Inzetten op kwaliteit en diversiteit

VRT radio scherpte de creativiteit van zijn radiomakers aan via een middagsessie rond muziek, een dag rond diversiteit en verkeer en een wilddradio blog, een interactief platform waar radiomakers permanent ideeën, inspiratie en voorbeelden met mekaar kunnen uitwisselen.

VRT radio had oog voor inclusieve diversiteit doorheen zijn aanbod en onderstreepte via specifieke acties (bv Woordslam op MNM, actie rond rolstoeltoegankelijkheid van Radio 2) de diversiteit in de samenleving.

Een aantal VRT radioprogramma's scoorden ook internationaal en sleepten een nominatie in de wacht: dat was ondermeer zo voor The Original Soundtrack van Klara, Café Cuba van Radio 2 en De Strafst School van MNM.

Radio1

Missie

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

Waarden

Openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking, alertheid

Aanbod

Als dé actuezender in Vlaanderen is Radio 1 dynamisch en continu in ontwikkeling. Met relevante inhoud blijft Radio 1 zijn nieuwsgierige luisteraars optimaal bereiken, informeren en verrassen, ook in een veranderende mediacontext. Met vaste afspraakmomenten maar ook met specials, extra-duidingsprogramma's bij nieuwsgebeurtenissen en gelegenheidsprogramma's. Radio 1 biedt een uitdagend aanbod dat de nieuws- en achtergrondbehoefte van de luisteraar verbindt. Radio 1 is er voor iedereen die in het 'nu' wil staan en zichzelf wil ontwikkelen door actief op zoek te gaan naar inzicht.

Nieuws en actua

Voor een informatienet als Radio1 blijven de **De Ochtend en De Wereld Vandaag** cruciale

programma's. Ze volgden de dagelijkse actualiteit op en brachten feiten en duiding bij de grote nationale en internationale nieuwsmomenten in 2015, met een belangrijke rol voor eigen verslaggeving en inzichten ter plaatse. Naast de vaste afspraken maakten de redactieteams ook extra uitzendingen rond o.m. de vluchtelingen crisis, Charlie Hebdo, de federale begroting, de invallen in Verviers, de aanslagen Parijs en de klimaatconferentie in Parijs. **"Bonus"** op zaterdag bleef de luisteraar informeren met een eigen kijk op de actualiteit van de voorbije en komende week.

Mens en maatschappij

Radio 1 kiest doorheen haar programmatie duidelijk voor het belichten van wat er in de verschillende aspecten van onze samenleving gebeurt en verandert. Maatschappelijke thema's als milieu, zorg, mens en maatschappij, welzijn, gezondheid en wetenschap kwamen structureel aan bod in speerpuntprogramma's als "de Ochtend" en "De Wereld Vandaag", "Hautekiet", "de bende van Annemie", "Nieuwe Feiten", en "Interne keuken".

Begin 2015 startte "Hautekiet" met de **Heerlijk Helder-campagne**. Doel: recht maken wat krom is, namelijk de vaak nodeloos onbegrijpelijke communicatie van politici, juristen, overheidsdiensten, banken, dokters en musea. Luisteraars stuurden massaal veel voorbeelden van onheldere taal in. Belangrijke beleidsvoerders maakten komaf met wollige taal in hun communicatie.

Met het project **#BEL10** ging Radio 1 (live vanop de Kunstberg in Brussel) interactief op zoek naar inspiratie voor een betere samenleving rond 10 thema's die luisteraars zelf op de agenda hebben gezet. Hiermee moedigde Radio 1 het maatschappelijk debat aan door burgers een constructieve, betrokken en kritische stem te geven. Meer dan 1200 Vlamingen stuurden ideeën in en 100 luisteraars gingen praten met experts, deden in workshops nieuwe inzichten op en konden rechtstreeks het gesprek aangaan met de beleidsmakers.

Radio 1 belicht de samenleving doorheen zijn verschillende programma's zowel op een interactieve manier, ontdekkend en verdiepend als via humor en satire. Radio 1 maakte wekelijks tijd voor het diepgravende gesprek met een centrale gast in **Touché**.

Cultuur

Radio 1 heeft oog voor cultuuractualiteit, cultuurparticipatie, culturele ontdekking en verdieping en zet cultuur centraal in zijn aanbod.

"Bar du Matin" zond uit vanop 8 grote culturele evenementen. Naar aanleiding van de Herman De Coninck-prijs plaatste Radio 1 samen met boek.be 5 gedichten als ecotag in 5 Vlaamse centrumsteden.

Met een speciale uitzending **"Viva Verhulst"** zette Radio 1 auteur Dimitri Verhulst in de bloemetjes als dank voor zijn boekenweekgeschenk. Samen met Bib en 30CC Leuven organiseerde Radio 1 **"Het Land van de Nieuwsgierigheid"**, een festival vol interessante literatuur, prikkelende workshops, sessies over wetenschap, topsport en allerlei andere thema's die appelleerden aan de nieuwsgierigheid van het Radio 1 publiek. Met als centrale figuur Arnon Grünberg. In samenwerking met KANTEL ging Radio 1 op zoek naar **Het Beste Boek** in de Nederlandstalige literatuur van de voorbije 25 jaar. Twee weken lang liep een gelegenheidsprogramma in de periode van de Boekenbeurs. Traditiegetrouw zond Radio 1 "Van Peel overleeft 2015" uit, de eindejaarsconferentie

van Michael Van Peel.

Sport

Sport was ook in 2015 een belangrijk onderdeel van Radio 1 als actuezender. Er was live verslaggeving van de belangrijkste wielervedstrijden (met een focus op de voorjaarsklassiekers en de Ronde van Frankrijk), en van het Belgisch competitievoetbal, de wedstrijden van de Belgische clubs in de Champions en Europa League, en van de wedstrijden van de Rode Duivels. Maar Radio 1 had ook aandacht voor talrijke andere sporten, met onder meer een verslag van de tennistoernooien van Roland Garros en Wimbledon, het WK atletiek in Peking en de Iron man triatlon op Hawaï.

Muziek

De muziek op Radio 1 blijft een mix van hedendaagse en klassieke pop & rock met extra aandacht voor Vlaamse producties en met ruimte voor diverse genres als folk, blues, jazz en world. Radio 1 heeft structureel aandacht voor Nederlandstalige muziek doorheen de hele dag. Minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig. Radio 1 organiseerde muzikale sessies met diverse artiesten en **promootte Vlaamse/Belgische muziek** via muzikale specials en acties zoals de “100 op 1” (top 100 van de Belgische muziek), de Radio 1-sessies en het nieuwe concept “Radio 1 speelt buiten”. Naar aanleiding van Het Beste Boek werden 10 nieuwe “Boeksongs” gemaakt die gebaseerd zijn op een Nederlandstalig boek.

Radio 1 verbreedde de muzikale diversiteit in zijn dagelijkse playlist en lanceerde **twee nieuwe programma's**. Ayco begeleidt dagelijks de luisteraar op een brede muzikale manier doorheen de namiddag en Wonderland is een nieuw muziekmagazine 's avonds met ruimte voor muzikale ontdekking en verdieping rond diverse genres. Op sportluwe momenten werd deze **muzikale diversiteit** nog uitgebreid met het programma Time Out (sfeerprogramma met jazzinvloeden), Faktor 50 (mediterrane muziekinvloeden) en Alderweireld (dansbare wereldmuziek). Enkele specials versterkten het multi-genre karakter van Radio 1. Een reeks en Marconi-sessie rond 100 jaar Billie Holiday. Op Hemelvaartsdag een “Reis rond de Wereld” langs tientallen landen in alle continenten en muziek van Egyptian Reggae over Buena Vista Social Club met uitstapjes naar Salsa, Nederpop, Rai, Flamenco, Klezmer en Americana. Radio 1 bracht het levensverhaal van Fela Kuti in “Viva La Vida”.

Acties en evenementen met oog voor samenwerking

Radio 1 werkte intensief samen (structureel of per project) met de culturele sector (o.a. literatuur, film, theater en podiumkunsten), de muzieksector, de sportsector en de mediasector. Persoonlijkheden uit die sectoren krijgen ook kansen op Radio 1 als gastprogrammamaker en/of presentator. De zender bouwde zijn relatie met zijn luisteraars ook uit door geregeld op locatie uit te zenden met een verscheidenheid aan programma's. De vaste presentatoren zijn mediapersoonlijkheden die ook actief deelnemen aan organisaties /evenementen van partners. En externe partners uit het middenveld waren welkom om te participeren rond maatschappelijke thema's in uitzendingen of projecten. Voorbeelden van partners in 2015 waren onder andere 30 CC, Boek.be, Het Depot, Ancienne Belgique, De Taalunie, De Standaard, Theaterfestival, Davidsfonds, enz...

Digitaal en Mobiel

Met het **interactieve programma Hautekiet** zette Radio 1 expliciet in op digitale media, met een sterke visuele en online uitwerking van thema's en onderwerpen. Hautekiet hield mobiliserende

themaweken met succesvolle online voetafdruk. Het programma organiseerde in het voorjaar een grote actie rond helder taalgebruik, '**Heerlijk Helder**', met een duidelijke digitale focus en een boek als resultaat. In het najaar organiseerde het een tweede special rond taal met een **online taaltest** ("Hoe chill is uw Nederlands?") i.s.m. de Taalunie en De Standaard die meer dan 200.000 keer werd ingevuld. Daarnaast organiseerde Hautekiet ook een **online verkeerstest** i.s.m. de Vlaamse stichting verkeerskunde. Kleinere online acties, zoals 'Wat is uw muzikale leeftijd?' en 'Wat is je lijflied?', werden positief onthaald en konden rekenen op een hoge betrokkenheid van het publiek. Daarnaast organiseerde Hautekiet ook het e-boek **#zeimijnmoederaltijd**.

Het gemiddeld unieke bezoekers van radio1.be steeg met 21,2 % en is daarmee **de sterkste stijger van de verschillende VRT-radiosites**, met een belangrijke groei van bezoekers **via mobiele devices**. Het aantal fans op **Facebook** steeg met 24,1% tov 2014 tot **39.209** in 2015, het aantal **Twitter-volgers** steeg met 23,7% tov 2014 tot **45.376 volgers** in 2015.

Radio 1 toonde een sterkere focus op het digitale luik wat betreft evenementen (Radio 1 Sessies, Het Land van de Nieuwsgierigheid) en nieuwe programma's (Watskeburt). De website en sociale media van Radio 1 volgden inhoudelijk de baseline 'Altijd benieuwd', en maakten daarbij een relevante selectie van thema's en informatie die on air werden uitgezonden en wereldwijd werden aangeboden.

Daarnaast was er een verhoogde aandacht om de informatie op een duidelijke digitale manier aan te bieden en de interactie van de bezoeker hierbij te betrekken, zoals bij Het Beste boek ('Dit zijn de 100 beste boeken van de voorbije 25 jaar, maar wat is uw Beste Boek. Stuur ons uw Top-3') en Watskeburt ('dagelijkse radio- én onlinequiz': test uw kennis van de actualiteit).

RADIO 2

Missie

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

Waarden

vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie en empathie.

Aanbod

Nieuws, informatie en diversiteit vanuit de regio

De regionale redacties van Radio 2 zetten zich in om hun positie als **nieuwsautoriteit in de regio** te verstevigen. Ze deden dat door het correspondentennet en de eigen reporters strategisch in te zetten voor eigen nieuwsgaring en te focussen op regionale dossiers. Dit leverde veel goede contacten en primeurs op die overgenomen werden door andere media en soms ook nationaal op de agenda kwamen. Radio 2 West-Vlaanderen zorgde bijvoorbeeld voor nieuws met een enquête over parkeertarieven en een rondvraag bij de jeugdbewegingen over teveel aan administratieve overlast. Radio 2 Antwerpen werd ook door andere media geconsulteerd in verband met dossiers als Sinksenfoor en Oosterweel. Radio 2 Vlaams-Brabant kreeg veel aandacht naar aanleiding van hun expertise rond 'shoppingcentra' (Uplace, Dockx Brussel en Europea) en in de rand daarvan het Brabantnet van De Lijn.

Daarnaast werd er in elke regio geïnvesteerd in **verdiepende radioreeksen** over relevante regionale thema's. Daarbij ging er steeds veel aandacht naar het belichten van een bredere

problematiek in zijn vele facetten. Deze uitgewerkte dossiers kregen in elke regio (en soms daarbuiten) veel weerklank. Radio 2 Antwerpen had het bijvoorbeeld over radicalisering en Radio 2 Limburg over één jaar na de sluiting van Ford Genk.

De regionale redacties hadden veel aandacht voor **diversiteit** in de regio. Ze probeerden de verscheidenheid van Vlaanderen te weerspiegelen in de personen die ze aan het woord lieten. Daarnaast werd overal actief ingezet op het uitbouwen van een **diversiteitsnetwerk**. Dat betekende onder andere een vervienvoudiging van het aantal contacten met een diverse achtergrond in de database. Bij Radio 2 Oost-Vlaanderen en Limburg engageerde men een correspondent met migratieachtergrond. Daarnaast kan men onze diverse samenleving ook weerspiegeld zien in een aantal vaste onderdelen van de regionale programma's. Bij Radio 2 Oost-Vlaanderen met een Turkse krantenman voor een wekelijkse babbel in Start Je Dag, bij Vlaams-Brabant gaf humorist Erhan Demirci wekelijks zijn grappige kijk op de actualiteit in de provincie en in West-Vlaanderen bracht Aagje Van Walleghem de hele zomer portretten van sporters die zich voorbereidden op de Olympische Spelen.

Maatschappelijk relevante thema's op maat van de luisteraar

In dagelijkse programma's als De Madammen en De Inspecteur en via netoverkoepelende initiatieven, werden verschillende maatschappelijke thema's die relevant waren voor de doelgroep op een heldere manier benaderd.

Zo kroop Anja Daems in een "verouderingspak" naar aanleiding van de **dag van de zorg**, lanceerden De Madammen in Gent de "app on wheels", het resultaat van een eigen actie in samenwerking met externe partners om de **toegankelijkheid van Vlaamse steden voor rolstoelgebruikers** in kaart te brengen. Naar aanleiding van Moederdag stonden **alleenstaande, sterke vrouwen** centraal. En naar aanleiding van de **wereldklimaatdag**, vroeg Radio 2 aan Urbanus om een geactualiseerde versie van "de wereld is om zeep" te maken. De Madammen presenteerden in september het programma van thuis uit om 'car free day' en de **voordelen van thuiswerk** in de verf te zetten.

Radio 2 bracht **'Voor altijd', een inhoudelijke reeks in het kader van 'de dood'**. Alle praktische en emotionele aspecten die gepaard gaan met overlijden kwamen aan bod bij de regionale programma's, De Inspecteur, De Madammen en een gelegenheidsprogramma 'Voor altijd', gepresenteerd door Chris Dusauchoit. De **Inspecteur** ging in het voorjaar 2015 op zoek naar de **5 grootste ergernissen van de consument**. Andere grote thema's waren onder andere een **week van de cyberveiligheid** en een **energieweek** met reportages over hernieuwbare energie, een enquête en een energiedag in Blankenberge. De Madammen en De Inspecteur trokken **een maand na de aanslagen naar Parijs** om te peilen naar de gevolgen, praktisch en emotioneel.

Muziek

Radio 2 had ook in 2014 ruim aandacht voor het **Nederlandstalig en Vlaams muzikaanbod**. 30,49% van de gedraaide nummers waren Nederlandstalig en 32,46 % waren Vlaamse producties. **"Classics"** vormen de leidraad in de muziekprogrammatie. Tijdens muzikale themadagen- en weken zoals "De week van de jaren '70", "Vraag het aan" en "De 1000 Klassiekers" draaide Radio 2 de favoriete hits van de luisteraar.

Radio 2 **ondersteunde de Vlaamse muziekproductie via allerlei initiatieven**. Radio 2 liet meermaals nieuwe Nederlandstalige nummers maken door Vlaamse artiesten (Urbanus, Slongs Dievanongs, Will Tura,...). Naar aanleiding van Valentijn kregen 5 Vlaamse artiesten een compositieopdracht voor een Nederlandstalig **dialectnummer**. Bestaande initiatieven voor (nieuw) Vlaams talent waren de Eregalerij in Oostende en Zomerhit 2015 in Blankenberge. **De Eregalerij en Zomerhit** zijn niet alleen events waar luisteraars de Vlaamse artiesten kunnen ontmoeten. Het zijn ook gelegenheden waar de artiesten naar uit kijken omdat ze mekaar in een gemoedelijke en

feestelijke sfeer kunnen ontmoeten.

In 2015 zond Radio 2 voor het eerst **de Vlaamse 100** uit. De 100 beste songs uit Vlaanderen, gekozen door de luisteraars. De uitzending kwam live vanop de Grote Markt in Brussel met live-muziek van Willy Sommers, Nicole & Hugo, John Terra, Jimmy Frey, Liliane St Pierre en 2 Fabiola. Op 2 augustus werd **Will Tura 75**. Dat vierde Radio 2 met een live-uitzending vanuit Veurne en de integrale uitzending van zijn verjaardagsconcert die avond. Op maandag 7 december stelde **Helmut Lotti** zijn nieuwe album Faith, Hope & Love live voor in de Marconi-studio van de VRT. Hij speelde live voor een honderdtal luisteraars van radio2. Er waren live-uitzendingen van de **Vlaamse Top50** met Christoff en Kim Debie

Nav de **100^{ste} geboortedag van Frank Sinatra** organiseerde Radio 2 op zaterdag 11 december een publiekssessie in de Marconi-studio van de VRT. Muzikale gasten brachten live nummers van Sinatra, samen met de VRT Big Band. De opname is de dag nadien uitgezonden in The Rat Pack, het croonerprogramma van Radio 2 met Guy Depré. Ook dit jaar trok Radio 2 in aanloop naar de 1000 Klassiekers oor Vlaanderen met **1000 klassiekers on tour**. Dit jaar waren er 4 afspraakmomenten. In Brussel, Leuven, Mechelen en Roeselare waren er live-uitzendingen op zaterdag van 13u tot 16u. Elke maand was er in 2015 een **De Prehistorie Live** fuif in Vlaanderen.

Acties en evenementen met oog voor samenwerking

Radio 2 is **de grootste familie** van Vlaanderen en wil dit **uitstralen**. Radio 2 is zowel regionaal als nationaal de partner van tal van evenementen in uiteenlopende sectoren: sport, cultuur, muziek, culinair en toerisme.

De vijf regionale redacties van Radio 2 zetten in 2015 talloze **samenwerkingen** op met andere provinciale actoren zoals de verschillende provinciebesturen, Westtoer, het Centrum Ronde van Vlaanderen, Toerisme Limburg, sportclubs, de KUL, Amateorama, Museum M enz... Radio 2 was ook partner van het luisterfestival 'Zwijgstil' ism Muntpunt dat aandacht had voor het belang van geluid, ook en in het bijzonder voor luisteraars met een beperking.

Digitaal en Mobiel

Radio 2 reorganiseerde en versterkte zijn digitaal team in 2015. Onder coördinatie van een algemene digitale verantwoordelijke werden verschillende subteams per domein uitgebouwd en versterkt (subteams rond de Radio 2 website, het Aha!-platform, het muzikaal platform VivaVlaanderen en de digitale voetafdruk van de regio's).

Radio 2 zette in op **opleidingen om de digitale shift bij de Radio 2 medewerkers verder te ontwikkelen**. Zo was er digitale stage van een Radio 2-medewerkster in samenwerking met het Digitaal Productiecentrum van de VRT en werd kennisdeling geoptimaliseerd door oa. teammeetings en slowdates. Er werd een opleidingsplan ontwikkeld om een ruimere groep van redactiemedewerkers skills voor digitale productie bij te brengen (schrijven, fotografie, video,...).

Radio 2 lanceerde ook **2 digitale platformen die nauw verbonden zijn met de interesses en behoeften van zijn publiek**. www.aha.radio2.be biedt sinds november allerlei handige weetjes, slimme trucs en creatieve ideeën die dagelijks toepasbaar zijn voor alle Vlamingen. De tips & tricks van Aha! worden ook intensief via sociale media verspreid. En met www.vivavlaanderen.be ontsluit Radio 2 sinds eind juni de schatkamer van de Vlaamse muziek, in een samenwerking met partners uit de muziekwereld. Inmiddels staan 60 artiestenprofielen online en kent het platform ook een eigen facebookpagina.

Er was **sterke digitale aanwezigheid van de regio's** via onder andere 5 twitteraccounts en 5 FB-pagina's. De groei van de digitale voetafdruk van de regio's ligt vergeleken met 2014 tussen de 79% (West-Vlaanderen) en 232% (Limburg).

Klara

Missie

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

Waarden

Schoonheid, Genot, Inzicht, Slowness

Als 'slow radio' zette Klara in 2015 zowel in op rust als op inzicht. Via deze twee invalshoeken stimuleerde Klara de beleving van kunst en cultuur, klassiek en jazz. Klara verankerde structurele cultuurafspraken in het schema en bood uitnodigende cultuurspecials, acties en evenementen als organisator of partner.

Aanbod

Muziek

Met programma's als Klassiek Leeft, Promenade, Maestro en Boetiek Klassiek had Klara dagelijks aandacht voor het **grote klassieke repertoire en de muziekactualiteit**. Django bracht een subtiele mix van klassiek, world en jazz. Late Night bleef de plek voor 'andere' muziek, waarbij diverse muziekstijlen (zoals hedendaagse jazz, hedendaags klassiek, experimentele muziek, wereldmuziek) aan bod kwamen. Het **jazzaanbod** werd uitgebreid door naast de programma's Take 7 op vrijdag en Round midnight op zondag, hedendaagse jazz en de jazzactualiteit centraal te plaatsen in Late Night Jazz op maandag. Klara Live bleef in 2015 een vast afspraakmoment voor de concerten, een mix van eigen opnamen en EBU-opnamen. De Liefhebber, Klara's Top 100, Iedereen Klassiek en Club Klara brachten klassiek op een **verbredende en ontdekkende manier** tot bij de klassieke muziekliefhebber.

Iedereen Klassiek werd zelfs ont dubbeld en is er nu op zaterdag en zondag. Club Klara verhuisde naar zondagvoormiddag.

Klara vestigde in 2015 via **muzikale reeksen en thematische uitzendingen** special aandacht op verschillende muzikale genres, componisten en stromingen. Zo bracht Klara een verdiepende muzikale reeks over de Finse componist Jean Sibelius. In het chansonprogramma La vie est Riguelle gingen Patrick Riguelle en Jan Hautekiet op zoek naar hoe en waarom zij door chanson geraakt worden. Op 11 juli werden uitsluitend Vlaamse musici of Vlaamse werken gespeeld. Klara zond ook een vierde editie uit van The Original Soundtrack, waarin Britse filmmuziek centraal stond. Een nieuw programma was On the Road, waarin steden als New York, Berlijn, Venetië, ... muzikaal werden geïllustreerd en artistiek werden gemapt op een speciaal ontwikkelde app. In Maestro en/of Klara Live werd speciale aandacht besteed aan Gustavo Dudamel, Jacqueline Dupré, Svatoslav Richter, Itzhak Perlman, Elisabeth Schwarzkopf, Frank Martin, Bohuslav Martinu, Alexander Skrjabin, Arvo Pärt, Cipriano de Rore en August de Boeck.

Kunst, cultuur en maatschappij

Het kunstprogramma Pompidou stond stil bij diverse kunstdisciplines met gasten uit de culturele actualiteit, vaste experts en met aandacht voor de brede context waarin kunst ontstaat. Pompidou maakte thematische uitzendingen over T.S. Eliot, over Walden van Henri Thoreau, over de schilder Piet Mondriaan, over de dichter en cineast Pier Paolo Pasolini, over de filosoof en schrijver Roland Barthes. In Schone kunsten ging Kurt Van Eeghem op zoek naar "de schone dingen des levens". Een

speciale uitzending was die met de 70 jaar geworden Jos Van Immerseel. In Berg en Dal en Trio (nu op zaterdag om 10 uur) werden tijdens het weekend tal van cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema's aangesneden en waren sleutelfiguren uit verschillende domeinen van de Vlaamse samenleving te gast.

Pat Donnez maakte samen met psychiater Dirk De Wachter de speciale serie Ten Liefde! Vital Baeken presenteerde een serie programma's over Sherlock Holmes en over Alice in Wonderland. Kurt Overbergh (artistiek directeur AB) maakte voor Klara 8 programma's over Billie Holiday.

Klara zette erg in op geschiedenis in 2015 met zeer gewaardeerde series over o.m. de slag bij Waterloo. Klara organiseerde op 18 juni een re-enactment van de slag en zond in de lente de serie Napoleon uit, met Johan Op De Beeck. Aftellend naar de slag van Waterloo zond Klara in Espresso de serie 100 dagen met Napoleon uit. Johan op de Beeck stond ook in voor de serie Het Verlies van België. Klara maakte ook korte reeksen over Vincent Van Gogh (n.a.v. Mons2015) en Edith Piaf (100 jaar geleden geboren).

Acties en evenementen met oog voor samenwerking

Klara zette in op spraakmakende en uitnodigende acties en events rond klassieke muziek. Door zijn acties, events en samenwerkingen, bleef ze sterk verankerd in het culturele Vlaamse landschap. Klara werkte via acties en evenementen en live-uitzendingen doorheen 2015 samen met een hele reeks culturele partners en instellingen zoals Bozar, Flagey, de Munt, de Beursschouwburg, Concertgebouw Brugge, DeSingel, de Boekenbeurs, STUK, De Warande, AMUZ, MUHKA, Muzee, Passa Porta, NTGent en vele anderen. Er waren live uitzendingen vanuit Passa Porta, in het kader van Europalia, vanop Beaufort,

Klara in deSingel, het KlaraFestival en een zeer succesvolle editie van "**Iedereen Klassiek**" vanuit het Concertgebouw Brugge waren verbredende acties rond klassieke muziek. Klara volgde uitgebreid de **Koningin Elisabethwedstrijd voor viool** en was presenting partner van **Jazz Middelheim**.

Ook werden de Klara's uitgereikt. De Klara-Carrièreprijs ging naar Philippe Herreweghe.

Zeer geslaagd was ook Pärt Totaal, de actie rond Arvo Pärt, op de 80ste verjaardag van de componist.

De Top 100 werd anders aangepakt. De luisteraar kon zijn keuze volgens moods maken en ook zelf voorstellen doen. Daardoor werd de uitslag van de Top 100 heel verrassend (Bach werd van de 1ste plaats gejaagd door Pergolesi).

Chantal Pattyn en Pat Donnez zorgden voor een radiostunt door 25 uur aan een stuk radio te maken vanop de Belgische première van **Mount Olympus** van Jan Fabre, live vanuit het Concertgebouw. Tijdens laatste week van 2015 presenteerde Klara de fel gesmaakte actie Klara Serveert, met Pat Donnez en Yves Desmet.

Digitaal en Mobiel

Klara maakte in 2015 werk van een verrijkte radiostroom via integratie van zijn aanbod in Radioplus. Het aantal fans op Facebook steeg met 17.5 % tov 2014 tot 23.128 in 2015. Vooral met programma's als Klassiek Leeft, Club Klara en met acties zoals Klara's Top 100 werd via sociale media de interactie met de luisteraar versterkt. Ook de actie Iedereen Klassiek-straat deed het online heel goed. Het programma Pompidou en Late Night verrijkte zijn aanbod via een bijhorende blog. Klara Continuo is digitaal te ontvangen en brengt non-stop klassieke muziek, 24 uur op 24.

MNM

Missie

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

Waarden :

groepsgevoel, openheid, optimisme, engagement, inspiratie, authenticiteit

MNM wil jongeren in Vlaanderen ondersteunen en op weg helpen in een complexe maatschappij. Het net heeft een half miljoen exclusieve luisteraars die de VRT anders niet bereikt en die (enkel) via MNM met een relevant VRT-nieuwsaanbod op maat in aanmerking komen. Die exclusieve band met vooral scholieren, studenten en Nieuwe Vlamingen probeert MNM op te zetten via een doorgedreven uniek en onderscheidend aanbod met aandacht voor participatie rond maatschappelijke debatten en acties.

Aanbod

Nieuws, actua, sport en verkeer

MNM maakt nieuws , i.s.m de nieuwsdienst op maat van de MNM-luisteraar. Onderzoek toont aan dat het zich wel degelijk van het nieuws op andere Vlaamse hitzenders onderscheidt. De actualiteit wordt meegenomen in de belangrijke ochtend-en avondblokken. Om relevant te blijven stemde MNM zijn nieuws en informatie nog meer af op de interactieve leefwereld van jongeren met onder meer het **Ninja Nieuws**. Dit is een online nieuwsformat op maat van jongeren die de actualiteit volgen via sociale media. Via **thema-uitzendingen of thema-dagen** (Less we can met tips en tricks voor de crisis, Week van het Bos,...) worden belangrijke issues uit de actualiteit uitgelicht zodat de jonge luisteraars kunnen meepraten op een constructieve manier.

Voor sport en ook de minder bekende sporten (vrouwenvoetbal, hockey, zaalvoetbal,...) was er extra aandacht, ook via samenwerkingen en evenementen. In de zomer was er opnieuw Tour of Beauty (Ronde van Frankrijk).

MNM werkt met vaste en herkenbare verkeersankers, die 's morgens en 's avonds voor verkeersupdates in Vlaanderen en Brussel zorgen. Samen met de VRT-verkeersredactie focuste MNM op de veiligheid van de fietser (fietshelm en fluohesjes) tijdens de Verkeersweken in oktober.

Relevant vanuit de leefwereld van jongeren.

MNM wil inspireren en geïnspireerd worden door jongeren en hen laten meepraten over **maatschappelijke thema's**. Programma's als UrbaNice en het interactief programma **Generation M** zorgen voor een sterke band met jonge luisteraars waarbij heel veel verschillende onderwerpen bespreekbaar worden gemaakt ((homo)seksualiteit, vluchtelingen, leven met je lichaam en beperking...). MNM lanceerde in het najaar ook www.generationM.be een interactief digitaal platform voor jongeren, waar alle mogelijke thema's waar jongeren mee te maken hebben aan bod kunnen komen. Het platform dat inzet op interactie en co-creatie, is een extensie en versterking van het gelijknamige radioprogramma op MNM.

Muziek

MNM blijft dé afspraak met de hits, maar biedt muzikale verrassing en zoekt en steunt het jonge

muziektalent in Vlaanderen via projecten als: Start to Dj, liftconcerten,... MNM ondersteunt live optredens met bekende artiesten en belangrijke muzikale events in Vlaanderen: UrbaNice Party, concerten, aandacht voor festivals (Summerfestival, Daydreamfestival, Genk On Stage,...)... Populaire hitmuziek en urban music zorgen voor een grote muzikale gemene deler tussen allochtone en autochtone jongeren en dragen in belangrijke mate bij tot het 'inclusieve' karakter van het net. Als hitradio investeerde MNM in hitlijsten zoals de Ultratop50, MNM Dance50 en MNM Urban50. Er zijn ook occasionele hitlijsten zoals de Teens500, Fan500,... Tijdens de grote muziekweken (vb. Back to the 90's & Nillies, de MNM1000, Fan500,...) bepaalt de luisteraar d.m.v. interactie de platenlijst.

Acties en evenementen met oog voor samenwerking

Vanuit de leefwereld van jongeren

MNM schakelt zich via zijn mobiliserende acties sterk in op de leefwereld van jongeren (school en studeren, relaties, vrije tijd, creativiteit ...) en faciliteert waar jongeren de complexiteit van de maatschappij ervaren (werk zoeken, zelfvertrouwen,...) . Hiervoor gaat MNM ook samenwerkingen aan met verschillende partners in Vlaanderen, die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen (bv. Let's go urban, de muziekindustrie, Unizo, verkeersorganisaties, Sensoa,...).

Ook dit jaar stonden de studenten centraal tijdens **Marathonradio** voor studie- en ontspanningstips tijdens het blokken en de examenperiode. Uit een impactstudie bleek dat het zelfvertrouwen en welbevinden bij de studerende luisteraars steeg tijdens marathonradio.

Nieuw dit jaar was **De Langste Liefde**, een project waarbij non-stop 100 uur lang via participatie gepeild werd naar liefde en vriendschap bij de luisteraars.

Al voor het vijfde jaar op rij ging MNM op zoek naar **De Strafst School**, de meest inventieve, sociaal geëngageerde en hartverwarmende middelbare school van Vlaanderen. PTS Mechelen werd uitgeroepen tot De Strafst School van 2015, met felicitaties van onderwijsminister Crevits.

Tijdens **Het Grootste Arbeidsbureau** werkte MNM een extra actie uit voor jonge werkzoekenden met Ervaring Werkt, een samenwerking met oa VDAB, Unizo,...

Via een samenwerking met Sensoa werkte MNM een vlogwedstrijd uit rond het thema **"Wat is je ideale lichaam?"**

Om **gezondheid, sport en beweging** te promoten ondersteunde MNM een aantal sportevents zoals Velofollies (fietsbeurs), Wings for Life (loopwedstrijd) en City Mountain Bike (mountainbike wedstrijd). In het voorjaar organiseerde MNM een exclusieve fietstocht in de branding van de Noordzee tijdens MNM Beach Bike in Middelkerke.

In het kader van de boekenbeurs in Antwerpen, lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers in 2015 de tweede editie van **WoordSlam**, een taalwedstrijd rond alle vormen van taal (rap, dans, gedicht,...). 12- tot 18-jarigen konden een creatief taalfilmpje insturen.

Regelmatig werden programma's ook op locatie uitgezonden om luisteraars te ontmoeten. Tijdens **Sing Your Song Live** konden luisteraars in de zomer de grootste hits meezingen met een live band.

Met oog voor (jong) talent.

Voor de tweede keer ontdekte MNM nieuwe talenten dankzij permanente screening van spontane sollicitaties en **Rock 'n Roll Radio Highschool**. Dit scholenproject loopt in samenwerking met studenten en docenten uit media-opleidingen.

Jonge artiesten werden ingeschakeld in grote muziekprojecten zoals Start to DJ, MNM1000, etc...

En de jonge muzikant Lost Frequencies (Brusselaar met internationale faam) kreeg een plaats in het programmaschema vanaf september.

Eind september werd de radioluisteraar centraal gezet bij MNM tijdens **de Dag van de Luisteraar**. Binnen het project was er de actie Pop Up Store waarbij drie luisteraars de kans kregen om hun jong ondernemerschap in de verf te zetten. In de Pop Up Store mochten ze een dag lang hun onderneming aan het grote publiek voorstellen.

Digitaal en mobiel

MNM werkt verder om uit te groeien tot een **360°** merk met aandacht voor digitale experimenten met video en sterkere betrokkenheid van de luisteraar via sociale media en digitale interactie. MNM is meer dan radio alleen en is aanwezig **op alle relevante digitale platformen** om jongeren te bereiken. In 2015 lanceerde MNM een nieuwe versie van www.mnm.be en daarnaast werd de nieuwe website www.generation.be gelanceerd. Een onlineplatform dat inspeelt via 6 thema's op de leefwereld van jonge mensen. Via **sociale media en interactie** komen de luisteraars redactioneel aan bod in verschillende programma's zoals Big Hits, Generation M, de Ochtendshow en Planeet de Cock. **MNM Hits** brengt 24u/7d non-stop muziekbeleving als verlengstuk van MNM. Naast de website groeiden het aantal Facebookvrienden tot meer dan 176.000 (+19.1 % tov 2014) en de Twitervolgers tot bijna 90.000 (+31.3 % tov 2014). MNM zit ook op Spotify, Instagram, Snapchat etc. en kende eind 2015 bijna 28.000 (+290 % tov 2014) Instagram followers.

Studio Brussel

Missie

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

Waarden

Avontuur, originaliteit, open minded, betrokken

Studio Brussel is trendsettend en bleef zichzelf ook in 2015 vanuit zijn muzikale propositie heruitvinden. Studio Brussel blijft een kweekvijver voor (jong) mediatalent binnen VRT en streeft een volledige 360° en digitale merkbeleving na.

Aanbod

Muziek

Onder het motto 'life is music' staat **muziek** centraal bij Studio Brussel. Het aanbod is gevarieerd én verrassend. Ook in 2015 werden veel initiatieven genomen om het ruime en verdiepende muzikaanbod in **nieuwe programma's, concepten of events** te laten leven. Naast de bestaande gespecialiseerde muziekprogramma's (Duyster, De Zwaarste Show, Lefto, TLP,...) startte dit jaar het programma **Zender**, elke weekavond van 19 tot 22uur met een avontuurlijk muzikaanbod en extra aandacht voor nieuw talent en de Vlaamse muzieksector. In **On Stage** stond live muziek centraal. Tijdens het weekend kregen nieuwe resident dj's hun eigen programma: **Discobaar A Moeder, Goe Vur in den Otto, Goldfox, Stavroz** en **Sheridan**. In **De Mixx** mocht een jonge, onbekende dj elke zaterdag een uur lang plaatjes draaien en in **All Night Long** nam een dj en zijn gasten een hele nacht de radio over. Een centrale gast koos zelf 2 uur lang zijn favoriete muziek in **Lemaire Luistert**.

Vanop de festivals Extrema, Werchter, Tomorrowland, Pukkelpop en Laundry Day werden live uitzendingen gemaakt. Vele andere festivals en concerten werden verslagen via reporters.

De inbreng van de luisteraar liet zich voelen in de vele muzikale hitlijsten op Studio Brussel zoals

De 100 Van Eigen Kweek (100 beste Belgische platen), **The Greatest Switch** (100 beste dansplaten aller tijden), **De Zwaarste Lijst** (de 66 beste zware gitaarplaten), **Album 500** (beste albums aller tijden), **1000 zonnen en gitaren** (zomerse muziek mét gitaren), **De Tijdloze** (de 100ultieme tijdloze nummers). Studio Brussel hield ook muzikale themaweeken zoals de **Week van Eigen Kweek** (een week lang alleen Belgische muziek) en **De 5 van de Jaren 90**. **Studio Ibiza** zond een week lang uit vanop Ibiza en liet de muziek en vibe van het party-eiland horen.

Studio Brussel organiseerde zelf exclusieve concerten in zijn **Club 69** van oa Noel Gallagher, Selah Sue, Balthazar, Oscar & The Wolf en Hozier. **Peepshow** bracht artiesten naar een geheime en originele locatie: Daan speelde in de basiliek van Koekelberg en Christine and The Queens in het modemuseum van Antwerpen. Er was een exclusieve Zender-sessie met Jamie XX in de Beursschouwburg en Studio Brussel vierde 20 jaar Lefto live vanuit AB. **Muse for life** was een uniek concert van deze wereldband in AB tvv Artsen zonder Grenzen, het goede doel dat Muse zelf koos voor Music for Life.

Voor de muzikale talentwedstrijd **De Nieuwe Lichting 2015** ontving Studio Brussel meer dan 600 inschrijvingen en de 3 winnaars kregen een forum op een showcase in AB en op Pukkelpop. Studio Brussel was ook partner van '**Lokale Helden**' waarbij op 30 april in alle Vlaamse gemeenten lokaal pop- en rockgeweld optrad. De muzikale afstudeerprojecten van hogeschool **PXL** kregen een extra avondvullende live-uitzending.

Nieuws, actua, sport

Studio Brussel bleef inzetten op **nieuws-updates** met herkenbare nieuwsstemmen en -persoonlijkheden die elk uur de luisteraars op maat informeerden. Bij grote nieuwsfeiten was er extra deskundige duiding in de spitsblokken.

Elke zondagmiddag presenteerde Stijn Vlaeminck **Studio Sport**, een programma dat op een dynamische Stubru-manier de sportactualiteit benaderde. Via "zet je sport in de kijker" had het programma ook aandacht voor (kleinere) sporten en sporters die het volgens de luisteraars verdienden om in de belangstelling te staan. Het programma riep Stijn Umans uit tot grootste voetbalsupporter van het land via de uitreiking van "de gouden sjaal".

Studio Brussel werkte samen met "sportieve" partners en zond live uit vanop **Ten Miles** en **De Watersportdag** van Bloso.

Acties en evenementen met oog voor samenwerking

Sociaal bewogen en maatschappelijk relevant

De sociale betrokkenheid van Studio Brussel weerspiegelt zich in verschillende partnerships, events en live-uitzendingen rond verschillende thema's (studeren, milieu, mobiliteit, jongeren en kunst, ondernemerschap,...) die de doelgroep bewegen en engageren.

Studio Brussel organiseerde zijn Car Free Festival : op 'car free day' zorgde Studio Brussel voor muziek en optredens op het openbaar vervoer (trein, tram, bus) en in de stations met de beste Belgische artiesten. Naar aanleiding van de internationale vrouwendag was er **Studio Brusselle**: een hele dag vol met alleen de coolste vrouwen in de muziek. Er waren samenwerkingen met vele diverse sociale en culturele actoren: oa Kunstbende, Jong Keukengeweld, Brusselse Museumraad,

Clean Beach Cup, Bloso en Studentwelkoms in Brussel , Leuven en Antwerpen.

Met 'de **Warmste Week**' van '**Music For Life**' maakte Studio Brussel van de week voor Kerst een ongeziene week van solidariteit . Er was een recordaantal van 3400 acties voor 1050 zelf gekozen goede doelen. Dit bracht **5.102.730 euro op**. Voor de criteria, de toekenningen en de financiële opvolging naar de vzw's werd beroep gedaan op de Koning Boudewijnstichting. Naast het centrale event in de Schorre in Boom (meer dan 50.000 bezoekers) waar 3 presentatrices een week lang radio maakten, werden in de 5 provinciehoofdsteden **Warmathons** (meer dan 25.000 deelnemers) gelopen tvv alle goede doelen. De finale dag van Music For Life was er **de Warmste Radio**, een samenwerking van de VRT radio's Radio 1, Radio 2, MNM en Studio Brussel.

Kweekvijver voor talent

Studio Dada, het opleidings- en proeftraject waarmee Studio Brussel op zoek ging naar nieuwe talenten, werd opgebouwd vanuit de 360° benadering. Alle profielen waren welkom (radio, online, techniek, video...) en jongeren werden gerekruteerd via speeddates en concrete opdrachten. Meer dan 500 jongeren waagden hun kans, 20 kandidaten konden concrete ervaring opdoen én zich bewijzen op de vloer, embedded in de dagelijkse werking van de zender.

Digitaal en mobiel

Studio Brussel investeerde in 2015 extra in een volwaardige 360° en digitale merkbeleving.

Naast een visueel aantrekkelijke website bleven natuurlijk Facebook (371.447 fans) en Twitter (276.642 followers) een belangrijke rol spelen, maar het waren vooral Snapchat en Instagram die in 2015 een enorme boost in bereik én interactie kenden. Het aantal Instagram-followers steeg met 85 % tov 2014 tot 81.621 in 2015) Eigen events als Music for life kregen een sterke online voetafdruk en leefden sterk via sociale media. Vooral het mobiele gebruik is een significante trend.

Studio Brussel bracht ook web only aanbod: van de (zomer)festivals werd verslag uitgebracht met videoreportages en Linde Merckpoel maakte dagelijks een actueel '@yourservice' filmpje dat zeer gesmaakt werd.

Bijlage 9: Muziekaanbod Radio (SD9)

Vlaams Muziekaanbod

Actiepunt: Initiatieven ter ondersteuning van de Vlaamse muzieksector met als doel een groter aanbod creëren aan kwaliteitsvolle Vlaamse muziekproducties.

Resultaat: Naast de uitgebreide redactionele aandacht voor nieuwe Vlaamse releases in de vorm van airplay, interviews, gastoptredens en (publiek-)sessie, werden volgende specifieke initiatieven gerealiseerd:

Radio 1

Radio 1 organiseerde muzieksessies met diverse artiesten en **promootte Vlaamse/Belgische muziek** via specials en acties zoals de '**100 op 1**' (top 100 van de Belgische muziek), de '**Radio**

1-sessies' en het nieuwe liveconcept 'Radio 1 speelt buiten'. Naar aanleiding van Het Beste Boek werden 10 nieuwe "Boeksongs" gemaakt die gebaseerd zijn op een Nederlandstalig boek.

Radio 2

Naast de bestaande initiatieven zoals Zomerhit, De Eregalerij, Viva Vlaanderen, ondersteunde radio 2 Vlaamse muziekproducties via allerlei nieuwe initiatieven. In 2015 zond Radio 2 voor het eerst **de Vlaamse 100** uit. De 100 beste songs uit Vlaanderen, gekozen door de luisteraars, **Helmut Lotti** stelde zijn nieuwe album Faith, Hope & Love live voor in de Marconistudio en naar aanleiding van de 100^{ste} verjaardag van Frank Sinatra brachten Vlaamse artiesten covers samen met de VRT Big Band.

KLARA

Naast de bestaande initiatieven als De Klara's, Supernova en Boektiel Klassiek, programmeerde Klara op 11 juli uitsluitend Vlaamse producties of werken van Vlaamse componisten. Dirigent Philippe Herreweghe (°1947) kreeg dit jaar de Klara Carrièreprijs.

MNM

MNM blijft dé afspraak met de hits, maar biedt muzikale verrassing en zoekt en steunt het jonge muzikalent in Vlaanderen via projecten als: Start to Dj, liftconcerten. En de jonge muzikant Lost Frequencies (Brusselaar met internationale faam) kreeg een plaats in het programmaschema vanaf september. Populaire hitmuziek en urban music zorgen voor een grote muzikale gemene deler tussen allochtone en autochtone jongeren en dragen in belangrijke mate bij tot het 'inclusieve' karakter van het net. Op 11 juli programmeert MNM uitsluitend Vlaamse muziekproducties.

STUBRU

Naast de redactionele aandacht die Vlaamse Muziek in zowat alle programma's krijgt, focust Stubru zich tijdens '**De Week Van Eigen Kweek**' een week lang op muziek uit Vlaanderen door uitsluitend Vlaamse muziekproducties te draaien. Voor de talentwedstrijd '**De Nieuwe Lichting 2015**' ontving Studio Brussel meer dan 600 inschrijvingen en de 3 winnaars kregen een forum op een showcase in AB en op Pukkelpop. Tijdens het weekend kregen nieuwe resident dj's hun eigen programma: **Discobaar A Moeder, Goe Vur in den Otto, Goldfox, Stavroz** en **Sheridan**. In **De Mixx** mocht een jonge, onbekende dj elke zaterdag een uur lang plaatjes draaien en in **All Night Long** nam een dj en zijn gasten een hele nacht de radio over.

Nederlandstalig Muziekaanbod

Actiepunt: Specifieke initiatieven ter ondersteuning van de Vlaamse muzieksector met als doel een groter aanbod creëren aan kwaliteitsvolle Nederlandstalige muziekproducties uit Vlaanderen. Directie Media voorziet hiervoor jaarlijks een specifiek productiebudget.

Radio 1

Naar aanleiding van Het Beste Boek werden 10 nieuwe Nederlandstalige '**Boeksongs**' gemaakt die gebaseerd zijn op een Nederlandstalig boek en voor de actie 'Heerlijk Helder' van Hautekiet maakte Raymond Van Het Groenewoud een passend Nederlandstalig lied.

Radio 2

Naast de Vlaamse Top 50, de Vlaamse Top 10 werd uitgebreid tot een lijst van 50 nieuwe Nederlandstalige Vlaamse releases, liet Radio 2 nieuwe Nederlandstalige nummers maken door Vlaamse artiesten (Urbanus, Slongs Dievanongs, Will Tura, ea). Naar aanleiding van Valentijn kregen 5 Vlaamse artiesten een compositieopdracht voor een Nederlandstalig **dialectnummer**. Op 2 augustus werd **Will Tura 75** endat vierde Radio 2 met een live-uitzending vanuit Veurne en de integrale uitzending van zijn verjaardagsconcert die avond.

Bijlage 10: Jaaroverzicht VRT-televisienetten (SD11)

Eén

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

Eén richt zich naar alle Vlamingen en wil alle doelgroepen op een gelijkmatige manier bereiken. Eén brengt daarom een breed totaalaanbod met een mix aan kwalitatieve programma's en genres.

Kernwaarden: empathie, authenticiteit, herkenbaarheid, optimisme, gastvrijheid en gedrevenheid.

Aanbod

Eén zette ook in 2015 in op een combinatie van vertrouwde en nieuwe programmatitels. Eén bracht een mix van verschillende programmagenres: nieuws en informatie, cultuur voor een breed publiek, Vlaamse fictie, documentairereeksen, sport en ontspanning.

Het nieuws- en informatieaanbod bleef ruim en goed bekeken met de Journaals, Koppen, Koppen XL, De zevende dag, Volt en De vrije markt. Bij de grote nieuwsmomenten werden extra journaals of uitzendingen verzorgd.

Niet door de nieuwsdienst geproduceerde programma's als Ten Oorlog, Via Annemie, Beroepen zonder Grenzen, Wedding Day, Reizen Waes en Voor hetzelfde geld gaven de kijker inzicht in het leven en de samenleving in Vlaanderen en elders in de wereld.

Nieuwe Vlaamse fictietitels in 2015 waren Tom en Harry, Nieuw Texas, Voor wat hoort Wat en T.

Online

Het bezoekersaantal van één.be steeg tot 106.713 gemiddelde bezoekers per dag (+16,0% tegenover 2014). Het aantal Facebookvrienden van Eén steeg met 37,1% tot 116 513 en het aantal Twitter-volgers steeg met 36,2% tot 61 972. Mede om ook jongeren optimaal te blijven bereiken startte Eén ook een Snapchat-kanaal en is ingezet op het gebruik van Instagram (19 500 volgers). Belangrijke FB-pagina's bleven ook in 2015 Thuis en Dagelijkse kost.

Voor programma's als Hallo Televisie, Ja Jan, Reizen Waes, Het sterkste netwerk, Dagelijkse kost en De allesweter is ingezet op een extra digitaal aanbod. Ten Oorlog II kreeg een apart digitaal

platform. Eén digitaal bracht ook digitale beleving vanop evenementen als De Mia's en de Thuisdag.

Acties en evenementen

Ook in 2015 werd de kijker uitgenodigd om Eén-evenementen en programma's live mee te maken:

- Mei: Thuisdag in Leuven

- Zomer: Pop Up Live op verschillende pleinen en locaties in Vlaanderen, Zomerhit in Blankenberge, de stoel van 1000 zonnen.

- Reizen: Eén-cruise naar de Middellandse Zee en Thuis-reis naar Bulgarije (betalende formule, line extensions).

- Vanaf augustus: nieuwe 360°/merkbelevingsaanpak, aangestuurd door een merkbelevingsverantwoordelijke bij het netmanagement. Marketing, communicatie, online, promodel en line extensions werken zo voortaan nauwer en op dagelijkse basis samen om de totaalbeleving van Eén voor de kijker te vergroten, ook wat acties en evenementen betreft.

* 16 augustus: seizoenslancering op luchthaven Zaventem: Eén en 30 tv-gezichten verrassen thuiskomende vakantiegangers en maken iedereen warm voor de programma's in het nieuwe tv-seizoen. Ondersteund door een stevige pers- en onlineaanpak en tv-imagospot voor een groot bereik. (Samenwerking marketing, persdienst, online, line extensions)

* oktober: n.a.v. het ingaan van de wintertijd roept de cast van Thuis iedereen in Kortrijk, Mechelen en Hasselt via het tv-signaal van Eén en online op om samen in een verwarmde tent en onder Thuisdekentjes naar de aflevering van die avond te kijken. Tot 700 fans per editie. (Samenwerking marketing, online, productie Thuis, line extensions).

Canvas

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

Canvas richt zich op de mediagebruiker die op zoek gaat naar verdieping en persoonlijke verrijking. Canvas brengt dan ook een gediversifieerd programma-aanbod met een mix van informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie.

Kernwaarden: impact, geloofwaardigheid, exploratie, alertheid, uitdaging, geestigheid en gretigheid.

Aanbod

In het voorjaar was er nieuws en duiding met programma's als Terzake en Reyers Laat. Daarnaast was er per dag een wekelijks afspraak rond vaste thema's. Op maandag was er exploratie en avontuur met programma's als Top Gear en Dangerous Roads gevolgd door Extra Time. Dinsdag werd gekenmerkt door Het voordeel van de twijfel waarin filosofische en maatschappelijke thema's aan bod kwamen en geschiedenisdocumentaires. Ook fictiereeksen waren van de partij. Op woensdag werden eigen geschiedenisprogramma's Land in de kering en 12 in 40 geserveerd. Ook was er aandacht voor jongeren in het programma Twintigers en aandacht voor architectuur en maatschappij in Archibelge. Donderdag werd gekenmerkt door natuurdocumentaires en Panorama. Vrijdag was er ruimte voor film, muziekdocumentaire en Alleen Elvis blijft bestaan. Zaterdag was er een afspraak met fictie en film. En zondag waren er Fans of Flanders en cultuur met De Canvasconnectie en cultuurdocumentaires.

Vanaf 24 augustus was er de vernieuwing waarbij Canvas toonaangevend wou zijn op gebied van informatie op 5 domeinen: politiek, kunst & cultuur, wetenschappen, economie & ondernemen en sport. Daarnaast wou Canvas ook een alternatief zijn op gebied van fictie en ontspanning.

- Politiek: Terzake verhuisde naar 22u30 en wordt elke werkdag uitgezonden. Het nieuwe actuaprogramma De afspraak startte om 20u30 en komt van maandag tot donderdag aan bod. Panorama verhuisde naar zondag en op vrijdag was er ook het politieke praatprogramma Keien van de Wetstraat. Radio Gaga was een programma dat vooral maatschappelijke thema's aan bod liet komen.
- Kunst & cultuur: Off The Record, Studio Flagey en Alleen Elvis blijft bestaan.
- Wetenschappen: Wetenschappen redt de wereld met "Misdaad loont niet meer", "10 miljard mensen voeden", "Stop de stress", "Nooit meer dood", "Stop de opwarming", "Redt ons uit de file", "Baby Makers: the Fertility Clinic", "Expedition to the End of the World", "The End of Memory", "Girls with Autism".
- Economie & ondernemen: "The Men Who Would Conquer China", "Silicon Wadi: A High Tech Soap Opera" (Start-ups in Tel Aviv),
- Sport: Extra Time, Slijk, Karakters reeks 3 en Spul.
- Fictie en ontspanning: Bevergem.

Acties en evenementen

Het programma Wetenschap redt de wereld bracht verschillende maatschappelijke uitdagingen onder de aandacht zoals files, misdaad, stress, klimaatsopwarming, doodgaan, ... Er werd met Plantyn Uitgeverij samengewerkt zodat de afleveringen van Wetenschap redt de wereld afzonderlijk getoond konden worden in de lessen. Deze content wordt nu geïntegreerd in studiepakketten van middelbare scholen. Scholen hadden toegang tot deze content nog voor ze werden uitgezonden.

Tot slot waren er meet & greets met kunstenaars uit Canvasconnectie (Stan Douglas en Otobong Nkanga) en werden er gastoptredens van De Bevergem Band en Radio Gaga in het kader van De Warmste Week georganiseerd.

OP12/Ketnet

OP12 was het derde kanaal van de VRT dat overdag ingevuld wordt door Ketnet en na 20u00 ruimte biedt voor specifieke doelgroepen (o.a. jongeren en buitenlanders in Vlaanderen). OP12 stopte op 1 januari 2015 in onderlinge afspraak tussen de VRT en de Vlaamse regering, mede als gevolg van de besparingen opgelegd in 2015.

Ketnet

Ketnet heeft als missie met een hedendaagse en creatieve mediabeleving in te spelen op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Kinderen groeien mee met Ketnet, en Ketnet groeit mee met de kinderen.

Kernwaarden: (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht.

Aanbod

Onze programmering is gebaseerd op ontwikkelingspsychologische vaardigheden, opgebouwd volgens het ritme van het kind en van de dag. Dat zorgt voor een mix tussen vertrouwde titels/vaste

waarden, en voldoende vernieuwing/innovatie. Dagelijkse bieden we onder meer lokaal geproduceerde programma's rond thema's en interesses van kinderen, kwalitatieve fictie, nieuws op kindermaat in Karrewiet en maandelijks duiding in Karrewiet Plus aan. Er is ook heel wat aandacht voor cultuur, actualiteit en educatie in verschillende vormen en doorheen verschillende programma's/projecten. Onze 6 wrappers zorgen telkens voor een goede omkadering en leuke gidsfunctie.

Het aanbod van Ketnet bedekt een brede waaier: informatie (zoals Karrewiet en Karrewiet Plus), cultuur (Kapitein Winokio Grote Notenboot, Symfollies, wrap), educatie (Geonauten, Ben ik familie van), avontuur (Helden, Nachtwacht), humor (Oma en Oma, Lekker windje), quiz (zoals Oude Taart), fictie (De zoon van Artan, D5R, Ghost Rockers, Trollie) en tenslotte liveshows (Kingsize Live, Ketnet Musical).

We proberen onze kijkers ook zoveel mogelijk te betrekken via ketnet.be: vraag van de dag, polls, inzendingen sturen, reageren op vragen, mogelijkheid tot vragen stellen aan gasten in de studio,...

Maar er is meer dan tv alleen. Met evenementen zoals de Ketnet Zomertour zijn we aanwezig in het hele land. Ook de intrede van de Sint en Pennenzakkenrock staat jaarlijks op onze agenda. We werken ook structureel samen met verschillende organisaties zoals bijvoorbeeld het jeugdfilmfestival van Antwerpen. Naar aanleiding van het grootouderproject lanceerde we een lessenpakket voor scholen en met de Sintfilm waren we in 2015 ook voor het eerst ook vertegenwoordigd in de bioscoop.

Acties en evenementen

Ketnet organiseerde samen met Kom Op Tegen Kanker de actie De pet op tegen kanker. Met een themalied en veel redactionele aandacht riepen we alle kinderen op om hun pet de pimpen en deze pet op te zetten op 21 oktober. Die dag werd Ketnet Petnet. Met de opbrengst van deze actie kunnen kinderen met kanker op zomerkamp.

Op woensdagnamiddag 1 april riepen we alle Ketnetters op om buiten te gaan spelen, de zogenaamde 'Buitenspeeldag'. Er werden die namiddag geen programma's uitgezonden en ook de website kon niet gebruikt worden. Deze actie kwam tot stand met het ministerie van Jeugd. Ook andere kinderzenders Nickelodeon en VTM Kzoom doen mee aan dit initiatief.

In het voorjaar organiseerde Ketnet de eerste Heldendag in Bokrijk. Die dag konden alle Ketnetters de 4 Helden ontmoeten en zich uitleven op verschillende parcours.

Maar daarnaast hadden we nog een hele reeks eigen events zoals Ketnet Musical, Ghost Rockers-fandagen, Ketnet-fandagen, Ketnet Carnaval, D5R-fandagen, Ketnet Halloween en Ketnet Kerst. Tijdens de zomer trokken we rond met de Zomertour. Op verschillende locaties in Vlaanderen konden kinderen en hun ouders gratis terecht voor leuke optredens en meet & greets.

Het najaar van Ketnet stond in het teken van een grootouderproject. De relatie tussen kinderen en hun grootouders is dan ook heel belangrijk. We maakten tal van programma's (zoals Oude taart, Ben ik familie van? en Viva Bomma) rond dit thema. Daarnaast was er ook het onlineplatform Het Stambos. Hier werden kinderen aangezet om in interactie te gaan met hun grootouders en een persoonlijke stamboom te maken. Er werden tijdens dit project zo'n 30.000 stambomen gemaakt. Aansluitend bij dit project werd er ook (in samenwerking met Familiekunde Vlaanderen) een lessenpakket gemaakt voor scholen.

Voor de kleinste Ketnetters trok Kaatje opnieuw door Vlaanderen met een tweede theatershow.

Ketnet werkt ook mee aan de allereerste Vlaamse sintfilm. Deze kwam in oktober in de zalen en wist meer dan 100.000 kinderen en hun ouders te bereiken.

Bijlage 11: Publicaties van Cobra.be content bij cultuurpartners in 2015

Als gevolg van de besparingen opgelegd in 2015 werd in onderlinge afspraak tussen de VRT en de Vlaamse minister van Media beslist dat Cobra.be als actieve site zou stoppen. De publicaties van cobra.be zijn gestopt tegen de zomer van 2015.

Cultuurpartner	Vanaf	Publicatie	Duur
Rosas	11/01/15	delen van een artikel uit "Dag op dag" over AT DE Keersmaecker	tijdelijk
deFilharmonie	26/01/15	delen van een artikel over de Klaraprijs aan Philippe Herreweghe	tijdelijk
Modemuseum Hasselt	31/01/15	delen van een artikel over Paul Smith op facebook	tijdelijk
B'Rock	2/02/15	delen van een artikel over B'Rock en Stabat Mater op facebook	tijdelijk
Muziek Publique	4/02/15	delen van een artikel over Adesa Life in de nieuwsbrief	tijdelijk
Beursschouwburg	9/02/15	themawidget ivm 50e verjaardag op home- en themapagina	permanent
CC Deurne	10/02/15	delen van een artikel over Pascale Platel op website en nieuwsbrief	tijdelijk
Dr Guislain	20/02/15	delen van een artikel over expo Dooreman op facebook	tijdelijk
Muntpunt	2/03/15	Integratie van archief in nieuwsbrief	tijdelijk
Conservatorium Brussel	7/03/15	delen van een artikel over Wolfgang Rihm	tijdelijk
Be Culture	13/03/15	delen van een artikel over Zita Swoon Group	tijdelijk
De Morgen	6/05/15	artikel over twittergebruik van de jury DeZes/LesSix	tijdelijk
TV Brussel	6/05/15	delen van een artikel over DeZes/lesSix op twitter	tijdelijk
Kasteel d'Ursel	8/05/15	delen van een artikel op facebook over "Sweet 18"	tijdelijk

Abattoir Fermé	9/05/15	delen van een artikel op facebook over "Alice"	tijdelijk
Tristero	12/05/15	quote van een recensie in nieuwsbrief	tijdelijk
Troubleyn	27/06/15	delen van een artikel over Mount Olympus op site en facebook	tijdelijk
Amuz + Alamire	25/06/15	delen van een repo op de site, nieuwsbrief en facebook over de expo	tijdelijk

Bijlage 12: Overzicht evenementiële streaming (SD14)

In 2015 bood Deredactie.be naast de vaste programma's (Het Journaal 13u, journaal 19u met VGT en Villa Politica) ook bij grote evenementen livestreaming aan zoals bij de zonsverduistering, de herdenking van de slag bij Waterloo, de uitreiking van de Nobelprijs voor de vrede, of het slot van de Marathonradio van MNM.

Een overzichtslijst van de evenementenstreaming van Deredactie.be vindt u hieronder:

24/12/15	Slot Music for life
08/12/15	Ekolecture Leuven, Guy Verhofstadt
01/12/15	Persco Doel 1 en Doel 2
22/11/15	Persco politieacties Brussel
11/11/15	Last Post-ceremonie Ieper
09/11/15	Persco WADA doping atletiek
06/11/15	Persco nieuwe aartsbisschop
25/10/15	Hans Rosling
13/10/15	Beleidsverklaring Charles Michel
09/10/15	Nobelprijs Vrede
22/09/15	Gastcollege Bart De Wever Ugent
13/09/15	Persco De Mazière asielbeleid Duitsland
23/07/15	Persco begroting / taxshift
08/07/15	Toespraak Tsipras Europees Parlement
27/06/15	Verklaring Dijsselbloem
19/06/15	Re-enactment Waterloo
18/06/15	Herdenking Waterloo
05/06/15	Slot Marathonradio MNM
27/05/15	Persco FIFA
07/05/15	Uitreiking Belfius Persprijzen
04/05/15	Groot Kopstukkendebat Leuven
29/04/15	100 stemmen, Rudi Vranckx
18/04/15	Livestream Woordfront
25/03/15	Persco Germanwings
20/03/15	Zonsverduistering
17/03/15	Lezing Rudi Vranckx Ugent
22/01/15	Persco ECB, Mario Draghi

21/01/15	State of the union Obama
16/01/15	Persco kabinet antiterreur
16/01/15	Persco federaal parket antiterreur

Bijlage 13: Aanbod op aanvraag (SD14)

Omdat er geen uniforme naamgeving van de videoclips gebeurde bij het publiceren op de websites, is het niet altijd uit te maken of het om volledige afleveringen gaat, previews of opgeknipte fragmenten, zodoende kunnen er geen precieze cijfers geleverd worden.

Men kan stellen dat voor de volgende programma's er per integrale aflevering op Deredactie.be de volgende aantallen starts geteld worden op:

- Vranckx: gem. 6.500 met piekaflevering tot 15.000
- Volt: gem. 10.000 met piekaflevering tot 18.000
- Reyers Laat: gem. 8.000 met piekaflevering tot 94.000 (debat Vermeersch-DeWever)
- Panorama: gem. 9.000 met piekaflevering tot 27.000

Voor Extra Time gelden startaantallen tussen de 20.000 en 30.000 met uitschieters tot bijna 40.000 starts. Extra Time blijft het populairste online programma op onze themasites

Gezien Canvas.be de rol van Cobra.be overnam qua cultuur, vinden we ook hier ons online cultuuraanbod terug: Alleen Elvis blijft bestaan kent gem. 6.000 starts en Canvasconnectie gem. 1.500 starts per integrale aflevering

Bijlage 14: Overzicht waarderingcijfers nieuwsaanbod

	Waardering
30.000STE LAST POST	8,80
DE AFSPRAAK	7,86
DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT	8,09
DE VRIJE MARKT	8,03
DE ZEVENDE DAG	7,84
EXTRA JOURNAAL	8,65
HET 1 UUR-JOURNAAL	8,02
HET 6 UUR-JOURNAAL	8,27
HET 7 UUR-JOURNAAL	8,28

HET 8 UUR-JOURNAAL	7,96
HET JOURNAAL LAAT	8,34
JAAROVERZICHT	8,20
KARREWIET	n.a
KARREWIET PLUS	n.a
KOPPEN	8,39
KOPPEN XL	8,39
LAST POST IEPER	n.a
LOGIN	n.a
NATIONAAL DEFILE	n.a
PANORAMA	8,42
REGERINGSMEDEDELING	n.a
REGERINGSMEDEDELING OPEN MONUMENTENDAG	6,60
REYERS LAAT	8,12
TER ZAKE	8,11
TOESPRAAK KONING	7,65
VILLA POLITICA	8,04
VOLT	8,16
VRANCKX	8,57
VRT NIEUWS LIVE	8,20
WAT NU? VRAGEN NA PARIJS	8,10
WIELERJAAROVERZICHT	n.a
[TOTAL]	8,19

Bijlage 15: Bereik VRT-nieuws op VRT-televisienetten (overzicht op dagbasis - SD17)

DATUM	NIEUWSBEREIK dagbasis	VRT DAGBEREIK 15'Cons	PERFO	NORM
01/01/2015	2.237.473	3.468.875	64,5%	60%

Toezichtsrapport VRT - 2015

02/01/2015	2.167.470	3.052.449	71,0%	60%
03/01/2015	2.081.242	2.943.431	70,7%	60%
04/01/2015	2.258.038	3.248.032	69,5%	60%
05/01/2015	2.475.371	3.136.653	78,9%	60%
06/01/2015	2.369.876	3.218.526	73,6%	60%
07/01/2015	2.581.398	3.198.151	80,7%	60%
08/01/2015	2.462.488	3.227.280	76,3%	60%
09/01/2015	2.483.057	3.116.329	79,7%	60%
10/01/2015	2.350.029	2.788.204	84,3%	60%
11/01/2015	2.335.788	3.467.402	67,4%	60%
12/01/2015	2.529.309	3.105.544	81,4%	60%
13/01/2015	2.388.298	3.035.205	78,7%	60%
14/01/2015	2.314.737	3.055.448	75,8%	60%
15/01/2015	2.738.427	3.158.292	86,7%	60%
16/01/2015	2.173.511	2.961.093	73,4%	60%
17/01/2015	2.067.690	2.675.986	77,3%	60%
18/01/2015	2.292.260	3.394.910	67,5%	60%
19/01/2015	2.549.723	3.210.075	79,4%	60%
20/01/2015	2.259.353	3.206.740	70,5%	60%
21/01/2015	2.337.595	3.115.917	75,0%	60%
22/01/2015	2.400.185	3.196.243	75,1%	60%
23/01/2015	2.053.163	3.046.476	67,4%	60%
24/01/2015	2.145.773	2.593.863	82,7%	60%
25/01/2015	2.314.527	3.434.731	67,4%	60%
26/01/2015	2.492.419	3.215.171	77,5%	60%
27/01/2015	2.241.879	3.054.420	73,4%	60%
28/01/2015	2.292.423	3.095.671	74,1%	60%
29/01/2015	2.251.753	3.071.506	73,3%	60%
30/01/2015	1.953.317	2.918.176	66,9%	60%
31/01/2015	1.992.936	2.597.061	76,7%	60%
01/02/2015	2.319.592	3.554.626	65,3%	60%
02/02/2015	2.547.493	3.221.699	79,1%	60%
03/02/2015	2.298.145	3.164.741	72,6%	60%
04/02/2015	2.307.877	3.183.816	72,5%	60%
05/02/2015	2.437.155	3.110.385	78,4%	60%
06/02/2015	2.068.566	2.876.231	71,9%	60%
07/02/2015	2.091.969	2.861.681	73,1%	60%
08/02/2015	2.051.362	3.200.804	64,1%	60%
09/02/2015	2.407.245	3.135.286	76,8%	60%
10/02/2015	2.226.254	3.079.298	72,3%	60%
11/02/2015	2.189.491	3.129.974	70,0%	60%
12/02/2015	2.149.564	3.057.880	70,3%	60%
13/02/2015	1.937.035	2.788.819	69,5%	60%
14/02/2015	1.949.439	2.484.825	78,5%	60%
15/02/2015	1.958.335	2.954.534	66,3%	60%
16/02/2015	2.413.951	3.122.393	77,3%	60%
17/02/2015	2.132.444	3.039.316	70,2%	60%
18/02/2015	2.151.570	3.096.521	69,5%	60%
19/02/2015	2.125.278	3.152.626	67,4%	60%
20/02/2015	1.969.325	2.981.779	66,0%	60%

Toezichtsrapport VRT - 2015

21/02/2015	1.889.643	2.679.411	70,5%	60%
22/02/2015	2.088.686	3.100.141	67,4%	60%
23/02/2015	2.339.409	3.036.533	77,0%	60%
24/02/2015	2.265.812	3.105.223	73,0%	60%
25/02/2015	2.267.536	3.057.957	74,2%	60%
26/02/2015	2.105.402	3.207.166	65,6%	60%
27/02/2015	1.901.810	2.794.152	68,1%	60%
28/02/2015	1.994.398	2.811.009	70,9%	60%
01/03/2015	2.191.752	3.441.462	63,7%	60%
02/03/2015	2.397.816	3.050.237	78,6%	60%
03/03/2015	2.222.932	3.065.699	72,5%	60%
04/03/2015	2.227.002	3.038.273	73,3%	60%
05/03/2015	2.173.793	2.943.586	73,8%	60%
06/03/2015	1.996.010	2.847.893	70,1%	60%
07/03/2015	1.801.962	2.589.952	69,6%	60%
08/03/2015	2.019.873	3.146.587	64,2%	60%
09/03/2015	2.354.550	2.995.816	78,6%	60%
10/03/2015	2.271.335	3.167.624	71,7%	60%
11/03/2015	2.046.998	2.931.521	69,8%	60%
12/03/2015	2.026.221	3.044.997	66,5%	60%
13/03/2015	1.960.958	2.723.057	72,0%	60%
14/03/2015	1.810.272	2.542.711	71,2%	60%
15/03/2015	2.221.206	3.268.005	68,0%	60%
16/03/2015	2.272.739	3.014.226	75,4%	60%
17/03/2015	2.056.476	2.963.479	69,4%	60%
18/03/2015	2.017.180	2.791.597	72,3%	60%
19/03/2015	2.122.319	3.146.109	67,5%	60%
20/03/2015	1.865.749	2.686.707	69,4%	60%
21/03/2015	1.864.041	2.524.953	73,8%	60%
22/03/2015	1.980.663	3.649.962	54,3%	60%
23/03/2015	2.284.056	2.990.179	76,4%	60%
24/03/2015	2.310.728	3.085.255	74,9%	60%
25/03/2015	2.379.777	3.218.023	74,0%	60%
26/03/2015	2.640.669	2.986.338	88,4%	60%
27/03/2015	1.976.656	2.811.168	70,3%	60%
28/03/2015	2.027.649	3.058.964	66,3%	60%
29/03/2015	2.441.179	3.485.761	70,0%	60%
30/03/2015	2.277.980	2.962.148	76,9%	60%
31/03/2015	2.229.306	3.394.488	65,7%	60%
01/04/2015	2.176.414	2.961.591	73,5%	60%
02/04/2015	2.682.576	2.940.031	91,2%	60%
03/04/2015	1.906.949	2.713.459	70,3%	60%
04/04/2015	1.845.663	2.519.654	73,3%	60%
05/04/2015	2.189.936	3.310.413	66,2%	60%
06/04/2015	2.125.048	2.792.047	76,1%	60%
07/04/2015	1.727.024	2.712.805	63,7%	60%
08/04/2015	1.664.524	2.702.384	61,6%	60%
09/04/2015	1.918.146	2.478.525	77,4%	60%
10/04/2015	1.454.749	2.345.928	62,0%	60%
11/04/2015	1.758.362	2.166.228	81,2%	60%

12/04/2015	1.666.458	3.042.782	54,8%	60%
13/04/2015	2.047.225	2.798.043	73,2%	60%
14/04/2015	1.692.050	2.792.079	60,6%	60%
15/04/2015	1.692.056	2.681.819	63,1%	60%
16/04/2015	2.022.501	2.979.996	67,9%	60%
17/04/2015	1.768.915	2.647.913	66,8%	60%
18/04/2015	1.513.916	2.332.759	64,9%	60%
19/04/2015	1.747.505	3.039.149	57,5%	60%
20/04/2015	1.975.008	2.696.776	73,2%	60%
21/04/2015	1.755.824	2.566.348	68,4%	60%
22/04/2015	2.045.404	2.815.015	72,7%	60%
23/04/2015	2.078.912	2.884.777	72,1%	60%
24/04/2015	1.523.289	2.464.117	61,8%	60%
25/04/2015	1.790.867	2.208.993	81,1%	60%
26/04/2015	2.121.110	3.015.790	70,3%	60%
27/04/2015	2.221.959	2.863.007	77,6%	60%
28/04/2015	1.937.222	2.793.972	69,3%	60%
29/04/2015	2.266.801	2.875.500	78,8%	60%
30/04/2015	2.139.781	2.619.005	81,7%	60%
01/05/2015	1.615.822	2.604.292	62,0%	60%
02/05/2015	1.663.736	2.247.801	74,0%	60%
03/05/2015	1.771.945	2.933.437	60,4%	60%
04/05/2015	2.147.271	2.815.631	76,3%	60%
05/05/2015	1.884.870	2.686.018	70,2%	60%
06/05/2015	2.168.652	2.682.443	80,8%	60%
07/05/2015	2.204.969	2.755.126	80,0%	60%
08/05/2015	1.662.327	2.498.819	66,5%	60%
09/05/2015	1.718.555	2.445.743	70,3%	60%
10/05/2015	1.621.471	2.591.076	62,6%	60%
11/05/2015	1.981.331	2.833.122	69,9%	60%
12/05/2015	1.818.953	2.609.148	69,7%	60%
13/05/2015	2.016.286	2.651.500	76,0%	60%
14/05/2015	2.155.997	2.758.555	78,2%	60%
15/05/2015	1.726.690	2.675.615	64,5%	60%
16/05/2015	1.672.282	2.204.727	75,8%	60%
17/05/2015	1.716.634	2.702.753	63,5%	60%
18/05/2015	2.262.876	2.934.600	77,1%	60%
19/05/2015	2.100.663	3.038.986	69,1%	60%
20/05/2015	2.314.172	2.885.964	80,2%	60%
21/05/2015	2.019.260	2.892.485	69,8%	60%
22/05/2015	1.683.591	2.573.336	65,4%	60%
23/05/2015	1.789.123	3.240.616	55,2%	60%
24/05/2015	1.587.795	2.523.832	62,9%	60%
25/05/2015	2.288.130	3.056.849	74,9%	60%
26/05/2015	1.871.617	2.822.561	66,3%	60%
27/05/2015	2.101.225	2.931.797	71,7%	60%
28/05/2015	2.174.436	2.811.110	77,4%	60%
29/05/2015	1.759.865	2.783.998	63,2%	60%
30/05/2015	1.707.138	2.459.952	69,4%	60%
31/05/2015	1.996.665	2.938.458	67,9%	60%

01/06/2015	2.181.285	2.766.243	78,9%	60%
02/06/2015	1.952.713	2.908.063	67,1%	60%
03/06/2015	2.195.202	2.876.927	76,3%	60%
04/06/2015	1.952.162	2.492.960	78,3%	60%
05/06/2015	1.607.622	2.577.308	62,4%	60%
06/06/2015	1.520.167	2.117.922	71,8%	60%
07/06/2015	1.666.991	2.457.804	67,8%	60%
08/06/2015	2.102.708	2.707.746	77,7%	60%
09/06/2015	1.776.610	2.601.116	68,3%	60%
10/06/2015	2.112.208	2.766.000	76,4%	60%
11/06/2015	1.950.093	2.536.903	76,9%	60%
12/06/2015	1.892.345	3.111.105	60,8%	60%
13/06/2015	1.470.048	2.106.285	69,8%	60%
14/06/2015	1.629.431	2.276.049	71,6%	60%
15/06/2015	2.072.061	2.730.065	75,9%	60%
16/06/2015	1.829.442	2.572.437	71,1%	60%
17/06/2015	1.939.576	2.641.549	73,4%	60%
18/06/2015	2.233.540	2.850.079	78,4%	60%
19/06/2015	1.752.822	2.580.509	67,9%	60%
20/06/2015	1.551.800	2.267.824	68,4%	60%
21/06/2015	1.749.238	2.629.165	66,5%	60%
22/06/2015	2.231.916	2.919.538	76,4%	60%
23/06/2015	1.927.301	2.914.268	66,1%	60%
24/06/2015	2.024.068	2.634.392	76,8%	60%
25/06/2015	1.536.572	2.433.665	63,1%	60%
26/06/2015	1.753.641	2.659.198	65,9%	60%
27/06/2015	1.442.761	1.893.399	76,2%	60%
28/06/2015	1.656.057	2.547.873	65,0%	60%
29/06/2015	1.694.354	2.382.480	71,1%	60%
30/06/2015	1.559.587	2.164.506	72,1%	60%
01/07/2015	1.654.084	2.297.997	72,0%	60%
02/07/2015	1.618.827	2.238.345	72,3%	60%
03/07/2015	1.305.791	2.032.058	64,3%	60%
04/07/2015	1.629.086	2.185.260	74,5%	60%
05/07/2015	2.057.259	2.583.277	79,6%	60%
06/07/2015	1.806.193	2.685.473	67,3%	60%
07/07/2015	1.830.042	2.656.877	68,9%	60%
08/07/2015	1.709.100	2.728.496	62,6%	60%
09/07/2015	1.881.870	2.748.444	68,5%	60%
10/07/2015	1.513.844	2.442.219	62,0%	60%
11/07/2015	1.492.044	2.423.437	61,6%	60%
12/07/2015	1.960.412	2.723.301	72,0%	60%
13/07/2015	1.911.766	2.552.496	74,9%	60%
14/07/2015	1.607.512	2.579.406	62,3%	60%
15/07/2015	1.779.716	2.639.433	67,4%	60%
16/07/2015	1.703.804	2.520.561	67,6%	60%
17/07/2015	1.638.530	2.562.869	63,9%	60%
18/07/2015	1.466.429	2.251.087	65,1%	60%
19/07/2015	1.743.530	2.452.118	71,1%	60%
20/07/2015	1.800.781	2.634.716	68,3%	60%

Toezichtsrapport VRT - 2015

21/07/2015	1.706.600	2.424.015	70,4%	60%
22/07/2015	1.618.351	2.516.490	64,3%	60%
23/07/2015	1.654.952	2.393.079	69,2%	60%
24/07/2015	1.660.310	2.534.505	65,5%	60%
25/07/2015	1.729.379	2.609.295	66,3%	60%
26/07/2015	1.913.786	2.578.809	74,2%	60%
27/07/2015	1.804.743	2.568.615	70,3%	60%
28/07/2015	1.531.613	2.272.575	67,4%	60%
29/07/2015	1.572.950	2.225.468	70,7%	60%
30/07/2015	1.622.548	2.312.900	70,2%	60%
31/07/2015	1.286.649	2.150.747	59,8%	60%
01/08/2015	1.259.252	1.861.871	67,6%	60%
02/08/2015	1.614.055	2.098.048	76,9%	60%
03/08/2015	1.688.910	2.429.479	69,5%	60%
04/08/2015	1.584.535	2.408.632	65,8%	60%
05/08/2015	1.595.981	2.311.562	69,0%	60%
06/08/2015	1.575.833	2.306.093	68,3%	60%
07/08/2015	1.398.832	2.173.923	64,3%	60%
08/08/2015	1.348.506	1.842.997	73,2%	60%
09/08/2015	1.410.489	2.160.171	65,3%	60%
10/08/2015	1.685.435	2.342.860	71,9%	60%
11/08/2015	1.446.816	2.381.838	60,7%	60%
12/08/2015	1.509.567	2.297.154	65,7%	60%
13/08/2015	1.623.616	2.509.679	64,7%	60%
14/08/2015	1.408.898	2.282.365	61,7%	60%
15/08/2015	1.685.284	2.311.605	72,9%	60%
16/08/2015	1.503.917	2.370.563	63,4%	60%
17/08/2015	1.740.481	2.517.828	69,1%	60%
18/08/2015	1.671.818	2.469.924	67,7%	60%
19/08/2015	1.566.355	2.262.549	69,2%	60%
20/08/2015	1.599.761	2.362.364	67,7%	60%
21/08/2015	1.291.201	1.904.267	67,8%	60%
22/08/2015	1.259.578	1.656.632	76,0%	60%
23/08/2015	1.649.137	2.519.364	65,5%	60%
24/08/2015	1.897.166	2.615.791	72,5%	60%
25/08/2015	1.713.814	2.593.303	66,1%	60%
26/08/2015	1.718.326	2.468.294	69,6%	60%
27/08/2015	1.811.983	2.741.857	66,1%	60%
28/08/2015	1.431.769	2.281.111	62,8%	60%
29/08/2015	1.279.394	1.906.114	67,1%	60%
30/08/2015	1.648.137	2.435.298	67,7%	60%
31/08/2015	2.212.118	2.917.908	75,8%	60%
01/09/2015	1.884.933	2.713.190	69,5%	60%
02/09/2015	2.152.633	2.893.452	74,4%	60%
03/09/2015	2.012.486	3.220.305	62,5%	60%
04/09/2015	1.719.828	2.549.423	67,5%	60%
05/09/2015	1.664.898	2.374.855	70,1%	60%
06/09/2015	1.944.605	3.017.849	64,4%	60%
07/09/2015	2.108.061	2.793.922	75,5%	60%
08/09/2015	1.753.778	2.584.535	67,9%	60%

09/09/2015	1.896.221	2.612.848	72,6%	60%
10/09/2015	1.788.858	2.695.192	66,4%	60%
11/09/2015	1.607.846	2.565.648	62,7%	60%
12/09/2015	1.756.080	2.467.449	71,2%	60%
13/09/2015	1.891.546	2.880.238	65,7%	60%
14/09/2015	2.101.784	2.689.208	78,2%	60%
15/09/2015	1.505.781	2.566.255	58,7%	60%
16/09/2015	2.162.529	2.811.541	76,9%	60%
17/09/2015	1.907.555	2.887.211	66,1%	60%
18/09/2015	1.739.554	2.592.823	67,1%	60%
19/09/2015	1.671.383	2.245.641	74,4%	60%
20/09/2015	1.525.052	2.781.388	54,8%	60%
21/09/2015	2.162.885	2.767.874	78,1%	60%
22/09/2015	1.923.721	2.745.829	70,1%	60%
23/09/2015	2.175.757	2.939.810	74,0%	60%
24/09/2015	1.990.198	2.747.513	72,4%	60%
25/09/2015	1.649.463	2.612.049	63,1%	60%
26/09/2015	1.594.842	2.397.807	66,5%	60%
27/09/2015	1.704.883	2.691.320	63,3%	60%
28/09/2015	2.163.154	2.845.348	76,0%	60%
29/09/2015	1.835.123	2.835.631	64,7%	60%
30/09/2015	1.987.714	2.842.522	69,9%	60%
01/10/2015	1.930.396	2.966.185	65,1%	60%
02/10/2015	1.681.265	2.657.783	63,3%	60%
03/10/2015	1.598.004	2.413.753	66,2%	60%
04/10/2015	1.984.806	2.934.226	67,6%	60%
05/10/2015	2.252.076	2.899.504	77,7%	60%
06/10/2015	2.040.011	2.900.554	70,3%	60%
07/10/2015	2.201.326	3.054.685	72,1%	60%
08/10/2015	1.963.927	2.923.255	67,2%	60%
09/10/2015	1.826.363	2.603.759	70,1%	60%
10/10/2015	2.147.803	3.079.872	69,7%	60%
11/10/2015	2.079.994	3.068.094	67,8%	60%
12/10/2015	2.017.317	2.718.305	74,2%	60%
13/10/2015	2.324.699	3.489.744	66,6%	60%
14/10/2015	2.417.424	3.066.712	78,8%	60%
15/10/2015	1.983.548	2.883.679	68,8%	60%
16/10/2015	1.805.422	2.736.049	66,0%	60%
17/10/2015	1.706.079	2.461.766	69,3%	60%
18/10/2015	2.077.218	3.114.239	66,7%	60%
19/10/2015	2.257.295	2.875.908	78,5%	60%
20/10/2015	1.869.926	2.861.501	65,3%	60%
21/10/2015	2.231.892	3.078.706	72,5%	60%
22/10/2015	2.090.481	3.031.540	69,0%	60%
23/10/2015	1.783.559	2.665.238	66,9%	60%
24/10/2015	1.771.505	2.470.035	71,7%	60%
25/10/2015	1.965.666	3.069.727	64,0%	60%
26/10/2015	2.051.203	2.942.596	69,7%	60%
27/10/2015	1.969.182	3.042.561	64,7%	60%
28/10/2015	2.197.052	2.965.587	74,1%	60%

Toezichtsrapport VRT - 2015

29/10/2015	1.919.306	2.812.334	68,2%	60%
30/10/2015	1.684.801	2.612.878	64,5%	60%
31/10/2015	1.661.343	2.347.703	70,8%	60%
01/11/2015	1.793.680	2.741.785	65,4%	60%
02/11/2015	2.094.649	3.009.919	69,6%	60%
03/11/2015	1.939.742	2.874.349	67,5%	60%
04/11/2015	2.180.212	2.900.769	75,2%	60%
05/11/2015	2.072.744	3.001.985	69,0%	60%
06/11/2015	1.858.206	2.691.823	69,0%	60%
07/11/2015	1.676.595	2.633.789	63,7%	60%
08/11/2015	2.092.472	3.058.189	68,4%	60%
09/11/2015	2.088.310	2.990.933	69,8%	60%
10/11/2015	1.922.697	2.877.237	66,8%	60%
11/11/2015	2.388.694	3.322.866	71,9%	60%
12/11/2015	2.024.063	2.939.740	68,9%	60%
13/11/2015	2.492.844	3.244.452	76,8%	60%
14/11/2015	2.885.597	3.264.162	88,4%	60%
15/11/2015	2.448.296	3.360.794	72,8%	60%
16/11/2015	2.388.354	3.070.484	77,8%	60%
17/11/2015	2.660.935	3.111.732	85,5%	60%
18/11/2015	2.506.967	3.084.751	81,3%	60%
19/11/2015	2.247.906	3.031.223	74,2%	60%
20/11/2015	2.087.690	2.844.327	73,4%	60%
21/11/2015	2.431.008	2.935.019	82,8%	60%
22/11/2015	2.743.351	3.487.911	78,7%	60%
23/11/2015	2.385.169	3.123.583	76,4%	60%
24/11/2015	2.286.588	3.171.797	72,1%	60%
25/11/2015	2.490.706	3.076.584	81,0%	60%
26/11/2015	2.404.939	3.151.738	76,3%	60%
27/11/2015	1.962.495	2.874.717	68,3%	60%
28/11/2015	1.944.525	2.825.922	68,8%	60%
29/11/2015	2.182.805	3.260.448	66,9%	60%
30/11/2015	2.143.046	3.060.301	70,0%	60%
01/12/2015	2.082.547	3.115.972	66,8%	60%
02/12/2015	2.354.474	3.048.929	77,2%	60%
03/12/2015	2.196.912	3.046.939	72,1%	60%
04/12/2015	1.958.167	2.706.113	72,4%	60%
05/12/2015	1.956.768	2.652.346	73,8%	60%
06/12/2015	2.197.304	3.258.621	67,4%	60%
07/12/2015	2.028.343	2.981.231	68,0%	60%
08/12/2015	1.973.677	3.045.223	64,8%	60%
09/12/2015	2.185.317	2.779.090	78,6%	60%
10/12/2015	2.238.621	3.086.487	72,5%	60%
11/12/2015	1.977.990	2.818.257	70,2%	60%
12/12/2015	1.801.108	2.660.714	67,7%	60%
13/12/2015	2.301.482	3.200.857	71,9%	60%
14/12/2015	2.063.663	3.000.989	68,8%	60%
15/12/2015	1.989.871	3.038.641	65,5%	60%
16/12/2015	2.162.362	2.957.840	73,1%	60%
17/12/2015	1.958.347	2.824.308	69,3%	60%

18/12/2015	1.910.940	2.772.359	68,9%	60%
19/12/2015	1.946.103	2.764.854	70,4%	60%
20/12/2015	2.130.538	3.226.743	66,0%	60%
21/12/2015	2.368.772	3.201.284	74,0%	60%
22/12/2015	1.985.501	3.168.784	62,7%	60%
23/12/2015	2.038.638	3.087.629	66,0%	60%
24/12/2015	1.623.506	2.816.232	57,6%	60%
25/12/2015	2.037.763	2.960.823	68,8%	60%
26/12/2015	2.121.854	2.805.592	75,6%	60%
27/12/2015	2.131.535	3.134.278	68,0%	60%
28/12/2015	2.241.236	2.942.337	76,2%	60%
29/12/2015	2.117.005	3.155.566	67,1%	60%
30/12/2015	2.352.778	2.947.418	79,8%	60%
31/12/2015	1.719.874	2.955.715	58,2%	60%
GEMIDDELDE	1.971.964	2.793.443	70,520	60%

Bijlage 16: Overzicht pop-up correspondenten 2015 (SD17)

Overzicht pop-upcorrespondenten 2015 (SD17)

- Popup deradicalisering (Rudi Vranckx)
- Popup Venezuela (mattias Tuyls)
- Polish Power (Marc Peirs)
- Afrika Anders (Stijn Vercruysse)
- De Zijderoute (Stefan Blommaert)
- De vluchtelingenroute (Vercruysse-Vaznderschoot-Vranckx)
- De IS-route (Vranckx)
- Millenniumreeks (over de al of niet gehaalde doelstellingen over honger en onderwijs, enz) (Stijn Vercruysse, Inge Vrancken)

Bijlage 17: Overzicht diepgravende reportages (SD17)

Panorama bracht in 2015 op Canvas de volgende reportages. Onderzoek en diepgravende journalistiek in een veelheid van domeinen.

- Gemakkelijk Gezond (uitzending 5/3) : over hoe de overheid moet nadenken over het fenomeen 'nudging'. Mensen - zonder dat ze het weten - duwen in de gezonde (eet)richting.

Panorama trekt ook naar Finland voor een antwoord, omdat daar al sinds de jaren 60 wordt ingezet op gezonde voeding door gratis schoolmaaltijden aan te bieden

- Chronische Lyme: epidemie of fantasie? (uitzending 23/3) : er lijkt een epidemie van chronische Lyme aan te komen, maar bestaat die ziekte wel? Panorama geeft de mensen met de (vermeende) ziekte een gezicht en laat ook zien hoe complex de behandeling is. Zeker is: het aantal teken zit door de opwarming van de aarde in de lift, en dus ook het aantal tekenbeten.
- Mijn Jihad (uitzending 30/4): Rudi Vranckx bekijkt hoe moslims van bij ons omgaan met radicalisering, een reportage die een unieke inkijk geeft in hoe Vlaamse moslims proberen te vechten tegen vooroordelen. Internationale voltrefter, reportage is in heel Europa uitgezonden én Al Jazeera USA.
- Onpartijdigheid Verzekerd (uitzending 21/5): hoe onafhankelijk is de onafhankelijk gerechtsexpert echt? Kan die in een rechtszaak onafhankelijk advies geven aan de rechter als hij in een andere zaak ook voor verzekeringsmaatschappijen optreedt, zeker als het gaat om verkeersongevallen met zware lichamelijke schade?
- Zo werkt het niet (uitzending 18/6): kan een bedrijf functioneren zonder bazen? En hoe werken zelfsturende teams? Buitenlandse voorbeelden worden in deze reportage gekoppeld aan Vlaamse succesverhalen (zoals bijvoorbeeld het Wit-Gele kruis), reportage die enorm veel animo teweegbracht op sociale media
- Hormoonverstoorders (uitzending 4/10): een onderzoek naar hoe hormoonverstorende stoffen ingrijpen in onze hormoonhuishouding. En hoe de industrie jarenlang - naar analogie met de tabaksindustrie - alle klachten heeft weggewuifd.
- Het Nadeel van de Twijfel (uitzending 11/10): een onderzoek naar het misdrijf verkrachting. Waarom doen zo weinig vrouwen aangifte en waarom is het aantal veroordelingen schrikbarend laag? Panorama laat zien, via persoonlijke verhalen hoe ingrijpend het misdrijf is. De schaamte en de angst van vrouwen om niet geloofd te worden na een aangifte is enorm.
- De Klimaatzaak (uitzending 22/11): ja, de Vlaming ligt wél wakker van het klimaat, Panorama volgt de Nederlandse advocaat Roger Cox in zijn strijd tegen de Nederlandse én Belgische overheden. Hoe de burger bij zeer ingrijpende gebeurtenissen zoals de klimaatverandering meer en meer het heft in eigen handen neemt.
- De Dokter Is Op (uitzending 6/12) : een onderzoek naar burn-out bij artsen en waarom zoveel geneesheren daar zo gevoelig aan zijn. Hoe Noorwegen onze ploeg trok het probleem al jaren op een succesvolle manier aanpakt.
- De Melkstrijd (uitzending 12/12): is melk drinken en het nuttige van zuivelproducten nu gezond of niet?
- De Oversteek (uitzending 19/12) : hoe is het om als vluchteling de oversteek te maken vanuit Syrië? Panorama volgt een vrouw, Angela, van Syrische afkomst die zich in Ternat, samen met haar man heeft gesetteld. Panorama brengt de oversteek in beeld én hoe Angela er alles aan doet om zich met succes te integreren.

Onderzoek en diepgravend werk was er ook in andere programma's zoals Koppen en Volt (Eén).

Een greep uit het aanbod van het magazine Koppen:

- Weg met afval (2/4/2015): Koppen test hoe moeilijk het is om met minder afval te leven, toont hoe je door verstandig aan te kopen tot 30% kan besparen op je kasticket en tot 70% op je afvalberg.
- 15 in 2015 (14/5/2015): Koppen laat zien waarmee 15-jarigen bezig zijn en geeft hen zelf de mogelijkheid om dat te filmen.
- Uitgedokterd (14/5/2015): Koppen onderzoekt hoe groot de kans is dat een specialist je behandelt als je 's nachts op spoed belandt.
- Huiswerk afschaffen of niet? (28/05/2015): de overgrote meerderheid van de ouders is er nog steeds van overtuigd dat huiswerk nuttig is. "Nochtans is onderzoek heel duidelijk: voor slechts 15% van de kinderen tussen 6 en 9 jaar zorgt huiswerk voor betere leerprestaties. Bij oudere leerlingen is dat 25%. Dat is geen waardevol effect," stelt onderwijspecialist Martin Valcke (UGent).

- De Verdeelde Klas (4/6/2015): Een willekeurige Vlaamse klas wordt in 2 groepen onderverdeeld, kinderen met blauwe en bruine ogen. Hoe snel kruipt discriminatie in de hoofden van kinderen als de ene groep privileges krijgt en de andere niet? De test van de Amerikaanse Jane Elliott wordt overgedaan in Vlaanderen anno 2015.
- FPC (24/11/2015): een unieke inkijk in de opvang van geïnterneerden, nu het FPC in Gent 1 jaar geopend is. Persoonlijke verhalen worden afgewisseld met een unieke inkijk in de verschillende soorten therapieën.
- Wil je mijn vriend zijn? (9/12/2015): een reportage waarin Phara De Aguirre zelf onderzoekt / laat zien hoe snel jongeren vriendschapsverzoeken op Facebook aanvaarden en tot wat dat kan leiden. Jongeren spreken gemakkelijk met wildvreemden af en dat is net wat 'groomers' willen, volwassen mannen die onder een vals profiel afspraakjes proberen regelen met minderjarige meisjes.

In de voorjaarsreeks van het discussie- en consumentenprogramma Volt: onveilige seks op muziekfestivals, verkoop van dure smartphone 's aan kinderen, het effect van neuspleisters bij sporten, het aantal opaadpalen voor elektrische auto's in Vlaanderen ...

Terzake op Canvas bracht naast achtergrond en duiding bij het nieuws van de dag ook eigen onderzoek. Enkele voorbeelden:

- fijn stof: krijgt een inwoner van een groene gemeente minder fijn stof binnen dan een stadsbewoner? Het Brusselse Meiserplein blijkt op bepaalde momenten van de dag beter te scoren dan de hoofdweg in de Antwerpse gemeente Bonheiden.
- de nieuwe drug GHB: politie en parket waarschuwen voor een nieuwe gevaarlijke drug in de uitgaanswereld
- Koranscholen: onderzoek naar de populariteit van Koranscholen voor moslimkinderen

EXTRA JOURNAALS & live journaals

- Extra journaal op 7 januari over aanslag op Charlie Hebdo om 15u
- Extra journaal en VRT nieuws lives op 9 januari, om 15u, en om 16u en 17u:dood van ouders aanslag Charlie Hebdo.
- Extra journaal op donderdag 15 januari om 20u30: actie tegen terreurverdachten Verviers
- Extra journaal op 24 maart: neergestorte Boeing van German Wings in de Alpen
- VRT nieuws live op 26 maart: persconferentie over German Wingsramp en zelfmoordpiloot
- Extra journaals op 26 juni: aanslagen op strand in Tunesië
- Extra journaal op 13 juli: akkoord EU-Griekenland
- Extra journaals vrijdag laatavond en VRT nieuws live 's nachts op 13 november over terreur in Parijs
- Extra journaals in de ochtend van 14 november: naweeën aanslagen Parijs
- Extra journaal maandagvoormiddag 16 november: zoekacties in Brussel
- Extra VRT nieuws live en extra journaals woensdagvoormiddag 18 november over dood van Abaaout in Saint Denis bij Parijs
- Extra journaals en VRT nieuws live over lockdown van Brussel op zaterdag 21 november
- Extra journaal persconferentie terreurdreiging op zondag 22 november

Radio

Aantal diepgravende/onderzoeksjournalistieke verhalen gebracht bij radio, onder meer:

- Details over besparingsplannen bij Defensie onthuld

- Ruim 15.000 jongeren verliezen hun inschakelingsuitkering
- 800.000 legale wapens in omloop in België

Bijlage 18: Jaarrapport cultuur (SD18 - 19)

1 Aanbod

1.1 Redactionele aandacht bij alle VRT-Netten

(OD19.1) De VRT brengt brede en kwaliteitsvolle culturele informatie op alle radio- en televisienetten en online.

(OD19.3) De VRT stimuleert de cultuurparticipatie in Vlaanderen door de mediagebruiker, o.a. via het Uitnetwerk van de Vlaamse Overheid, uit te nodigen deel te nemen aan culturele evenementen en projecten met de culturele partners.

In 2015 had elk VRT-net, op maat van zijn mediagebruikers, kwaliteitsvolle redactionele aandacht voor cultuur, meestal verweven in hybride programma's, wat garant stond voor een groot bereik. De VRT stimuleerde de cultuurparticipatie door vanuit de culturele agenda te vertrekken.

Enkele netten hadden daarenboven specifieke cultuurprogramma's voor een publiek met specifieke interesse in culturele domeinen.

Radio 1	<ul style="list-style-type: none"> • De Ochtend (6.00-9.00) en De Wereld Vandaag (16.00-19.00) hadden structureel aandacht voor de cultuuractualiteit. Radio 1 zette daarbij een netwerk van culturele ambassadeurs in: Chantal Pattyn, Ward Verrijcken,... In die programma's werd ook tot cultuurparticipatie aangezet en e Radio 1-luisteraar warm gemaakt voor een cultureel project of evenement tijdens de week of in het weekend. Tijdens de zomer bracht De Wereld Vandaag geregeld boekentips. • Radio 1 wil zijn luisteraars ook uitnodigen tot ontdekken en verkennen van cultuur. Dat deed het radionet in dagelijkse programma's als De bende van Annemie, Braakland (voorjaar), Bonus en Nieuwe Feiten. • Touché (zondag 11.00-13.00): Friedl' Lesage sprak wekelijks met een centrale gast. Interessante gasten uit het maatschappelijke leven en de culturele wereld. Dit programma bevatte steevast een stevig hoofdstuk cultuur in de vorm van favoriete boeken, muziek, theater, film, etc. Met onder andere live uitzendingen vanuit 30 CC in Leuven en de Boekenbeurs in Antwerpen.
Radio 2	<ul style="list-style-type: none"> • Radio 2 Regionaal: Start je dag en het regionaal middagprogramma (weekdagen 6.00-8.00/12.00-13.00) : regionale actuaamagazines

	<p>met een mix van nieuws, 'infotainment', cultuur en human interest, sterk verankerd in de regio, maar met een blik op de wereld. Het lokale cultuurleven krijgt hier aandacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio 2 Nationaal: cultuur komt aan bod in De Madammen (weekdagen 10.00- 12.00), Spits Met David (weekdagen 16.00-18.00), Weekendwekker (zondag 06.00-08.00) en De Rotonde (zondag 08.00 - 10.00).
Klara	<p>Klara bracht klassieke muziek, wereldmuziek, jazz, experimentele muziek en culturele informatie. Klara is dus op de keper beschouwd één en al cultuur, een cultuurnet, maar had in 2015 ook enkele specifieke informatieve cultuurprogramma's, die we hier oplijsten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • In het voor- en najaar (januari-juni en september-december) waren dat: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Pompidou (maandag-donderdag, 17.00-18.00) ◦ Happy Hour (vrijdag 17.00-19.00) • In de zomer focuste Klara vooral op festivals en had een culturele zomerspecial: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Belmondo (juli-augustus, zaterdag 12.00-14.00): een gids door het zomerse cultuuraanbod (evenementen als Theater aan Zee, Poëziezomer Watou, Ma-Festival, Amuz, etc). Daarnaast aandacht voor (na)zomerlectuur en Pat Donnez gaf wekelijks een abonnement voor het komende cultuurseizoen weg. ◦ Festival (juli-aug , ma-vrij 14-18 uur): Klara volgde de zomerfestivals op de voet met live-uitzendingen van concerten over heel Europa. Muzikanten-op-missie werden geïnterviewd. • Themareeksen: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Klara bracht in 2015 een verdiepende muzikale reeks over de Finse componist Jean Sibelius. ◦ In het chansonprogramma La vie est Riguelle gingen Patrick Riguelle en Jan Hautekiet op zoek naar hoe en waarom zij door chanson geraakt worden. ◦ Op 11 juli werden uitsluitend Vlaamse musici of Vlaamse werken gespeeld. ◦ Klara zond ook een vierde editie uit van The Original Soundtrack, waarin Britse filmmuziek centraal stond. ◦ Een nieuw programma was On the Road, waarin steden als New York, Berlijn, Venetië, ... muzikaal werden geïllustreerd en artistiek werden gemapt op een speciaal ontwikkelde app. ◦ Pat Donnez maakte samen met psychiater

Dirk De Wachter de speciale serie Ten Liefde!

- Vital Baeken presenteerde een serie programma's over Sherlock Holmes en over Alice in Wonderland.
 - Kurt Overbergh (artistiek directeur AB) maakte voor Klara 8 programma's over Billie Holiday.
 - Klara zette erg in op geschiedenis in 2015 met zeer gewaardeerde series over o.m. de slag bij Waterloo. Klara organiseerde op 18 juni een re-enactment van de slag en zond in de lente de serie Napoleon uit, met Johan Op De Beeck. Aftellend naar de slag van Waterloo zond Klara in Espresso de serie 100 dagen met Napoleon uit. Johan op de Beeck stond ook in voor de serie Het Verlies van België.
 - Klara maakte ook korte reeksen over Vincent Van Gogh (n.a.v. Mons2015) en Edith Piaf (100 jaar geleden geboren).
- Concertleven
 - Aanwezig in diverse programma's zoals Espresso (wekelijks recensies over opmerkelijke concerten en operapremières), Maestro en structureel in Boetiek Klassiek.
 - Extra aandacht voor jazz in 2015
 - Het jazzaanbod werd uitgebreid door naast de programma's Take 7 op vrijdag en Round midnight op zondag door hedendaagse jazz en de jazzactualiteit centraal te plaatsen in Late Night Jazz op maandag.
 - Radiospecials
 - In Maestro en/of Klara Live werd speciale aandacht besteed aan
 - Gustavo Dudamel
 - Jacqueline Dupré
 - Svjatoslav Richter
 - Itzhak Perlman
 - Elisabeth Schwarzkopf
 - Frank Martin
 - Bohuslav Martinu
 - Alexander Skrjabin
 - Arvo Pärt
 - Cipriano de Rore
 - August de Boeck.
 - Pompidou maakte thematische uitzendingen over
 - T.S. Eliot
 - over Walden van Henri Thoreau
 - over de schilder Piet Mondriaan
 - over de dichter en cineast Pier Paolo Pasolini
 - over de filosoof en schrijver Roland Barthes

	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Schone kunsten met Kurt Van Eeghem hield een speciale uitzending met de 70 jaar geworden Jos Van Immerseel. • Klara werkte via acties en evenementen en live-uitzendingen doorheen 2015 samen met een hele reeks culturele partners en instellingen zoals Bozar, Flagey, de Munt, de Beursschouwburg, Concertgebouw Brugge, DeSingel, de Boekenbeurs, STUK, De Warande, AMUZ, MUHKA, Muzee, Passa Porta, NTGent en vele anderen. • Live uitzendingen naar aanleiding van culturele evenementen, uitgezonden vanop locatie: • Klara deed 11 live-uitzendingen op culturele evenementen, buiten de eigen evenementen. Klara zond onder andere live uit vanop Passa Porta, in het kader van Europalia, vanop Beaufort, vanop het MA-festival in Brugge, de Boekenbeurs, Art Brussels, vanuit het Modemuseum in Antwerpen en de Orangerie van het Broelmuseum in Kortrijk. • Chantal Pattyn en Pat Donnez zorgden voor een radiostunt door 25 uur aan een stuk radio te maken vanop de Belgische première van Mount Olympus van Jan Fabre, live vanuit het Concertgebouw in Brugge.
Studio Brussel	<ul style="list-style-type: none"> • Studio Brussel had bijzondere redactionele aandacht voor de verschillende aspecten en fenomenen van jongerencultuur in zijn spitsprogramma's Siska Staat Op (6.00-09.00), Vincent Byloo (16.00-18.00) en Linde Live (voorjaar 18.00-20.00). • Er was extra aandacht voor het muzikale live gebeuren. Tijdens de zomer volgden digitale Stubru-reporters de vele festivals op de voet met zowel on air als online aanbod tot gevolg. Door deze flexibele manier van verslaggeving konden meer festivals gecoverd worden. • Er was structureel extra aandacht voor talloze initiatieven en projecten binnen het muziek(avontuurlijk) aanbod in Vlaanderen, o.a. in Select (voorjaar) en het nieuwe muziekprogramma Zender (najaar) op weekavonden. • Lemaire luistert is het nieuwe muziekprogramma op Studio Brussel, elke zondagavond tussen 20 en 22 uur. Kirsten Lemaire ontvangt elke zondagavond een studiegast met een onstilbare honger naar muziek. Iemand die de deur van zijn of haar platenkast wijd openzet en zowel de presentator als de luisteraar meeneemt op een verrassende, muzikale trip.
MNM	<ul style="list-style-type: none"> • De Grote Peter Van de Veire Ochtendshow (weekdagen 6.00-9.00), een ochtendshow die inspeelde op de doelgroep, hen entertainend door

	<p>de ochtend loodste met actua, nieuws, spel, interactie, vlotte muziek, cultuurberichten, verkeer en weerbericht.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeet De Cock (maandag-donderdag 16.00-19.00): Tom De Cock zorgde samen met jonge luisteraars voor een overzicht van actua, verkeer, weer, sport, cultuur en showbizz. • Generation M (maandag-woensdag, 21.00-24.00): Karolien Debecker praatte met jongeren over al wat hen bezig houdt, onder meer initiatieven rond cultuur. MNM lanceerde in het najaar ook de gelijknamige jongerensite GenerationM.be, waar jongeren op weg geholpen worden doorheen hun jonge leven, met ook aandacht voor jongerencultuur. • MNM Weekend (weekend 07.00-09.30): MNM had aandacht voor allerlei activiteiten tijdens het weekend. • MNM Weekend (weekend 16.00-19.00): Dorianne Aussems genoot samen met de luisteraars van het weekend. De weekend-activiteiten kwamen aan bod, inclusief initiatieven rond cultuur. • UrbaNice (donderdag 21.00-24.00): Brahim en Astrid Demeure ontdekten samen met muzikdj Lady S de Urban leefwereld in Vlaanderen. Er werd wekelijks ook een basis gelegd om nieuw urban talent aan te trekken.
<p>één</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redactionele bijdragen over cultuur waren er onder meer De Zevende dag, Iedereen Beroemd, 1000 Zonnen, Vlaanderen Vakantieland, Café Corsari en Van Gils. • Eén zond concerten uit van zowel klassieke ('Night of the Proms', Nieuwjaarsconcert, Schonbrunn concert, Kerstconcert in het Koninklijk Paleis, Preludiumconcert) als niet-klassiek muziek (Nekkanacht, Adele live in London, Andrea Boccelli, Clouseau Centraal, Live Will Tura 75 jaar, Michael Buble's Christmas in Hollywood). • Ook showprogramma's waren vaak rond een cultureel thema gebouwd: MIA's, Pop Up Live (Zomerse muziekshow, presentatie Peter Van de Veire), Radio 2 Zomerhit, Vlaanderen Muziekland en de finale en halve finales van het Eurovisie Songfestival. • 4 Documentaires met een cultuuronderwerp. • Eén zond 5 Comedy Shows uit (met Youp Van 't Hek, Geert Hoste, Els De Schepper, Wim Helsen en Bas Birker). • Verder ook heel wat film op één, waaronder cinefiele films en plaats voor de Vlaamse film.
<p>Canvas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In het voorjaar brachten de actua programma's Terzake en Reyers Laat zaten steevast cultuuritems. In het najaar namen De Afspraak en Terzake Laat dit over. • De Gouden Boekenuil: portretten van de vijf laureaten en rechtstreekse uitzending van de

	<p>prijsuitreiking.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memo TV had in het voorjaar vrij regelmatig culturele programma's uit het VRT archief en Vlaamse film. • Fans of Flanders is een actua­magazine voor expats, met tips voor culturele beleving. • De Koningin Elisabethwedstrijd: zowel de halve finales (Flagey) als de finales (Bozar) werden rechtstreeks uitgezonden op Canvas+ en Canvas werkte mee aan Les Six/De Zes met Klara en RTBF. • Puur Muziek (voorjaar) was het programma voor live muziek, vooral klassiek en jazz, met ook ruimte voor documentaires. • Studio Flagey, van Bowie tot onder was een talkshow waarin twee gasten met een muzikale achtergrond komen praten over muziek, presentatie Bart Peeters. • Winteruur is de dagafsluiting met Wim Helsen en een gast die een korte tekst meebrengt die voor de gast een bijzondere betekenis heeft. Het programma ging dagelijks, vanaf de start van het winteruur. • In Alleen Elvis blijft bestaan worden de gasten uitgenodigd om over hun culturele interesses te praten. Enkele gasten worden ook uit de culturele sector gekozen (Wim Helsen, Kamagurka, Jan Raes, Stefan Vanfleteren, Viviane De Munck, Herman Koch) • Cfr. Infra voor meer cultuurprogramma's bij Canvas.
ketnet	<ul style="list-style-type: none"> • Karrewiet is het actua­programma voor kinderen, met aandacht voor cultuur. • In de Wrap en Wrap Kingsize werden regelmatig personalia uit de cultuursector uitgenodigd.
deredactie.be	<ul style="list-style-type: none"> • Het tabblad Cultuur en Media
Cobra	<ul style="list-style-type: none"> • De cultuursite van de VRT bleef bestaan tot eind augustus.

[\[1\]](#) Bijlage 1: Cultuurprogramma's TV 2015

Uit in Vlaanderen was permanent aanwezig op de sites van de VRT-netten. Elk net maakte een selectie uit de data die Uit in Vlaanderen aanbood:

- Radio 1: 8 thema's: muziek, podium, film, festival, actief & sportief, expo + toeristisch event.
- Radio 2: alle 25 thema's. 'Uit in Vlaanderen' levert wekelijks twee tips aan, via een medewerker van Uit in Vlaanderen, "live" in de studio van Weekendwekker op zondag.
- MNM: 6 thema's: muziek, film, festivals, actief & sportief, feesten en nachtleven, Uit met kinderen.

- Een/Vlaanderen Vakantieland: 6 thema's: festivals, expo + toeristisch evenement, beurzen markten & braderieën, feesten & nachtleven, actief & sportief, UiT met kinderen. Gratis thema's zijn monument, natuur & landschap, kamp & vakantie.
- Canvas: 3 thema's: film, muziek: klassiek + jazz, podium: humor.
- Cobra.be: 7 thema's: muziek, podium, expo, film & audiovisueel, festivals, UiT met kinderen, lezingen en debatten.
- Ketnet: 1 thema: UiT met kinderen.
- Klara: 14 thema's: muziek: klassiek + jazz & blues, UiT met kinderen: klassieke muziek, podium, lezingen en debatten: literatuur, expo.

1.2 Cultuuritems in het hoofdjournaal

(OD19.1) In het hoofdjournaal van televisie zitten op jaarbasis minstens 200 cultuuritems.

De journaals op radio en televisie volgden de culturele agenda en berichtten dagelijks over culturele evenementen. De **hoofdjournaals** van televisie (13u , 19u en Het Laat)

brachten in 2015 674 unieke cultuuritems, waarin rekening gehouden werd met de culturele diversiteit, zodat zowel evenementen met een grote publieke weerklank als presentaties voor de doorwinterde cultuurliefhebber aan bod kwamen. Onder 'uniek' wordt verstaan dat items die meerdere keren werden uitgezonden in verschillende hoofdjournaals, maar één keer geteld worden.

In de duidingsprogramma's **Terzake, De 7^e Dag, Reyers Laat, De Afspraak, Van Gils**, etc werden nog eens een extra 434 cultuur- en mediaitems uitgezonden.

1.3 Wekelijkse cultuurprogramma's

(OD19.1) Tijdens het cultuurseizoen heeft de VRT één wekelijks programma dat de mediagebruiker attendeert op de culturele agenda en op de eigen programmatie.

Naast de inhoudelijk hybride programma's hadden enkele netten ook een vaste wekelijkse afspraak met de cultuurliefhebber. In deze programma's werd expliciet ingespeeld en gerefereerd naar de culturele agenda van Vlaanderen en het buitenland. Deze programma's waren vooral in het cultuurseizoen actief, omdat de culturele agenda dan de nodige variatie bood.

Radio 1	<ul style="list-style-type: none"> • Bar du Matin op zondagochtend (sinds het najaar met een uur uitgebreid en nu tussen 7.00 en 10.00 uur) is een verdiepend cultuurprogramma dat integraal uit cultuuritems bestaat. Bar du Matin zond ook geregeld live uit vanuit verschillende cultuurhuizen en culturele instellingen (Bozar, Kaaitheter, Fotomuseum in Antwerpen, STAM, C-Mine...) en op culturele events (Mons culturele hoofdstad, Triënnale Brugge, Europalia,...) • Interne Keuken (zaterdag 11.00-13.00), waarin Koen Fillet en Sven Speybrouck o.a. gasten uitnodigden met een culturele specialiteit. Wekelijks waren er minstens twee non-fictie auteurs te gast.
Klara	<ul style="list-style-type: none"> • Espresso: (maandag-vrijdag 06.00-09.00): Het ochtendprogramma op Klara bracht dagelijks de culturele voorpagina, met het culturele nieuws van de dag en een wekelijkse filmrecensie op woensdag. • Pompidou: (maandag-donderdag 17.00-18.00): Klara's dagelijkse ontmoeting met de wereld van de

	<p>kunst. Chantal Pattyn bracht vier keer per week de hoofdrolspelers uit de culturele actualiteit samen rond de tafel. Met daarin vooral aandacht voor beeldende kunst, podium, literatuur, klassieke muziek, hedendaagse muziek, architectuur.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Happy Hour: (vrijdag 17.00-19.00), met tips om het weekend door te brengen. En een pak vrijkaarten voor nocturnes, rondleidingen, theatervoorstellingen en concerten.
Canvas	<ul style="list-style-type: none"> • De Canvasconnectie, met portretten van kunstenaars (cfr. Bijlage 1). • Hoera Cultuur, een wekelijks cultureel actua-programma met reportages uit het aanbod van Cobra.be (voorjaar 2015). • Pukkelpop en Werchter werden in 2015 voorzien van een meerdelige preview, waarin Ayco Duyster met enkele muzikanten hun favoriete bands uitlichtten (cfr. Bijlage 1)

1.4 Cultuur op Canvas

(OD19.4) Canvas investeert in de productie van onafhankelijke auteursgedreven projecten en in producties met cultuur als onderwerp.

- Canvas brengt jaarlijks minstens één nieuwe reeks auteursdocumentaires.
- Canvas brengt wekelijks cinefiele nationale en internationale film.
- Canvas brengt jaarlijks minstens 15 nieuwe uitzendingen die achtergrondinformatie verschaffen over culturele stromingen, actuele trends of kunstenaars en artiesten en die een archiefwaarde hebben.

De Auteursdocumentaires

Canvas participeert in en coproduceert jaarlijks meerdere Vlaamse auteursdocumentaires die ook mee gecoproduceerd worden door het VAF.

In 2015 zond Canvas hiervan de volgende auteursdocumentaires uit:

- Feel My Love van Griet Teck (Wild Heart Productions)
- Carnotstraat 17 van Klara Van Es (Associate Directors)
- Archibelge, een driedelige documentairereeks van Sophie Benoot, Gilles Coton en Olivier Magis (Offworld)

Het grootse deel van de documentaires waarin Canvas een co-productie aanging is in 2015 nog niet uitgezonden omdat ze nog niet afgewerkt zijn of omdat ze eerst het festival- en bioscoopcircuit doen alvorens op Canvas uitgezonden te worden.

Film

Canvas besteedde veel zorg aan de keuze van zijn wekelijks filmaanbod. In 2015 kon de Canvas kijker kennismaken met **90** cinefiele films van nationale of internationale origine. Canvas besteedde in 2015 meer dan ooit aandacht aan de kortfilm, met vooral een focus op de Belgische productie. Er waren **19** kortfilms te zien (cfr. Bijlage 1).

Uitzendingen over cultuuronderwerpen met een archiefwaarde

Documentaire is meer dan ooit een focus voor Canvas. In 2015 zond Canvas **122** documentaires uit over muziek, kunst en cultuur. Canvas bestelde zelf **37** nieuwe documentaires rond kunst en cultuur voor zijn programmaschema (cfr. Bijlage 1).

- **Off the Record (8** afleveringen), waarin Belgische muzikanten de platen voorstellen die hen muzikaal gevormd hebben.
- **Soundtrack (5** afleveringen) reportagereeks waarin vier Vlaamse muzikanten door Zuid-Afrika trekken.
- **Archibelge (3** afleveringen): documentaire reeks over architectuur en ruimtelijke ordening in België.
- **De Nada: (1)** documentaire over de zoektocht van muzikant Daan Stuyven en fotograaf Peter De Bruyne naar het niemandsland in Spanje.
- **De Canvasconnectie (20)**, een portret van een kunstenaar aan de hand van zijn voorkeuren, gekozen uit de actualiteit.

1.5 Cultuur op Ketnet

(OD19.3) Ketnet heeft in haar programmatie ook een cultuuraanbod gericht op kinderen.

- **Kapitein Winokio's grote notenboot:** Kapitein Winokio nam de Ketnetters mee op een muzikale reis en beantwoordde onderweg op geheel eigen manier allerlei vragen waar kinderen mee zitten.
- Het culturele ergdoed van de sprookjes kwam veelvuldig aan bod in **Sprookjes van Grimm, Missy Mila**, etc.
- Er was een heruitzending van de reeks **Mijn Kunst is Top**, waarin jonge kunstenaars samen met een bekende Vlaming en presentator Adriaan Van den Hoof kennismaken met diverse kunstdisciplines.
- Ook **Symfollies**, een 3D-animatiereeks over een familie mensachtige strijkinstrumenten, werd heruitgezonden. Elke aflevering bevat een apart verhaaltje en laat de kinderen op een speelse manier kennismaken met een meesterwerk uit de klassieke muziek.
- Ketnet heeft ook bijzondere aandacht voor de **animatiefilm en -reeksen**.

1.6 Live concerten bij Klara

(OD19.4) Klara programmeert dagelijks minstens één live-concertopname uit binnen- of buitenland.

Klara programmeerde dagelijks zowel volledige concerten als concertopnamen vermengd met studio-opnamen. Klara zocht een evenwicht tussen eigen opnamen, met Vlaamse ensembles of met buitenlandse ensembles die in Vlaanderen optreden en buitenlandse opnamen, waarvoor het radionet samenwerkt met EBU partners. In het kader van enkele grote projecten organiseerde Klara ook zelf concerten met vooral Vlaamse uitvoerders.

Klara	<ul style="list-style-type: none"> • Maestro: wekdagen, 14.00-17.00. • Klara Live: van maandag tot donderdag, 20.00-22.00. • Festival: zomer, alle dagen, 14.00-18.00. • Scala: een programma met live opera, deels uit buitenland, deels zelf opgenomen (in de Vlaamse Opera, in de Muntchouwburg, in de Hallen van Schaarbeek,
-------	--

	Koninklijk Circus,...) zaterdag, 20.00-24.00.
--	---

1.7 Coproducties van Klara en events van de radionetten

(OD19.3) De radionetten Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara organiseren jaarlijks één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakt voor een breed publiek.

(OD19.4) Klara realiseert minstens 2 coproducties per jaar.

De radionetten Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara organiseerden elk minstens één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakte voor een breed publiek. Klara realiseerde 5 coproducties.

Radio 1	<p>Radio 1 had oog voor cultuuractualiteit, cultuurparticipatie, culturele ontdekking en verdieping en zet cultuur centraal in zijn aanbod.</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Bar du Matin” zond uit vanop 8 grote culturele evenementen (bv kunstenfestival Watou, Triënnale Brugge, Mons...) . • De Radio 1 Sessies (16-19 november) : Radio 1 nodigde vier topartiesten en hun gasten uit voor exclusieve concerten vol verrassende muzikale samenwerkingen. In 2015 stonden Tourist LeMC, Kommil Foo, Selah Sue en Henny Vrienten centraal. Zij nodigden hun muzikale vrienden uit, waaronder Bart Peeters, Spinvis, Melanie De Biasio en Tom Barman. De Radio 1 Sessies vonden plaats in het Zuiderpershuis in Antwerpen. • In het najaar organiseerde Radio 1 een special rond taal met een online taaltest (“Hoe chill is uw Nederlands?”) i.s.m. de Taalunie en De Standaard die meer dan 200.000 keer werd ingevuld. • Naar aanleiding van de Herman De Coninck-prijs plaatste Radio 1 samen met boek.be 5 gedichten als ecotag in 5 Vlaamse centrumsteden. • Met een speciale uitzending “Viva Verhulst” zette Radio 1 auteur Dimitri Verhulst in de bloemetjes als dank voor zijn boekenweekgeschenk. • Samen met Bib en 30CC Leuven organiseerde Radio 1 “Het Land van de Nieuwsgierigheid”, een festival vol interessante literatuur, prikkelende workshops, sessies over wetenschap, topsport en allerlei andere thema’s die appelleerden aan de nieuwsgierigheid van het Radio 1 publiek. Met als centrale figuur Arnon Grünberg. • In samenwerking met KANTEL ging Radio 1 op zoek naar Het Beste Boek in de Nederlandstalige literatuur van de voorbije 25 jaar. Twee weken lang liep een gelegenheidsprogramma in de periode van de Boekenbeurs. • Traditiegetrouw zond Radio 1 “Van Peel overleeft 2015” uit, de eindejaarsconference van Michael Van Peel.
---------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • De muzikale diversiteit werd uitgebreid met het programma Time Out (sfeerprogramma met jazzinvloeden), Faktor 50 (mediterrane muziekinvloeden) en Alderweireld (dansbare wereldmuziek). Enkele specials versterkten het multi-genre karakter van Radio 1. Een reeks en Marconi-sessie rond 100 jaar Billie Holiday. Op Hemelvaartsdag een “Reis rond de Wereld” langs tientallen landen in alle continenten en muziek van Egyptian Reggae over Buena Vista Social Club met uitstapjes naar Salsa, Nederpop, Rai, Flamenco, Klezmer en Americana. Radio 1 bracht het levensverhaal van Fela Kuti in “Viva La Vida”.
Radio 2	<p>Radio 2 ondersteunde de Vlaamse muziekproductie via allerlei initiatieven.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio 2 liet meermaals nieuwe Nederlandstalige nummers maken door Vlaamse artiesten (Urbanus, Slongs Dievanongs, Will Tura,...). Naar aanleiding van Valentijn kregen 5 Vlaamse artiesten een compositieopdracht voor een Nederlandstalig dialectnummer. • De Eregalerij : Tijdens een feestelijke en muzikale avond in Kursaal in Oostende zijn Roland Van Campenhout, Dani Klein en Roland Verlooven opgenomen in De Eregalerij van de Vlaamse Klassiekers. Met het initiatief bekronen Radio 2 en SABAM FOR CULTURE jaarlijks zowel tijdloze artiesten als nummers. Dit jaar kregen de nummers "Mijn vlakke land" van Jacques Brel en "Mooie dagen" van Johan Verminnen een plaats in De Eregalerij. • Zomerhit 2015 in Blankenberge : Tijdens een zomerse muziekshow reikt Radio 2 naar jaarlijkse gewoonte prijzen uit aan de beste Vlaamse artiesten van het afgelopen jaar, met als belangrijkste award die voor “Zomerhit van het jaar”. Dit jaar was er zowel een startshow in juli en een eindshow (met bekendmaking van de winnaars) in augustus. • Via het nieuwe digitale platform www.vivavlaanderen.be ontsluit Radio 2 sinds eind juni de schatkamer van de Vlaamse muziek, in een samenwerking met partners uit de muziekwereld. Inmiddels staan 60 artiestenprofielen online en kent het platform ook een eigen facebookpagina. • In 2015 zond Radio 2 voor het eerst de Vlaamse 100 uit. De 100 beste songs uit Vlaanderen, gekozen door de luisteraars. De uitzending kwam live vanop de Grote Markt in Brussel met live-muziek van Willy Sommers, Nicole & Hugo, John Terra, Jimmy Frey, Liliane St Pierre en 2 Fabiola. • Op 2 augustus werd Will Tura 75. Dat vierde Radio 2 met een live-uitzending vanuit Veurne en de integrale uitzending van zijn verjaardagsconcert die avond. • Op maandag 7 december stelde Helmut Lotti zijn nieuwe

	<p>album Faith, Hope & Love live voor in de Marconi-studio van de VRT. Hij speelde live voor een honderdtal luisteraars van radio2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nav de 100^{ste} geboortedag van Frank Sinatra organiseerde Radio 2 op zaterdag 11 december een publiekssessie in de Marconi-studio van de VRT. Muzikale gasten brachten live nummers van Sinatra, samen met de VRT Big Band. De opname is de dag nadien uitgezonden in The Rat Pack, het croonerprogramma van Radio 2 met Guy Depré. • Radio 2 Oost-Vlaanderen hield de 21e editie van 'Een Thuis voor een Beeld', in samenwerking met de dienst Cultuur van de Provincie Oost-Vlaanderen. Inzet was het kunstwerk 'Stoel der erfgoed' van kunstenaar Renato Nicolodi, ter waarde van 50 000 euro, dat werd gewonnen door Melle. • Er waren live uitzendingen vanop de boekenbeurs van De Madammen en Radio 2 Antwerpen • De madammen ging live vanop de tentoonstelling "Rubens privé" in het Rubenshuis in Antwerpen • Tussen Pot en Pinte zond live uit vanop de Cultuurmarkt in Antwerpen
Klara	<ul style="list-style-type: none"> • Klara in de Singel (31/1): Klara bracht in coproductie met deSingel en Koninklijk Conservatorium Antwerpen en de AP Hogeschool een dag vol cultureel en artistiek genot van de bovenste plank. Alle ruimtes en podia van deSingel, tot de wandelgangen toe, zinderden van muziek, literatuur, theater en boeiende gesprekken. Met o.m. Baranov, Il Fondamento, Vlaams radio koor & Zefiro Torna, Brussels Philharmonic, Jodie Devos, Flat earth society, Bruno Vansina orchestra, Riguelle & Hautekiet, Bart Van Loo & Johan op de Beeck, Roeland Hendriks ensemble, Jan Michiels & Guido de Neve Op Klara in deSingel werden ook de Klara's uitgereikt, de muziekprijzen van Klara. De Klara-Carrièreprijs ging naar Philippe Herreweghe. • Klarafestival (6-21/3): Samenwerking Klara en het Festival van Vlaanderen Brussel en Bozar Music. • Jazz Middelheim (13-16/8): Samenwerking met Jazz en Muziek. • Iedereen Klassiek (Brugge, 10/10): Samenwerking met Concertgebouw Brugge en Stad Brugge.
Studio Brussel	<ul style="list-style-type: none"> • Op de live showcase van De Nieuwe Lichting in de AB (16/02) werden de 3 winnaars van deze eigen talentenwedstrijd voorgesteld aan het publiek. De Nieuwe Lichting is een duwtje in de rug van jonge, aanstormende bands in Vlaanderen. Meer dan 700 opkomende Vlaamse bands schreven zich in voor de wedstrijd. Daaruit selecteerde Studio Brussel met de hulp van een professionele jury, bestaande uit Mario Goossens, Isolde Lasoen en Flip Kowlier, acht finalisten. Ten slotte mochten de luisteraars van Studio Brussel een week lang stemmen op hun favorieten. Uiteindelijk kregen I Will, I Swear, Zinger en St. Grandson, drie jonge bands uit

	<p>Gent, de meeste stemmen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Week van de eigen kweek (februari 2015): een week waarin de radiozender alleen maar Belgische muziek draaide met als orgelpunt de hitlijst "100 van Eigen Kweek". • De Zwaarste lijst : De luisteraars van Studio Brussel hebben "Black Fuel" van de Belgische band Channel Zero verkozen tot het beste metalnummer. Het nummer eindigde op Paasmaandag bovenaan in De Zwaarste Lijst, de lijst met de 66 zwaarste platen van Studio Brussel. • Op 7/03 heeft Studio Brussel live uitgezonden (vanuit Bozar) van Museum Night Fever, het gezamenlijk initiatief van alle Brusselse musea. • Op 13/05 zond Studio Brussel (Select) live uitgezonden vanop het Burnout showcase festival, het afstudeerproject van de richting PXL Hogeschool Hasselt, waarbij leerlingen deze culturele muzikale avond in elkaar steken. • Studio Brussel zond live uit nav het project "Lokale Helden" binnen de week van de amateurkunsten. I.s.m. Poppunt brachten reporters verlag uit van initiatieven doorheen Vlaanderen. • Studio Brussel zond live uit vanop de finale van de Kunstbende in Kortrijk. • Festival National : Thema uitzendingen met reporters ter plaatse. 2000 café's kregen een gratis vat op 8 mei, 15 mei en 22 mei + budget om voor live muziek te zorgen. Eén café won op 22 mei een optreden van DJ Fresh. •
MNM	<ul style="list-style-type: none"> • Start to DJ 2015 (zomer 2015), een muziek-dj-contest voor jonge luisteraars. De voorselecties liepen online i.s.m. Poppunt-Vibe. Jürgen Beulens (°1989) uit Aarschot, ook bekend onder zijn dj-naam Avalonn werd uitgeroepen tot de winnaar van MNM Start To DJ 2015. Dat betekent dat Avalonn volgend jaar de main stage op Summerfestival 2016 mag openen. Bovendien krijgt hij de kans om in te tekenen op een boekingscontract. • WoordSlam (okt 2015): In het kader van de boekenbeurs in Antwerpen, lanceerden MNM en Van Dale Uitgevers in 2015 de tweede editie van WoordSlam, een taalwedstrijd rond alle vormen van taal (rap, dans, gedicht,...). 12- tot 18-jarigen konden een creatief taalfilmpje insturen. • Nav de Boekenbeurs waren er verschillende initiatieven op MNM : <p>Van maandag 2 november tot en met vrijdag 6 november zocht MNM naar de Dikke Hendrik Van Dale op mnm.be.</p> <p>Elke dag zit Hendrik verborgen op de website van MNM. De luisteraars die hem vonden tussen de vele pagina's en woorden, maakten kans op een nieuwe en laatste versie van de Dikke Van Dale.</p> <p>Ann Van Elsen ging met taaladviseur Ruud Hendrickx op zoek naar de betekenis van rare en vreemde woorden.</p>

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Op dinsdag 3 november was er de MNM Boekendag tussen 10 en 19u, live vanop de Boekenbeurs |
|---|

1.8 Eigen captatie van Vlaamse voorstellingen voor tv en radio

(OD19.4) De VRT stimuleert de cultuurproductie in Vlaanderen, al dan niet in samenwerking of coproductie met de sector en maakt deze toegankelijk voor een breder publiek.

- De VRT registreert jaarlijks minstens 10 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op één van zijn televisienetten.
- De VRT registreert jaarlijks minstens 200 concerten voor uitzending op alle radionetten samen.

De VRT stimuleerde volop de cultuurproductie in Vlaanderen, al dan niet in samenwerking of coproductie met de sector en maakte deze toegankelijk voor een breder publiek. De VRT deed dit onder meer door podiumvoorstellingen te registreren voor uitzending op radio, televisie en online.

Radio

De VRT registreerde 251 concerten voor uitzending op alle radionetten samen.

Radio 1	39
Radio 2	7
Klara	116
Studio Brussel	77
MNM	12

Televisie

De VRT registreerde 29 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op één van zijn televisienetten, zowel voor Eén (4) als voor Canvas (25)

één	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nekkanacht 2. Night of the Proms 3. Paleisconcert 4. Preludiumconcert (Bozar Brussel)
canvas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Er werden 12 concerten opgenomen voor onder andere uitzending in Puur Muziek (cfr. Bijlage 1). 2. Koningin Elisabethwedstrijd (halve finales en finales) (12) 3. Van Peel Overleeft 2015 (1)

2 Cobra.be

Cobra.be bleef tot eind augustus actief. Daarna werd de culturele opdracht van Cobra.be opgenomen in de kerntaken van Canvas. Canvas.be zette de partnerships verder in de mediaruil en gaf ook een nieuwe invulling aan aandacht voor kunst en cultuur in Vlaanderen en daarbuiten.

2.1 Internationaal

(OD18.2) De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen.

- Cobra brengt 12 keer per jaar een culturele actor uit het buitenland onder de aandacht via een mix van TV- en online aanbod.

Cobra.be en Canvas.be hielpen de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen. Cobra volgde **3** Vlaamse kunstenaars in het buitenland en bracht daar online een beeldverslag van uit. Bijkomende aandacht werd gerealiseerd door tekstartikels over hun buitenlandse activiteiten. In de Blog 'De Week van' gaf Canvas.be wekelijks zijn blog uit handen. Zo waren er in 2015 ook **6** kunstenaars die vanuit het buitenland hun wedervaren correspondeerden in deze blog.

Canvas.be had **1** dossier rond een buitenlandse kunstenaars. Stan Douglas. Verder waren er **12** specials rond buitenlandse kunstenaars in de vorm van aanbod van documentaires op Canvas.be.

2.2 Evenementiële livestream

(OD14.4) De VRT biedt binnen haar thematisch online aanbod evenementiële livestream aan, voor zover dit past binnen de doelstellingen van het thematisch online aanbod.

Cobra.be organiseerde **5** exclusieve livestreams als aanvulling op het audiovisueel aanbod op de andere VRT-netten. Het betrof evenementen die een duidelijke meerwaarde hadden voor de cultuurliefhebber:

- Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België: Proclamatie van de eerste ronde.
- Idem: halve finale en finale.
- Gouden BoekenUil, livestream van de uitreiking in de KVS, Brussel.
- Stuff, concert vanuit de AB.
- Jan Fabre, Mount Olympus: overname van de première in de Berliner Festspiele.

2.3 Interactieve projecten online

(OD19.3) Cobra introduceert jaarlijks 5 tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeert met eigen cultuuraanbod.

Cobra.be introduceerde **5** tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen aanbod.

Gedichtendag. Surfers laadden hun gedichten op de site op.

Cobra's Classic Battle. De actie bestond uit het opladen van stukken door jonge muzikanten, die door Clara Cleymans werden aangemoedigd om hun eigen werk in te zenden.

De zes/les six. Op initiatief van Musique 3 en Cobra.be werd voor een derde keer een 'schaduwjury' samengesteld voor de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België. In de

verschillende conservatoria van Vlaanderen en Wallonie werd een oproep voor studenten gelanceerd. Zij konden zicht kandidaat stellen om de hele wedstrijd te volgen, met de finale volledig in de zaal. Cobra.be maakte de selectie van de 3 Vlaamse juryleden. De Zes (3 Vlamingen, en 3 Walen) gaven op Twitter hun indrukken. Hun commentaren waren gedurende de finaledagen trendig topic op Twitter. Ze waren te gast in de uitzendingen van Klara en OP12. Op deze manier werden zij voortrekker van het forum en tweets van andere liefhebbers van de wedstrijd, thuis en in Bozar. Als toekomstige professionele muzikanten konden zij degelijke commentaren geven en door hun leeftijd konden zij een jonger publiek aanspreken. De tweets en de discussie met de andere liefhebbers waren tijdens de halve finale en de finaleweek prominent aanwezig en te volgen op Cobra.be. DeZes/lesSix stelden uiteindelijk ook de derde CD samen in de officiële box van de Koningin Elisabethwedstrijd (naast de selectie van de officiële jury en een archief CD).

Publieksprijs van de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België.

Cobra.be opende een pagina waar de luisteraars, kijkers en surfers hun favoriete muzikant konden aanduiden, dit in samenwerking met Klara, Canvas en OP12.

Mount Olympus van Fabre op de première in Berlijn: integratie van Twitter in het project.

In het kader van de Boekenbeurs organiseerde Canvas.be **1** extra interactief project.

#dezinvan: surfers konden hun favoriete zin uit een boek posten op een Canvas-kaart, die dan via Canvas.be en de sociale media verspreid werd.

3 Bereik

3.1 Bereik en waardering van de cultuurprogramma's

(OD19.1) De VRT brengt brede en kwaliteitsvolle culturele informatie op alle radio- en televisienetten en online.

- De VRT rapporteert jaarlijks over de waardering van haar cultuurprogramma's op TV.
- De TV-netten brengen een gevarieerd gamma aan cultuurprogramma's waarmee ze op gemiddelde weekbasis 25% van de Vlaamse bevolking bereiken.

Het gemiddeld weebereik cultuur in 2015 was 39,9%.

4 Samenwerking

(OD18.3) De VRT werkt inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gaan daarbij uit van eigen keuzes en verantwoordelijkheden, passend bij het medium radio, TV en online. Om wederzijds respect voor en inzicht in elkaars projecten, werking en doelstellingen te stimuleren, organiseert de VRT op regelmatige basis een open dialoog met de sector. De VRT continueert samenwerking met het culturele veld en breidt het uit waar nodig.

De VRT werkte inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gingen daarbij uit van eigen keuzes en verantwoordelijkheden, passend bij het medium radio, TV en online. Om wederzijds respect voor en inzicht in elkaars projecten, werking en doelstellingen te stimuleren, organiseerde de VRT op regelmatige basis een open dialoog met de sector. De VRT continueerde samenwerking met het culturele veld.

4.1 Mediaruil

(OD18.3) Alle VRT-netten verlenen via mediaruilen advertentieruimte aan een grote diversiteit aan cultuurpartners.

Alle VRT-netten verleenden via mediaruilen advertentieruimte aan een grote diversiteit aan cultuurpartners. In 2012 werd voor een totaal van **€ 13.835.735** verruild.

4.2 Crossmediale projecten

(OD18.3) De VRT participeert jaarlijks in 10 crossmediale projecten waaraan VRT-netten, meerdere cultuur- en mediapartners kunnen participeren. De medewerking van minstens één generalistisch net zorgt voor voldoende aandacht die leidt naar het aanbod op Cobra en naar informatiekkanalen van de partners.

De VRT werkte ook projectmatig samen met culturele partners en maakte er door de onderlinge coördinatie van enkele netten een crossmediaal project van. Van de talrijke dergelijke initiatieven verdienen er 11 een speciale vermelding.

1. Mons 2015
2. Gedichtendag
3. Waterloo 2015
4. Beste Buren
5. Heerlijk Helder
6. De Gouden Boekenuil en de Boekenweek
7. Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België
8. Internationaal Filmfestival van Gent
9. De Boekenbeurs
10. Europalia Turkije
11. De Week van het Nederlands

4.3 Aanbod van de VRT cultuurprogramma's via EBU-partners

(OD18.2) De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen.

- Via EBU-partners verspreidt de VRT een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland

De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen. Via EBU-partners verspreidt de VRT een Vlaams cultureel aanbod in binnen- en buitenland. In 2015 werden concerten uitgewisseld met de ERU.

	Klara bood 23 concerten aan
	<ul style="list-style-type: none"> • Vlaamse Kaai, het wekelijkse programma op Arte Belgique, dat Vlaamse kunstenaars in de kijker plaatst aan de hand van programma's uit het VRT-Archief. Het programma liep in het voorjaar (tot juni 2015).

4.4 Cultuursalon

(OD18.3) Jaarlijks organiseert de VRT in samenwerking met het departement CJSM en Cultuurnet Vlaanderen minstens één “cultuursalon”, waar VRT medewerkers en culturele partners rond een actueel thema debatteren en opportuniteiten voor samenwerking verkennen.

De ‘cultuursalons’ werden in 2015 onder verschillende vormen ingevuld.

Er was één ‘**Focusgroep**’, waarin telkens een viertal managers van de VRT in dialoog gingen met een achttal vertegenwoordigers uit het boekenvak. De dialoog werd afgesloten met een aantal concrete aandachtspunten. De aandachtspunten zijn binnen de VRT gecommuniceerd aan het management van Media en Productie en dienen als leidraad voor bijstellingen in het aanbod.

In navolging van ‘Het Groot Onderhoud’ (2014) was er in januari 2015 een workshop voor ca 100 vertegenwoordigers van de **Erfgoedsector** die uitmondde in een pitching sessie (mei 2015), waar 10 organisaties een project voorstelden aan vertegenwoordigers van alle VRT-merken en waar alle inzenders feedback kregen tijdens ‘speeddates’ met programmamakers.

Canvas organiseerde op 1 juni 2015 een **informatieavond** rond zijn nieuwe aanbod en de plaats van cultuur daarin. Canvas gaf daar meteen ook aan dat het een nieuwe vorm van samenwerking nastreefde met de culturele partners en nodigde hen uit om daarover te reflecteren en voorstellen te formuleren.

5 Kwaliteit

5.1 Evenwichtige balans tussen verbreding en verdieping

(OD18.1) De VRT bewaakt de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur.

(OD19.2) De VRT attendeert de mediagebruiker op het culturele aanbod. De VRT stemt de aandacht voor de culturele agenda op de verschillende netten en merken op mekaar af om zo de grootste diversiteit aan doelpublieken en deelsectoren te bereiken en te bedienen.

De VRT bewaakte de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur. Elk net programmeerde bijdragen over cultuur op maat van zijn publiek en de netten stemmen hiervoor onderling af om zo de grootste diversiteit aan doelpublieken en deelsectoren te bereiken en te bedienen.

Die coördinatie en afstemming gebeurt binnen de wekelijkse Centrale Cultuur Cel (CCC), waar verantwoordelijken van alle relevante VRT-netten elkaar wekelijks ontmoeten om hun plannen m.b.t. culturele onderwerpen op elkaar af te stemmen. Naast intern overleg bestaat die vergadering ook uit de uitnodiging van een culturele partner, die hier met één voorstelling van zijn project binnen de muren van de VRT ineens alle redacties bereikt. In de keuze van de genodigden wordt gezocht naar diversiteit, ook over de jaren heen.

5.2 Promotionele en crosspromotionele acties

(OD19.2) Een gerichte promotie en crosspromotie op de VRT-netten en -merken en op de communicatiekanalen van culturele partners verhoogt de vindbaarheid en het bereik van het specifieke cultuuraanbod.

Een gerichte promotie en crosspromotie op de VRT-netten en -merken en op de

communicatiekanalen van culturele partners verhoogde de vindbaarheid en het bereik van het specifieke cultuuraanbod.

Deredactie.be verwees voor achtergrondinformatie en film- en boekrecensies stevast door naar Cobra.be. Ook de radionetten zetten de participatieve projecten van Cobra.be in de kijker.

5.3 Cultuurambassadeurs

(OD19.2) De VRT investeert in betrouwbare cultuurambassadeurs. Zij brengen of introduceren het cultureel aanbod van de VRT via hun kanalen en sociale media bij doelgroepen, in het bijzonder bij jongeren en nieuwe Vlamingen.

De VRT investeerde in betrouwbare cultuurambassadeurs. Zij hebben een duidelijke VRT-signatuur en zijn ook een erkende autoriteit op het vlak van cultuur, binnen hun medium én daarbuiten, zelfs buiten de VRT. Cultuurliefhebbers hebben vertrouwen in hun smaak, oordeel en expertise en hebben aan die cultuurambassadeurs een gids in het grote aanbod, nationale en internationaal. Het investeren in cultuurambassadeurs is een project dat zich over de VRT-netten heen uitspreidt.

- Chantal Pattyn
- Ward Verrijcken
- Friedl' Lesage
- Tom De Cock
- Thomas Vanderveken
- Katelijne Boon
- Kurt Van Eeghem
- Annemie Tweepenninckx
- Vincent Verhelst
- Kamagurka
- Ruth Joos
- Kirsten Lemaire

CAPTATIES RADIO 2015 : 251

RADIO 1 = 39

“Radio 1 Speelt Buiten”: 7

- 11 feb: Wannes Cappelle
- 2 maart: Novastar
- 20 maart: De Mens (tijdens zonsverduistering)
- 20 april: Meuris
- 7 aug: The Magic Numbers
- 21 okt: Jan De Wilde
- 18 dec: Jan Leyers

“Radio 1 Sessies” : 4

- Tourist LeMC
- Kommil Foo
- Selah Sue

- Hennie Vrienten

“Wonderland in...” (uitzending vanuit woonkamer luisteraar) : **2**

- 2 sept: Wijgmaal met Isbells
- 8 okt: Grimbergen met Tom Robinson

Andere : 2

- 5 maart: opname en live captatie Ozark Henry en Nationaal Orkest België vanuit Bozar
- 7 april: Billie Holiday 100, thema-uitzending vanuit Marconi met Dani Klein en Dez Mona

“AB concerten” : 24

DATUM	ARTIST	NET
25/jan	Hozier	R1
4/feb	Hooverphonic	R1
19/feb	Roosbeef	R1
9/mrt	Rumer	R1
26/mrt	Axelle Red	R1
8/apr	Meuris	R1
18/apr	Paul Weller	R1
27/apr	Calexico	R1
7/mei	RvhG	R1
14/mei	Arsenal	R1/SB
14/sep	Beirut	R1
29/sep	Bryan Ferry	R1
2/okt	Dez Mona	R1
6/okt	The Waterboys	R1
7/okt	Richard Thompson	R1
9/okt	lbeyi	R1
17/okt	Randy Newman	R1

27/okt	Patti Smith performs Horses	R1
30/okt	Tourist LeMC	R1
3/dec	Golden Earring	R1
5/dec	K's Choice	R1
9/dec	Bejamin Clementine	R1
18/dec	Joost Zweegers solo	R1
20/dec	Het Zesde Metaal	R1

STUDIO BRUSSEL = 77

(inclusief festivals en captaties op (eigen) evenementen met muzikale bijdragen, exclusief studio-sessies)

“Club 69” : 5

“Peep show” : 2

DATUM	ARTIEST	LOCATIE
26/02/2015	Daan	Basiliek Van Koekelberg
1/06/2015	Christine & The Queens	Momu Antwerpen

“Muziekfestivals” : 30

- XO BELGIUM
- PINKPOP (X3)
- GRASPOP (X3)
- BEST KEPT SECRET (X3)
- ROCK WERCHTER (X4)
- COULEUR CAFE (x3)
- TW CLASSIC
- PARADISE CITY
- ACDC
- LES ARDENTES
- CACTUS
- ROCK ZOTTEGEM
- OSTEND BEACH
- DOUR (X2)
- ROCK HERK
- BOOMTOWN
- TOMORROWLAND (x4)
- LOKERSE FEESTEN (x5)

- REGGAE GEEL
- SUIKERROCK
- LINKER WOOFER
- WECANDANCE
- CIRQUE MAGIQUE
- ALCATRAZ METAL
- FEEST IN HET PARK (x2)
- PUKKELPOP (x4)
- MASTERS AT ROCK
- MAANROCK (x2)
- LAUNDRY DAY
- LEFFINGELEUREN

“AB concerten” : 29

30/jan	Mark Lanegan Band
5/feb	Kiesza
12/feb	Jessie Ware
14/feb	Intergalactic Lovers
16/feb	De Nieuwe Lichting
18/mrt	Royal Blood
7/apr	Rival Sons
14/apr	Will Butler
16/apr	Roni Size/Reprazent
21/apr	Years & Years
8/mei	The Van Jets
14/mei	Arsenal
23/mei	Roisin Murphy
16/sep	Muse For Life
20/sep	Lefto 20y
5/okt	The Vaccines
19/okt	Son Lux
20/okt	Sleaford Mods
22/okt	Squarepusher

29/okt	La Priest
1/nov	Kurt Vile & The Violators
2/nov	Unknown Mortal Orchestra
7/nov	Chrome Brulée
10/nov	Father John Misty
12/nov	Death Cab For Cutie
13/nov	Evil Invaders
14/nov	Churches
17/nov	Julia Holter
30/nov	Trixie Whitley

“Evenementen” : 11

DATUM	EVENEMENT	LOCATIE
18/01/2015	15 JAAR DUYSSTER	TRIX, ANTWERPEN
16/02/2015	DE NIEUWE LICHTING	AB, BRUSSEL
7 - 14/03/2015	SNOWCASE	La Plagne
30/04/2015	LOKALE HELDEN	verschillende locaties
13/05/2015	BURNOUT PXL	MOD, HASSELT
22/05/2015	FESTIVAL NATIONAL	Zwalm, Lier, Ternat
16/09/2015	MUSE FOR LIFE	AB, BRUSSEL
17/09/2015	CAR FREE FESTIVAL	STATIONS IN VERSCHILLENDE STEDEN
20/09/2015	20 JAAR LEFTO	AB, BRUSSEL
23/10/2015	ZENDER SOIREE: JAMIE XX	Beursschouwburg, Brussel
18-24/12/2015	MUSIC FOR LIVE / DE WARMSTE WEEK	BOOM

Niet meegerekend in eindtotaal : studio-sessies : een overzicht

Studio-sessies

DATUM	ARTIEST
21/01/2015	Echosmith
22/01/2015	Jebroer
28/01/2015	Charlie Winston
29/01/2015	Tobias Jesso Jr.
4/02/2015	Bed Rugs
9/02/2015	Ides Moon
9/02/2015	I will, I swear
10/02/2015	Dotan
10/02/2015	Jacle Bow
10/12/2015	Milo Meskens
11/02/2015	St. Grandson
11/02/2015	Zinger
12/02/2015	Felix Pallas
12/02/2015	Zwartwerk
15/02/2015	Rappers van Eigen Kweek
17/02/2015	Red Zebra
17/02/2015	Zinger
18/12/2015	St. Grandson
19/12/2015	I will, I swear
20/02/2015	Daan
24/02/2015	Selah Sue
26/02/2015	Unknown Mortal Orchestra
2/03/2015	lbeyi
2/03/2015	Novastar
3/03/2015	Billie
4/03/2015	Father John Misty

4/03/2015	Douglas Firs
5/03/2015	All We Are
5/03/2015	Drengé
16/03/2015	Marco Z
17/03/2015	The Bony King of Nowhere
18/03/2015	DJ Fresh
19/03/2015	Gavin James
26/03/2015	Balthazar
30/03/2015	Amongster
1/04/2015	Team William
8/04/2015	Purity Ring
14/04/2015	Will Butler
17/04/2015	Other Lives
20/04/2015	The Van Jets
21/04/2015	K's Choice
5/05/2015	Soak
17/05/2015	Villagers
21/05/2015	I Will, I Swear
27/05/2015	Manoeuvres
28/05/2015	Soundtrack Band
4/06/2015	Tout va bien
11/06/2015	The Bohicas
18/06/2015	Samson & Gert
25/08/2015	Family Of The Year
27/08/2015	Kurt Vile
2/09/2015	Lost Frequencies & Emma Bale
3/09/2015	Trixie Whitley

4/09/2015	K's Choice
14/09/2015	Daniel Norgren
21/05/2015	Chantal Acda
22/09/2015	Rudimental
23/09/2015	El-Vy
30/09/2015	Dez Mona
5/10/2015	Sister Bliss
6/10/2015	Dotan
7/10/2015	Radio Guga
8/10/2015	De Jeugd Van Tegenwoordig
9/10/2015	Bear's Den
15/10/2015	Yellowstraps x Le Motel
20/10/2015	Jamie Woon
23/10/2015	Channel Zero
29/10/2015	Hyphen Hyphen
30/10/2015	Admiral Freebee
4/11/2015	Oh Wonder
10/11/2015	Jasper Steverlinck
12/11/2015	Black Box Revelation
17/11/2015	Alice On The Roof
18/11/2015	Wolf Alice
25/11/2015	Guy Garvey
25/11/2015	Matt Simons
1/12/2015	Bazart

Radio 2 = 7

Captaties evenementen en optredens: 6

- Eregalerij 5/2

- Startshow Zomerhit vanop de Pier in Blankenberge op 20/7
- Zomerhit vanop de dijk in Blankenberge 22/8
- De Vlaamse 100 live vanop De Grote Markt in Brussel op 11 juli
- Vlaanderen viert Tura, in Veurne nav de 75° verjaardag van Tura
- The Ratpack live vanuit de Marconi nav 100 jaar Frank Sinatra 12/12

Marconi-sessies : 1

- Marconi-sessie met Helmut Lotti 7/12

Overige initiatieven

- 5 dialectnummers rond Valentijn
- Lady Linn en Alex Agnew nemen een cover op van Sinatra nav zijn 100° verjaardag
- Discobaar A Moeder maakt een eigen, Nederlandstalige, mash-up van I Was Made For Loving You en Saragossa nav de 1000 Klassiekers
- Slongs schreef een zomernummer voor Radio 2: De zomer is van A.
- Will Tura nam 3 nieuwe versies op van zijn klassiekers met gastmuzikanten: Jef Neve, the Jody Singers en Triggerfinger.
- Lancering website VivaVlaanderen.be met een lanceringsfeestje in Blankenberge op woensdag 24 juni
- Nav de Klimaatdag nam Urbanus voor Radio 2 een nieuwe versie op van De Wereld Is Om Zeep

MNM= 12

“Festivals” : 6

- Lommel - Daydream Festival
- Genk - Genk on Stage
- Werchter - Festival TW Classic
- Antwerpen - Summerfestival
- Blankenberge - Beachland
- Marktrock Bilzen

“Evenementen” : 6

- Start to DJ (x6)
- Sing your song live (x2)
- Dimitri Vegas & Like Mike live in Sportpaleis Antwerpen
- MNM Back to the 90's en 00's - Sportpaleis Antwerpen
- Urbanice live in Genk
- Het grootste café in Lotto Arena

KLARA= 116

Captaties: 116

-63 captaties van concerten

-12 captaties van opera's en recitals in oa de Vlaamse Opera en De Munt.

-10 captaties op festivals

-3 cd-opnamen

-12 live-uitzendingen

-Evenementen :

Klara in deSingel : **4 captaties** + live-uitzending.

Klarafestival : **18 captaties** + 14 live-uitzendingen.

KEW zang : **3 captaties** en 12 live-uitzendingen

Jazz Middelheim : **4 captaties** + 4 live-uitzendingen

Iedereen Klassiek : **2 captaties** + 1 live-uitzending

Top 100 : 2 dagen live.

Overzicht concerten en evenementen in detail

Evenementen 2015	Aantal captaties 2015
Klarafestival	18 (14 RU, 4 uitgesteld)
KEW	3 (12 RU)
KIS	4 (1 RU)
JM	4 (4 RU)
Top 100	0 (2 RU)
IK	2 (1 RU)
Concerten 2015	
Festivals	10
Opera's en recitals	12
Captaties voorjaar	23
Captaties najaar	40

Hieronder de volledige captatielijst:

Opname	Uitzending	Net	Code	plaats	omschrijving
vr 09/01/15	15/01/2015	Klara	KLLI	Elsene - Flagey, Studio 4	BruPhil olv Hervé Niquet Nieuwjaarsconcert (Sousa, Strauss, Pierné, Offenbach)
zo 11/01/15	10/02/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	Keys please : twee concerten
ma 12/01/15	19/02/2015	Klara	KLLI	Muntschouwburg	recital Georg Nigl
ma 12/01/15	12/01/2015	Klara	KLLI	Brussel - PSK, Henry Leboeuf	Simon Bolivar, Dudamel (Orbon, Mahler) RU opname RTBF
ma 19/01/15	19/01/2015	Klara	KLLI	1000 Brussel - Bozar HLB	Symfonieorkest Vlaanderen - JLKoenig - L Vanbeckevoort
vr 23/01/15	26/02/2015	Klara	KLLI	Brussel - Bozar, Henri Le Boeuf	NOB olv A. Boreyko
vr 30/01/15	04/02/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	Collegium Vocale (Bach Trauer Ode, ea)
za 31/01/15	---	Klara	SING	Antwerpen, deSingel - Gele Zaal	KIS concert
za 31/01/15	---	Klara	SING	Antwerpen, deSingel - Rode Zaal	KIS concert
za 31/01/15	---	Klara	SING	Antwerpen, deSingel - Witte Zaal	KIS concert
za 31/01/15	31/01/2015	Klara	SING	Antwerpen, deSingel - Exporuimte	KIS Rechtstreekse uitzending
za 31/01/15	31/01/2015	Klara	SING	Antwerpen - deSingel, Blauwe Zaal	KIS BruPhil olv ML Gomez
di 03/02/15	---	Klara	LANI	OC Toots + RS21	Opname Illuminine

wo 04/02/15	21/02/2015	Klara	SCAL	Brussel - De Munt	Tamerlano
do 05/02/15	14/02/2015	Klara	SCAL	Brussel - De Munt	Alcina
vr 06/02/15	21/02/2015	Klara	SCAL	Brussel - De Munt	Tamerlano
vr 06/02/15	08/04/2015	Klara	KLLI	Brussel - PSK, Zaal Henri Leboeuf	NOB olv Arvo Volmer 14-18 concert
za 07/02/15	07/04/2015	Klara	KLLI	Flagey, studio 4	Pianodays : Benjamin Grosvenor, piano
za 07/02/15	06/04/2015	Klara	KLLI	Flagey, studio 1	Pianodays : Julien Libeer, piano
za 07/02/15	14/02/2015	Klara	SCAL	Brussel - De Munt	Alcina
za 07/02/15	05/05/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - deSingel, Blauwe Zaal	Festival Strings Lucerne; Nuria Rial (Kraus, Haydn, Mozart, Gluck)
ma 09/02/15	12/02/2015	Klara	KLLI	Muntschouwburg	recital Stutzmann
do 12/02/15	12/02/2015	Klara	POMP	2000 Antwerpen - Modemuseum	Uitzending op locatie
vr 13/02/15	28/04/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - amuz	Barokksolistene (muziek uit 18de eeuwse Noorse herbergen)
za 14/02/15	30/03/2015	Klara	KLLI	Gent - Bijloke, Concertzaal	B'Rock, Dieltiens c en dir, Robin Johannsen (Bach, Boccherini)
vr 20/02/15	24/03/2015	Klara	KLLI	2980 Zoersel - Bethaniënhuis	VRK olv Nicolas André
za 21/02/15	---	Klara	SCAL	Vlaamse Opera Antwerpen	Akhnaten
zo 22/02/15	---	Klara	SCAL	Vlaamse Opera Antwerpen	Akhnaten
do 26/02/15	31/03/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Amuz	Julien Prégardien en Frank Agsteribbe (Haydn 7 letzte

					Worte)
vr 27/02/15	29/04/2015	Klara	KLLI	Gent - Bijloke, Concertzaal	deFilharmonie olv Philippe Herreweghe
zo 01/03/15	07/05/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Amuz	Tobias Koch & Hoffmeister Quartett (Beethoven) + extra altist
di 03/03/15	27/04/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	Hallé Orchestra olv Mark Elder (Wagner, Schumann, Elgar Enigmavariaties)
vr 06/03/15	06/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU openingsconcert Klara Festival Freiburger Barockorchester
vr 06/03/15	06/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeufzaal, PSK	KLF openingsconcert Freiburger Barockorchester
za 07/03/15	07/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeufzaal, PSK	RU Recital Queyras / Melnikov (Schumann, Beethoven, Webern, Rachmaninov)
za 07/03/15	07/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Recital Queyras / Melnikov (Schumann, Beethoven, Webern, RACHmaninov)
zo 08/03/15	---	Klara	KFES	Brussel - Rotonde Bertouille, PSK	KLF I Solisti del vento (Sciortino; Bekir; Janssens, Majkusiak)
zo 08/03/15	09/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry LeBoeuf, PSK	KLF Yomiuri Nippon SO, Cambreling (Turangalila Messiaen)
zo 08/03/15	08/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Rotonde Bertouille, PSK	RU Supernova
zo 08/03/15	08/03/2015	Klara	KFES	PSK, Ronde Bertouille	KLF Supernova
di 10/03/15	10/03/2015	Klara	KFES	Elsene - Flagey,	RU KLF Martin, Le

	2015			Studio 4	Vin herbé
di 10/03/15	10/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Flagey, Studio 4	KLF Martin, Le vin herbé
wo 11/03/15	11/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU KLF Les Siècles & Aedes : Berlioz, Roméo & Juliette
wo 11/03/15	11/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Les Siècles & Aedes : Berlioz, Romeo & Juliette
do 12/03/15	12/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry leboeuf, PSK	RU KLF Kon. Concert gebouworkest olv Andris Nelsons (Mozart, Strauss, Sjostakovitsj)
do 12/03/15	12/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Kon. Concertgebouworkest olv Andris Nelsons (Mozart, Strauss, Sjostakovitsj)
vr 13/03/15	13/03/2015	Klara	KFES	Elsene - Flagey, Studio 4	RU KLF Muntorkest olv M.Boder, D.Henschel : Wunderhorn Revisited
vr 13/03/15	13/03/2015	Klara	KFES	Elsene - Flagey, Studio 4	KLF Muntorkest olv M.Boder : Wunderhorn revisited
za 14/03/15	14/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU KLF Musica Aeterna olv T.Currentzis (Rameau)
za 14/03/15	14/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Musica Aeterna olv C. Currentzis (Rameau)
zo 15/03/15	15/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU KLF Musica Aeterna olv T.Currentzis, Prokofiev : Romeo & Juliet
zo 15/03/15	15/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Musica Aeterna olv T.Currentzis : Prokofiev, Romeo & Juliet

ma 16/03/15	16/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Miniemenkerk	KLF Collegium 1704 olv Vaclav Luks : Zelenka
di 17/03/15	18/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Ancienne Belgique	KLF Champ d'Action : S.Verstockt, Hrzschmrz
wo 18/03/15	18/03/2015	Klara	KFES	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	RU KLF II Giardino Armonico olv G. Antonini; Faust, Erdmann : Mozart & Haydn
wo 18/03/15	18/03/2015	Klara	KFES	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	KLF II Giardino Armonico olv G.Antonini; Faust, Erdmann : Haydn & Mozart
do 19/03/15	19/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU KLF II Giardino Armonico olv G.Antonini; Faust, Erdmann : Gluck, Mozart, Haydn
do 19/03/15	19/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF II Giardino Armonico olv G.Antonini; Faust, Erdmann : Gluck, Mozart, Haydn
do 19/03/15	---	Klara	KFES	1000 Brussel - The Fuse	KLF Yellow Lounge
vr 20/03/15	20/03/2015	Klara	KFES	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	KLF II Giardino Armonico olv G.Antonini; Faust, ERdmann : Locatelli, Mozart, Haydn
vr 20/03/15	20/03/2015	Klara	KFES	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	RU KLF II Giardino Armonico olv G.Antonini; Faust, Erdmann : Locatelli, Mozart, Haydn
za 21/03/15	21/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	RU KLF Slotconcert Armonia Atenea olv G.Petrou, solisten : G.F.Händel, Alessandro
za 21/03/15	21/03/2015	Klara	KFES	Brussel - Henry Leboeuf, PSK	KLF Slotconcert Armonia Atenea olv G.Petrou, solisten :

					G.F.Händel, Alessandro
vr 27/03/15	27/03/2015	Klara	HAHO	Brussel - Passa Porta	Uitzending op locatie
za 28/03/15	04/06/2015	Klara	KLLI	Gent - Bijloke, Concertzaal	BruPhil olv Litton (Schreker, Rosza, Weill)
wo 01/04/15	06/05/2015	Klara	KLLI	Brussel - PSK, Henry Leboeuf	Boris Berezovsky, recital
do 02/04/15	03/04/2015	Klara	KLLI	Gent - Brussel OC Montage (Bijloke, Concertzaal)	Collegium Vocale (Bach, Johannespassie)
zo 19/04/15	22/04/2015	Klara	KLLI	Ronse - Sint-Martinuskerk	De Rorefestival : Graindelavoix
di 21/04/15	---	Klara	KLLI	Gent - Handelsbeurs	HB A.Hadelich vi, Ch Owen pi; Beethoven, Schnittke, Ysaye, de Sarasate
do 23/04/15	---	Klara	KLLI	Kortrijk - Stadsschouwburg Kortrijk	B'Rock Beyond Baroque : Rébel en Pärt
vr 24/04/15	24/04/2015	Klara	HAHO	Brussel - Art Brussels	Uitzending op locatie
zo 26/04/15	20/05/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - deSingel	deFilharmonie olv Edo de Waart, Elgar
wo 29/04/15	---	Klara	SCAL	Opera Antwerpen	La Juive
za 02/05/15	---	Klara	SCAL	Opera Antwerpen	La Juive
za 02/05/15	18/05/2015	Klara	KLLI	Mechelen - Troonzaal Gerechtsgebouw	FVV Mechelen Pieter Theuns & Bel Ayre
ma 04/05/15	04/05/2015	Klara	KLLI	Brussel - Bozar, Henry Leboeuf	BruPhil olv Collon (futurisme)
ma 11/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU Halve Finale KEW
di 12/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU Halve Finale KEW
wo 13/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU halve finale KEW

wo 13/05/15	02/06/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - deSingel, Blauwe Zaal	Kammerorchester Basel olv Chr Zacharias (Mendelssohn, Beethoven, Schumann)
do 14/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU Halve finale KEW
vr 15/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU Halve finale KEW
vr 15/05/15	19/05/2015	Klara	KLLI	Mechelen - Hoogkoor Sint-Romboutskathedraal	FVV Mechelen Capella Amsterdam // Ton de Leeuw, Daan Manneke
za 16/05/15	---	Klara	KEWE	Elsene - Studio 4, Flagey	RU Halve Finale KEW
ma 18/05/15	15/06/2015	Klara	KLLI	Muntschouwburg	recital Breslik
ma 25/05/15	25/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEW dag 1
di 26/05/15	26/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEWdag 2
wo 27/05/15	27/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEW dag 3
do 28/05/15	28/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEW dag 4
vr 29/05/15	29/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEW dag 5
za 30/05/15	30/05/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	RU Finale KEW dag 6
di 02/06/15	---	Klara	RIGU	Brussel OC Montage (Toots + RS21)	Opname songs La vie est Riguelle
di 09/06/15	09/06/2015	Klara	KEWE	Brussel - PSK, Henry Leboeuf	Laureatenconcert KEW 2015 : BruPhil, laureaat 4, 5 en 6 olv Michel Tabachnik
do 11/06/15	11/06/2015	Klara	KEWE	Henry Leboeuf, PSK	Slotconcert KEW 2015
do 18/06/15	23/09/	Klara	KLLI	Elsene - Flagey,	BruPhil olv

	2015			studio 4	M.Tabachnik (Au revoir, Michel)
vr 19/06/15	19/06/ 2015	Klara	HAHO	Oostende - Beaufort	Uitzending op locatie
di 23/06/15	---	Klara	SCAL	Brussel - Le Théâtre National (prod. De Munt)	Rachmaninov Troika
wo 24/06/15	---	Klara	SCAL	Brussel - Le Théâtre National (prod. De Munt)	Rachmaninov Troika
vr 26/06/15	---	Klara	SCAL	Vlaamse Opera Gent	Le Nozze di Figaro
zo 28/06/15	08/09/ 2015	Klara	KLLI	Bilzen - Landcommanderij Alden Biesen	AlbaNova
zo 28/06/15	---	Klara	SCAL	Vlaamse Opera Gent	Le Nozze di Figaro
ma 29/06/15	---	Klara	KLLI	3870 Heers - Tiendschuur, Herkenrodehoeve	B-Classic Muzikantencollectief (Fauré, Chausson, impro, Stravinsky)
za 04/07/15	04/07/ 2015	Klara	BELM	Kortrijk - Orangerie - Broelmuseum	Uitzending op locatie
vr 17/07/15	21/07/ 2015	Klara	NET3	Studio Toots	opname piano solo
ma 20/07/15	---	Klara	KLLI	tbc - tbc	Preludiumconcert Nationale Feestdag
vr 31/07/15	---	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw, Kamermuziekzaal	rechtstreekse uitzending nav MA Festival
vr 31/07/15	31/07/ 2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal Concertgebouw (Grote Zaal)	Ma Festival Handel Oratorium Il Trionfo voor orkest en solisten
za 08/08/15	---	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw, Concertzaal	MA Festival Ensemble Correspondances
do 13/08/15	---	Klara	JAMI	Wilrijk - Park Den Brandt	mix concerten
do 13/08/15	13/08/	Klara	JMPR	Wilrijk - Park Den	Uitzending

	2015			Brandt	
vr 14/08/15	---	Klara	JAMI	Wilrijk - Park Den Brandt	mix concerten
vr 14/08/15	13/08/2015	Klara	JMPR	Wilrijk - Park Den Brandt	Uitzending
za 15/08/15	---	Klara	JAMI	Wilrijk - Park Den Brandt	mix concerten
za 15/08/15	13/08/2015	Klara	JMPR	Wilrijk - Park Den Brandt	Uitzending
zo 16/08/15	---	Klara	JAMI	Wilrijk - Park Den Brandt	mix concerten
zo 16/08/15	13/08/2015	Klara	JMPR	Wilrijk - Park Den Brandt	Uitzending
wo 19/08/15	19/08/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Leyszaal - Stadhuis Antwerpen	Laus P. - Uitzending voorafgaand aan concert.
wo 19/08/15	19/08/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Sint-Pauluskerk	Laus P Huelgas Ensemble
ma 24/08/15	---	Klara	EKL	1000 Brussel - Kabinet minister Gatz	Opname gesprek met minister + live muziek
zo 30/08/15	19/08/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Sint-Pauluskerk	Laus P Collegium Vocale Gent & Blindman
za 12/09/15	12/09/2015	Klara	KLLI	9000 Gent - Marriott Hotel	Odegand live uitzending
do 17/09/15	17/09/2015	Klara	KLLI	8000 Brugge - Concertgebouw	deFilharmonie, Herreweghe, Lewis : Beethoven, Mozart, Schumann
za 19/09/15	24/09/2015	Klara	KLLI	Elsene - Flagey, Studio 4	BruPhil, Denève, Braley (Rouse, Franck, Connesson, Debussy)
zo 20/09/15	12/10/2015	Klara	KLLI	Tongerlo - Abdijkerk	FVV Mechelen Musica : Divina Cappella Amsterdam (Pärt)
di 22/09/15	28/09/2015	Klara	KLLI	Gent - Handelsbeurs	FVV Gent Tetzlaff Kwartet

wo 23/09/15	05/10/2015	Klara	KLLI	Schaarbeek - Hallen van Schaarbeek	Recital: Sally Matthews
vr 25/09/15	---	Klara	SCAL	Opera Vlaanderen Gent	Tannhauser
za 26/09/15	13/10/2015	Klara	KLLI	Hoogstraten - Begijnhofkerk	FVV Mechelen Musica Divina : Pluto Ensemble en Hathor Consort
zo 27/09/15	---	Klara	SCAL	Opera Vlaanderen Gent	Tannhauser
di 29/09/15	---	Klara	SCAL	Schaarbeek - Brussel OC Montage (Hallen van Schaarbeek)	Opera Powder her face
wo 30/09/15	08/10/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Le Concert Olympique, A.Schönbergkoor (Beethoven)
do 01/10/15	01/10/2015	Klara	KLLI	Brussel - Conservatorium, Concertzaal	Il Gardellino, Karthäuser (Bach, Marcello)
vr 02/10/15	---	Klara	SCAL	Schaarbeek - Brussel OC Montage (Hallen van Schaarbeek)	Opera Powder her face
za 03/10/15	21/10/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	I Solisti del Vento & Collegium Vocale (Stravinsky, Dowland)
wo 07/10/15	18/11/2015	Klara	KLLI	Leuven - Predikherenkerk	VRK De Herenclub
vr 09/10/15	20/10/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Les Ambassadeurs, Sabine Devieille (Rossini)
za 10/10/15	10/10/2015	Klara	IKBR	Concertgebouw Brugge - Kamermuziekzaal	concerten Kamermuziekzaal
za 10/10/15	10/10/2015	Klara	IKBR	Concertgebouw Brugge	live uitzending
za 10/10/15	10/10/2015	Klara	IKBR	Concertgebouw Brugge - Grote zaal	concerten Grote zaal

wo 14/10/15	30/11/2015	Klara	KLLI	Gent - Handelsbeurs	Fauré Quartett (Mozart, Fauré, Brahms)
vr 16/10/15	16/10/2015	Klara	HAHO	Brussel - PSK	Uitzending op locatie
za 17/10/15	27/10/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	La Grande Chapelle olv Albert Recasens (Policoralidad en el Nuevo Mundo)
zo 18/10/15	26/10/2015	Klara	KLLI	Leuven - Schouwburg 30CC	FVV Vlaams-Brabant: Gershwindag Braley en Vandewalle
di 20/10/15	---	Klara	SCAL	Brussel - Koninklijk Circus	Opera: La Vestale
do 22/10/15	---	Klara	SCAL	Brussel - Koninklijk Circus	Opera: La Vestale
vr 23/10/15	26/11/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Orch des Champs Elysées, Coll Voc (Schumann)
vr 23/10/15	23/11/2015	Klara	KLLI	Wambeek - Kerk van Wambeek	FVV Vlaams-Brabant: Jolente De Maeyer Beethovensonates
za 24/10/15	02/12/2015	Klara	KLLI	Gent - Handelsbeurs	Matan Porat, piano (Schumann, Ives)
wo 28/10/15	10/11/2015	Klara	KLLI	Heverlee - Kerk van de Abdij van Park	FVV Vlaams-Brabant: Psallentes en The spirit of Gambo
do 29/10/15	29/10/2015	Klara	KLLI	Elsene - Flagey, Studio 4	BruPhil, Yoe Levi, Susan Gritton (Strauss, Mahler)
vr 30/10/15	17/11/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Cappella Mediterranea: Amore Siciliano (Tozzi, d'India, Bonfiglio)
za 31/10/15	---	Klara	TRIO	Antwerpen - Boekenbeurs - Antwerp Expo	Trio op locatie
do 05/11/15	05/11/2015	Klara	KLLI	Brussel - Conservatorium, Concertzaal	Recital Alisa Weilerstein, Inon Barnatan (Beethoven, Barber,

					Rachmaninov)
vr 06/11/15	24/11/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Holland Baroque Society, Boix (Scarlatti, Locatelli, Händel)
za 07/11/15	---	Klara	TRIO	Antwerpen - Boekenbeurs - Antwerp Expo	Trio op locatie
za 07/11/15	21/12/2015	Klara	KLLI	Antwerpen - Amuz	deCompagnie & Hermes Ensemble (Takemitsu, Messiaen, Deneire, ea)
zo 08/11/15	09/11/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertgebouw KMZ	Jos van Immerseel 70
zo 08/11/15	09/11/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Anima Eterna, Van Immerseel 70 (Schubert)
ma 09/11/15	09/11/2015	Klara	POMP	Antwerpen - Boekenbeurs - Antwerp Expo	Pompidou op locatie
do 12/11/15	12/11/2015	Klara	KLLI	Brussel - HLB, Bozar	deFilharmonie, Coll Voc, Herreweghe : Verdi Pezzi Sacri, Liszt Dantesymfonie
vr 13/11/15	05/01/2016	Klara	KLLI	Gent - Bijloke, Kraakhuis	Les esprits animaux (Händel, Fux, Corrette, Rameau ea)
za 14/11/15	09/12/2015	Klara	KLLI	Brugge - Concertzaal, Concertgebouw	Transparant Private View (Annelies Van Parys)
zo 15/11/15	---	Klara	POMP	Gent - Herbert Foundation	opname gesprek met Maria Gilissen
za 21/11/15	21/11/2015	Klara	T100	Radiohuis Leuven	TOP 100 uitzending
zo 22/11/15	21/11/2015	Klara	T100	Radiohuis Leuven	TOP 100 uitzending
wo 25/11/15	---	Klara	SCAL	Gent - Opera Vlaanderen Gent	Armida
do 26/11/15	04/01/	Klara	KLLI	Gent - Miryzaal	Het Collectief

	2016				(Brahms, Ligeti, Karg-Elert ea)
vr 27/11/15	19/01/2016	Klara	KLLI	Antwerpen - Amuz	Hana Blazikova, Bruce Dickey & friends
za 28/11/15	11/02/2016	Klara	KLLI	Antwerpen - deSingel, Blauwe Zaal	deFilharmonie, BJO, Brabbins : Adès, Ravel, Davies, Drevet
za 28/11/15	25/01/2016	Klara	KLLI	Gent - Handelsbeurs	Pavel Haas Quartet, Slavka Pechocova (Martinu, Dvorak)
do 03/12/15	03/12/2015	Klara	KLLI	Brussel - Bozar, HLB	Le Concert Spirituel, Hervé Niquet (Messiah)
vr 04/12/15	26/01/2016	Klara	KLLI	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	Ensemble Matheus, Spinosi, Prina (Vivaldi, Telemann)
za 05/12/15	05/12/2015	Klara	NET3	Brugge - Concertgebouw	Mount Olympus - 25u live radio
za 05/12/15	10/02/2016	Klara	KLLI	Antwerpen - Blauwe Zaal, deSingel	Camerata Bern, Antje Weithaas (Brahms)
zo 06/12/15	05/12/2015	Klara	NET3	Brugge - Concertgebouw	Mount Olympus - 25u live radio
di 08/12/15	15/02/2016	Klara	KLLI	Elsene - Flagey, Studio 4	Artemis Kwartet (Bach-Piazzolla / Schumann / Brahms)
za 12/12/15	23/12/2015	Klara	KLLI	Gent - Bijloke, Concertzaal	SOV, Deseure, Michiels (Wagner, Liszt, Scriabin)
zo 13/12/15	15/12/2015	Klara	KLLI	Brussel - Bozar, Henry Leboeuf	NOB, Boreyko, Fischer (Prokofiev)
di 15/12/15	08/02/2016	Klara	KLLI	Elsene - Flagey, Studio 4	Nicolas Angelich (Haydn, Beethoven, Liszt)
do 17/12/15	17/12/2015	Klara	KLLI	Brussel - Bozar, HLB	BruPhil, Niquet (ter vervanging van Marriner), Lamsma (Mozart, Bruch, Mendelssohn)

zo 27/12/15	26/12/2015	Klara	KLSE	OC Toots	Aan tafel met Pat en Yves
ma 28/12/15	26/12/2015	Klara	KLSE	OC Toots	Aan tafel met Pat en Yves
di 29/12/15	26/12/2015	Klara	KLSE	OC Toots	Aan tafel met Pat en Yves
wo 30/12/15	26/12/2015	Klara	KLSE	OC Toots	Aan tafel met Pat en Yves
do 31/12/15	26/12/2015	Klara	KLSE	OC Toots	Aan tafel met Pat en Yves

TV-Captaties van concerten 2015 (Klassiek, Jazz en World) (SD18-19)

Canvas

1. Klara in deSingel (deSingel, Antwerpen)
2. Generatie K/ Stefanie Troffaes, traverso (Studio Toots, VRT)
3. Generatie K/ Lucas Blondeel (Studio Toots, VRT)
4. Generatie K/ Trio Mosa (Studio Toots, VRT)
5. Halve Finale KEW (Flagey) (6)
6. Finale KEW (Bozar) (6)
7. Slotconcert KEW (Bozar Brussel, VRT muziekcaptatie)
8. Ambrose Akinmusire (Handelsbeurs Gent)
9. Robert Fonseca & Fatoumata Diawara (Flagey, Brussel)
10. Nationaal Orkest van België OB (Bozar, Brussel)
11. B'Rock (Brugge, Concertgebouw)
12. Jazz Middelheim, openingsdag met Belgische groepen (Park Den Brandt, Antwerpen)
13. Belgian Jazz Weekend (De Werf, Brugge)
14. Avishai Cohen Trio (Bozar, Brussel)

één

1. Preludiumconcert (Bozar, Brussel)
2. Kerstconcert (Koninklijk Paleis Brussel)

EBU aanbod Klara 2015 (SD18-19)

Concert date	Offer 1st title	1st composer	1st title	Performers
08/08/2015	2015 EURORADIO Summer Festivals	Jean de Cambefort	Excerpts from 'Le Ballet Royal	Correspondances Ensemble
25/03/2015	Contemporary Music on Wednesdays	Orazio Sciortino	A Song to Sing on the Water	I Solisti del Vento

06/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Giovanni Paisiello	Il Barbiere di Siviglia	Freiburg Baroque Orchestra
07/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Robert Schumann	Fünf Stücke im Volkston, op. 1	Jean-Guihen Queyras
08/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Kenji Sakai	Blue Concerto (Belgian Première)	Yomiuri Nippon Symphony Orchest
08/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Joseph Haydn	Piano Trio No. 44 in E, Hob. X	Mosa Trio
10/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Frank Martin	Le Vin herbé, chamber oratorio	La Monnaie Chamber Music Ensem
11/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Hector Berlioz	Roméo et Juliette, op. 17, dra	Les Siècles
12/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	W.A. Mozart	Overture to 'Così fan tutte', K	Royal Concertgebouw Orchestra
13/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Gustav Mahler	Des Knaben Wunderhorn	La Monnaie Symphony Orchestra
14/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Jean-Philippe Rameau	La Cupis, from 'Pièces de clav	Musica Aeterna
15/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Sergei Prokofiev	Romeo and Juliet, op. 64	Musica Aeterna
16/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Jan Dismas Zelenka	Responsoria for Holy Week: Hol	Collegium 1704
17/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Serge Verstocket	Hrzschrz (Première)	Megaphone Ensemble olv. Jo Cai
18/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Joseph Haydn	Overture to 'L'isola disabitat	Il Giardino Armonico
19/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Ch.W. Gluck	Don Juan, suite from the panto	Il Giardino Armonico

19/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Antonio Vivaldi	Mandolin Concerto in D, RV 93	B'Rock XS
20/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	Pietro Antonio Locat	Il Pianto d'Arianna, op. 7/6	Il Giardino Armonico
21/03/2015	17 Concerts from the 2015 Klara Festival	G.F. Handel	Alessandro, HWV 21	Armonia Atenea
14/11/2014	Two Concerts from the 2014 Ars Musica Festival	Walter Hus	Temesta Blues Concerto (Première)	Brussels Philharmonic Orchestr
24/11/2014	Two Concerts from the 2014 Ars Musica Festival	Walter Hus	Selected Preludes and Fugues,	Frederic Rzewski
05/06/2015	2015 Queen Elisabeth International Music Competition (violin)	François Van Campenh	Belgian National Anthem ('Bran	Liège Royal Philharmonic Orche
15/05/2015	Cappella Amsterdam at St Rumbold's Cathedral, Mechelen	Ton de Leeuw	Prière	Cappella Amsterdam

DATUM	ARTIEST
21/01/2015	Echosmith
22/01/2015	Jebroer
28/01/2015	Charlie Winston
29/01/2015	Tobias Jesso Jr.
4/02/2015	Bed Rugs
9/02/2015	Ides Moon
9/02/2015	I will, I swear

10/02/2015	Dotan
10/02/2015	Jacle Bow
10/12/2015	Milo Meskens
11/02/2015	St. Grandson
11/02/2015	Zinger
12/02/2015	Felix Pallas
12/02/2015	Zwartwerk
15/02/2015	Rappers van Eigen Kweek
17/02/2015	Red Zebra
17/02/2015	Zinger
18/12/2015	St. Grandson
19/12/2015	I will, I swear
20/02/2015	Daan
24/02/2015	Selah Sue
26/02/2015	Unknown Mortal Orchestra
2/03/2015	Ibeyi
2/03/2015	Novastar
3/03/2015	Billie
4/03/2015	Father John Misty
4/03/2015	Douglas Firs
5/03/2015	All We Are
5/03/2015	Drengé
16/03/2015	Marco Z
17/03/2015	The Bony King of Nowhere
18/03/2015	DJ Fresh
19/03/2015	Gavin James

Bijlage 19: Bereik Cultuurprogramma's op weekbasis (SD19)

Cultuurprogramma's 2015 (15' consecutief gekeken)		
2015	%	cumulatief gemiddelde
1	64,0	64,0
2	52,3	58,2
3	42,5	52,9
4	41,3	50,0
5	40,1	48,0
6	42,5	47,1
7	38,4	45,9
8	41,9	45,4
9	44,5	45,3
10	38,9	44,6
11	41,2	44,3
12	39,8	44,0
13	32,3	43,1
14	39,7	42,8
15	32,5	42,1
16	35,0	41,7
17	34,9	41,3
18	34,1	40,9
19	33,0	40,5
20	41,0	40,5
21	60,2	41,4
22	37,7	41,3
23	34,5	41,0
24	34,1	40,7
25	40,9	40,7
26	38,2	40,6
27	32,0	40,3
28	33,4	40,0
29	33,7	39,8
30	30,3	39,5
31	35,5	39,4
32	37,5	39,3
33	41,6	39,4
34	33,9	39,2
35	28,0	38,9
36	18,4	38,3
37	29,7	38,1
38	34,3	38,0
39	23,6	37,6
40	39,5	37,7
41	41,0	37,8
42	41,2	37,8

43	46,0	38,0
44	45,1	38,2
45	45,5	38,3
46	50,0	38,6
47	43,4	38,7
48	41,3	38,8
49	43,7	38,9
50	42,7	38,9
51	49,2	39,1
52	58,1	39,5
53	61,4	39,9
GEM.	39,9	

LIVE+6		
	maand	cum week
jan	48,0	48,0
feb	41,8	45,3
mrt	38,1	43,1
apr	35,2	40,9
mei	43,0	41,3
jun	36,9	40,6
jul	33,0	39,4
aug	35,3	38,9
sep	26,5	37,6
okt	42,6	38,2
nov	45,1	38,8
dec	51,0	39,9

Bijlage 20: Overzicht cinefiele films op Canvas in 2015 (SD19)

- 25TH HOUR
- A CLOCKWORK ORANGE
- A L'ORIGINE
- A PERDRE LA RAISON
- A ROYAL AFFAIR
- A SEPARATION
- A SOMEWHAT GENTLE MAN
- ABOUT ELLY
- AGORA
- AMOUR
- AN EDUCATION
- ANOTHER YEAR
- BALIBO
- BLANCANIEVES

- BRICK LANE
- CAPOTE
- CARNAGE
- CASUALTIES OF WAR
- CLOUD ATLAS
- DEATH IN VENICE
- DELIVERANC
- DETACHMENT
- DIE BLUTHOCHZEIT
- DR. STRANGELOVE
- DRIVE
- EASY RIDER
- ETERNAL SUNSHINE OF THE SPOTLESS MIND
- FARGO
- FISH TANK
- FIVE DAYS
- FIVE DAYS
- FLAMMEN & CITRONEN
- FROZEN RIVER
- FULL METAL JACKET
- GENOVA
- GIANNI E LE DONNE
- GONE BABY GONE
- HODEJEGERNE
- ILLEGAL
- IN COLD BLOOD
- IN THE MOOD FOR LOVE
- IT'S A FREE WORLD
- JUST THE WIND
- LE PERE DE MES ENFANTS
- LEBANON
- LES BARONS
- LES GEANTS
- LIBERTE
- LITTLE CHILDREN
- LORE
- MESRINE 1 L'INSTINCT DE MORT
- MESRINE 2 L'ENNEMI PUBLIC NÂ°1
- MIDNIGHT EXPRESS
- MONSIEUR LAZHAR
- MONSTER
- MOTHER AND CHILD
- MUD
- MYSTIC RIVER
- ON THE ROAD
- ONLY LOVERS LEFT ALIVE
- PATHS OF GLORY
- PLATOON
- PRECIOUS
- REVOLUTIONARY ROAD
- REYKJAVIK-ROTTERDAM
- ROSEMARY'S BABY
- SIDE EFFECTS
- SIDEWAYS
- SUBMARINO
- TAKE SHELTER

- TAXI DRIVER
- THE ADVENTURES OF PRISCILLA, QUEEN OF THE DESERT
- THE ARTIST
- THE EXORCIST
- THE IDES OF MARCH
- THE INVADER
- THE KIDS ARE ALLRIGHT
- THE MASTER
- THE MESSENGERS
- THE STONING OF SORAYA M.
- THE THREE BURIALS OF MELQUIADES ESTRADA
- THE UNBEARABLE LIGHTNESS OF BEING
- THE VIRGIN SUICIDES
- TWO LOVERS
- UNE AFFAIRE DE FEMMES
- WE NEED TO TALK ABOUT KEVIN
- WELCOME
- YO, TAMBIEN
- MARGIN CALL
- LA PIEL QUE HABITO

Bijlage 21: Overzicht behandelde sporten in Sportweekend (SD20)

- Atletiek
- Autosport (excl. F1)
- Baanwielrennen
- Badminton
- Basketbal
- Beachvolleybal
- Biljarten
- BMX
- Boksen
- Cricket
- Endurocross
- Formule 1
- Golf
- Golfsurfen
- G-sport
- Gymnastiek
- Hamerslingeren
- Handbal
- Hockey
- Ijshockey
- Judo
- Korfbal
- Langlaufen
- Motorcross
- MotoGP
- Muurklimmen
- Paardensport
- Rally

- Rugby
- Schaatsen
- Schaken
- Skiën
- Strandvoetbal
- Surfen
- Tafeltennis
- Tennis
- Triatlon
- Veldlopen
- Veldrijden
- Voetbal
- Volleybal
- Wielrennen
- Zeilen
- Zwemmen

Bijlage 22: Bereik educatieprogramma's op weekbasis (SD22)

EDUCATIE(15' consecutief gekeken)		
2015	%	CUMulatief gemiddelde
1	36,5	36,5
2	45,3	40,9
3	46,9	42,9
4	42,5	42,8
5	42,3	42,7
6	42,0	42,6
7	38,1	41,9
8	44,3	42,2
9	45,9	42,6
10	38,8	42,3
11	34,4	41,5
12	32,7	40,8
13	43,2	41,0
14	37,3	40,7
15	37,2	40,5
16	37,3	40,3
17	31,8	39,8
18	35,0	39,5
19	31,9	39,1
20	29,4	38,6
21	36,4	38,5
22	32,3	38,3
23	31,7	38,0
24	26,5	37,5
25	32,8	37,3

26	25,9	36,9
27	30,9	36,6
28	30,3	36,4
29	27,8	36,1
30	30,2	35,9
31	23,2	35,5
32	23,5	35,1
33	29,1	35,0
34	28,4	34,8
35	32,1	34,7
36	26,5	34,5
37	28,6	34,3
38	30,2	34,2
39	30,0	34,1
40	28,6	33,9
41	36,9	34,0
42	32,1	34,0
43	30,7	33,9
44	30,3	33,8
45	34,3	33,8
46	41,8	34,0
47	37,0	34,1
48	37,2	34,1
49	39,8	34,2
50	36,6	34,3
51	40,7	34,4
52	40,8	34,5
53	37,9	34,6
GEM.	34,6	

LIVE+6	maand	cum week
jan	42,7	42,7
feb	42,6	42,6
mrt	37,3	41,0
apr	35,7	39,5
mei	32,5	38,3
jun	29,2	36,9
jul	28,5	35,5
aug	28,3	34,7
sep	28,8	34,1
okt	31,7	33,8
nov	37,6	34,1
dec	39,2	34,6

Bijlage 23: Wetenschap- en educatief aanbod VRT (SD22)

Eén

- Het Journaal,
- Koppen,
- Koppen XL,
- Voor hetzelfde Geld,
- Volt,
- De Zevende Dag,
- Dagelijkse Kost,
- Groenland,
- de Schuur van Scheire,
- Ook Getest op Mensen,
- Ten Oorlog,
- Beroepen zonder Grenzen,
- Merci Merckx,
- Wedding Day,
- Via Annemie,
- Reizen Waes

Canvas

- "Misdaad loont niet meer",
- "10 miljard mensen voeden",
- "Stop de stress",
- "Nooit meer dood",
- "Stop de opwarming",
- "Redt ons uit de file".
- "Baby Makers: the Fertility Clinic",
- "Expedition to the End of the World",
- "The End of Memory",
- "Girls with Autism"
- "De Mmmmmmelkstrijd"
- "De dokter is op"
- "Voor een paar graden minder"
- "Chronische Lyme: epidemie of fantasie?"
- "Post Mortem"
- Iedereen vruchtbaar
- Interview met Stephen Hawking

Bijlage 24: Vlaamse televisieproducties en coproducties in primetime (SD 27)

Programma's in prime time in 2015 op Canvas

12 IN 40
30.000STE LAST POST
ALLEEN ELVIS BLIJFT BESTAAN
ARCHIBELGE
ATLETIEK. MEMORIAL IVO VAN DAMME
ATLETIEK. NACHT HEUSDEN-ZOLDER
ATLETIEK. NAIMETTE (S.)
AUTO. RALLY BK. HASPENGOUW (S.)
BADMINTON. FIN
BASKET. EK. (S.)
BEHIND THE REDWOOD CURTAIN
BELPOP
BEVERGEM
CARNOTSTRAAT 17
COMEDY TOTAL
DE AFSpraak
DE CANVASCONNECTIE
DE COULISSEN VAN DE WETSTRAAT
DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT
DE MACHT VAN HET MINUSCULE
DE NADA
DE SMET
DE VIJVER
DE WERKENDE MENS
DE WILDE KEUKEN
DIEREN ALS INSTRUMENTEN
DOOD VAN EEN SCHADUW
EUROPA LEAGUE MAGAZINE
EXTRA JOURNAAL
EXTRA TIME
F. DENEYER
F1. WK. GP. CANADA
F1. WK. GP. ITALIE
F1. WK. GP. MALEISIE
F1. WK. GP. OOSTENRIJK
FANS OF FLANDERS
FEEL MY LOVE
GOUDEN BOEKENUIL
GOUDVIS
GRANDE HOTEL
HERFSTCONCERT IN HET PALEIS
HET 8 UUR-JOURNAAL

1000 ZONNEN
60 JAAR EUROVISIE SONGFESTIVAL
AFSPRAAK IN RIO
BART & SISKA
BEROEPEN ZONDER GRENZEN
BESTE VRIENDEN
BIRTH DAY
BLOKKEN
BUITENGEWOON
CAFE CORSARI
CLOUSEAU CENTRAAL
COMEDY TOUR
DAENS
DAGELIJKSE KERST
DAGELIJKSE KOST
DE ALLESWETER
DE BIKER BOYS
DE QUIZ VAN HET JAAR
DE RIDDER
DE SCHUUR VAN SCHEIRE
DE TELEVISIEROUTE
DE ZOO ACHTER DE SCHERMEN
DIEREN IN NESTEN
DOSSIER K.
ECHT NIET OK!
EIGEN KWEEK
EUROVISIE SONGFESTIVAL
EXTRA JOURNAAL
FC DE FAVORIETEN
FC DE KAMPIOENEN
FLIKKEN MAASTRICHT
FLYING HOME
GEERT HOSTE KERSTSPECIAL
GEERT HOSTE LOL
GEERT HOSTE WAAKT OVER HET LAND
GOD IN FRANKRIJK
GOED VOLK
GROENLAND
GROENTEN UIT BALEN
HALFWEG
HALLO TELEVISIE!
HASTA LA VISTA

HET 6 UUR-JOURNAAL
HET 7 UUR-JOURNAAL
HET HUIS
HET JOURNAAL LAAT
HET STERKSTE NETWERK
HET VARKEN VAN MADONNA
HET WEER
IEDEREEN BEROEMD
IEDEREEN TEGEN KANKER
JA JAN
JONGE BENEN
KALMTE KAN U REDDEN
KAMPIOEN ZIJN BLIJFT PLEZANT
KARAKTERS
KENO
KIJK UIT!
KOBÉ SLUIT AF
KOPPEN
KOPPEN XL
LIVE WILL TURA 75 JAAR
LOSLOPEND WILD
LOSLOPEND WILD & GEVOGELTE
LOTTO
LUCHTHAVEN 24/7
MARINA
MERCÍ MERCCKX
MISSIE MOSANGO
MUSIC INDUSTRY AWARDS
NEKKANACHT
NERGENS BETER DAN THUIS
NIEUW TEXAS
OOK GETEST OP MENSEN
PAULINE & PAULETTE
PEOPLE OF TOMORROW
POP UP LIVE
RADIO 2 ZOMERHIT
REGERINGSMEEDEDELING OPEN MONUMENTENDAG
REIZEN WAES
ROCK WERCHTER
SPECIAL OLYMPICS
SPORTWEEKEND
T.

