

TOEZICHT OP DE NALEVING DOOR DE OPENBARE OMROEP VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST MET DE VLAAMSE GEMEENSCHAP



08

rapport



Colofon

Verantwoordelijke uitgever:

Joris Sels, gedelegeerd bestuurder

Koning Albert II-laan 20, bus 21

1000 Brussel

Tel.: 02/553 45 04

Fax: 02/553 45 06

e-mail: vrn@vlaanderen.be

webstek: www.vlaamseregulatormedia.be

Lay-out en druk:

Lidia Defossez

Digitale Drukkerij Facilitair Management Vlaamse Overheid

Depotnummer

D/2009/3241/244

**TOEZICHT OP DE NALEVING
DOOR DE OPENBARE OMROEP
VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST
MET DE VLAAMSE GEMEENSCHAP.**

INHOUD

INLEIDING	5
DEEL I PERFORMANTIEMAATSTAVEN	
Artikel 16	
Bereiken van een groot publiek	
Maatstaf 1. Bereik VRT totaal	7
Maatstaf 2. Weekbereik VRT-TV	8
Maatstaf 3. Weekbereik VRT-Radio	11
Maatstaf 4. Journaal en informatie op TV	12
Maatstaf 5. Nieuws op radio	13
Maatstaf 6. Cultuur op spoor 2 televisie	14
Maatstaf 7. Educatie op spoor 2 televisie	16
Kwaliteit van het aanbod	
Maatstaf 8. Kwaliteitsbewaking	18
Diversiteit van het aanbod	
Maatstaf 9. Behoud uitzenduren cultuur	27
Vlaamse producties	
Maatstaf 10. Vlaamse producties radio	28
Maatstaf 11. Vlaamse producties televisie	30
Artikel 24	
Maatstaf 12. Digitalisering Productie- en Distributieproces	31
Artikel 28	
Maatstaf 13. Transmissie	32
Artikel 32	
Maatstaf 14. HR	35
Maatstaf 15. Beheersing personeelskosten	37
Maatstaf 16. HR & diversiteit	38
Artikel 41	
Maatstaf 17. Financieel	40
DEEL II AFGELEIDE PERFORMANTIEMAATSTAVEN	
Artikel 9	
Betreffende de diversiteit op de netten	45
Betreffende de investering in Vlaamse fictie	47

Artikel 10

Betreffende Radio 1	48
---------------------------	----

Artikel 11

Betreffende RVi en BVN	50
------------------------------	----

Artikel 14

Betreffende het interne productiehuis	52
Betreffende de externe producties	55

DEEL III AANBEVELINGEN

Aanbeveling 1. Het gedeeltelijk niet behalen van de performantiemaatstaven en het ontbreken van gegevens	57
Aanbeveling 2. De resultaten van de studie van Ipsos Belgium	57
Aanbeveling 3. Het meten van de bepalingen voor de verschillende radio- en televisiezenders zoals opgenomen in de artikels 9, 10, 11 en 12 van de beheersovereenkomst.	58

DEEL IV BIJLAGEN

Bijlage 1. Brief van Minister-president Kris Peeters van 28 januari 2009 in het kader van het toezicht door de VRM op de naleving van de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap.	59
Bijlage 2. Bereik van verschillende VRT-media op maandbasis.	62
Bijlage 3. Lijst van programma's journaal en informatie op televisie.	63
Bijlage 4. Jaaroverzicht van het gemiddeld dagbereik van VRT-journaal- en informatie- magazinekijkers t.o.v. het totaal aantal VRT-televisiekijkers.	65
Bijlage 5. Lijst van programma's in het kader van het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2 op televisie	80
Bijlage 6. Lijst van programma's in het kader van de educatieve opdracht van de VRT via spoor 2 op televisie	85
Bijlage 7. Relevantie en efficiëntie meten van de openbare omroep.	89
Bijlage 8. Overzicht van prijzen en nominaties in 2008.	112
Bijlage 9. Beslissing 2009/017 van 16 februari 2009 van de Vlaamse Regulator voor de Media	117
Bijlage 10. Het onderzoek van Ipsos Belgium inzake de herkenning van minstens 1 VRT radiokanaal als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.	120
Bijlage 11. Overzicht van de Vlaamse TV-producties en co-producties, uitgezonden tussen 18u00 en 23u00 op de generalistische televisie- kanalen van de VRT.	126

INLEIDING

Voor het tweede jaar op rij heeft de Vlaamse Regulator voor de Media toezicht uitgeoefend op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst 2007-2011 met de Vlaamse Gemeenschap. Het voorliggend rapport is de neerslag van het uitgevoerde toezicht¹.

Dit toezicht is complementair met de supervisie door de gemeenschapsafgevaardigde in opdracht van de Vlaamse Regering. Het betreft de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst van de VRT met de Vlaamse Gemeenschap en is niet van financiële of budgettaire aard².

In navolging van de publicatie van het toezichtrapport 2007 kwamen enkele pijnpunten aan het licht. Diverse onduidelijke bewoordingen uit de beheersovereenkomst, die aanleiding gaven tot een verschillende interpretatie, werden het voorbije jaar uitgeklaard. Op initiatief van voormalig Media-minister Geert Bourgeois werden zowel de VRT als de VRM uitgenodigd aan te duiden voor welke bepalingen uit de beheersovereenkomst meer verduidelijking wenselijk was. Volgend op de opmerkingen van beide partijen werd in de brief van 28 januari 2009 van minister van Media Kris Peeters verduidelijking geschapen over de ter discussie staande punten. Deze verduidelijking diende als richtsnoer bij de interpretatie van de betrokken performantiemaatstaven³.

Ter voorbereiding van het toezichtrapport 2008 werd gewerkt aan de hand van informele semestriële rapporteringen. Deze werkwijze laat toe om de data regelmatig te analyseren en onderling te bespreken. Beiden partijen ontwikkelden eveneens een gezamenlijk kader waarin zowel de performantiemaatstaven, die onder deze titel zijn opgenomen in de beheersovereenkomst van de VRT, als afgeleide performantiemaatstaven, die in de tekst van de beheersovereenkomst verweven zijn, worden besproken. Afhankelijk van de aard van de performantiemaatstaven werden door de VRT zowel cijfers als descriptieve passages overgemaakt. De cijfers zijn zowel afkomstig van CIM-Audimetrie voor televisie, CIM-Radiostudie voor radio, als van de Studiedienst van de VRT. De Regulator controleerde steekproefsgewijs de door de Studiedienst aangeleverde gegevens.

De Regulator stelt vast dat, de in het toezichtrapport 2007 gestelde aanbevelingen hetzij grotendeels, hetzij volledig werden opgevolgd.

Bovendien kreeg de Regulator, in aanloop naar het opstellen van het toezichtrapport 2008, tijdig alle gevraagde informatie aangeleverd en werd deze ook op een meer gebruiksvriendelijke manier aan de Regulator aangeboden. De werkzaamheden en overlegmomenten vonden dan ook plaats in een positieve sfeer.

In het eerste deel van dit voorliggend rapport worden de performantiemaatstaven, zoals opgenomen in de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap, besproken. In een

¹ Conform artikel 218, § 2, 9°, van de gecoördineerde mediadecreten (artikel 169, §1, 10°, van het oude Mediadecreet) oefent de Vlaamse Regulator voor de Media een inhoudelijk toezicht uit op de naleving door de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap en rapporteert de Regulator 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 de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 staat het volgende inzake het 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 een budgettaire 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 VRM is complementair met het toezicht door de Vlaamse Regering via de gemeenschapsafgevaardigde zoals geregeld in artikel 25 van de gecoördineerde decreten."

³ De brief van 28 januari 2009 van Vlaams minister van Media Kris Peeters aan de Vlaamse Regulator voor de Media inzake het toezicht door de VRM op de naleving door de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap, werd als bijlage 1 in dit rapport opgenomen.

tweede deel werd een analyse doorgevoerd van de passages uit de beheersovereenkomst die met deze performantiemaatstaven verbonden zijn. Zoals zal blijken uit dit rapport is het merendeel van de performantiemaatstaven ruimschoots behaald. Over de afgeleide performantiemaatstaven deelde de VRT niet alle gegevens mee, zodat er niet altijd een conclusie kan getrokken worden. De Regulator dringt er dan ook op aan dat de VRT verder systemen uitbouwt voor de verschillende engagementen die zijn opgenomen in de beheersovereenkomst betreffende het aanbod op kwantitatief en kwalitatief vlak.

Tot slot werden door de Regulator opnieuw enkele aanbevelingen geformuleerd. Deze aanbevelingen moeten de openbare omroep in staat stellen om de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap beter op te volgen en stellen de Regulator in de mogelijkheid om het toezicht nog beter uit te voeren.

DEEL I: PERFORMANTIEMAATSTAVEN

ARTIKEL 16

MAATSTAF 1. DE VRT ZAL MET ZIJN AANBOD OVER DE VERSCHILLENDE MEDIA⁴ OP MAANDBASIS MINSTENS 90% VAN DE BEVOLKING⁵ BEREIKEN⁶.

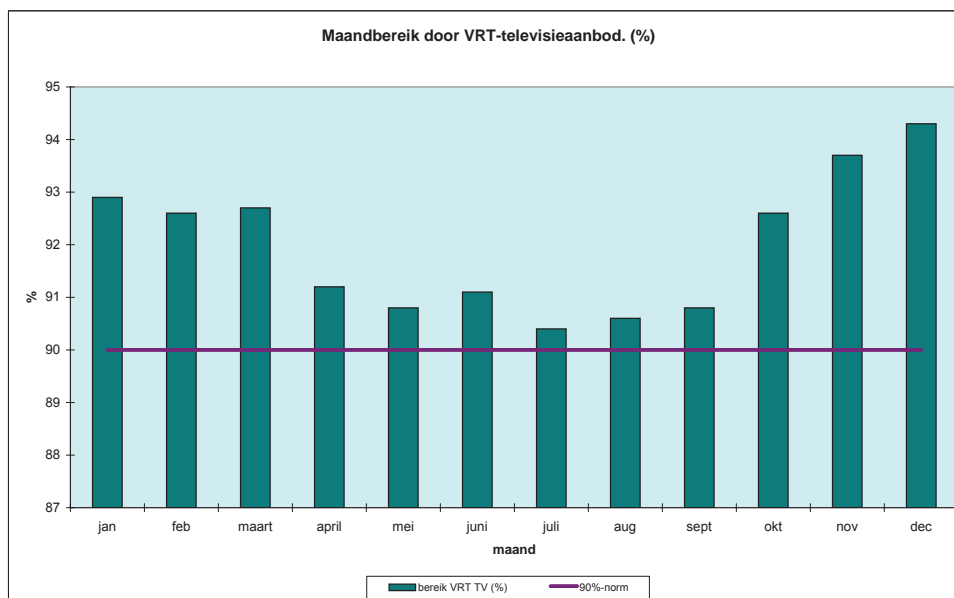
Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT met zijn aanbod van radio of televisie op maandbasis minstens 90 % van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT via zijn televisieaanbod maandelijks in 2008 tussen de 90,4% en 94,3% van de bevolking bereikt.

Verder blijkt uit de cijfers dat, volgens de Radio-CIM-studie, de VRT via zijn radioaanbod 82,9% van de bevolking bereikt voor de periode van 12 januari tot en met 10 mei en via VRT-online tussen 30,2% en 39,0% van de bevolking bereikt voor de periode van januari tot en met december 2008.

Als bijlage 2 wordt een tabel toegevoegd met de cijfers voor VRT-televisie, VRT-radio en VRT-online voor het jaar 2008.

Uit de grafiek blijkt dat de maatstaf van minstens 90% behaald is.



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze maatstaf behaald te hebben.

⁴ Hier worden in de eerste plaats TV en radio bedoeld, maar zonder andere mediatypes uit te sluiten.

⁵ Bevolking: gangbare referentiegroep die in de officiële onderzoeken wordt gebruikt: bij TV is dit 4+, bij radio 12+.

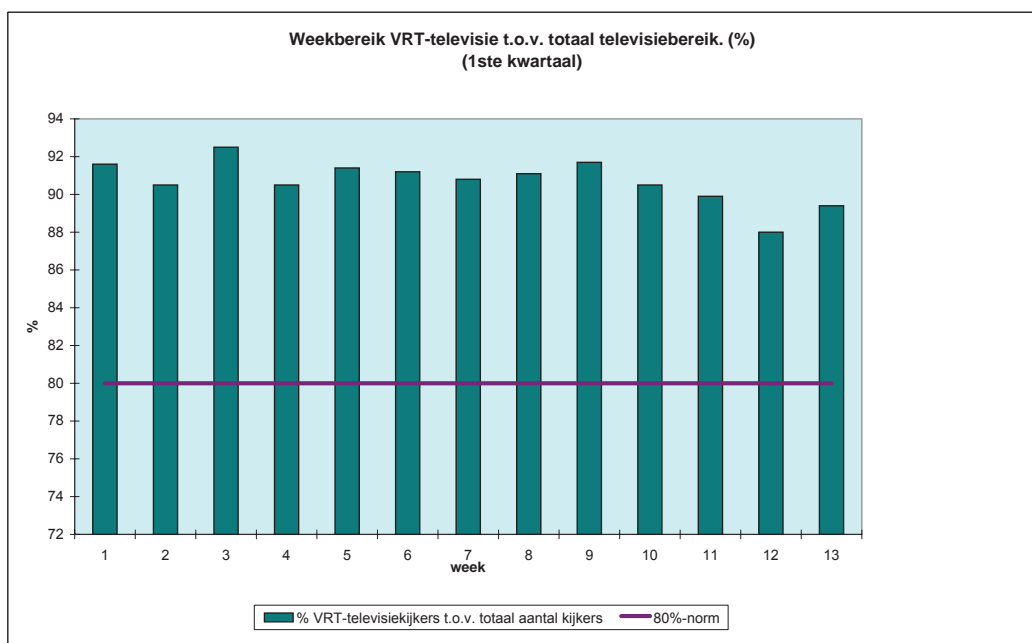
⁶ Bereik: verklaart in de laatste maand minstens éénmaal met het VRT-aanbod in contact gekomen te zijn. Kan opgemeten worden door CIM PMP onderzoek of ander betrouwbare referentie.

MAATSTAF 2. DE VRT ZAL MET ZIJN VERSCHILLENDE TELEVISIEKANALEN OP WEEKBASIS MINSTENS 80 % VAN DE TELEVISIEKIJKENDE BEVOLKING BEREIKEN⁷.

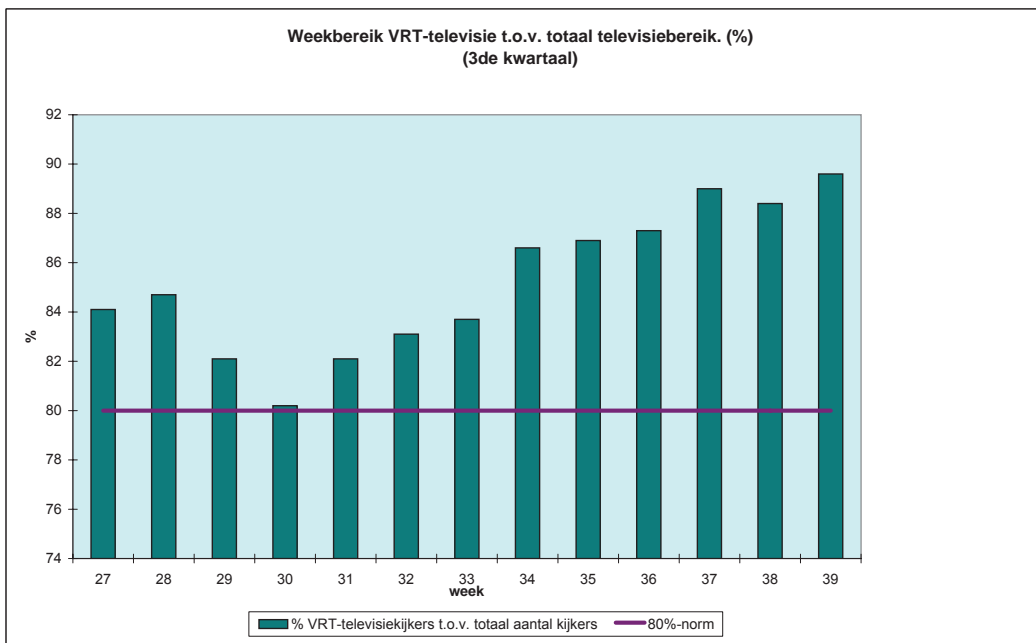
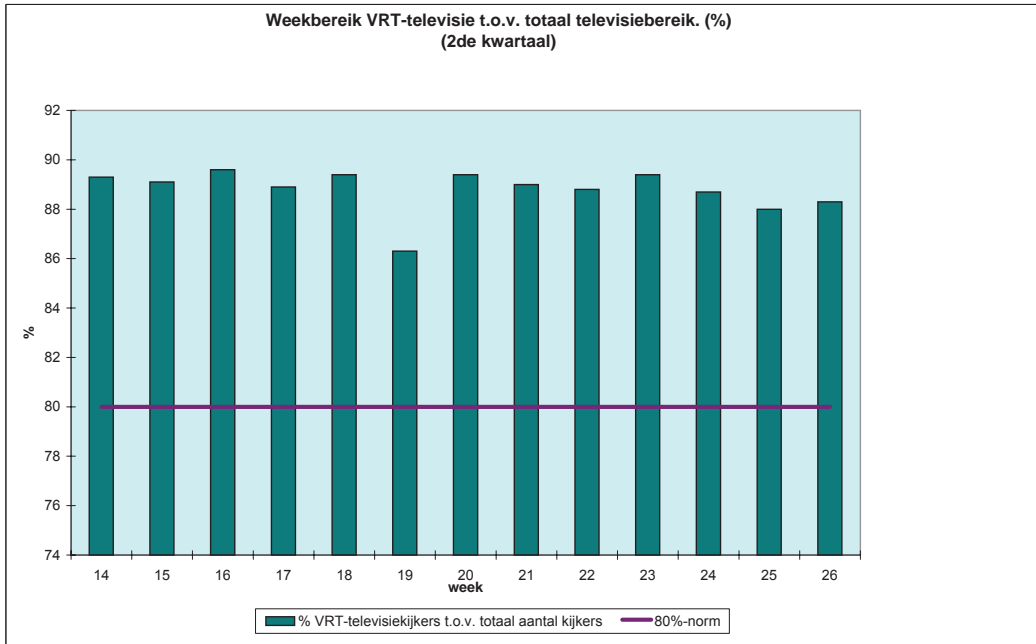
Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT op weekbasis met zijn verschillende televisiekanalen minstens 80 % van de televisiekijkende bevolking te bereiken.

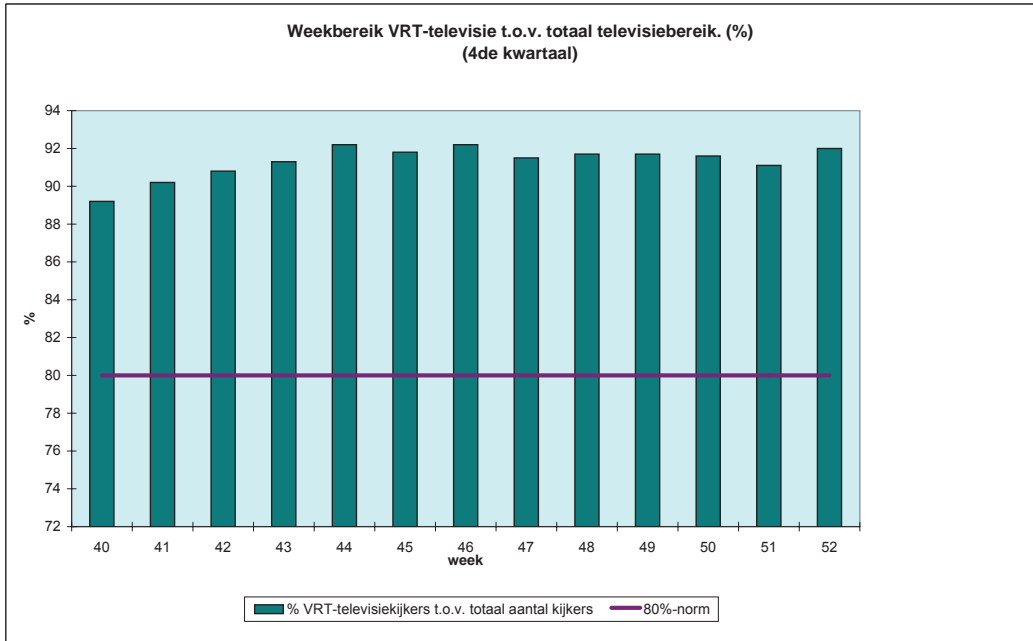
Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT in 2008 met zijn verschillende televisiekanalen op weekbasis tussen 83,7% en 91,8% van de televisiekijkende bevolking bereikt.

Uit de grafieken blijkt dat de maatstaf van minstens 80% behaald is.



⁷ Bereikdefinitie Televisiekanalen: minstens 15 minuten consecutief gekeken naar lineair aanbod en aanbod op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).





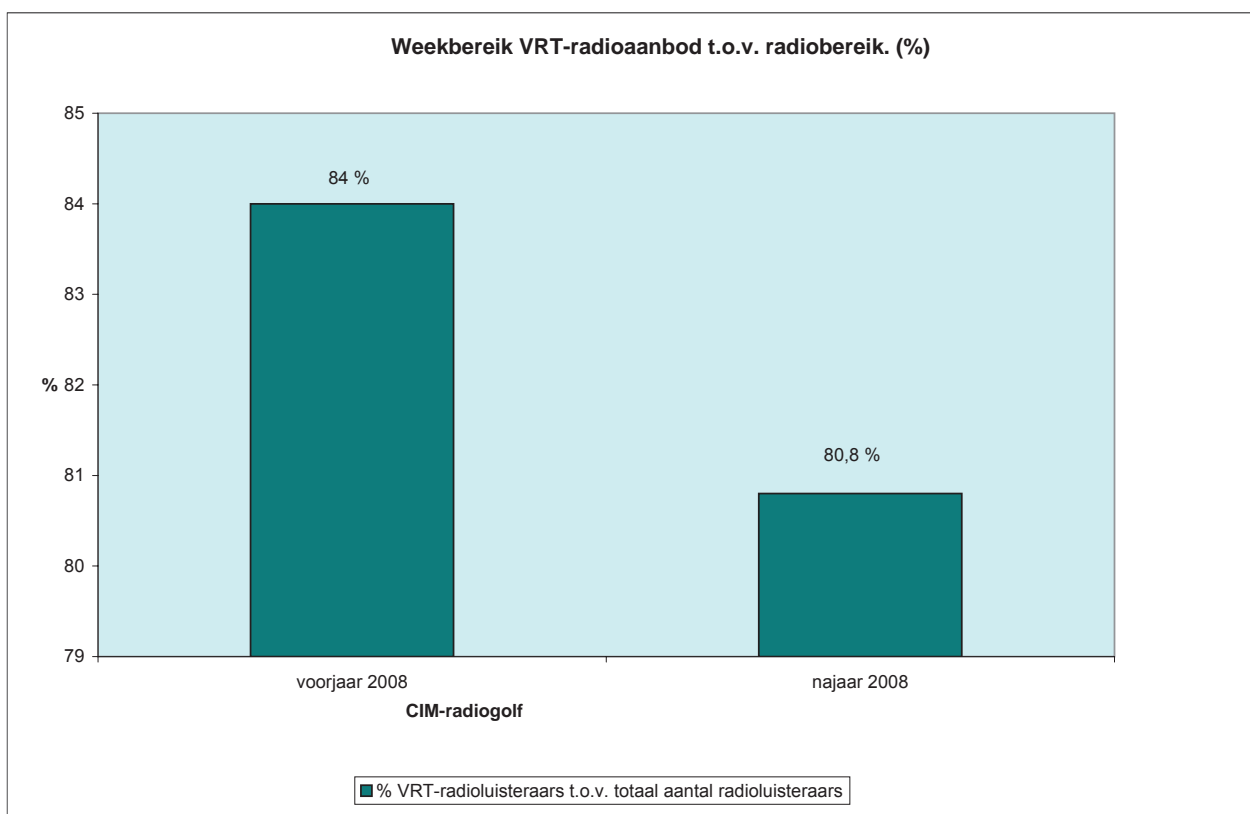
CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

MAATSTAF 3. DE VRT ZAL MET ZIJN VERSCHILLENDE RADIOKANALEN OP WEEKBASIS MINSTENS 80% VAN DE RADIOLUISTERENDE BEVOLKING BEREIKEN⁸.

Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT op weekbasis met zijn verschillende radiokanalen minstens 80% van de radioluisterende bevolking te bereiken.

De VRT bereikt met zijn radiokanalen volgens de resultaten van de eerste CIM-radiostudie van 2008 (12 januari t.e.m. 10 mei 2008) gemiddeld op weekbasis 84% van de radioluisterende bevolking. De VRT bereikt volgens de resultaten van de tweede CIM-radiostudie van 2008 (16 augustus 2008 t.e.m. 20 december 2008) gemiddeld op weekbasis 80,8% van de radioluisterende bevolking. Dit betekent dat de VRT gemiddeld op weekbasis 82,3% van de radioluisterende bevolking bereikt.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld minstens 80% op weekbasis behaald is.



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

⁸ Bereikdefinitie radiokanalen: minstens 15 minuten consecutief geluisterd naar lineair aanbod en aanbod op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

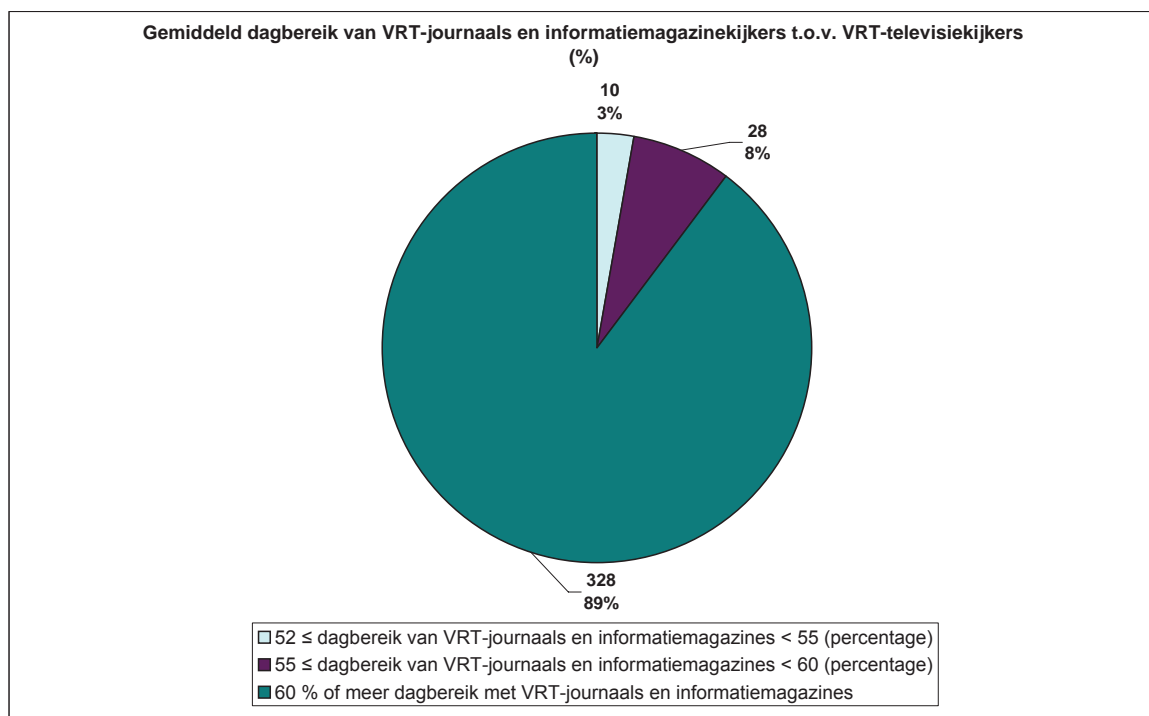
MAATSTAF 4. DE VRT ZAL MET DE TOTALITEIT VAN ZIJN JOURNAALS EN INFORMATIEMAGAZINES OP ZIJN TELEVISIEKANALEN GEMIDDELD PER DAG 60% VAN DE VRT-TELEVISIEKIJKERS BEREIKEN.⁹

Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT gemiddeld per dag met de totaliteit van zijn journaals en informatiemagazines¹⁰ op zijn televisiekanalen 60% van de VRT-televisiekiijkers te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT voor zijn journaals en informatiemagazines dagelijks tussen de 52% en 87,2% van de VRT-televisiekiijkers bereikt.

De VRT bereikt in 2008 gemiddeld per dag 69,3% van de VRT-televisiekiijkers voor zijn journaals en informatiemagazines.

Uit de grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld per dag 60% behaald is.¹¹



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

⁹ Definitie van bereik: minstens 25% van de uitzending gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

¹⁰ Het overzicht van de journaals en informatiemagazines is als bijlage 3 opgenomen.

¹¹ Het maandoverzicht met de percentages is als bijlage 4 opgenomen.

MAATSTAF 5. DE VRT ZAL MET ZIJN NIEUWSBULLETINS OP DE DIVERSE RADIOKANALEN PER DAG 80% VAN DE VRT-LUISTERAARS BEREIKEN.¹²

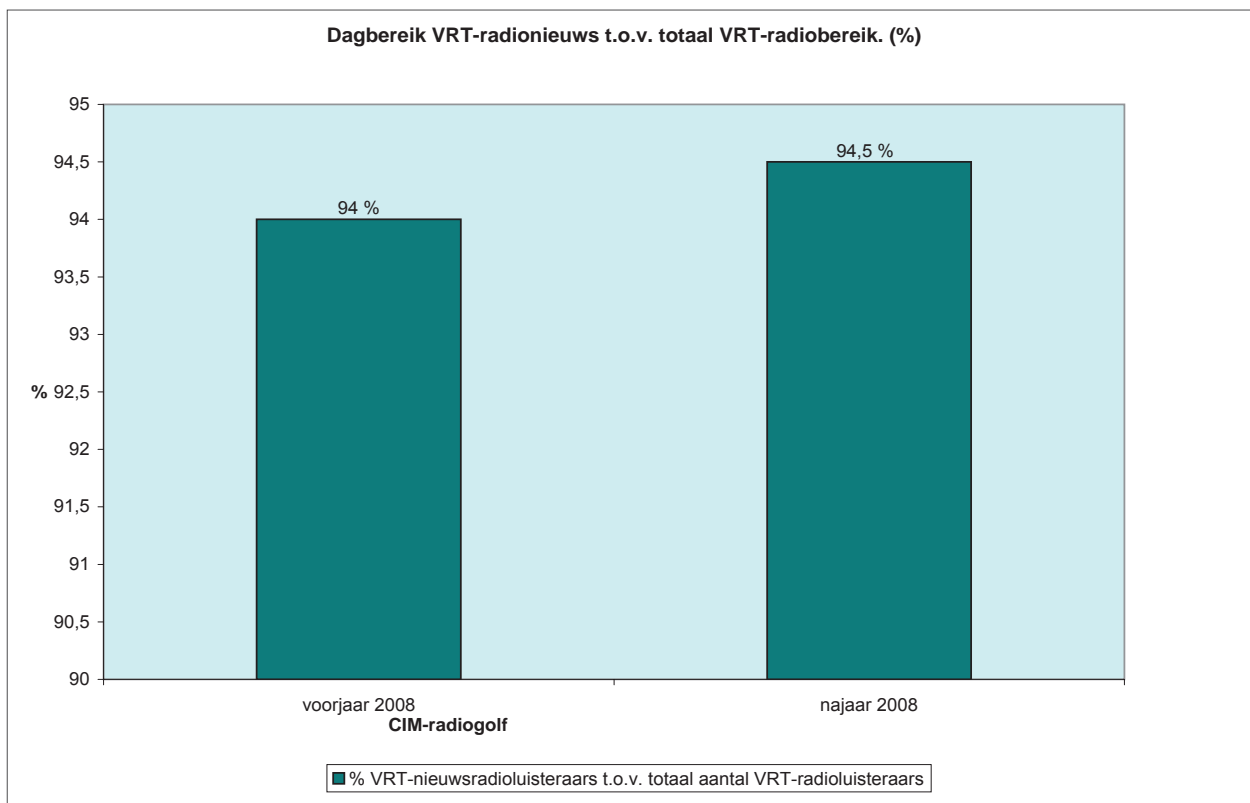
Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT per dag met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen 80% van de VRT-luisteraars te bereiken.

De VRT bereikt met zijn nieuwsbulletins volgens de resultaten van de eerste CIM-radiostudie van 2008 (10 januari t.e.m. 12 mei 2008) 94% van de VRT-luisteraars.

De VRT bereikt met zijn nieuwsbulletins volgens de resultaten van de tweede CIM-radiostudie van 2008 (16 augustus 2008 t.e.m. 20 december 2008) 94,5% van de VRT-luisteraars.

Dit betekent dat de VRT gemiddeld op dagbasis met zijn nieuwsbulletins 94,3% van de VRT-luisteraars bereikt.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld minstens 80% op dagbasis behaald is.



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

¹² Bereikdefinitie op dagbasis: minimum 10 minuten luisteren.

MAATSTAF 6. DE GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN ZULLEN VIA SPOOR 2 EEN GEVARIEERD GAMMA CULTUURUITINGEN¹³ AAN BOD LATEN KOMEN WAARMEE ZE OP WEEKBASIS 20% VAN DE BEVOLKING BEREIKEN.¹⁴

Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT op weekbasis via de generalistische televisiekanalen met zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen 20% van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT via zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen tussen de 16,4% (week 23 en week 32) en 57,8% (week 1) van de bevolking bereikt. Gedurende 5 van de 52 weken is de 20%-norm niet behaald.

De VRT bereikt in 2008 gemiddeld per week 33,7% van de bevolking voor het gevarieerd gamma cultuuruitingen.

Deze cijfers zijn interne cijfers van de VRT. Voor die reden heeft de Vlaamse Regulator voor de Media een steekproefsgewijze controle uitgevoerd voor de periode van 10 tot en met 16 november 2008.

Hieruit blijkt dat de opgegeven cijfers en uitzendingen die door de VRT overgemaakt zijn, kloppen met het aantal uitgezonden programma's. Dit is gemeten door de vergelijking te maken tussen de lijst met de ontvangen data van de VRT en de programmatie die opgenomen is in een dagblad in de periode van 10 tot en met 16 november 2008.

De lijst van cultuurprogramma's wordt wekelijks door de VRT geselecteerd op basis van de definitie die in de beheersovereenkomst en het addendum van de beheersovereenkomst van de VRT zijn opgenomen, een geïntegreerde historische databank en het gebruik van externe bronnen (Humo, Filmmagie, gespecialiseerde websites, Viewtime).

Het aftoetsen en valideren gebeurt door de medewerkers van de cel marktstrategie.

Voor programma's waarover geen eenduidigheid bestaat, wordt beroep gedaan op het intern valideringscomité performantiemaatstaven cultuur en educatie. De leden van dit comité zijn: de heren Marc Coenen (Algemeen Directeur Marktstrategie), Wouter Quartier (Manager Studiedienst), Peter Goyvaerts (Manager Aanbodstrategie) en Jan Hautekiet (Coördinatie OO-domeinen : cultuur, muziek en eigen fictie).

Dit comité heeft de eindbeslissing over het al dan niet opnemen van een programma binnen het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2.

Voor de periode van 10 tot en met 16 november 2008 is een analyse overgemaakt van de cultuurprogramma's die in deze periode zijn uitgezonden.

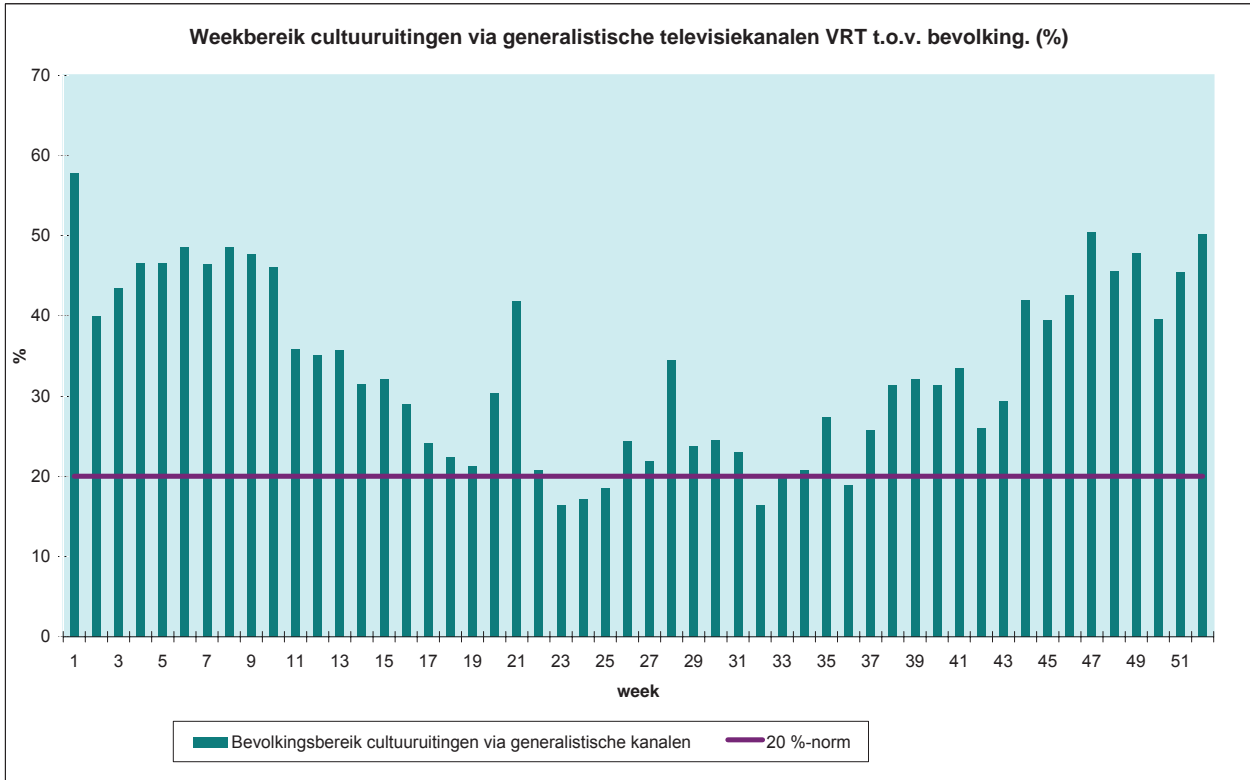
Voor het volledige jaar 2008 is een overzichtslijst met cultuurprogramma's als bijlage¹⁵ opgenomen en zowel de lijst als de methodiek is door de Vlaamse Regulator voor de Media gevalideerd.

¹³ VRT vult "cultuur" als volgt in: audio - of audiovisuele programma's, producten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst, theater, circus, cabaret enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over culturen en cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen; film (cinefiele film, de kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit de Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers); kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie.

¹⁴ Definitie van bereik: minimum 15 minuten consecutief gekeken lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

¹⁵ Zie bijlage 5

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld 20% op weekbasis behaald is.



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

MAATSTAF 7. DE VRT ZAL ZIJN EDUCATIEVE OPDRACHT TER HARTE NEMEN. DE GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN ZULLEN DAARMEE¹⁶ VIA SPOOR 2 OP WEEKBASIS 25% VAN DE BEVOLKING BEREIKEN.¹⁷

Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT op weekbasis met zijn educatieve programma's via de generalistische televisiekanalen 25% van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT via zijn educatieve programma's tussen de 19,8% (week 30) en 40,4% (week 9) van de bevolking bereikt. Gedurende 7 van de 52 weken is de 25%-norm niet behaald.

De VRT bereikt in 2008 gemiddeld per week 31,5% van de bevolking in het kader van de educatieve opdracht.

Deze cijfers zijn interne cijfers van de VRT. Voor die reden heeft de Vlaamse Regulator voor de Media een steekproefsgewijze controle uitgevoerd voor de periode van 10 tot en met 16 november 2008.

Hieruit blijkt dat de opgegeven cijfers en uitzendingen die overgemaakt zijn, kloppen met het aantal uitgezonden programma's. Dit is gemeten door de vergelijking te maken tussen de lijst met de ontvangen data en de programmatie die opgenomen is in een dagblad in de periode van 10 tot en met 16 november 2008.

De lijst van programma's die onder deze noemer valt worden wekelijks geselecteerd op basis van de definitie die in de beheersovereenkomst en het addendum van de beheersovereenkomst van de VRT zijn opgenomen, een geïntegreerde historische databank en het gebruik van externe bronnen (Humo, Filmmagie, gespecialiseerde websites, Viewtime). Het aftoetsen en valideren gebeurt met de medewerkers van de cel marktstrategie. Voor programma's waarover geen eenduidigheid bestaat, wordt beroep gedaan op het intern valideringscomité performantiemaatstaven cultuur en educatie. De leden van dit comité zijn: de heren Marc Coenen (Algemeen Directeur Marktstrategie), Wouter Quartier (Manager Studiedienst), Peter Goyvaerts (Manager Aanbodstrategie) en Jan Hautekiet (Coördinatie OO-domeinen : cultuur, muziek en eigen fictie).

Dit comité heeft de eindbeslissing over het al dan niet opnemen van een programma binnen het gevarieerd gamma educatieve programma's via spoor 2.

Voor de periode van 10 tot en met 16 november 2008 is een analyse overgemaakt van de educatieve programma's die in deze periode zijn uitgezonden.

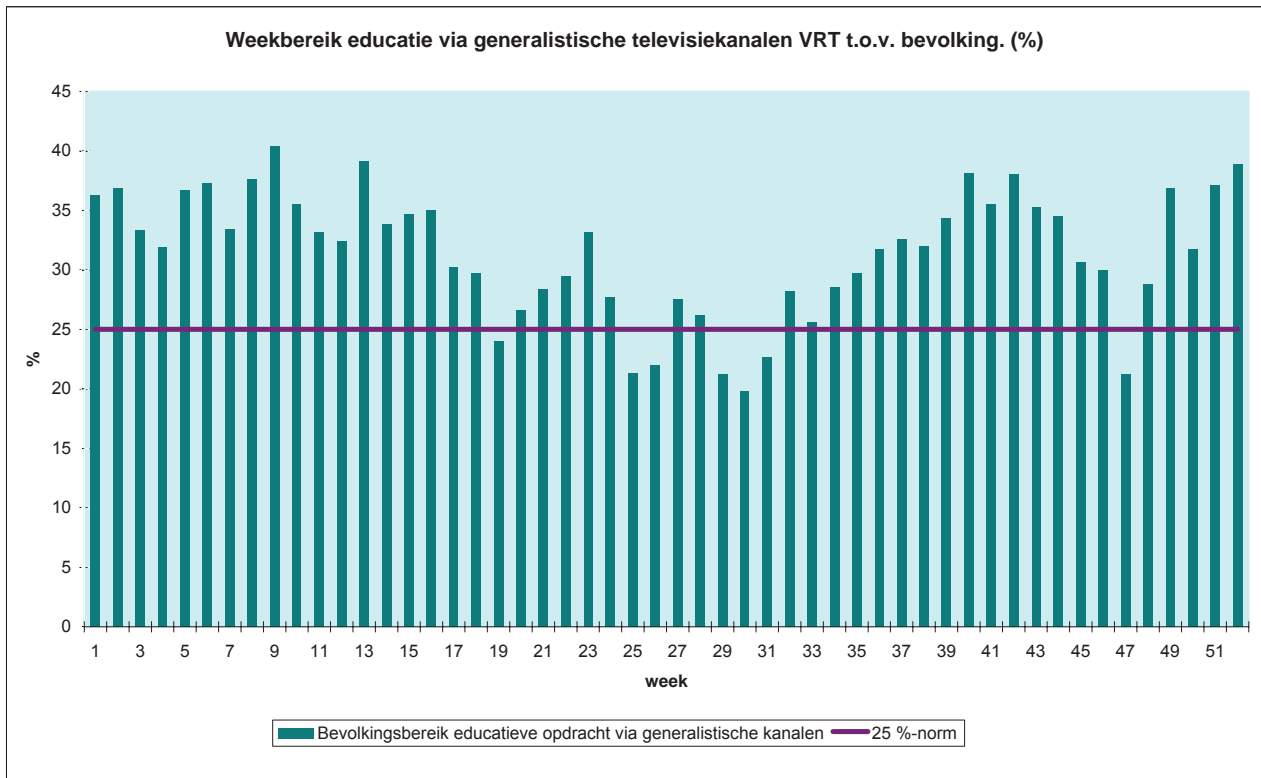
Voor het volledige jaar 2008 is een overzichtslijst met educatieve programma's als bijlage¹⁸ opgenomen en zowel de lijst als de methodiek is door de Vlaamse Regulator voor de Media gevalideerd.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld 25% op weekbasis behaald is.

¹⁶ De programma's die onder deze noemer vallen, zijn te typeren als documentaires en magazines over wetenschap & techniek, geneeskunde, natuur, dieren, geschiedenis, programma's met praktische weetjes (kook-, tuin en woonprogramma's) en didactische ketnet-programma's.

¹⁷ Definitie van bereik: minimum 15 minuten consecutief gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

¹⁸ Zie bijlage 6



CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

MAATSTAF 8. DE VRT VERBINDT ER ZICH TOE DOOR MIDDEL VAN EEN PERMANENT SYSTEEM VAN KWALITEITSBEWAKING DE PUBLIEKE, FUNCTIONELE, ETHISCHE, OPERATIONELE EN PROFESSIONELE KWALITEIT TE GARANDEREN.

Voor het behalen van deze performantiemaatstaf dient de VRT een permanent systeem van kwaliteitsbewaking de publieke, functionele, ethische, operationele en professionele kwaliteit te garanderen. In de beheersovereenkomst wordt gesteld dat er onder meer aandacht moet besteed worden aan de volgende vier dimensies

1. Functionele kwaliteit:

- De opvolging van het programma-aanbod op TV.
- Waarderings- en tevredenheidsonderzoek naar omroep, medium, net en programma.

2. Publieke kwaliteit:

- Evaluatie van de invulling van de openbare omroepdomeinen.
- De opvolging van missie en waarden door een permanente waarden- en innovatiemeter.

3. Ethische kwaliteit:

- De bijzondere aandacht voor positieve beeldvorming wordt gerapporteerd op basis van een monitor diversiteit.

4. Operationele kwaliteit:

- Evaluatie van de operationele en professionele kwaliteit.

De VRT heeft beschrijvend aangegeven hoe door middel van een permanent systeem van kwaliteitsbewaking de publieke, functionele, ethische, operationele en professionele kwaliteit gegarandeerd werd.

Volgende passages zijn voor de Regulator relevant:

Het kwaliteitsproject

In 2007 heeft de VRT een model ontwikkeld dat kwaliteit van het aanbod definieert en meet. Ook in 2008 is dit model toegepast, maar werd, in opvolging van de aanbeveling van de VRM inzake het permanent systeem van kwaliteitsbewaking, dit model verder verfijnd en uitgewerkt. Dit nieuwe model zal vanaf 2009 geïmplementeerd worden.¹⁹

Het model maakt een onderscheid tussen:

- Functionele kwaliteit: de mate waarin het VRT-aanbod aan de wensen van de mediagebruiker voldoet. Hoeveel mediagebruikers bereikt de VRT met zijn aanbod? Hoe tevreden is de mediagebruiker over de programma's, de verschillende netten en de VRT in zijn geheel?
- Publieke en ethische kwaliteit: de mate waarin het VRT-aanbod voldoet aan de noden van de

¹⁹ Het document *Relevantie en efficiëntie meten van de openbare omroep dat voorgesteld is aan de VRM in december 2008*, is opgenomen in bijlage 7.

maatschappij. Daarbij wordt enerzijds de aandacht voor de openbare omroepdomeinen gemeten. Anderzijds worden ook de maatschappelijke rol en impact van de VRT gemeten aan de hand van vijf parameters: diversiteit, innovatie, pluriformiteit, maatschappelijke impact en de perceptie van kwaliteit door de mediagebruiker. Daarnaast worden deze parameters eveneens gemeten aan de hand van inhoudelijke programma-analyses, een inventarisatie van het gebruik van nieuwe technologieën, de publieke opkomst bij VRT-evenementen en de samenwerking met partners.

- Operationele kwaliteit: de mate waarin het aanbod op een (kosten-)efficiënte en doelmatige manier tot stand komt.

Opmerking: Om de functionele en publieke en ethische kwaliteit van het VRT-aanbod te meten, start de VRT in 2009 met een waarderingsmonitor. De mediagebruiker wordt daarbij dagelijks bevroegd naar de prestaties van de VRT op deze verschillende kwaliteitsindicatoren.

De indicatoren die inzicht geven in de graad van succes met betrekking tot elk kwaliteitsdomein zijn, in vergelijking met 2007, verder uitgebreid en verfijnd.

1. Functionele kwaliteit: voldoen aan de behoeften van de mediagebruikers

De VRT stelt dat hij een media-aanbod maakt dat aan de behoeften van de mediagebruikers voldoet. Om daarin te slagen gaat de omroep na wat de behoeften zijn van de mediagebruikers en de mate waarin het doelpubliek wordt bereikt.

Complementariteit en opvolging van het tv- en radio-aanbod

Het aanbod van Eén en Canvas/Ketnet speelde duidelijk in op de mediabehoefte van de Vlaamse kijkers. Eén richtte zich tot het brede publiek. Het nieuws- en informatieaanbod van het net wordt door veel Vlamingen gevolgd dankzij een goede programmeringmix van informatie, human interest, fictie, entertainment en reality. Canvas had een aanbod voor zowel de kijkers die vooral tv kijken om hun kennis te vergroten als voor de kijkers die houden van tv met een avontuurlijk karakter. Het net bracht informatie, duiding, debat, cultuur, wetenschap, sociaal-maatschappelijke kwesties, reisinformatie, humor en fictie. Ketnet beantwoordde aan de mediabehoefte van kinderen. Kaatje van Ketnet werd een Ketnet-submerk dat peuters en kleuters ondersteunde in hun ontwikkeling.

In 2008 sprak het aanbod van alle VRT-radionetten samen bijna alle Vlaamse luisteraars aan. De kwaliteit van het aanbod wordt permanent opgevolgd. Nieuwe radioprogramma's of diensten konden pas gelanceerd worden als ze voldeden aan de VRT-missie en -waarden, de netwaarden en als ze voldoende kwaliteit hadden.

Het aanbod wordt ingedeeld in categorieën volgens de ESCORT-methode van de EBU. Daardoor kon in 2008 de invulling van de openbare omroepdomeinen nauwgezet opgevolgd worden, de diversiteit aan programma's evenwichtig verdeeld blijven en het programma-aanbod afgestemd worden op elk netprofiel.

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

De waarderingscijfers²⁰, brieven, telefoontjes en e-mails zijn belangrijk bij de evaluatie van programma's. Waarderingscijfers geven geobjectieerde indicaties over de kwaliteit van de programma's. De waardering voor de tv-programma's van de VRT was in 2008 doorgaans hoog (uitgedrukt in percentages):

- De programma's op Eén kregen een (gewogen) gemiddelde waardering van 77%.
- De programma's op Canvas kregen een (gewogen) gemiddelde waardering van 77%.
- De programma's van VRT-Nieuws haalden samen een (gewogen) gemiddelde waardering van 77%. In detail was dat: Koppen 77%, Phara 77%, Ter Zake 73%, Het Journaal van 19 uur 78%, De zevende dag 72% en Panorama 75%.
- De fictieprogramma's kregen een (gewogen) gemiddelde waardering van 76%.
- De ontspanningsprogramma's haalden een (gewogen) gemiddelde waardering van 78%.
- De cultuurprogramma's kregen een (gewogen) gemiddelde waardering van 77%.
- De educatieve programma's haalden een (gewogen) gemiddelde waardering van 79%.

Via een online onderzoekstool onderzoekt de VRT de motieven voor de waarderungen van de mediagebruikers. De VRT meet ook het imago en de algemene tevredenheid over de belangrijkste Vlaamse radio- en tv-netten.

Prijzen en nominaties in 2008

De VRT won in 2008 65 prijzen. Daarnaast werd de VRT of een VRT-medewerker nog 117 keer genomineerd.²¹

Onderhouden van de publieksband en afstemmen zendschema's op de mediagebruiker

De VRT stemde zijn aanbod af op de behoeften van de mediagebruiker. Hij kende die door kwantitatieve en kwalitatieve marktonderzoeken, programma-evaluaties, kijk- en waarderingscijfers en reacties van de kijkers en luisteraars.

De netten brachten hun aanbod volgens vaste patronen. Eén programmeerde horizontaal met programmablokken rond zijn informatieprogramma's: Blokken, Man bijt hond (of 1000 zonnen), Thuis en De laatste show (of De slimste mens ter wereld). In het weekend had de kijker vaste afspraken met Eén, zoals comedy op zaterdag en fictie op zondagavond. Canvas volgde ook een vast uitzendschema. De Canvas-avond startte met een informatieprogramma (Terzake, Vranckx of Panorama). Ketnet bracht een Vlaams aanbod voor zijn doelgroep. Bij bijzondere (sport)gebeurtenissen werden de uitzendschema's aangepast. Ook de radionetten volgden een vast uitzendschema dat enkel doorbroken werd in de zomermaanden.

De VRT stelt dat hij inspeelde op de behoeften van de mediagebruikers door nieuwe programma's op te nemen in de programmering en bestaande programma's te vernieuwen.

²⁰ Enkel beschikbaar voor tv-programma's.

²¹ Een exhaustief overzicht van prijzen en nominaties is opgenomen in bijlage 8.

Innovatietrajecten

De belangrijkste innovaties van de VRT-netten in 2008:

- Na de vernieuwing in 2007 paste Radio 1 zijn programmaschema in 2008 verder aan met nieuwe programma's zoals Friedl' en Het laatste uur. De website focuste op extra content bij programma's zoals Dubbelcheck.
- Radio 2 investeerde in de versterking van zijn namiddag- en weekendprogrammering. Met Dams en Van Deun, een spin-off van Witse (Eén), kreeg het radionet opnieuw een radiofeuilleton.
- Studio Brussel innoveerde zijn aanbod, vormgeving en crossmediale projecten zoals Music for Life. Online werd het videoaanbod uitgebreid en de livestreaming vaker ingezet.
- Donna rondde zijn innovatieproject af in januari 2008. Op dat moment werd een laatste volledige vernieuwing doorgevoerd.
- Klara probeerde met zijn programmaschema betere afspraken met de luisteraar te maken. Het net lanceerde nieuwe programma's op vrijdagavond (bijvoorbeeld Neve) om ook dan een weekendgevoel te creëren. Het weekendaanbod zelf werd in september vernieuwd.
- Eén focuste op de eigen gemaakte en Vlaamse producties. Het net innoveerde ook met programma's die moeilijke thema's aankaarten zoals Voorbij de grens en Doodgraag leven en met nieuwe formats zoals Fans.
- In januari 2008 rondde Canvas een innovatietraject af. Het net kreeg een nieuwe styling en logo en zorgde voor een nieuw uitzendschema met verschillende nieuwe programma's.
- Ketnet vernieuwde zijn studio, styling en website. Een nieuwe versie van KetnetKick werd gelanceerd in het najaar. Kaatje van Ketnet zorgde voor een aanbod voor de allerjongsten op tv en online.

Trendwatching

Het kenniscentrum van de Directie Marktstrategie heeft onder meer als taak om de programmamakers de nieuwste trends en ontwikkelingen in het medialandschap te verzamelen en verspreiden binnen de organisatie via de interne weblog, het organiseren van lezingen, workshops en formatdagen en het uitnodigen van externe trendwatchers.

Taalgebruik

Het taalgebruik in de programma's, op de websites en Teletekst wordt regelmatig gecontroleerd en indien nodig bijgestuurd door de taaladviseur.

De VRT heeft in 2008 voor het eerst een Week van de Taal en een taalsymposium georganiseerd. Op alle radio- en tv-netten werd aandacht besteed aan de rijkdom en de veelzijdigheid van de Nederlandse taal. Met het symposium voedde de VRT het debat over de taalevolutie in Vlaanderen en de rol die de media daarin kunnen spelen.

De taaladviseur beantwoordde vragen van mediagebruikers over de woordenschat, de grammatica, de spelling, de uitspraak en de stijl van onze taal. Hij kreeg in 2008 ruim 3.100 vragen, 50% meer dan in 2007.

VRTtaal.net werd door gemiddeld 2.700 unieke bezoekers per dag geraadpleegd. Het aantal pagina's taal informatie van de taaldatabank steeg verder tot bijna 24.000. De Taalmail werd in 2008 naar ongeveer 2.300 medewerkers en ongeveer 16.500 geïnteresseerde taalgebruikers gestuurd.

2. Publieke kwaliteit: voldoen aan de openbare omroepopdracht

De openbare omroep moet inspelen op de behoeften van de maatschappij. Verschillende overheden hebben die behoeften vertaald in doelstellingen die de openbare omroepen moeten nastreven. Die zijn terug te vinden in de Resoluties van Praag en Krakau van de Raad van Europa, de gecoördineerde mediadecreten en de beheersovereenkomst.

Evaluatie van de invulling van de openbare omroepdomeinen

De VRT stelt dat hij de openbare omroepdomeinen centraal stelde bij de opbouw van zijn aanbod op radio, tv en online.

Alle programma's vallen onder de verantwoordelijkheid van de Directie Media. Deze directie evalueert regelmatig het aanbod van de netten op de invulling van de openbare omroepdomeinen.

De hoofdredacteur van VRT-Nieuws is ook verantwoordelijk voor de inhoud van de nieuws- en informatieprogramma's. Deze onderscheiden zich duidelijk van de andere programma's en dienen te beantwoorden aan de journalistieke deontologie. Het onafhankelijke karakter van de openbare omroep garandeert aan alle inwoners van Vlaanderen onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie.

De opvolging van de missie en de waarden door een permanente waarden- en innovatiemeter

De VRT stelt dat de missie en waarden van de VRT centraal staan bij alles wat de openbare omroep doet: bij de ontwikkeling van netprofielen, programma's, websites en andere mediadiensten. Om na te gaan of het aanbod voldoet aan de missie en waarden hanteert de omroep de Waarden- en Innovatiemonitor. Dat is een online onderzoeksinstrument dat de waardenperceptie van programma's meet en opvolgt.

Ruim 10.000 Vlaamse internetgebruikers werken mee aan dit VRT-onderzoek.

In 2008 zijn er via de waarden- en innovatiemeter 33 individuele programma's voorgelegd aan de mediagebruikers. Daarnaast zijn alle belangrijke tv-programma's twee keer bevraagd en werd de styling van de tv-netten getoetst aan de missie en waarden.

Universaliteit en complementariteit

De VRT moet een zo groot mogelijk publiek bereiken met een diversiteit van kwalitatieve program-

ma's die voldoen aan de behoeften van de mediagebruikers. De CIM-cijfers blijken aan te tonen dat de VRT alle bevolkingsgroepen aanspreekt.²²

De relatie met de klant

Elke dag komen er honderden telefoontjes, e-mails en brieven van de Vlaamse mediagebruikers bij de VRT toe. De omroep beantwoordt de vragen en de klachten en neemt ze mee bij de evaluatie van zijn aanbod.

Een groot deel van de contacten vangt de VRT op via een online contactmodule op de VRT-websites. De mediagebruiker kan op die manier sneller een antwoord krijgen van één van de ruim 100 medewerkers die met het systeem werken. Tegelijk is het voor de VRT eenvoudiger om te rapporteren over de pijn- en pluspunten van het VRT-aanbod.

Een klein deel van de reacties van de mediagebruikers zijn echte klachten. Die worden behandeld zoals bepaald in het klachtendecreet. Met behulp van zijn interne website heeft de VRT in 2008 de klachtenprocedure extra onder de aandacht van zijn medewerkers gebracht. De Vlaamse Ombudsdienst krijgt van de VRT elk jaar een klachtenrapport.

In 2008 gingen de meeste klachten over de programma's, de programmering en over technische zaken verbonden aan de distributieplatformen. Over de analoge afschakeling kwam een groot aantal klachten binnen. Betreffende de analoge afschakeling werd een informatiecampagne gevoerd en werd samengewerkt met de infolijn van de Vlaamse overheid.

3. Ethische kwaliteit: voldoen aan morele en ethische eisen

De VRT-media moeten voldoen aan morele en ethische eisen die vertrekken vanuit de fundamentele rechten en vrijheden van de mens. De VRT stelt dat hij elke vorm van discriminatie vermijdt en dat de nieuwsdienst onafhankelijk en onpartijdig werkt.

Diversiteitsbeleid

De VRT stelt dat hij de diversiteit in de Vlaamse samenleving wil weerspiegelen. De openbare omroep streeft naar een evenwichtige beeldvorming in zijn programma's en naar een gediversifieerd personeelsbestand.

De VRT zette in 2008 zijn diversiteitsbeleid van de afgelopen jaren verder. Hij legde daarbij de klemtoon op thema's als afkomst, handicap en gender. Initiatieven voor ervaren medewerkers werden voorbereid. De Cel Diversiteit ontwikkelde in 2008 specifieke acties voor personen van allochtone origine en personen met een handicap:

- De Cel Diversiteit werkte in 2008 mee aan de Diversity toolkit van de EBU. Deze handleiding

²² Meer informatie hieromtrent is terug te vinden in het jaarverslag van de VRT.

helpt programmamakers en journalisten om aandacht te hebben voor diversiteit in de nieuws- en duidingsprogramma's en voor een genuanceerde beeldvorming van etnisch-culturele minderheden. De Diversity toolkit werd bij verschillende VRT-redacties in de praktijk gebracht.

- Op initiatief van de Vlaamse Minister van Gelijke Kansen bracht de Vlaamse overheid in 2008 haar Expertendatabank uit. Dat is een website met contactgegevens van personen uit verschillende vakgebieden. De Cel Diversiteit van de VRT zetelde in de stuurgroep die de databank oprichtte. De experts zijn allemaal vrouw, allochtoon en/of personen met een functiebeperking. Redacteurs en journalisten kunnen deze personen aanspreken bij informatiegaring. De expertendatabank werd binnen de VRT geïntegreerd in de centrale gegevensdatabank van VRT-Nieuws.
- Voor de vijfde keer organiseerde de VRT een stageproject voor mediatalent uit minderheidsgroepen. Zes personen (vijf redacteurs en één monteur) konden gedurende zes maanden professionele ervaring opdoen binnen de openbare omroep.
- In maart organiseerde de VRT een nieuwstweedaagse voor 30 allochtone scholieren. De jongeren konden zo kennismaken met het werk op een nieuwsdienst en zelf radio-, video- en onlineberichten maken.
- Programmamakers konden in juni deelnemen aan een workshop over hoe personen met een functiebeperking in diverse programmagenres in beeld kunnen gebracht worden.
- De Cel Diversiteit was inhoudelijke partner van The Diversity Show in Hilversum, een internationale conferentie over media en diversiteit. De medewerkers van de Cel Diversiteit maakten deel uit van de stuurgroep.
- Ten slotte organiseerde de VRT een vrijwillige registratie van zijn medewerkers.

De VRT stelt dat de programmamakers oog hebben voor diversiteit in het aanbod. In alle programmagenres wordt getracht om de diverse bevolkingsgroepen aan bod te laten komen. Twee programma's op Eén plaatsten allochtonen en mensen met een functiebeperking centraal:

- In 2008 zond Eén *Rwina* uit. Deze reeks toonde door middel van sketches op een grappige en relativerende manier de gelijkenissen en de verschillen tussen mensen van allerlei culturen.
- Eén zond ook *Vorbij de grens* uit, over een trektocht van 10 personen met een functiebeperking.

Onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid

De VRT stelt dat zijn nieuwsdienst onafhankelijk en onpartijdig werkt. De onafhankelijkheid van de redactie wordt gegarandeerd door de deontologische code en het redactiestatuut. De programma's van de nieuwsdienst beantwoorden aan de normen inzake journalistieke deontologie zoals vastgelegd in onder meer de deontologische code en zijn gewaarborgd door de redactionele onafhankelijkheid zoals vastgelegd in het redactiestatuut.

Bij inbreuk op de regels inzake journalistieke deontologie kan klacht worden ingediend bij de Raad voor de Journalistiek.

Samen met onpartijdigheid vormen nauwkeurigheid en goede trouw de hoekstenen van de deontologische code. De deontologische adviesraad, samengesteld uit journalisten, formuleert adviezen over problemen en verzorgt opleidingen over de deontologie van het beroep.

De VRT stelt dat er ook voor de aanwezigheid van politici in infotainment- en entertainmentprogramma's, voor non-fictieprogramma's en voor co-commentatoren en centrale gasten in sportprogramma's richtlijnen zijn.²³

Gelijkwaardigheid en verantwoordelijkheid

De VRT stelt dat hij medewerkers met een gelijkaardige opdracht en verantwoordelijkheid een gelijkwaardig, billijk en marktconform salaris geeft. De omroep zorgt er voor dat elk personeelslid gelijke kansen krijgt bij de uitbouw van zijn loopbaan.

Aandacht voor slechthorenden en slechtzienden

In 2008 ondertitelde de VRT 5.331 uur van zijn Nederlands gesproken programma's via T888 (of voor een aantal programma's via open ondertiteling). Dit betekent 63% van het totale Nederlands-talige aanbod. De VRT zal in 2010, conform artikel 9, §7 van de beheersovereenkomst, 95% van dit aanbod ondertitelen.²⁴

De VRT werkte in 2008 ook aan de toegankelijkheid van zijn websites. Door het grote videoaanbod op de sites is het echter moeilijk een toegankelijkheidslabel te halen.

Aandacht voor het welzijn van kinderen en jongeren

De VRT heeft twee netten die focussen op de jongste bevolkingsgroepen. Ketnet heeft bijzondere aandacht voor de gevoelens en emoties van kinderen. Commerciële, seksuele en gewelddadige contacten zijn bij Ketnet uitgesloten. Studio Brussel wil de jongerencultuur tonen en stimuleren. Het net stemt zijn aanbod voor een groot stuk af op de momenten dat jongeren radio kunnen luisteren.

Ook de andere VRT-netten hadden in 2008 aandacht voor de leefwereld van jongeren en kinderen.²⁵

²³ Deze richtlijnen gelden voor interne en externe producties.

²⁴ De VRT stelt dat hij in zijn ondertiteling veel aandacht schenkt aan genuanceerd woordgebruik en spelling. Drie groepen van programma's werden in 2008 prioritair ondertiteld: programma's met een breed bereik, kinderprogramma's en informatie-uitzendingen. Ook het extra aanbod van de Olympische Spelen werd maximaal ondertiteld.

²⁵ - Het Eén-programma *De 8* toonde 8 jongeren uit het beroepsonderwijs die een huis ombouwen tot een buurthuis. *Junior Eurosong* gaf kansen aan jong muzikalent uit Vlaanderen.

- *Canvas* stond zendtijd af aan *De overname*, het jongerenproject van de VRT. De VRT slaagde er in om de gemiddelde leeftijd van zijn kijkers naar omlaag te halen.

- *Radio 1* had in zijn programma's geregeld aandacht voor onderwerpen die kinderen en/of jongeren aanbelangen. Twee keer kon een redactie van jongeren het programma *Peeters & Pichal* maken.

- *Radio 2* hield een wedstrijd voor jonge reporters, *Belgodyssée*, in samenwerking met het Prins Filipfonds. Bij diverse evenementen van *Radio 2* is er ook plaats voor Ketnet.

- *Klara* ging in 2008 van start met *Klara4Kids*, een evenement waarbij kinderen in contact kwamen met klassieke muziek.

- *Donna* had verschillende muziekprogramma's, zoals *Ultratop* en *Donna Soirée*, die door de jongste bevolkingsgroepen extra werden beluisterd.

4. Operationele kwaliteit: voldoen aan de hoogste professionele normen

De Beheersovereenkomst 2007-2011 definieert de operationele kwaliteit als 'de mate waarin het aanbod op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komt'. De meting van deze kwaliteit gebeurt aan de hand van een permanente interne kwaliteitsbewaking.

Operationele kwaliteit tv, radio en internet

De Directie Media werkt op basis van een klant-leveranciersverhouding met de Directie Productie. De Directie Media stelt de uitzendschema's op en plaatst bestellingen bij de Directie Productie en bij externe productiehuisen. De evolutie van een programma/project wordt volgens vastgelegde mijlpalen afgetoetst bij de Directie Media.

Vaak zijn er in de loop van een productieperiode wijzigingen aan het productiebudget. Er kunnen zich ook wijzigingen in het uitzendschema voordoen.

Tot vóór 2008 verliepen deze wijzigingen vaak weinig gestructureerd en ontbrak een systeem van validatie. In 2008 werd hieraan verholpen dankzij het GAPP-proces (Globale Afzet- en Productie-Planning). De directies Media, Productie en Operationele Afdelingen schatten samen de impact in van de wijzigingen aan het uitzend- en productieschema op het mediabudget, het productieplan, de voorraad en de inkomsten. Door GAPP kon efficiënter gewerkt worden. In de Directie Productie wordt de opgebouwde kennis ook met andere productiekernen gedeeld.

Optimalisatie bedrijfsstructuur

Nadat in 2007 een nieuw organisatiemodel werd uitgebouwd, werden in 2008 een aantal directies geherstructureerd.

Om zo efficiënt mogelijk te kunnen werken, besteedde het VRT-Directiecollege veel aandacht aan samenwerking tussen de directies.

CONCLUSIE: In 2008 blijkt de VRT voor deze performantiemaatstaf vooruitgang geboekt te hebben. Deze zal in 2009 effectief geëvalueerd kunnen worden.

MAATSTAF 9. DE VRT ZAL WANNEER EEN TELEVISIE CULTUURKANAAL WORDT UITGEBOUWD HET AANTAL UITZENDUREN CULTUURPROGRAMMA'S OP ZIJN GENERALISTISCHE TELEVISIE-KANALEN MINSTENS BEHOUDEN.²⁶

Voor deze performantiemaatstaf dient de VRT bij het uitbouwen van een digitaal televisie cultuurkanaal het aantal uitzenduren cultuurprogramma's op zijn generalistische televisiekanalen minstens te behouden.

De VRT stelt dat aangezien in 2008 geen digitaal televisie cultuurkanaal zoals hierboven beschreven opgestart werd en verwijst in dit verband ook naar de evaluatie van het Addendum bij de beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur, zoals gerapporteerd aan de Administratie Cultuur, Jeugd, Sport en Media op 17 december 2008.

Vanaf februari 2008 zorgde de VRT maandelijks voor een extra culturaanbod via digitale televisie. Het cultuurprogramma werd gebracht op een extra digitale stroom van Canvas, Canvas+. De VRM heeft in zijn beslissing 2009/017 dd. 16 februari 2009²⁷ het volgende geoordeeld:

De beheersovereenkomst (2007-2011) biedt VRT de mogelijkheid om programma's en diensten via diverse platformen, zowel lineair (klassieke televisie, zoals Eén en Canvas) als niet-lineair (diensten op aanvraag) aan te bieden. VRT moet doorgroeien naar een digitale omroeporganisatie met als specifieke doelstelling het aanbieden van verrijkingen, interactiviteit en aanbod op aanvraag. Diensten als "de rode knop" en "net gemist" vallen daaronder en mogen dus worden aangeboden door VRT.

CONCLUSIE: Deze performantiemaatstaf is nog niet van toepassing.

²⁶ Als referentieperiode geldt het gemiddelde aantal uren cultuurprogramma's uitgezonden op de generalistische TV-netten in een periode van 2 jaar voorafgaand aan de start van het cultuurkanaal.

²⁷ Beslissing nr. 2009/017: zie bijlage 9.

MAATSTAF 10.

- A. DE VRT VERBINDT ER ZICH TOE DAT OP RADIO MINSTENS 20% VAN ZIJN MUZIEKTIJD VLAAMSE MUZIEKPRODUCTIES²⁸ ZIJN.²⁹**
- B. MINSTENS 1 VRT RADIOKANAAL MOET DOOR HET PUBLIEK HERKEND WORDEN ALS EEN RADIO MET EEN NEDERLANDSTALIG MUZIEKPROFIEL.**

- A. DE VRT VERBINDT ER ZICH TOE DAT OP RADIO MINSTENS 20% VAN ZIJN MUZIEKTIJD VLAAMSE MUZIEKPRODUCTIES ZIJN.**

Voor het behalen van de maatstaf dient de VRT met zijn radioaanbod minstens 20% Vlaamse muziekproducties uit te zenden.

In 2008 werd door de VRT bij de verschillende radionetten maandelijks een steekproef gedaan waarbij alle gedraaide nummers geteld worden. Van al die nummers wordt vervolgens het percentage van de Vlaamse producties berekend.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat voor de periode januari tot en met december 2008 tussen 20,3% en 23,8% van de muziektijd van de VRT Vlaamse muziekproducties zijn.

Uit de steekproeven die door de VRM genomen zijn in de maanden april en oktober 2008 blijkt dat de cijfers die de VRT heeft overgemaakt gelijk zijn aan de controlegroep die door de Vlaamse Regulator voor de Media is bepaald.³⁰

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

²⁸ Definitie: een Vlaams muziekproduct is elk product waarbij de creatieve inbreng van een Vlaming als uitvoerder, auteur, producer of arrangeur een bepalende rol speelt

²⁹ De radiokanalen die hiervoor in aanmerkingen komen zijn: Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en Donna.

³⁰ De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media heeft steekproefsgewijs voor volgende radiokanalen van de VRT een uur radio-uitzending geanalyseerd: Donna, Klara, Studio Brussel, Radio 1 en Radio 2 Vlaams Brabant. Deze is ter controle vergeleken met de geanalyseerde playlists die zijn overgemaakt voor de verschillende radiokanalen van de VRT voor de maand november. De data die de VRT heeft overgemaakt waren identiek aan de steekproefsgewijze data die de Vlaamse Regulator voor de Media intern had gecontroleerd.

B. MINSTENS 1 VRT RADIOKANAAL MOET DOOR HET PUBLIEK HERKEND WORDEN ALS EEN RADIO MET EEN NEDERLANDSTALIG MUZIEKPROFIEL.

Voor het behalen van deze maatstaf dient de VRT één VRT radiokanaal te hebben die door het publiek herkend wordt als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.

De VRT heeft het onderzoek hieromtrent uitbesteed aan Ipsos Belgium, waarbij het onderzoek gevoerd werd via een publieksonderzoek bij een steekproef van de Vlaamse bevolking.³¹ Het betrof een face-to-face bevraging (omnibus) bij 537 personen (van 15 jaar en ouder) van 11 december 2008 t.e.m. 21 december 2008. Er werd gepeild naar de (geholpen) kennis van de radiozenders en aandacht voor Nederlandstalige muziek.

De vraag³² die aan het panel gesteld werd was de volgende:
'Is er een Vlaamse radiozender die u associeert met Nederlandstalige muziek?'

Uit de studie blijkt dat 35%³³ van de respondenten een Vlaamse radiozender associeert met Nederlandstalige muziek. Volgens 57% (d.i. 107 van de 188 ondervraagden) van deze groep respondenten besteedt Radio 2 aandacht aan Nederlandstalige muziek.³⁴

Dit betekent dat 20% van alle ondervraagden stelt dat Radio 2 aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.

Geen enkele andere radiozender haalt een dergelijke score. Ter vergelijking: 4.6% van de ondervraagden stelt dat Radio 1 aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.

**CONCLUSIE: De meerderheid van het ondervraagde publiek blijkt geen radio met een Nederlandstalig muziekprofiel te herkennen.
Voor 20% van het ondervraagde publiek is Radio 2 een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.
Radio 2 is de zender die door de respondenten het meest herkend wordt als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.**

³¹ Het onderzoek is als bijlage 10 opgenomen.

³² Deze vraagstelling is tot stand gekomen na overleg met de VRM.

³³ D.i. 188 van de 536 respondenten, want 30% van de respondenten heeft geen idee of antwoordt niet.

³⁴ Radio 1 komt op de tweede plaats met 13% en provinciale radio (d.i. regionale radio) op de derde plaats met 12%.

MAATSTAF 11. VRT STREEFT ERNAAR DAT HET AANDEEL VAN DE VLAAMSE TV-PRODUCTIES EN VAN DE CO-PRODUCTIES TEN MINSTE 50% BEDRAAGT VAN DE TOTALE OUTPUT OP ZIJN GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN, UITGEZONDEN TUSSEN 18u00 EN 23u00.

Voor het behalen van de maatstaf dient de VRT ernaar te streven dat het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de co-producties, uitgezonden tussen 18u00 en 23u00, ten minste 50% bedraagt van de totale output op zijn generalistische televisiekanalen.

Uit cijfers van de VRT-studiedienst blijkt dat in 2008 het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties 67,8% bedroeg van de totale output op zijn generalistische netten, uitgezonden tussen 18u00 en 23u00.³⁵ Met Vlaamse productie wordt bedoeld: alle eigen producties, de producties die in opdracht van de VRT uitgevoerd worden, evenals eventueel de bioscoopfilms, het tv-drama en de documentaires waaraan de VRT heeft meegewerkt.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

³⁵ De overzichtslijst van deze programma's wordt als bijlage 11 opgenomen.

ARTIKEL 24**MAATSTAF 12. DE VRT DIGITALISEERT ZIJN VOLLEDIGE PRODUCTIE- EN DISTRIBUTIEPROCES.
DE VRT REALISEERT HET DIGITALE PRODUCTIEPLATFORM IN DE LOOP VAN DE BE-
HEERSOVEREENKOMST.**

Voor het behalen van de maatstaf dient de VRT in de loop van de beheersovereenkomst zijn volledige productie- en distributieproces te digitaliseren.

De VRT stelt dat in 2008 vooral het bestandsgebaseerd productieproces van nieuws en sport verder verbeterd en gestabiliseerd werd. Geleidelijk aan zijn ook andere producties overgestapt op bestandsgebaseerde productie, voornamelijk De Rode Loper, 1000 Zonnen en een aantal Ketnet-producties. Ook de programmabewerking is, zowel voor eigen als voor aangekochte programma's, in 2008 bestandsgebaseerd geworden.

De overstap van Thuis en FC De Kampioenen naar HD is tegelijk ook een overschakeling naar bestandsgebaseerde productie, zij het dan (voorlopig) nog niet geïntegreerd binnen de Digitale Media Fabriek (DMF), die momenteel enkel voor SD geschikt is.

De digitalisering van het VRT-archief (o.a. BOM Vlaanderen en DIVA) heeft het mogelijk gemaakt dat een aantal archiefprogramma's dankbaar gebruik kunnen maken van de voordelen van bestandsgebaseerde productie.

Aan de uitzend- en distributiekant is begin 2008 het tweede tv-kanaal (Canvas/Ketnet) overgeschakeld naar de nieuwe bestandsgebaseerde multikanaals-eindregie. Daarbij is de integratie met het Media Asset Management Systeem (Ardome) en het uitzendplanningssysteem (Whats'On) in gebruik genomen. Sindsdien verlopen alle TV uitzendingen van de VRT bestandsgebaseerd.

Dit heeft ook de opstart van een aantal nieuwe geautomatiseerde VIA-diensten mogelijk gemaakt, waaronder de productie van de bestanden voor Net Gemist/Ooit Gemist, de uitbreiding daarvan naar het MPEG4-formaat, het gebruik van De Brug op de digitale TV platformen, HD/SD simulcasting (sinds de sportzomer 2008), en de lancering van de "+" kanalen.

De VRT heeft in 2008 de Digitale Media Fabriek verder ontwikkeld, uitgerold en gestabiliseerd. Nieuwe functionaliteiten omvatten o.a. externe bestandsgebaseerde uitwisseling, een foto management systeem, automatische aspect ratio en formaat conversies, en aanpassingen t.b.v. de VIA diensten.

Een uitgebreid verslag over de vooruitgang van deze realisaties wordt ook uitgebracht in het jaarverslag van de VRT.

CONCLUSIE: De VRT moet deze performantiemaatstaf in de loop van de beheersovereenkomst (2007- 2011) behalen. De VRT blijkt voor deze performantiemaatstaf in 2008 vooruitgang geboekt te hebben.

ARTIKEL 28

MAATSTAF 13. DE TRANSMISSIEDIENSTEN VERZEKEREN DE ANALOGE EN DIGITALE RADIO- EN TV-UITZENDINGEN MET EEN CONTINUÏTEIT VAN 99,5 % MET DIEN VERSTANDE DAT VOOR DE TV-NETTEN DE ELECTRICITEITSONDERBREKINGEN NIET IN REKENING WORDEN GEBRACHT.

DE VRT ZAL DE BESTAANDE ANALOGE RADIOKANALEN BESTEMD VOOR DE VLAAMSE GEMEENSCHAP UITZENDEN IN FM-STEREO, INCLUSIEF EEN AANTAL RDS-FUNCTIES. ZENDSTATIONS EN FREQUENTIES WORDEN ZO GEPLAND DAT DE ONTVANGST MET DEGELIJKE VASTE EN MOBIELE (AUTO)RADIOTOESTELLEN GEWAARBORGD IS VOOR HET VLAAMSE GRONDGEBIED INCLUSIEF BRUSSEL VOOR ZOVER EEN GESCHIKTE ANTENNE WORDT AANGEWEND, ER GEEN EXTERNE STORINGEN OPTREDEN EN LOKALE TOPOGRAFISCHE OMSTANDIGHEDEN DIT NIET VERHINDEREN.

VOOR DONNA IS DE ONTVANGST GEGARANDEERD VOOR 95 % VAN HET VLAAMSE GRONDGEBIED. DE TRANSMISSIEDIENSTEN STREVEN ERNAAR DIE WAARDE TE VERHOGEN INDIEN BIJKOMENDE FREQUENTIES TER BESCHIKKING WORDEN GESTELD.

DE MIDDENGOLFZENDERS BIEDEN ONTVANGST VAN DE RADIO-UITZENDINGEN TOT ONGEVEER 300 KM VAN BRUSSEL.

DE TWEE ANALOGE TELEVISIEKANALEN WORDEN MET DIGITAAL STEREOGELUID (NICAM) UITGEZONDEN IN VLAANDEREN. ONTVANGST IS GEWAARBORGD MET DEGELIJKE TV-TOESTELLEN MET EEN INDIVIDUELE ANTENNE OP DAKHOOGTE BIJ ONGEWIJZIGDE WETGEVING EN MARKTOMSTANDIGHEDEN.

HET DAB NETWERK VAN DE VRT GARANDEERT EEN ONTVANGST MET AANGEPASTE ANTENNE OP DE WAGEN IN 99% VAN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL). EIND 2007 ZAL HET DAB NETWERK VAN DE VRT ZODANIG UITGEBOUWD ZIJN DAT BINNENHUISONTVANGST IN 95% VAN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL) GEGARANDEERD IS.

HET DVB-T NETWERK VAN DE VRT VERZORGT EEN ONTVANGST VOOR EEN BIJUTENANTENNE OP DAKHOOGTE IN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL).

Voor het behalen van de performantiemaatstaf dient de VRT 1) de analoge en digitale radio- en TV-uitzendingen met een continuïteit van 99,5 % te verzekeren, 2) de bestaande analoge radiokanalen bestemd voor de Vlaamse Gemeenschap uit te zenden in FM-stereo, inclusief een aantal RDS-functies. Zendstations en frequenties worden zo gepland dat de ontvangst met degelijke vaste en mobiele (auto)radiotoestellen gewaarborgd is voor het Vlaamse grondgebied inclusief Brussel, 3) voor Donna de ontvangst te garanderen voor 95 % van het Vlaamse grondgebied, 4) voor de middengolfzenders ontvangst van de radio-uitzendingen te bieden tot ongeveer 300 km van Brussel, 5) de twee analoge televisiekanalen met digitaal stereogeluid (NICAM) uit te zenden in Vlaanderen, 6)

te garanderen dat het DAB netwerk van de VRT een ontvangst met aangepaste antenne op de wagen in 99% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) verzekerd, 7) te garanderen dat eind 2007 het DAB netwerk van de VRT zodanig uitgebouwd zal zijn dat binnenhuisontvangst in 95% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) gegarandeerd is, 8) een ontvangst voor een buitenantenne op dakhoogte in het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) via het DVB-T netwerk van de VRT te verzorgen.

De VRT geeft met interne cijfers aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de performantie-maatstaf.

- 1) De VRT stelt dat de transmissiediensten in 2008 een continuïteit van meer dan 99,5% voor de radio- en tv-uitzendingen³⁶ verzekerden: FM-radio 99,97%, MW-radio 99,99%, DAB 99,89%, analoge tv³⁷ 99,93% en digitale ether-tv (DVB-T) 99,84%.
- 2) De VRT stelt dat in 2008 geen wijzigingen waren aan zijn FM-zenderpark en de FM-frequenties. De problemen met de FM-ontvangst³⁸ bleven bestaan in de gebieden die ver van de zendmasten liggen of waar de topografische omstandigheden niet optimaal zijn.³⁹
- 3) De VRT stelt dat voor Donna de ontvangst in 2008 voor 95% van het Vlaamse grondgebied gegarandeerd was.
- 4) De VRT stelt dat de middengolfzenders in 2008 ontvangst van de radio-uitzendingen tot ongeveer 300 km van Brussel boden. Tot 30 maart 2008 waren er 4 zenders operationeel. Met zijn besluit van 11 april 2008 van de Vlaamse regering werden de aan de VRT toegekende middengolffrequenties tot gereduceerd tot één.
- 5) De VRT stelt dat de twee analoge televisiekanalen in 2008 met digitaal stereogeluid (NICAM) uitzonden in Vlaanderen. De uitzendingen werden, conform aan de beslissing van de Vlaamse Regering om op 3 november te stoppen met analoge televisie-uitzendingen ('de digitale omschakeling'), in Vlaanderen tot en met 2 november 2008 uitgezonden.
- 6) De VRT stelt dat het DAB-netwerk van de VRT in 2008 een ontvangst met aangepaste antenne op de wagen in 98% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) garandeerde.

De VRT stelt dat deze doelstelling wordt gehaald met de normen die van kracht waren bij het ondertekenen van de beheersovereenkomst. In juni 2007 werden internationaal strengere normen van kracht, volgens die criteria haalt het huidig netwerk 98%. De middelen in de beheersovereenkomst zijn evenwel bepaald in functie van de oorspronkelijke criteria.

³⁶ Uitzonderd de elektriciteitsonderbrekingen voor de tv-netten.

³⁷ Uitzendingen tot 3 november 2008. Nadien waren er geen analoge tv-uitzendingen via de ether meer.

³⁸ In een aantal Vlaamse regio's was de FM-ontvangst moeilijk: in Brussel voor alle VRT-radionetten, het zuidoosten van Vlaams-Brabant voor Radio 2 Vlaams-Brabant, de Noorderkempen en de omgeving van Leuven voor Klara en het zuidwesten van West-Vlaanderen en het noordoosten van Limburg voor Donna.

³⁹ In 2008 is het nieuwe frequentieplan van de Franse Gemeenschap in gebruik genomen. Op 1 juni 2008 trad ook het nieuwe Koninklijke besluit rond de etherpolitie in werking. Daardoor kan het BIPT opnieuw optreden tegen illegale radiozenders. Het nieuwe frequentieplan en het KB, zorgden er voor dat heel wat storingen in de FM-band werden opgelost. De onvergunde zenders zorgen niet meer voor storingen. De zenders van de Franse Gemeenschap hebben twee jaar de tijd om zich volledig te schikken naar het nieuwe plan. Dat was eind 2008 nog niet gebeurd waardoor niet alle ontvangstproblemen verdwenen waren.

- 7) De VRT stelt dat het DAB-netwerk zodanig uitgebouwd was dat binnenhuisontvangst in 84% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) gegarandeerd was.

De VRT stelt dat deze doelstelling wordt gehaald met de normen die van kracht waren bij het ondertekenen van de beheersovereenkomst. In juni 2007 werden internationaal strengere normen van kracht, volgens die criteria haalt het huidig netwerk 84 %.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

ARTIKEL 32

MAATSTAF 14. DE VRT BIEDT VIA ZIJN HR-AFDELING ONDERSTEUNING IN ALLE STRATEGISCHE VERANDERINGSPROCESSEN D.M.V. GEPASTE COACHING, OPLEIDING EN HET BEGELEIDEN VAN DE ORGANISATIEONTWIKKELING.

DAARTOE ZAL VRT IN ALLE STUUR- EN WERKGROEPEN DIE INGRIJPEN OP DE ORGANISATIECULTUUR OF —ONTWIKKELING TEN MINSTE 1 HR-VERTEGENWOORDIGER AANDUIDEN.

VRT GARANDEERT DAT TEN MINSTE 35% VAN DE VACATURES INGEVULD WORDEN VIA INTERNE DOORGROEI.

VRT BIEDT EEN GEVARIEERDE WAAIER AAN RELEVANTE OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSINITIATIEVEN EN BEREIKT HIERMEE ELK JAAR TEN MINSTE 60% EN OVER EEN PERIODE VAN 3 JAAR 100% VAN ALLE MEDEWERKERS.

VRT LEGT DE KOMENDE JAREN EEN TALENTENDATABANK AAN GEBASEERD OP INFORMATIE KOMENDE UIT FUNCTIONERINGSGESPREKKEN, INTERNE DOORGROEI-SCREENINGS, HET VRT-EIGEN COMPETENTIE-MANAGEMENTMODEL EN UIT SPONTANE OF GERICHTE SOLLICITATIES.

VRT ZAL ZIJN INSPANNINGEN OM TELETHUISWERK TE PROMOTEN VERDER ZETTEN EN WIL TEGEN HET EINDE VAN DEZE BEHEERSOVEREENKOMST 10% TELETHUISWERKERS TEWERK STELLEN.

Voor het behalen van deze performantiemaatstaf dient de VRT 1) via zijn HR-afdeling ondersteuning te bieden in alle strategische veranderingsprocessen via het aanduiden van ten minste 1 HR-vertegenwoordiger in alle stuur- en werkgroepen die ingrijpen op de organisatiecultuur- of ontwikkeling, 2) ten minste 35% van de vacatures in te vullen via interne doorgroei, 3) een gevarieerde waaier aan relevante opleidings- en ontwikkelingsinitiatieven te bieden en hiermee elk jaar ten minste 60% en over een periode van 3 jaar 100% van alle medewerkers te bereiken, 4) de komende jaren een talentendatabank aan te leggen, 5) zijn inspanningen om telethuiswerk te promoten verder te zetten en tegen het einde van deze beheersovereenkomst 10% telethuiswerkers tewerk te stellen.

De VRT heeft hieromtrent volgende interne cijfers overgemaakt.

- 1) De VRT stelt dat hij in 2008 via zijn HR-afdeling ondersteuning bood in alle strategische veranderingsprocessen door middel van gepaste coaching, opleiding en het begeleiden van de organisatieontwikkeling.

De VRT stelde in 2008 in alle stuur- en werkgroepen die ingrijpen op de organisatiecultuur of -ontwikkeling ten minste één HR-vertegenwoordiger aan, zoals de stuur- en werkgroepen over het intranet, de verbouwingen van het omroepgebouw en de productiestrategie.

- 2) De VRT stelt dat in 2008 54% van de vacatures werd ingevuld via interne doorgroei.
- 3) De VRT bood in 2008 een gevarieerde waaier aan van relevante opleidings- en ontwikkelingsinitiatieven en bereikte hiermee 70% van alle medewerkers.
- 4) De VRT stelt dat in 2008 verder werd nagegaan op welke manier de VRT een talentenbank kan opstellen. De omroep evalueerde verschillende voorbeelden van talentendatabanken van andere Vlaamse bedrijven. Het bleek telkens om dure, ingewikkelde systemen te gaan die veel onderhoud vergen. Binnen de Directie Productie werden de competenties in kaart gebracht en opgevolgd met een eigen ontwikkeld systeem. Dit bracht de VRT ertoe de ontwikkeling van een databank pragmatisch aan te pakken met een eigen Excelsysteem.
- 5) De VRT zette in 2008 zijn inspanningen om telethuiswerk te promoten verder. In 2008 werden 13% telethuiswerkers tewerkgesteld.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

MAATSTAF 15. DE VRT WAAKT ER OVER DAT DE PERSONEELSKOSTEN BEHEERST WORDEN EN ALLESZINS BINNEN DE PERKEN BLIJVEN VAN HET JAARLIJKS DOOR DE RAAD VAN BESTUUR GOEDGEKEURDE ONDERNEMINGSPLAN.

DE VRT RAPPORTEERT JAARLIJKS OVER DE SAMENSTELLING VAN ZIJN PERSONEELSEFFECTIEF (AANTAL, GESLACHT, STATUUT, FUNCTIENIVEAU, LEEFTIJD), HET PERSONEELSVERLOOP (IN- EN UITSTROOM) EN HET ABSENTEÏSME.

Voor het behalen van deze performantiemaatstaf dient de VRT 1) erover te waken dat de personeelskosten beheerst worden en binnen de perken van het jaarlijks door de Raad van Bestuur goedgekeurde ondernemingsplan blijven 2) jaarlijks te rapporteren over de samenstelling van zijn personeelseffectief (aantal, geslacht, statuut, functieniveau, leeftijd), het personeelsverloop (in- en uitstroom) en het absentieïsme.

- 1) De VRT stelt dat het personeelsbudget, zoals vastgelegd in het ondernemingsplan, werd verminderd na de beslissing om de patronale bijdrage aan het Pensioenfonds Statutairen VRT te vervangen door een rechtstreekse overheidsdotatie.

In vergelijking met dit gewijzigd budget is er voor 2008 een klein tekort van 0,4 miljoen euro. Twee niet-voorzienbare indexaanpassingen veroorzaakten als gevolg van de oplopende inflatie in 2008 immers een meerkost van 2,5 miljoen euro. Doordat de afbouw van het personeelseffectief groter was dan de gebudgetteerde afslanking werden er wel extra besparingen gerealiseerd, en kon het tekort voor de operationele personeelskosten beperkt blijven tot 0,4 miljoen euro.

- 2) De VRT stelt het volgende inzake het personeelsbeleid:
In 2008 had de VRT 2760 actieve personeelsleden, goed voor 2597 fulltime equivalenten. 44 medewerkers werkten met contracten van bepaalde duur. 37% van de VRT-medewerkers is een vrouw, 63% is een man. 29% van de managers is vrouw. 65 % is contractueel, 35 % is statutair. In 2008 schreef de VRT 112 vacatures uit. 54% daarvan werd ingevuld via interne doorgroei. In 2008 traden 186 nieuwe medewerkers in dienst, 167 medewerkers verlieten de VRT. Het absentieïsmepercentage⁴⁰ voor de VRT bedraagt voor 2008 4,47%. Dit percentage betreft zowel de afwezigheden wegens ziekte, zwangerschap, arbeidsongeval of beroepsziekte.

CONCLUSIE: De VRT blijkt de performantiemaatstaf voor punt 1 (met betrekking tot de beheersing van de personeelskosten) nipt niet behaald te hebben.

⁴⁰ De berekening gebeurt als volgt: het aantal werkdagen afwezigheid (voltijds + deeltijds), gedeeld door het aantal volgens de uurroosters te werken dagen, vermenigvuldigd met honderd.

MAATSTAF 16. ER WORDT EEN DIVERSITEITSBAROMETER ONTWIKKELD WAARMEE PROGRAMMAKERS VAN RADIO, TELEVISIE, NIEUWE MEDIA, ZELF HUN PROGRAMMA'S KWANTITATIEF EN KWALITATIEF KUNNEN EVALUEREN OP DIVERSITEIT.

OP HET VLAK VAN TEWERKSTELLING:

- STREEFT DE **VRT** NAAR MEER VROUWEN IN HET MANAGEMENT (**33%**);
- WORDT BIJ GELIJKE KWALIFICATIES EEN VOORRANGSBELEID GEVOERD VOOR PERSONEN VAN ALLOCHTONE ORIGINE;
- WORDEN JAARLIJKS ZES BETAALDE OPLEIDINGSSTAGES VAN ZES MAANDEN GEORGANISEERD TE VERDELEN IN FUNCTIE VAN HET AANTAL GESCHIKTE KANDIDATEN OVER JONGEREN VAN ALLOCHTONE ORIGINE EN JONGEREN MET EEN HANDICAP;
- ZAL DE **VRT** STREEFCIJFERS VASTLEGGEN WAT BETREFT DE TEWERKSTELLING VAN PERSONEN MET EEN HANDICAP EN PERSONEN VAN ALLOCHTONE AFKOMST.

Voor het behalen van deze performantiemaatstaf dient de VRT 1) een diversiteitsbarometer te ontwikkelen, 2) op het vlak van tewerkstelling te streven naar 33% vrouwen in het management, 3) bij gelijke kwalificaties een voorrangsbeleid te voeren voor personen van allochtone origine, 4) zes betaalde opleidingsstages te organiseren voor jongeren van allochtone origine en jongeren met een handicap en 5) streefcijfers vastleggen wat betreft de tewerkstelling van personen met een handicap en personen van allochtone afkomst.

- 1) De resultaten van de Monitor Diversiteit 2007 werden in 2008 verspreid onder de programmamedewerkers van de VRT en de externe productiehuizen.
- 2) De VRT had in 2008 29% vrouwen in zijn management.
- 3) Bij gelijke kwalificaties voerde de VRT in 2008 een voorrangsbeleid voor personen van allochtone origine.
- 4) De VRT bood in 2008 zes betaalde opleidingsstages van zes maanden aan verdeeld in functie van het aantal geschikte kandidaten voor jongeren van allochtone origine en jongeren met een handicap.
- 5) De VRT ging in 2008 over tot een vrijwillige en anonieme registratie van de medewerkers met een arbeidshandicap en van allochtone afkomst met het oog op het vastleggen in 2009 van streefcijfers met betrekking tot tewerkstelling.

In het najaar 2008 werden de personeelsleden van de VRT bevroegd over diversiteit in het kader van een diversiteitsscan.

De bedoeling was te achterhalen hoe divers het VRT-personeelsbestand anno 2008 precies was: hoeveel collega's met een handicap of van vreemde afkomst werken er precies voor de VRT? Met deze diversiteitsscan wilde de VRT in kaart brengen welke doelgroepen vertegenwoordigd zijn op de werkvloer. Dit in navolging van de Vlaamse overheid, die dat voor al haar instanties in kaart wil brengen.

Er werden in de bevraging drie aspecten onder de loep genomen: arbeidshandicap, afkomst en diploma. Daarbij werden dezelfde definities gebruikt als door de Vlaamse overheid. De enquête voorzag ook ruimte voor de respondenten om zelf suggesties te doen inzake het diversiteitsbeleid van de openbare omroep.

Deze bevraging werd opgezet en gepromoot door de cel diversiteit van de VRT (met een infocampagne, flyers en een affichecampagne). Dit onder de titel: "Maak jij het verschil? Doe de diversiteitscan!"

Om de anonimiteit en de privacy te garanderen, werd de enquête uitgevoerd (grotendeels via mail, met post voor personeelsleden zonder mail) en verwerkt door het onafhankelijke onderzoeksbureau CheckMarket Online Surveys.

De VRT ontving nadien een rapport met de globale resultaten. De resultaten werden begin 2009 gecommuniceerd aan het Directiecomité van de VRT en aan het personeel via de interne communicatiekanalen van de VRT.

Op basis van deze resultaten en cijfers heeft het Directiecomité de streefcijfers voor 2009 bepaald voor de tewerkstelling van de kansengroepen allochtonen en mensen met een functiebeperking.

CONCLUSIE: De VRT blijkt de performantiemaatstaf voor het punt 2 (vrouwen in het management) nipt niet behaald te hebben en voor het punt 5 (het vastleggen van streefcijfers wat betreft de tewerkstelling van personen met een handicap en personen van allochtone afkomst) vooruitgang geboekt te hebben in 2008. Dit zal in 2009 effectief geëvalueerd kunnen worden.

ARTIKEL 41

MAATSTAF 17. DE VRT BEHAALT JAARLIJKS MINSTENS HET CUMULATIEVE RESULTAAT OVER DE DUUR VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST CONFORM HET FINANCIËEL PLAN IN BIJLAGE. DIT VERONDERSTELT DAT JAARLIJKS MINSTENS 90% WORDT GEHAALD VAN DE PLAFONDS VOOR RADIORECLAME EN TELEVISIESPONSORING.

DE VRT REALISEERT BIJ AFSLUITING VAN IEDER BOEKJAAR EEN SOLVABILITEITSRATIO (VERHOUDING EIGEN VERMOGEN / BALANS-TOTAAL) VAN MINIMAAL 30%.

HET DEFICIT VAN GECUMULEERD MAXIMAAL 27 MILJOEN EURO MAG UITSLUITEND VER- OORZAAKT ZIJN DOOR DE KOST VAN HET RENOVATIEPROJECT TOM.

HET EIGEN VERMOGEN VAN DE VRT ZAL EINDE 2011 NIET LAGER LIGGEN DAN 109 MILJOEN EURO.

DE VRT ZET EEN EFFICIENCY VERBETERINGSTRAJECT OP DAT DE GARANTIE BIEDT DAT BIJ CONSTANT BELEID (INHOUDELIJK ÉN FINANCIËEL) DE UITVOERING VAN DE OPENBARE OMROEPOPDRACHT NA 2011 GEVRIJWAARD BLIJFT.

HET ESR RESULTAAT MAG CUMULATIEF OP HET EINDE VAN 2011 MAXIMAAL 49 MILJOEN EURO ONGUNSTIGER ZIJN DAN HET RESULTAAT VAN HET FINANCIËEL PLAN IN BIJLAGE. OP JAARBASIS MAG ER EEN DIVERGENTIEMARGE VAN MAXIMAAL 10 MILJOEN EURO ZIJN T.O.V. VAN DE PROJECTIE VAN HET ESR-RESULTAAT IN BIJLAGE.

DE VRT VERSTREKT IN ZIJN JAARVERSLAG ADDITIONELE FINANCIËLE INFORMATIE OVER ZIJN INKOMSTENBRONNEN, DE KOST VAN ZIJN OUTPUT (RADIONETTEN, TELEVISIENET- TEN, INTERNET, MOBIEL) EN DE NETTOKOSTEN VAN DE OPENBARE OMROEPOPDRACHT.

DE VRT ZAL VANAF HET BOEKJAAR 2009 ZIJN GECONSOLIDEERDE JAARREKENING RAPPORTEREN VOLGENS HET IFRS NORMENKADER.

DE VRT RAPPORTEERT IN UITVOERING VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST JAARLIJKS OVER DE RESULTATEN VAN HET VRT- PENSIOENFONDS VOOR STATUTAIRE WERKNE- MERS EN HET VRT PENSIOENFONDS VOOR CONTRACTUELE WERKNEMERS.

DE INKOMSTEN UIT DE ADVERTENTIEMARKT EN DE INKOMSTEN UIT DE EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN VAN HET VRT-AANBOD WORDEN GEGENEREERD VIA APARTE JURIDISCHE ENTITEITEN. ALLE ANDERE COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN WORDEN VIA EEN GESCHIEDEN ANALYTISCHE BOEKHOUDING BIJGEHOUDEN.

Voor het behalen van deze performantiemaatstaf dient de VRT 1) jaarlijks minstens het cumulatieve resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan dat opgenomen is in de beheersovereenkomst, wat veronderstelt dat jaarlijks minstens 90% van de plafonds voor ra-

dioreclame en televisiesponsoring gehaald moeten worden, te behalen, 2) bij de afsluiting van ieder boekjaar een solvabiliteitsratio van minimaal 30% te behalen, 3) het deficit van gecumuleerd maximaal 27 miljoen euro uitsluitend te veroorzaken door de kost van het renovatieproject ToM, 4) in 2011 een eigen vermogen te hebben dat niet lager zal liggen dan 109 miljoen euro, 5) een efficiency verbeteringstraject op te zetten dat een garantie biedt dat bij constant beleid de uitvoering van de openbare omroepopdracht na 2011 gevrijwaard blijft, 6) een ESR resultaat te hebben dat cumulatief op het einde van 2011 maximaal 49 miljoen euro ongunstiger mag zijn dan het resultaat van het financieel plan dat opgenomen is in de beheersovereenkomst, en op jaarbasis een divergentiemarge van maximaal 10 miljoen euro te hebben t.o.v. de projectie van het ESR-resultaat opgenomen in de beheersovereenkomst, 7) in zijn jaarverslag additionele financiële informatie over zijn inkomstenbronnen, de kost van zijn output en de nettokosten van de Openbare Omroepopdracht te verstrekken, 8) vanaf het boekjaar 2009 zijn geconsolideerde jaarrekening te rapporteren volgens het IFRS normenkader, 9) jaarlijks te rapporteren over de resultaten van het VRT-pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT-pensioenfonds voor contractuele werknemers, 10) de inkomsten uit de advertentiemarkt en de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden van het VRT-aanbod via aparte juridische entiteiten te genereren en alle andere commerciële activiteiten via een gescheiden analytische boekhouding bij te houden.

- 1) De VRT stelt dat in de beheersovereenkomst het gecumuleerd resultaat over 2007 en 2008 (exclusief de aanwending van de reserve) wordt geraamd op -36.051.000 euro. In de realiteit bedraagt het cumulatief resultaat -13.424.144 euro, wat 22,6 miljoen euro beter is dan gepland.

Betreffende de begrenzings van de inkomsten uit radioreclame en televisiesponsoring wordt in de beheersovereenkomst het volgende gesteld:

In artikel 36, §1 van de beheersovereenkomst wordt het volgende gesteld inzake de begrenzing van de inkomsten van radioreclame:

“Het bedrag van 40,9 miljoen euro wordt jaarlijks met ingang van 1 januari 2007 geïndexeerd volgens de volgende formule:

$$40,9 \times \frac{\text{index consumptiepr. dec. van het voorafgaande jaar}}{\text{index consumptiepr. van december 2005}} = \text{nieuwe begrensde bedrag}”$$

Dit betekent voor 2008:

$$40,9 \times \frac{\text{index consumptiepr. december van 2007 (124,58)}}{\text{index consumptiepr. van december 2005 (118,90)}} = 42,85 \text{ miljoen €}$$

In de beheersovereenkomst van de VRT wordt in artikel 37 gesteld dat uit de verkoop van radioreclameruimte en televisiesponsoring minimaal 90% van de begrensde bedragen behaald moet worden. Bijgevolg is voor 2008 dit minimaal niveau gelijk aan 38,57 miljoen euro.

De VRT stelt dat voor 2008 de inkomsten uit verkoop van reclameruimte op zijn radiokanalen 33,94 miljoen € bedragen. Deze zelf verworven inkomsten liggen onder het minimaal niveau, waardoor de knipperlichtprocedure (ten bedrage van 4,63 miljoen euro) in werking wordt gesteld.

In artikel 36, §2 van de beheersovereenkomst wordt het volgende gesteld inzake de begrenzing van de inkomsten van televisiesponsoring:

“De netto-omzet uit televisiesponsoring⁴¹ op de analoge lineaire televisiekanalen zal bovendien vanaf 2008 jaarlijks maximaal 10 miljoen euro bedragen.”

In de beheersovereenkomst van de VRT wordt in artikel 37 gesteld dat het minimaal niveau van de inkomsten uit televisiesponsoring 90% van de maximum begrenzing is. Bijgevolg is voor 2008 dit minimaal niveau gelijk aan 9 miljoen euro. De VRT stelt dat voor 2008 de inkomsten uit televisiesponsoring 9,82 miljoen euro bedragen. Dit ligt onder de maximum begrenzing en boven het gewaarborgd minimum. Bijgevolg dient de knipperlicht procedure voor televisiesponsoring niet in werking te worden gesteld.

In artikel 36, §2 van de beheersovereenkomst wordt het volgende gesteld inzake de begrenzing van de netto-omzet via alliantiepartnershippakketten:

“De VRT en de Vlaamse Gemeenschap komen overeen dat via de alliantiepartnershippakketten vanaf 2008, per jaar maximaal 4,5 miljoen euro netto-omzet mag worden gegenereerd.”

De VRT stelt dat voor 2008 een netto-omzet wordt gegenereerd uit de alliantiepartnershippakketten van 4,49 miljoen euro. Deze begrenzing wordt bijgevolg niet overschreden.

- 2) Bij het afsluiten van het boekjaar 2008 bedroeg de solvabiliteitsratio 50,48 %.
- 3) In de beheersovereenkomst bedraagt het budget van TOM voor de jaren 2007 en 2008 samen 7.051.000 euro. De werkelijke kosten bedroegen gecumuleerd 5.560.114 euro, en dit tekort werd overgedragen naar 2009.
Het gecumuleerd deficit van maximaal 27 miljoen euro over de volledige duur komt niet in het gedrang. Er werd immers - omwille van besparingsredenen - in 2008 beslist om fase 2 van het project niet uit te voeren, en dit voor de duur van de lopende beheersovereenkomst.
Het overgedragen deficit zal eind 2011 enkel veroorzaakt zijn door TOM. Dit is zo voorzien in het meerjarenplan 2009-2011 dat door de Raad van Bestuur op 15 december 2008 werd goedgekeurd.
- 4) De VRT stelt dat hij erover waakt dat het eigen vermogen van de VRT eind 2011 niet lager zal liggen dan 109 miljoen euro. Deze bewaking gebeurt in de opeenvolgende meerjarenplannen. Eind 2008 bedroeg het eigen vermogen 185.073.426 euro.
- 5) Volgens de beheersovereenkomst was de te realiseren besparing in 2008 13,6 miljoen euro, zijnde 9,1 miljoen euro structurele kostenreductie en 4,5 miljoen euro progressieve efficiëntieverbetering.
De gerealiseerde besparing bedraagt 21,7 miljoen euro, wat 8,1 miljoen meer betekent dan het engagement vastgelegd in de beheersovereenkomst.

⁴¹ Met televisiesponsoring wordt bedoeld: de televisiealliantiepartnershippakketten, de eventensponsoring, te weten de financiële bijdrage aan de televisieuitzending van evenementen waarbij met een evenement wordt bedoeld een publieke gebeurtenis op het gebied van sport of cultuur, geldprijzen ten behoeve van televisieprogramma's.

- 6) De VRT stelt dat het boekjaar 2008 op ESR-vlak afgesloten is met een cumulatief (overgedragen) ESR-resultaat van +32,8 miljoen euro, wat 48,6 miljoen euro beter is dan voorzien in de beheersovereenkomst.
In de beheersovereenkomst is een verlies van 19,3 miljoen euro vooropgesteld. Het boekjaar 2008 sloot op ESR-vlak af met een winst van 9.626.238 euro, of een positieve variantie van 29 miljoen euro. De divergentiemarge van 10 miljoen euro werd overschreden, in positieve zin. Aan de basis van het overschot liggen 3 oorzaken: het wegvallen van de patronale bijdragen in het Pensioenfonds Statutairen VRT, lagere vereffeningen voor investeringen omwille van besparingsredenen, en een hoger bedrag aan “nog te betalen facturen” op 31/12/2008. Verwacht wordt dat het niveau van de “nog te betalen facturen” in 2009 terug zal dalen, wat in 2009 een negatief effect zal hebben op de uitvoering van het budget.
- 7) De VRT verschaft in zijn jaarverslag informatie over zijn inkomstenbronnen (de vier pijlers ter financiering van de VRT), de kosten van zijn output (radio- en televisienetten, internet en mobiele media), de nettokosten van de publieke omroepopdracht en het nettosurplus of de ondercompensatie van de openbare omroepopdracht.
- 8) Deze performantiemaatstaf is niet van toepassing, geldt vanaf 2009.
De VRT stelt reeds dat de geconsolideerde jaarrekening voor het boekjaar 2009 niet IFRS conform (International Financial Reporting Standard) zal zijn.
Na de impactanalyse van de invoer van een IFRS-boekhouding, die werd uitgevoerd samen met de commissaris Deloitte, heeft de VRT in de loop van 2008 geoordeeld dat de kleine toegevoegde waarde van dergelijke rapportering niet opweegt tegen de aanzienlijke meerkosten aan mankracht die een IFRS implementatie met zich meebrengt. IFRS zou bovendien een vierde set van aanrekeningsregels betekenen (naast statutaire jaarrekening, VOI-jaarrekening en ESR-rapportering), hetgeen mogelijkerwijze de transparantie rond de globale financiële rapportering van VRT vermindert.
Ten slotte wordt, voor zover onze inschatting, de geconsolideerde jaarrekening door onze directe stakeholders niet gebruikt als een analyse- of controle-instrument op onze financiële performantie.
- 9) Het Pensioenfonds Statutairen VRT werd opgericht eind 1997. Het is belast met het beheer van de reserves voor het nakomen van de wettelijke pensioenen van statutaire personeelsleden van de VRT en hun begunstigden. Het dekt ook de kostprijs van de overlevingspensioenen voor de echtgenoten van overleden VRT-werknemers. De doelstelling van het Pensioenfonds Statutairen VRT is om de beschikbare reserves te beheren zodat op lange termijn de financiering van de statutaire pensioenen kan gevrijwaard blijven. De Vlaamse Gemeenschap draagt door middel van een dotatie bij tot deze financiering.
Op 30 november 2007 besliste de Vlaamse regering om de dotatie aan het Pensioenfonds Statutairen VRT vanaf 2008 jaarlijks te verhogen met 4,5 miljoen euro, tot een bedrag van 23,7 miljoen euro per jaar, teneinde de financiële draagkracht van het fonds op termijn fundamenteel te verbeteren. Daarnaast besliste zij in juni 2008 om voor de periode 2008-2011 de jaarlijkse patronale bijdrage van de VRT in het Pensioenfonds Statutairen VRT te vervangen door een bijdrage van de Vlaamse Gemeenschap van 10 miljoen euro per jaar.

De return voor het Pensioenfonds Statutairen VRT voor 2008 bedraagt -20,2%. De totale activa bedragen eind 2008 310,4 miljoen euro. Aan het jaareinde vertegenwoordigen de aandelen 26%, de obligaties 59%, het vastgoed 5% en cash en gemengde beleggingen samen 10%. De financieringsgraad bedraagt 37%.

De contractuele werknemers vallen onder de pensioenregelingen van de private sector. Voor hen bestaat er sinds januari 2001 het Pensioenfonds Contractuelen VRT dat voorziet in een aanvullende pensioenregeling, bovenop het wettelijk pensioen (de zogenaamde tweede pensioenpijler) en in een substantiële tegemoetkoming in geval van overlijden of invaliditeit. Het fonds wordt integraal door de werkgever gefinancierd.

Het Pensioenfonds Contractuelen VRT is eind 2008 volledig gefinancierd en de allocatie is als volgt: de aandelen vertegenwoordigen 43% van de portefeuille, de obligaties 37%, het vastgoed 4% en cash 16%. Voor het Pensioenfonds Contractuelen VRT bedraagt de return over het boekjaar 2008 -26%. De totale activa bedragen eind 2008 23,8 miljoen euro. De financieringsratio van de verplichtingen per eind 2008 bedroeg 117%.

- 10) In artikel 38 van de beheersovereenkomst wordt bepaald dat de Raad van Bestuur kan besluiten om voor de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden van het VRT-aanbod een afzonderlijke dochtervennootschap op te richten. Tot op heden was dit niet aan de orde. De VRT voerde wel een volledig gescheiden boekhouding voor zijn Line Extensions-activiteiten. De inkomsten uit de advertentiemarkt worden via een aparte vennootschap verworven (Vlaamse Audiovisuele Regie).

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.

DEEL II: AFGELEIDE PERFORMANTIEMAATSTAVEN**ARTIKEL 9****1. BETREFFENDE DE DIVERSITEIT OP DE NETTEN:****“ARTIKEL 9. ALGEMENE BEPALINGEN**

§5. DE NETTEN ZIJN ZO GEPROFILEERD DAT ZIJ EEN DIVERSITEIT BRENGEN IN HUN AANBOD IN DE VERSCHILLENDE OPENBARE OMROEPDOMEINEN, ZODAT IN ELK VAN DE OPENBARE OMROEPDOMEINEN OVER DE NETTEN HEEN EEN DIVERSITEIT AAN GENRES EN DISCIPLINES WORDT AANGEBODEN. HIERBIJ WORDT OOK DE NODIGE AANDACHT BESTEED AAN BRUSSEL.

IN HET BIJZONDER ZIJN DE RADIONETTEN ZO GEPROFILEERD DAT ZIJ EEN DIVERSITEIT AAN MUZIEKGENRES AANBIEDEN WAARONDER OOK HET NEDERLANDSTALIGE IN AL ZIJN GENRES.”

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT 1) diversiteit te brengen in hun aanbod, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden en waarbij de nodige aandacht aan Brussel besteed wordt. 2) de radionetten zo te profileren dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden waaronder ook het Nederlandstalige in al zijn genres.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen.

- 1) De VRT stelt dat het percentage diversiteit aan genres en disciplines niet wordt gemeten, evenmin als de aandacht die aan Brussel besteed wordt.
- 2) De VRT stelt dat de diversiteit aan muziekgenres wordt gemeten met de Muziekmonitor, een intern meetsysteem waarmee op continue basis het muziekaanbod van alle netten kan opgevolgd worden.

De VRM heeft aan de VRT steekproeven opgevraagd en ontvangen voor de maanden april en oktober voor Radio 1.⁴²

De VRT stelt dat uit de steekproef blijkt dat Radio1 in april 2008 8,2% en in oktober 2008 9,6% Nederlandstalige muziek draaide.⁴³ In november 2007 draaide Radio 1 6,1% Nederlandstalige muziek.

Uit de steekproeven die door de VRM genomen zijn in de maanden april en oktober 2008 blijkt dat de cijfers die de VRT heeft overgemaakt gelijk zijn aan de controlegroep die door de Vlaamse Regulator voor de Media is bepaald.

⁴² De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media heeft steekproefsgewijs op verschillende tijdstippen een uur radio-uitzending geanalyseerd. Deze is ter controle vergeleken met de geanalyseerde playlists die zijn overgemaakt voor de verschillende radiokanalen van de VRT voor de maanden april en oktober. De data die de VRT heeft overgemaakt waren identiek aan de steekproefsgewijze data die de Vlaamse Regulator voor de Media intern had gecontroleerd. Het percentage Nederlandstalige muziek op Radio 1 dat gemeten is bij de VRM is ook identiek aan de cijfers die overgemaakt zijn door de VRT.

⁴³ De VRT heeft de Nederlandstalige muziek op Radio 2 ook gemeten en dit was in april 2008 20,5% en in oktober 2008 22,6%.

CONCLUSIE: Wegens het gebrek aan gegevens kan voor punt 1 (het meten van diversiteit brengen in het aanbod, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden en waarbij de nodige aandacht aan Brussel besteed wordt) niet aangetoond worden of de VRT deze bepaling behaald heeft.

Wat de gedraaide Nederlandstalige muziek op Radio 1 betreft, is er een verhoging vastgesteld ten opzichte van de gemeten 6,1% van 2007, namelijk 8,2% in april en 9,6% in oktober 2008.

2. BETREFFENDE DE INVESTERING IN VLAAMSE FICTIE:

“ARTIKEL 9. ALGEMENE BEPALINGEN

§6. DE VRT ENGAGEERT ZICH TE BLIJVEN INVESTEREN IN VLAAMSE FICTIE.

DE VRT ZAL ZIJN AANDEEL IN KWALITATIEVE FICTIE EN ANIMATIE UITBREIDEN OP EÉN, CANVAS EN KETNET EN ZIJN DOCUMENTAIRE AANBOD OP CANVAS, OP VOORWAARDE DAT DE VRT HIERVOOR BIJKOMENDE MIDDELEN KAN VERWERVEN.

DE VRT ZAL HIERTOEG EEN SAMENWERKINGSOVEREENKOMST SLUITEN MET HET VAF. VOOR DE REALISATIE VAN DEZE DOELSTELLING ZULLEN VAF EN VRT EEN BEROEP KUNNEN DOEN OP ALLE FINANCIERINGSINSTRUMENTEN DIE DOOR DE VLAAMSE GEMEENSCHAP WORDEN ONTWIKKELD VOOR ZOVER ZIJ AAN DE TOEKENNINGVOORWAARDEN ERVAN BEANTWOORDEN.”

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT 1) zijn aandeel in kwalitatieve fictie en animatie uit te breiden op Eén, Canvas en Ketnet en zijn documentaire aanbod op Canvas, op voorwaarde dat de VRT hiervoor bijkomende middelen kan verwerven 2) hiertoe een samenwerkingsovereenkomst te sluiten met het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF).

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen.

- 1) De VRT stelt dat hij in 2008 Vlaamse fictie gebracht heeft. Naast reeds bestaande reeksen⁴⁴ werd er ook geïnvesteerd in nieuwe kwaliteitsvolle reeksen als ‘Katarakt’ en ‘De smaak van De Keyser’ op Eén en ‘Amika’ op Ketnet. Eén toonde ook ‘Windkracht 10: Koksijde Rescue’, een miniserie van de gelijknamige bioscoopfilm.
- 2) De VRT stelt dat in 2008 geen nieuw akkoord is gesloten met het VAF. De VRT ontwikkelde samen met het VAF en de Vlaamse Media Maatschappij (VTM, 2BE, Jim) een samenwerkingsakkoord met de werknaam Stimuleringsfonds voor kwalitatieve Vlaamse Omroepproducties (Stivo). Producties waar een televisiezender zich voor geëngageerd heeft, zouden aan het STIVO kunnen voorgelegd worden om subsidies te krijgen volgens een multiplicatoreffect. Hoe moeilijker een genre ligt bij een televisiezender, hoe groter de gehanteerde multiplicator. De Vlaamse regering gaf nog geen goedkeuring voor de oprichting van dit fonds.

CONCLUSIE: De VRT blijkt de doelstelling behaald te hebben, behalve voor punt 2 (een samenwerkingsakkoord sluiten met het VAF).

De VRT ontwikkelde wel samen met het VAF en de Vlaamse Media Maatschappij een door de Vlaamse Regering nog niet goedgekeurd samenwerkingsakkoord. (Stimuleringsfonds voor kwalitatieve Vlaamse Omroepproducties)

⁴⁴ Zoals *Flikken*, *Witse* en *Kinderen van Dewindt*

ARTIKEL 10

1. BETREFFENDE RADIO 1:

“ARTIKEL 9. ALGEMENE BEPALINGEN

§3. GENERALISTISCH ONTPLOOIEND AANBOD (CANVAS EN RADIO 1)

...

RADIO 1 IS EEN VENSTER OP DE WERELD, EEN NET MET ALS KERNWAARDEN ONTDEKKING EN VERRUIMING. DE INFORMATIEVE BASIS WORDT AANGEVULD MET EN IS INGEBED IN EEN GEVARI-EERDE PROGRAMMAMIX. CULTUUR, HUMAN INTEREST, MUZIEK – WAARONDER OOK HET NEDER-LANDSTALIGE LIED –, KENNIS EN WETENSCHAP EN SATIRE HEBBEN HIERIN HUN PLAATS.

RADIO 1 ZAL DIT PROGRAMMABELEID VERDER UITBOUWEN MET EXTRA AANDACHT VOOR HET ONTDEKKEN BINNEN HET AANBOD (STIMULEREN, PRIKKELEN, VERRASSEN).

DE BREDE ACTUALITEIT ZAL NOG VERDER WORDEN UITGEBOUWD, ONDER MEER VIA GESPECI-ALISEERDE CELLEN OP DE GEÏNTEGREERDE NIEUWSREDACTIE EN DOOR MEER UITLEG BIJ HET NIEUWS. DE VRT GEEFT EXTRA NIEUWSBULLETINS BIJ BELANGWEKKENDE GEBEURTENISSEN.

RADIO 1 ZAL VEEL AANDACHT BLIJVEN SCHENKEN AAN SPORT ZOWEL IN DE NIEUWSPROGRAM-MA’S ALS IN GESPECIALISEERDE MAGAZINES.”

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT voor Radio 1 1) een gevarieerde programmamix in te bedden waarin cultuur, human interest, muziek – waaronder ook het Nederlandstalige lied –, kennis en wetenschap en satire hun plaats hebben. 2) de brede actualiteit nog verder uit te bouwen, onder meer via gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie en door meer uitleg te geven bij het nieuws en extra nieuwsbulletins uit te zenden bij belangwekkende gebeurtenissen 3) veel aandacht blijven schenken aan sport zowel in de nieuwsprogramma’s als in gespecialiseerde magazines.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen.

1) Radio 1 draaide hedendaagse en klassieke pop- en rockmuziek met speciale aandacht voor Vlaamse producties. Uit de steekproef in het kader van artikel 9 §5 blijkt dat Radio1 in april 2008 8,2% en in oktober 2008 9,6% Nederlandstalige muziek draaide. Allez Allez bracht uitsluitend Belgische pop en rock. Classics focuste op klassiekers in de rock en aanverwante genres. Exit was de gids voor de muziekliefhebber met interviews, concertfragmenten, nieuwe releases en het beste van wereldmuziek, blues, soul, folk en kleinkunst. In Exit plus kwamen deze muziekgenres nog eens apart aan bod. In Mezzo en Friedl’ – een leven in boeken stond cultuur centraal. Het net maakte ook plaats voor “radioverhalen” (zoals in Stories). Humor zat dan weer in programma’s als Bromberen (een eigenzinnige kijk op de actualiteit), Feyten of Fillet (een relativerende kijk op de actualiteit) en Dubbelcheck (een quiz over de actualiteit). Verschillende keren werd het programmaschema aangepast voor sportgebeurtenissen in Sporza-Radio.

Daarnaast maakte het net ook plaats voor specials: de Radio 1-sessies (een reeks concerten) en

Expo '58 (enkele programma's over 50 jaar Expo'58).

- 2) Radio 1 maakte in 2008 in alle programma's plaats voor nieuws: de politieke crisis, de Olympische Spelen, de financiële crisis, de Amerikaanse verkiezingen, enzovoort. Over de actualiteit werd bericht in de gebruikelijke nieuwsuitzendingen en in speciale nieuwsflitsen. Duiding werd gegeven in De ochtend en Vandaag en op andere momenten waar mogelijk en wenselijk. Verschillende programma's, zoals Peeters & Pichal en Feyten of Fillet, speelden in op onderwerpen die in de actualiteit stonden.

Inzake de gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredacties heeft de VRM geen informatie ontvangen.

- 3) De VRT stelt dat hij omtrent de aandacht voor sport zowel in de nieuwsprogramma's als in de gespecialiseerde magazines op Radio 1 geen cijfers beschikbaar heeft. Volgens de VRT was Radio 1 het radionet dat uitgebreide verslagen en live sportverslaggeving bracht. In Sporza-radio ging de meeste aandacht naar voetbal, wielrennen en tennis maar ook andere sporten kwamen regelmatig aan bod. De specials Sporza Tour en Sporza Olympia besteedden ruim aandacht aan respectievelijk de Ronde van Frankrijk en de Olympische Spelen.

CONCLUSIE: Wegens het gebrek aan gegevens kan voor de punten 2 (gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredacties) en 3 (cijfers betreffende de aandacht voor sport in zowel sportprogramma's als gespecialiseerde magazines op Radio 1) niet aangetoond worden of de VRT deze doelstelling behaald heeft. Punt 1 van deze doelstelling is behaald.

ARTIKEL 11

BETREFFENDE RVI EN BVN:

“§3. GENERALISTISCH AANBOD VOOR VLAMINGEN IN HET BUITENLAND (RVI/BVN)

RVI RICHT ZICH OP DE GROEP **VLAMINGEN** DIE PERMANENT OF SEMI-PERMANENT IN HET BUITENLAND VERBLIJFT ALSOOK OP DE **VLAMINGEN** OP REIS IN HET BUITENLAND. **RVI** IS EEN COMBINATIE VAN **RADIO** EN **INTERNET**. **BEIDE MEDIA VULLEN ELKAAR AAN.**

DE VRT ZAL HET HUIDIGE RADIOAANBOD VOOR **VLAMINGEN** IN HET BUITENLAND BEHOUDEN EN EEN MULTIMEDIAAL PARTICIPATIEF WEBPLATFORM ONTWIKKELEN VOOR DE **VLAMINGEN** IN HET BUITENLAND.

...

BVN (HET BESTE VAN VLAANDEREN EN NEDERLAND) IS HET PUBLIEKE TELEVISIENET VOOR **NEDERLANDERS** EN **VLAMINGEN** IN HET BUITENLAND. **BVN** IS EEN SAMENWERKINGSVERBAND TUSSEN DE **NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP**, DE **NEDERLANDSE WERELDOMROEP** EN DE **VRT**. **BVN** BIEDT EEN SELECTIE AAN UIT HET AANBOD VAN **EÉN, KETNET, CANVAS** EN **NEDERLAND 1, 2 EN 3**. **BVN** IS OVER (BIJNA) HEEL DE WERELD TE BEKIJKEN. **DE VRT** ZAL ZIJN AANBOD OP **BVN** VERSTERKEN.”

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT 1) een multimediaal participatief webplatform te ontwikkelen voor de Vlamingen in het buitenland, 2) zijn aanbod op BVN versterken.

De VRT geeft aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen.

1) De VRT stelt dat er in 2008 geen multimediaal participatief webplatform voor de Vlamingen in het buitenland ontwikkeld werd.

2) De VRT stelt dat de BVN-beheersovereenkomst bepaalt dat het Vlaamse aandeel in de programmering minstens 30% moet zijn.

In 2008 zorgde de VRT voor 31,6% van de uitzendingen. De VRT-programma's werden ook beter gespreid over de hele week.

De VRT leverde programma's in alle genres:

- Nieuws en actualiteit (43%) met Het Journaal van 13 en 19 uur, Terzake en De zevende dag.
- Informatiemagazines (15%) met onder andere De rode loper, 1000 zonnen en Vlaanderen Vakantieland.
- Fictie/soap (16%) met reeksen als Thuis, Witse, Emma en Kinderen van Dewindt.
- Jeugdprogramma's (6%) zoals Mega Mindy en Zo is er maar één – de cup.
- Quizprogramma's (9%) zoals Blokken, De premiejagers en De Canvascrack.
- Ontspanningsprogramma's (3%) zoals Eeuwige roem.
- Documentaires/reality (7%) zoals Ladies First, De weg naar Mekka en China voor beginners.
- Extra's en live-uitzendingen (<1%) met Stars of Europe, Vlaanderen boven en toespraken van de koning.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling uit punt 1 (het ontwikkelen van een multi-mediaal participatief webplatform voor de Vlamingen in het buitenland) van deze bepaling niet behaald te hebben.

ARTIKEL 14

BETREFFENDE HET INTERNE PRODUCTIEHUIS:

“§2. INTERNE PRODUCTIES: IPRO, HET INTERNE PRODUCTIEHUIS

DE VRT INVESTEERT PERMANENT IN ZIJN INTERNE PRODUCTIE. **DE VRT** VORMT HET EIGEN PRODUCTIEHUIS OM TOT EEN BEDRIJFSAFDELING (**I**PRO) DIE KWALITEIT LEVERT EN AANTREKKELIJK IS VOOR CREATIEF TALENT.

PER GENRE LEGT **VRT** DE PROGRAMMA’S VAST DIE HIJ INTERN WIL PRODUCEREN. **NIEUWS- EN DUIDINGPROGRAMMA’S** ZULLEN STEEDS DOOR **I**PRO GEPRODUCEERD WORDEN. **RELEVANTE CRITERIA** OM AL DAN NIET INTERN TE PRODUCEREN ZIJN DE AANSLUITING BIJ DE NIEUWS- EN INFORMATIEOPDRACHT, HET RISICO (DEONTOLOGISCH, STRATEGISCH VOLUME, E.D.), DE FORMAT- EN ARCHIEFRECHTEN, DE ONTWIKKELING VAN TALENT, EN HET AANBOD AAN EXTERNE ALTERNATIEVEN.

...

DE VRT ZORGT ERVOOR DAT HIJ STEEDS DE COMPETENTIES ZELF TER BESCHIKKING HEEFT DIE NODIG ZIJN OM **NIEUWS EN DUIDING, STRATEGISCHE PROGRAMMA’S EN CRUCIALE PROGRAMMA-SLOTS** IN TE VULLEN.”

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT de programma’s per genre vast te leggen die hij intern wil produceren.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij voldoet aan de bepalingen.

De Directie Productie bestaat uit acht interne productiehuisen, elk gerelateerd aan een kerntaak van de openbare omroep:

1) Openbare omroepdomeinen⁴⁵:

- Nieuws en informatie: (1)VRT-Nieuws en (2)VRT-Magazines;
- Cultuur: (3)VRT-Cultuur;
- Kennis en Wetenschap: (4)VRT-Weten;
- Sport: (5)VRT-Sport;
- Vlaamse identiteit: (6)VRT-Fictie;
- Ontspanning: (7)VRT-Entertainment.

2) Een specifieke doelgroep, kinderen en jongeren, waarin VRT investeert: (8)VRT-Jong

De VRT-productiehuisen leveren content voor radio, televisie, internet en mobiel. De VRT vindt het belangrijk om zelf sterke productiehuisen te hebben. De belangrijkste redenen daarvoor zijn:

- De VRT wil een sturende rol spelen met zijn openbare omroepdomeinen. De omroep moet daarvoor prioritair zelf kwalitatieve content in nieuws, informatie en cultuur produceren en aanbieden. Ook in de andere omroepdomeinen (sport, kennis & wetenschap, Vlaamse identiteit en ontspanning) wil hij niet afhankelijk zijn van externe productiehuisen.

⁴⁵ De verschillende productiehuisen werken vooral (maar niet exclusief) rond ‘hun’ openbaar omroepdomein.

- De VRT wil op lange termijn kunnen plannen en zijn visie aanhouden. Dat kan alleen als hij voldoende onafhankelijk van externe productiehuisen kan werken.
- De VRT wil crossmediale projecten ontwikkelen. Die projecten vertrekken vanuit een intense samenwerking tussen de verschillende netten en mediaplatformen.
- Risico's kunnen beter gespreid worden als het VRT-productiehuis voldoende groot is.
- De eigengemaakte programma's en formats kunnen extra inkomsten opleveren via afgeleide producten of via verkoop aan andere omroepen.

De directies Productie, Media en Marktstrategie onderzochten in 2008 hoe de VRT zich in de toekomst moet ontwikkelen als productiehuis. Dat leidde tot een productiestrategie voor 2009-2011.

Producties worden voortaan ingedeeld volgens twee criteria: (a) het strategisch belang en (b) de relevantie van de externe markt. Aan de hand van deze criteria wordt de focus voor VRT-Productie vastgelegd en de verdeling interne productie/externe productie bepaald. Nieuws- en informatieprogramma's blijft de VRT volledig zelf produceren.

De belangrijkste producties per productiehuis in 2008:

- VRT-Nieuws maakte naast de nieuwsuitzendingen op radio en tv duidingsprogramma's zoals Phara, De ochtend, Koppen, Villa Politica, De vrije markt en Deredactie.be. Het zorgde ook voor een - zelf ontwikkeld - nieuw consumentenmagazine Volt.
- VRT-Sport bracht in 2008 naast de gebruikelijke sportverslaggeving de sportmagazines Sportweekend en Studio 1. Het productiehuis zorgde voor een uitgebreid aanbod over de Olympische Spelen en de Ronde van Frankrijk (met o.a. Tour 2008) en de verkiezing van de Sportpersoonlijkheid van het jaar. Sporza.be breidde zijn sportverslaggeving in audio-, video- en tekstvorm uit.
- VRT-Entertainment bereidde de lancering van MNM voor. Het productiehuis stond in voor enkele quiz- (1 jaar gratis, De Canvascrack) en showprogramma's (zoals Eurosong 2008, Steracteur Sterartiest en de Mia's). Het productiehuis ontwikkelde ook twee eigen formats, Plat préféré en Peter Live!.
- VRT-Cultuur maakte content voor Klara-radio en Klara.be en tv-programma's voor Canvas zoals Lux, Spraakmakers en De gouden uil. Het productiehuis produceerde ook het crossmediale project De Canvascollectie en tien captaties voor Canvas+ (Filmfestival Gent, Het taalsymposium, ...). VRT-Cultuur stond ook in voor verschillende culturele evenementen zoals Klara in de stad, Klara Festival, Jazz Middelheim, Top 75 van de klassieke muziek en Klara4kids.
- VRT-Weten zorgde voor toegankelijke programma's rond wetenschap zoals Verloren land, Belpop, Bobslee en Alles voor Peking. VRT-Weten stond ook in voor alle Radio 1-programma's, behalve de nieuws- en duidingsprogramma's.
- VRT-Magazines hernieuwde een aantal programma's op Radio 2, zoals een verlengde Avondpost. Het productiehuis zorgde ook voor langlopende tv-producties zoals De rode loper, Vlaanderen Vakantieland en 1000 Zonnen. Het productiehuis produceerde tevens Doodgraag leven,

over het leven van vijf kankerpatiënten. VRT-Magazines organiseerde ook de evenementen De eregalerij en Zomerhit.

- VRT-Fictie produceerde in 2008 verschillende humor- en dramareeksen en jeugdfictie, zoals Witse, FC De Kampioenen en Thuis. Het productiehuis zorgde ook voor afgeleide programma-items van Thuis en Witse op Radio 2. Ook een nieuwe dramareeks Goesting (uitzending in 2009) werd gemaakt door VRT-Fictie.
- VRT-Jong lanceerde in 2008 Kaatje en KetnetKick 2. Andere producties van VRT-Jong waren de wrap, Chinees voor mij en De pretroulette. Het productiehuis stond ook in voor Studio Brussel en organiseerde Music for Life.

Productiecijfers

De totale radio-output bedroeg in 2008 74.409 uur⁴⁶, een stijging met 2.906 uur in vergelijking met 2007. De grotere output is grotendeels het gevolg van het uitgebreide regionaal aanbod van Radio 2 en Donna hitbits en het feit dat 2008 een schrikkeljaar was. In totaal werden op alle netten samen 92.709 uur⁴⁷ radioprogramma's uitgezonden.

De nettoprogrammazendtijd voor televisie bedroeg in 2008 9.864 uur. Dat is ten opzichte van 2007 een stijging van 308 uur. Dat is het gevolg van de uitbreiding van de zendtijd van Ketnet en de extra uitzendingen voor de Olympische Spelen.

In 2008 werden 3.202 uren aan door de VRT geproduceerde tv-programma's voor de eerste maal uitgezonden (dit is inclusief coproducties en producties in opdracht). Met inbegrip van herhalingen was het volume eigen producties in 2008 5.218 uur. Dat is 52,9% van de nettoprogrammazendtijd.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

⁴⁶ Radio 1, Klara, Donna, Studio Brussel en Nieuws+ zenden 24 uur per dag een eigen programma uit. Radio 2 ontkoppelt meermaals per dag zijn uitzending voor programma's per provincie.

⁴⁷ Het verschil tussen productie-output en uitzendoutput is te verklaren door het feit dat sommige programma's overgenomen worden door andere netten. RVi bevat naast eigen programma's een selectie uit programma's van Radio 1, Radio 2 en Donna. Donna hitbits nam zeven uur per dag het programma van Donna over.

Artikel 14. Het productiebeleid

“§3. EXTERNE PRODUCTIES

DE VRT HEEFT DE OPDRACHT OM ACTIEF TE PARTICIPEREN IN DE VLAAMSE AUDIOVISUELE SECTOR.

DE VRT WERKT SAMEN MET VERSCHILLENDE VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN. BIJ HET UITBESTEDEN VAN ZIJN PRODUCTIES HANTEERT DE VRT EEN AANTAL CRITERIA:

- 1° NIEUWS EN DUIDING WORDEN NOOIT UITBESTEED.**
- 2° PROGRAMMA'S DIE STRATEGISCH BELANGRIJK ZIJN WORDEN IN PRINCIPE DOOR DE VRT ZELF GEMAAKT.**
- 3° CRUCIALE PROGRAMMA'S DIE DE VRT NIET ZELF KAN MAKEN, VERTROUWT HIJ TOE AAN GESELECTEERDE PRODUCTIEHUIZEN WAARMEE HIJ EEN STRATEGISCH PARTNERSHIP HEEFT.”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT samen te werken met verschillende Vlaamse productiehuizen.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij voldoet aan de bepalingen.

De Vlaamse productiehuizen

In de loop van 2008 heeft de VRT samengewerkt met de volgende productiehuizen: 3 Keys Productions, 8 op 10, Any Media, B&W INC, Bert Smets Productions, B-ploeg, Caviar, Caviartv, CCCP, Cine 3, D&D Productions, De Choco's, Ded's it Productions, De Filistijnen, Elisabeth, Endemol Entertainment België, Eyeworks Film & TV Drama NV, Feel Rouge, GHI, Light Sleeper, Onderandere, Oud België Producties, Primo Piano Productions, Mediaminds, Menuet, Sputnik TV, Sultan Sushi, Sylvester Productions / IBS, Telesaurus, Toreador, TV De wereld, Urbanus België, Volle Maan Productions, Written by en Xinix.

De productiehuizen waarmee de VRT in 2008 een partnership⁴⁸ had, waren De Mensen, Kanakna, Studio 100 en Woestijnvis.

Steun aan externe Vlaamse productiehuizen en beeldindustrie

De beheersovereenkomst bepaalt dat het aandeel van de Vlaamse tv-(co)producties⁴⁹ in het tijdsblok 18 tot 23 uur 50% bedraagt van de totale output op Eén en Canvas/Ketnet. In 2008 bedroeg dat aandeel 67,8%.

Verschiedende facilitaire en andere bedrijven en externe productiehuizen uit de Vlaamse mediaindustrie leveren producties en diensten, zoals technische ondersteuning. In 2008 leverden de Vlaamse productiehuizen voor 57,5 miljoen euro diensten aan de VRT.

⁴⁸ Een partnership verschilt van een standaard-productieovereenkomst die per programma of programmareeks wordt gesloten. Met een partnership kunnen engagementen voor een productionele samenwerking op langere termijn worden aangegaan.

⁴⁹ Onder Vlaamse producties wordt verstaan de interne producties, de producties gemaakt in opdracht van de VRT, de coproducties en bioscoopfilms, tv-drama's en de documentaires waar de VRT aan meewerkte.

Voor drie coproducties werkte de VRT in 2008 samen met het VAF: de film Blinker en de blixvaten (Cine XS) van Filip Van Neyghem, de film My queen Karo (Caviar) van Dorothee van den Berghe en de film en televisiereeks Oud België (Eyeworks & Elisabeth NV) van Indra Siera.

CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.

DEEL III: AANBEVELINGEN

1. HET GEDEELTELIJK NIET BEHALEN VAN DE PERFORMANTIEMAATSTAVEN EN HET ONTBREKEN VAN GEGEVENS.

De VRT heeft het overgrote deel van de performantiemaatstaven behaald.

Enkele onderdelen van performantiemaatstaven, inzake beheersing personeelskosten en HR & Diversiteit, zijn nipt niet behaald.

Het betreft de personeelskostenbeheersing, het streven naar 33% vrouwen in het management en het vastleggen van streefcijfers wat betreft de tewerkstelling van personen met een handicap en personen van allochtone afkomst.

Bij de afgeleide performantiemaatstaven betreft het het gedeeltelijk niet behalen van enkele doelstellingen inzake de diversiteit op de netten, de investering in Vlaamse fictie en RVI.

Het gaat meer bepaald om het engagement om een samenwerkingsakkoord af te sluiten met het VAF en het ontwikkelen van een multimediaal participatief webplatform voor de Vlamingen in het buitenland.

Verder ontbreken er bij de afgeleide performantiemaatstaven gegevens inzake het percentage diversiteit aan genres en disciplines (en de aandacht voor Brussel) over de netten heen, het uitbouwen van gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie en de cijfers omtrent de aandacht voor sport zowel in de nieuwsprogramma's als in de gespecialiseerde programma's op Radio 1.

De Regulator stelt voor om een permanent meetsysteem in het kader van de performantiemaatstaven verder uit te bouwen – zodat het niet behalen van onderdelen van de performantiemaatstaven kan beperkt – of in de mate van het mogelijke, zelfs vermeden worden.

2. DE RESULTATEN VAN DE STUDIE VAN IPSOS BELGIUM IN HET KADER VAN PERFORMANTIEMAATSTAF 10B (MINSTENS ÉÉN VRT-RADIOKANAAL MOET DOOR HET PUBLIEK HERKEND WORDEN ALS EEN RADIO MET NEDERLANDSTALIG MUZIEKPROFIEL).

Uit het onderzoek van Ipsos Belgium blijkt dat Radio 2 de zender is die door het grootste aantal respondenten, namelijk 20%, herkend wordt als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel. De VRT voldoet dus aan de performantiemaatstaf zoals gesteld in de beheersovereenkomst.

De Regulator stelt wel vast dat slechts 1 op 5 van de respondenten Radio 2 herkend als radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.

Het is aanbevelenswaardig dat Radio 2 zijn Nederlandstalig muziekprofiel verder zodanig uitbouwt zodat deze door een nog groter deel van het publiek herkend wordt als radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.

3. HET METEN VAN DE BEPALINGEN VOOR DE VERSCHILLENDE RADIO- EN TELEVISIEZENDERS ZOALS OPGENOMEN IN DE ARTIKELS 9, 10, 11 EN 12 VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST.

In de artikels 9, 10, 11 en 12 van de beheersovereenkomst zijn verschillende engagementen opgenomen voor de televisiekanalen (Eén, Canvas/Ketnet), de zeven radiokanalen (Donna, Radio 2, Radio 1, Stubru, Klara, Sporza en Nieuws+) en RVi en BVN. Het gaat o.m. om engagementen betreffende het aanbod op kwalitatief als kwantitatief niveau.


Voor sommige van deze bepalingen stelt de VRT dat er geen metingen gebeurd zijn.

De Regulator stelt voor dat de VRT voor elk van de bepalingen, mogelijk steekproefsgewijs, metingen zal uitvoeren. Op deze manier wordt getoetst of de VRT de in de beheersovereenkomst opgenomen bepalingen nakomt en op welke manier.

DEEL IV: BIJLAGEN

Bijlage 1

Brief van Minister-president Kris Peeters van 28 januari 2009 in het kader van het toezicht door de VRM op de naleving van de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap.

<p>Vlaamse Regulator voor de Media T.a.v. de heer Eric Brewaeys Voorzitter van de Algemene Kamer</p> <p>Graaf de Ferrarisgebouw Koning Albert II-laan 20, bus 21 1000 Brussel</p>		<p>Vlaamse Regering Kabinet van de minister-president, Vlaams minister van Institutionele Hervormingen, Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media, Toerisme, Havens, Landbouw, Zeevisserij en Plattelandsbeleid</p> <p>Martelaarsplein 19, 1000 BRUSSEL Tel. 02-552 60 00 - Fax. 02-552 60 01 E-mail: kabinet.peeters@vlaanderen.be</p>
<p>uw kenmerk</p> <p>vragen naar / e-mail Caroline Uyttendaele caroline.uyttendaele@vlaanderen.be</p>	<p>ons kenmerk CU/cr/2009/002</p> <p>telefoonnummer 02/552.60.29</p>	<p>bijlagen</p> <p>datum 28 JAN. 2009</p>
<p>Betreft : Toezicht door de VRM op de naleving door de VRT van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap</p>		
<p>Geachte voorzitter,</p> <p>Bij brief van 29 juli 2008 aan de VRT en aan de VRM werd door mijn voorganger, de toenmalige minister bevoegd voor media Geert Bourgeois, vastgesteld dat een aantal onduidelijke bewoordingen in de beheersovereenkomst 2007-2011 tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap het toezicht erop kunnen bemoeilijken. In dezelfde brief werd aan de VRT en aan de VRM gevraagd om aan te geven over welke punten in de beheersovereenkomst meer klaarheid nodig is, en hoe dit zou kunnen gerealiseerd worden.</p> <p>Uit het antwoord op deze brief van de VRM dd. 26 september en van de VRT dd. 22 oktober 2008 is gebleken dat de volgende onderdelen uit de beheersovereenkomst exacter moeten worden omschreven:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artikel 16, derde performantiemaatstaf: "VRT zal met zijn verschillende radiokanalen op weekbasis minstens 80% van de radioluisterende bevolking bereiken". - Artikel 16, vierde performantiemaatstaf: "De VRT zal met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 80 % van de VRT-luisteraars bereiken". - Artikel 16, vijfde performantiemaatstaf: "De generalistische televisiekanalen zullen via spoor 2 een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen waarmee ze op weekbasis 20% van de bevolking bereiken". - Artikel 16, zesde performantiemaatstaf: "De VRT zal zijn educatieve opdracht ter harte nemen. De generalistische televisiekanalen zullen daarmee via spoor 2 op weekbasis 25% van de bevolking bereiken". - Artikel 16, zevende performantiemaatstaf: "De VRT verbindt er zich toe door middel van een permanent systeem van kwaliteitsbewaking de publieke, functionele, ethische, operationele en professionele kwaliteit te garanderen". - Artikel 16, tiende performantiemaatstaf: "... Minstens één radiokanaal moet door het publiek herkend worden als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel". <p>Voor wat betreft de betwiste performantiemaatstaven inzake radio (artikel 16, derde en vierde performantiemaatstaf), stelde de VRM in zijn rapport dat de VRT niet kon aantonen dat de vooropgestelde cijfers op weekbasis en op dagbasis gerealiseerd werden. De VRT werkt immers met de CIM-radiostudie, die geen metingen bevat van 15 juni tot en met 5 augustus, en van 24 december tot en met 31 december. De VRM stelt voor een andere studie te gebruiken waarbij er wel volledige cijfers op weekbasis beschikbaar zijn. Volgens de VRT is geen andere studie voorhanden die de gehele radioluisterende bevolking meet.</p>		

Bij gebrek aan een alternatieve studie zie ik geen bezwaar om, zoals in het verleden, verder te werken met de CIM-studie. Dit veronderstelt wel een lichte herformulering van de betrokken performantiemaatstaf, die dan moet luiden:

- Artikel 16, derde performantiemaatstaf: *"VRT zal met zijn verschillende radiokanalen een gemiddeld weekbereik halen van minstens 80% van de radioluisterende bevolking".*

Daarnaast moet, voor alle duidelijkheid, aan artikel 16, derde en vierde performantiemaatstaf, volgende voetnoot toegevoegd worden: *"Voor deze analyse worden de referentiecijfers in de markt gebruikt: dit is op dit ogenblik de CIM radio studie."*

Voor wat betreft de vijfde en zesde performantiemaatstaf, kan ik u het volgende meedelen. Ter gelegenheid van de gedachtewisseling over de rapportering van de beheersovereenkomst en het jaarverslag 2007 van de VRT in de Commissie Media van het Vlaams Parlement op 12 juni 2008, werd door de bevoegde minister gesteld dat de VRM te goeder trouw heeft geoordeeld dat deze performantiemaatstaven op weekbasis moeten berekend worden, doch dat dit niet de bedoeling van de partijen was.

De bedoeling was om de percentages voor cultuur en educatie op te trekken van respectievelijk 15% naar 20% van de bevolking, en van 10% naar 25% van de bevolking. In de nieuwe beheersovereenkomst is dit onvoldoende exact geformuleerd doordat de term "gemiddeld" is vervangen door "op weekbasis". Dit komt er in feite op neer dat niet alleen de norm verscherpt werd (door toename van het percentage) maar dat ook de toepassing ervan verstrakt werd (door toevoeging van "op weekbasis"). Dit was niet de intentie van de partijen bij de beheersovereenkomst.

In feite moeten de betrokken performantiemaatstaven dus luiden:

- Artikel 16, vijfde performantiemaatstaf: *"De generalistische televisiekanalen zullen via spoor 2 een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen waarmee ze gemiddeld 20% van de bevolking bereiken".*
- Artikel 16, zesde performantiemaatstaf: *"De VRT zal zijn educatieve opdracht ter harte nemen. De generalistische televisiekanalen zullen daarmee via spoor 2 gemiddeld 25% van de bevolking bereiken".*

Betreffende het systeem van kwaliteitsbewaking dat de VRT overeenkomstig artikel 16 zevende performantiemaatstaf moet organiseren, stelt de beheersovereenkomst duidelijk dat dit een permanent systeem moet zijn. Het is niet uitgesloten dat dit systeem bestaat uit verschillende onderdelen, doch de bewaking van *alle* kwaliteitsaspecten (publieke, functionele, ethische, operationele en professionele kwaliteit) moet permanent zijn. De VRM heeft vastgesteld dat de VRT in 2007 een combinatie van verschillende afzonderlijke kwaliteitsmetingen heeft ingezet, en dat er geen permanent systeem (enkelvoud) bestond. De VRT werkte intussen aan een integratie van alle bestaande kwaliteitsmetingen, en zal dus voor 2008 wellicht beter scores op deze performantiemaatstaf.

In verband met de verplichting voor de VRT om minstens 1 radiokanaal aan te bieden dat door het publiek erkend wordt als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel, stel ik voor dat bij het eerstvolgende onderzoek naar het behalen van deze performantiemaatstaf, de vraagstelling gezamenlijk wordt opgesteld door de VRT en de VRM. Dit sluit ook aan bij de bepaling in artikel 42 van de beheersovereenkomst dat de VRM en de VRT gezamenlijk de meetsystemen voor de performantiemaatstaven bepalen.

Ik bekijk of het nuttig is om voorgaande conclusies te expliciteren in een addendum bij de beheersovereenkomst. Intussen kunnen deze reeds dienen als richtsnoer bij de interpretatie van de betrokken performantiemaatstaven.

3

Tenslotte wens ik eraan te herinneren dat tijdens het overleg met toenmalig minister Bourgeois, de VRT en de VRM op 8 juli 2008 werd afgesproken dat de VRT zelf een voorstel zou doen voor de uitwerking en invulling van het diversiteitscriterium (opgelegd in artikel 9, §5 van de beheersovereenkomst) op de diverse VRT-netten. Behoudens vergissing van mijnentwege heb ik dit voorstel nog niet mogen ontvangen. Ik kijk er alvast met belangstelling naar uit.

Met oprechte groet,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom, enclosed within a hand-drawn oval.

Kris Peeters,
Vlaams minister-president

cc. dhr. Dirk Wauters, VRT

Bijlage 2

Bereik van verschillende VRT-media op maandbasis.

2008	VRT televisie ¹	VRT Radio ²	VRT online ³ # unieke bezoekers	VRT online ⁴ # reguliere bezoekers	VRT online ⁵ % bereik op Vlaamse bevolking	VRT online ⁶ % bereik op Vlaamse internetters
Januari	92,9%	82,9%	3.409.334	1.860.512	34,5%	54,7%
Februari	92,6%		3.105.855	1.681.109	31,1%	49,4%
Maart	92,7%		3.501.871	1.832.622	33,9%	53,9%
April	91,2%		3.374.097	1.770.841	32,8%	52,1%
Mei	90,8%		3.428.947	1.785.802	33,1%	52,5%
Juni	91,1%	80,9%	3.209.209	1.697.607	31,4%	49,9%
Juli	90,4%		3.079.214	1.630.424	30,2%	48,0%
Augustus	90,6%		3.424.159	1.801.138	33,4%	53,0%
September	90,8%		3.341.298	1.780.157	33,0%	52,4%
Oktober	92,6%		3.612.145	1.897.532	35,1%	55,8%
November	93,7%		3.660.529	2.026.715	37,5%	59,6%
December	94,3%		3.655.808	2.108.450	39,0%	62,0%

¹ Norm : minstens 15' consecutief gekeken op maandbasis.

² Er zijn 2 CIM-golven per jaar. Het veldwerk van de eerste golf in 2008, golf 16, liep van 12 januari tot 10 mei. Het veldwerk van golf 17 vond plaats tussen 16 augustus en 20 december. De gerapporteerde cijfers slaan op het totaal bereik (in de afgelopen maanden minstens 10 minuten geluisterd). Aangezien het CIM-onderzoek met dagboeken van 1 week werkt, kan niet geaggregeerd worden tot een maandbereik en is men aangewezen op de vraag over het totaalbereik (afgelopen maanden).

³ Een unieke bezoeker is gebaseerd op de registratie van een enkele Metriwebcookie over de geanalyseerde periode.

⁴ Een reguliere bezoeker is gebaseerd op de registratie van een enkele Metriwebcookie die gedurende 1 maand tenminste twee dagen verschijnt op 1 of meerdere van de door CIM MetriWeb gemeten sites.

⁵ Het % van VRT online is berekend op de totale bevolking (5,4 miljoen Vlamingen 15+).

⁶ Het % van VRT online is berekend op de Vlaamse internetters. Als standaard gelden de BIM-studies (Belgian Internetting Mapping). Volgens de laatste versie BIM (voorjaar 2008) maakten 3.400.000 Vlamingen (= 63% van 5,4 miljoen Vlamingen 15+) gedurende de laatste maand voor het interview gebruik van het internet.

Bijlage 3

Lijst van programma's journaal en informatie op televisie⁷

Zender	Programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	AFSCHEID VAN HUGO CLAUS	1	
Canvas	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT	39	
Canvas	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT (HERH.)	33	
één	DE ZEVENDE DAG	39	
één	DE ZEVENDE DAG - HOOGTEPUNTEN	39	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME	4	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.)	6	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 1	1	1
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 2	1	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 3	1	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 4	1	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 5	1	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 6	1	
één	EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG VAN LETERME (HERH.) - LOOP 7	1	
één	EXTRA JOURNAAL - POLITIEKE CRISIS	5	
één	EXTRA JOURNAAL - POLITIEKE CRISIS (HERH.)	1	
één	HET 1 UUR-JOURNAAL	366	
één	HET 1 UUR-JOURNAAL (HERH.)	1	
één	HET 6 UUR-JOURNAAL	366	
één	HET 7 UUR-JOURNAAL	366	
Canvas	HET 8 UUR-JOURNAAL	154	
één	HET JAAR VAN DE KLOOF (HERH.)	3	
één	HET JOURNAAL LAAT	364	
één	HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	47	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 0	364	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 1	355	2
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 2	356	1
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 3	351	3
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 4	347	10
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 5	342	13
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 6	331	24
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 7	318	31
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 8	310	33
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 9	309	18
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 10	310	18
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 11	308	9
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 12	307	9
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 13	305	2
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 14	303	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 15	294	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 16	280	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 17	224	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 18	161	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 19	88	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 20	39	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 21	17	
één	HET JOURNAAL LAAT HERHALING - LOOP 22	11	
Ketnet	KARREWET	270	
Ketnet	KARREWET (HERH.)	453	6
één	KERSTTOESPRAAK KONING	1	
één + CANVAS	KERSTTOESPRAAK KONING (HERH.)	2	
één	KOPPEN	51	
één	KOPPEN EXTRA	2	
één	KOPPEN XL	3	
CANVAS	PANORAMA	38	
CANVAS	PANORAMA (HERH.)	38	
CANVAS	PHARA	87	

⁷ Geen impact op de performantie indien niet minstens 25% van de uitzending gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

Zender	Programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
CANVAS	TER ZAKE	262	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 0	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 1	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 2	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 3	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 4	1	1
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 5	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 6	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 7	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 8	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 9	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 10	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 11	1	
één	TER ZAKE HERHALING - LOOP 12	1	
CANVAS	TER ZAKE ZATERDAG	1	
één	TOESPRAAK KONING	1	
één + CANVAS	TOESPRAAK KONING (HERH.)	2	
één	VILLA POLITICA	106	
één	VILLA POLITICA - EXTRA JOURNAAL - ONTSLAG Y. LETERME	1	
één	VOLT	37	
CANVAS	VRANCKX	45	

Opmerking : op 23 juli 2008 werd Villa Politica uitzonderlijk op Canvas uitgezonden

Bijlage 4

Jaaroverzicht van het gemiddeld dagbereik van VRT-journaal- en informatiemagazinekijkers t.o.v. het totaal aantal VRT-televisiekijkers. (%)

2008	VRT - TV	VRT - Nieuws	%
1 januari	3.300.948	1.927.584	58,4
2 januari	3.023.019	2.329.981	77,1
3 januari	2.827.584	2.224.475	78,7
4 januari	2.969.813	1.866.831	62,9
5 januari	3.014.574	1.993.144	66,1
6 januari	3.164.638	1.847.389	58,4
7 januari	2.953.905	2.053.096	69,5
8 januari	2.885.889	2.107.544	73,0
9 januari	2.758.244	2.381.960	86,4
10 januari	2.781.913	2.181.128	78,4
11 januari	2.805.133	1.934.765	69,0
12 januari	3.037.212	1.809.248	59,6
13 januari	3.357.620	1.952.213	58,1
14 januari	3.076.017	2.178.943	70,8
15 januari	2.894.959	2.068.280	71,4
16 januari	2.710.191	2.098.925	77,4
17 januari	2.839.463	2.261.923	79,7
18 januari	2.780.574	1.899.350	68,3
19 januari	3.038.581	1.847.514	60,8
20 januari	3.406.222	1.974.983	58,0

21 januari	2.833.702	1.973.373	69,6
22 januari	2.844.134	1.939.685	68,2
23 januari	2.830.529	2.181.067	77,1
24 januari	2.799.418	2.240.683	80,0
25 januari	2.991.176	1.719.649	57,5
26 januari	3.024.495	1.749.376	57,8
27 januari	3.427.890	1.937.405	56,5
28 januari	2.869.351	1.977.951	68,9
29 januari	2.842.521	2.035.329	71,6
30 januari	2.895.915	2.091.394	72,2
31 januari	2.901.270	2.328.608	80,3
1 februari	2.577.248	1.778.077	69,0
2 februari	2.840.464	1.752.214	61,7
3 februari	3.130.974	1.713.464	55,2
4 februari	2.731.407	1.839.533	67,3
5 februari	2.838.149	1.888.426	66,5
6 februari	2.727.649	2.111.388	77,4
7 februari	2.749.468	2.138.580	77,8
8 februari	2.533.759	1.843.685	72,8
9 februari	2.872.013	1.617.359	56,3
10 februari	3.081.854	1.665.156	54,0
11 februari	2.687.258	1.781.225	66,3
12 februari	2.662.822	1.917.306	72,0
13 februari	2.880.990	2.032.389	70,5
14 februari	2.728.149	2.146.854	78,7

15 februari	2.660.835	1.826.188	68,6
16 februari	2.868.443	1.761.418	61,4
17 februari	3.309.777	1.794.720	54,2
18 februari	2.858.923	1.995.965	69,8
19 februari	2.833.934	1.925.159	67,9
20 februari	2.648.857	2.118.946	80,0
21 februari	2.563.467	2.211.924	86,3
22 februari	2.624.703	1.729.026	65,9
23 februari	2.792.452	1.710.237	61,2
24 februari	3.308.221	1.783.165	53,9
25 februari	2.763.271	1.988.308	72,0
26 februari	2.771.613	1.969.051	71,0
27 februari	2.878.961	2.017.072	70,1
28 februari	2.623.479	2.133.412	81,3
29 februari	2.634.903	1.686.407	64,0
1 maart	2.998.676	1.746.740	58,3
2 maart	3.457.577	1.885.955	54,5
3 maart	2.776.509	1.907.988	66,7
4 maart	2.779.021	1.978.045	71,2
5 maart	2.707.988	2.091.036	77,2
6 maart	2.853.947	1.989.795	69,7
7 maart	2.613.748	1.811.789	69,3
8 maart	2.835.090	1.743.127	61,5
9 maart	3.377.479	1.949.044	57,7
10 maart	2.908.736	2.075.387	71,4

11 maart	2.810.252	1.874.414	66,7
12 maart	2.641.503	2.070.175	78,4
13 maart	2.717.661	2.205.388	81,2
14 maart	2.605.861	1.724.704	66,2
15 maart	2.713.306	1.728.889	63,7
16 maart	3.025.168	1.785.739	59,0
17 maart	2.614.192	1.918.878	73,4
18 maart	2.837.821	1.855.102	65,4
19 maart	2.879.644	2.164.456	75,2
20 maart	2.452.413	2.030.383	82,8
21 maart	2.421.748	1.569.804	64,8
22 maart	2.908.011	1.906.224	65,6
23 maart	2.672.026	1.503.946	56,3
24 maart	2.716.652	1.888.659	69,5
25 maart	2.629.153	1.858.785	70,7
26 maart	2.945.708	2.178.809	74,0
27 maart	2.756.349	2.026.048	73,5
28 maart	2.669.632	1.848.650	69,2
29 maart	2.729.274	1.721.023	63,1
30 maart	2.976.922	1.678.626	56,4
31 maart	2.641.459	1.812.747	68,6
1 april	2.729.117	1.790.833	65,6
2 april	2.676.024	1.925.601	72,0
3 april	2.666.565	1.972.586	74,0
4 april	2.532.515	1.674.186	66,1

5 april	2.706.171	1.711.508	63,2
6 april	3.312.186	1.896.696	57,3
7 april	2.695.391	1.937.408	71,9
8 april	2.415.885	1.674.412	69,3
9 april	2.583.640	1.928.640	74,6
10 april	2.474.805	1.900.864	76,8
11 april	2.251.591	1.530.114	68,0
12 april	2.554.663	1.483.982	58,1
13 april	3.177.823	1.858.662	58,5
14 april	2.677.054	1.897.163	70,9
15 april	2.672.979	1.672.552	62,6
16 april	2.757.758	1.852.292	67,2
17 april	2.412.616	1.861.831	77,2
18 april	2.385.032	1.679.792	70,4
19 april	2.587.914	1.636.110	63,2
20 april	2.958.978	1.618.193	54,7
21 april	2.624.441	1.811.804	69,0
22 april	2.462.872	1.637.153	66,5
23 april	2.557.660	1.806.467	70,6
24 april	2.535.206	2.002.015	79,0
25 april	2.280.812	1.465.524	64,3
26 april	2.269.660	1.333.213	58,7
27 april	2.710.775	1.408.859	52,0
28 april	2.690.364	1.901.976	70,7
29 april	2.529.948	1.768.244	69,9

30 april	2.500.708	1.942.745	77,7
1 mei	2.491.326	1.854.018	74,4
2 mei	2.189.025	1.376.901	62,9
3 mei	2.337.089	1.305.718	55,9
4 mei	2.477.633	1.354.470	54,7
5 mei	2.343.054	1.575.264	67,2
6 mei	2.257.658	1.622.002	71,8
7 mei	2.233.505	1.692.408	75,8
8 mei	2.251.666	1.964.446	87,2
9 mei	1.991.110	1.397.603	70,2
10 mei	2.024.730	1.202.132	59,4
11 mei	2.165.620	1.221.783	56,4
12 mei	2.179.690	1.431.909	65,7
13 mei	2.412.663	1.771.431	73,4
14 mei	2.515.049	1.946.761	77,4
15 mei	2.506.806	1.986.092	79,2
16 mei	2.289.175	1.342.018	58,6
17 mei	2.376.706	1.589.026	66,9
18 mei	2.765.257	1.768.450	64,0
19 mei	2.506.603	1.690.827	67,5
20 mei	2.558.945	1.783.836	69,7
21 mei	2.252.086	1.714.505	76,1
22 mei	2.437.197	1.990.322	81,7
23 mei	2.419.205	1.483.149	61,3
24 mei	2.246.639	1.395.603	62,1

25 mei	2.853.463	1.828.527	64,1
26 mei	2.631.405	1.829.202	69,5
27 mei	2.577.666	1.836.611	71,3
28 mei	2.408.093	1.856.189	77,1
29 mei	2.309.725	1.793.459	77,6
30 mei	2.521.936	1.570.656	62,3
31 mei	2.321.204	1.368.558	59,0
1 juni	2.654.394	1.634.801	61,6
2 juni	2.612.688	1.730.057	66,2
3 juni	2.436.208	1.616.214	66,3
4 juni	2.480.518	1.637.258	66,0
5 juni	2.607.153	2.009.394	77,1
6 juni	2.514.623	1.732.221	68,9
7 juni	2.368.561	1.554.478	65,6
8 juni	2.476.545	1.361.112	55,0
9 juni	2.140.055	1.455.858	68,0
10 juni	2.335.386	1.648.761	70,6
11 juni	2.312.081	1.665.393	72,0
12 juni	2.606.864	1.944.808	74,6
13 juni	2.356.005	1.464.036	62,1
14 juni	2.361.971	1.540.159	65,2
15 juni	2.714.998	1.735.812	63,9
16 juni	2.372.989	1.610.555	67,9
17 juni	2.335.228	1.466.892	62,8
18 juni	2.248.829	1.466.408	65,2

19 juni	2.386.594	1.728.621	72,4
20 juni	2.278.175	1.529.635	67,1
21 juni	2.048.219	1.370.239	66,9
22 juni	2.525.432	1.673.626	66,3
23 juni	2.366.525	1.523.589	64,4
24 juni	2.268.468	1.563.458	68,9
25 juni	2.282.740	1.601.969	70,2
26 juni	2.132.271	1.619.879	76,0
27 juni	2.089.257	1.330.927	63,7
28 juni	2.080.533	1.377.149	66,2
29 juni	2.144.119	1.472.964	68,7
30 juni	2.339.475	1.524.419	65,2
1 juli	2.213.992	1.478.535	66,8
2 juli	2.565.184	1.755.643	68,4
3 juli	2.567.806	1.958.093	76,3
4 juli	1.937.249	1.364.200	70,4
5 juli	2.405.488	1.529.123	63,6
6 juli	2.754.641	1.486.649	53,3
7 juli	2.757.805	1.827.069	66,3
8 juli	2.667.866	1.715.944	64,3
9 juli	2.678.153	1.823.582	68,1
10 juli	2.650.980	1.871.634	70,6
11 juli	2.488.866	1.581.752	63,6
12 juli	2.326.645	1.462.396	62,9
13 juli	2.601.684	1.404.634	54,0

14 juli	2.397.080	1.640.661	68,4
15 juli	2.660.685	1.847.093	69,4
16 juli	2.410.710	1.654.371	68,6
17 juli	2.653.143	1.972.043	74,3
18 juli	2.500.973	1.644.771	65,8
19 juli	2.283.204	1.465.889	64,2
20 juli	2.569.952	1.653.590	64,3
21 juli	2.761.791	1.856.704	67,2
22 juli	2.552.366	1.525.251	59,8
23 juli	2.445.508	1.619.094	66,2
24 juli	2.283.931	1.636.292	71,6
25 juli	1.929.096	1.290.359	66,9
26 juli	2.266.876	1.510.355	66,6
27 juli	2.401.531	1.478.582	61,6
28 juli	2.371.675	1.593.878	67,2
29 juli	2.323.709	1.528.172	65,8
30 juli	2.198.248	1.393.876	63,4
31 juli	2.262.778	1.751.345	77,4
1 augustus	2.071.417	1.524.832	73,6
2 augustus	2.186.964	1.549.868	70,9
3 augustus	2.454.986	1.531.723	62,4
4 augustus	2.346.242	1.582.500	67,4
5 augustus	2.382.737	1.648.958	69,2
6 augustus	2.376.688	1.495.275	62,9
7 augustus	2.786.710	2.159.186	77,5

8 augustus	2.508.359	1.784.554	71,1
9 augustus	2.381.272	1.367.811	57,4
10 augustus	2.680.250	1.710.345	63,8
11 augustus	2.688.738	1.573.896	58,5
12 augustus	2.840.734	1.738.208	61,2
13 augustus	2.751.544	1.726.752	62,8
14 augustus	2.504.925	1.804.032	72,0
15 augustus	2.349.786	1.521.042	64,7
16 augustus	2.423.679	1.609.078	66,4
17 augustus	2.660.934	1.714.672	64,4
18 augustus	2.953.039	1.906.236	64,6
19 augustus	2.826.636	1.617.290	57,2
20 augustus	2.643.600	1.685.514	63,8
21 augustus	2.811.420	1.899.780	67,6
22 augustus	2.710.892	1.808.031	66,7
23 augustus	2.658.769	1.596.273	60,0
24 augustus	2.841.278	1.712.751	60,3
25 augustus	2.691.522	1.743.454	64,8
26 augustus	2.481.728	1.640.207	66,1
27 augustus	2.511.417	1.620.807	64,5
28 augustus	2.639.936	2.093.936	79,3
29 augustus	2.161.276	1.449.244	67,1
30 augustus	1.954.841	1.366.146	69,9
31 augustus	2.681.698	1.790.021	66,7
1 september	2.567.163	1.696.900	66,1

2 september	2.601.576	1.831.007	70,4
3 september	2.434.173	1.910.055	78,5
4 september	2.390.158	1.928.951	80,7
5 september	2.672.734	1.964.917	73,5
6 september	2.300.565	1.498.175	65,1
7 september	2.914.039	1.938.238	66,5
8 september	2.523.669	1.809.735	71,7
9 september	2.414.982	1.770.305	73,3
10 september	2.787.996	1.886.277	67,7
11 september	2.361.695	1.919.140	81,3
12 september	2.449.605	1.847.567	75,4
13 september	2.710.212	1.781.765	65,7
14 september	2.793.214	1.681.083	60,2
15 september	2.559.028	1.764.479	69,0
16 september	2.558.371	1.902.106	74,3
17 september	2.658.160	2.008.827	75,6
18 september	2.575.093	1.989.771	77,3
19 september	2.463.910	1.849.554	75,1
20 september	2.414.777	1.615.357	66,9
21 september	2.903.136	2.032.261	70,0
22 september	2.609.082	1.896.878	72,7
23 september	2.501.258	1.742.714	69,7
24 september	2.592.598	2.097.237	80,9
25 september	2.458.597	1.985.925	80,8
26 september	2.634.257	1.922.477	73,0

27 september	2.606.429	1.786.947	68,6
28 september	3.100.623	2.077.450	67,0
29 september	2.776.120	2.035.192	73,3
30 september	2.828.537	2.163.857	76,5
1 oktober	2.766.869	2.174.905	78,6
2 oktober	2.488.330	2.094.776	84,2
3 oktober	2.692.692	1.947.965	72,3
4 oktober	2.558.618	1.695.784	66,3
5 oktober	3.061.278	2.075.923	67,8
6 oktober	2.712.817	2.082.259	76,8
7 oktober	2.688.154	2.064.040	76,8
8 oktober	2.676.494	2.216.900	82,8
9 oktober	2.465.947	2.032.888	82,4
10 oktober	2.501.653	1.983.511	79,3
11 oktober	2.622.889	1.661.319	63,3
12 oktober	2.992.986	1.824.082	60,9
13 oktober	2.661.317	1.966.053	73,9
14 oktober	2.686.247	2.112.908	78,7
15 oktober	2.881.582	2.164.854	75,1
16 oktober	2.664.012	2.226.899	83,6
17 oktober	2.439.885	1.792.424	73,5
18 oktober	2.728.545	1.793.270	65,7
19 oktober	3.138.117	2.026.470	64,6
20 oktober	2.801.158	1.966.354	70,2
21 oktober	2.757.560	2.025.670	73,5

22 oktober	2.638.924	2.134.215	80,9
23 oktober	2.653.781	2.239.992	84,4
24 oktober	2.552.811	1.896.875	74,3
25 oktober	2.650.952	1.818.639	68,6
26 oktober	3.147.413	2.100.976	66,8
27 oktober	2.785.750	2.046.585	73,5
28 oktober	2.865.980	2.075.000	72,4
29 oktober	2.662.346	2.240.021	84,1
30 oktober	2.687.860	2.230.639	83,0
31 oktober	2.727.284	1.988.471	72,9
1 november	3.019.428	1.929.353	63,9
2 november	3296.751	2.116.176	64,2
3 november	2.864.039	2.133.720	74,5
4 november	2.849.824	2.178.396	76,4
5 november	2.861.899	2.376.764	83,0
6 november	2.850.539	2.207.609	77,4
7 november	2.675.909	2.109.500	78,8
8 november	2.643.956	1.798.870	68,0
9 november	3.209.099	2.174.801	67,8
10 november	2.822.942	2.150.142	76,2
11 november	3.192.450	2.135.506	66,9
12 november	2.872.444	2.233.908	77,8
13 november	2.791.389	2.365.443	84,7
14 november	2.621.081	1.903.871	72,6
15 november	2.810.278	1.948.915	69,3

16 november	3.412.949	2.231.565	65,4
17 november	2.753.985	2.035.981	73,9
18 november	2.811.361	2.018.825	71,8
19 november	2.759.533	2.259.828	81,9
20 november	2.771.208	2.274.909	82,1
21 november	2.638.745	2.068.743	78,4
22 november	2.944.559	2.113.143	71,8
23 november	3.327.429	2.305.798	69,3
24 november	3.050.288	2.183.725	71,6
25 november	2.838.223	2.045.421	72,1
26 november	2.741.739	2.249.223	82,0
27 november	2.782.929	2.339.618	84,1
28 november	2.788.290	1.972.699	70,7
29 november	2.988.159	1.877.309	62,8
30 november	3.443.721	2.126.372	61,7
1 december	2.931.128	2.072.228	70,7
2 december	2.958.600	2.182.049	73,8
3 december	2.948.164	2.261.900	76,7
4 december	2.759.610	2.302.637	83,4
5 december	2.834.562	2.141.833	75,6
6 december	2.821.587	1.930.914	68,4
7 december	3.329.847	2.034.790	61,1
8 december	3.046.965	2.153.834	70,7
9 december	2.869.497	2.127.297	74,1
10 december	2.985.339	2.291.491	76,8

11 december	3.014.720	2.415.913	80,1
12 december	2.822.931	2.015.520	71,4
13 december	3.015.516	1.973.346	65,4
14 december	3.239.796	2.107.227	65,0
15 december	3.152.342	2.181.939	69,2
16 december	3.160.746	2.469.548	78,1
17 december	2.898.338	2.291.995	79,1
18 december	2.969.079	2.534.415	85,4
19 december	2.944.109	2.396.296	81,4
20 december	3.008.662	2.016.792	67,0
21 december	3.286.908	2.290.128	69,7
22 december	3.155.334	2.125.392	67,4
23 december	3.035.037	2.241.440	73,9
24 december	2.366.977	1.571.820	66,4
25 december	2.830.471	2.171.035	76,7
26 december	3.034.277	2.046.421	67,4
27 december	2.873.213	1.960.051	68,2
28 december	3.179.050	2.039.801	64,2
29 december	3.219.059	2.261.213	70,2
30 december	3.359.328	2.618.312	77,9
31 december	2.636.355	1.651.769	62,7
Gemiddelde 2008	2.678.514	1.853.632	69,3

Bijlage 5

Lijst van programma's in het kader van het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2 op televisie.⁸

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	13-04	1	
EEN	A TALE OF TWO CITIES	1	
Canvas	AC/DC	1	
CANVAS	ADMINISTRATORS	1	1
CANVAS	ADVENTURES IN ARCHITECTURE	8	
CANVAS	AE FOND KISS...	1	
CANVAS	ALIBABA	2	
CANVAS	ALICE IN WONDERLAND	1	
EEN	ALL QUIET ON THE WESTERN FRONT	1	
CANVAS	ALL THE PRESIDENT'S MEN	1	
CANVAS	AMORES PERROS	1	
EEN	AROUND THE WORLD IN 80 DAYS	1	
Canvas	ASCENSEUR POUR L'ECHAFAUD	1	
Canvas	AT FIVE IN THE AFTERNOON	1	
CANVAS	BARRY LYNDON	1	
CANVAS	BELLA FIGURA	1	
CANVAS	BELPOP	6	
CANVAS	BIN-JIP	1	
CANVAS	BITTER MOON	1	
CANVAS	BLINDMAN	1	
Canvas	BLACK CAT, WHITE CAT	1	
CANVAS	BLINKER	1	
CANVAS	BLINKER EN HET BAGBAG-JUWEEL	2	
CANVAS	BROD LUDAKA	1	
CANVAS	BRUSSEL VLAAMS DE LUXE	1	1
EEN	BUITENSPEL	1	
CANVAS	CAMILLE CLAUDEL	1	
EEN	CAPTAIN HORATIO HORNBLOWER	1	
CANVAS	CELLOSONATE VAN FREDERIC CHOPIN	1	
CANVAS	CHINA VOOR BEGINNERS	12	
CANVAS	CINDERELLA	3	
CANVAS	CIRQUE DU SOLEIL	1	
EEN	CLOUSEAU 20	2	
CANVAS	COLDPLAY, HOW WE SAW THE WORLD	1	
CANVAS	COMEDY CASINO	29	
CANVAS	COMEDY CASINO CUP	4	
CANVAS	COMEDY CASINO SPECIAL - NEVENEFFECTEN	1	
CANVAS	COOKING IN THE DANGER ZONE	3	
CANVAS	CULTUURPRIJZEN VLAANDEREN - VOORUIT	1	
CANVAS	CULTUURPRIJZEN VLAANDEREN (S.)	1	
EEN	DAENS	1	
EEN	DAENS, DE MUSICAL	1	
CANVAS	DAG BOEK	13	13
EEN	DANCES WITH WOLVES	1	
CANVAS	DE 3 BIGGETJES, DE MUSICAL	1	
EEN	DE BENDE VAN WIM	8	
CANVAS	DE CANVASCOLLECTIE	5	
CANVAS	DE CANVASCOLLECTIE (HERH.)	4	
CANVAS	DE EERSTE STEINWAY - TOON VOOR TOON	1	
CANVAS	DE GOUDEN UIL	1	

⁸ Programma's < 15' hebben geen impact op de performantie.

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
EEN	DE HEMEL OP AARDE	1	
CANVAS	DE ONBAATZUCHTIGEN	1	1
EEN	DE RODE LOPER	2	
EEN	DE SMAAK VAN DE KEYSER	4	
CANVAS	DE SUSSEN EN DE GEUZEN	1	1
EEN	DE VLASCHAARD	1	
CANVAS	DE WEG NAAR MEKKA	10	
CANVAS	DELICATESSEN	1	
CANVAS	DEPUIS QU'OTAR EST PARTI...	1	
CANVAS	DIAL M FOR MURDER	2	
EEN	DOCTOR ZHIVAGO	1	
CANVAS	DOGVILLE	1	
EEN	EEN WERELD - MAMMA MIA!	1	
CANVAS	EL CAMINO DEL DESEO	1	
CANVAS	EL METODO	1	
Canvas	ELIZABETH I	2	
CANVAS	EN ATTENDANT	1	1
CANVAS	ERIC SLEICHIM & BLINDMAN	1	
CANVAS	ERIK OF HET KLEIN INSECTENBOEK	1	
EEN	EUROSONG	14	1
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL	1	
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE	2	
CANVAS	EVA RESTE AU PLACARD LES NUITS DE PLEINE LUNE	1	
CANVAS	EVERYBODY SINGS THE BLUES	1	1
CANVAS	EXILS	1	
CANVAS	FERNSEHTURM	1	
CANVAS	FESTIVAL COULEUR CAFE	1	
CANVAS	FINDING NEVERLAND	1	
EEN	FOOD DISCOVERY	3	
CANVAS	GEDICHTENDAG	8	8
EEN	GEERT HOSTE & HET JAAR VAN DE GEIT	7	
EEN	GEERT HOSTE HOUDT WOORD	2	
CANVAS	GEHEIME MUSEA	1	
EEN	GENTSE WATERZOOI	26	
CANVAS	GERED VOOR DE TIJD, 20 JAAR OPEN MONUMENTENDAG	1	
CANVAS	GHAJAANA	2	
EEN	GIGI	1	
CANVAS	GRANITSA	1	
CANVAS	GRBAVICA	1	
EEN	GREAT EXPECTATIONS	1	
CANVAS	HANS RYCKELYNCK SPEELT JONGEN	1	
CANVAS	HAPPINESS	1	
CANVAS	HARRY, UN AMI QUI VOUS VEUT DU BIEN	1	
EEN	HELP!	1	
CANVAS	HENDRICKX & MICHIELS SPELEN SONATE NR.2 VAN BRAHMS	1	
Canvas	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1	
CANVAS	HET PAARD VAN SINTERKLAAS	1	
CANVAS	HET RODE KORENVELD	1	
CANVAS	HET VLAAMS RADIO ORKEST SPEELT PROKOFIEV	1	
CANVAS	HET VLAAMS RADIO ORKEST SPEELT PROKOFIEV - 5de SYMFONIE	1	

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	HET VLAAMS RADIO ORKEST SPEELT RAVEL	1	
CANVAS	HOUSE OF FLYING DAGGERS	1	
CANVAS	HULDECONCERT MATTI SALMINEN	1	
CANVAS	IETS MET BOEKEN	8	
CANVAS	IETS MET BOEKEN (HERH.)	7	
CANVAS	IK HOU VAN THEATER	1	
CANVAS	IN THIS WORLD	1	
CANVAS	ITALIENISCHES LIEDERBUCH - HUGO WOLF	1	
CANVAS	JAAP EN DE BONENSTAAK	3	
CANVAS	JACK DEE LIVE AT THE APOLLO	6	
CANVAS	JAN COX, A PAINTER'S ODYSSEY	1	
CANVAS	JIMI HENDRIX, THE MAN THEY MADE	1	
Canvas	JOHNNY CASH'S AMERICA	1	
EEN	JULIA MIGENES & LE CADRE NOIR DE SAUMUR	1	
CANVAS	JULIETTE	1	
EEN/CANVAS	JUNIOR EUROSONG	7	
CANVAS	JUNIOR EUROSONG (HERH.)	6	
EEN	JUNIOR EUROVISIESONGFESTIVAL	1	
CANVAS	JUNIOR EUROVISIESONGFESTIVAL (HH)	1	
CANVAS	K3 IN AHOY'	1	
CANVAS	KASSABLANKA	1	
EEN	KATARAKT	9	
Canvas	KERST MET THOMAS (HERH.)	1	
EEN	KERSTCONCERT VANUIT HET PALEIS	2	
CANVAS	KETNETPOP	42	32
CANVAS	KEY LARGO	1	
EEN	KOKO FLANEL	1	
CANVAS	KOKTEBEL	1	
CANVAS	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD	3	
CANVAS	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD (S.)	5	
CANVAS	KOOR VAN HET JAAR	3	
EEN	KOPPEN	1	
CANVAS	KRYPTOS QUARTET, VOCES INTIMAE	1	1
CANVAS	KUNDUN	1	
Canvas	LA FORZA DEL DESTINO	2	
CANVAS	LA STANZA DEL FIGLIO	1	
EEN	LA VACHE ET LE PRISONNIER	1	
CANVAS	LANTANA	1	
CANVAS	L'APPARTEMENT	1	
CANVAS	L'AUBERGE ESPAGNOLE	1	
Canvas	LE FABULEUX DESTIN D'AMELIE POULAIN	1	
CANVAS	L'ENFANT	1	
EEN/CANVAS	LITTLE EINSTEINS	327	59
CANVAS	LIVE FROM ABBEY ROAD (1/12)	13	
CANVAS	LOTUK	1	1
CANVAS	LUNA PAPA	1	
CANVAS	LUX	54	54
CANVAS	LUX XL	14	
CANVAS	LUX XL (HERH.)	10	
CANVAS	MADAGASCAR	3	

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	MADE IN ITALY	1	
CANVAS	MAN VAN STAAL	1	
CANVAS	MANDERLAY	1	
CANVAS	MAR ADENTRO	1	
CANVAS	MARIE ANTOINETTE	1	
CANVAS	MARTIAN SLAVERS	1	
CANVAS	MESSE DE REQUIEM	1	
CANVAS	METALLICA, SOME KIND OF MONSTER	1	
CANVAS	MICHAEL PALIN'S NEW EUROPE	1	
Canvas	MIGHTY APHRODITE	1	
CANVAS	MILLION DOLLAR BABY	1	
CANVAS	MISSY MILA	187	183
CANVAS	MOOLAADE	1	
CANVAS	MOUNTAIN	2	
EEN	MUSIC INDUSTRY AWARDS	1	
EEN	NEKKA	3	
CANVAS	NELLY & MONSIEUR ARNAUD	1	
CANVAS	NICOLAS CALLOT SPEELT BRAHMS	1	
EEN	NIEUWJAARSCONCERT	1	
EEN	NIGHT OF THE PROMS	3	
CANVAS	NIRGENDWO IN AFRIKA	1	
CANVAS	NOBODY KNOWS	1	
CANVAS	NON TI MUOVERE	1	
CANVAS	ONE FLEW OVER THE CUCKOO'S NEST	1	
CANVAS	OSAMA	1	
CANVAS	OXALYS SPEELT BEETHOVEN	1	
CANVAS	OZ & JAMES'S BIG WINE ADVENTURE	6	
CANVAS	PALEISCONCERT	1	
EEN	PALLIETER	1	
CANVAS	PART OF THE WEEKEND NEVER DIES	1	
EEN	PETER LIVE	10	
EEN	PINOCCHIO	1	
CANVAS	PLANKENKOORTS	11	
CANVAS	PLAT PREFERE	10	
CANVAS	PLAT PREFERE (HERH.)	8	
CANVAS	POP POLL DE LUXE	2	
EEN	PRELUDIUMCONCERT	1	
CANVAS	PUCCINI'S LAATSTE REIS	1	
CANVAS	RAINING STONES	1	
CANVAS	REYNEBEAU EN ROTTEN	5	
CANVAS	ROBIN HOOD	2	
EEN	RUNNING AWAY WITH THE CIRCUS	8	
CANVAS	RUSSIA, A JOURNEY WITH JONATHAN DIMBLEBY	5	
CANVAS	SAM DILLEMANS, SCHILDER	1	
CANVAS	SAMSARA	1	
EEN	SENSE AND SENSIBILITY	3	
CANVAS	SEVEN AGES OF ROCK	7	
CANVAS	SIGUR ROS, HEIMA	1	
CANVAS	SLAAPWEL FRANK	2	2
CANVAS	SOPHIE'S CHOICE	1	

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	SOUL DEEP, THE STORY OF BLACK POPULAR MUSIC	6	
CANVAS	SPRAAKMAKERS	7	
Canvas	SPRAAKMAKERS (HERH.)	5	
CANVAS	SPRING, SUMMER, FALL, WINTER... AND SPRING	1	
CANVAS	SPROOKJES	26	24
CANVAS	SPROOKJESBOOM	231	231
EEN	STAN VAN SAMANG	2	
EEN	STARS OF EUROPE, UNITE FOR CHILDREN	1	
EEN	STRANGERS ON A TRAIN	1	
CANVAS	SUSKE EN WISKE, DE DUISTERE DIAMANT	2	
CANVAS	SUSKE EN WISKE, DE DUISTERE DIAMANT (HERH.)	1	
CANVAS	SYMFOLLIES	33	33
CANVAS	SZALONTUDO	1	
CANVAS	TANGUY'S UNIFYING THEORY OF LIFE	1	
CANVAS	TAXANDRIA	1	
CANVAS	TERRE ET CENDRES	1	
CANVAS	THE CIDER HOUSE RULES	1	
EEN	THE CIRCUS	1	
EEN	THE COUNT OF MONTE CRISTO	1	
CANVAS	THE DATE	1	
CANVAS	THE ELEPHANT MAN	1	
CANVAS	THE EMPEROR'S WIFE	1	
CANVAS	THE GENERAL	1	
EEN	THE GOLD RUSH	1	
CANVAS	THE HOUSE OF THE SPIRITS	1	
CANVAS	THE LAST EMPEROR	1	
CANVAS	THE MERCHANT OF VENICE	1	
CANVAS	THE OMIJ DJALILI SHOW	6	
CANVAS	THE PIANIST	1	
CANVAS	THE PORTRAIT OF A LADY	1	
CANVAS	THE POWER OF ART	8	
EEN	THE PRINCE AND THE SHOWGIRL	1	
EEN	THE WIZARD OF OZ	1	
CANVAS	THE WORLD ACCORDING TO GARP	1	
CANVAS	TIJL UILENSPIEGEL	1	
EEN	TO HAVE AND HAVE NOT	1	
CANVAS	TRACK 01	1	
CANVAS	TRIO VERKENT SCHUMANN EN MOZART	1	
CANVAS	TROIS COULEURS - ROUGE	1	
CANVAS	UZAK	1	
CANVAS	VALLEE D'AMOUR	1	
CANVAS	VILLA DE VES	2	
CANVAS	VIRUS	3	
EEN	VLAANDEREN BOVEN	1	
EEN	VLAANDEREN VAKANTIELAND	235	107
EEN	VLAANDEREN VAKANTIELAND (HERH.)	51	
CANVAS	W@=D@	2	
CANVAS	WALK ON BY...	8	
CANVAS	WEG MET DE SOETE	8	
CANVAS	WILFRIED VAN DEN BRANDE	1	
CANVAS	Y TU MAMA TAMBIEN	1	
EEN	ZO IS ER MAAR EEN	13	
CANVAS	ZO IS ER MAAR EEN - DE CUP	49	

Bijlage 6

Lijst van programma's in het kader van de educatieve opdracht van de VRT via spoor 2 op televisie.⁹

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	49 UP	1	
CANVAS	68	1	
CANVAS	9/11, THE DAY THE WORLD CHANGED	1	
CANVAS	A GOOD WIFE	1	
CANVAS	ADVENTURES IN ARCHITECTURE	8	
CANVAS	ALLES VOOR PEKING	5	
CANVAS	ALONE IN FOUR WALLS	1	
CANVAS	ALS WE HET ZOUDEN WETEN	1	
CANVAS	ANTARCTICA	5	
EEN	APENROVERS	2	
CANVAS	ARE WE CHANGING PLANET EARTH?	2	
EEN	AUSTRALIE, LAND VAN PAPEGAAIEN	1	
EEN	BARBECUE BIBLE	6	
CANVAS	BEDWETERS	6	2
EEN	BERENEILAND	1	
CANVAS	BOLLEBOZEN	2	
EEN	BUITENGOOR, TUSSEN ZONNEDAUW EN ORCHIDEEN	1	
CANVAS	BUMBA	223	223
CANVAS	CAMPAIGN! THE KAWASAKI CANDIDATE	1	
EEN	CELEBRITY MASTERCHEF	11	
CANVAS	CHALLENGER, GO FOR LAUNCH	1	
Canvas	CHILD GENIUS, YOUNG AND GIFTED	1	
CANVAS	CHILDREN OF GOD, LOST AND FOUND	1	
CANVAS	CHILDREN OF THE DOOMED VOYAGE	1	
CANVAS	CHILDREN OF THE VALLEY	1	
CANVAS	CHINA VOOR BEGINNERS	1	
CANVAS	CHINEES VOOR MIJ	105	92
CANVAS	DAYS THAT SHOOK THE WORLD	2	
CANVAS	D-DAY TO BERLIN	3	
EEN	DE AARDE VANUIT DE HEMEL	13	
EEN	DE BEDENKERS	4	
CANVAS	DE HERALD, HET WARE VERHAAL	1	
CANVAS	DE LAATSTE DAGEN VAN HITLER	1	
EEN	DE RONDE PUT	1	
CANVAS	DE ZAAK	5	
EEN	DEEP BLUE	1	
CANVAS	DELIVER US FROM EVIL	1	
CANVAS	DER OLYMPIA-MORD	1	
CANVAS	DER TAG ALS THEO VAN GOGH ERMORDET WURDE	1	
CANVAS	DIE WEHRMACHT	5	
EEN	DIEREN IN NESTEN	17	
EEN	DIERENDOKTERS IN HET WILD	13	
EEN	DIERENZIEKENHUIS	6	
CANVAS	DINEH, WE, THE PEOPLE	1	
EEN	DOGS WITH JOBS	42	

⁹ Programma's < 15' hebben geen impact op de performantie.

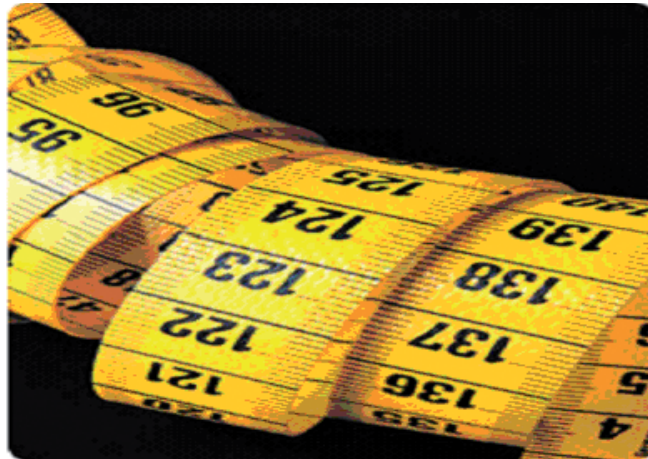
Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
EEN	DOKTERS VAN MORGEN	10	
CANVAS	EARTH, THE POWER OF THE PLANET	4	
CANVAS	EEN OS VOOR EEN BABY	1	
EEN	EEN WERELD - BLINDGANGER BEN	21	
EEN	ELEPHANT NOMADS OF THE NAMIB DESERT	1	
CANVAS	EVA BRAUN, DANS L'INTIMITE D'HITLER	1	
CANVAS	EXPO '58 EN DE GOUDEN JAREN	4	
CANVAS	EXPO 58, DE TOEKOMST BEGINT VANDAAG	1	
EEN	FABIOLA DE MORA Y ARAGON, DE EENZAME PRINSES	2	
CANVAS	FASCISME EN VOETBAL	1	
CANVAS	FELIX KERSTEN, DE DOKTER VAN DE DUIVEL	1	
EEN	FOOD DISCOVERY	6	
EEN	GARY RHODES, COOKERY YEAR	10	
CANVAS	GEBUISD!	40	
EEN	GENTSE WATERZOOI	26	
CANVAS	GESTOLEN MEDAILLES	1	
EEN	HALF UUR NATUUR	41	
Canvas	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1	
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE ZOO	16	
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - PLANCKENDAEL	13	
EEN	HET OOG VAN DE LUIPAARD	1	
CANVAS	HET ZANDKASTEEL	65	65
CANVAS	HITLER & MUSSOLINI	1	
CANVAS	HITLERS BERG	1	
CANVAS	HITLERS FAMILIE	1	
CANVAS	HOME DELIVERY	1	
CANVAS	HORIZON	8	
EEN	IEDEREEN ECO	3	
CANVAS	IN EUROPA	33	
CANVAS	IN EUROPA (HERH.)	6	
CANVAS	IN SEARCH OF PERFECTION	6	
Canvas	IN THE WAKE OF THE BELGICA	1	
CANVAS	INFAMOUS ASSASSINATIONS	9	
CANVAS	INTERNATIONAL TERRORISM SINCE 1945	6	
CANVAS	INTO THE ARMS OF STRANGERS	1	
CANVAS	JONESTOWN	2	
CANVAS	KEERPUNT	1	
EEN	KING KOALA	1	
EEN	KOPPEN	3	
Canvas	KRAKATOA	1	
CANVAS	LA TRAQUE DES NAZIS	1	
CANVAS	L'ANTARCTIQUE EN HERITAGE	1	
CANVAS	LAST BEST HOPE	1	
CANVAS	LAST VOYAGE OF THE GUSTLOFF	1	

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	LAZY TOWN	221	
CANVAS	LE PAPIER NE PEUT PAS ENVELOPPER LA BRAISE	1	
EEN	LEVEN MET AAPJES IN INDIA	1	
CANVAS	LIFE IN COLD BLOOD	5	
EEN/CANVAS	LITTLE EINSTEINS	327	57
CANVAS	LOW IMPACT MAN	3	
CANVAS	LOW IMPACT MAN (HERH.)	3	
CANVAS	MARIE-ANTOINETTE	1	
EEN	MASTERCHEF GOES LARGE	55	
CANVAS	MEDICINE MEN GO WILD	3	
CANVAS	MEN IN DANGER	1	
CANVAS	MENSEN OP HANDEN EN VOETEN	1	
CANVAS	MICHAEL PALIN'S NEW EUROPE	1	
CANVAS	MILKBAR	1	
EEN	MOORD, VERNIELING EN MEERKATTEN	1	
EEN	NATIONAL GEOGRAPHIC	5	
CANVAS	NIXON, THE MAN WHO LOVED TO HATE	1	
CANVAS	OBSESSIONS	2	
Canvas	OCHBERG'S ORPHANS	1	
EEN	OLIFANTEN VAN DE KILIMANJARO	1	
EEN	OLIFANTEN, SPIONNEN IN DE KUDDE	1	
CANVAS	OLYMPIC JOURNEY, THE ROAD TO BEIJING	1	
EEN	ONGEREPT AMAZONEGEBIED	24	
EEN	ONGEREPT AUSTRALIE	24	
EEN	ONGEREPT AZIE	12	
EEN	ONGEREPT NOORD-AMERIKA	12	
CANVAS	OPERATION SUNRISE	1	
CANVAS	OPUS DEI & THE DA VINCI CODE	1	
CANVAS	OVER MY DAD'S BODY	1	
EEN	PACIFIC ABYSS	1	
CANVAS	PERSONA NON GRATA	1	
EEN	POLAR BEAR	1	
EEN	RARE STREKEN	2	
CANVAS	RAY MEAR'S WORLD OF SURVIVAL	7	
CANVAS	RECIPES FOR DISASTER	1	
CANVAS	ROME	10	
CANVAS	RSC ANDERLECHT 100	1	
CANVAS	RUSSIA, A JOURNEY WITH JONATHAN DIMBLEBY	5	
EEN	SAFARI	7	
CANVAS	SCENARIO 2100	1	
EEN	SECRET WILDERNESS, JAPAN	1	
Canvas	SECRETS DE LUXE	1	
CANVAS	SOPHIE SCHOLL, ALLEN GEWALTEN ZUM TROTZ	1	
CANVAS	SPRAAKMAKERS	6	
CANVAS	SPRAAKMAKERS (HERH.)	4	

Zender	Programma	# uitzendingen	Zonder impact op performantie
CANVAS	STALINGRAD, THE DIRECTOR'S CUT	1	
CANVAS	STEPHEN FRY, HIV & ME	2	
CANVAS	STEPHEN FRY, THE SECRET LIFE OF THE MANIC DEPRESSIVE	2	
CANVAS	STIJN EN DE STERREN	1	
CANVAS	SUMMER OF LOVE	1	
EEN	SWEET BABY JAMES	6	
CANVAS	SYMFOLLIES	33	33
CANVAS	TEEN SPECIES	2	
Canvas	THE AMERICAN FUTURE, A HISTORY	1	
CANVAS	THE CHAMPAGNE SPY	1	
CANVAS	THE CLOUD MYSTERY	1	
CANVAS	THE COMET'S TALE	1	
CANVAS	THE FIGHT	1	
CANVAS	THE GENIUS OF PHOTOGRAPHY	6	
CANVAS	THE GREAT OLYMPIC DRUG SCANDAL	1	
CANVAS	THE GULF STREAM AND THE NEXT ICE AGE	1	
CANVAS	THE HIDDEN CHILDREN	1	
CANVAS	THE LOST WORLD OF TIBET	1	
CANVAS	THE MASSIE AFFAIR	1	
CANVAS	THE MEDICATED CHILD	1	
Canvas	THE MYSTERY OF ALZHEIMER'S DISEASE	1	
Canvas	THE REAL FACE OF SANTA	1	
CANVAS	THE STORY OF THE WEEPING CAMEL	1	
CANVAS	THE TRUTH ABOUT FOOD	6	
CANVAS	TIMOTHY LEARY, THE MAN WHO TURNED ON AMERICA	1	
CANVAS	TO THE BEACH	9	
Canvas	TOT UW DIENST	1	
CANVAS	TROPIC OF CAPRICORN	4	
CANVAS	TWEENIES	67	9
CANVAS	USHUAIA	7	
CANVAS	VERLOREN LAND	8	
CANVAS	VERLOREN LAND (HERH.)	7	
CANVAS	VISIONS OF THE FUTURE	4	
CANVAS	VREEMD VOLK AAN HET FRONT	1	
CANVAS	WAAROM DEMOCRATIE?	1	
CANVAS	WAR MADE EASY	1	
EEN	WEER WILD	1	
CANVAS	WHY WE FIGHT	1	
CANVAS	WILD CHINA	5	
CANVAS	WILDCARD, TANZANIA	5	
CANVAS	WO I - VERMIST AAN HET FRONT	1	
EEN	ZOO DAYS	34	

Bijlage 7

Relevantie en efficiëntie meten van de openbare omroep.

RELEVANTIE EN EFFICIËNTIE METEN VAN DE OPENBARE OMROEP

BESCHRIJVING EN OPERATIONALISERING
VRT STUDIEDIENST (OKTOBER 2008)

1. Inleiding

Het bestaan, de rol en financiering van publieke omroepen in Europa wordt de laatste 10 à 20 jaar door verschillende actoren en op verschillende niveaus in vraag gesteld. Maatschappelijke evoluties in het algemeen en evoluties in de omroepsector in het bijzonder hebben aanleiding gegeven tot het in vraag stellen van de argumenten voor het bestaan van een publieke omroep en hebben nieuwe actoren gecreëerd die sceptisch en zelfs vijandig staan tegenover de publieke omroep (Coppens, 2004: 9). De publieke omroepen in Europa, en bijgevolg ook in Vlaanderen, moeten meer en meer verantwoording afleggen voor hun activiteiten en het gebruik van overheidsmiddelen. De publieke omroep heeft een specifieke rol in een democratische samenleving, maar functioneert echter ook in een concurrentiële omgeving waarin het zich moet meten met private omroepen. De legitimiteit van een publieke omroep schuilt bijgevolg deels, maar zeker niet volledig, in de mate waarin het zich kan onderscheiden van private omroepen. Daarnaast moet de legitimiteit van een publieke omroep ook altijd vertrekken vanuit de politieke, sociale en culturele noden van een samenleving. De private omroepen plaatsen het onderscheidend karakter van een publieke omroep bijvoorbeeld zo centraal in hun discours omdat ze heel goed weten dat volslagen distinctiviteit niet haalbaar is. Private omroepen bedienen immers eveneens verschillende publieksgroepen, investeren ook in lokale productie en hebben een aanbod met verschillende genres (Coppens, 2004: 137, 186, 286). Het uittekenen van een model voor het meten van de relevantie en efficiëntie van de VRT kadert binnen deze context.

De VRT wil met dit opzet zijn maatschappelijke relevantie, distinctiviteit en efficiëntie, uitgewerkt op basis van haar missie zoals beschreven in de beheersovereenkomst, aantonen.

MISSIE

- * De publieke omroep speelt een essentiële rol in het vrijwaren van een pluralistische samenleving en het tegemoetkomen aan sociale en culturele noden. Door zijn groot bereik en invloed heeft de publieke omroep de capaciteit om het leven te verrijken alsook om de levenskwaliteit in een samenleving te verbeteren.
- * De publieke omroep is een maatschappelijk werktuig, voor iedereen toegankelijk en moet bijdragen tot pluraliteit, diversiteit en democratische expressie.

De uitdagingen voor een publieke omroep in een competitieve markt zijn duidelijk:

- *Politieke en economische ontwikkeling*: hogere competitiviteit gecombineerd met een hogere graad van regulering (van openbare omroepen).
- *Technologische verandering*: plaats zoeken/verdiene in nieuw aantal technologieën
- *Marktconcentratie*: opkomst van de grote mediaconcentraties, zowel nationaal als internationaal, zowel binnen de media als cross-mediaal.

Dit zorgt voor een aantal specifieke dilemma's:

- *Programming*: Populair vs. Creatief vs. Openbare Omroepdomeinen?
- *Financiering*: nationaal en internationaal (EU), binnen de media (TV/Radio/nieuwe media,...).
- *Organisatie*: hoe de publieke omroep structureren om 'klaar' te zijn.

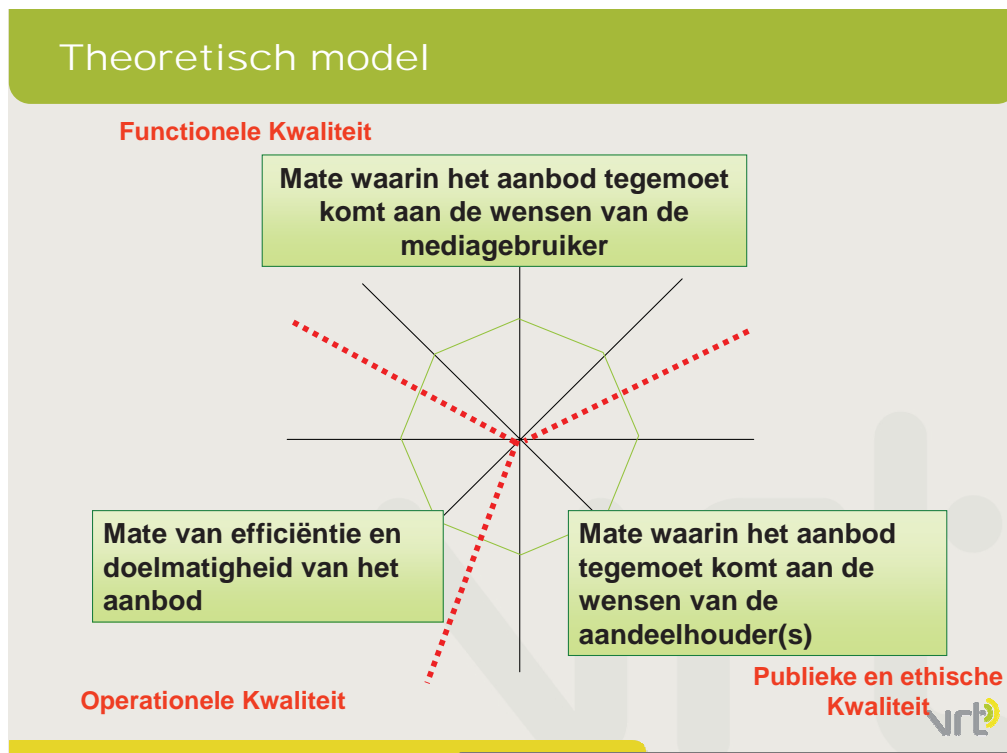
In de verdere tekst zal gesproken worden over de REMO-meting: Relevantie en Efficiëntie Meten van de Openbare omroep.

2. Theoretisch en operationeel model

2.1. Theoretisch model

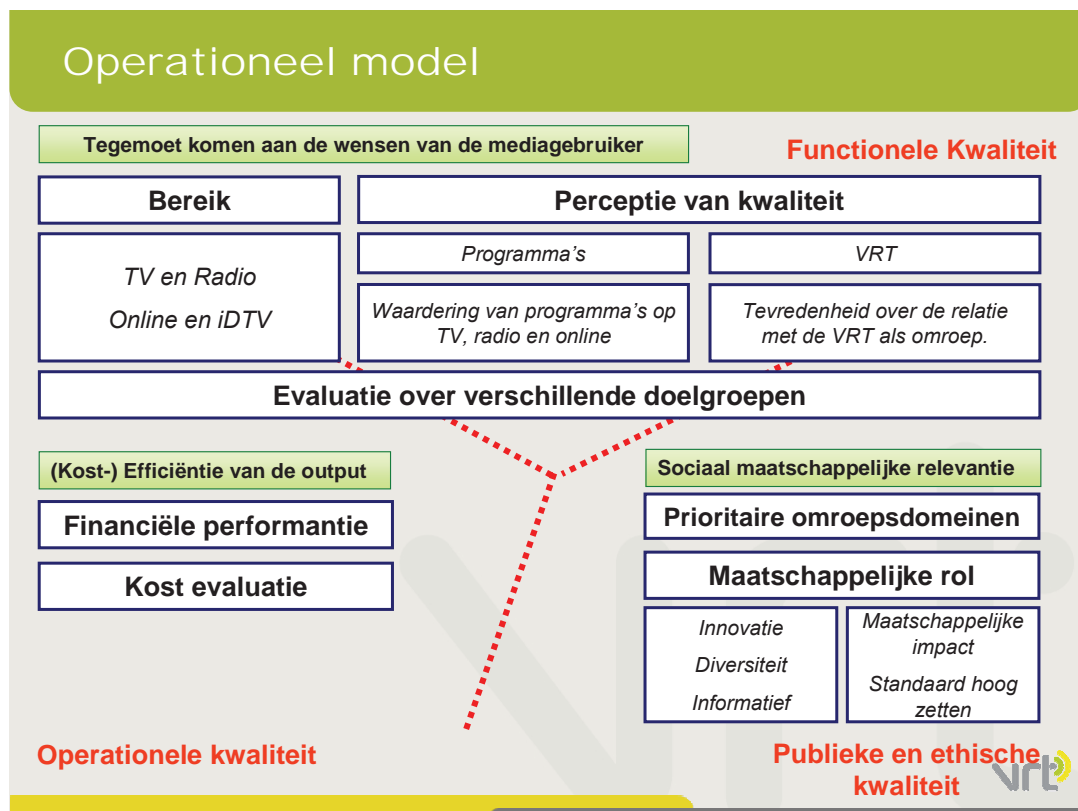
De opdrachten toegekend aan Europese publieke omroepen zijn terug te brengen tot vier grote categorieën, nl. het brengen van kwaliteit, diversiteit, universaliteit en innovativiteit (Coppens, 2004: 137). Deze opdrachten staan bijgevolg ook centraal in het meetmodel van VRT. De Kwaliteitskaart uitgewerkt door de Nederlandse publieke omroep werd gebruikt als uitgangspunt en vertaald naar de Vlaamse context. Bedoeling is dat dit resulteert in een uitgebreid algemeen rapport naar alle aandeelhouders, met een vergelijking tussen de commerciële en openbare omroep in Vlaanderen binnen een internationale EBU context. Daarnaast moet dit resulteren in het creëren van een high level performance dashboard.

In het theoretisch model staan drie dimensies centraal: functionele, operationele en publieke en ethische kwaliteit. Deze drie worden geoperationaliseerd in concreet meetbare parameters. Dit zijn ook de parameters van kwaliteit zoals die in de laatst afgesloten beheersovereenkomst zijn terug te vinden.



2.2. Operationeel model

De moeilijkste taak is deze theoretische indeling operationeel en meetbaar te maken. Hiervoor werd onderstaand operationeel model uitgewerkt dat verder in dit document zal verduidelijkt worden.



2.3. Te onderscheiden dimensies

Op basis van het voorgestelde model kunnen we zes dimensies onderscheiden die naar concretisering vragen:

1. Bereik
2. Programmawaardering
3. Tevredenheid over de relatie met de omroep
4. Doelgroepen
5. Prioritaire omroepdomeinen
6. Maatschappelijk rol

Daarnaast is er ook de kost-efficiëntie van de output bij de operationele kwaliteit. Samen met de 'technische kwaliteit' vallen deze buiten het opzet van dit document. Zij worden dan ook jaarlijks apart gerapporteerd in het jaarverslag van de VRT.

3. Operationalisering van de dimensies

3.1. Bereik

De eerste relevante parameter is het al dan niet bereiken van de Vlaming.

Bereik wordt opgesplitst over de verschillende media, maar er worden ook (in de mate van het mogelijke) gecombineerde bereiksmetingen gebruikt.

Operationalisering:

- TV en Radio: Cim-onderzoeken
- Internet: CIM Metriweb + Metriprofiel
- PPM onderzoek voor gecombineerd bereik VRT.
- Issues rond meting van nieuwe digitale toepassingen, waar de afhankelijkheid van de operatoren groot is.

Vergelijkbaarheid:

- Op basis van de jaarlijkse EBU-cijfers kunnen deze cijfers ook internationaal vergeleken worden.
- Binnen dit onderzoek wordt sowieso ook de vergelijking gemaakt met de andere spelers in de markt.

3.2. Programmawaardering

Dit is de tevredenheid over elk individueel programma. Het is de meest dichte en best interpreteerbare variabele voor tevredenheid. Het is hierbij de bedoeling om zo kort mogelijk na de 'mediaconsumptie' de gebruiker te vragen hoe hij het specifieke programma waardeerde.

Operationalisering:

Voor televisie bestaat hierbij een lange traditie van waarderingscijfers. In navolging van Nederland, BBC, Ierland, etc. wil VRT dit systeem uitbreiden naar een volwaardige crossmediale waarderingsmonitor. Zie addendum 2 voor een beeld op de methode in Nederland.

Deze te ontwikkelen waarderingsmonitor zal uitgebreider worden dan het beperkte huidige systeem dat enkel één score per uitzending mogelijk maakt én enkel VRT programma's onderzocht.

De uitbreiding bestaat erin om:

- Standaard naast een waarderingscore extra vragen te stellen.
 - o ook bruikbaar in de dimensie 'maatschappelijke rol'
 - o interessant als extra info naar programmamakers
 - o genre specifiek (zie Nederland, addendum 2 achteraan)
- De waardering over de concurrentie te bevragen.
- Doelgroepen aan te maken en te selecteren (bv. Vragen stellen aan de groep VRT-fictie lovers: veel kijken en hoog evalueren).

De waarderingsmonitor is er niet énkél voor TV. VRT wil dit systeem ook uitbreiden door aan hetzelfde panel vragen te stellen die radio/internet gerelateerd zijn. Door het minder programmegebonden karakter van radio en internet is het niet nodig deze de gebruikers over radio en internet even frequent te bevragen als bij TV.

Vergelijkbaarheid?

Door in Vlaanderen een vergelijkbaar systeem met Nederland, BBC, Ierland... op te zetten moet het, in overleg met die landen mogelijk zijn om de Vlaamse cijfers in een internationale context te plaatsen. Overleg is hier natuurlijk nodig.

Het systeem laat in ieder geval toe eenvoudig te vergelijken met de andere Vlaamse zenders en omroepen.

3.3. Tevredenheid over de relatie met de VRT

Hier wordt de tevredenheid van de mediagebruiker over de relatie tussen en met de verschillende media gemeten. De uitgangspunten hier zijn de omroep, het medium en het merk en staan dus los van de programma's.

Operationalisering:

Tevredenheid over de relatie met VRT wordt los gezien van de tevredenheid over programma's omdat deze laatste vaak beperkt is tot de specifieke uitzending. Mensen gaan ook een relatie aan met een merk zoals één of Studio Brussel. Het is dan ook van vitaal belang te weten hoe tevreden mensen zijn over deze relatie.

Ervaring uit het verleden leert dat het volstaat deze relatie één keer per jaar te analyseren. In het verleden gebeurde dit op basis van het Baronet onderzoek. (zie voorbeelden van enkele resultaten in addendum 3). Voor het opmeten en evalueren van deze relationele tevredenheid zal VRT met deze studie verderwerken.

Vergelijkbaarheid:

De Baronet-studie laat ook toe op eenvoudige wijze de resultaten te vergelijken met de andere spelers in de Vlaamse mediamarkt.

3.4. Doelgroepen

De VRT maakt geen televisie noch radio voor specifieke doelgroepen. De enige uitzonderingen daarop zijn in de Beheerovereenkomst opgenomen groepen: kinderen, jongeren en Vlamingen in het buitenland. Toch is het ook nodig om te evalueren in welke mate verschillende doelgroepen door de VRT worden aangesproken. Daarnaast is het ook valabel om de tevredenheidsscore over de verschillende doelgroepen te kennen.

Operationalisering:

De drie voorgaande variabelen (bereik, programmawaardering en tevredenheid over de relatie met VRT) zullen dan ook geanalyseerd en geëvalueerd worden op een aantal relevante doelgroepen. Dit zijn naast een aantal socio-demografische doelgroepen ook de mediakaartgroepen. Dit zijn motivationele groepen van mensen die over de media een gelijklopend mediabehoeftenpatroon hebben. Dit wordt binnen de VRT gebruikt voor strategische doeleinden.

Vergelijkbaarheid

De doelgroepenanalyse is steeds vergelijkbaar met de andere Vlaamse spelers. Waar mogelijk zal deze ook kunnen vergeleken worden met internationale cijfers. Dit kan natuurlijk enkel voor de socio-demografische gegevens en waar deze voorhanden zijn.

3.5. Prioritaire omroepdomeinen

De VRT heeft de taak om zijn prioritaire omroepdomeinen op een voldoende manier naar de Vlaming te brengen en ervoor te zorgen dat deze voldoende Vlamingen bereiken.

Voor elk van de openbare omroepdomeinen zal dan ook gekeken worden naar het bereik van deze verschillende domeinen. Voor de meeste domeinen werd in de beheersovereenkomst een performantiemaatstaf afgesproken. Deze normen worden overgenomen in de REMO-meter.

Performantiemaatstaven:

Cultuur- TV: bereik 20% van Vlaamse bevolking op weekbasis

Educatie - TV: bereik 25% van Vlaamse bevolking op weekbasis

Nieuws - TV: 60% van VRT-kijkers

Nieuws – Radio: 80% van VRT-luisteraars

Sport (voorstel!): bereik 30 % van Vlaamse bevolking op weekbasis (36.5 % in 2006, 37.6 % in 2007 enkel TV)

Ook Vlaamse identiteit is een prioritair omroepdomein waarvoor reeds specifieke performantiemaatstaven bestaan:

Vlaamse producten op TV: Aantal Vlaamse producties 50 % van totale output tussen 18-23u.

Vlaamse producten op Radio: 20% van muziektijd zijn Vlaamse muziekproducties + minstens één VRT-radiokanaal moet door het publiek herkend worden als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.

Als extra rapportering is het mogelijk om op basis van de data uit de waarderingsmonitor per prioritair omroepdomein waarderingscijfers op te nemen.

Vergelijkbaarheid:

Voor enkele duidelijke domeinen zoals nieuws en sport is het werkbaar om valabele vergelijkingen te maken met de andere Vlaamse spelers of in een internationale context. Voor andere domeinen valt dit vaak moeilijker omwille van het probleem van vergelijkbare definities.

3.6. Maatschappelijke rol

Naast de prioritaire omroepdomeinen heeft VRT een maatschappelijke rol te vervullen. De meting wil ook deze rol evalueren.

Operationalisering:

Om een breed begrip als 'maatschappelijke rol' beter begrijpbaar (en meetbaar) te maken, wordt er geopteerd deze op te splitsen in 5 verschillende parameters:

- Innovatie
- Betrouwbaarheid en informatief
- Diversiteit
- Maatschappelijke impact
- Kwaliteitsvolle programmering

Deze parameters worden ook gebruikt in het Nederlands en Britse model. Het opmeten van deze indicatoren gebeurt dan ook op gelijkaardige manier. Hieronder wordt per dimensie een beschrijving gegeven van de parameter.

3.6.1. Innovatie

- Om innovatie te vatten worden twee variabelen voorzien: - % nieuw aanbod versus herhalingen (TV)
- % vernieuwde programma's
 - evaluatie van innovatie door mediagebruiker (zie schema, bron NPO)

INNOVATION	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
Fits with the time	✓		✓	✓	
Original approach		✓	✓	✓	✓
Daring					✓

Bron: NPO

3.6.2. Betrouwbaarheid en informatief

De waarderingsmonitor levert informatie over de betrouwbaarheid van de Nieuws- en duiding-programma's.

RELIABILITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Reliable</i>	✓	✓	✓		
<i>I was honestly informed</i>		✓			
<i>Unbiased</i>			✓		

Bron: NPO

3.6.3. Diversiteit

VRT heeft sinds 2004 een monitor diversiteit lopen. Deze monitor meet de aanwezigheid op het scherm van verschillende deelgroepen van de samenleving.

Zo werd in 2007 ondermeer gerapporteerd op:

- Gender
- Kleur/afkomst
- Leeftijd
- Taalgebruik
- Functiebeperking

VRT blijft - met de hulp van het ENA (ElektroNisch nieuwsArchief) - deze meting uitvoeren.

Daarnaast zal de nieuwe waarderingsmonitor ook informatie leveren over diversiteit.

DIVERSITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
Provides a good picture of what is going on in our society	✓				
You see/hear various opinions	✓	✓	✓		
In touch with things				✓	
You see people from various groups in the population				✓	

Bron: NPO

3.6.4. Maatschappelijke impact

De VRT heeft -zonder twijfel- een maatschappelijke impact. Er zijn verschillende indicatoren denkbaar om die maatschappelijke interactie en impact te gaan inschatten. Alleen al het bereik dat behaald wordt met educatieve, nieuws- en duidingprogramma's kan als een indicatie genomen worden voor maatschappelijke impact.

Maatschappelijke impact betekent ook mensen samenbrengen. In zijn jaarverslag publiceert VRT jaarlijks een overzicht van de evenementen waarbij het mensen samenbrengt.

De waarderingsmonitor evalueert op duidelijke wijze de impact die programma's hebben gehad op de kijkers.

SOCIAL IMPACT	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
Through this programme I have gained a better understanding	✓	✓			
Made me think	✓	✓			
Helped me to form mt own option (on the subject)	✓	✓			
I've spoken with others about this programme	✓	✓	✓	✓	✓
Issues were raised of importance to our society	✓	✓			
Enjoyable watching this programme with other people			✓		✓

Bron: NPO

3.6.5. Kwaliteitstandaarden hoog leggen

VRT heeft ook een voorbeeldfunctie te vervullen binnen de volledige Vlaamse audiovisuele markt. Dit kan enkel door zijn eigen standaarden ook hoog te leggen.

Om de inhoudelijke kwaliteit van de programma's te evalueren levert de kwaliteitsmonitor ook een aantal variabelen die het 'kwaliteitsvolle' van de programma's specifiek evalueert. Dit gebeurt door aan het genre aangepaste vragen.

QUALITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
Appreciation score	✓	✓	✓	✓	✓
Attention	✓	✓	✓	✓	✓
With respect for people	✓				✓
Not boring (reverse of boredom)	✓	✓	✓	✓	✓
Good presentation/comments	✓		✓		
Relaxing			✓		✓
Pleasant atmosphere		✓	✓		✓
Well made				✓	✓
Well acted				✓	
Good story lines				✓	

Bron: NPO

3.7. Praktische implicaties

- Basis: Betere integratie van bestaande data.
- Extra: Ontwikkelen en implementeren van een permanent kwaliteits- en waarderingssysteem (cfr. BBC, NPO).
- Doel:
 - Voldoende data verzamelen om het meten van relevantie en efficiëntie mogelijk te maken.
 - Data zijn ook operationeel bruikbaar voor programmamakers en media door dag-aan-dag-evaluatie van de programma's door de kijkers.

TIMING

- Waarderingsonderzoek:
 - Bestekken opvragen zomer 2008.
 - Implementatie/testen : begin 2009.
- Najaar: integratie/testen...
- 2009: eerste rapportering over 2008 met de beschikbare data.
- Continu: verdere afstemming binnen EBU.

ADDENDUM 1 : SCREENSHOTS WAARDERINGSONDERZOEK BBC

Step (2) - Selection of programmes - Microsoft Internet Explorer provided by Intomat GfK

Programme selection screen

Programme files need to be uploaded on day of broadcast

Maximum of 10 channels
New: individualised channel selection

GfK

Help Contact Stop

In the list below are all the programmes that you watched yesterday for at least 5 minutes. Could you please rate each of these programmes with a mark out of 10, where 10 is the highest score

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Neighbours (BBC 1 / 17:35)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BBC News and Weather (BBC 1 / 18:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Masterchef Goes Large (BBC 2 / 18:30)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Singing Estate (Five / 19:15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EastEnders (BBC 3 / 22:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Three standard questions asked for all programmes seen

And how much effort did you make to watch to each of these programmes?

	Watched because the TV was on	Made some effort to watch	Made a special effort to watch
Neighbours (BBC 1 / 17:35)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BBC News and Weather (BBC 1 / 18:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Masterchef Goes Large (BBC 2 / 18:30)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Singing Estate (Five / 19:15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EastEnders (BBC 3 / 22:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

With how much attention did you watch each of these programmes?

	A lot	Some	Hardly any
Neighbours (BBC 1 / 17:35)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BBC News and Weather (BBC 1 / 18:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Masterchef Goes Large (BBC 2 / 18:30)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Singing Estate (Five / 19:15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EastEnders (BBC 3 / 22:00)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

The screenshot shows a web browser window displaying a GfK survey. The browser's address bar shows 'GfK', 'Privacy', and 'Panel Website'. The survey content is as follows:

GfK

The following questions are about the programme **Strictly Come Dancing** on BBC 1 at 17:45

In order to enjoy Strictly Come Dancing, how important is the ability to vote, and influence the results?

- Very important
- Fairly Important
- Neither Important or Unimportant
- Not very important
- Not important at all
- Don't Know

Currently half of the 25p cost of the calls goes to charity, we would like to get your views on this.

Which of the following statements do you agree with?

- A higher amount should be given given to charity
- The amount given to charity is just right
- A lower amount should be given to charity
- BBC should charge for cost of call and give no money to charity
- Don't Know/None of the above

Which charity do you think the money raised from the phone vote goes to?

- Comic Relief
- Children in Need
- Sport Relief
- Another non BBC charity
- Don't Know

At the bottom of the survey, there is a 'Next' button and a small icon. The footer of the page reads 'Online Research' and 'GfK - Growth from Knowledge'.

An orange callout box with an arrow pointing to the second question contains the text: "In-depth questions for a specific programme".

ADDENDUM 2 : ITEMS WAARDERINGSONDERZOEK NEDERLAND
TABLE 2: STATEMENTS APPRECIATION PANEL QUALITY MAP TELEVISION PROGRAMMES (KRÜS, 2006)

RELIABILITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Reliable</i>	✓	✓	✓		
<i>I was honestly informed</i>		✓			
<i>Unbiased</i>			✓		
INNOVATION	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Fits with the times</i>	✓		✓	✓	
<i>Original approach</i>		✓	✓	✓	✓
<i>Daring</i>					✓
QUALITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Appreciation score</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Attention</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>With respect for people</i>	✓				✓
<i>Not boring (reverse of boredom)</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Good presentation/comments</i>	✓		✓		
<i>Relaxing</i>			✓		✓
<i>Pleasant atmosphere</i>		✓	✓		✓
<i>Well made</i>				✓	✓
<i>Well acted</i>				✓	
<i>Good story lines</i>				✓	
SOCIAL IMPACT	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Through this programme I have gained better understanding</i>	✓	✓			

<i>Made me think</i>	✓	✓			
<i>Helped me to form my own opinion (on the subject)</i>	✓	✓			
<i>I've spoken with others about this programme</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Issues were raised of importance to our society</i>	✓	✓			
<i>Enjoyable watching this programme with other people</i>			✓		✓
DIVERSITY	News, current affairs	Information	Sport	Fiction	Amusement, music
<i>Provides a good picture of what is going on in our society</i>	✓				
<i>You see/hear various opinions</i>	✓	✓	✓		
<i>In touch with things</i>				✓	
<i>You see people from various groups in the population</i>				✓	

Bron: NPO

1.1 Doelstellingen

- Monitoren van de evolutie van de bekendheid, het imago en de satisfactie van de Vlaamse televisiezenders, Vlaamse radiozenders en Vlaamse informatiewebsites
 - **Bekendheid**
 - **Imago**: welke 'persoonlijkheidskenmerken' worden aan de zender toegeschreven, wat zijn de 'immateriële' kenmerken van de zender, nl. de sociale waarden en de persoonlijkheid die hij uitdraagt?
 - **Satisfactie**: hoe worden een aantal prestatiekenmerken van de zender geëvalueerd, slaagt de zender erin via zijn **product-kenmerken** te voldoen aan de (functionele) behoeften van de kijkers?

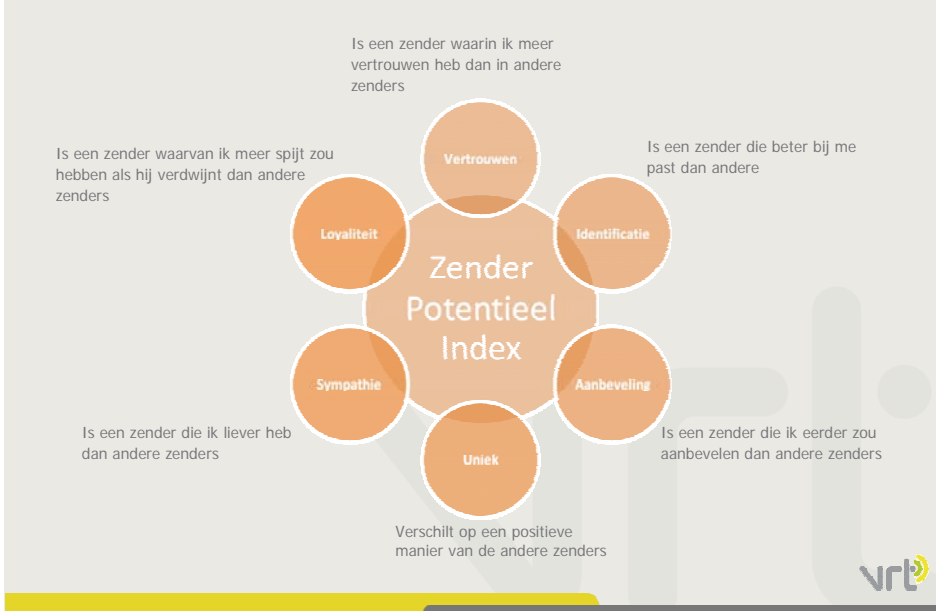


1.2 Methodologie

- **Doelgroep**: Nederlandstalige Belgen, 15 jaar en ouder
- **Dataverzameling**
 - Telefonische interviews aan de hand van CATI vanuit het call center van Significant GfK in Haasrode
 - Periode: van 11 maart tot 5 april 2008
 - Gemiddelde duurtijd: 27 minuten
- **Steekproefgrootte**:
 - Vooropgesteld: n=1500
 - Gerealiseerd: n=1503
- **Weging**: De resultaten werden herwogen naar geslacht, leeftijd, provincie en opleidingsniveau, representatief voor Vlaanderen.

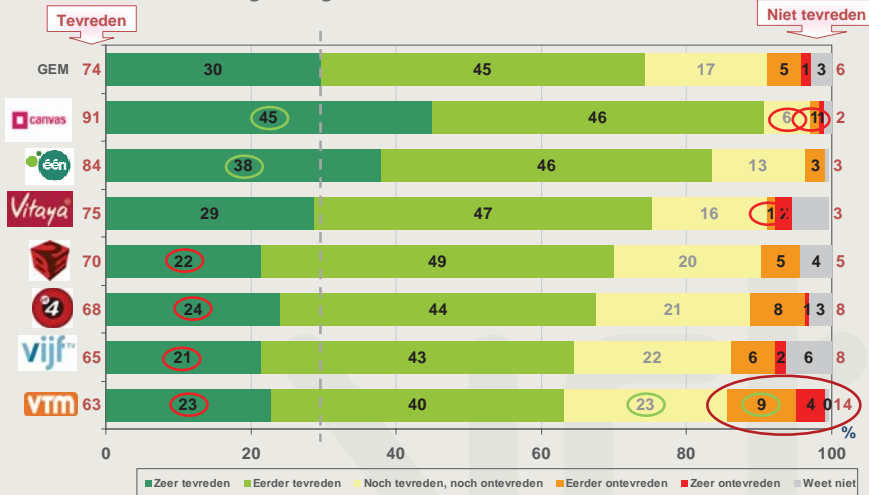


5.1 ZenderSterkte - Berekening



4.1.1 Algemene evaluatie – TV Zenders

Hoe tevreden bent u over het geheel genomen over <TV ZENDER?>

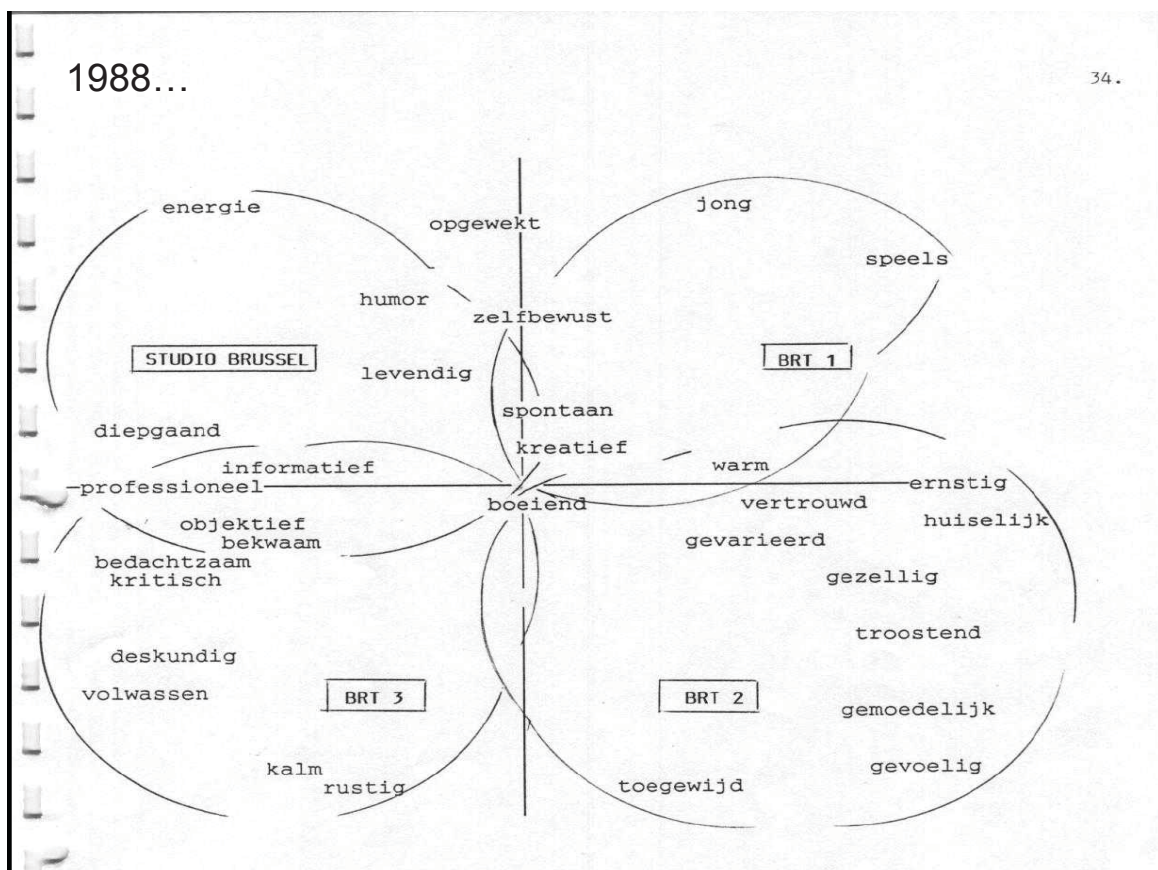


Basis: Kijken naar deze zender



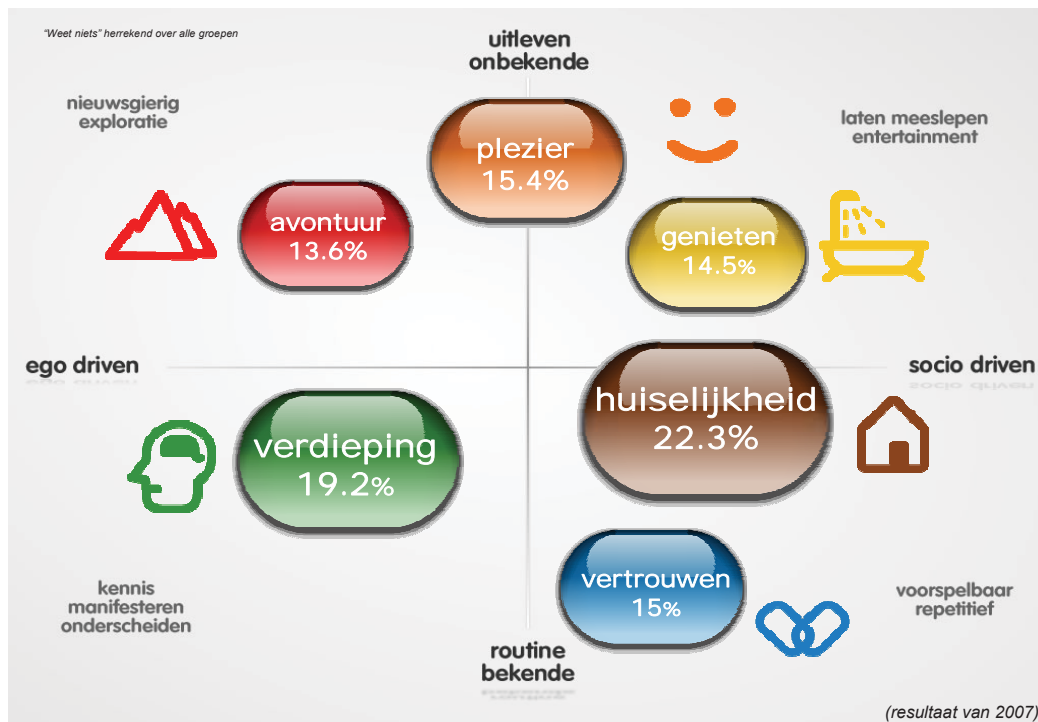
1988 – 2008 : 20 jaar motivationeel onderzoek op de VRT

Sinds 1988 wordt de richting van de VRT mede bepaald door motivationeel onderzoek. Hiermee bedoelen we dat we de mediabehoeften van de Vlaming centraal stellen om ons aanbod op Radio, TV en online via de verschillende merken te sturen.



Figuur1: Motivationale mapping Radio uit 1988.

In het verleden hadden we verschillende onderzoeken voor radio en televisie die los naast elkaar liepen. Sinds vorig jaar heeft de VRT Studiedienst die verschillende onderzoeken geïntegreerd in één model dat overzichtelijk in kaart brengt welke media de Vlaming gebruikt om aan welke levensbehoeften te voldoen. Deze "Mediakaart" deelt de Vlaamse bevolking in in 6 groepen op basis van hun houding tegenover -en gebruik van- verschillende media.



Figuur 2: de Mediakaart

Wat is nu de meerwaarde van deze Mediakaart ten opzichte van vroeger onderzoek (zoals Driehoek en Mikado)?

Ten eerste is deze opdeling volledig crossmediaal. We beschrijven van deze groepen niet alleen behoeften en attitude t.o.v. televisie en radio, maar ook t.a.v. online, tijdschriften, kranten, enz.

Ten tweede volgen we via het PPM onderzoek ook het effectief kijk- en luistergedrag van deze mensen op.

Ten derde zal alle kwalitatief onderzoek (vb. evaluaties van netten, programma's,...) dat VRT uitvoert ook binnen deze kaart gesitueerd worden. Dit laat toe steeds hetzelfde referentiekader te gebruiken.

De Vlaamse bevolking opgedeeld in 6 motivationele segmenten

In dit model wordt de Vlaamse bevolking dus onderverdeeld in 6 ongeveer even grote groepen. Van deze groepen kennen we de belangrijkste socio-demografische kenmerken (geslacht, leeftijd, opleiding,...), welke media ze vooral gebruiken én waarom ze vooral Radio, TV of internet gebruiken.

Een eerste groep beschouwt media vooral als **plezier**.

De groep is uitgesproken jong (36% is jonger dan 20), m.a.w. vooral thuiswonende studenten of jonge koppels met of zonder kinderen. Bij deze groep is er een grote penetratie van nieuwe media, maar ze kijken ook veel TV. Radio en printmedia worden hier minder gebruikt. Q-Music is de populairste radiozender maar één wordt het best bekeken. VT4, VTM en Ka2 volgen zéér dicht. Het is duidelijk dat binnen deze groep de concurrentie van de commerciële omroepen het hevigst is.

De tweede groep verlangt van Media vooral **avontuur**.

Ook deze groep is relatief jong met de nadruk op 21 tot 44 jaar. Maar deze groep is al wat mannelijker en bestaat zowel uit thuiswonenden als uit jonge koppels (met of zonder kinderen). Ook deze groep gebruikt veel nieuwe media. TV, radio en kranten gebruiken ze minder vaak dan gemiddeld, maar ze lezen wel vaker boeken en tijdschriften. StuBru is hier de topper op vlak van radio, bij TV staan één en canvas sterk, maar ook VT4. Deze groep is eigenlijk van nature nogal fan van de VRT, als er al commerciële concurrentie is, komt deze van Q music en VT4.

Voor de derde groep is media vooral **genieten**.

Het gaat hier eigenlijk om de vrouwelijke (63%!) kant van de media-avonturiers. Hier bevinden zich ook nog wat ouderen, maar het zijn toch vooral jonge koppels met kinderen, maar ook middle age-koppels zonder kinderen. Hun nieuwe mediagebruik is gemiddeld, radio en TV gebruiken ze dan weer iets meer dan gemiddeld. Ze lezen vooral veel tijdschriften: Flair, Libelle, Story, Dag Allemaal. Ook dit is een moeilijk veld voor VRT: slechts 50% committed tot VRT-zenders.

De vierde groep associeert media met **huiselijkheid**.

Deze groep is duidelijk vrouwelijker, met de nadruk op de 45+. Bij 2/3 zijn geen kinderen meer in huis, dus vooral huisvrouwen en gepensioneerden, samen meer dan 50%.

Op vlak van nieuwe media scoren ze ruim onder het gemiddelde. Radio 2 is superieur: Meer dan 30% is committed.

Bij TV is er een duidelijke tweestrijd tussen één en VTM. Eén heeft hier nog potentieel om eventueel via Radio 2 zijn commitment te verhogen.

70% van de mensen in dit veld zijn committed tot een VRT-merk, slechts 17% is exclusief verbonden met concurrentie.

Voor een vijfde groep staat media synoniem met **vertrouwen**.

Ook deze groep is iets vrouwelijker, maar vooral oud: 40% is 65+, bij 80% zijn de kinderen de deur uit. De penetratie van nieuwe media is zeer laag, vooral TV penetratie is heel hoog. Deze mensen zijn al lang zeer gehecht aan de VRT, maar ze beginnen langzamerhand toch ook naar andere zenders te kijken en te luisteren.

Desondanks halen vooral Radio 2 en één zeer hoge commitment-ratios.

En tenslotte zijn er de mensen die via media willen **meer weten**.

Deze groep is mannelijker en ouder dan 21 jaar, maar vrij mooi verdeeld over de andere leeftijdsklassen. In deze groep vinden we iets meer bedienden en gepensioneerden dan gemiddeld. Deze groep scoort beduidend hoger op internet en mail, maar veel lager op gaming, chatten en muziek downloaden. Opvallend is het groot belang van radio, kranten en boeken. Ze lezen vooral Knack en Trends en zijn zeer VRT-minded: slechts 10% exclusief concurrentie, 65% exclusief VRT. Radio 1 overheerst, samen met Radio 2: de Klara-luisteraars - 9% committed - zitten ook hier. Op TV is er een combinatie van één en Canvas terug te vinden.

Wat kan de mediakaart doen voor u?

De Mediakaart wil centraal staan in het levens- en denkproces van een merk en van zijn gebruikers. Kort gezegd zijn er vier stappen die worden doorlopen waarbij de mediakaart wordt gebruikt



Figuur 3: centraal in het levens- en denkproces van het merk en zijn gebruikers.

De kaart wordt gebruikt om te bepalen wie nu al de kijkers of luisteraars zijn van een net of van een specifiek programma (mannen, vrouwen, leeftijd) maar ook hoe deze omgaan met media, welke kranten ze lezen, etc. (positionering).

Daarnaast wordt de Mediakaart gebruikt om strategische keuzes te maken: wie wens ik meer of minder aan te spreken? (planning).

Wanneer de planning duidelijk is kan de Mediakaart gebruikt worden om de briefing naar bv. programmamakers eenvoudiger te maken en te stofferen (briefing, creatie).

Op het einde van de cyclus kan door deze kaart de impact worden opgemeten: luisteren en kijken de mensen die we eigenlijk als doel hadden? (evaluatie).

Bron: VRT-Studiedienst. 18/08/2008

ADDENDUM 5 : DENKPISTES VOOR EEN MOGELIJKE UITBREIDING VAN DE METING**Pluriformiteit en betrouwbaarheid van nieuws- en duidingsprogramma's**

Voor VRT is de ideologische en politieke pluriformiteit in het aanbod van VRT nieuws- en duidingsprogramma's essentieel. Het is echter niet eenvoudig om een referentie te vinden waartegen deze pluriformiteit kan afgetoetst worden. Daarnaast moet er ook rekening gehouden worden met de politieke onafhankelijkheid van de nieuwsdienst.

Het ENA monitort de nieuwsprogramma's van VRT en VTM waarbij zij een analyse maken van deze pluriformiteit. VRT kan ervoor kiezen om in deze studie in te stappen om zo zicht te krijgen op de resultaten.

Meer bepaald zou VRT kunnen vragen op basis van de huidige monitor een ideologische en politieke monitor te maken van het VRT- en VTM-aanbod in nieuws- en duidingsprogramma's.

Deze optie is evenwel discussieerbaar: naast het eerder genoemde gebrek aan referentie en de zeer moeilijke vergelijkbaarheid. Internationaal maar ook nationaal is het gebruik van deze parameter betwistbaar en zal deze ook ter discussie komen.

Maatschappelijke impact meten

Maatschappelijke impact kan ook gemeten worden op basis van de mate waarin over de VRT en VRT-programma's gepraat en geschreven wordt op publieke fora en in de pers.

Voor de pers kan dit door analyseren van de artikels waarin VRT vermeld wordt.

Publieke fora: dit kan aan de hand van online onderzoek waarbij blogs gescreend worden en er kan nagegaan worden hoe vaak bloggers discussiëren over onderwerpen in verband met programma's van de VRT of de omroep in het algemeen.

Bijlage 8

Overzicht van prijzen en nominaties in 2008.

- *De Dutch Promo Award* voor beste tv-spotcel in de categorie kinderprogramma's voor de trailer *Ketnet terug op zondag* (Ketnet)
- *FIPA d'Or* van het Festival International de Programmes Audiovisuels in de categorie *documentaires de création et essais* voor *Sam Dillemans* (Canvas)
- Winnaar van de *Prix Jeunesse* in de categorie interactiviteit voor Ketnetkick
- *De Vlaamse Televisiester voor beste presentator* voor Erik Van Looy (Eén)
- *De Vlaamse Televisiester voor beste informatieprogramma* voor *De weg naar Mekka* (Canvas)
- *De Vlaamse Televisiester voor beste fictieprogramma* voor *Katarakt* (Eén)
- *De Vlaamse Televisiester voor beste realityprogramma* voor *Terug naar Siberië* (Eén)
- *De Vlaamse Televisiester voor beste entertainmentprogramma* voor *De slimste mens ter wereld* (Eén)
- *De Vlaamse Televisiester voor meest rijzende ster* voor Free Souffriau (Ketnet)
- *Gouden RMB award* voor de spot *Hof van Commerce* (Studio Brussel)
- *Silver Best of Activation* in de categorie *media* voor de verjaardagsactie van Ketnet
- *Gold Best of Activation* in de categorie *adverteerders* voor Music for Life (Studio Brussel)
- *Silver Best of Activation* voor *creatieven* voor Music for Life (Studio Brussel)
- *Coup de Coeur Press van Best of Activation* voor Music for Life (Studio Brussel)
- *Prijs voor beste film/video-documentaire* op Black International Cinema Festival voor *De weg naar Mekka* (Canvas)
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *bekwaamste radiofiguur* voor Peter Van de Veire (Studio Brussel)
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *beste radioprogramma* voor *De Grote Peter Van de Veire Ochtend-show* (Studio Brussel)
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *beste radiostation* voor Studio Brussel
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *bekwaamste tv-figuur* voor Erik Van Looy (Eén)
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *beste tv-programma* voor *De slimste mens ter wereld* (Eén)
- *Humo's Pop Poll de Luxe* voor *beste tv-station* voor Canvas
- *Prijs van het Golden Chest International Television Festival* in de categorie *beste filmregisseur* voor Frank Van Mechelen voor *De Indringer* (Eén)
- *Grand Prix* in de categorie *Speelfilms en miniseries voor kinderen en adolescenten* van het Golden Chest International Television Festival voor *Slaapwel Frank* (Ketnet)
- *Dexia Persprijs* in de categorie *radio* voor *Alaska: Phara* van Wim Vangrootloon (Radio 1)
- *Dexia Persprijs* in de categorie *financieel economische pers* voor *Pax Electrabel* (Panorama, Canvas)
- *Grande award* van het reismagazine Grande voor *Terug naar Siberië* (Man bijt hond, Eén)
- *INAP EBU Connect award* in de categorie *beste crossmediale campagne* voor *De Gouden Uil* (Canvas)
- *INAP EBU Connect silver award* in de categorie *Channel/Platform branding* voor de restyling van Canvas
- *De grote prijs van de televisiekritiek* van RTV voor *Belga Sport* (Canvas)
- *De grote prijs van de radiokritiek* van RTV voor *Feyten of Fillet* (Radio 1)
- *Prijs voor beste informatieprogramma/documentaire* van RTV voor *De weg naar Mekka* (Canvas)

- *Prijs voor beste entertainmentprogramma/ontspanningsprogramma* van RTV voor *De Slimste Mens ter Wereld* (Eén)
- *Prijs voor beste jeugdprogramma (Prijs van de Vlaamse Gemeenschap)* van RTV voor *Mega Mindy* (Ketnet)
- *Grote prijs* van de Creative Club of Belgium in de categorie *media* voor Studio Brussel
- *Grote prijs* van de Creative Club of Belgium in de categorie *media* voor *Music for Life* (Studio Brussel)
- *Silver award* van de Creative Club of Belgium in de categorie *innovatief* voor *Music for Life* (Studio Brussel)
- *Silver award* van de Creative Club of Belgium in de categorie *beste gebruik van het internet* voor de campagne *groot dictee* (Canvas)
- *Silver award* van de Creative Club of Belgium in de categorie *film* voor de campagne *Canvas, het beste nog eens bovengehaald*
- *Achievement Award* van Eurosong.be voor Steve De Coninck-De Boeck (VRT)
- *Award* van Wereld Audio Festival in de categorie *sport* voor Wim Vangrootloon voor *Sugar Jackson heeft verloren* (Stories, Radio 1)
- *Award* van Wereld Audio Festival in de categorie *reportage* voor Greet Van Thienen voor Kuregem (*Stories* - Radio 1)
- *Nieuwsprijs van het publiek* van het Wereld Audio Festival voor Liesbeth Indeherberghe voor *Onze Lieve Heer aan de deur gezet (Vandaag* - Radio 1)
- *Prijs voor beste reportage* van het Wereld Audio Festival voor *Stories* (Radio 1)
- *Wereldomroep Aanmoedigingsprijs* voor Stijn Vlaeminck voor *Olympische luchtverontreiniging* (Radio 1)
- Clickx verkoos sporza.be als *sportsite van het jaar*
- Clickx verkoos Canvas.be als *tv-site van het jaar*
- *Gouden medaille* op het Eurobest-festival in de categorie *Integrated* voor de *Black Boy campagne* van *Music for Life* (Studio Brussel)
- *Gouden medaille* op het Eurobest-festival in de categorie *Sales Promotion* voor de *Black Boy campagne* van *Music for Life* (Studio Brussel)
- *Gouden medaille* op het Eurobest-festival in de categorie *Direct* voor de *Black Boy campagne* van *Music for Life* (Studio Brussel)
- *Bronzen medaille* op het Eurobest-festival in de categorie *Media* voor de *Black Boy campagne* van *Music for Life* (Studio Brussel)
- Radiovisie verkoos Peter Van de Veire (Studio Brussel) als *beste radiopersoonlijkheid*
- Radiovisie verkoos Guy De Pré (Radio 2) als *beste presentator*
- Radiovisie verkoos Kevin Major (nieuwsdienst) als *beste nieuwsstem*
- Radiovisie verkoos Tom Coninx (Sporza) als *beste sportcommentator*
- Radiovisie verkoos David's Telefoonterreur (Donna) als *beste programma-item*
- *Bronzen Benelux Event Award* voor het Donna City Café
- *Prix spécial de culture & sport* van Festival international de l'aventure sportive voor Sam Dillemans (Canvas)
- *Midas Prize* van het Festival Public Awareness of Science & Engineering in de categorie *beste generalistisch tv-programma* voor *Fata Morgana* (Eén)
- *Midas Prize* van het Festival Public Awareness of Science & Engineering in de categorie *Europese*

- TV Algemene programmering* voor *Iedereen Eco* (Eén)
- *Prijs voor de meest sexy televisiezender* van Brandspecies voor Eén
 - *Prijs voor het meest favoriete televisiegezicht* voor Erik Van Looy (Eén)
 - *Prijs voor de meest favoriete radiostem* voor Peter Van de Veire (Donna)
 - *Prijs voor de meest sexy radiofiguur* voor Evy Gruyaert (Donna)
 - *Goud voor het beste personeelsblad* van de Nederlandstalige afdeling van de Belgische Vereniging van Interne Communicatie voor *Joost* (VRT)
 - *Trinicom Customer Award* voor de VRT-Klantendienst
 - *Nominatie voor de Interactive Emmy Awards* voor *De bij ons thuisploeg* (Eén)
 - *Nominatie voor de Rose d'Or* van het Festival for entertainment television programming voor *Tomteterom* (Eén)
 - *Nominatie voor het Festival de Télévision de Monte-Carlo* in de categorie *drama* voor *Katarakt* (Eén)
 - *Nominatie voor het Festival de Télévision de Monte-Carlo* in de categorie *beste Europese producer* voor Ludo Busschots (VRT)
 - *Nominatie voor het Festival de Télévision de Monte-Carlo* in de categorie *buitengewoon acteur* voor Jaak Van Assche (Katarakt, Eén)
 - *Nominatie voor het Festival de Télévision de Monte-Carlo* in de categorie *buitengewoon actrice* voor Viv Van Dingenen (VRT)
 - *Nominatie voor Prix Italia* voor Toyinima (Ketnet)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *Prix Genève-Europe (beste tv-fictie draaiboek)* voor *Katarakt* (Eén)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *tv-fictie* voor *De Indringer* (Eén)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *TV Iris culturele programma's* voor *Brussel vraagt* (Man bijt hond, Eén)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *radiodocumentaire* voor *Veltem, de zendmast* (Stories, Radio 1)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *radiofictie* voor *De put in Bever* (Dams & Van Deun, Radio 2)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie TV *actuele zaken* voor *Pax Electrabel* (Panorama, Canvas)
 - *Nominatie voor Prix Europa* in de categorie *tv-documentaire* voor *Geel* (Canvas)
 - *Nominatie voor het Internationaal Kortfilmfestival Leuven* voor *Slaapwel Frank* (Ketnet)
 - *Nominatie* door Radiovisie voor Annemie Peeters, David Van Ooteghem, Ben Roelants, Caren Meynen, Dave Peeters en Anne Reymen voor *beste radiopersonlijkheid*
 - *Nominatie* door Radiovisie voor Peter Van de Veire, David Van Ooteghem, Ben Roelants, Benjamin Schollaert en Peter Verhulst voor *beste presentator*
 - *Nominatie* door Radiovisie voor Ann Reymen, Caren Meynen, Siska Schoeters, Sofie Lemaire, Evy Gruyaert, Sofie Van Moll en Katrien Palmers voor *beste presentatrice*
 - *Nominatie* door Radiovisie voor Koen Wauters, Peggy De Meyer, Trui Demaré, Sofie Vander Donckt, Kristien Bonheure en Linde Merckpoel voor *beste nieuwsstem*
 - *Nominatie* door Radiovisie voor Lieven Van Gils, Filip Joos, Dave Peeters, Peter Van Den Bempt, Carl Berteetele, David Naert, Luc Vanlangenhove, Tom Van de Weghe en Christophe Van De Goor voor *beste sportcommentator*

- *Nominatie* door Radiovisie voor *Peeters & Pichal* (Radio 1), *De ochtend* (Radio 1), *David in de ochtend* (Donna), *Ultratop* (Donna), *Stereo special* (Donna), *ADHDave* (Donna), *De afrekening* (Studio Brussel) en *De topcollectie* (Radio 2) voor *beste programma*
- *Nominatie* door Radiovisie voor *Jawohl oder neinties* (Donna), *Krantencommentaren* (Radio 1), *Verkeersinformatie* (VRT), *Dams & Vandeun* (Radio 2), *Topquiz Topcollectie* (Radio 2) en *Wetstraat-watcher* (Radio 1) voor *beste programma-item*
- *Nominatie* door Radiovisie voor *Donna* en Studio Brussel voor beste jinglepakket
- *Nominatie* door Radiovisie voor *Het glazen huis* (Studio Brussel), *Top 5000* (Donna) en *Einde radio Donna* voor beste *radiostunt*
- *Nominatie* door Radiovisie voor *Ooit Gemist* (VRT)
- *Nominatie* door Radiovisie voor *Donna*, *Studio Brussel*, *Radio 2* en *Radio 1* voor radio met *beste website*
- *Nominatie* voor het Golden Chest International Television Festival in de categorie beste tv-reportages voor *Antarctica, de Belgen zijn terug* (Canvas)
- *Nominatie* voor het Golden Chest International Television Festival in de categorie beste film voor volwassenen voor *De Indringer* (Eén)
- *Nominatie* voor het Golden Chest International Television Festival in de categorie beste tv-documentaire voor *Ladies First* (Eén)
- *Nominatie* voor een International Media Award van de Association for International Broadcasting in de categorie *Current Affairs Documentary Programme* voor *Corrupt Roemenië* (Terzake, Canvas)
- *Nominatie* voor een International Media Award van de Association for International Broadcasting in de categorie *Cross-media Production* voor *De Voedselcrisis* (Eén, Radio 1 en Deredactie.be)
- *Nominatie* voor een International Media Award van de Association for International Broadcasting in de categorie *internationale tv-persoonlijkheid van het jaar* voor *Martine Tanghe*
- *Nominatie* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste acteur/actrice* voor Karlijn Sileghem (*Katarakt*, Eén)
- *Nominaties* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste presentator/presentatrice* voor Tom Lenaerts (*De pappenheimers*, Eén) en Peter Van de Veire (*De Provincieshow* en *Peter Live!*, Eén)
- *Nominatie* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste fictieprogramma* voor *Mega Mindy* (Ketnet)
- *Nominatie* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste realityprogramma* voor *Dieren in Nesten* (Eén)
- *Nominaties* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste informatieprogramma* voor *De laatste show* (Eén) en *Het journaal* (Eén)
- *Nominatie* voor een Vlaamse Televisiester in de categorie *beste entertainmentprogramma* voor *De pappenheimers* (Eén)
- *Nominaties* voor de Dexia Persprijs in de categorie *radiopers* voor *Het Afrika van Guy Poppe* van Joris Vergeyle (Radio 1) en voor *Dagboek van Yves Leterme* van Kathleen Bracke (*De Ochtend* en *Vandaag*, Radio 1)
- *Nominatie* voor de Dexia Persprijs in de categorie *televisiepers* voor *Een visum als bruidschat* (Panorama, Canvas)
- *Nominaties* voor de Grande award van het reismagazine Grande voor *De weg naar Mekka* (Canvas) en *Antarctica* (Canvas)
- *Nominaties* voor de grote prijs van de televisiekritiek van RTV voor *Geel* (Canvas), *De Weg naar*

- *Mekka* (Canvas) en *De Pappenheimers* (Eén)
- *Nominaties* voor de grote prijs van de *radiokritiek* van RTV voor *Music for Life* (Studio Brussel), *Peeters & Pichal* (Radio 1) en *Bromberen* (Radio 1)
- *Nominaties* voor de prijs van *beste jeugdprogramma* (Prijs van de Vlaamse Gemeenschap) van RTV voor *Karrewiet* (Ketnet) en *Smos* (Ketnet)
- *Nominaties* voor de prijs van *beste informatieprogramma/documentaire* van RTV voor *0032* (Eén), *Phara* (Canvas) en *Ladies First* (Eén)
- *Nominatie* voor de prijs van *beste entertainmentprogramma/ontspanningsprogramma* van RTV voor *Het Programma van Wim Helsen* (Canvas)
- *Nominaties* voor de prijs van *beste fictieprogramma* van RTV voor *Katarakt* (Eén) en *Flikken* (Eén)
- *Eervolle vermelding* bij de ICOS Creativity Award voor *De Bedenkers* (Eén)
- *Nominatie* voor de prijs in de categorie *audiovisuele media* van Art in the Media voor Sam Dillemans (Canvas)
- *Nominatie* voor de prijs in de categorie *aanmoedigingsprijs* van Art in the Media voor Sam Dillemans (Canvas)
- *Nominatie* voor Site van het jaar van Clickx in de categorie *Nieuws & Duiding* Deredactie.be (VRT)
- *Nominaties* voor Site van het jaar van Clickx in de categorie *Televisie* voor Een.be en Ketnet.be
- *Nominaties* voor Site van het jaar van Clickx in de categorie *Radio* voor Donna.be, Radio1.be, Radio2.be, Klara.be en Studiobrusseel.be
- *Nominatie* voor de prijs van het New York International Children's Film Festival voor *Slaapwel Frank* (Ketnet)
- *Nominatie* voor de Japan Prize van het International Contest for Educational Media voor *Slaapwel Frank* (Ketnet)

Bijlage 9**ALGEMENE KAMER**

ZAAK J. WILLEKENS T. NV VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP

(dossier nr. 2008/0458)

BESLISSING
nr. 2009/017

16 februari 2009

In de zaak van J. Willekens tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroep,

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr E. BREWAEYS, voorzitter,
Dhr C. ADAMS, ondervoorzitter,
Dhr R. LANNOO,
Mevr P. VALCKE,
Mevr K. VAN DER PERRE, leden

en Dhr D. PEEREMAN, griffier,

Na beraadslaging op 16 februari 2009,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

FEITEN EN PROCEDURE

1. Met een aangetekende brief van 23 januari 2009, ontvangen door de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: Regulator) op 28 januari 2009, legt J. Willekens, Zandstraat 59 te 2490 Balen, klacht neer tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroep (hierna: VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel;

De klager voert aan dat VRT de kijkers ongelijk behandelt aangezien een aantal televisieprogramma's enkel digitaal kunnen worden bekeken (door kijkers die toegang hebben tot het digitale programma-aanbod van VRT);

De klager vindt dat alle kijkers, dus ook deze die geen toegang hebben tot digitale televisie, moeten kunnen genieten van de "rode knop-dienst" of de "net gemist- dienst", zonder dat daar extra voor moet worden betaald. VRT is immers de openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap en wordt gesubsidieerd met belastinggeld.

2. Op 9 februari 2009 legt de onderzoekscel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor.

HET RECHT

3. Art. 169, § 2, 1° en 10°, van de Vlaamse decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna: het Mediadecreet) bepaalt dat de algemene kamer van de Regulator als taak heeft toezicht te houden op de naleving door de openbare omroep van de bepalingen van het Mediadecreet en van de beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT.

BEOORDELING

4. De beheersovereenkomst (2007-2011) biedt VRT de mogelijkheid om programma's en diensten via diverse platformen, zowel lineair (klassieke televisie, zoals Eén en Canvas) als niet-lineair (diensten op aanvraag) aan te bieden. VRT moet doorgroeien naar een digitale omroeporganisatie met als specifieke doelstelling het aanbieden van verrijkingen, interactiviteit en aanbod op aanvraag. Diensten als "de rode knop" en "net gemist" vallen daaronder en mogen dus worden aangeboden door VRT.

5. Verder verduidelijkt de beheersovereenkomst dat VRT binnen de perken van het Mediadecreet en de beheersovereenkomst autonoom zijn aanbod vaststelt en bepaalt op welke wijze, via welke media en via welke relevante typeplatformen zijn aanbod aan het publiek wordt aangeboden.

VRT zorgt ervoor dat zijn aanbod, wanneer mogelijk, alle Vlaamse mediagebruikers bereikt en dat zijn niet-lineair aanbod, zijn multimediasdiensten, de interactieve en verrijkte toepassingen, aan het publiek worden aangeboden tegen marktvoorwaarden.

Uit het bovenstaande kan niet worden afgeleid dat alle diensten van VRT, met inbegrip van op aanvraag, interactieve en verrijkte toepassingen (zoals "de rode knop" en "net gemist"), gratis aan iedereen ter beschikking moeten worden gesteld.

6. VRT schendt noch het Mediadecreet noch de beheersovereenkomst wanneer een aantal televisieprogramma's enkel digitaal, eventueel tegen betaling, kunnen worden bekeken.

De klacht is dan ook kennelijk ongegrond.

OM DEZE REDENEN, DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

verklaart de klacht van de heer J. Willekens ongegrond.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 16 februari 2009.

D. PEEREMAN
griffier

E. BREWAEYS
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling bestuursrechtsspraak van de Raad van State.

Bijlage 10

Het onderzoek van IPSOS Belgium inzake de herkenning van minstens 1 VRT radiokanaal als een radio met een Nederlandstalige muziekprofiel.



A KID'S MESSY ROOM?
OR A PORTRAIT OF CHE GUEVARA?



THE INGREDIENTS FOR A HEARTY STEW?
OR 28N 308Y9 V JO J1918043HL



BOH DUKJITE AND HIS FAITHFUL COMPANION SANCHO PANZA?
OR JON ODIXOTE WITHOULT HIS FAITHFUL COMPANION SANCHO PANZA?

Muziekprofiel Vlaamse Radiozenders

Resultaten



Nobody's Unpredictable

December 2008

Ref. 0802155301



Methodologie

■ UNIVERSUM

- In Vlaanderen woonachtige personen van 15 jaar en ouder
- Dit universum vertegenwoordigt 5.048.000 individuen

■ STEEKPROEF

- Het aantal ondervraagde personen bedraagt 537.
- De maximale foutenmarge bij deze steekproefgrootte bedraagt 4.4%
- Quota werden opgelegd inzake geslacht, leeftijd, regio, beroep (actief of niet) en het studieniveau
- De resultaten werden gewogen om het representatieve karakter ervan te waarborgen. De wegingsvariabelen zijn: geslacht (gekruid met VVA en VVI), leeftijd, studieniveau, gezinsgrootte, aanwezigheid van kinderen jonger dan 15 jaar, sociale klasse, provincie en urbanisatiegraad (habitat).



Methodologie



- De interviews werden face-to-face afgenomen bij de respondenten thuis.
- Het VELDWERK van deze studie vond plaats tussen **11 december en 21 december 2008**.
- De vragenlijst die gebruikt werd voor deze studies is achteraan dit rapport terug te vinden, samen met de tabellen met de resultaten.
- In de onderzoekstabellen zijn de volgende variabelen opgenomen:

- TOTAAL	
- Geslacht	
- Leeftijd	(3 categorieën)
- Sociale klasse	
- Urbanisatie	
- Actief	
- Hogere opleiding	
- Kinderen < 15	
- VVA	
- VVI	
- Aantal gezinsleden	(3 categorieën)
- Beroep	(5 categorieën)
- Provincies	



RESULTATEN

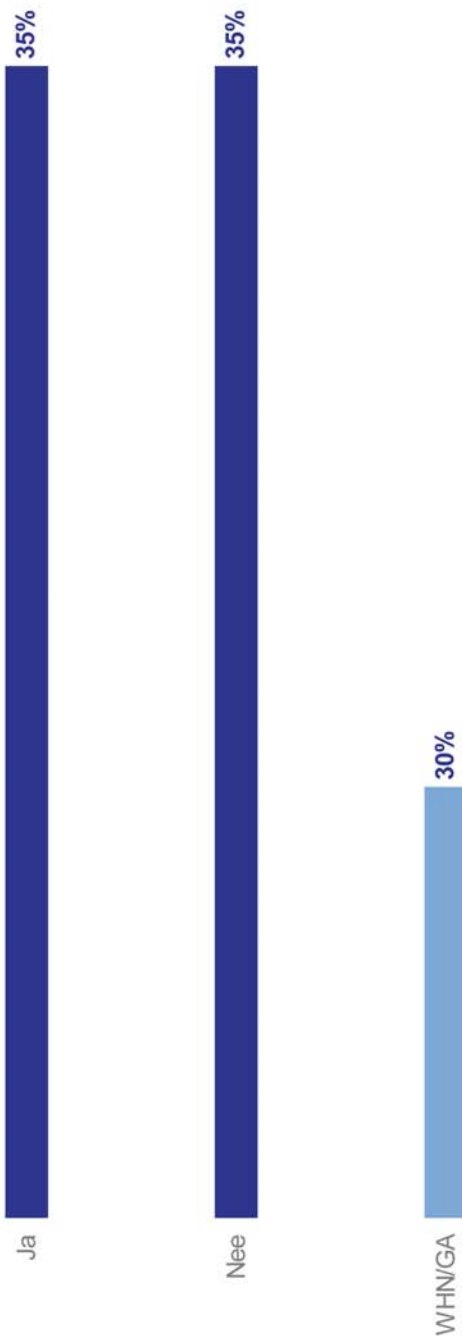
Nederlandstalig muziekprofiel van Vlaamse radiozenders
VRT / December 2008



2. Nederlandstalig muziekprofiel



Is er een Vlaamse radiozender die u associeert met Nederlandstalige muziek? Basis: Allen (N=536)

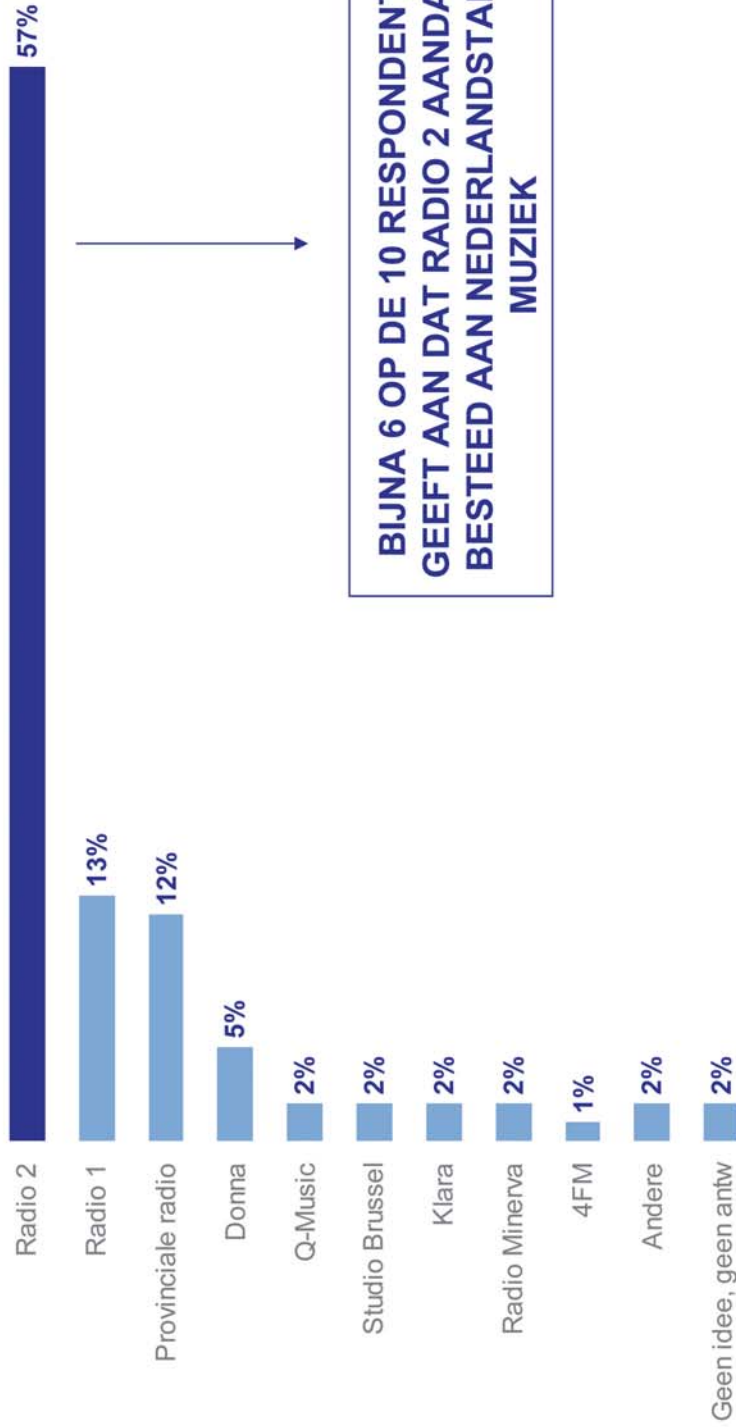




2. Nederlandstalig muziekprofiel

Welk radionet?

Basis: Kent een Vlaams radiozender met Nederlandstalig profiel (N=188)



BIJNA 6 OP DE 10 RESPONDENTEN GEEFT AAN DAT RADIO 2 AANDACHT BESTEED AAN NEDERLANDSTALIGE MUZIEK

Nederlandstalig muziekprofiel van Vlaamse radiozenders
VRT / December 2008

Bijlage 11

Overzicht van de Vlaamse TV-producties en co-producties, uitgezonden tussen 18u00 en 23u00 op de generalistische televisiekanalen van de VRT.

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
canvas	2008, HET JAAR VAN DE VAL	1
canvas	ALLES VOOR PEKING (1/5)	1
canvas	ALLES VOOR PEKING (2/5)	1
canvas	ALLES VOOR PEKING (3/5)	1
canvas	ALLES VOOR PEKING (4/5)	1
canvas	ALLES VOOR PEKING (5/5)	1
canvas	ANTARCTICA - DE BELGEN KOMEN TERUG	1
canvas	ANTARCTICA - DE PRINSES ELISABETH BASIS	1
canvas	ANTARCTICA - DE ROTS VAN UTSTEINEN	1
canvas	ANTARCTICA - EEN BASIS VOOR DE TOEKOMST	1
canvas	ANTARCTICA - IJSBARRIERE EN PAKIJS	1
canvas	ATLETIEK. HEUSDEN (S.)	1
canvas	ATLETIEK. MEMORIAL IVO VAN DAMME	2
canvas	BELGA SPORT	12
canvas	BELPOP - ARNO	1
canvas	BELPOP - DE KREUNERS	1
canvas	BELPOP - FRONT 242	1
canvas	BELPOP - LOU DE PRYCK	1
canvas	BELPOP - RAYMOND VAN HET GROENENWOUD	1
canvas	BELPOP - THE KIDS	1
canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (1/4)	1
canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (2/4)	1
canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (3/4)	1
canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (4/4)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (1/10)	1

canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (10/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (2/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (3/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (4/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (5/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (6/10)	2
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (7/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (8/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (9/10)	1
canvas	CHINA VOOR BEGINNERS (COMPIL.)	1
canvas	COMEDY CASINO	21
canvas	COMEDY CASINO CUP	4
canvas	CULTUURPRIJZEN VLAANDEREN (S.)	1
canvas	DAG BOEK	15
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (1/5)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (2/5)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (2/5) (HERH.)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (3/5)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (3/5) (HERH.)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (4/5)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (5/5)	1
canvas	DE CANVASCOLLECTIE (5/5) (HERH.)	1
canvas	DE CANVASCRAACK	68
canvas	DE FILM VAN MIJN LEVEN	1
canvas	DE GOUDEN UIL	1
canvas	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT	30
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (1/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (10/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (2/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (3/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (4/10)	1

canvas	DE WEG NAAR MEKKA (5/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (6/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (7/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (8/10)	1
canvas	DE WEG NAAR MEKKA (9/10)	1
canvas	DE ZAAK (1/5)	1
canvas	DE ZAAK (2/5)	1
canvas	DE ZAAK (3/5)	1
canvas	DE ZAAK (4/5)	1
canvas	DE ZAAK (5/5)	1
canvas	DERDEN - KTRO - HET BRAAMBOS (HERH.)	5
canvas	EXPO '58	1
canvas	EXPO '58 EN DE GOUDEN JAREN (1/4)	1
canvas	EXPO '58 EN DE GOUDEN JAREN (2/4)	1
canvas	EXPO '58 EN DE GOUDEN JAREN (3/4)	1
canvas	EXPO '58 EN DE GOUDEN JAREN (4/4)	1
canvas	EXPO 58, DE TOEKOMST BEGINT VANDAAG	1
canvas	GEDICHTENDAG	7
canvas	GERED VOOR DE TIJD, 20 JAAR OPEN MONUMENTEN-	1
canvas	HET 8 UUR-JOURNAAL	154
canvas	HET BESLUIT	1
canvas	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1
canvas	HET LEVEN & DE WERKEN VAN HUGO CLAUS	1
canvas	HET PEULENGALEIS	18
canvas	HET PROGRAMMA VAN WIM HELSEN	8
canvas	HET TUYMANS-EXPERIMENT	1
canvas	HET WEER	358
canvas	IETS MET BOEKEN	8
canvas	IN DE GLORIA	14
canvas	IN EUROPA	24
canvas	KEERPUNT - DE DOOD VAN BOUDEWIJN	1

canvas	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD	2
canvas	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD (S.)	1
canvas	LOW IMPACT MAN (1/3)	1
canvas	LOW IMPACT MAN (2/3)	1
canvas	LOW IMPACT MAN (3/3)	1
canvas	LUX	45
canvas	LUX XL	12
canvas	MIJN MOEDER (1/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (2/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (3/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (4/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (5/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (6/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (7/8)	1
canvas	MIJN MOEDER (8/8)	1
canvas	NEVENEFFECTEN	14
canvas	NOOITGEDACHT	11
canvas	OLYMPISCHE VERHALEN (1/5)	1
canvas	OLYMPISCHE VERHALEN (2/5)	1
canvas	OLYMPISCHE VERHALEN (3/5)	1
canvas	OLYMPISCHE VERHALEN (4/5)	1
canvas	OLYMPISCHE VERHALEN (5/5)	1
canvas	OPSPORINGSBERICHT	129
canvas	PANORAMA - BANKGEHEIMEN	1
canvas	PANORAMA - DE PORNOGENERATIE	1
canvas	PANORAMA - DE TOEKOMST VAN ONS VOEDSEL	1
canvas	PANORAMA - EEN BRUG TE VER?	1
canvas	PANORAMA - EEN VISUM ALS BRUIDSSCHAT	1
canvas	PANORAMA - HET BESTE MOET NOG KOMEN	1
canvas	PANORAMA - HOEVEEL IS JE LICHAAM WAARD?	1
canvas	PANORAMA - IK BEN ERGER DAN DUTROUX	2

canvas	PANORAMA - KAPLLAN MURAT, EEN LEVEN OP DE	1
canvas	PANORAMA - LEVENSLANG?	1
canvas	PANORAMA - LOW COST	1
canvas	PANORAMA - SCHOON GENOEG	1
canvas	PERSONA NON GRATA	1
canvas	PHARA	14
canvas	PLAT PREFERE	9
canvas	PLAT PREFERE (HERH.)	1
canvas	POP POLL DE LUXE	1
canvas	PROJECT 7	5
canvas	REYNEBEAU EN ROTTEN	5
canvas	SAM DILLEMANS, SCHILDER	1
canvas	SPAM	10
canvas	SPORZA OLYMPIA	18
canvas	SPORZA:(BEGIN)	1
canvas	SPORZA:(VERVOLG)	11
canvas	SPRAAKMAKERS - ALAIN HUBERT	1
canvas	SPRAAKMAKERS - AMOS OZ	1
canvas	SPRAAKMAKERS - BERNIE ECCLESTONE	1
canvas	SPRAAKMAKERS - DAVID & STEPHEN DEWAELE	1
canvas	SPRAAKMAKERS - ERIC GERETS	1
canvas	SPRAAKMAKERS - GEERT MAK	1
canvas	SPRAAKMAKERS - HEIN VERBRUGGEN	1
canvas	SPRAAKMAKERS - HESTON BLUMENTHAL	1
canvas	SPRAAKMAKERS - JACQUES ROGGE	1
canvas	SPRAAKMAKERS - JAN FABRE	1
canvas	SPRAAKMAKERS - JEAN-JACQUES CASSIMAN	1
canvas	SPRAAKMAKERS - KEVIN WHATELY	1
canvas	SPRAAKMAKERS - LOUIS THEROUX	1
canvas	SPRAAKMAKERS - MARIANNE FAITHFULL	1
canvas	SPRAAKMAKERS - MARTIN AMIS	1

canvas	SPRAAKMAKERS - NICK CAVE	1
canvas	SPRAAKMAKERS - NOAM CHOMSKY	1
canvas	SPRAAKMAKERS - PIETER VAN DEN HOOGENBAND	1
canvas	SPRAAKMAKERS - STEVEN PINKER	1
canvas	SPRAAKMAKERS - TIA HELLEBAUT	1
canvas	STIJN EN DE STERREN	1
canvas	TENNIS. ANTWERPEN HENIN/KLEYBANOVA	1
canvas	TENNIS. ANTWERPEN HENIN/PIRONKOVA	2
canvas	TER ZAKE	262
canvas	TER ZAKE ZATERDAG	1
canvas	TRACK 01	1
canvas	VB. BB. 1/16F:(BEGIN)	1
canvas	VB. BB. 1/16F:(VERVOLG)	1
canvas	VB. BB. 1/16F:KORTRIJK/STANDARD (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/16F:KORTRIJK/STANDARD (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/16F:KORTRIJK/STANDARD (3HT)	1
canvas	VB. BB. 1/16F:KORTRIJK/STANDARD:RUST	5
canvas	VB. BB. 1/16F:STUDIO	1
canvas	VB. BB. 1/2F:(BEGIN)	4
canvas	VB. BB. 1/2F:(VERVOLG)	10
canvas	VB. BB. 1/2F:ANDERLECHT/GB.ANTWERPEN (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:ANDERLECHT/GB.ANTWERPEN (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:ANDERLECHT/GB.ANTWERPEN:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/2F:GB.ANTWERPEN/ANDERLECHT (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:GB.ANTWERPEN/ANDERLECHT (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:GB.ANTWERPEN/ANDERLECHT:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/2F:GENT/STANDARD (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:GENT/STANDARD (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:GENT/STANDARD:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/2F:STANDARD/GENT (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/2F:STANDARD/GENT (2HT)	1

canvas	VB. BB. 1/2F:STANDARD/GENT:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/2F:STUDIO	6
canvas	VB. BB. 1/4F:(BEGIN)	2
canvas	VB. BB. 1/4F:(VERVOLG)	4
canvas	VB. BB. 1/4F:ANDERLECHT/DENDER (S.)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:BEERSCHOT/ROESELARE (S.)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:CL.BRUGGE/STANDARD (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:CL.BRUGGE/STANDARD (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:CL.BRUGGE/STANDARD:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/4F:GENT/KORTRIJK (S.)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:STANDARD/CE.BRUGGE (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:STANDARD/CE.BRUGGE (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/4F:STANDARD/CE.BRUGGE:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/4F:STUDIO	5
canvas	VB. BB. 1/8F:(BEGIN)	1
canvas	VB. BB. 1/8F:(VERVOLG)	2
canvas	VB. BB. 1/8F:CE.BRUGGE/CL.BRUGGE (1HT)	1
canvas	VB. BB. 1/8F:CE.BRUGGE/CL.BRUGGE (2HT)	1
canvas	VB. BB. 1/8F:CE.BRUGGE/CL.BRUGGE:RUST	3
canvas	VB. BB. 1/8F:STANDARD/GENK (S.)	1
canvas	VB. BB. 1/8F:STUDIO	3
canvas	VB. BB. FIN.:(VERVOLG)	2
canvas	VB. BB. FIN.:STUDIO	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:(BEGIN)	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:(VERVOLG)	5
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/BORISOV (1HT)	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/BORISOV (2HT)	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/BORISOV:RUST	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:BORISOV/ANDERLECHT:RUST	1
canvas	VB. C1 UEFA SCHIFT.:STUDIO	3
canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:(BEGIN)	1

canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:(VERVOLG)	3
canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:ANDERLECHT/BORDEAUX (1HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:ANDERLECHT/BORDEAUX (2HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:ANDERLECHT/BORDEAUX:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/16F:STUDIO	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/2F:(BEGIN)	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/2F:(VERVOLG)	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/2F:BAYERN/ST-PETERSBURG:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/2F:FIorentina/RANGERS:RUST	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/2F:STUDIO	4
canvas	VB. C3 UEFA 1/4F:(BEGIN)	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/4F:(VERVOLG)	3
canvas	VB. C3 UEFA 1/4F:EINDHOVEN/FIORENTINA:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/4F:FIorentina/EINDHOVEN:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	5
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:(BEGIN)	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:(VERVOLG)	2
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:ANDERLECHT/BAYERN (1HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:ANDERLECHT/BAYERN (2HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:ANDERLECHT/BAYERN:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA 1/8F:STUDIO	2
canvas	VB. C3 UEFA FIN.:(BEGIN)	1
canvas	VB. C3 UEFA FIN.:(VERVOLG)	2
canvas	VB. C3 UEFA FIN.:ST-PETERSBURG/RANGERS:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA FIN.:STUDIO	2
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:(BEGIN)	2
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:(VERVOLG)	5
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDAARD/SAMPDORIA (1HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDAARD/SAMPDORIA (2HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDAARD/SAMPDORIA:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDARD/SEVILLA (1HT)	1

canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDARD/SEVILLA (2HT)	1
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STANDARD/SEVILLA:RUST	1
canvas	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	4
canvas	VB. SUPER BB.:(BEGIN)	1
canvas	VB. SUPER BB.:(VERVOLG)	1
canvas	VB. SUPER BB.:STANDARD/ANDERLECHT (1HT)	1
canvas	VB. SUPER BB.:STANDARD/ANDERLECHT (2HT)	1
canvas	VB. SUPER BB.:STANDARD/ANDERLECHT:RUST	1
canvas	VB. SUPER EB.:(BEGIN)	1
canvas	VB. SUPER EB.:(VERVOLG)	3
canvas	VB. SUPER EB.:MANCHESTER/ST-PETERSBURG:RUST	1
canvas	VB. SUPER EB.:STUDIO	2
canvas	VB. VRIEND.:(BEGIN)	3
canvas	VB. VRIEND.:(VERVOLG)	8
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/MAROKKO (1HT)	1
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/MAROKKO (2HT)	1
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/MAROKKO:RUST	1
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/NEDERLAND (1HT)	1
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/NEDERLAND (2HT)	1
canvas	VB. VRIEND.:BELGIE/NEDERLAND:RUST	1
canvas	VB. VRIEND.:ITALIE/BELGIE:RUST	1
canvas	VB. VRIEND.:STUDIO	6
canvas	VB. WK. KWALIF.:(BEGIN)	4
canvas	VB. WK. KWALIF.:(VERVOLG)	10
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ARMENIE (1HT)	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ARMENIE (2HT)	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ARMENIE:RUST	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ESTLAND (1HT)	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ESTLAND (2HT)	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/ESTLAND:RUST	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/SPANJE (1HT)	1

canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/SPANJE (2HT)	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/SPANJE:RUST	1
canvas	VB. WK. KWALIF.:STUDIO	6
canvas	VB. WK. KWALIF.:TURKIJE/BELGIE:RUST	1
canvas	VERLOREN LAND (1/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (2/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (3/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (4/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (5/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (6/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (7/8)	1
canvas	VERLOREN LAND (8/8)	1
canvas	VRANCKX	45
canvas	WANNES VAN DE VELDE	1
canvas	WEERWOLVEN (1/10)	1
canvas	WEERWOLVEN (2/10)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (1/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (2/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (3/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (4/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (5/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (6/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (7/8)	1
canvas	WEG MET DE SOETE (8/8)	1
canvas	WEG VAN BELGIE	1
canvas	WO I - VERMIST AAN HET FRONT	1
canvas	WO I - VREEMD VOLK AAN HET FRONT	1
een	1 JAAR GRATIS	3
een	1000 ZONNEN	92
een	ADOPTIE.	10
een	ALLES VOOR DE SHOW	3

een	BESTE VRIENDEN	5
een	BLOKKEN	218
een	CLIP(S)	6
een	CLOUSEAU PARTY CONCERT	1
een	DE 8 (1/8)	1
een	DE 8 (2/8)	1
een	DE 8 (3/8)	1
een	DE 8 (4/8)	1
een	DE 8 (5/8)	1
een	DE 8 (6/8)	1
een	DE 8 (7/8)	1
een	DE 8 (8/8)	1
een	DE BEDENKERS	5
een	DE BENDE VAN WIM	8
een	DE BOVENSTE PLANK	2
een	DE FLANDRIEN	1
een	DE INDRINGER (1/3)	1
een	DE INDRINGER (2/3)	1
een	DE INDRINGER (3/3)	1
een	DE LAATSTE SHOW	107
een	DE LEUKSTE EEUW - ER WAS EENS...	1
een	DE NAAKTKALENDER	6
een	DE NACHT VAN DE VLAAMSE TELEVISIESTERREN	1
een	DE OLYMPISCHE DROOM	10
een	DE PAPPENHEIMERS	17
een	DE PREMIEJAGERS	45
een	DE RODE LOPER	309
een	DE RODE LOPER (HERH.)	6
een	DE SLIMSTE MENS TER WERELD	13
een	DE SMAAK VAN DE KEYSER	4
een	DE TABEL VAN MENDELEJEV	35

een	DEBBY & NANCY'S HAPPY HOUR	3
een	DIEREN IN NESTEN	17
een	DOKTERS VAN MORGEN	10
een	DOODGRAAG LEVEN	8
een	EEN WERELD - CIRCLE 66 DEGREES	1
een	EEUWIGE ROEM	10
een	EUROSONG	7
een	EUROVISIE SONGFESTIVAL	1
een	EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE	1
een	FANS	10
een	FATA MORGANA	13
een	FC DE KAMPIOENEN	97
een	FLIKKEN	23
een	GEERT HOSTE & HET JAAR VAN DE GEIT	7
een	GEERT HOSTE HOUDT WOORD	2
een	GENTSE WATERZOOI	26
een	GRENZELOZE LIEFDE	17
een	HALLELUJA!	16
een	HARTELIJKE GROETEN AAN IEDEREEN	1
een	HET 6 UUR-JOURNAAL	286
een	HET 7 UUR-JOURNAAL	366
een	HET GESLACHT DE PAUW	10
een	HET JAAR VAN DE KLOOF (HERH.)	1
een	HET JOURNAAL LAAT	209
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE KUST	8
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE MAROLLEN	4
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE ZOO	16
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - HUIS TE KOOP	7
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - LUCHTHAVEN	11
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - PLANCKENDAEL	13
een	HET LEVEN ZOALS HET IS - POLITIE	3

een	HET WEER	377
een	IEDEREEN ECO (1/3)	1
een	IEDEREEN ECO (2/3)	1
een	IEDEREEN ECO (3/3)	1
een	JUNIOR EUROSONG	5
een	KATARAKT	9
een	KENO	40
een	KIJK UIT!	4
een	KINDEREN VAN DEWINDT	20
een	KOPPEN	51
een	KOPPEN EXTRA	1
een	KOPPEN XL	3
een	LADIES FIRST (1/8)	1
een	LADIES FIRST (2/8)	1
een	LADIES FIRST (3/8)	1
een	LADIES FIRST (4/8)	1
een	LADIES FIRST (5/8)	1
een	LADIES FIRST (6/8)	1
een	LADIES FIRST (7/8)	1
een	LADIES FIRST (8/8)	1
een	LOTTO	129
een	MAN BIJT HOND	236
een	MUSIC INDUSTRY AWARDS	1
een	NEKKA	1
een	NIGHT OF THE PROMS (2/2)	1
een	OPSPORINGSBERICHT	106
een	PETER LIVE	10
een	PROFVOETBALLER	1
een	REGERINGSMEDEDELING	1
een	RWINA	5
een	SEDES & BELLI	11

een	SPORTGALA	1
een	SPORTWEEKEND	49
een	SPORZA OLYMPIA	1
een	STAN VAN SAMANG	1
een	STARS OF EUROPE, UNITE FOR CHILDREN	1
een	STERACTEUR STERARTIEST	7
een	STUDIO 1	58
een	STUDIO PEKING	17
een	TERUG NAAR SIBERIE	9
een	THUIS	198
een	TOMTESTEROM	8
een	TOUR 2008	24
een	UIT HET LEVEN GEGREPEN, 16+	3
een	VERKLEED	8
een	VLAANDEREN BOVEN	1
een	VLAANDEREN VAKANTIELAND	53
een	VLAANDEREN VAKANTIELAND (HERH.)	4
een	VOLT	37
een	VOORBIJ DE GRENS	7
een	WITSE	26
een	ZO IS ER MAAR EEN	13
een	ZOMER 2008	40
een	ZONNEKINDEREN IN SCHOTLAND	6
ketnet	ABRAKODABRA	1
ketnet	ABRAKODABRA (HERH.)	3
ketnet	ALEXANDER!	14
ketnet	AMIKA	40
ketnet	BEDWETERS	3
ketnet	CHINEES VOOR MIJ	26
ketnet	CLIP(S)	26
ketnet	DE GROTE BOZE WOLF SHOW	13

ketnet	DE HOPELOZE HEKS	8
ketnet	DE PRETROULETTE	40
ketnet	DE PRETROULETTE (HERH.)	6
ketnet	EN DAARMEE BASTA!	105
ketnet	GEBUISD!	35
ketnet	GEBUISD! (HERH.)	5
ketnet	GO IV	60
ketnet	GO IV (HERH.)	3
ketnet	GOGO STOP	40
ketnet	GOGO STOP (HERH.)	4
ketnet	JUNIOR EUROSONG	2
ketnet	JUNIOR EUROSONG (HERH.)	4
ketnet	KARREWIET	239
ketnet	KARREWIET (HERH.)	230
ketnet	KETNETKICK	1
ketnet	KETNETPOP	9
ketnet	KULDERZIPKEN	8
ketnet	LOLMOPS	22
ketnet	MEGA MINDY	18
ketnet	MIJN SPORT IS TOP!	81
ketnet	OP SCHOK	28
ketnet	OP SCHOK (HERH.)	7
ketnet	SPRING	246
ketnet	SPROOKJES	14
ketnet	STAFARI	63
ketnet	UIT HET DAGBOEK VAN MEGA MINDY	1
ketnet	W@=D@ (15/16)	1
ketnet	W@=D@ (16/16)	1
ketnet	W817	59
ketnet	ZO IS ER MAAR EEN - DE CUP	26
ketnet	ZO IS ER MAAR EEN - DE CUP (HERH.)	10

