



Vlaanderen
is media

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

Rapport 2022

Vlaamse Regulator voor de Media

Inhoud

Inleiding	1
Strategische doelstelling 1: Relevant voor en dicht bij iedereen.	2
KPI 1. Elk aanbodsmerk maakt belangrijke maatschappelijke thema's bespreekbaar in kwaliteitsvol en 2 ontspannend aanbod.	
KPI 2. De VRT zet in op continu onderzoek dat de directe maatschappelijke impact die 5 mediagebruikers toeschrijven aan aanbod en initiatieven van de VRT in kaart brengt	
KPI 3. De VRT kan jaarlijks 100 voorbeelden van maatschappelijke relevantie naar voor schuiven, 6 over de verschillende aanbodsmerken heen.	
KPI 4. De VRT (co)organiseert jaarlijks evenementen die mensen verbinden op het vlak van onder 6 meer maatschappelijke thema's, cultuur, muziek en sport; waarvan minstens 5 culturele evenementen	
KPI 5. De VRT gaat pro-actief en op structurele basis in overleg over de realisatie van haar publieke 7 opdracht met maatschappelijke stakeholders, de culturele sector, sportorganisaties, de muzieksector en de erkende levensbeschouwelijke strekkingen.	
KPI 6. De VRT besteedt aandacht aan levensbeschouwing, religie en zingeving middels een vast 8 onderdeel in een wekelijks radioprogramma, minstens 1 podcast, en regelmatige aandacht in video-aanbod (inclusief televisieaanbod).	
KPI 7. De VRT werkt tegen begin 2022 een strikter beleid uit op het vlak van commerciële 9 communicatie inzake gokken ten opzichte van de bestaande regelgeving.	
KPI 8. De VRT maakt op basis van de aanbevelingen uit het forensisch rapport van Audit Vlaanderen 9 een actieplan dat de te bereiken resultaten duidelijk bepaalt.	
Strategische doelstelling 2: Voor iedereen een breed, kwalitatief en in toenemende mate digitaal 11 aanbod.	
KPI 9. De VRT bereikt met haar aanbod op weekbasis minstens 85% van alle Vlamingen. De VRT 11 bereikt op weekbasis minstens 75 van elke relevante doelgroep (verdeling naar geslacht, leeftijdsgroepen, opleidingsniveau en afkomst).	
KPI 10. De VRT streeft naar diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde 11 videoaanbod, uitgezonderd programma-aankoop (waar diversiteit ook een aandachtspunt is): geslacht: van 40% vrouwen naar 48% in 2025, afkomst: van 7,5% pe	
KPI 11. De VRT streeft naar een meer diverse samenstelling van haar personeelsbestand, afhankelijk 12 van de instroom die gerealiseerd kan worden: minstens 40% vrouwen voor het gehele personeelsbestand, genderevenwicht voor hoger kader in 2025, minstens 7%	
KPI 12. De VRT maakt haar aanbod toegankelijk voor personen met een auditieve en/of visuele 13 beperking.	
KPI 13. De VRT besteedt in haar sportaanbod aandacht aan damescompetities, g-sport en 32 14 sporten.	

KPI 14. De VRT zet proactief in op het ontwikkelen van digitaal aanbod dat aansluiting vindt bij het veranderend mediagebruik. De VRT maakt haar publieke opdracht waar op nieuwe, relevante platformen (denk aan Instagram en Tiktok). Ze zet daarvoor in op e	15
KPI 15. De VRT geeft een overzicht van de evoluties en gemaakte keuzes in de aanbod- en merkenportfolio en hoe die inspelen op het wijzigende mediagebruik.	16
KPI 16. KLAAR en Edubox of gelijkaardige initiatieven worden verdergezet en dragen ertoe bij dat de VRT op een toekomstgerichte manier en vanuit haar educatieve taak connecteert met een jonger publiek.	18
KPI 17. De VRT versterkt haar digitaal bereik door in te zetten op meer geregistreerde gebruikers. Tegen 2025 streven we naar 1 op 2 Vlamingen als geregistreerde gebruikers (hebben dus een VRT-profiel).	20
KPI 18. Van de geregistreerde gebruikers komt minstens de helft één keer per maand in contact/interactie met 1 of meerdere van onze digitale kanalen en is hij/zij dus een actieve gebruiker. Voorbeelden van een interactie of contact zijn: een video bekijke	20
Strategische doelstelling 3: Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt.	22
KPI 19. De VRT bereikt met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse bevolking. Ze streeft er naar 65% van de groep 16- tot 24-jarigen te bereiken met haar informatieaanbod.	22
KPI 20. De Vlaming vindt het informatieaanbod van de VRT betrouwbaar. De VRT bevraagt jaarlijks de betrouwbaarheid van haar informatieaanbod op basis van een transparante en representatieve methode.	22
KPI 21. De VRT zal de nodige medewerking verlenen wat betreft de monitoring van haar onpartijdigheid.	22
KPI 22. De VRT investeert in toepassingen die mediagebruikers helpen zich te wapenen tegen desinformatie, indien mogelijk samen met andere partners.	23
KPI 23. De VRT maakt minstens 15 diepgravende onderzoeksjournalistieke verhalen per jaar.	24
KPI 24. Elk aanbodsmerk maakt een informatieaanbod op maat van de gebruikers van haar aanbod.	24
KPI 25. Minstens 55% met groeipad naar 65% tegen het einde van de beheersovereenkomst van de items op VRT NWS (app en website) is duidelijk gerelateerd aan audio- en/of video-aanbod, uitgezonderd items over geschiedenis, cultuur, wetenschap en fact checks	26
Strategische doelstelling 4: De Vlaamse cultuur en creativiteit stimuleren.	28
KPI 26. Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en -coproducties bedraagt ten minste 65% van de totale output op Eén, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur, en op Canvas, uitgezonden tussen 20 uur en 23 uur. Het Vlaamse aanbod is ook prominent zichtbaar op	28
KPI 27. De VRT heeft aandacht voor Vlaams en Nederlandstalig product: De VRT verbindt zich ertoe dat op Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel de Vlaamse muziekproducties minstens 25% van de totale muziektijd innemen. (Vlaamse muziekproductie: el	28
KPI 28. De VRT capteert jaarlijks 250 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor één of meerdere aanbodsmerken.	29

KPI 29. De VRT besteedt over verschillende aanbodsmerken heen, en los van informatie- en duidingsprogramma's, in haar aanbod jaarlijks aandacht aan ten minste 10 gebeurtenissen, herdenkingsmomenten, initiatieven, ... op het vlak van de Vlaamse identiteit	30
KPI 30. Elk aanbodsmerk, met uitzondering van Sporza, brengt een cultuuraanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	31
KPI 31. Het Journaal van Eén bevat jaarlijks minstens 365 cultuuritems.	33
KPI 32. De VRT introduceert jaarlijks 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeert met eigen cultuuraanbod.	34
Strategische doelstelling 5: Durven innoveren en gebruik maken van technologie voor maatschappelijke impact.	35
KPI 33. De VRT doet aan smaakverbreding via algoritmes en curatie. De impact daarvan wordt op continue basis gemeten.	35
KPI 34. De VRT is tegenover de mediagebruiker transparant over het gebruik en de aard van de publieke omroepalgoritmes.	36
KPI 35. De VRT biedt aan elke geregistreerde mediagebruiker een gebruiksvriendelijk portaal om zijn gebruikersdata te raadplegen en te beheren.	36
KPI 36. De VRT realiseert jaarlijks minimaal 3 innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters.	37
Strategische doelstelling 6: Samen het media-ecosysteem sterk houden.	40
KPI 37. De VRT laat haar samenwerkingsinitiatieven met de mediasector in 2024 evalueren door een onafhankelijke deskundige.	40
KPI 38. De VRT besteedt minimaal 18,25% met een groeipad naar 20% van haar totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten aan de externe productie. Hiervan gaat op jaarbasis minimaal 500.000 euro naar de externe audiosec	40
KPI 39. De VRT investeert jaarlijks in de coproductie van minimaal 15 afleveringen documentaires, waarvan minstens 8 auteursdocumentaires (one-off-documentairefilm of afleveringen per reeks).	41
Conclusie	42
Bijlagen	43
Bijlage A: KPI 3 - Voorbeelden van maatschappelijke relevantie.	43
Bijlage B: KPI 13 - Overzicht van sporten op Radio 1, VRT-Televisie en Sporza.be.	67
Bijlage C: KPI 23 - Overzicht van de diepgravende journalistieke verhalen.	71
Bijlage D: KPI 26 - Overzicht van de uitgezonden Vlaamse tv-producties en -coproducties in prime-time op Canvas en Eén.	74

Bijlage E: KPI 27 - Detailgegevens van de verhouding Vlaamse / Nederlandstalige muziek ten opzichte van totaal muziekaanbod.	84
Bijlage F: KPI 28 - Overzicht van de captaties van concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals.	88
Bijlage H: KPI 39 - Overzicht van de documentaires in coproducties.	100

Inleiding

Op grond van artikel 218, §1, 9°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: Mediadecreet) is de algemene kamer van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) belast met het toezicht op de naleving door de openbare omroep (hierna: VRT) van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap en met het jaarlijks rapporteren hierover aan de Vlaamse Regering.

Het door de VRM uitgevoerde toezicht betreft de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst en is niet van financiële of budgettaire aard. Reeds in de memorie van toelichting bij het ontwerp van decreet dat heeft geleid tot artikel 169 van de (inmiddels opgeheven) decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, luidde het dienaangaande: "Tenslotte treedt de algemene kamer ook op als onafhankelijk orgaan dat toezicht houdt op de naleving van de beheersovereenkomst door de openbare omroep. Het gaat niet om een financieel of budgettair toezicht, wel om een toezicht op de naleving van de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst. Hierover wordt jaarlijks gerapporteerd aan de Vlaamse Regering. Deze bevoegdheid van de Vlaamse Regulator voor de Media is complementair met het toezicht door de Vlaamse Regering via de gemeenschapsafgevaardigde zoals geregeld in artikel 25 van de gecoördineerde decreten." (Parl. St. VI. Parl., 2005-2006, nr. 464/1, 9). Derhalve worden de financiële betrekkingen tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT niet behandeld in het toezichtsrapport.

Het voorliggende rapport heeft betrekking op het werkingsjaar 2022, het tweede jaar van de beheersovereenkomst 2021-2025. De VRM beoordeelt de mate waarin de openbare omroep in 2022 de performantiemaatstaven heeft behaald. In het rapport worden de door de VRT behaalde resultaten behandeld in het kader van elke doelstelling afzonderlijk.

De VRT heeft hiertoe zowel cijfergegevens als beschrijvende passages bezorgd aan de VRM. De cijfergegevens zijn deels afkomstig van externe onderzoeksbureaus (o.a. dataSynergy, Profacts, Monitor Diversiteit (= onderzoek van Universiteit Antwerpen en Univeriteit Amsterdam)) en deels van de VRT zelf (studiedienst). Enkele gegevens zijn vertrouwelijk overgemaakt aan de VRM.

De cijfergegevens van de studiedienst van de VRT werden door de VRM geverifieerd aan de hand van steekproeven. Deze controle gebeurde na het opvragen van playlists (radio) en programmaschema's (televisie) voor periode van 1 januari 2022 tot en met 31 januari 2022 en voor de periode van 1 december 2022 tot en met 31 december 2022. Uit deze controle blijkt dat de door de VRT meegedeelde gegevens overeenstemmen met de controledata van de VRM. De controle gebeurde enerzijds in het kader van cultuuritems in Het Journaal van Eén en anderzijds voor de Vlaamse muziekproducties en Nederlandstalige muziek op radio.

De VRT heeft goede resultaten behaald. Alle performantiemaatstaven die in 2022 behaald moesten worden, werden, op één na, ook behaald. KPI 18, die bepaalt dat van de geregistreerde gebruikers minstens de helft één keer per maand in contact/interactie komt met één of meerdere van de digitale VRT-kanalen en dus een actieve gebruiker is, werd niet behaald. Eind 2022 was 40,2% van de geregistreerde gebruikers ook een actieve gebruiker. Over andere KPI's wordt in dit rapport nog geen uitspraak gedaan omdat ze nog niet behaald moesten zijn in 2022. Dat is het geval voor de KPI 10 (diversiteit in beeldvorming), het tweede en derde punt van KPI 11 (diverse samenstelling personeelsbestand) en KPI 37 (evaluatie samenwerkingsinitiatieven door een onafhankelijke deskundige). KPI 17 (versterkingdigitaal gebruik door meer geregistreerde gebruikers) moet pas worden behaald in 2025 maar deze doelstelling werd door VRT reeds behaald in 2022.

Strategische doelstelling 1: Relevant voor en dicht bij iedereen.

KPI 1 - Elk aanbodsmerk maakt belangrijke maatschappelijke thema's bespreekbaar in kwaliteitsvol en ontspannend aanbod.

Alle aanbodsmerken van de VRT namen in 2022 een breed palet aan maatschappelijke thema's in hun aanbod op. Geregeld werd dat versterkt door de publieke aandacht die daardoor ontstond.

Voorbeelden van de aandacht voor maatschappelijke thema's per aanbodsmerk.

Eén

- In *Andermans zaken* werden ondernemers van kleine noodlijdende ondernemingen geholpen om hun zaak te redden. Het programma en de deelnemende ondernemers kregen veelvuldig aandacht in de pers en waardering uit de ondernemerswereld. In twee webinars deelden ondernemers vanuit de eigen ervaringen tips met het publiek.
- Het 'taboedoorbrekende' programma *Taboe* portretteerde personen uit diverse bevolkingsgroepen, zoals mensen met autisme en mensen met ontwikkelingsstoornissen. Verschillende media hadden naar aanleiding van het programma verdere aandacht voor de taboes waar deze personen mee geconfronteerd worden.
- In *Kom op tegen kanker: alles in de strijd* gingen acht bekende mannen en vrouwen uit de kleren om het taboe rond prostaat- en teelbalkanker te doorbreken. Het programma was een sterke preventiecampagne: uit een steekproef van de Belgische vereniging voor Urologie bleek dat een grote meerderheid van de bevroegde urologen sinds de uitzendingen een toename zag in het aantal vragen over mannenkankers.

Canvas

- De informatieve reeks *Therapie* leverde een intieme maar discrete blik op de relatie tussen therapeuten en hun patiënten en stond stil bij enkele psychische problemen. Het programma was de hefboom voor toelichtende artikels in de pers.
- De reeks *Metissen van België* bracht de verhalen van koloniale kinderen van gemengd bloed. Door het programma werd het publieke debat heropend over de erkenning van deze personen door de staat. Het programma won trouwens ook een Prix Europa in de categorie beste tv-programma over diversiteit.
- *Wij, vrouwen* was een programma over de positie van de vrouw in onze samenleving in de voorbije eeuw en de evolutie van de vrouwenrechten. Het programma leidde tot conversaties op sociale media over het thema. Het programma kreeg ook weerklank in de pers en via de platformen van partners die aan de reeks meewerken.

Ketnet

- In de fictiereeks *3Hz* proberen de hoofdpersonages twee Syrische zussen te helpen om hun woonomstandigheden te verbeteren. Dit leidde tot media-aandacht over de slechte leefomstandigheden in woningen van huisjesmelkers.
- *De Faker* was een programma waarbij Ketnet-presentatoren trachtten na te gaan wie niet bij een familie hoorde. In elke aflevering werden heel verschillende families getoond met hun

eigen achtergronden en mogelijkheden. Door de interesse van de kijkers stelden 60 gezinnen zich kandidaat om deel te nemen aan een tweede seizoen van het programma.

- Stip It! was een campagne tegen pesten. De actie liep al enkele jaren, maar werd in 2022 verbreed door samenwerking met Radio2 en MNM waardoor de doelgroep vergroot werd en het thema meer besproken werd. De actie kreeg ook weerklank in de pers en op sociale media.

Radio 1

- De podcastreeks *Ouder* focuste op het migratieverhaal van een Nigeriaanse vader van een van de makers Raf Njotea. Daardoor kwam het thema 'hoe goed ken je je eigen ouders' ter sprake in Vlaamse en Nederlandse media.
- *De wereld van Sofie* had aandacht voor zelfdoding. De jury van het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie reikte een award uit aan het programma omdat het op een taboedoorbrekende, zorgvuldige en hoopgevende manier het thema in de media bracht.
- Luisteraars hoorden in de podcast *Mistlicht* mensen met dementie, mensen die voor hen zorgen en experts aan het woord. Het Expertisecentrum Dementie Vlaanderen en Alzheimer Liga Vlaanderen gingen op hun eigen kanalen verder in op de gebrachte verhalen.

Radio 2

- *De inspecteur* bracht aan het licht dat een energieleverancier eenzijdig contracten veranderde; wat niet mag. Het bedrijf zag zich gedwongen om de aanpassing van 13.000 contracten te laten vallen.
- *FC Weldoeners* was een actie die focuste op de inspanningen van duizenden voetbalvrijwilligers in Vlaanderen. Luisteraars konden aangeven wie het verdiende om bedankt te worden voor hun inzet. Radio2 selecteerde daarop vrijwilligers die effectief in de bloemetjes gezet werden.
- Ann Reymen getuigde in *Ann & Daan* over haar preventieve borstverwijdering, naar aanleiding van Oktober-Borstkankermaand. Dat leidde tot veel vragen en reacties van luisteraars die mee door haar werden beantwoord, en verdere weerslag in de pers.

MNM

- Het initiatief *MNM JumpJobs* zorgde voor ruime aandacht in diverse MNM-programma's met tips en praktische informatie over wat jongeren moeten doen om op de arbeidsmarkt actief te worden en zette bedrijven aan om hen een betaalde werkstage aan te bieden.
- De actie *Expeditie Gillis & Govaerts* had tot doel dat twee presentatoren met de hulp van de luisteraars een week overleven in een bos. Door het behalen van dat doel werden 5.000 nieuwe bomen geplant.
- *Kawtar & Keyaert* hadden aandacht voor vakmensen die hun job (moeten) uitvoeren in een werkbreek. Dat zette luisteraars ertoe aan om foto's en berichten te delen over hun werkbreek in de MNM-app. De Minister van Werk riep daarop 19 oktober uit tot Nationale Werkbreekendag.

Studio Brussel

- In een videoreeks van Studio Brussel-dj Flo Windey *Faqda* werd ingegaan op seksualiteit bij jongeren. Uit reacties bleek dat haar producties regelmatig gebruikt worden als lesmateriaal in scholen.
- *Faqda* had in een andere videoreeks aandacht voor drugs en de gevolgen ervan. Dat werd opgemerkt door diverse mediakanalen.

- Studio Brussel had aandacht voor de diversiteit in de dj-sector, onder andere in interviews in een live-uitzending vanop Tomorrowland. Zo kwam de zender ook Amber Broos op het spoor die op het festival kwam optreden.

Klara

- Een uitzending van *Ampersand* stond in het teken van Wereld Alzheimer Dag. Bij Klara kwamen veel reacties binnen van luisteraars die de aandacht voor de Alzheimer-problematiek waardeerden.
- Klara had in *Pompidou* aandacht voor de bedreiging van het cultureel erfgoed van Oekraïne, als gevolg van de oorlog. Dat gebeurde onder andere in een gesprek met Björn Geldof die algemeen directeur is van het Pinchuk Art Centre in Kiev. Daardoor ontstond ook aandacht voor dit thema bij andere Vlaamse media.
- *Iedereen klassiek* was een muziek-evenement in Brugge. Het bracht zo meer dan 10.000 mensen in contact met klassieke muziek en toonde wat dat kan betekenen.

VRT NWS

- Het onderzoeksprogramma *Pano* leidde geregeld tot publiek debat en nieuwe initiatieven. In de reportage *Macht misbruikt* bijvoorbeeld werd machtsmisbruik onderzocht aan twee Vlaamse universiteiten. Dat leidde tot debat, onder meer in het Vlaams Parlement waar de minister van Onderwijs pleitte voor een centraal meldpunt en verder overleg binnen het hoger onderwijs. De Universiteit Gent stuurde zijn interne procedure bij en professoren waarvan sprake in de reportage werden (minstens) tijdelijk op non-actief gesteld. Na de aflevering *Vlaanderen vervuild* (over bodemverontreiniging) beval de minister van Openbare Werken tot sluiting van een stort. Het parket startte ook een onderzoek op.
- *Karrewiet*, het nieuwsmerk van VRT NWS dat zich richt op kinderen, bood elke dag actua-berichten op TikTok. Regelmatig ging *Karrewiet* in interactie met jonge volgers. Bijvoorbeeld:
 - De oorlog tussen Rusland en Oekraïne leefde ook sterk bij Vlaamse kinderen. *Karrewiet* kreeg van hen veel vragen, zoals: “komt er een derde wereldoorlog?”, “komt de oorlog ook naar ons?”. Voor *Karrewiet* was dat de aanleiding om live te gaan op TikTok en in te gaan op veelgestelde vragen. Daarbij werd gefocust op geruststelling en het ontcrachten van desinformatie. Omdat de vragen over de oorlog het hele jaar door kwamen, bleef *Karrewiet* er zowel op TikTok als in de tv-uitzending op ingaan.
 - Kinderen stelden regelmatig vragen over video's die viraal verspreid werden op sociale media. *Karrewiet* beantwoordde hun vragen en ontcrachtte onwaarheden. Op die manier waren dergelijke video's een aanleiding om nepnieuws bloot te leggen (bijvoorbeeld de F74-uitdaging op 17 oktober 2022) of om te waarschuwen voor mogelijk gevaarlijke uitdagingen die rondgaan op het internet (zoals de flauwval-uitdaging op 14 juni 2022).
- *NWS NWS NWS* bracht in 2022 dagelijks verschillende nieuwsberichten en duiding op Instagram en richtte zich daarmee op jongeren. Vaak ging het nieuwsmerk in interactie met jonge volgers (in december 2022 goed voor 157.821 interacties per dag). Enkele voorbeelden:
 - *NWS NWS NWS* bracht de energiecrisis onder de aandacht van jongeren, onder andere met berichten over “kou in de klas”. Via het *VRAAGT*-format kwamen tieners daarbij zelf aan het woord over de besparingen in scholen. *NWS NWS NWS* speelde daar verder op in met tips tegen de kou.
 - *NWS NWS NWS* gaf jongerentaal een eigen plek met de zoektocht naar het Tienerwoord van het jaar. De eer ging naar 'smash'. Meer dan 42.000 jongeren brachten hun stem uit. *NWS NWS NWS* gaf daarbij ook duiding met informatie over de evolutie van jongerentaal.

- In de categorie 'beste explainer' won *NWS NWS NWS* bij de Jamies, de jaarlijkse prijzen voor Vlaamse onlinevideomakers, verbonden aan het Filmfestival Oostende (uitgereikt in 2023 voor producties uit 2022).

Sporza

- Naar aanleiding van het WK Voetbal had Sporza in de omkaderende programma's geregeld aandacht voor de schaduwzijde van het sportevenement. Zo was er tijdens het tornooi een dag die in het teken stond van de mensenrechten, met workshops en lezingen vanop de eventlocatie (Het Wintercircus te Gent) en gestreamd op VRT MAX.
- Sporza had aandacht voor het thema 'gokreclame in de sport' met berichten die ingingen op de gevolgen van gokreclame en een verstrenging ervan.
- Naar aanleiding van de Internationale Dag Tegen Holebifobie en Transfobie ging de podcast *Fichebak* in op het omgaan met geaardheid en genderidentiteit in de sport (in samenwerking met Sport Vlaanderen).

VRT MAX

- De podcast *Zo geboren* ging op zoek naar de homoseksuele vader van de maker. Wegens veel lokale impact werden twee extra afleveringen gemaakt als follow-up.
- De reeks *Sarah in Genderland* (over genderidentiteit) kreeg aandacht in diverse media en werd ook in het onderwijsveld opgemerkt om te gebruiken in klasverband.
- *Roomies* was een reeks over de zoektocht van twee twintigers naar hun identiteit en hoe je volwassen wordt. De reeks gaat over twee vriendinnen die bij elkaar intrekken op een appartement in Brussel, in de hoop een betere versie van zichzelf te worden. Het programma werd in de buitenwereld opgemerkt qua thematiek en werd gelauwerd met prijzen op De Kastaars en De Ensors (uitgereikt in 2023 voor producties uit 2022).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 2. De VRT zet in op continu onderzoek dat de directe maatschappelijke impact die mediagebruikers toeschrijven aan aanbod en initiatieven van de VRT in kaart brengt

VRT onderzocht in 2022 actief de maatschappelijke impact van een aantal van haar programma's, ander aanbod en acties. De onderzoeken gebeurden door een online panel bij een representatief staal van Vlaamse mediagebruikers (16+; N: >1.500). Drie domeinen werden bevroegd: (a) de bekendheid van het programma/aanbod/actie; (b) kwam de respondent ermee in contact en zo ja, via welk kanaal (tv, radio, online, sociale media); en (c) welke vorm van impact schrijven de respondenten, die ermee in contact kwamen, toe aan het initiatief (informereren, inspireren en verbinden).

Over volgend(e) aanbod of actie werd onderzoek naar maatschappelijke impact gevoerd: *Thuis* (Eén), *Sekswerkers* (Canvas), *Radio2 Bene Bene 1000* (Radio2), *De week van de Belgische muziek* (VRT), *Taxi Joris* (Canvas), *Taboe* (Eén), *Factcheckers* (Eén), *Stip It!* (Ketnet), *Therapie* (Canvas), *De Bourgondiërs* (Klara), *Restaurant misverstand* (Eén), *De MIA's* (Eén), *De ideale wereld* (Canvas), *Het Eurovisiesongfestival* (Eén en Radio2), *De dag van vandaag* (Eén), *Junior op zoek naar de liefde* (Eén), *De blokhut* (MNM), *Interne keuken* (Radio 1), *Puntje van kritiek* (Radio 1), *#LikeMe* (Ketnet), *Zomerhit* (VRT), *Heropening KMSKA* (VRT), *De ochtendshow* (MNM), *Vive le vélo* (Eén), *Pano* (VRT)

NWS), *Hotel romantiek* (Eén), *De ochtend met Fien GERMYS* (Studio Brussel), *Homo Universalis* (Eén), *Wij vrouwen* (Canvas) en *Kom op tegen kanker: alles in de strijd* (Eén).

De onderzoeken tonen aan dat deze programma's/acties directe impact hadden op (een deel van) de bereikte mediagebruikers. Tegelijk wordt ook de onderscheidende meerwaarde aangetoond. De onderzoeksresultaten gebruikt VRT voor de verdere ontwikkeling van nieuw aanbod en verdere uitbouw van haar merken.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 3. De VRT kan jaarlijks 100 voorbeelden van maatschappelijke relevantie naar voor schuiven, over de verschillende aanbodsmerken heen.

Programma's of ander aanbod met maatschappelijke relevantie werden op alle VRT-aanbodsmerken aangeboden. Dat gebeurde ruim meer dan 100 keer. Een lijst van ruim 100 voorbeelden van maatschappelijke relevantie is te vinden in bijlage A.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 4. De VRT (co)organiseert jaarlijks evenementen die mensen verbinden op het vlak van onder meer maatschappelijke thema's, cultuur, muziek en sport; waarvan minstens 5 culturele evenementen

In 2022 organiseerden VRT en haar aanbodsmerken diverse evenementen die mensen met elkaar verbonden. Enkele voorbeelden:

- Met de verbindende actie *Weldoeners* zocht Radio2 samen met het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk naar duizend nieuwe vrijwilligers die vrijwilligerswerk konden uittesten. Door de oorlog in Oekraïne werd ook een soortgelijke actie *Weldoeners voor Oekraïne* georganiseerd.
- Tijdens *De MNM Blokhut* werden blokkende studenten ondersteund, onder andere met studietips, door het draaien van verzoeknummers, het sturen van berichten en door presentatoren die mee studeren en examens afleggen.
- *De voorleesclub* nodigde kinderen en hun (groot)ouders uit om tijdens 'Theater aan zee' mee te luisteren en te genieten van voorleessessies door bekende voorlezers.
- VRT streek tijdens de (her)openingsweek van het KMSKA neer op het Museumplein in Antwerpen. Elke dag zond een ander aanbodsmerk van daaruit uit met extra live aanbod rond dans, opera, podium en poetryslam waarvan de bezoekers en mediagebruikers mee konden genieten.

Aansluitend organiseerden VRT, Publiq en KMSKA *De Nationale Expo*: een wedstrijd waarbij men op zoek ging naar artistiek talent en die uitmondde in een tentoonstelling van de 100 winnende werken. Kinderen konden ook kunstwerken insturen voor een afgeleide wedstrijd: *De Nationale Ket-expo*. De werken werden bovendien tentoongesteld in het KMSKA zelf, waar veel bezoekers op afkwamen.

- *De Zomerboekathon* deelde boekentips tijdens een 12 uur durende live uitzending op VRT MAX met auteurs die vertelden over hun meest recente werk. Een selectie van fragmenten werd nadien ook uitgezonden in *Een zomer vol boeken, de Zomerboekathon* op Eén.

In het najaar was er ook VRT-Boekenmaand met honderden boekentips vanop Boektopia in Kortrijk (en live te volgen via Radio2, MNM en Canvas).

- Het Concertgebouw Brugge vierde zijn twintigste verjaardag. Klara bouwde er een muzikaal feest rond met muzikale hoogtepunten uit het aanbod van de cultuurinstelling en gesprekken met publiek en artiesten.
- Meer dan 10.000 bezoekers zakten af naar Brugge voor de muzikale belevingsdag *Iedereen klassiek* van Klara. De zender zond uit vanop het publieksevenement maar de muziekliefhebbers konden ook dansen op de Brugse Grote Markt of meegenieten van concerten op verschillende locaties. Het evenement zorgde voor ontdekking bij nieuwelingen en verbinding tussen liefhebbers van klassieke muziek.
- De tweede editie van de *Radio2 Singalong* liet zo'n 3.000 mensen meezingen met Vlaamse artiesten en een koor tijdens een evenement in de Lotto Arena. Deelnemers konden in aanloop naar het evenement ook tips en online workshops krijgen van dirigent Hanz Primusz.
- [#LikeMe@Sea](#) was een belevingsexpo in Blankenberge waarbij kinderen en hun (groot)ouders de decors uit de reeks konden ontdekken, de personages ontmoeten, meezingen met nieuwe liedjes van de Ketnet-reeks *#LikeMe*, dansen, foto's maken, enzovoort.
- In aanloop van het WK Voetbal organiseerde MNM een straatvoetbaltornooi voor jongeren op verschillende locaties in Vlaanderen: *MNM Straathelden*.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 5. De VRT gaat pro-actief en op structurele basis in overleg over de realisatie van haar publieke opdracht met maatschappelijke stakeholders, de culturele sector, sportorganisaties, de muzieksector en de erkende levensbeschouwelijke strekkingen.

Om haar aanbod af te stemmen op behoeften uit de samenleving doet VRT aan marktonderzoek. De onderzoeksresultaten worden aangevuld met kennis die ze verwerft uit overleg en samenwerking met tal van maatschappelijke spelers. Dat gebeurt in ad hoc-overleg maar ook in meer gestructureerd overleg. Enkele voorbeelden daarvan uit 2022:

- Overleg met vertegenwoordigers van de levensbeschouwelijke verenigingen (op 18 januari en 13 juni).
- Overleg met afgevaardigden van de koepelorganisatie het MuziekOverleg (op 30 juni) en tal van overlegmomenten met personen uit de muzieksector (zoals een overleg over de toekomst van Muziekarchief Vlaanderen op 23 juni).
- Overleg met verschillende sportorganisaties (zoals de Vlaamse Handbalbond op 3 mei en Jumping Mechelen op 10 oktober) en over de aandacht voor g-sporten (met vertegenwoordigers op 21 juni en 4 oktober en het Belgian Paralympic Committee op 14 november en 15 december).
- Overleg met de cultuursector, zoals het Cultuuroverleg met vertegenwoordigers van de cultuur-koepelverenigingen (op 23 mei), het Boekenoverleg met vertegenwoordigers uit de boekensector (op 1 april, 12 mei en 19 oktober), een rondetafel over cultuurcommunicatie

met vertegenwoordigers van culturele instellingen en organisaties (op 9 april) en een Vlaams Talenplatform met onder meer vertegenwoordigers van Vlaamse universiteiten (op 7 november).

- Kernoverleg diversiteit met diverse belangenverenigingen (op 14 april), overleg inclusienetwerk VRT (op 5 oktober en 19 december), overleg toegankelijkheid met vertegenwoordigers van slechtzienden- en slechthorendenverenigingen (op 22 juni), onderwijsoverleg met onder meer vertegenwoordigers van het departement Onderwijs (op 17 februari en 26 april) en overleg met het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs (op 26 juli).

Dit is slechts een greep uit het overleg. Overleg met externe organisaties gebeurde daarnaast ook vaak op ad hoc-basis. Bijvoorbeeld als er opportuniteiten waren tot samenwerking rond het aanbod, zoals met het Netwerk tegen Armoede in het kader van De Warmste Week of met Mediawijs voor initiatieven rond digitale inclusie.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 6. De VRT besteedt aandacht aan levensbeschouwing, religie en zingeving middels een vast onderdeel in een wekelijks radioprogramma, minstens 1 podcast, en regelmatige aandacht in video-aanbod (inclusief televisieaanbod).

De publieke omroep wil er zijn voor iedereen in Vlaanderen. Daarom ondersteunt zij het pluralisme in onze samenleving door onder andere aandacht te besteden aan levensbeschouwing, religie en zingeving in haar aanbod.

Voorbeelden uit 2022:

- Levensbeschouwelijke aandacht was structureel verankerd in Touché (Radio 1) en aanwezig in diverse andere radioprogramma's, zoals *Voorproevers* (Radio 1), *Wijs* (Radio2), *Generation M* (MNM), de reeks *Hannah Arendt* (Klara) en *Berg & dal* (Klara).
- Diverse podcasts hadden een levensbeschouwelijke dimensie, zoals *Nest* (Radio 1), *Bless the Mess* (MNM), *Vraag het aan Rika* (Radio 1) en *Mistlicht* (Radio 1).

Deze podcasts waren te vinden op VRT MAX waar ook een programmacategorie levensbeschouwing beschikbaar is.

- Ook in het video-aanbod ging aandacht naar levensbeschouwing, religie en zingeving, onder meer in *De vier seizoenen van Caroline Pauwels* (Canvas), *De inzichten* (Eén), *Marry Me - Marry My Family* (Canvas), *Inside the Vatican* (Canvas) en in breed toegankelijke programma's zoals *Durf te vragen* (Eén), *Zorgen voor mama* (Eén), *Taboe* (Eén), *Restaurant misverstand* (Eén), *Taxi Joris* (Canvas) en *De afspraak* (Canvas). Er werd hard gewerkt aan de voorbereiding van een levensbeschouwelijk programma *Mijn God* waarbij Phara De Aguirre vertegenwoordigers van verschillende levensbeschouwingen laat samenwerken om mensen met existentiële vragen te helpen en te begeleiden.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 7. De VRT werkt tegen begin 2022 een strikter beleid uit op het vlak van commerciële communicatie inzake gokken ten opzichte van de bestaande regelgeving.

Conform haar beheersovereenkomst had VRT in 2021 reeds een strikter beleid op het vlak van commerciële communicatie inzake gokken uitgewerkt. Dat focust enerzijds op de afbouw van de reclame-inkomsten uit gokadvertenties (volgens een afbouwplan) en anderzijds op aandacht in haar aanbod voor de gevolgen van gokken. Dat beleid werd in 2022 consequent uitgevoerd.

In de praktijk betekende dit in 2022:

- Het reclamepakket rond gokken zakte op de online-platformen met ongeveer 20%. Op televisie waren er geen premium partners/alliantiepartners meer uit de gokreclamesector. Er liep in 2022 wel nog een overeenkomst met BWin voor de UEFA Europe and Conference League. Die overeenkomst loopt af in 2023.
- In het aanbod handelde VRT voorzichtig en vermeed dat gokgedrag zou gestimuleerd worden. Naar aanleiding van het WK Voetbal overlegde Sporza bijvoorbeeld met het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs voor het aanbieden van een WK-pronostiek-app.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 8. De VRT maakt op basis van de aanbevelingen uit het forensisch rapport van Audit Vlaanderen een actieplan dat de te bereiken resultaten duidelijk bepaalt. De VRT verbindt zich ertoe om jaarlijks aan Audit Vlaanderen de nodige informatie ter beschikking te stellen over de implementatie van de aanbevelingen van het forensisch rapport van Audit Vlaanderen. De VRT verbindt er zich toe om op dit vlak jaarlijks de nodige, aantoonbare vooruitgang te boeken.

In de *Beheersovereenkomst 2021-2025* maakte VRT afspraken over het uitvoeren van de aanbevelingen uit het forensisch rapport van Audit Vlaanderen dat eind 2020 werd opgeleverd.

VRT heeft er destijds voor geopteerd om van het auditrapport het startpunt te maken van een grondige bijsturing van haar organisatie, met een actiegebied dat veel ruimer is en acties die veel verder gaan dan wat strikt genomen in de aanbevelingen wordt gevraagd. Daarbij werd in 2021 de aanbeveling rond integriteit al volledig opgeleverd. Toch werden door de wijzigende omgeving in 2022 ook daarover nog vernieuwingen doorgevoerd.

In antwoord op het betreffende auditrapport van Audit Vlaanderen stelde het directiecollege van VRT een actieplan op dat de werking van de publieke omroep grondig bijstuurt. Het gaat onder meer om:

- een gecentraliseerde aankoopafdeling;
- een sterk verbeterde toepassing van de wet overheidsopdrachten;

- opleidingen voor alle betrokkenen in het aankoopproces;
- een versterkte rol voor contractbeheer;
- een aangepaste financiële delegatieregeling;
- een kritisch nazicht van een selectie bestaande overeenkomsten;
- het versterken van het integriteitsbesef;
- het verder uitwerken van risico- en organisatiebeheersing.

VRT is er zich van bewust dat dergelijke ingrijpende wijzigingen in een grote organisatie de nodige tijd vragen. Vanuit dat streven heeft VRT ook in 2022 duidelijke stappen gezet in het tegemoetkomen aan de aanbevelingen van Audit Vlaanderen. Deze evolutie werd ook in 2022 opgevolgd door Audit Vlaanderen, conform de daarrond geldende regels en afspraken. Daardoor konden opnieuw een aantal aanbevelingen succesvol afgesloten worden. Zo zijn inmiddels 5 van de 9 aanbevelingen volledig afgerond en structureel in de organisatie geïmplementeerd. Deze lijn wordt in 2023 verder gezet om de laatste nog openstaande aanbevelingen effectief te realiseren.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

Strategische doelstelling 2: Voor iedereen een breed, kwalitatief en in toenemende mate digitaal aanbod.

KPI 9. De VRT bereikt met haar aanbod op weekbasis minstens 85% van alle Vlamingen. De VRT bereikt op weekbasis minstens 75 van elke relevante doelgroep (verdeling naar geslacht, leeftijdsgroepen, opleidingsniveau en afkomst).

De VRT richtte zich in 2022 tot alle inwoners van de Vlaamse Gemeenschap. Wekelijks bereikte zij 90,0% van de Vlamingen (12 jaar en ouder) (Bron: onderzoek van onderzoeksbureau Profacts bij 2.536 Vlamingen in de periode 13 september – 30 oktober 2022).

Minstens 75% van elke relevante doelgroep werd bereikt:

- mannen: 89,3%
- vrouwen: 90,8%
- 16- tot 24-jarigen: 89,3%
- 25- tot 44-jarigen: 86,0%
- 45- tot 64-jarigen: 90,4%
- 65-plussers: 95,2%
- opleidingsniveau lager onderwijs: 83,6%
- opleidingsniveau lager secundair onderwijs: 92,0%
- opleidingsniveau hoger secundair onderwijs: 88,0%
- opleidingsniveau hoger onderwijs: 94,1%
- mensen van buitenlandse afkomst: 78,6% (personen met buitenlandse herkomst hebben minstens 1 ouder die geboren is buiten de EU-15 (i.e. buiten België, Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Ierland, Italië, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk, Portugal, Spanje, Zweden en het Verenigd Koninkrijk).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 10. De VRT streeft naar diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde videoaanbod, uitgezonderd programma-aankoop (waar diversiteit ook een aandachtspunt is):

- **geslacht: van 40% vrouwen naar 48% in 2025,**
- **afkomst: van 7,5% personen met buitenlandse herkomst naar 9,5% in 2025,**
- **handicap: van 1,5% naar 2% in 2025.**

Betrokken streefcijfers vormen uitdrukkelijk niet het voorwerp van (positieve) discriminatie. De evolutie inzake de realisatie ervan wordt nagegaan via representatieve steekproeven, niet op grond van rigide tel-

en turfsystemen.

Om haar rol als publieke omroep waar te maken streeft VRT ernaar om de Vlaamse samenleving zo goed mogelijk te weerspiegelen. Dat doet ze enerzijds door in te zetten op het verbeteren van de representativiteit van de diverse bevolkingsgroepen in haar aanbod en anderzijds door van hen een genuanceerd beeld te tonen. Om de streefcijfers te halen discrimineerde de omroep in geen enkel geval (positief).

De schermaanwezigheid van specifieke bevolkingsgroepen werd onderzocht aan de hand van representatieve steekproeven (Bron: Monitor Diversiteit - Onderzoek van Universiteit Antwerpen en Universiteit van Amsterdam, in opdracht van VRT).

Het aandeel van verschillende bevolkingsgroepen ten opzichte van het totaal aantal sprekende actoren in het videoaanbod bedroeg:

- vrouwen: 40,8%;
- personen met een handicap: 1,7%;
- personen met buitenlandse herkomst: 12,2%.

De performantiemaatstaf moet in 2025 behaald zijn.

KPI 11. De VRT streeft naar een meer diverse samenstelling van haar personeelsbestand, afhankelijk van de instroom die gerealiseerd kan worden:

- **minstens 40% vrouwen voor het gehele personeelsbestand,**
- **genderevenwicht voor hoger kader in 2025,**
- **minstens 7% voor personen met buitenlandse herkomst in 2025,**
- **minstens 2% voor personen met een handicap en re-integratie van chronisch zieken.**

VRT zet in op een verhoogde diversiteit in haar personeelsbestand. Daarmee wil ze als organisatie de Vlaamse samenleving beter weerspiegelen. VRT is ervan overtuigd dat dit bijdraagt tot een nog creatievere werkomgeving.

- Eind 2022 was 41,9% van de personeelsleden een vrouw. (Actieve personeelsleden (Werknemers van Koor & Orkest, ambtsopheffingen, loopbaanonderbrekingen, werknemers met schorsing van contract, werknemers in verlof zonder wedde, langdurig zieken en werknemer in zwangerschapsverlof werden niet meegeteld).
- Het aandeel vrouwen in het hoger kader bedroeg eind 2022 45,2%.
- Eind 2022 was 5,2% van het personeelsbestand een persoon met buitenlandse herkomst. (Deze cijfers zijn beschikbaar door gebruik van de sociale kruispuntbank waar ze anoniem worden bijgehouden).

- Eind 2022 was 3,4% van het personeelsbestand een persoon met een handicap of een gereïntegreerde van een chronische ziekte.

De performantiemaatstaf voor het eerste en het vierde punt blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn. De performantiemaatstaf voor het tweede en derde punt moet in 2025 behaald zijn.

KPI 12. De VRT maakt haar aanbod toegankelijk voor personen met een auditieve en/of visuele beperking.

De VRT is de openbare omroep voor iedereen in Vlaanderen. Dat betekent onder andere dat ook slechthorenden en slechtzienden zo goed mogelijk toegang tot het VRT-aanbod moeten hebben.

- Tv-programma's in een andere taal dan het Nederlands zijn voor blinden en slechtzienden te volgen via een speciale tv-box voor gesproken ondertiteling (GO). Al deze producties waren in 2022 daartoe technisch voorzien van GO (met uitzondering van specifieke archiefbeelden).
- Net zoals het jaar voordien werden in 2022 alle Vlaamse fictiereeksen in primetime op Eén en Canvas uitgezonden met audiodescriptie op het Ketnet-kanaal (In 2022 ging het over: *Undercover* (laatste afleveringen van seizoen 3), *Twee zomers*, *Lost Luggage*, *Dertigers* (reeks 4 + kerstspecial), *Chantal* en *Onder vuur*). Dat kanaal zond ook heruitzendingen van fictiereeksen met audiodescriptie uit (zoals *De Ridder* en *Eigen kweek*). Het audiodescriptie-aanbod werd uitgebreid met onder andere Ketnet-fictie (zoals *Hoodie* en *3HZ*), documentaires (zoals *Metissen van België* en *Ket & Doc*-documentaires), de VRT MAX-reeks *Roomies* en WK-voetbalwedstrijden met de Rode Duivels. Het volledige audiodescriptie-aanbod werd ook aangeboden op VRT MAX.
- VRT zette in 2022 verdere stappen in het inclusief gebruiksvriendelijker en toegankelijker maken van haar online-aanbod (websites en apps). Dat vertrok vanuit de succescriteria van WCAG 2.1 (niveau A en AA).
 - VRT zette in op inclusief gebruikersonderzoek. Zo werd bij gebruikerstesten van het eigen streamingplatform gewerkt met een meer representatief gebruikerspanel. Op die manier kon nog meer en betere feedback uit de doelgroep verkregen worden bij de verdere ontwikkeling ervan. Die kennis hielp bij het toegankelijkheidsadvies voor de rebranding van VRT NU naar VRT MAX.
 - De toegankelijkheidsopleidingen voor de ontwikkelaars werden verdergezet. Een startopleiding werd opgezet voor nieuwe ontwikkelaars en designers die aan de slag gaan bij VRT. Daarbij werd een virtual reality-trainingstoepassing gebruikt. De nieuwe medewerkers verwierven daardoor basiskennis over toegankelijkheid en inclusief design.
 - De bestaande inspanningen om de websites en apps zo toegankelijk mogelijk te maken werden verdergezet.
 - Bij aankoop van nieuwe toepassingen werd vanaf de prospectie kritisch gekeken naar de toegankelijkheid ervan.
 - Gedurende de designfase van digitaal aanbod werd maximaal rekening gehouden met de WCAG-richtlijnen. Een praktisch voorbeeld daarvan was het bepalen van de kleurschema's met voldoende contrast voor VRT MAX, VRTNWS.be en Vrt.be.
 - De ontwikkelteams voerden toegankelijkheidstesten uit, waar mogelijk in samenwerking met ervaringsdeskundigen en hun technische hulpmiddelen. Ook na de ontwikkeling (bijvoorbeeld voor de VRT MAX-app) werden deze tests uitgevoerd om in een vroeg stadium moeilijkheden vast te stellen en op

- te lossen.
- Na de lancering van digitale toepassingen kreeg VRT geregeld feedback van gebruikers die toegankelijkheidsuitdagingen signaleren. Mede dankzij die feedback kon zij de prioriteiten inzake toegankelijkheid verder scherp zetten. Dat was bijvoorbeeld het geval voor de iOS-versie van de VRT MAX-app wat leidde tot updates ervan.
- 100% van de Nederlandstalige televisieprogramma's werden in 2022 voorzien van ondertitels.
- 94% van het video-aanbod op VRT MAX werd voorzien van ondertiteling. Daarmee haalde VRT in 2022 reeds de doelstelling die pas in 2025 moest behaald worden. De omroep streeft ernaar om dit hoge aandeel ook de komende jaren aan te houden ondanks de grote toename van programma's en programma-items (zoals trailers van programma's (die bij de uitzonderingen gerekend worden), muziekclips, video-livestreaming van radioprogramma's, fragmenten die verbonden zijn aan een programma maar er niet toe behoren, e.d.). VRT koos ervoor om alle relevante mediacontent op VRT MAX te publiceren (en het aanbod op andere VRT-websites af te bouwen). Vanuit deze strategie is enkel de meting van ondertiteling op VRT MAX nog relevant om te monitoren. Een meting van het ondertitelaanbod op alle VRT-websites werd aldus niet uitgevoerd.
- *Het journaal van 19 uur* werd dagelijks getolkt door een tolk Vlaamse Gebarentaal (VGT) en uitgezonden op het kanaal van Ketnet. Dat gebeurde in principe om 20.15 uur, behoudens programmawijzigingen door de actualiteit of rechtstreekse sportverslaggeving. Het kinderjournaal *Karrewiet* werd in VGT daags na de reguliere uitzending uitgezonden op het Ketnet-kanaal. Beide programma's werden ook aangeboden op VRT MAX. Als extra service werd vanaf 25 april *Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* ook live uitgezonden om 19 uur. Vrtnws.be bood ook de laatste journaaluitzending met VGT aan, Ketnet.be bood *Karrewiet met VGT* aan. Wekelijks werd een extra exclusief nieuwsitem getolkt door gebarentaligen, aangeboden op VRT MAX. VRT koos ervoor om VRT MAX maximaal in te zetten als kijkplatform voor de doelgroep. Dat betekende dat dit item niet via Vrtnws.be werd aangeboden.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 13. De VRT besteedt in haar sportaanbod aandacht aan damescompetities, g-sport en 32 sporten.

VRT heeft aandacht voor sport vanuit haar informatieve opdracht en met het oog op verbinding. Enerzijds zet zij in op verslaggeving van sportwedstrijden voor een breed publiek (wielrennen en voetbal), anderzijds brengt zij ook sporten met een beperkter draagvlak. In 2022 schonk Sporza extra aandacht aan damescompetities en g-sporten. Bij het verwerven van sportrechten stelde de publieke omroep zich terughoudend op als bleek dat ook andere Vlaamse omroepen geïnteresseerd waren.

- VRT-Televisie had aandacht voor 89 sporten, Radio 1 voor 56 sporten en Sporza.be voor 70 sporten (zonder de paralympische sporten). (Een overzicht van deze sporten is opgenomen in bijlage B).
- De aandacht voor g-sporten zat verweven in het sportluik van *Het journaal* (Eén). Maar ook specifieke verslaggeving van g-sporten werd aangeboden, zoals live-uitzendingen en een magazine over de Paralympische Winterspelen (van 4 tot en met 13 maart op Eén en Canvas) en het WK UCI Paracycling Road (van 5 tot 8 mei).
- In 2022 werd verslag uitgebracht van diverse damescompetities. Zo zonden Eén en Radio 1

rechtstreeks de Tour de France femmes (van 24 tot 31 juli) uit (met daaraan gekoppeld de avond-talkshow *Vive le Vélo* op Eén). Voor het eerst zond Sporza ook alle wedstrijden van het EK voetbal voor vrouwen (van 6 tot 31 juli) uit. Andere sportwedstrijden voor vrouwen, die ook op de Sporza-kanalen aandacht kregen, waren onder andere veldrijden (zoals het BK en het WK), basketbal, bobsleeën, schaatsen, volleybal en hockey.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 14. De VRT zet proactief in op het ontwikkelen van digitaal aanbod dat aansluiting vindt bij het veranderend mediagebruik. De VRT maakt haar publieke opdracht waar op nieuwe, relevante platformen (denk aan Instagram en Tiktok). Ze zet daarvoor in op een weloverwogen keuze aan platformen waar minstens 10% van de kinderen of jongeren (12-24 jaar) op weekbasis gebruik van maken.

Het veranderend mediagebruik zet VRT er toe aan om haar digitaal aanbod op een efficiënte en effectieve manier verder uit te bouwen. Dat doet zij om relevant te zijn en te blijven voor alle Vlaamse mediagebruikers.

De VRT-Studiedienst ging in 2022 na in welke mate kinderen en jongeren (van 12 tot en met 24 jaar), naar eigen zeggen, zelf gebruik maken van digitale video- en audiodiensten. Uit een bevraging bij 438 12- tot en met 24-jarigen bleek dat minstens 10% wekelijks gebruik maakt van de sociale mediaplatformen Youtube, Youtube Premium, Snapchat, Instagram, TikTok en Facebook Watch.

De VRT-aanbodsmerken bepalen, met behulp van deze informatie, op welke platformen (en waarvan minstens 10% van de 12- tot en met 24-jarigen op weekbasis gebruikmaken) zij audio- of video-aanbod aanbieden om de publieke opdracht waar te maken.

Digitaal VRT-aanbod dat afgestemd is op het veranderend mediagebruik was in 2022 bijvoorbeeld (hier focussen we op de sociale media, het 'antwoord' op KPI 15 gaat breder):

- Naast de verspreiding van berichten van de VRT NWS-site op Facebook, bood VRT NWS aangepaste berichtgeving op diverse sociale media-kanalen. *Karrewiet* had een aanbod op TikTok en richtte zich op kinderen. NWS NWS NWS bood nieuwsberichten voor jongeren aan op Instagram. VRT NWS had ook een account op Instagram met nieuwsaanbod voor iedereen. (Meer informatie: zie KPI 19)
- Aangepast aan elk platform had Sporza een sportaanbod (met berichtgeving en video) op Instagram, Facebook, TikTok en Twitter. Tijdens het WK Voetbal werden de mediagebruikers ook op die manier op de hoogte gehouden over het grootste sportevenement van 2022.
- Eén verwerkte lineaire televisie-content tot TikTok-content, zoals van *Factcheckers*, *De dag van vandaag*, *Zomerhit* en evenementieel aanbod zoals van *De MIA's* en *Oekraïne 1212*. *Op kot* was een reeks voor jongeren rond het leven op kot en werd uitgezonden op YouTube (en VRT MAX). De jongere generaties uit *Chateau Planckaert* leverden vlogs op Youtube en Facebook. *First Dates Teens*, een afgeleide van *First Dates*, werd verspreid op Instagram. Geregeld werden achter-de-schermen-reportages gepubliceerd op Instagram en Tiktok.
- Canvas publiceerde regelmatig korte fragmenten op Instagram, zoals van het interviewprogramma *Taxi Joris*, het literatuurprogramma *Winteruur* (met personen uit de

leefwereld van jongeren), over popart (n.a.v. tv-documentaires), *Sheroes* (mini-portretten over vrouwen) en over mentaal welzijn van mannen (rond de fictiereeks *Normal People* en de podcast *Onbespreekbaar*).

- Aangezien het gebruik van sociale media in principe enkel toegestaan is voor personen vanaf 13 jaar, riep Ketnet nooit actief op om naar die platformen te gaan om er Ketnet-aanbod te bekijken. Het merk was er wel op actief, juist om kinderen die toch al op die platformen aanwezig waren in contact te brengen met Ketnet-aanbod. Al het aanbod dat Ketnet publiceerde op de sociale media was ook steeds te vinden op de eigen (veilige) platformen.
- Radio 1 publiceerde dagelijks berichten op Instagram en Facebook (inclusief audioquotes en videofragmenten) die te maken hadden met zijn audio-aanbod. Radio 1 verbreedde zijn doelgroep via Spotify met podcasts (zoals *#weetikveel*, *Het mirakel van Schuman* of *Vraag het aan Rika*) die bijvoorbeeld ook jongeren (18-35 jaar) aanspraken. Gelet op zijn rol voor specifieke beroepsgroepen (zoals journalisten en politici) bood het merk korte berichten op Twitter. Radio 1 verspreidde muziekvideo's van het programma *Wonderland* en de *Radio 1 Sessies* op Youtube waardoor ook jongeren bereikt werden.
- Radio2 verspreidde via Facebook fragmenten en berichten uit het aanbod, zoals consumentennieuws van *De inspecteur*, tips uit *Radio2 Ann&Daan*, regionale nieuwsberichten en maatschappelijk relevante verhalen uit andere programma's. Met de Facebook-pagina bereikte *De inspecteur* extra mediagebruikers. Op Instagram breidde Radio2 zijn doelgroep verder uit naar jongere generaties met berichten van jonge Radio2-presentatoren.
- MNM was aanwezig op de sociale media met berichten en fragmenten, bijvoorbeeld op TikTok, Instagram en YouTube. De Instagram-account van MNM bood naast eigen berichten uit de entertainmentsector ook berichten van NWS NWS NWS (het jongerennieuwsaanbod van VRT NWS). Lineaire radiocontent werd herverpakt voor 'Stories' en 'Reels' op Instagram. Op TikTok plaatste MNM creatieve berichten zoals korte, grappige memes van bestaand radio-aanbod en wekelijks een cover door dj's van een nummer uit de speellijst van MNM. Zowel op TikTok als op Instagram werd aan 'community building' gedaan rond de podcast *Bless The Mess* (over levenslessen).
- Voorafgaand aan het vijfde seizoen van de videoreeks *Faqda hield Studio Brussel een open bevraging op Instagram om na te gaan welke thema's er leven bij jongeren. Dat bepaalde de thema's van die reeks. De zender werkte samen met Glitterplaatjes voor berichten die inspeelden op het weekendgevoel. Tijdens de zomermaanden zette Studio Brussel extra in op TikTok met aanbod over en met festivalbezoekers.*
- Klara bood de VRT MAX-videoreeks *De twintigers* ook aan op YouTube. Op het vlak van sociale media zette de zender vooral in op Instagram, bijvoorbeeld met berichten die bevattelijk uitleg gaven bij componisten en muziekstukken, tips over exposities en humor voor studenten. De jongerenjury van de Koningin Elisabethwedstrijd publiceerde informerende Instagram-berichten rond de wedstrijd.
- VRT MAX focuste op Instagram en Facebook op de 12- tot en met 34-jarigen met berichten die doorverwezen naar het eigen VRT MAX-platform.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 15. De VRT geeft een overzicht van de evoluties en gemaakte keuzes in de aanbod- en merkenportfolio en hoe die inspelen op het wijzigende mediagebruik.

Om haar opdracht te vervullen heeft de publieke omroep een afgewogen merkenportefeuille met aanbodsmerken, submerken, dienstverlenende merken en het koepelmerk VRT. Deze merken worden multimedialaal ingezet waarbij uitgegaan wordt van de behoeften van de diverse doelgroepen.

Eind augustus verscherpte VRT haar digitale strategie. VRT MAX en VRT NWS werden daarbij naar voor geschoven als de pijlers van een multimediale publieke omroep.

- Het eigen streamingplatform veranderde van naam van VRT NU naar VRT MAX. Het platform zette de gebruiker centraal en breidde zijn rol uit: naast video-aanbod vond de mediagebruiker er nu ook audio (onder meer alle podcasts van de VRT-merken) en ander digitaal aanbod terug. VRT MAX bood daarnaast ook verschillende programma's aan die exclusief op dat platform te zien waren (zoals *Zonder ouders op vakantie*), waarmee het zich ook expliciet richtte tot de jongere digitale doelgroepen. Aan de hand van zijn/haar profiel en mediagebruik kreeg de gebruiker enerzijds aanbod rond thema's en genres die al in zijn/haar interessegebied lagen maar anderzijds ook aanbod dat daarbuiten valt.
- De nieuwsapp van VRT NWS werd in het najaar vernieuwd. Daardoor werd het voor de gebruiker eenvoudiger om al het audio- en video- nieuws- en duidingsaanbod te raadplegen. Het VRT NWS-platform bracht voortdurend nieuwsberichten en duiding. Daarbij zorgde de nieuwsdienst dat een diversiteit aan meningen aan bod kwam, dat de berichten rond desinformatie beter zichtbaar werden (onder andere de *Check*-berichten waarbij nieuwsberichten die op het internet rondgaan op hun waarheidsgehalte gecontroleerd werden) en dat informatieaanbod van andere VRT-aanbodsmerken geïntegreerd werd op de nieuwssite (en app). Tegelijk werd regionaal nieuws, verzameld door het correspondentennetwerk van Radio2, nog meer uitgespeeld op het online nieuwsplatform. Daardoor verbreedde VRT NWS zijn aanbod en richtte het zich meer op jongeren en kortgeschoolden. VRT NWS lanceerde eerder ook *#BelRiadh*. In dat live-programma op *Vrtnews.be* (en de VRT NWS-app) wordt over een maatschappelijk onderwerp in gesprek gegaan met vooral twintigers en een bekende centrale gast of expert/beleidsmaker. In het najaar startte een dagelijkse podcast *Het kwartier* met duiding bij nieuwsberichten van de dag.

De andere aanbodsmerken stemden hun digitale aanbod stap voor stap af op de nieuwe strategie.

- Eén ontwikkelde specifiek digitaal aanbod om jongere doelgroepen te bereiken via VRT MAX (zoals de fictiereeks *Roomies*, de realityreeks *Zonder ouders op vakantie*, *Na Down The Road* (een terugblik van de deelnemers aan *Down The Road*), *Stephanie zoekt mee* (dat inging op de emoties uit *Junior op zoek naar liefde*), *Hotel romantiek: de kijk van de kroost* (waarbij de deelnemers samen met familie en vrienden terugblikten op hun deelname aan *Hotel romantiek*) en de podcast *De thuisploeg* (dat inspeelde op de *Thuis*-afleveringen). Op VRT MAX werden behalve de programma's ook fragmenten, extra videomateriaal en programma-informatie gedeeld.
- Canvas richtte zich met enkele programma's specifiek op jongeren via het VRT MAX-kanaal (de docureeks *Those were The Days* en de podcast *Club angst*). Ook programma-items en informatie werden er gepubliceerd. Aanvullend bij de reeks *Als je eens wist over* oudermishandeling werd een webinar uitgezonden waarbij ingegaan werd op vragen van kijkers.
- Ketnet profileerde zich sterker als een merk dat de digitale media op de eerste plaats zet (met een eigen app en website en video-aanbod op VRT MAX). Ketnet bracht wekelijks op de digitale platformen specifiek aanbod waarmee de doelgroep in interactie kon gaan of samen kon spelen. Dat gebeurde onder meer via de *Peetie Club* waarmee Ketnet 'digitale figuren live tot leven brengt'. Het kindermerk zette ook in op spelletjes (mini-games verbonden aan Ketnet-programma's), op de eigen platformen en op het gamingplatform Roblox.
- Sporza.be zette zijn rol als belangrijkste sportsite van Vlaanderen (met ruim 1,1 miljoen bezoeken per dag) kracht bij door niet enkel voetbal en wielrennen in de kijker te plaatsen maar ook een veelheid aan andere sporten. Tegelijk verhoogde hij ook de aandacht voor vrouwencompetities. Om de gebruiker beter en gericht te bedienen werd gesleuteld aan de navigatie en weergave van de website: zo werden gepersonaliseerde 'swimlanes' op de

startpagina geïntroduceerd en de live scoreborden werden gedetailleerder. VRT liet de Sporza-app en de Sporza Voetbal-app samensmelten. Bij de grote sportevenementen werden tal van formats aangeboden in het digitaal sportaanbod. Enkele voorbeelden: een liveblog bij de Olympische Winterspelen, uitlegvideo's en dynamische beeldvoering bij 3x3 basketbal, een podcast bij Tour de France Femmes en korte sport-videofragmenten op TikTok (om op een laagdrempelige manier ook jongeren en kortgeschoolden te bereiken). Sporza zette ook in op directe interactie met de mediagebruikers, bijvoorbeeld door een WK Voetbal-pronostiek aan te bieden (na overleg met VAD) en door op Facebook en Instagram in te gaan op reacties van volgers.

- Ook het digitaal luik van de radiozenders werd in hoge mate ontsloten via VRT MAX (live radio, muzieksessies, podcasts,...) en VRT NWS (onder meer regionale berichtgeving van Radio2). De merken speelden verder in op het wijzigende mediagebruik op diverse manieren. Enkele voorbeelden:
 - Radio 1 versterkte de samenwerking met VRT NWS door onder andere meer items uit programma's zoals *Nieuwe feiten* en *De wereld van Sofie* te ontsluiten via het nieuwsplatform. Radio 1 promootte zijn Select-aanbod waarin woordfragmenten uit de radioprogramma's online makkelijk herbeluisterbaar werden.
 - Radio 2 bouwde haar dochterzender Radio2 Bene Bene (die te horen was online en via DAB+) verder uit met naast muziek ook gepresenteerde muziekprogramma's. De regionale redacties van Radio2 leverden regionieuws aan voor Vrtnws.be.
 - MNM lanceerde een nieuw digitaal concept voor jongeren: *swipe* met informatie voor jongeren over showbizz, films en series. Daarbij werd zowel een apart videoformat voor VRTMAX gerealiseerd als digitale berichten voor gebruik op sociale media. Na de lancering van de podcast *Bless the Mess* werd een digitale community opgebouwd waarbij een apart Instagramkanaal werd gelanceerd. *22 minuten stomme vragen* was een digitale audio-afgeleide van het ochtendprogramma *Kawtar & Keyaert*.
 - Studio Brussel bouwde zijn dochterzender StuBru De Tijdloze doorheen 2022 verder om met eigen specifieke radioprogramma's (te beluisteren online en via DAB+). In januari werd een nieuwe muziekstroom Vuurland gelanceerd (naast De Tijdloze, Untz, Hooray en Bruut) met 'non-stop rustige muziek'.
 - Klara realiseerde podcasts, vaker dan voorheen, als een specifiek aanbod (in plaats van een afgeleide van een radio-uitzending).

In het najaar werd verder werk gemaakt om het audioaanbod ook via Apple CarPlay en Android Auto aan te bieden. Zo kan in de auto geluisterd worden naar alle VRT-radioprogramma's, -podcasts en (vanaf 2023) digitale streams in de app van VRT MAX. De apps van VRT NWS en Sporza waren in 2022 al op een zelfde manier beschikbaar.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 16. KLAAR en Edubox of gelijkaardige initiatieven worden verdergezet en dragen ertoe bij dat de VRT op een toekomstgerichte manier en vanuit haar educatieve taak connecteert met een jonger publiek.

VRT heeft een breed-educatieve opdracht. Die vervulde ze in 2022 enerzijds met aanbod dat erop gericht is om kennis over te brengen in verschillende domeinen zoals wetenschap, ondernemerschap, economie en innovatie. Anderzijds zette ze verder in op educatieve projecten die gericht waren op de jongste generaties. Met EDUbox en andere initiatieven voor het onderwijs kon VRT vanuit haar educatieve taak een jong publiek bereiken.

- *EDUbox*

Met EDUbox bereikte VRT leerkrachten en leerlingen van het secundair onderwijs. EDUbox staat voor een educatief, digitaal en interactief pakket dat telkens een maatschappelijk relevant thema behandelt. De inhoud van elke EDUbox werd afgestemd op de eindtermen *van* en het verwerven van sleutelcompetenties *in* het secundair onderwijs. Het educatief pakket gaf jongeren inzichten en zette hen aan tot kritisch denken, leerde hen discussiëren en een eigen mening vormen. Zo kwamen in 2022 thema's zoals migratie, teamwork, gezondheid en cybersecurity aan bod. Voor dit initiatief werkte VRT samen met diverse partners, afhankelijk van het thema, zoals (in 2022) Mediawijs, IMEC, Brightlab, Sciensano, Hannah Arendt Instituut en het BELVue Museum. De EDUboxen werden aangeboden aan leerkrachten via de VRT-kanalen, Smartschool en KlasCement.

- *KLAAR*

KLAAR van VRT NWS zijn educatieve uitlegvideo's met actueel materiaal over een specifiek thema, gericht op leerlingen van het secundair onderwijs. De video's zijn geschikt voor leerkrachten als lesmateriaal, om te werken rond nieuws en discussie in de klasgroep te stimuleren. KLAAR werd aangeboden via Vrtnws.be, Smartschool en Het Archief voor Onderwijs. KLAAR bouwde de voorbije jaren een archief op dat beschikbaar bleef.

KLAAR evolueerde in het najaar van een permanent aanbod naar een thematisch aanbod waarmee beter aansluiting kon gevonden worden bij het mediagedrag van jongeren. Zo werden in het kader van De Warmste Week uitlegvideo's van KLAAR ontwikkeld voor leerlingen en videogetuigenissen van jongeren in kansarmoede voor leerkrachten. Dat materiaal was beschikbaar op VRT MAX en op Het Archief voor Onderwijs.

- *NWS NWS NWS*

Omdat jongeren in hoge mate via Instagram informatie verzamelen zette de nieuwsdienst vooral in op dit platform: via NWS NWS NWS werd ingespeeld op de actualiteit met duiding onder de vorm van leerrijke explainers.

- [NWS@School](#)

Voor het NWS NWS NWS-format [NWS@school](#) ging de jongerenredactie wekelijks op bezoek in een school waar met tieners in gesprek werd gegaan over actuele nieuwsgebeurtenissen. Het gesprek werd telkens afgesloten met een [NWS@school](#)-quiz die ook verspreid werd door NWS NWS NWS. De klas die op het einde van het schooljaar de hoogste score heeft, mag een dag meewerken op de NWS NWS NWS-redactie en mee de nieuwsstroom van die dag bepalen.

- *Aandacht voor digitale inclusie*

Voor het brede publiek zette VRT ook in op het thema digitale inclusie. Zo ondersteunde zij een bewustmakingscampagne van DigitAll, samen met Mediawijs. *Iedereen beroemd* (Eén) bracht in het najaar een rubriek *Silver Surfers* (laagdrempelige uitleg bij online toepassingen met ouderen). VRT publiceerde de eerste *Digiwatte?*-filmpjes (uitlegvideo's over digitale toepassingen zoals online bankieren en gebruik maken van VRT MAX) op Eén en VRT MAX.

- *Inspiratieavonden De Warmste Week*

Specifiek voor het onderwijs werd een aanbod uitgewerkt over het thema kansarmoede in het

onderwijs, naar aanleiding van De Warmste Week. Samen met Welzijnszorg, Netwerk tegen Armoede, Klasse en Krijt vzw werden inspiratieavonden over dit thema opgezet.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 17. De VRT versterkt haar digitaal bereik door in te zetten op meer geregistreeerde gebruikers. Tegen 2025 streven we naar 1 op 2 Vlamingen als geregistreeerde gebruikers (hebben dus een VRT-profiel).

Alle Vlaamse mediagebruikers kunnen gratis gebruik maken van het aanbod op de eigen digitale platformen. Voor een aantal toepassingen (zoals het aanbod-op-aanvraag op VRT MAX) dient de gebruiker zich te registreren met een profiel. Het aantal geregistreeerde gebruikers steeg van 2.871.262 VRT-profielen eind 2021 tot 3.383.300 eind 2022. (Om zich te registreren dient men 13 jaar of ouder te zijn. / Bron: VRT Data Lake. / Opmerking: sommige personen gebruiken meer dan één profiel. Anderzijds zijn er profielen die door meer dan één persoon gebruikt worden.)

Zo bedroeg het aandeel geregistreeerde gebruikers ten opzichte van het totaal aantal Vlamingen 50,5% en 58,2% ten opzichte van het totaal aantal Vlamingen van 13 jaar of ouder (Bron: StatBel: Aantal Vlamingen slaat hierbij op inwoners van het Vlaams Gewest, op datum die het laatst beschikbaar was). VRT bereikte met andere woorden in 2022 reeds de doelstelling om tegen 2025 de helft van de Vlamingen als geregistreeerde gebruikers te tellen.

In deze telling werden de zogenaamde 'kinderprofielen' niet meegeteld. Deze profielen konden sinds 29 augustus 2022 aangemaakt worden door (groot)ouders voor hun (klein)kinderen. Daarmee kunnen kinderen kijken naar programma's (op VRT MAX) die geschikt zijn voor hun leeftijd. Eind 2022 waren er 22.164 kinderprofielen.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 18. Van de geregistreeerde gebruikers komt minstens de helft één keer per maand in contact/interactie met 1 of meerdere van onze digitale kanalen en is hij/zij dus een actieve gebruiker. Voorbeelden van een interactie of contact zijn: een video bekijken op VRTNU, luisteren en/of interageren via de radio app, deelnemen aan een online wedstrijd en het bekijken van een item op VRTNWS of Sporza.

De relevantie van de eigen digitale platformen is het hoogst als de geregistreeerde mediagebruiker er ook effectief gebruik van maakt, zoals bij het kijken/luisteren van programma's op VRT MAX of het bekijken van een item op Sporza.be of Vrtnws.be.

Het aantal actieve VRT-profielen nam toe van 1.118.784 eind 2021 naar 1.358.728 eind 2022. 40,2% van de geregistreeerde gebruikers was met andere woorden een actieve gebruiker (meting voor de maand december).

In 2022 ging de aandacht vooral naar de groei van het aantal geregistreerde gebruikers. VRT zal de komende maanden en jaren verdere initiatieven nemen waardoor ook de activiteitsgraad van Vlaamse gebruikers verder toeneemt. Dat zal er toe bijdragen om het VRT-bereik hoog te houden in het meer gedigitaliseerde medialandschap.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 nog niet behaald te zijn.

Strategische doelstelling 3: Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt.

KPI 19. De VRT bereikt met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse bevolking. Ze streeft er naar 65% van de groep 16- tot 24-jarigen te bereiken met haar informatieaanbod.

VRT NWS bereikte wekelijks 82,4% van de Vlamingen. (Bron: onderzoek van onderzoeksbureau Profacts bij 2.536 Vlamingen (12 jaar en ouder) in de periode 13 september – 30 oktober 2022).

Het informatieaanbod bereikte 76,6% van de jongeren van 16 tot en met 24 jaar. Dat informatiebereik nam verder af, ten opzichte van 80,8% in 2021.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 20. De Vlaming vindt het informatieaanbod van de VRT betrouwbaar. De VRT bevraagt jaarlijks de betrouwbaarheid van haar informatieaanbod op basis van een transparante en representatieve methode.

De VRT-nieuwsdienst moet hoge standaarden inzake deontologie, beroepsethiek en integriteit hanteren. Dat moet garanderen dat het informatieaanbod beschouwd wordt als de meest betrouwbare nieuwsbron in Vlaanderen.

Dat laatste blijkt ook uit onderzoek. Datasynergy onderzocht in 2022, in opdracht van VRT maar in volle onafhankelijkheid, in welke mate de Vlaming de verschillende nieuwsbronnen in Vlaanderen betrouwbaar vond. Dat gebeurde aan de hand van een representatieve bevraging bij 2.011 personen (van 12 jaar of ouder) in de periode 31 oktober - 16 november 2022). VRT-Televisie, VRT-Radio en Vrtnews.be bekleedden de eerste drie plaatsen van de verschillende nieuwsbronnen die werden bevraged (Vlaamse nieuwsorganisaties en relevantste sociale media): 74% had (veel) vertrouwen in VRT-Televisie als nieuwsbron, 71% in VRT-Radio en 69% in Vrtnews.be (ter vergelijking: 22% in Facebook en 17% in Twitter).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 21. De VRT zal de nodige medewerking verlenen wat betreft de monitoring van haar onpartijdigheid.

Het vertrouwen in de VRT-nieuwsdienst kan enkel hoog blijven als hij ten allen tijde inzet op het bewaren van de onpartijdigheid. In de praktijk betekent dat onder andere dat alle meningen vertegenwoordigd kunnen zijn in het informatieaanbod en dat dit ook effectief gebeurt. Voor de nieuwsdienst is geen enkele mening over een nieuwsgebeurtenis of een maatschappelijke evolutie

de enige juiste. De nieuwsredactie en journalisten kunnen zich daardoor steeds autonoom opstellen.

In opdracht van de minister, bevoegd voor het mediabeleid, heeft de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) aan de Universiteit Antwerpen gevraagd om de onpartijdigheid van het VRT-nieuwsaanbod te onderzoeken. Desgevraagd leverde de VRT-nieuwsdienst alle mogelijke medewerking aan dat onderzoek. Zo bezorgde VRT NWS beelden en transcripts van diverse programma's zoals *Het journaal van 13 uur* (Eén), *Het journaal van 19 uur* (Eén), *Terzake* (Canvas), *De afspraak* (Canvas), *De zevende dag* (Eén) en *Villa Politica* (Eén).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 22. De VRT investeert in toepassingen die mediagebruikers helpen zich te wapenen tegen desinformatie, indien mogelijk samen met andere partners.

Desinformatie is een belangrijk maatschappelijk probleem waar mediagebruikers mee worstelen. Uit het 'Jouw VRT'-onderzoek (uit 2021) bleek ook dat de Vlaming veel van zijn publieke omroep verwacht als het gaat over de strijd tegen desinformatie. Het tegengaan ervan is dan ook een prioriteit van VRT. De aandacht voor het bestrijden van desinformatie ondersteunt dat vertrouwen in haar onafhankelijk en onpartijdig informatieaanbod.

De VRT-nieuwsdienst heeft een factcheck-redactie die nepberichten ontkracht in de radio- en tv-programma's, op platformen zoals Vrtnws.be en de VRT NWS-app, en ook via de sociale media. Omdat desinformatie steeds andere vormen aanneemt, ontwikkelt de VRT-nieuwsdienst ook andere manieren om desinformatie onder de aandacht te brengen en aan te tonen dat het nepnieuws is. Voorbeelden uit 2022:

- De nieuwsdienst startte met korte videoformats om factchecks te verspreiden. Deze werden aangeboden op Vrtnws.be, de VRT NWS-app en (sinds het najaar van 2022) VRT MAX.
- Vanaf de start van de oorlog in Oekraïne startte de factcheck-redactie met het verifiëren van beelden en berichten over de oorlog. Als gevolg daarvan werden tientallen factchecks gepubliceerd.
- Binnen het Benedmo-project (Vlaams-Nederlandse samenwerking tegen desinformatie, opgestart in 2021) werden in 2022 verschillende initiatieven genomen, zoals de bouw van een website, het signaleren en bundelen van factchecks van alle partners en het bepalen van gezamenlijke onderwerpen om uit te werken in zogenaamde Benedmo-factchecks. Op een Benedmo-conferentie *Desinformatie in tijden van conflict* droeg de nieuwsdienst bij met een workshop over het verzamelen en analyseren van gegevens die verkregen zijn uit openbaar beschikbare bronnen (OSINT) en een lezing over de aanpak van de eigen desinformatie-cel. In dit netwerk zijn de partners aan Vlaamse kant: VRT, Knack, KU Leuven, Textgain en Mediawijs en aan Nederlandse kant: het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Universiteit Leiden, Universiteit van Amsterdam, het Algemeen Nederlands Persbureau, het onderzoekscollectief Bellingcat en Netwerk Mediawijsheid.
- Samen met VRT Innovatie werkte de nieuwsdienst verder aan de ontwikkeling van een 'gereedschapskist' die journalisten kunnen gebruiken om desinformatie te bestrijden.
- De samenwerking met deCheckers vzw werd verder uitgebouwd. Zo werden gastcolleges ontwikkeld voor opleidingen journalistiek. Op 2 april 2022 werd de website Decheckers.be gelanceerd waarop factchecks van de verschillende partners (VRT NWS, Knack en Factcheck.Vlaanderen) worden gebundeld.
- Radio 1 startte in september 2022 met een radioprogramma *Het uur van de waarheid* waarin

ingegaan werd op bedrog, nepnieuws en complotten rond nieuwsgebeurtenissen. In het programma (dat ook als podcast werd aangeboden) ging men in gesprek met factcheckers, experts en luisteraars over de zoektocht naar wat feit en wat fictie is.

Binnen haar relancebeleid voorzag de Vlaamse overheid middelen voor een digitaal transformatieplan voor de mediasector. Diverse projectoproepen werden gelanceerd waaronder één over desinformatie. Samen met Vlaamse mediapartners, technologiepartners en academische partners ontwikkelde VRT in 2022 twee projectvoorstellen (die eind 2022 werden goedgekeurd): Eerste hulp bij twijfel (dat journalisten en burgers weerbaarder wil maken tegen desinformatie met toegankelijke toepassingen en nieuwe formats) en Counterscam (dat een community van professionele factcheckers en digitale aanbod-ontwikkelaars wil opbouwen om kwetsbare jongeren beter te bereiken in de strijd tegen desinformatie).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 23. De VRT maakt minstens 15 diepgravende onderzoeksjournalistieke verhalen per jaar.

Naast het brengen van nieuwsgebeurtenissen en duiding, rekent de VRT-nieuwsdienst het tot zijn uitdrukkelijke opdracht om ook zelf nieuwsfeiten naar boven te brengen na langdurig en diepgaand speurwerk.

Een groot deel van deze journalistieke bijdragen wordt door het programma *Pano* verspreid. In 2022 waren er 15 diepgravende *Pano*-reportages, onder meer over bouwbedrog door aannemers, psychische hulp bij jongeren, machtsmisbruik bij Vlaamse universiteiten en het gebruik van antipsychotica in woonzorgcentra.

VRT NWS realiseerde nog andere onderzoeksjournalistieke initiatieven. Samen met De Tijd bijvoorbeeld kwam een reeks tot stand over de illegale handel in geroofd erfgoed. VRT NWS realiseerde een onderzoeksvideo over de gebeurtenissen rond de dood van Sanda Dia. De nieuwsdienst leverde, na onderzoek, berichtgeving over gebruikersgroepen die op Telegram dwepen met Hitler en de Holocaust ontkennen. *Terzake* realiseerde een onderzoeksjournalistieke reportage over een arts die vrouwen mogelijk kunstmatig had bevrucht met eigen sperma.

Een overzicht van de diepgravende journalistieke verhalen zijn opgenomen in bijlage C.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 24. Elk aanbodsmerk maakt een informatieaanbod op maat van de gebruikers van haar aanbod.

Het kwalitatieve informatieaanbod van VRT was in 2022 gediversifieerd opgebouwd en afgestemd op de doelgroepen van de verschillende aanbodsmerken.

Eén

De kijker van Eén kon dagelijks rekenen op diverse journaals (13 uur, een update rond 18 uur, 19

uur, *Laat* en extra uitzendingen bij grote nieuwsgebeurtenissen) en wekelijks op *De zevende dag* (met aandacht voor politiek, maatschappelijke evoluties, cultuur en sport), het economisch magazine *De markt* en rechtstreekse verslaggeving vanuit het Vlaams en het Federaal Parlement (*Villa Politica*). Ook in andere programma's werd informatie verstrekt zoals in *Over eten* (rond voedingsthema's) en *Factcheckers* (dat stellingen checkte die bij het publiek de ronde doen).

Canvas

Canvas focuste zich op duiding bij nieuwsgebeurtenissen en maatschappelijke evoluties, met interviews en reportages in *Terzake*, debat in *De afspraak* en *De afspraak op vrijdag* (over politieke evoluties) en reportages over buitenlandse ontwikkelingen in *Vranckx*. Canvas bood nog andere informatieve programma's, zoals de docureeks *Syrië, de giftige oorlog* (dat het gebruik van chemische wapens in Syrië onderzoekt) en *Fake news & ik* (over de mechanismen van fake news en de impact ervan op ons leven).

Ketnet

Karrewiet bracht elke dag nieuws op kindermaat, op tv, Ketnet.be, de Ketnet-app en VRT MAX maar ook met aangepaste berichten op TikTok en reportages op YouTube. *De week van Karrewiet* bood een weekoverzicht van de belangrijkste nieuwsberichten. *Ket & Doc* bood kinderdocumentaires waarin waargebeurde verhalen bekeken worden vanuit de ogen van een kind. Naar aanleiding van het WK Voetbal publiceerde Ketnet verschillende uitlegvideo's op diverse digitale platformen (onder andere over Qatar en kritiek op Qatar).

Radio 1

Radio 1 bood naast de nieuwsuitzendingen op het uur ook elk halfuur een nieuwsbulletin tijdens de ochtend- en avondspits. Het duidingsprogramma *De ochtend* werd dagelijks uitgezonden. Het duidingsaanbod van *De wereld vandaag* (dat op weekdays werd uitgezonden) werd vanaf het najaar aangevuld met een nieuw programma: *Voorproevers* (van maandag tot en met donderdag) dat ruimte bood voor lange gesprekken met een gast (over wetenschap, literatuur, theater, cultuur, enzovoort). Ook andere programma's zetten, op hun manier, in op informeren, zoals *Het uur van de waarheid* (dat inging op fake news en propaganda) en *Nieuwe feiten* (dat duiding gaf bij kleine nieuwsberichten).

Radio 2

Binnen het nieuwsaanbod van Radio 2 ging ruim aandacht naar nieuwsgebeurtenissen uit de regio's, onder meer met zeven ontkoppelde nieuwsuitzendingen (per regio) per dag. In andere Radio 2-programma's werd de luisteraar ook geïnformeerd, zoals in *Spits* en het consumentenprogramma *De inspecteur* (dat bijvoorbeeld ook een belastingspecial-reeks uitzond).

MNM

Als jongerenzender bood MNM nieuwsuitzendingen op maat van jongeren. Nieuwsberichten werden ook opgenomen in *Gillis & Govaerts* en *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* en (vanaf 19 april 2022) in *Kawtar & Keyaert*. De Instagrampagina van MNM deelt ook de NWS NWS NWS-nieuwsberichten die gericht zijn naar jongeren. De web-uitzending *#BelRiadh* (zie VRT NWS) werd gemaakt in samenwerking met *Generation M*, de behandelde onderwerpen kwamen daarbij ook aan bod in *Gillis & Govaerts*.

Studio Brussel

De luisteraars van Studio Brussel konden elk uur (en tijdens de spitsuren elk halfuur) luisteren naar

een nieuwsuitzending die op hen afgestemd was.

Klara

Klara bleef, naast de nieuwsuitzendingen, dagelijks een overzicht brengen van de krantencommentaren (ook beschikbaar als podcast). *Espresso* en *Pompidou* brachten nieuws uit de Vlaamse en internationale cultuursector en gaven ruimte voor gesprekken met experts rond actuele thema's (zoals over de bedreiging van erfgoed en cultuur door de oorlog in Oekraïne), *Music Matters* focuste dan weer op muzieknieuws.

VRT MAX

De mediagebruiker kon de informatieprogramma's van Eén, Canvas en Ketnet (her)bekijken op de momenten die het beste pasten (idem voor *#BelRiadh*). VRT MAX promootte geregeld programma's die aansloten bij een actuele gebeurtenis (zoals de oorlog in Oekraïne en de dood van Queen Elisabeth).

VRT NWS

De VRT-nieuwsdienst was de leverancier van het journalistieke nieuws- en duidingsaanbod voor de VRT-aanbodsmerken. VRT NWS vernieuwde zijn nieuwswebsite Vrtnws.be en de VRT NWS-app. De focus kwam, waar het kon, nog meer te liggen op video- en audio-fragmenten. De online platformen brachten geregeld live uitzendingen over nieuwsgebeurtenissen en duiding bij de actualiteit. *#BelRiadh* was een onlineprogramma waarbij in interactie werd gegaan met de mediagebruiker over thema's die leven in de samenleving. Het online nieuwsplatform nam vrijwel dagelijks ook berichten over van Bruzz. In september lanceerde VRT NWS een podcast *Het kwartier* waarbij elke weekdag drie nieuwsverhalen werden toegelicht. Op sociale media publiceerde VRT NWS ook eigen berichtgeving, onder meer met *Karrewiet* op TikTok (voor kinderen) en *NWS NWS NWS* op Instagram (voor jongeren).

Sporza

Sporza focuste zich op nieuws en duiding uit de sportwereld. Dat gebeurde op radio, televisie, Sporza.be en de Sporza-app. Ook op sociale media deelde Sporza sportnieuws.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 25. Minstens 55% met groeipad naar 65% tegen het einde van de beheersovereenkomst van de items op VRT NWS (app en website) is duidelijk gerelateerd aan audio- en/of video-aanbod, uitgezonderd items over geschiedenis, cultuur, wetenschap en fact checks.

Audio- en video-aanbod produceren en verspreiden vormden de kern van het VRT-nieuwsaanbod. Om de mediagebruiker ook online goed te kunnen bedienen, werd dat aanbod ook ondersteund met tekst. 'Kleinere' nieuwsberichten werden bijna uitsluitend in tekstvorm aangeboden. De nieuwsdienst koos er ook voor om bij sommige thema's duiding en analyse aan te bieden in tekstvorm, maar ook dan werd dit vaak ondersteund door audio of video.

Op basis van continue, geautomatiseerde metingen volgde de VRT-nieuwsdienst nauwgezet op dat

het merendeel van de nieuwe items op de VRT NWS-website en -app ook een audio- en/of videofragment bevatte. In elke maand van 2022 was het aandeel van de items met audio en of video (zowel op de website als in de app) boven de opgelegde 55%-norm (In januari: 86,7%, in februari: 89,7%, in maart: 89,0%, in april: 86,6%, in mei: 82,6%, in juni: 81,6%, in juli: 80,0%, in augustus: 82,4%, in september: 80,4%, in oktober: 78,5%, in november: 81,7% en in december: 81,2%).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

Strategische doelstelling 4: De Vlaamse cultuur en creativiteit stimuleren.

KPI 26. Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en -coproducties bedraagt ten minste 65% van de totale output op Eén, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur, en op Canvas, uitgezonden tussen 20 uur en 23 uur. Het Vlaamse aanbod is ook prominent zichtbaar op VRT NU.

VRT focust op het produceren en publiceren van Vlaamse producties. De publieke omroep zet daarbij vooral in op producties die in Vlaanderen bedacht en ontwikkeld zijn, uitzonderlijk wordt een internationaal format in een 'vervlaamste' versie besteld.

Het aandeel van de Vlaamse tv-(co)producties bedroeg 71,8% van de uitzendingen op Eén (tussen 18 uur en 23 uur) en Canvas (tussen 20 uur en 23 uur). Eén behaalde een aandeel van 84,7% en Canvas van 52,5%. (Een overzicht van de uitgezonden Vlaamse tv-producties en -coproducties in prime-time op Canvas en Eén is opgenomen in bijlage D.)

VRT MAX zette de Vlaamse producties van Eén, Canvas en Ketnet en Vlaamse web only-reeksen voortdurend in de kijker. Nadat eind augustus ook het audio-aanbod (van Radio 1, Radio2, MNM, Studio Brussel en Klara) een plaats kreeg op VRT MAX, werden ook die Vlaamse audioproducties (zoals podcasts) geregeld gepromoot op de startpagina. VRT implementeerde in het najaar van 2022 een meetsysteem op VRT MAX. Daaruit bleek dat in het laatste trimester 78,9% van de producties die in de bovenste banner verschenen op de startpagina van Vlaamse makelij was. Dat droeg ertoe bij dat het merendeel (78) van de 100 best bekeken programma's Vlaamse producties waren.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 27. De VRT heeft aandacht voor Vlaams en Nederlandstalig product:

- **De VRT verbindt zich ertoe dat op Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel de Vlaamse muziekproducties minstens 25% van de totale muziektijd innemen. (Vlaamse muziekproductie: elke productie waarbij de creatieve inbreng van een Vlaming als uitvoerder, auteur, producer of arrangeur een bepalende rol speelt).**
- **Minstens 30% van de muziektijd op Radio 2 is Nederlandstalig.**
- **Minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig.**
- **Vlaams en Nederlandstalig product is prominent zichtbaar in het online audio-aanbod van de VRT.**

De VRT-radionetten brachten in 2022 elk een muziekaanbod dat telkens was afgestemd op de

specifieke bevolkingsgroepen. Vlaamse en Nederlandstalige muzieknummers vormden een belangrijk deel van dat aanbod. Tegelijk kreeg nieuw Vlaams muziktalent een platform op de radiozenders.

In 2022 was 26,4% van de muziekproducties op Radio 1, Radio2, Klara, MNM en Studio Brussel een Vlaams muzieknummer. 31,2% van de muzieknummers op Radio 2 was Nederlandstalig, op Radio 1 bedroeg dat aandeel 15,6%. Detailgegevens van de verhouding Vlaamse/Nederlandstalige muziek ten opzichte van totaal muzikaanbod is opgenomen in bijlage E.

De VRM heeft steekproefsgewijs een controle uitgeoefend op de cijfergegevens van de VRT. Deze controle gebeurt op basis van de opgevraagde playlists. De gegevens voor de periodes van 1 januari 2022 tot en met 31 januari 2022 en van 1 december 2022 tot en met 31 december 2022 werden bij de VRT opgevraagd. Er werd een vergelijking gemaakt tussen de overgemaakte playlists van de VRT en de opnames die door de VRM steekproefsgewijs zijn gemaakt. Uit deze controle blijkt dat de gegevens die door de VRT werden overgemaakt gelijk zijn aan de controledata van de VRM.

Ook online werd Vlaamse en Nederlandstalige muziek geregeld in de schijnwerpers gezet. Enkele voorbeelden:

- De muziekstroom Radio 1 Lage Landen Lijst bood Nederlandstalige muziek op Radio1.be, De Radio 1-app, Radioplus.be en (vanaf het najaar) op VRT MAX.
- De digitale muziekstroom Radio2 Bene Bene bood hoofdzakelijk muziek uit ons land en uit Nederland. Tussen de muziek werden interviews met Vlaamse artiesten uit het reguliere Radio2-aanbod uitgezonden.
- Diverse muziekopnames van de aanbodsmerken werden verzameld en gepubliceerd op VRT MAX. (Verschillende ervan werden ook gedeeld op sociale media.) Zo werden ook de *Radio 1-Sessies* live gestreamd (en aangeboden) op VRT MAX. Het streaming-platform zond *De eregalerij* van Radio2 uit en publiceerde gesprekken met laureaten.
- Verschillende podcasts hadden aandacht voor muziek en artiesten van bij ons, zoals:
 - *Wannes* (Radio 1) over zanger en kunstenaar Wannes Van de Velde.
 - *Wereldhits van bij ons* (Radio2) waarin Vlaamse artiesten aan het woord kwamen over hun internationale successen.
 - *Family Affair* (Studio Brussel) over muzikale dynastieën in Vlaanderen.
 - *Vijftig tinten gras* (Studio Brussel) over 50 jaar festivals in Vlaanderen.
 - *Toots* (Klara) over de carrière van Toots Thielemans.
- MNM bood op VRT MAX *Swipe* aan: een digitaal videomagazine met nieuws uit de muzieksector en showbizzwereld.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 28. De VRT capteert jaarlijks 250 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor één of meerdere aanbodsmerken.

Nadat de culturele sector in het voorjaar weer was open gegaan (na de beperkingen omwille van de coronacrisis), bloeide het cultuurleven in Vlaanderen opnieuw open met tal van concerten en voorstellingen. De VRT-aanbodsmerken capteerden daar een diverse selectie van en organiseerden er ook zelf. De aanbodsmerken zonden zo 317 concerten, Vlaamse voorstellingen en festivals uit.

Aantal captaties per aanbodsmerk in 2022 (Bron: VRT):

- Eén: 16
- Canvas: 50
- Ketnet: 4
- Radio 1: 18
- Radio 2: 42
- Klara: 127
- MNM: 26
- Studio Brussel: 32
- VRT NU: 2

Bijlage F is een overzicht van deze captaties.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 29. De VRT besteedt over verschillende aanbodsmerken heen, en los van informatie- en duidingsprogramma's, in haar aanbod jaarlijks aandacht aan ten minste 10 gebeurtenissen, herdenkingsmomenten, initiatieven, ... op het vlak van de Vlaamse identiteit en cultuur.

VRT bekleedt een unieke plaats binnen Vlaanderen doordat zij als publieke omroep van de Vlaamse Gemeenschap heel dicht bij de Vlaamse identiteit staat. Alle aanbodsmerken hebben voortdurend aandacht voor ontwikkelingen *in* en verhalen *uit* de Vlaamse samenleving. Herdenkingen, gebeurtenissen en initiatieven op het vlak van de Vlaamse identiteit en cultuur kregen in 2022 meer dan 10 keer aandacht via de VRT-aanbodsmerken. Voorbeelden daarvan waren:

- De Vlaamse feestdag werd gevierd met het muziekprogramma *Vlaanderen Feest!* op Eén. Ook de andere aanbodsmerken hadden aandacht voor het feest van Vlaanderen, zoals een verslag van de festiviteiten en de hele dag Vlaamse muziek op Radio2 Bene Bene en aansluitend de finale *Brussel Danst!* op Radio2 (dat ook een Vlaanderen Feestlied liet maken (Als de zon schijnt)), en *Canvas Curiosa* (een online-reeks over de geschiedenis van Vlaanderen).
- Naar aanleiding van de heropening van het KMSK Antwerpen bracht Canvas *Een nacht in het museum* dat uitgebreid inging op de kunstenaars Rubens en Ensor en hun werk. Tien jonge kunstenaars lieten zich in de videoreeks *De aanbidders* inspireren door Aanbidding door de Koningen van Peter Paul Rubens voor een eigen creatie.
- In de human interest-reeks *Niets gaat over* (Eén) werd aan de hand van getuigenissen het dodelijke busongeval in Sierre (in 2012) herdacht.
- Radio 1 en Klara zonden een gemeenschappelijk programma *Toots 100* uit, 100 jaar na de geboorte van Toots Thielemans. Aansluitend werd een lofconcert ter ere van de kunstenaar uitgezonden.
- Het toeristisch programma *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) inspireerde de kijker om de eigen Vlaamse regio te ontdekken door aandacht te schenken aan bestemmingen en activiteiten.
- Vlaamse muziekklassiekers werden herwerkt en gecoverd in *#LikeMe* (Ketnet) dat kinderen en (groot)ouders verbond.
- Radio 1 bouwde met zijn luisteraars in *Expo '22* aan een virtuele tentoonstelling over iconische voorwerpen van bij ons. Dat resulteerde ook in een echte expositie in het MAS.

- Regioreporters uit de verschillende Vlaamse regio's gingen in *Radio2 Mysteries* op zoek naar antwoorden op onopgeloste raadsels en vreemde gebeurtenissen die zich her en der hebben voorgedaan. Dat gebeurde in *Start je dag*, *Radio2 Middag* en de Radio2-app. VRT MAX bood ook een podcastafgeleide.
- Het Radio 1-programma *#weetikveel* stond diverse keren stil bij historische verhalen uit de Vlaamse geschiedenis (zoals over De Ronde van Vlaanderen en het 'opstandige karakter' van Gent).
- Klara herdacht in de reeks *Boem Paukeslag* de dichter Paul van Ostaijen, 125 jaar na zijn geboorte.
- Radio 1 (in *Culture Club*) en Canvas (in *De afspraak*) hadden elk ruime aandacht voor de Vlaamse literatuurprijs 'De Boon' (die in samenwerking met Literatuur Vlaanderen en De Standaard tot stand kwam).
- De podcast *De volgwagen* (MNM en Radio2) bracht verhalen van sleutelfiguren uit het Vlaamse wielermilieu, naar aanleiding van 'het sportvolksfeest in Vlaanderen': het wielervoorjaar.
- Radio 1 had geregeld aandacht voor de band tussen Vlaanderen en Nederland. Dat gebeurde onder meer in een wekelijkse rubriek in *Nieuwe feiten* waarbij een Nederlandse journalist moest raden naar de betekenis van typisch Vlaamse woorden. Tijdens De week van het Nederlands stond *De wereld van Sofie* stil bij de 'schoonheid' van de Nederlandse taal en werd in *De taalstaat* (een gemeenschappelijk programma met NPO Radio 1) ingegaan op de veelzijdigheid van onze taal.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 30. Elk aanbodsmerk, met uitzondering van Sporza, brengt een cultuuraanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.

De VRT-aanbodsmerken hadden enerzijds aandacht voor cultuur die veel Vlamingen met elkaar verbond en anderzijds voor verdiepend cultuuraanbod. Enkele voorbeelden.

- Voor *De week van de Belgische muziek* (31 januari – 6 februari) bundelden VRT en VI.BE de krachten, samen met de brede muzieksector. Onze muzieksector kreeg aandacht in divers aanbod, zoals *De nieuwe lichting* (de talentenwedstrijd van Studio Brussel), *Belpop Helden* (muzikale eerbetonen door artiesten voor andere (of gestorven) artiesten, Radio 1), *Radio2 Bene Bene 1000* (met een top 1.000 van Belgische muzieknummers), de reeks *De twintigers* (rond klassieke muziek-, jazz- en wereldmuziek-talent, Klara), een webdocureeks *Achter de artiest*, podcasts (zoals *Wereldhits van bij ons*), en muziek sessies op diverse zenders.
- Het KMSKA heropende op 24 september opnieuw de deuren. Onder de titel 'Ontdek het KMSKA' maakte VRT via haar kanalen beeldende kunsten bij een breed publiek zichtbaar. Een week lang brachten de radionetten live-uitzendingen vanuit het museum. Daarnaast boden de VRT-merken op diverse manieren specifiek aanbod. In de rubriek *Kunstwerk in Iedereen beroemd* (Eén) toonden medewerkers en sympathisanten van het museum hun favoriete kunstwerk. In *Een nacht in het museum* (Canvas) kregen gasten en kijkers een preview van topstukken uit de KMSKA-collectie. VRT MAX ontwikkelde een thema-pagina rond de heropening met het verzameld audio- en video-aanbod van alle VRT-aanbodsmerken. In de videoreeks *Culture Club in het KMSKA* werd een blik achter de schermen van het museum getoond. De VRT MAX-reeks *De aanbidders* bracht jonge kunstenaars in beeld die zich lieten inspireren door het schilderij 'Aanbidding door de koningen' van Peter Paul Rubens. VRT MAX bood ook de reeks *Linde Merckpoel ontdekt het KMSKA*. In de podcast *Zot Schoon* ontdekten vijf VRT-gezichten samen met medewerkers van het KMSKA verschillende topstukken uit de

collectie. Daarnaast organiseerden VRT, het KMSKA en Museumpas een talentenwedstrijd rond beeldende kunsten: *De Nationale Expo* (zie KPI 32). Bijna de helft van de Vlamingen kwam in contact met VRT-aanbod rond de heropening van het KMSKA. Ook jongeren (bijna 30%) en kortgeschoolden (bijna 45%) werden met KMSKA-aanbod bereikt.

- Tijdens de VRT Boekenmaand besteedde VRT heel november aandacht aan boeken en lezen. Naast *De voorleesclub* (meer informatie: zie bij Eén), waren dat bijvoorbeeld de podcast *Leesba(a)r* (met meningen over tal van boeken), de Ketnet-reeks *Sarah leest voor* (met avontuurlijke verhalen) en de VRT MAX-special *Taxi Joris* (met het schrijversduo Nicci French). Radio2 en MNM zonden enkele keren uit vanop het boekenevenement Boektopia. Het *Radio 1 Boekenfeest* zette tijdens de herfstvakantie een week lang boeken en auteurs centraal. Vrtnws.be startte met een wekelijkse rubriek *De vijf boeken van de week* waarin vijf recente boeken werden opgenomen die de week voordien in een VRT-programma waren besproken. Een VRT-nieuwsbrief (Lees mee) bracht het boekennieuws en -tips uit het VRT-aanbod.

Radio 1

Culture Club gaf elke week aandacht aan actuele gebeurtenissen en evoluties in de brede cultuursector. In de zomerse variant (*Culture Club Zomer*) werden live-uitzendingen gemaakt vanop diverse culturele locaties of evenementen (zoals Opera Ballet Vlaanderen, Kunstenfestival Watou en MoMeNT Tongeren) met wekelijks ook boekentips. De podcast *Groen gebladerte* belichtte literair talent uit Vlaanderen en Nederland.

Radio 2

Vanuit haar regionale opdracht had Radio2 in haar aanbod (en specifiek in haar regionale uitzendingen) doorlopend aandacht voor cultuurevenementen en -gebeurtenissen in de verschillende Vlaamse regio's. Culturele items werden gebracht in bijvoorbeeld *De madammen* (zoals een nieuwe roman van Tom Lanoye, een concert van Stromae en de nieuwe Dikke Van Dale) en op een laagdrempelige manier in *De zoete inval* (zoals over schilderijen van Picasso en de gezondheidsimpact van lezen).

Klara

De cultuurzender Klara gaf in zijn programma's aandacht aan culturele prestaties. *Espresso* en *Pompidou* focusten op de actuele cultuurgebeurtenissen (ook met live uitzendingen-op-locatie zoals vanuit het MSK Gent en Bozar), *Music Matters* op muzieknieuws. De zender bracht verschillende hommages, zoals over César Franck, Heinrich Schütz, Daniel Barenhoim en Marcel Proust. De videoreeks *De architecte* portretteerde architecten die mee hun stempel drukten op het Belgische architectuurlandschap. *Klara Live* capteerde voorstellingen van Vlaamse culturele instellingen.

MNM

MNM had aandacht op maat voor cultuur die vertrekt vanuit de leefwereld van jongeren. Dat gebeurde onder meer in *De grote Peter Van de Veire Ochtendshow*, *Kawtar & Keyaert* en *Gillis & Govaerts*, met onder andere aandacht voor boeken, games en media. Geregeld ging ook aandacht naar Vlaams muzikalent, onder meer bij de talentenwedstrijd *Start to dj*.

Studio Brussel

Studio Brussel-programma's hadden geregeld aandacht voor diverse cultuurvormen, zoals films, series, concerten, nieuwe media, ... Na het overlijden van zanger Arno Hintjens bracht de zender een hele dag een special, onder de noemer *Le plus beau: Arno*, met onder meer herinneringen van luisteraars. Naar aanleiding van de lancering van de film *Zillion* (over de gelijknamige discotheek) bood Studio Brussel de podcast *The Legend of Zillion* aan en belichtte het in verschillende radio-uitzendingen (zoals *The Greatest Switch*).

Eén

Eén had geregeld aandacht voor muziek, zoals tijdens de awardshow *De MIA's* en een Nieuwjaarsconcert uit Wenen. Door een intensieve samenwerking tussen Radio2 en Eén werd *Zomerhit* groter dan voorheen. Het muziekproject vond een thuis in De Panne, Bredene en Blankenberge. Elke dag (vanaf de Vlaamse feestdag) bood Radio2 aandacht aan de genomineerde artiesten (onder ander in *Radio2 Zomerhit*). Op Eén werden zes 'zomerse' muziekshows uitgezonden. Op VRT MAX kregen de kijkers een blik achter de schermen. Het publiek bepaalde uiteindelijk wie de winnaar werd (Margriet Hermans). In *De voorleesclub* lazen bekende voorlezers verhalen voor. (Van een aantal verhalen werden audioverhalen gemaakt en gepubliceerd op VRT MAX.)

Canvas

Vlaamse artiesten kregen een podium in 36 afleveringen van *De Toots Sessies*, met aandacht voor muziek en podiumkunsten. Zowel de halve finales, de finales als het slotconcert van de Koningin Elisabethwedstrijd werd uitgezonden. *Popart: van Warhol tot Panamarenko* gidste de kijker doorheen de gelijknamige tentoonstelling in het SMAK. *Winteruur* plaatste literaire werken in de schijnwerpers. De gasten van *Cinema Canvas* (professionals uit de Vlaamse tv- en filmsector) gaven hun visie over recente producties, maatschappelijke thema's en werken in de filmindustrie.

Ketnet

In *Boek van de week* werd elke week een boek voorgesteld aan de kinderen. De animatiereeks *Mironins* bracht kunst op maat van de jongste kinderen. *Karrewiet* vervulde zijn informatieopdracht ook rond culturele nieuwsgebeurtenissen. Samen met de kinderen ging het op zoek naar het kinderwoord van het jaar. Ketnet werkte mee aan en had aandacht voor Kunstendag voor kinderen.

VRT NWS

VRT NWS bood zowel op radio, televisie als online cultuurnieuws uit Vlaanderen en de wereld. Meer uitgebreide duiding bij cultuurgebeurtenissen en -initiatieven kwamen aan bod in *De afspraak* (Canvas), *De ochtend* (Radio 1), *De wereld vandaag* (Radio 1) en *De zevende dag* (Eén).

VRT MAX

Het video-cultuuraanbod van de verschillende merken was terug te vinden op VRT MAX. Na de omvorming van VRT NU naar VRT MAX waren ook podcasts rond culturele thema's beschikbaar op het platform (zoals *Rubens* en *Wannes*). VRT MAX zond *De Ultima's* (de Vlaamse cultuurprijzen) live uit. Dat was ook het geval voor *De Ensors* (de Vlaamse film- en televisieprijzen verbonden aan het Filmfestival Oostende). Ook *Het VRT-taaldebat* (tijdens De week van het Nederlands) werd gestreamd op VRT MAX.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 31. Het Journaal van Eén bevat jaarlijks minstens 365 cultuuritems.

In 2022 bevatte *Het journaal* 670 unieke cultuur- en media-items. Uniek in de betekenis dat een item dat meerdere keren werd uitgezonden in *Het journaal van 13 uur*, *Het journaal van 19 uur* en *Laat* maar een keer geteld werd.

Bijlage G bevat een overzicht van deze items.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 32. De VRT introduceert jaarlijks 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeert met eigen cultuuraanbod.

VRT organiseerde in 2022 verschillende cultuurprojecten waaraan de Vlaamse mediagebruiker kon participeren. Dat waren onder meer:

- Samen met Museumpas en het KMSKA ging VRT in *De Nationale Expo* op zoek naar talent in de beeldende kunsten. Iedereen kon bij deze wedstrijd een kunstwerk inzenden wat uiteindelijk leidde tot een expositie van 100 werken in het KMSKA (van 22 december 2022 tot 22 januari 2023). *De Nationale Ketexpo* was een gelijkaardige wedstrijd van Ketnet voor kinderen. Kunstwerken van de winnaars werden bovendien geveild ten voordele van De Warmste Week voor projecten die cultuurparticipatie van kinderen en jongeren in armoede willen stimuleren.
- In het voorjaar konden lezers stemmen voor De Boon Publieksprijs: lezers werden aangezet om een boek te lezen en te stemmen voor hun favoriete boek uit een shortlist voor twee categorieën van de publieksprijs (kinder- en jeugdliteratuur en fictie/non-fictie).
- *Karrewiet* (Ketnet) ging op zoek naar het kinderwoord van het jaar. Daarvoor konden kinderen woorden insturen en stemmen voor hun favoriet woord (slay). Jongeren konden dan weer kiezen voor hun favoriet tienerwoord van het jaar (smash), onder impuls van NWS NWS NWS.
- MNM organiseerde voor de twaalfde keer *Start to DJ*. Muziektalenten konden een live-gemixte en herkenbare DJ-set van 30 minuten insturen. Een selectie van kandidaten kreeg een luisterpodium op de radiozender. (MagiK was de winnaar.)
- Studio Brussel organiseerde opnieuw *De nieuwe lichtung*, een zoektocht naar muziektalent. Elke muzikmaker in Vlaanderen kon zich daarvoor inschrijven. Een professionele jury koos negen finalisten. Die werden voorgesteld op Studio Brussel. De luisteraars konden, via een stemming, de drie artiesten/bands verkiezen tot winnaars (BLUAI, Shaka Shams en Ila).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

Strategische doelstelling 5: Durven innoveren en gebruik maken van technologie voor maatschappelijke impact.

KPI 33. De VRT doet aan smaakverbreding via algoritmes en curatie. De impact daarvan wordt op continue basis gemeten.

Het VRT MAX-platform onderscheidde zich in 2022 niet alleen door het aanbod zelf maar ook door in te zetten op het verbreden van de smaak van de gebruikers. Dat deed het enerzijds door manuele curatie: het manueel in de kijker plaatsen van aanbod en (omroepbrede) initiatieven. Anderzijds werden hiervoor geautomatiseerde aanbevelingen ingezet, gestuurd door algoritmes. Beide methodes hebben als doel om gebruikers naast gelijkaardige programma's waar ze eerder al naar keken of luisterden ook programma's voor te stellen uit andere domeinen (zoals cultuur, informatie of human interest).

Smaak definiëren

VRT focuste in 2022 op het ontwikkelen van een gepaste methodiek om smaak en bijgevolg smaakverbreding te meten. De resulterende metriek 'smaak' geeft binnen de context van VRT MAX in een getal weer hoe uniform het consumptiegedrag van een mediaconsument is verdeeld over een vaste groep categorieën. De aanbodscategorieën: Cultuur, Documentaire, Entertainment, Film, Human Interest, Humor, Levensbeschouwing, Lifestyle, Muziek, Nieuws en actua, Nostalgie, Series, Sport, Talkshows, Wetenschap en natuur. De smaakscore van een gebruiker is 0 wanneer deze enkel aanbod uit één aanbodscategorie consumeert en 100 wanneer diens consumptiegedrag perfect gespreid is over de selectie van alle aanbodscategorieën (wat niet voorkomt).

Smaak verbreden

VRT tracht de smaakscore van VRT MAX-gebruikers te verhogen aan de hand van redactionele curatie en geautomatiseerde personalisatie. De curerende redactie van VRT MAX maakte gebruik van aanbod uit verschillende categorieën om dit aanbod te promoten. Thematische 'swimlanes' over de 25-ste verjaardag van Canvas en over 'Topreksen die kans maken op de Ha! van HUMO' zijn hier voorbeelden van. Daarnaast ontwikkelde VRT haar eigen algoritmes verder om het rijke aanbod op VRT MAX aan haar gebruikers aan te bieden. Smaakverbreding wordt daarbij reeds tijdens het creatieproces van een algoritme ingebouwd om zo het consumptiegedrag van elke gebruiker uniformer te verdelen over de verschillende aanbodscategorieën. Eenmaal een algoritme in gebruik wordt genomen, evalueert VRT of het wel degelijk leidt tot een breder consumptiegedrag bij de gebruikers.

Smaak meten

De verschillende initiatieven rond curatie en personalisatie hebben, hoewel nog experimenteel, duidelijk resultaat. Dat blijkt uit geautomatiseerde metingen die werden ingebouwd.

Vanuit het oogpunt van de gebruiker hebben de smaakverbredende algoritmes die verbonden zijn aan het volledige VRT MAX-aanbod wel degelijk impact. Zo verdubbelde de smaakscore in enkele maanden bij de groep gebruikers die bij de lancering van VRT MAX in september 2022 een lage smaakscore hadden (van 1,67 naar 3,64). Voor de periode september-december 2022 (de eerste meetmaanden) was de gemiddelde smaakscore 28,77.

Vanuit het oogpunt van de manuele smaakverbredende initiatieven (curatie) blijkt dat die wel degelijk bijdragen tot het verhogen van de smaakscore van gebruikers. Dat is af te leiden uit de eerste meetmethodes die hiervoor ontwikkeld werden. Zo verhoogde bijvoorbeeld de (bovenvermelde) gecureerde swimlane '25 jaar Canvas' de smaakscore van gebruikers met 4,48%

en de swimlane van 'Topreksen die kans maken op de Ha! van HUMO' met 3,85%.

Toekomst

In 2023 zal VRT zich inzake smaakverbreding inzetten om haar bestaande initiatieven te optimaliseren. Daarnaast zullen de hierboven beschreven principes ook vertaald worden naar de context van VRT NWS. Ook voor de nieuwssite zal naar een passende smaakdefinitie toegewerkt worden om deze daarna te gebruiken voor de ontwikkeling van diverse initiatieven. (VRT NWS hanteerde in 2022 reeds aanbevelingsalgoritmes, zoals *Meest bekeken de voorbije week* (voor video), *De populairste fragmenten van de voorbije week* (voor audio) en *Meest recente nieuws uit eigen regio* (op basis van het gebruikersprofiel)).

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 34. De VRT is tegenover de mediagebruiker transparant over het gebruik en de aard van de publieke omroepalgoritmes.

VRT werkte verder aan een transparantiebeleid over de publieke omroepalgoritmes. Daarbij wil zij zo goed mogelijk rekening houden met de verwachtingen van de gebruikers inzake privacybewaking en datagebruik.

VRT gaf de opdracht aan een onderzoeker van UGent te bepalen hoe het publieke omroepalgoritme het beste kan uitgelegd worden. In overleg werd een plan van aanpak uitgewerkt dat in 2023 verder uitgerold zal worden.

Een eerste stap was het updaten van de VRT-privacypagina op haar digitale platformen. Onder de sectie 'Onze (gepersonaliseerde) diensten' werden verwijzingen aangebracht met algemene informatie over het algoritme, zoals het bestaan ervan, de reden waarom we dit gebruiken en inzetten (het beter inspelen op de smaken van de gebruiker en het uitbreiden van zijn smaak) en de betekenis ervan voor de mediagebruiker.

Bij publieke verklaringen verwees VRT geregeld naar het gebruik van publieke omroepalgoritmes. Daarbij werd benadrukt dat VRT met haar publiek omroepalgoritme de gebruiker probeert te overtuigen om een meer divers aanbod te bekijken/beluisteren. Met andere woorden: het publiek omroepalgoritme vertrekt van de intentie om een maatschappelijk relevant aanbod zo goed mogelijk in de kijker te plaatsen van de gebruikers. Dat gebeurt in een combinatie van een technische oplossing (algoritme) en menselijke curatie.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 35. De VRT biedt aan elke geregistreeerde mediagebruiker een gebruiksvriendelijk portaal om zijn gebruikersdata te raadplegen en te beheren.

Alle VRT-websites en -apps zijn gratis en voor iedereen vrij toegankelijk, en kunnen voor basisfunctionaliteiten zonder registreren gebruikt worden. Registreren als een VRT-gebruiker (en als gebruiker inloggen) is wel noodzakelijk bij meer interactieve toepassingen (zoals een video bekijken

of deelnemen aan een wedstrijd). Maximale privacy van de gebruikersgegevens is verzekerd.

Een profiel als VRT-gebruiker aanmaken kan via een gebruiksvriendelijk portaal (<https://profiel.vrt.be>). Hij kan er zijn persoonsgegevens ingeven en wijzigen en zijn gebruikersdata beheren. Met het profiel kan de gebruiker zich aanmelden bij de VRT-websites en -apps. Door deze centrale registratie hoeft de gebruiker zich maar eenmaal aan te melden (als hij verschillende websites en apps van VRT gebruikt) en wordt de inhoud van het online-aanbod ten dele afgestemd op zijn profielkenmerken.

Eind augustus 2022 werd het kinderprofiel uitgerold. Daardoor konden ouders voor hun kinderen jonger dan 13 jaar ook een profiel aanmaken (met een beperkt aantal gegevens: naam en leeftijd). Dat profiel werd gekoppeld aan het ouderprofiel. Als een kind zich met het kinderprofiel aanmeldt in de VRT MAX-omgeving komt het terecht in de kindvriendelijke Ketnet-zone waar alleen kinderprogramma's aangeboden worden. In die veilige omgeving konden kinderen onder andere series en films bekijken, luisterverhalen horen en spelletjes spelen.

VRT tekende ook een traject uit om de transparantie en de gebruiksvriendelijkheid van de profielsite te verhogen. In 2023 wordt dit uitgerold.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 36. De VRT realiseert jaarlijks minimaal 3 innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters.

In 2022 werkte VRT samen met diverse partners rond volgende innovatieprojecten:

Desinformatie

- *Benedmo* (Start: 2021).
 - Doel: uitbouwen van een netwerk waarin factcheckers, mediabedrijven, wetenschappers, e.a. kennis en expertise samenbrengen in de strijd tegen desinformatie.
 - Samen met Knack, KU Leuven, Textgain, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Universiteit Leiden, Universiteit Amsterdam, het Algemeen Nederlands Persbureau, onderzoekscollectief Bellingcat, Netwerk Mediawijsheid en Mediawijs.
- *TITAN* (Start: september 2022).
 - Doel: onderzoek naar toepassingen voor mediagebruikers waarmee ze op een kritische manier met informatie op het internet kunnen omgaan en zelf valideren.
 - Samen met VUB, Artevelde Hogeschool, Engineering ATC, NCSR-D, Uninnettuno, IPT, Swarmcheck, DBT, VTT en CSD.
- *AI4MEDIA* (Start: 2020).
 - Doel: opzetten van een expertisenetwerk over AI in de media, ter ondersteuning van nieuwsproductie en desinformatie.
 - Samen met o.a. KU Leuven, Deutsche Welle, RAI en Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.
- *Eerste hulp bij twijfel* (Start: november 2022).
 - Doel: journalisten en burgers weerbaarder maken tegen desinformatie door de ontwikkeling van toegankelijke toepassingen en nieuwe formats die een antwoord bieden op twijfel rond desinformatie.

- Samen met deCheckers, KU Leuven, Roularta Media Group, Textgain, UAntwerpen en VUB.
- *Counterscam* (Start: november 2022).
 - Doel: een community bouwen en op die manier de meest kwetsbare jongeren beter bereiken in het bestrijden van desinformatie.
 - Samen met deCheckers en Chase.

Digitale content en interactie.

- *CityStory* (Start: 2019 – Einde: december 2022).
 - Doel: ontwikkeling van een digitaal verhalenplatform om samenwerking te stimuleren.
 - Samen met Bureau voor urbanisme, KU Leuven, NCP SemiConductors, Studio Dott, Bits of Love en Legind Technologie A/S.

Educatie

- *ParCos* (Start: 2020).
 - Doel: wetenschappelijke data op een interactieve en aantrekkelijke manier begrijpelijk maken en communiceren.
 - Samen met KU Leuven, Lappeeranta University of Technology en Knowle West Media Centre.
- *Real Heroes* (Start: 2020 – Einde: juni 2022).
 - Doel: opzetten van een multi-gebruikersomgeving voor VR-beleving voor het engageren van jongeren in wetenschappen, kunsten en de maatschappij.
 - Samen met Digi.Ba en WeMakeVR.
- *STEAMS* (Start: 2021 – Einde: september 2022).
 - Doel: het inzetten van technologie en verhalen vertellen om samenwerkend leren te stimuleren.
 - Samen met FTRPRF, Hudson, Uitgeverij Averbode, ITEC en KU Leuven Augment.
- *EDUMAKE* (Start: oktober 2022).
 - Doel: het internationaliseren van EDUbox en het realiseren van een EDUbox rond de Europese verkiezingen van 2024.
 - Samen met IMEC (Mediawijs), MLA, NTR en FPZG.

Productieprocessen en werkstromen.

- *FogProtect* (Start: 2020 – Einde: december 2022).
 - Doel: ontwikkelen van technologieën voor end-to-end-gegevensbescherming bij gedecentraliseerde media-werkstromen.
 - Samen met Ubiwhere, Athens Technology Center, IBM Israel, University of Southampton, Nokia Solutions and Networks, Thales SIX GTS, Technische Universität Wien en Universität Duisburg-Essen.

Toegankelijkheid

- *SignOn* (Start: 2021).
 - Doel: nagaan hoe communicatie tussen slechthorenden en goedgehoorden vergemakkelijkt kan worden.
 - Samen met UGent, Vlaams GebarentaalCentrum, KU Leuven, European Union of the Deaf, Dublin City University, Fincons Group, Instituut voor de Nederlandse Taal, University of the Basque Country, The National Microelectronics Applications Centre

Ltd, Pompeu Fabra University, Technological University Dublin, Trinity College Dublin, University College Dublin, Radboud Universiteit, Nederlandse Taalunie en Tilburg University.

Ondersteuning en samenwerking met start-ups en scale-ups.

- *MediaMotorEurope* (Start: 2020 – Einde: april 2022).
 - Doel: ondersteuning van 'deep tech'-start-ups en scale-ups.
 - Samen met Samen met Media City Bergen, Thermi Ventures, Athens Technology Center, Cluster Sofia Knowledge City, FastTrack en F6S.
- *STADIEM* (Start: 2020).
 - Doel: coachingprogramma voor start-ups en scale-ups.
 - Samen met Media City Bergen, Storytek Ou, Next Media Accelerator GmbH, Martel GmbH, EBU en F6S.
- *REACH* (Start: 2020).
 - Doel: opzetten van een Europese incubator voor start-ups en kmo's in data.
 - Samen met Commissariat A L Energie Atomique Et Aux Energies Alternatives, Universidad De La Iglesia De Deusto Entidad Religiosa, Instituto Tecnológico De Informatica, Zabala Innovation Consulting, Bright Development Studio S, Maat France Sarl, F6s Network Limited, Mtu Eesti Ariinglite Assotsiatsioon, Ethniko Kentro Erevnas Kai Technologikis Anaptyxis, [System@Tic](#) Paris Region, Jot Internet Media España Sl, Migros Ticaret Anonim Sirketi, Yapi Kredi Teknoloji Anonim Sirketi, Play And Go Experience Sl, Sonae Mc - Servicios Partilhados, Sa, Almerys, Idea75 Srl en Diputacion Foral De Bizkaia.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

Strategische doelstelling 6: Samen het media-ecosysteem sterk houden.

KPI 37. De VRT laat haar samenwerkingsinitiatieven met de mediasector in 2024 evalueren door een onafhankelijke deskundige.

Geen beoordeling in 2022. Deze KPI is van toepassing op het jaar 2024.

KPI 38. De VRT besteedt minimaal 18,25% met een groeipad naar 20% van haar totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonic en herstructureringskosten aan de externe productie. Hiervan gaat op jaarbasis minimaal 500.000 euro naar de externe audiosector. De VRT investeert bovenop dit percentage, 33% van de bijkomende middelen die ze haalt uit commerciële communicatie en BAN (excl. ruil) door de indexering van het globale plafond.

Bestedingen (i.e. uitgaande geldstromen) aan de externe productie- (audio, video en digitale content) en facilitaire sector. Deze bestedingen bevatten 2 types: i.e. bestedingen in de externe productiesector (1) en de facilitaire sector (2). Bestedingen in de externe productiesector zijn cash out van tape op tafel (zonder schermwaarde en VRT-inbreng in natura), cash out van afgewerkte online producten, cash out van afgewerkte reportages, ontwikkelingsbudget externe productiehuisen. Versleuteling van de exclusiviteiten van de externe producenten vallen hier niet onder. Bestedingen in de facilitaire sector zijn cameraploegen, huur extern facilitair personeel en ENG-personeel, huur productiemiddelen, opnamemiddelen, studio's, reportagewagens, montage. Bestedingen type (1) en type (2) blijven grosso modo in gelijke mate evolueren. Een globale stijging van externe bestedingen kan niet gepaard gaan met een negatieve evolutie van bestedingen type (1).

VRT produceert zelf het grootste deel van haar aanbod maar een belangrijk deel bestelt zij bij de Vlaamse productiesector. Tegelijk leveren facilitaire bedrijven ook heel wat diensten om VRT-producties mogelijk te maken (denk maar aan postproductiehuisen, cameraploegen en toeleveringsbedrijven (van studio's bijvoorbeeld)). VRT is met andere woorden een belangrijke investeerder in de Vlaamse productie- en facilitaire sector.

In 2022 investeerde VRT 110.432.139 euro of 24,7% van haar totale inkomsten (exclusief ruil, de dotatie voor Brussels Philharmonic, de dotatie voor herstructureringskosten, uitgestelde dotatie en meerwaarde uit verkoop grond en gebouwen) in de externe productie- en facilitaire sector. Bovenop deze investeringen werd 33% of 745.378 euro van de bijkomende middelen die ze haalde uit commerciële communicatie en BAN (exclusief ruil) door de indexering van het globale plafond geïnvesteerd. In totaal investeerde VRT dus 111.177.519 euro aan de externe productie- en facilitaire sector.

De investering in de Vlaamse productiesector bedroeg 92.886.809 euro en 17.631.940 euro aan facilitaire bedrijven.

658.768 euro besteedde VRT aan de externe audiosector. Deze bestedingen bevatten de bestedingen voor externe audiocontent (podcasts), podcastmakers al dan niet verbonden aan Het Klankverbond (schrijvers, stemmen, historici, ...), acteurs/presentatoren/scenaristen wanneer ze meewerken aan podcasts, het inzetten van een opnamestudio en jingle-pakketten.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

KPI 39. De VRT investeert jaarlijks in de coproductie van minimaal 15 afleveringen documentaires, waarvan minstens 8 auteursdocumentaires (one-off-documentairefilm of afleveringen per reeks).

Documentaire is een non-fictiefilm of reeks, die een behandeling of interpretatie weergeeft van de realiteit, vanuit de persoonlijke betrokkenheid van de maker, met een intrinsieke langetermijnwaarde. Dit gaat over de investeringen. Het is mogelijk dat een documentaire waarvoor in jaar x in geïnvesteerd wordt, in jaar y geprogrammeerd wordt, hetzij lineair, hetzij op VRT NU of beide.

Samen met externe productiehuisen en/of andere omroepen produceerde VRT tal van coproducties.

Dat was ook het geval voor documentaires. Zo investeerde VRT in 25 documentaires. Daarvan werden er 12 uitgezonden als een reeks (*Metissen in België*, *Bariloche* en *De kaping van de Pompei*) en 13 als afzonderlijke documentaires (zoals *Heimeland* en *Ket & Doc: Voorbij de sterren*). 8 documentaires waren auteursdocumentaires (zoals *Holgut* en *All-In*).

Een overzicht van de documentaires in coproducties is opgenomen in bijlage H.

De performantiemaatstaf blijkt hiermee in 2022 behaald te zijn.

Conclusie

De VRT heeft **bijna alle performantiemaatstaven behaald** die in 2022 behaald moesten worden. Eén performantiemaatstaf werd echter niet behaald. Het betreft KPI 18: *"Van de geregistreerde gebruikers komt minstens de helft één keer per maand in contact/interactie met 1 of meerdere van onze digitale kanalen en is hij/zij dus een actieve gebruiker. Voorbeelden van een interactie of contact zijn: een video bekijken op VRTNU, luisteren en/of interageren via de radio app, deelnemen aan een online wedstrijd en het bekijken van een item op VRTNWS of Sporza"*. Eind 2022 telde de VRT 1.358.728 "actieve" profielen tegenover 3.383.300 "geregistreerde" profielen. Dat betekent dat 40,2% van de geregistreerde gebruikers een actieve gebruiker was. VRT zal de komende maanden en jaren verdere initiatieven nemen waardoor ook de activiteitsgraad van Vlaamse gebruikers verder toeneemt. Dat zal er toe bijdragen om het VRT-bereik hoog te houden in het meer gedigitaliseerde medialandschap.

Over de volgende KPI's wordt in dit rapport nog **geen uitspraak** gedaan omdat ze nog niet behaald moesten zijn in 2022. Dat is het geval voor de KPI 10 (diversiteit in beeldvorming), het tweede en derde punt van KPI 11 (diverse samenstelling personeelsbestand) en KPI 37 (evaluatie samenwerkingsinitiatieven door een onafhankelijke deskundige).

KPI 17 (versterkingdigitaal gebruik door meer geregistreerde gebruikers) moet ook pas worden behaald in 2025 maar deze doelstelling werd door VRT reeds behaald in 2022.

De VRM stelt vast dat de VRT in het kader van het opvolgen van de strategische doelstellingen in 2022 goede resultaten heeft neergezet.

Bijlagen

Bijlage A: KPI 3 - Voorbeelden van maatschappelijke relevantie.

BIJLAGE A - BIJ KPI 3

De VRT kan jaarlijks 100 voorbeelden van maatschappelijke relevantie naar voor schuiven, over de verschillende aanbodsmerken heen.

NIET-EXHAUSTIEVE LIJST VAN VOORBEELDEN

INPUT			
	Maatschappelijke relevantie	Omschrijving	Titel
EEN			
	Ondernemen en ondernemerschap	Gepassioneerde ondernemers riepen Kamal Kharmachs hulp in omdat hun onderneming dreigt failliet te gaan. Kamal maakte in <i>Andermans zaken</i> een scherpe analyse van hun onderneming en zocht samen met de ondernemers naar oplossingen. Hij kreeg daarbij steun en uitleg van diverse experts.	Andermans zaken
	Leven in armoede	In <i>Zorgen voor mama</i> vertelden moeders wat het betekent om in armoede te leven. Experts Joost Bonte (straathoekwerker) en Claudia Di Vaio (Kind en Gezin) gingen op zoek naar oplossingen in het kluwen van administratie en regelgeving. Samen met de moeders werd nagegaan welke stappen er gedaan kunnen worden genomen.	Zorgen voor mama
	Jongdementie	Door hun ziekte krijgen	Restaurant

		mensen met jongdementie vaak te maken met onbegrip. Daarnaast moeten ze vaak verplicht stoppen met werken, waardoor hun zelfvertrouwen een deuk krijgt. Daar wou <i>Restaurant misverstand</i> verandering in brengen: door de buitenwereld te tonen wat ze wél nog kunnen. Een groep mensen met jongdementie vormden samen een voltallige keukenbrigade en bedieningspersoneel en baten zo samen een restaurant uit.	misverstand
	Diverse thema's zoals personen met een autismespectrumstoornis, met verslavingen, onvervulde kindervensen, e.a.	Philippe Geubels portretteerde in <i>Taboe</i> mensen met wie je eigenlijk niet mag lachen. Op locatie ontmoette de presentator onder meer mensen met een autismespectrumstoornis, mensen die geworsteld hebben met een verslaving, mensen met een opvallend uiterlijk, vrouwen, mensen met een onvervulde kindervens en mensen met verschillende genderbelevingen. Het programma gaf verduidelijking bij gevoelige thema's en zorgde voor verbinding door humor.	Taboe
	Werkloosheid	In <i>De Kemping</i> bouwde een groep van langdurige werkzoekenden een tijdelijke camping op. Ze werden begeleid door Tijs Vanneste, voormalig sociaal werker. De deelnemers werden er geconfronteerd met heel wat fysieke en mentale uitdagingen. Elk van hen heeft ook zijn eigen bagage mee, zoals een moeilijke thuissituatie, de diagnose van autisme, een spierziekte, hun afkomst of verslavingsproblematiek.	De Kemping
	Diverse thema's zoals pleegkinderen, daklozen, plastische	<i>Durf te vragen</i> verzamelde de interessante, grappige en gedurfde vragen voor	Durf te vragen

	chirurgie, e.a.	verschillende groepen mensen. Hun antwoorden geven een unieke en soms confronterende inkijk in de leef - en denkwereld van deze mensen. Kwamen aan bod: lesbische vrouwen, veteranen, Sikhs, pleegouders en pleegkinderen (in de periode van de week van de pleegzorg), daklozen (naar aanleiding van De Warmste Week), plastische chirurgie, mensen met autisme.	
	Slachtofferhulp	Eén, VTM en Play4 brachten een benefietprogramma <i>Oekraïne 12-12</i> naar aanleiding van de oorlog in Oekraïne en de slachtoffers ervan, met gesprekken met oorlogsverslaggevers en reportages: Kijkers die hulporganisaties financieel wilden steunen, konden terecht bij een belpanel met bekende gezichten van de diverse zenders.	Oekraïne 12-12
	Mensen met het syndroom van Down	Dieter Coppens en medebegeleidster Saar gaan in <i>Down The Road</i> samen met zes jongeren met het syndroom van Down op reis. Voor de groep is het een kans om hun zelfstandigheid uit te testen, hun angsten te overwinnen en te genieten van het leven, de liefde en de vriendschap.	Down The Road
	Mannenkankers	De driedelige reeks <i>Kom op tegen Kanker-alles in de strijd</i> wilde helpen om het taboe rond mannenkankers te doorbreken, meer specifiek rond prostaat- en teelbalkanker. Dat gebeurde door gesprekken met deskundigen, met mannen die deze kankers al gehad hebben en met acht bekende Vlamingen die ook uit de kleren durven gaan net om het taboe bespreekbaar te maken.	Kom op tegen Kanker, alles in de strijd

Leven met longaandoeningen	In <i>De klim van je leven</i> stonden zeven Vlamingen met een longaandoening of verstoorde ademhaling voor een sportieve uitdaging: een zware bergrit rijden in de Italiaanse Dolomieten. Het programma volgt de individuele en gezamenlijke trainings- en revalidatietrajecten en de beklimming van de Sella Ronda.	De klim van je leven
Diverse thema's zoals digitale zakkenrollers, kinderarbeid en illegale alcohol.	<i>Factcheckers</i> checkte wat er klopt van vele berichten, beweringen en weetjes die tot ons komen. Thema's die aan bod kwamen waren onder andere: illegale alcohol, kinderarbeid, gezondheid, digitale zakkenrollers, deepfake video's, onbestaande vakantiehuisen, privacy op internet en fraude met ziektebriefjes.	Factcheckers
Slachtofferhulp en hulp aan nabestaanden	Op 13 maart 2022 was de 10de verjaardag van het busongeval in Sierre. Actrice Katrien De Ruyscher en VRT NWS-journalist Lieven Van Gils interviewden in <i>Niets gaat over</i> familieleden van de slachtoffers en gekwetste kinderen. Hun getuigenissen waren een eerbetoon aan de overleden kinderen en waren verhalen van hoop en troost.	Niets gaat over
Onderwijs	Oud-leraar Tijs Vanneste ging in <i>Meneer Vanneste</i> na wat er vandaag de dag reilt en zeilt rond het onderwijs en de Vlaamse scholen. Hij stond ook zelf opnieuw voor de klas, om uit eerste hand te ervaren hoe het is om in 2022 leerkracht te zijn.	Meneer Vanneste
Welzijn jongvolwassenen	<i>Roomies</i> was een reeks over de zoektocht van twee lesbische twintigers naar hun identiteit en hoe je volwassen wordt, vol humor en herkenbaarheid.	Roomies

CANVAS		
Prostitutie	Gilles De Coster praatte in <i>Sekswerkers</i> met vijf vrouwen en drie mannen die actief zijn in de raamprostitutie, thuisontvangst, escortservice en onlinebranche. Ze getuigden over hun leven en werk. De sekswerkers hebben een uniek venster op de seksuele zeden en levensverhalen van klanten uit alle sociale geledingen.	Sekswerkers
Mensen van diverse afkomst en sociaal werk	City Pirates koppelt sport aan diversiteit en sociaal engagement. Een jaar lang volgde <i>FC United: City Pirates</i> de coach Yves Kabwe en de beloftenploeg van City Pirates. De spelers zijn jonge, sterke karakters die vechten voor hun droom, op het voetbalveld en in het leven. Hun inzet en enthousiasme op het veld staan in schril contrast met wat ze meemaken buiten de groene rechthoek. City Pirates wil hen een perspectief geven, hen leren samenwerken en zich inzetten voor een doel.	FC United: City Pirates
Mentale gezondheid	Steeds meer mensen krijgen te maken met psychische problemen. De coronacrisis heeft voor een toename gezorgd van angst- en depressieklachten, ook bij jongeren. Dat maakt de nood aan therapie prangender dan ooit. Het tweede seizoen van <i>Therapie</i> bood een discrete inkijk in de therapieruimte van een aantal therapeuten, de verhalen van de cliënten, de problemen waar die mee worstelen en de inzichten die ze krijgen tijdens de therapie.	Therapie
Oudermishandeling	<i>Als je eens wist</i> focuste op intrafamiliaal geweld: gewelddadig gedrag van kinderen tegen hun ouders. De reeks bracht aan de hand	Als je eens wist

		van (anonieme) getuigenissen een zo volledig mogelijk beeld van deze problematiek.	
	Vlaamse collaboratie tijdens de Tweede Wereldoorlog	In <i>Bariloche</i> kwamen kinderen en kleinkinderen van vergeten Vlaamse collaborateurs die na de Tweede Wereldoorlog naar Argentinië zijn gevlucht om een nieuw leven te beginnen in Bariloche, aan het woord. De reeks schetste het portret van een aantal van die Vlaamse collaborateurs en de erfenis die ze er achterlieten.	Bariloche
	Kolonialisme	60 jaar na de onafhankelijkheid van Rwanda vertelde de driedelige documentaire reeks <i>Metissen van België</i> de geschiedenis van meer dan 300 metissen uit de Belgische koloniale periode in Rwanda. De makers van de reeks deden dat aan de hand van het levensverhaal van drie van hen die getraumatiseerd terecht kwamen in een adoptiegezin of een weeshuis. Pas in 2015 kregen ze toegang tot hun officiële dossier en konden ze op zoek gaan naar hun roots.	Metissen van België
	De positie van vrouwen in onze samenleving	De strijd voor een gelijkwaardige positie en vertegenwoordiging van vrouwen en mannen in Vlaanderen is al meer dan een eeuw oud. Aan de hand van getuigenissen en archiefbeelden toonde de reeks <i>Wij, vrouwen</i> de evolutie de positie van vrouwen in onze samenleving, zowel privé als in het publieke leven.	Wij, vrouwen
	Diverse thema's zoals religie, chronische vermoeidheid en huiselijk geweld	In <i>Taxi Joris</i> bracht Joris Hessels met zijn taxi een aantal passagiers op hun bestemming. Tijdens die ritten luistert hij naar hun levensverhaal. Daardoor kwamen heel wat maatschappelijk relevantie	Taxi Joris

	thema's aan bod zoals pleegzorg, diversiteit in sport, religie, huiselijk geweld, Roma-cultuur, chronische vermoeidheid & pijn, therapie & dienstverlening en integratie.	
Klimaat	Terwijl de klimaatcrisis toeneemt gaan vervuilende multinationals en nalatende overheden verder hun gang. Tot een Nederlandse advocaat wereldgeschiedenis schreef met de wet als wapen. <i>Duty of Care</i> volgde Roger Cox in zijn strijd tegen Shell en andere grote spelers. Hij baande de weg voor een nieuw soort klimaatactivisme.	Duty of Care
Desinformatie	In de tweedelige documentaire <i>Fake news & ik</i> onderzocht VRT NWS de mechanismen achter fake news en de impact ervan op ons denken en doen.	Fake news & ik
Diverse thema's zoals desinformatie en het gebruik van chemische wapens	In de driedelige documentaire <i>Syrië, de giftige oorlog</i> onderzochten Rudi Vranckx en Inge Vrancken het systematisch gebruik van verboden chemische wapens in Syrië, de gevolgen ervan en het onderzoek ernaar. Tegelijk werd ingegaan op de uitdaging om waarheid van leugen en propaganda te onderscheiden en werd nagegaan wie er achter de informatieoorlog zit.	Syrië, de giftige oorlog
Omgaan met een dodelijke ziekte	Op 5 augustus overleed Caroline Pauwels, de vroegere rector van de VUB. In de vier seizoenen daarvoor werkte Canvas aan een documentaire over de veelzijdige en geëngageerde vrouw. De documentaire <i>De vier seizoenen van Caroline Pauwels</i> toonde haar leven achter de schermen. De reeks maakt kennis met haar kijk op de wereld en laat zien hoe die	De vier seizoenen van Caroline Pauwels

		evolueert doorheen de seizoenen.	
	Doodgaan en levenseindezorg	Dokter Mirjam Willemsen behandelt terminale zieken en werd zelf ook patiënt met ongeneeslijke kanker. In <i>Dying to live</i> doorbreekt ze het taboe rond doodgaan om de levenseindezorg te verbeteren.	<i>Dying to live</i>
KETNET			
	Kanker	Voor <i>Kom op tegen Kanker</i> maakte <i>Karrewiet</i> explainers om de feiten uit te leggen. <i>Tekens van leven</i> bevatte twee portretten van kinderen met kanker. De Canadese fictiereeks <i>Jenny</i> volgde het verhaal van een meisje dat vecht tegen de ziekte. Drie verschillende invalshoeken om het kankerthema bespreekbaar te maken bij kinderen.	Ketnet komt op tegen kanker
	Pesten	Voor STIP IT, een anti-pestcampagne/actie, werkte Ketnet samen met MNM en Radio2. Daardoor konden meer doelgroepen bereikt worden en kon daardoor de impact van de actie vergroot worden. Zo was er bijvoorbeeld aandacht aan pesten en de strijd ertegen in de MNM-programma's <i>De grote Peter Van de Veire ochtendshow</i> en <i>Generation Wijs</i> .	STIP IT
	Leven in de grootstad	De reeks <i>Hoodie</i> speelde zich af in Brussel, waarbij de hoofdpersonages geconfronteerd worden met de mooie en minder mooie kanten van het leven in de grootstad en waarbij ze moeten vertrouwen op hun moreel kompas.	<i>Hoodie</i>
	LGBTQ	In de reeks <i>#LikeMe</i> zat er	<i>#LikeMe</i>

	een verhaallijn waarin een hoofdpersoonage zijn coming out doet en daar de nodige problemen door ondervindt. Hij wordt gepest en heeft het moeilijk zichzelf te zijn.	
Vluchtelingen en huisjesmelkerij	In <i>3Hz</i> werden de vier hoofdpersoonages geconfronteerd met een huisjesmelker. Ze leerden twee Syrische zussen kennen die hun land zijn ontvlucht en probeerden hier een leven op te bouwen.	3Hz
Puberteit en opgroeien	De fictiereeks <i>Meisjes</i> en de non-fictiereeks <i>Twaalf is veel</i> toonden hoe het is om op te groeien als kind en je leven te zien veranderen in de zomer voor je naar het middelbare onderwijs gaat.	12 is veel Meisjes
Inclusiviteit en leven met een beperking	In de wedstrijd <i>Homo Universalis Ketnet</i> hadden verschillende kinderen een zichtbare en onzichtbare beperking. Zij maakten deel uit van de deelnemersgroep maar kregen afhankelijk van hun beperking een aanpassing van de opdracht, zodat het spel voor alle deelnemers eerlijk kon verlopen.	Homo Universalis Ketnet
Diversiteit in families	Niet alle kinderen groeien op in een traditioneel gezin. <i>De Faker</i> toonde dat er verschillende soorten gezinnen zijn, met verschillende achtergronden, verschillende financiële achtergrond en verschillende samenlevingsvormen.	De Faker
Sociale armoede	<i>Twaalf is veel</i> toonde kinderen van verschillende sociale achtergronden. Zonder dit te benoemen maar juist door deze diversiteit geïntegreerd mee te geven. Daardoor konden kinderen zien dat niet iedereen in dezelfde rijkdom opgroeit. De documentaire <i>Goals</i> toonde meisjes die	Twaalf is veel Kt & Doc: Goals

		opgroeien in sociale woonblokken in Antwerpen en die hopen dat ze met voetbal vooruit kunnen komen in het leven.	
Rouw en verlies	Ket & Doc bracht twee verhalen die draaien rond rouwverwerking en verlies. <i>Licht</i> toonde een meisje dat haar twee ouders heeft verloren. In <i>Vorbij de sterren</i> legden oudere mensen uit hoe ze met verlies omgaan.	Ket & Doc: Licht Ket & Doc: Vorbij de sterren	
RADIO 1			
Vrouwelijke ondernemers en hun start-ups	<i>Bruggenbouwers</i> was een programma dat probeert "bruggen te bouwen in tijden van alsmaar meer polarisering". In een uitzending ging het onder andere over vrouwelijke ondernemers en de obstakels die zij ervaren om hun start-ups te laten groeien.	Bruggenbouwers	
Jonge weduwen/weduwenaars met kinderen	Zangeres en auteur Hannelore Bedert verloor haar man aan hartfalen, en bleef achter met haar twee kleine kinderen. In <i>De wereld van Sofie</i> vertelde ze over het rouwproces, de eenzaamheid en de zoektocht naar een beter leven.	De wereld van Sofie	
Euthanasie na overlijden van je partner	Er zijn koppels die er voor kiezen om samen uit het leven te stappen, zodat een van hen niet alleen hoeft achter te blijven. <i>De wereld van Sofie</i> stond, onder meer samen met expert Wim Distelmans, neer bij deze levenskeuze/stervenswens en de alternatieven ervoor.	De wereld van Sofie	
Bewust alleenstaande vaders	Sybe Vandemeulebroucke is een dertigjarige man die graag bewust alleenstaande vader wordt. Maar tussen droom en daad staan wetten en praktische bezwaren. Die werden belicht in <i>De wereld van Sofie</i> .	De wereld van Sofie	

Ouderenzorg	Na teleurstellende ervaringen in een woonzorgcentrum, nam Karin haar moeder Irene in huis. In <i>De wereld van Sofie</i> werd stilgestaan bij het leven in woonzorgcentra en de alternatieven ervoor.	De wereld van Sofie
Seksualiteit en relaties	<i>Vraag het aan Rika</i> was een vaste rubriek in het programma <i>Nieuwe feiten</i> en een podcast. Daarin werd stilgestaan bij vragen rond vriendschappen, liefdes, relaties en seksualiteit.	Nieuwe feiten
Slaapproblemen	Er zijn aanwijzingen dat een zwaarder deken helpt om beter te slapen voor mensen met slaapproblemen, ADHD en autisme. In <i>Nieuwe feiten</i> werd met Lieve van Egmond, slaaponderzoekster aan de Universiteit van Uppsala, ingegaan op slaapproblemen, de gevolgen ervan en mogelijke hulpmiddelen.	Nieuwe feiten
Biodiversiteit	De biodiversiteit neemt af: er zijn steeds minder wilde planten en dieren. Patrick Jansen verbonden aan het Departement Omgevingswetenschappen aan de Wageningen Universiteit lichtte in <i>De wereld van Sofie</i> de problematiek en de gevolgen ervan voor ons leven toe.	De wereld van Sofie
Vriendschapsbreuk	Het thema "de impact van vriendschapsbreuken op ons leven" werd toegelicht in <i>De wereld van Sofie</i> door Uus Knops psychiater en rouwexpert.	De wereld van Sofie
Cybercriminaliteit	Cybercrime-expert Christophe Van Bortel wees in <i>Het uur van de waarheid</i> op de diversiteit van technieken die cybercriminelen gebruiken. Tegelijk werd ingegaan op hoe we ons als burger kunnen beschermen tegen deze fraudeleuze praktijken.	Het uur van de waarheid

RADIO 2			
	Voedselverspilling	Elk jaar gaat er ongeveer 2 miljoen ton voedsel verloren in Vlaanderen. Wereldwijd gaat het om 1,3 miljard ton: dat is 1/3e van de totale voedselproductie. Jelle Beeckman gaf via <i>De inspecteur</i> tips om minder eten te verspillen.	De inspecteur
	Thuiswerken	<i>De inspecteur</i> hield een open enquête na twee jaar thuiswerken en de impact ervan op ons werk- en privéleven. De resultaten ervan werden voorgesteld en besproken in het programma.	De inspecteur
	Energieprijzen	<i>De inspecteur</i> stond stil bij de hoge energieprijzen. Het programma focuste zo ook op het eenzijdig veranderen door een energieleverancier van contracten met klanten.	De inspecteur
	De menopauze	De helft van de wereldbevolking maakt het mee en toch hoor je er amper wat over: de menopauze. <i>Wijs</i> stond stil bij de verschijnselen ervan, de klachten en de gevolgen voor het leven van vrouwen.	Wijs
	Alzheimer	Op Wereld Alzheimer Dag besteedde <i>Radio2 Ann&Daan</i> aandacht aan dementie. Dat gebeurde onder andere aan de hand van een gesprek met Hugo Sigal (van Nicole en Hugo) over de ziekte bij Nicole.	Radio2 Ann&Daan
	Borstamputatie	<i>Radio2 Ann&Daan</i> stonden stil bij borstamputaties, de redenen ervan en de gevolgen. Dit vertrekende van een getuigenis van Ann. Die liet haar borsten preventief amputeren omdat ze drager is van een gen dat haar 80% kans geeft om borstkanker te ontwikkelen.	Radio 2 Ann&Daan

Narcisme	Voor de buitenwereld zijn het charmante, vlotte figuren die met gemak een hele groep kunnen entertainen maar achter gesloten deuren ontpoppen ze zich vaak tot manipulators. Samenleven met een narcist laat diepe sporen na. <i>Wijs</i> ging samen met narcismecoach Nelly De Keye op zoek naar de verhalen van luisteraars terzake.	Wijs
Uitheemse dieren door klimaatverandering	Heel wat dieren die hier eigenlijk niet thuishoren kwamen in onze streken terecht, onder meer door de klimaatverandering. Dierenkenner Joeri Cortens gaf in <i>Weekwatchers</i> toelichting bij de oorzaken en de gevolgen ervan.	Weekwatchers
Alcoholgebruik	Elke Belg drinkt gemiddeld bijna 1000 glazen alcohol per jaar. Dokter Sofie Tobback, huisarts en gespecialiseerd in alcoholproblematiek, gaf in <i>De madammen</i> toelichting bij ons gebruik en de gevolgen ervan voor onze gezondheid en gedrag.	De madammen
Financiële problemen	Door de energiecrisis en de stijgende voedselprijzen raken almaar meer mensen in financiële problemen. Maar hulp zoeken doen de meesten pas na vijf jaar. Mikail Ilgazoglu, schuldbemiddelaar bij het CAW, gaf in <i>Wijs</i> toelichting waarom het van levensbelang is om op tijd aan de alarmbel te trekken.	Wijs
MNM		
Seksueel grensoverschrijdend gedrag	In Nederland kwam een zaak aan het licht van seksueel overschrijdend gedrag bij The Voice Of Holland. Die zaak kreeg ook heel wat weerklank in Vlaanderen waardoor het thema ook sterk leefde bij jonge meisjes. In <i>Generation</i>	Generation M

	<p><i>M</i> werd ingegaan op de problematiek en gevolgen ervan.</p> <p>Grensoverschrijdend gedrag werd ook in september in <i>Generation M</i> behandeld. Onder meer door de bijdrage van het programma aan Syllabuse, een "handboek" over grensoverschrijdend gedrag, een initiatief van de Genderkamer.</p>	
Diverse thema's zoals een woning vinden en verliefd worden.	De podcast <i>Bless The Mess</i> behandelde thema's waarover je meer wil weten als jongere zoals het kopen van een woning, hoe omgaan met verliefd worden, enzovoort.	Bless The Mess
Anorexia en geestelijke gezondheidszorg	Tijdens de Week van de Geestelijke Gezondheidszorg kwam Paulien bij <i>Kawtar & Keyaert</i> getuigen over haar leven met en strijd tegen anorexia.	Kawtar & Keyaert
Dienstplicht	In <i>Generation M</i> werd de hypothetische stelling besproken: "Vroeger was er een verplichte legerdienst, de dienstplicht. Moeten we daar terug mee beginnen?" De voor- en nadelen werden samen met de luisteraars onderzocht.	Generation M
Stoppen met roken	In een uitzending van <i>Generation M</i> werd met ZicZacKitty en professor Filip Lardon gepraat over roken en de gevolgen ervan. Dat gebeurde naar aanleiding van een campagne van #whatthesmoke van Kom op Tegen Kanker.	Generation M
Abortus	In <i>Kawtar & Keyaert</i> stelde Pommeliers Thys haar nieuwe single Zilver voor. Daarbij ging ze in op de aanzet ertoe, met name de beslissing van het Amerikaanse Hooggerechtshof om het recht op abortus in de Verenigde Staten af te	Kawtar & Keyaert

		schaffen en de betekenis ervan voor vrouwen.	
	Mensen met een beperking	William Boeva en Karolien Debecker kwamen in <i>Generation M</i> aankaarten hoe de groep mensen met een beperking vandaag de dag nog te onzichtbaar zijn.	Generation M
	Personen met het syndroom van Down	In <i>Kawtar & Keyaert</i> werd samen met een deelnemer van het tv-programma <i>Down The Road</i> ingegaan op de moeilijkheden die er zijn voor personen met het syndroom van Down maar ook hun dromen en uitdagingen.	Kawtar & Keyaert
	Eetstoornissen	Naar aanleiding van een <i>Pano</i> -reportage over eetstoornissen bij jongeren, stond <i>Gillis & Govaerts</i> verder stil bij het thema. Dat gebeurde samen met Federaal Minister van volksgezondheid Frank Vandenbroucke.	Gillis & Govaerts
	Plastische chirurgie	<i>Chasing Beauty</i> was een nieuwe docureeks over plastische chirurgie en de gevolgen daarvan. Jelena, die zelf al neuscorrecties en een borstvergroting had gedaan en te zien was in de reeks, ging in een studiodgesprek in <i>Kawtar & Keyaert</i> verder in op het onderwerp.	Kawtar & Keyaert
STUDIO BRUSSEL			
	Het gebruik van antidepressiva	StuBru-dj Pien Le Franc gaat in <i>Bus Belgica</i> in gesprek met psychiater Thomas Pattyn naar aanleiding van een Instagrampost van Selah Sue over haar (her)gebruik van antidepressiva.	Bus Belgica
	Seksuele intimidatie	Grensoverschrijdend gedrag en seksuele intimidatie in het studenten- en uitgaansleven komt geregeld voor. Tijdens een thema-uitzending in <i>Late Late Flo</i> werd ingegaan op het fenomeen en hoe er zich	Late Late Flo

		tegen wapenen.	
	Eenzaamheid	Luisteraarster Rosh voelde zich vaak eenzaam. Een thema dat ook door zanger Stromae werd behandeld in zijn muziek. De luisteraarster bracht in <i>Fanclub</i> een fanbrief voor Stromae om haar uit haar eenzaamheid te halen.	Fanclub
	Drugs	We praten te weinig over drugs. Daardoor weten we er ook veel te weinig over en dat maakt ze zo mogelijk nog gevaarlijker. Flo Windey wou hier verandering in brengen. Zij doorbrak het taboe in een driedelige <i>Faqda</i> -reeks over drugs.	Faqda
	Mentale gezondheid	Net voor de zomer nam Oscar and the Wolf een break om aan zijn mentale gezondheid te werken. In september bracht hij 'Warrior' uit, een nummer over het overwinnen van je angsten en onzekerheden. De bandleider Max Colombie ging in <i>Fien Germijns</i> in gesprek over dit thema.	Fien Germijns
	Diversiteit in de dj-wereld	Tijdens de live omkaderingsprogramma's vanop Tomorrowland had Studio Brussel verschillende keren aandacht voor diversiteit in de dj-wereld. Dat gebeurde onder meer met getuigenissen over het belang van rolmodellen, aandacht voor diversiteit op het podium en bij de bespreking van het belang van Charlotte De Witte als eerste vrouwelijke mainstage afsluiter op Tomorrowland.	Tomorrowland (live)
	Een dierbare verliezen	Black Box Revelation kwam hun nieuwe single 'Losing a Friend' voorstellen in <i>Fien Germijns</i> . Bij die presentatie werd ingegaan op het verlies van dierbaren en wat dat kan betekenen voor je eigen	Fien Germijns

		leven.	
	Wantoestanden bij WK in Qatar	In het programma <i>Fien Germijns</i> werd stilgestaan bij de schaduwzijde van het WK Voetbal in Qatar. Zo werd samen met journalist Rudi Vranckx ingegaan op uitspraken van de FIFA-leiding en op de werkomstandigheden van arbeiders van de WK-infrastructuur.	Fien Germijns
	Toegang tot menstruatieproducten	Niet iedereen heeft toegang tot menstruatieproducten omwille van financiële problemen. Dat heeft gevolgen voor sommige meisjes die daardoor niet deelnemen aan school- en jeugdactiviteiten. De vzw DRUPP voorziet Antwerpse scholen van kastjes met gratis menstruatieproducten. Bij <i>Eva De Roo</i> werd hier verder bij stilgestaan.	Eva De Roo
	Haatberichten	Het is tegenwoordig zo makkelijk om te haten en om haatberichten te verspreiden via anonieme commentaren onder online foto's of artikels of via online groepen. In een reeks van <i>Faqda</i> werd ingegaan op het fenomeen. Dat gebeurde onder meer samen met VRT-journalist Tim Verheyden die infiltreerde in een Telegram-haatgroep met bijna 100.000 deelnemers.	Faqda
KLARA			
	Woonzorgcentra	Schrijver Chris de Stoop ging in <i>Pompidou</i> in op de situatie in woonzorgcentra tijdens de coronapandemie (naar aanleiding van zijn boek <i>Hemelrijk</i>).	Pompidou
	Seksueel geweld	In <i>De liefhebber</i> had Ines Keygnaert (professor Seksuele en Reproductieve Gezondheid en experte seksueel geweld) aandacht voor het fenomeen	De liefhebber

		van seksueel geweld en gevolgen ervan.	
	Voedselbossen	Eco-entrepreneur Louis De Jaeger heeft een missie om zoveel mogelijk voedselbossen te planten. Daarover bracht hij vertellen in <i>Berg & dal</i> .	Berg & dal
	Duurzaamheid	Een uitzending van <i>Pompidou</i> stond in het teken van duurzaamheid in de architectuur, naar aanleiding van de exposities <i>Caring Architecture</i> in VAI, <i>Sick Architecture</i> in CIVA en <i>Same Same but Different</i> in Z33.	Pompidou
	Klimaat	Kunstenaar Floris Boccanegra trekt met een blok ijs naar IJsland om de klimaatproblematiek aan te kaarten. In <i>Espresso</i> werd stilgestaan bij de actie en het klimaatprobleem.	Espresso
	Energiecrisis	Annick Schramme (academisch directeur van het Kennisnetwerk Creativiteit & Modemanagement aan Antwerp Management School) gaf in <i>Espresso</i> duiding bij de impact van inflatie en de energiecrisis op de kunstensector.	Espresso
	Technologie en artificiële intelligentie	Filosoof Lode Lauwaert sprak in <i>Pompidou</i> over het thema technologie & AI in zijn boek 'Wij robots, een filosofische blik op technologie en artificiële intelligentie'.	Pompidou
	Gender	Bioloog Frans De Waal was te gast in <i>Pompidou</i> voor een special over gender vertrekkende van zijn boek 'Anders. Gender door de ogen van de primatoloog'.	Pompidou
	Omgaan met tegenslag	Psychiater Dirk De Wachter sprak in <i>Pompidou</i> over zijn boek <i>Vertroosting</i> , over omgaan met tegenslag en een levensbedreigende ziekte.	Pompidou

	Feminisme	Moraalfilosofe Petra Van Brabandt besprak in <i>Pompidou</i> nieuwe publicaties rond gender en feminisme, waaronder 'Over vrijheid' van Maggie Nelson, 'Het recht op seks' van Amia Srinivasan, en 'De vrouw als zondebok' van Silvia Federici.	Pompidou
VRT NWS			
	Diverse thema's	De Stemming was een onderzoeksproject van de Universiteit Antwerpen en de VUB, die in opdracht van <i>De Standaard</i> en <i>VRT NWS</i> bij 2.064 respondenten de polsslag van Vlaanderen voelden (welke thema's leven bij de Vlamingen).	De Stemming in radio-, tv- en online-berichtgeving
	Diverse thema's zoals racisme en energiekosten	In <i>#Belriadh</i> , een online discussieprogramma, werd tweewekelijks digitaal in debat gegaan met jongeren en experts over onderwerpen zoals energiekosten, racisme en oorlog.	<i>#Belriadh</i>
	Diverse thema's zoals de huizenprijzen en sparen/beleggen	In <i>#Steljevraag</i> beantwoordden experts wekelijks vragen van gebruikers over actuele thema's en gebeurtenissen, zoals huizenprijzen, energieprijzen en wat te doen met je geld.	<i>#steljevraag</i>
	Diverse thema's zoals kinderopvang en kansarmoede	In de Podcast <i>Snapt ge mij nu?</i> kwamen jongeren aan het woord die op een totaal andere manier naar de actualiteit kijken maar respectvol met elkaar in debat gingen.	Snapt ge mij nu?
	Bewust alleenstaande moeders	Er waren in Vlaanderen nooit eerder zoveel aanvragen geweest om bewust alleenstaande moeder te worden. Dat bleek uit cijfers van het UZ Gent, het UZ Brussel, het ZNA Middelheim en het UZ Leuven. Zowel in <i>De ochtend</i> op Radio 1 als op	Berichtgeving op radio en online

		Vrtnw.be werd op dit thema ingegaan.	
	De prijs van studentenkoten	De hoge energieprijzen en de inflatie deden de prijs van studentenkoten stijgen. Dat bleek onder meer uit reacties die naar het Radio 2-programma <i>De inspecteur</i> gestuurd werden. Op Vrtnws.be werd verder ingegaan op de problematiek en op specifieke regels voor studentenkoten bij prijsverhogingen.	Online-berichtgeving
	Energie en armoede	De energiecrisis leidde tot hoge energieprijzen en bij veel mensen ook angst om in armoede verzeild te geraken. Dat heeft ook psychologische gevolgen (angst). In <i>Laat (Eén)</i> en nadien op Vrtnws.be werd hier dieper op ingegaan. Het thema (energiekosten) leidt ook effectief tot financiële problemen, ook voor mensen die net buiten het systeem van het sociaal tarief vallen. Daar werd ook verder op ingegaan.	Berichtgeving op tv en online
	Armoede op school	Veel kinderen gaan naar school met ongezond voedsel of zelfs helemaal geen voedsel. Verschillende getuigenissen hiervan waren te horen in het Radio 2-programma <i>De inspecteur</i> . Ook Vrtnws.be bracht deze problematiek onder de aandacht, onder meer met een getuigenis;	Online-berichtgeving
	Grensoverschrijdend gedrag	Er waren in 2022 verschillende meldingen van grensoverschrijdend gedrag die op het publieke forum belicht werden, ook via de VRT-kanalen. Daarbij werd ook duiding gegeven door VRT NWS, onder meer in <i>De ochtend</i> , de podcast <i>Snapt gemij nu?</i> en op Vrtnws.be.	Berichtgeving op radio en online

	Online fraude en bedrog	VRT NWS verspreidde verschillende video's over verschillende vormen van online fraude en bedrog. Daarin werd ingegaan dat iedereen het kan overkomen en laagdrempelig uitgelegd hoe men zich daartegen kan wapenen.	Online-berichtgeving
VRT MAX			
	Genderbewustzijn LGBTQIA+	Naar aanleiding van de Pride Month (augustus) zette VRT MAX verschillende gender- en holebigerelateerde programma's in de kijker (onder de noemer Liefde is liefde). Zo bracht het platform ook <i>Sarah in Genderland</i> dat onderzocht hoe jonge mensen vandaag omgaan met hun genderidentiteit. De podcast <i>Zo geboren</i> ging in op het verhaal van het dubbelleven van een homovader.	Sarah in Genderland Zo geboren
	Mensenrechten	Naar aanleiding van het WK Voetbal in Qatar organiseerde de VRT een dag rond de mensenrechten met panelgesprekken vanuit het Sporza Wintercircus. Die werden uitgezonden op VRT MAX.	Panelgesprekken mensenrechten
	Mentaal welzijn	Sofie Steenhaut was 16 toen ze voor het eerst symptomen kreeg van wat later een angst- en depressieve stoornis bleek te zijn. Op sociale media lijkt het alsof elke jongere 'anxiety' heeft. Maar waar zijn die dan allemaal? Zou het niet leuk zijn om een clubje te vormen? Dus dat is exact wat Sofie doet. Op basis van haar eigen ervaringen gaat ze in de podcast <i>Club angst</i> in gesprek met clubleden en experts.	Club angst
	Bodyshaming	"Body positivity" en "body neutrality" beuken in op heersende	Lijf

		schoonheidsidealen. En dat is goed. Maar normen en patronen blijken hardnekkig. In de podcast <i>Lijf</i> werd ingegaan op het omgaan met het eigen lichaam en de problematiek van bodyshaming.	
	Geletterdheid	De livestream van de VRT-taaldag stond in het teken van ontleding en het belang van lezen en voorlezen en dat in relatie tot de ontwikkeling van jonge hersenen.	VRT-Taaldag
	Mentaal welzijn en diversiteit	De videoreeks <i>Plan A</i> schetste het beeld van vijf jonge talenten die hun eerste stappen zetten in de Belgische muzikscene. Ze bespraken hun situatie en hun visie op het leven en stonden stil bij mentaal welzijn en hun afkomst.	Plan A
	Ontwikkelen van zelfstandigheid	De VRT MAX reeks <i>Zonder ouders op vakantie</i> ging over een groep jongeren. De 15- tot 17-jarigen beheren in deze realityreeks zelf hun geld, huishouden en activiteiten. De reeks toont hoe zij zich ontwikkelen in hun zelfstandigheid.	Zonder ouders op vakantie
	Identiteit en relaties	<i>Roomies</i> was een reeks over de zoektocht van twee twintigers naar hun identiteit en hoe je volwassen wordt. De reeks gaat over twee vriendinnen die bij elkaar intrekken op een appartement in Brussel, in de hoop een betere versie van zichzelf te worden. De thema's identiteit en relaties staan centraal in <i>Roomies</i> .	Roomies
	Mentaal welzijn	Het MNM-programma <i>Generation M</i> (dat jongerenthema's behandelt) heeft een video-afgeleide <i>Generation M: Story of My Life</i> . Daarin werd in 2022	Generation M: Story of My Life

		onder meer aandacht besteed aan "Body positivity" en automutilatie.	
Ouderen en relaties	In <i>Hotel Romantiek: de kijk van de kroost</i> keken de deelnemers van het Eén-programma <i>Hotel Romantiek</i> met hun familie en vrienden samen naar de afleveringen. In hun reacties kwamen het thema hoe ouderen omgaan met relaties uitgebreid aan bod.	Hotel Romantiek: de kijk van de kroost	
SPORZA			
Inclusiviteit	In de rubriek <i>Moment van de dag</i> in de talkshow <i>Villa Sporza</i> (uitgezonden tijdens het WK Voetbal) had de presentator het over het feit dat inclusiviteit in 2022 heel gewoon zou moeten zijn (naar aanleiding van de verboden kapiteinsband op het WK).	Villa Sporza	
Mensenrechten	Naar aanleiding van het WK Voetbal werd op de diverse VRT-zenders meermaals aandacht besteed aan de mensenrechten (en het gebrek ervan) bij de bouw en organisatie van het evenement in Qatar	Diverse aanbodsmerken	
Belang van sporten en bewegen	Sporza leverde in samenwerking met Sport Vlaanderen digitale content onder de rubriek <i>#Blijfsporten</i> op Sporza.be. Via dit platform (en artikelen op de startpagina van Sporza.be die naar deze rubriek verwezen) werden mensen aangemoedigd om te (blijven) bewegen en werden tips gedeeld om te sporten.	#Blijfsporten op Sporza.be	
Leven als oorlogslachtoffer	De Invictus Games zijn de spelen voor militairen en veteranen die gewond, geblesseerd of ziek. Vorig jaar werden deze spelen worden	Spora-platformen	

		georganiseerd in Nederland. Sporza berichtte hierover en over het belang ervan voor de betrokken sporters.	
	Gokreclame in de sport	Sporza had diverse keren (op Sporza.be) aandacht voor gokreclame, zoals over de ethiek die er mee in verband staat en de financiële impact ervan.	Sporza.be
	Geweld rond het voetbal	Naar aanleiding van geweldincidenten rond het voetbal, werd het publieke debat daarover weer groot. Zo waren er initiatieven van de Pro League en de Minister van Binnenlandse zaken. Via de Sporza-kanalen werd hier op ingegaan.	Sporza-kanalen
	Grensoverschrijdend gedrag	Grensoverschrijdend gedrag in de sport kwam verschillende keren aan bod bij Sporza. Onder meer bij de voorstelling van een totaalplan tegen grensoverschrijdend gedrag in de gymnastiekwereld.	Sporza.be
	Energiecrisis	Door de hoge energieprijzen moesten bijna de helft van de Vlaamse sportclubs verlies maken of hun reserves aanspreken. Sporza berichtte hierover.	Sporza.be
	Genderidentiteit	Gaardheid en genderidentiteit waren een actueel thema in de sport. Een aflevering van de podcast <i>Fichebak</i> stond stil bij genderbeleving in de sportwereld.	Fichebak
VRT			
	Kansarmoede	<i>De Warmste Week</i> stond in 2022 het teken stond van kansarmoede. Eén, MNM, Studio Brussel, Ketnet, VRT NWS en VRT MAX waren de trekkers van het evenement, met aandacht in de reguliere programma's (zoals Switch en Blokken), specifieke formats	De Warmste Week

	(zoals De warmste slotshow), een gemeenschappelijke radioweek van MNM en Studio Brussel, enzovoort. Maar ook de andere VRT-merken droegen bij aan de actie.	
--	---	--

Bijlage B: KPI 13 - Overzicht van sporten op Radio 1, VRT-Televisie en Sporza.be.

KPI 13 - De VRT besteedt in haar sportaanbod aandacht aan damescompetities, g-sport en 32 sporten.

SPORTEN OP RADIO 1

AMERICAN FOOTBALL
 ATLETIEK
 BAANWIELRENNEN
 BASKETBAL
 BASKETBAL 3X3
 BEACHVOLLEY
 BIATLON
 BOBSLEE
 BOKSEN
 CYCLOBAL
 DARTS
 E-CYCLING
 FORMULE 1
 FORMULE E
 FUTSAL
 GEWICHTHEFFEN
 GOLF
 GYMNASTIEK
 HANDBAL
 HOCKEY
 JUDO
 KAJAK
 KORFBAL
 KUNSTSCHAATSEN
 LACROSSE
 MOTORCROSS
 MOUNTAINBIKE

MUURKLIMMEN
OBSTACLE COURSE RUNNING
PAARDENSPORT
PARA EQUESTRIAN
PARACYCLING
RALLY
ROEIEN
RUGBY
SCHAKEN
SCHIETEN
SHORTTRACK
SKATEBOARDEN
SKEELEREN
SKELETON
SKIËN
SLEDEHONDENRENNEN
SNELSCHAATSEN
SNOOKER
SNOWBOARDEN
TENNIS
THAIBOKS
TRIATLON
VELDLOPEN
VELDRIJDEN
VOETBAL
VOLLEYBAL
WIELRENNEN
ZEILEN
ZWEMMEN

SPORTEN OP VRT-TELEVISIE

ACROGYM
ALPINESKIËN
AMERICAN FOOTBALL
ATLETIEK
AUTORACEN
BAANWIELRENNEN
BASEBAL
BASKETBAL
BEACHVOLLEY
BIATLON
BMX
BOBSLEE
BOKSEN
BOOGSCHieten
BREAKDANCE
CROSSFIT
CURLING
DANSEN
DANSEN HIPHOP

DARTS
DUATLON
FORMULE 1
FORMULE E
FREEDIVING
FREERUNNING
FREESTYLE SKIËN
FRISBEE
FUTSAL
G-BOOGSCHieten
GEWICHTHEFFEN
GOLF
HANDBAL
HOCKEY
HOCKEY
IJSHOCKEY
INDOORROEIEN
JIU-JITSU
JUDO
JUMPING
KAJAK
KANO
KLIMMEN
KUNSTSCHAATSEN
LACROSSE
LANGLAUFEN
MOTO GP
MOTORCROSS
OBSTACLE RUNNING
PAARDENSPORT
PADEL
RALLY
ROEIEN
RUGBY
SCHAATSEN
SCHAKEN
SCHANSSPRINGEN
SHORTTRACK
SKATEBOARDEN
SKEELEREN
SKELETON
SKIATLON
SKYDIVEN
SLEEHONDENRENNEN
SNOOKER
SNOW CROSS
SNOWBOARD
SPEEDPARCOURS
SURFEN
TAEKWONDO
TENNIS

TIMBERSPORT
TOUWTREKKEN
TRIATLON
TURNEN
ULTRALOPEN
ULTRA-TRIATLON
VELDLOPEN
VELDRIJDEN
VOETBAL
VOLLEYBAL
WAKEBOARD
WATERPOLO
WEDRENNEN PAARDEN
WIELRENNEN (BEACHRACE)
WIELRENNEN (GRAVEL)
WIELRENNEN (PISTE)
WIELRENNEN (WEG)
ZEILEN
ZWEMMEN

SPORTEN OP SPORZA.BE

ALPINESKIEN
AMERICAN-FOOTBALL
ATLETIEK
AUTOSPORT
BAANWIELRENNEN
BADMINTON
BASEBALL
BASKETBAL
BEACHVOLLEYBAL
BIATLON
BILJART
BMX
BOBSLEE
BOKSEN
BOOGSCHieten
BREAKDANCE
DARTS
DUATLON
DUIKEN
ESPORTS
FORMULE-1
FREESTYLESKIEN
GEWICHTHEFFEN
GOLF
HANDBAL
HOCKEY
IJSHOCKEY
JUDO
KANO-KAJAK

KICKBOKSEN
KORFBAL
KUNSTSCHAATSEN
LANGLAUFEN
MOTORSPORT
MOUNTAINBIKE
MUURKLIMMEN
PAARDENSPORT
PADEL
PARACYCLING
PARALYMPISCH
RALLY
RODELEN
RODELEN-SKELETON
ROEIEN
RUGBY
SCHAATSEN
SCHAKEN
SCHANSSPRINGEN
SCHERMEN
SCHIETEN
SHRTTRACK
SKATEBOARDEN
SKEELEREN
SLEDEHONDENRENNEN
SNOOKER
SNOWBOARD
SQUASH
SURFEN
TAEKWONDO
TAFELTENNIS
TENNIS
TRIATLON
TURNEN
VELDRIJDEN
VOETBAL
VOLLEYBAL
WATERPOLO
WIELRENNEN
ZEILEN
ZWEMMEN

Bijlage C: KPI 23 - Overzicht van de diepgravende journalistieke verhalen.**BIJLAGE C - BIJ KPI 23**

De VRT maakt minstens 15 diepgravende onderzoeksjournalistieke verhalen per jaar.

<i>Pano (Eén)</i>		
	Uitzenddatum televisie	Onderwerp aflevering
1.	26 januari	<i>Goedkoopste kip</i> Over de concurrentie in de kippenindustrie en de gevolgen ervan.
1.	2 februari	<i>Bouwbedrog</i> Over aannemers die verantwoordelijkheid kunnen ontlopen na frauduleuze faillissementen.
1.	9 februari	<i>De zaak Carlo</i> Over hoe kwetsbare verdachten worden verhoord.
1.	16 februari	<i>Psychische hulp bij jongeren</i> Over de toegenomen vraag van jongeren naar psychische hulp.
1.	23 februari	<i>Bomen gedwarsboomd</i> Over de bescherming van de Vlaamse bossen.
1.	2 maart	<i>Verkrachtingsdrugs verboden</i> Over spiking en de gevolgen ervan.
1.	9 maart	<i>De kern van de zaak</i> Over de opportuniteit van de kernuitstap bij de hoge stroomprijs.
1.	16 maart	<i>Macht misbruikt</i>

		Over het machtsmisbruik aan Vlaamse universiteiten en de doeltreffendheid van de gebruikte procedures.
1.	31 augustus	<i>Vlaanderen vervuild</i> Over de impact van stortplaatsen op onze gezondheid.
1.	7 september	<i>Bouwpromotor baas?</i> Over de toename van het aantal appartementen in Vlaanderen.
1.	21 september	<i>Boer zoekt toekomst</i> Over de gevolgen van het Vlaamse stikstofakkoord voor de Vlaamse landbouwers.
1.	28 september	<i>Het eetprobleem</i> Over de toename van het aantal eetstoornissen bij jongeren tijdens de coronapandemie.
1.	5 oktober	<i>Het inclusieve onderwijs</i> Over kinderen met een beperking waarvan de ouders ze naar gewone scholen willen sturen.
1.	12 oktober	<i>Stad tegen stort</i> Over het sluikestorten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.
1.	19 oktober	<i>Antipsychotica alom</i> Over de redenen waarom antipsychotica vaak toegediend worden bij bewoners van woonzorgcentra.
Andere		
1.	20 april	Reeks op Vrtnws.be, aandacht op radio en tv - <i>Geroofd erfgoed</i> Over de illegale handel in geroofd erfgoed (in samenwerking met De Tijd).

1.	21 april	Onderzoeksvideo - <i>Het gestoord brute jaar</i> Over de gebeurtenissen rond de dood van Sanda Dia.
1.	30 juni	Terzake - <i>Kunstmatige bevruchting door gynaecoloog</i> Over een arts die vrouwen mogelijks kunstmatig had bevrucht met eigen sperma.
1.	3 september	Vrtnws.be - <i>Jodenhaat en Hitlerverheerlijking op Telegram</i> Onderzoek naar gebruikersgroepen die op Telegram dwepen met Hitler en de Holocaust ontkennen.
1.	17 september	VRT NWS en Het uur van de waarheid - <i>Marslied van nazi's populair op TikTok</i> Over de populariteit van een Duits oorlogsliedje op de sociale media-app TikTok.

Bijlage D: KPI 26 - Overzicht van de uitgezonden Vlaamse tv-producties en -coproducties in prime-time op Canvas en Eén.

Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en -coproducties bedraagt tenminste 65% van de totale output op Eén, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur, en op Canvas, uitgezonden tussen 20 uur en 23 uur. Het Vlaamse aanbod is ook prominent zichtbaar op VRT NU.

PROGRAMMA'S TUSSEN 18 EN 23 UUR OP EEN (2022)

#LIKEME

#LIKEME IN CONCERT 2

#LIKEME IN CONCERT 3

#WEETIKVEEL

1 JAAR GRATIS

100 JAAR ZESDAAGSE

3HZ

8ERAF!

ACHTER DE WOLKEN

ANDERMANS ZAKEN

ANIMALITIS

BAPTISTE

BASKET. BK. FIN H. (S.)

BASKET. WK. 3X3 H.

BLOKKEN

BUURMAN, WAT DOET U NU?

CAMPUS CUP

CHANTAL

CHARLATAN

CHATEAU PLANCKAERT

CLASSIQUE GILBERT

CLIP(S)

CONCERT NATIONALE FEESTDAG

DAGELIJKSE KOST

DAGELIJKSE ZOMERKOST

DE BOEKATHON

DE COLUMBUS

DE DAG VAN VANDAAG

DE IDEALE WERELD

DE JAREN 80 VOOR TIENERS

DE KEMPING

DE KLAS

DE KLIM VAN JE LEVEN

DE NOODCENTRALE

DE NOTARIS

DE RIDDER

DE RONDE 105

DE STOEL

DE VOORLEESCLUB

DE WARMSTE WEEK

DELPHINE, MIJN VERHAAL

DERTIGERS

DIE HUIS

DIEREN IN NESTEN

DIERENDOKTERS 24/7

DIGIWATTE?

DOWN THE ROAD

DURF TE VRAGEN

DWARS DOOR DE LAGE LANDEN

EIGEN KWEEK

EURO MILLIONS

EUROSONG VOORBESCHOUWING

EUROVISIE SONGFESTIVAL

F.C. DE KAMPIOENEN, KAMPIOEN ZIJN BLIJFT PLEZANT

F1. WK. GP. BAHREIN (S.)

F1. WK. GP. BRAZILIE (S.)

F1. WK. GP. MONACO (S.)

F1. WK. GP. NEDERLAND (S.)

F1. WK. GP. SAUDI-ARABIE (S.)

FACTCHECKERS

FC DE KAMPIOENEN

FC DE KAMPIOENEN 2, JUBILEE GENERAL!

FC DE KAMPIOENEN 3, FOREVER

FC DE KAMPIOENEN 4, VIVA BOMA

FERRY

FIFA WORLD CUP QATAR 2022

FIRST DATES

FIRST DATES TEENS

FLIKKEN MAASTRICHT

GIRO MAGAZINE

HASTA LA VISTA

HECTOR

HEIZEL 1985

HET 7 UUR-JOURNAAL

HET GROTE ONBEKENDE

HET HOGE NOORDEN

HET HOOGSTE BOD

HET HUIS

HET JAAROVERZICHT

HET JOURNAAL LAAT

HET OUDSTE BEROEP

HET SCHELDEPELTON

HET TWEEDE GELAAT

HET WEER

HOCKEY. EK. H. (S.)

HOMO UNIVERSALIS

HOTEL ROMANTIEK

IEDEREEN BEROEMD

IS ER EEN DOKTER IN DE ZAAL?

JUNIOR OP ZOEK NAAR DE LIEFDE

KAMAL KHARMACH, MAG IK EVEN?

KAMP WAES

KAMPIOENENJAAR

KENNISMAKERS

KENO

KIJK UIT!

KOKO FLANEL

KOM OP TEGEN KANKER, ALLES IN DE STRIJD

LOSLOPEND WILD

LOST LUGGAGE

LOTTO

LUCHTHAVEN 24/7

MEDEDELING VAN DE VLAAMSE REGERING

MENEER VANNESTE

MERCI VOOR DE MUZIEK

MR. HOLLAND'S OPUS

MUSIC INDUSTRY AWARDS

NIETS GAAT OVER

NIGHT OF THE PROMS

OEKRAINE 12-12

OESJE!

ONDER VUUR

OVER ETEN

OVERZICHT PARALYMPISCHE SPELEN

PANO

POLITIE 24/7

RADIO 2 ZOMERHIT

REIZEN WAES, NEDERLAND

REIZEN WAES, WERELDSTEDEN

RESTAURANT MISVERSTAND

ROOMIES

SHOWCASE CLOUSEAU JONGE WOLVEN

SPOED 24/7

SPORT/VROUW

SPORTJAAR 2022, BLINKENDE BELGEN

SPORTWEEKEND

SPORZA

SWITCH

TABOE

THE REPAIR SHOP

THUIS

TOKIO 2020

TWEE ZOMERS

UNCLE MARTIN

UNDERCOVER

VAKBONDSACTIE

VAN ALGEMEEN NUT

VB. EK. D. 1/4F

VB. WK. 1/2F

VB. WK. 1/4F

VB. WK. 1/8F

VB. WK. FIN

VB. WK. SCHIFT.

VELDLOPEN. BERLARE (S.)

VELDRIJDEN. BOOM D. (S.)

VELDRIJDEN. TABOR H. (S.)
VELDRIJDEN. WK. FAYETTEVILLE
VELDRIJDEN. WK. FAYETTEVILLE H.
VELDRIJDEN. WK. VAL DI SOLE (S.)
VILLA SPORZA
VIVE LE VELO
VIVE LE VELO, LEVE DE RONDE
VLAANDEREN FEEST
VLAANDEREN VAKANTIELAND
VLAMMEN TEGEN KANSARMOEDE
VOLLEY. BB. FIN. (S.)
VOOR DE AFTRAP
VREDE OP AARDE
VRT NIEUWS LIVE
VRT NIEUWS UPDATE
WE ARE FAMILY
WILL TURA, HOOP DOET LEVEN
ZORGEN VOOR MAMA
ZWEMMEN. EK. ROMA (S.)

PROGRAMMA'S TUSSEN 20 EN 23 UUR OP CANVAS (2022)

25 JAAR CANVAS
ALL-IN
ALLEEN ELVIS BLIJFT BESTAAN
ALLES KAN BETER
ALLEZ L'UNION
ALS JE EENS WIST
ATLETIEK. EK. MUNCHEN

ATLETIEK. WK. EUGENE

BAANWIELRENNEN. EK. MUNCHEN H.

BARILOCHE

BASKET. WK. 3X3 D.

BASKET. WK. 3X3 H.

BASKET. WK. KWALIF D.

BELGA SPORT

BELPOP

BMX FREESTYLE. EK. MUNCHEN H.

CHARLATAN

CINEMA CANVAS

DARK RIDER

DE AFSpraak

DE IDEALE WERELD

DE KAPING VAN DE POMPEI

DE TIJDLOZE

DE VIER SEIZOENEN VAN CAROLINE PAUWELS

DE WEEK VAN DE BELGISCHE MUZIEK, AFTERMOVIE

DRAGON WOMEN

DUTY OF CARE, PLEITEN VOOR DE PLANEET

DYING TO LIVE, MAKING THE END OF LIFE, PART OF LIFE

EEN NACHT IN HET MUSEUM

ER WORDT NAAR U GELUISTERD, WIM HELSEN

ERHAN DEMIRCI, WA MAKE?

EUROPA AND CONFERENCE LEAGUE

EUROPEAN CHAMPIONSHIPS

EXTRA TIME

EXTRA TIME KOERS

FAKE NEWS & IK

FC UNITED

FESTIVALKOORTS

FILIP VAN BELGIE, DE LANGE WEG NAAR DE TROON

HEIZEL 1985

HENK RIJCKAERT, MAKER

HET EK VAN DE RED FLAMES

HET JOURNAAL LAAT

HET LEVEN.DOC

HET PEULENGALEIS

HET WEER

HOLGUT

IK SCHILDER MET SCHILDERS

IN DE GLORIA

IN MIJN HOOFD

INSYRIATED

KAMPIOENENJAAR

KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD

KOOLPUTTERS

METEO

METISSEN VAN BELGIE

NEVENEFFECTEN

OVERSEAS

POPART, VAN WARHOL TOT PANAMARENKO

PROCUREURS

RADIO 1 SESSIES

ROBRECHT VANDEN THOREN

RUNDSKOP

SEKSWERKERS

SERVAIS

SPORZA

STRAFRECHTERS

SYRIE, DE GIFTIGE OORLOG

TAXI JORIS

TER ZAKE

THERAPIE

THOSE WERE THE DAYS

TURNEN. EK.MUNCHEN (S.)

VAKBONDSACTIE

VB. BB. 1/16F

VB. BB. 1/2F

VB. BB. 1/8F

VB. C3 UEFA FIN

VB. C3 UEFA SCHIFT

VB. C4 UEFA 1/2F

VB. C4 UEFA 1/4F

VB. C4 UEFA EUROPA CONFERENCE LEAGUE 1/8F

VB. C4 UEFA FIN

VB. C4 UEFA SCHIFT

VB. EK. D. 1/2F

VB. EK. D. 1/4F

VB. EK. D. FIN

VB. EK. D. SCHIFT

VDB, IK BEN GOD NIET

VELDRIJDEN. DIEGEM H.

VICTORIA

VRANCKX

VRANCKX & DE NOMADEN

VRT NIEUWS UPDATE

WERELDRECORD

WHAT MAKES US BOYS

WHY WE FIGHT?

WIJ, VROUWEN

WINTERUUR

Bijlage E: KPI 27 - Detailgegevens van de verhouding Vlaamse / Nederlandstalige muziek ten opzichte van totaal muziekaanbod.

"KPI 27 – De VRT heeft aandacht voor Vlaams en Nederlandstalig product:

- De VRT verbindt zich ertoe dat op Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel de Vlaamse muziekproducties(*) minstens 25% van de totale muziektijd innemen.
- Minstens 30% van de muziektijd op Radio 2 is Nederlandstalig.
- Minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig.
- Vlaams en Nederlandstalig product is prominent zichtbaar in het online audio-aanbod van de VRT."

(*) Vlaamse muziekproductie: elke productie waarbij de creatieve inbreng van een Vlaming als uitvoerder, auteur, producer of arrangeur een bepalende rol speelt.

Muziekrapportering Radio - 2022

		Radio 1	Radio 2	Klara	Stu Bru	MNM	Totaal
jan/22	aantal nummers	7854	10058	5898	11707	11225	46742
jan/22	Vlaams product	2229	3804	1168	2717	2536	12454
jan/22	% dag	27,03%	36,22%	16,80%	26,63%	21,65%	
jan/22	% avond	46,75%	34,05%	23,50%	23,36%	22,67%	
jan/22	% nacht	19,37%	43,09%	27,10%	18,96%	23,77%	
jan/22	algemeen %	28,38%	37,82%	19,80%	23,21%	22,59%	26,64%
feb/22	aantal nummers	6450	8950	5502	10259	9307	40468
feb/22	Vlaams product	1967	3419	1423	2889	2390	12088

Toezichtsrapport VRT - 2022

feb/22	% dag	31,26%	35,57%	23,99%	34,69%	25,98%	
feb/22	% avond	51,37%	34,49%	30,98%	31,84%	26,25%	
feb/22	% nacht	18,93%	44,97%	27,66%	18,86%	24,83%	
feb/22	algemeen %	30,50%	38,20%	25,86%	28,16%	25,68%	29,87%
mrt/22	aantal nummers	7274	9903	6173	11233	10457	45040
mrt/22	Vlaams product	2055	3729	1256	2616	2433	12089
mrt/22	% dag	26,33%	34,90%	17,36%	25,75%	22,11%	
mrt/22	% avond	47,19%	35,49%	19,70%	25,54%	22,02%	
mrt/22	% nacht	20,23%	43,46%	28,58%	19,60%	25,83%	
mrt/22	algemeen %	28,25%	37,66%	20,35%	23,29%	23,27%	26,84%
apr/22	aantal nummers	7683	9662	6070	11425	10623	45463
apr/22	Vlaams product	2083	3343	1372	2732	2458	11988
apr/22	% dag	22,81%	32,73%	21,86%	26,63%	21,69%	
apr/22	% avond	45,09%	31,92%	17,74%	22,97%	23,22%	
apr/22	% nacht	21,30%	39,49%	27,52%	21,01%	25,11%	
apr/22	algemeen %	27,11%	34,60%	22,60%	23,91%	23,14%	26,37%
mei/22	aantal nummers	7645	9599	6063	11321	10321	44949
mei/22	Vlaams product	2087	3420	1335	2757	2306	11905
mei/22	% dag	24,20%	32,34%	19,78%	24,51%	21,48%	
mei/22	% avond	45,54%	36,59%	20,36%	30,61%	22,06%	
mei/22	% nacht	20,09%	40,01%	28,49%	21,80%	23,70%	
mei/22	algemeen %	27,30%	35,63%	22,02%	24,35%	22,34%	26,49%
jun/22	aantal nummers	7787	9218	5960	11043	10154	44162
jun/22	Vlaams product	2269	3469	1207	2472	2359	11776
jun/22	% dag	26,53%	34,69%	18,67	23,13%	21,37%	
jun/22	% avond	45,61%	38,13%	14,89	23,84%	24,12%	
jun/22	% nacht	21,37%	41,92%	28,27	20,95%	24,97%	
jun/22	algemeen %	29,14%	37,63%	20,25	22,39%	23,23%	26,67%
jul/22	aantal nummers	8364	10035	5947	11431	11802	47579
jul/22	Vlaams product	2526	3940	1383	2444	2773	13066
jul/22	% dag	27,57%	36,73%	23,5	23,58%	23,34%	
jul/22	% avond	40,06%	37,85%	16,79	15,98%	21,11%	
jul/22	% nacht	26,21%	44,59%	28,15	19,93%	25,73%	
jul/22	algemeen %	30,20%	39,26%	23,26	21,38%	23,50%	27,46%
aug/22	aantal nummers	8610	10085	6164	11898	11837	48594
aug/22	Vlaams product	2488	3782	1370	2424	2533	12597

aug/22	product % dag	28,18%	34,74%	21,96	22,24%	20,60%	
aug/22	% avond	37,51%	36,99%	16,31	16,23%	21,37%	
aug/22	% nacht	25,17%	42,42%	28,13	19,30%	22,56%	
aug/22	algemeen %	28,90%	37,50%	22,23%	20,37%	21,40%	25,92%
sep/22	aantal nummers	7329	9064	7209	10466	10931	44999
sep/22	Vlaams product	2103	3011	1329	2260	2304	11007
sep/22	% dag	27,65%	31,05%	16,76	23,21%	20,74%	
sep/22	% avond	41,11%	32,58%	15,29	25,10%	19,74%	
sep/22	% nacht	23,67%	37,22%	27,06	18,60%	22,48%	
sep/22	algemeen %	28,69%	33,22%	18,44	21,59%	21,08%	24,46%
okt/22	aantal nummers	7471	9323	6394	10466	11309	44963
okt/22	Vlaams product	2215	3237	1294	2260	2503	11509
okt/22	% dag	28,35%	32,29%	16,95	23,21%	21,55%	
okt/22	% avond	47,69%	32,40%	21,94	25,10%	22,13%	
okt/22	% nacht	22,65%	40,31%	28,55	18,60%	22,85%	
okt/22	algemeen %	29,65%	34,72%	20,24		22,13%	25,60%
nov/22	aantal nummers	7337	8950	5890	10867	10996	33044
nov/22	Vlaams product	2251	3055	1312	2533	2239	9151
nov/22	% dag	27,43	31,57%	20,01	24,74%	19,98%	
nov/22	% avond	50,45	33,08%	22,63	27,89%	19,88%	
nov/22	% nacht	20,46	39,15%	28,44	19,40%	21,24%	
nov/22	algemeen %	30,68%	34,13%	22,28	23,31%	20,36%	27,69%
dec/22	aantal nummers	7955	9435	6169	9626	10877	44062
dec/22	Vlaams product	2371	2882	1343	2004	2393	10993
dec/22	% dag	28,61	28,42%	17,93	20,99%	20,24%	
dec/22	% avond	44,11	29,73%	28,02	21,51%	24,33%	
dec/22	% nacht	23,22	34,63%	27,66	20,26%	21,98%	
dec/22	algemeen %	29,81%	30,55%	21,77	20,82%	21,73%	24,95%
totaal 22	aantal nummers	91759	114282	73439	131742	129839	541061
totaal 22	Vlaams product	26644	41091	15792	30108	29227	142862
totaal 22	algemeen %	29,04%	35,96%	21,50%	22,85%	22,51%	26,40%

Radio 2 - verhouding Nederlandstalig (NT) / anderstalig (AT) - 2022

	Radio 2	Dag	Avond	Nacht	Totaal	%
jan/22	NT	1372	28,60% 585	26,35% 1277	42,01% 3.234	32,15%
jan/22	AT	3426	71,40% 1635	73,65% 1763	57,99% 6.824	67,85%
feb/22	NT	1199	28,34% 536	26,99% 1169	42,77% 2.904	32,45%
feb/22	AT	3032	71,66% 1450	73,01% 1564	57,23% 6.046	67,55%
mrt/22	NT	1291	27,88% 630	28,16% 1323	43,49% 3244	32,76%
mrt/22	AT	3340	72,12% 1607	71,83% 1712	56,40% 6659	67,24%
apr/22	NT	1198	26,37% 532	24,44% 1208	41,06% 2.938	30,41%
apr/22	AT	3345	73,63% 1645	75,56% 1734	58,94% 6.724	69,59%
mei/22	NT	1183	26,22% 599	27,50% 1194	41,04% 2.976	31,00%
mei/22	AT	3329	73,78% 1579	72,50% 1715	58,95% 6.623	69,00%
jun/22	NT	1201	27,36% 577	28,13% 1210	43,57% 2.988	32,41%
jun/22	AT	3189	72,64% 1474	71,87% 1567	56,43% 6.230	67,59%
jul/22	NT	1327	27,52% 691	29,99% 1273	43,76% 3.291	32,80%
jul/22	AT	3495	72,48% 1613	70,01% 1636	56,23% 6.744	67,20%
aug/22	NT	1307	27,13% 730	31,40% 1246	42,35% 3.283	32,55%
aug/22	AT	3511	72,87% 1595	68,60% 1696	57,65% 6.802	67,45%
sep/22	NT	1091	25,35% 521	24,89% 1035	38,79% 2.647	29,20%
sep/22	AT	3212	74,65% 1572	75,11% 1633	61,21% 6.417	70,80%
okt/22	NT	1165	26,60% 541	25,19% 1142	40,84% 2.848	30,55%
okt/22	AT	3214	73,40% 1607	74,81% 1654	59,16% 6.475	69,45%
nov/22	NT	1132	26,57% 553	26,62% 1070	40,95% 2.755	30,78%
nov/22	AT	3128	73,43% 1524	73,38% 1543	59,05% 6.195	69,22%
dec/22	NT	1068	23,82% 522	23,91% 982	35,46% 2.572	27,26%
dec/22	AT	3415	76,18% 1661	76,09% 1787	64,54% 6.863	72,74%
totaal 22	NT	14.534	26,83% 7.017	27,01% 14.129	41,39% 35.680	31,22%
totaal 22	AT	39.636	73,17% 18.962	72,90% 20.004	58,61% 78.602	68,78%

Totaal 55.176 26.297 35.835 117.308

Radio 1 - verhouding Nederlandstalig (NT) / anderstalig (AT) 2022

	Radio 1	Dag	Avond	Nacht	Totaal	%
jan/22	NT	436	13,92% 225	13,18% 526	17,45 1187	15,11%
jan/22	AT	2697	86,08% 1482	86,82% 2488	82,55 6667	84,89%
feb/22	NT	388	15,61% 200	14,76% 461	17,67 1049	16,26%
feb/22	AT	2098	84,39% 1155	85,24% 2148	82,33 6401	83,74%
mrt/22	NT	395	14,46% 202	13,06% 525	17,52 1122	15,42%
mrt/22	AT	2336	85,54% 1345	86,94% 2471	82,48 6152	84,58%
apr/22	NT	348	11,26% 240	14,28% 518	17,79 1106	14,40%
apr/22	AT	2743	88,74% 1441	85,72% 2393	82,21 6577	85,60%
mei/22	NT	397	13,18% 226	13,45% 516	17,48 1139	14,90%

mei/22	AT	2616	86,82%	1454	86,55%	2436	82,52	6506	85,10%
jun/22	NT	418	14,00%	239	13,02%	530	17,86	1187	15,24%
jun/22	AT	2567	86,00%	1596	86,98%	2437	82,14	6600	84,76%
jul/22	NT	463	15,00%	334	15,85%	604	19,05	1401	16,75%
jul/22	AT	2624	85,00%	1773	84,15%	2566	80,95	6963	83,25%
aug/22	NT	3.428	14,08%	2.015	14,84%	4.302	18,12	9.745	15,55%
aug/22	AT	20.920	85,92%	11.566	85,16%	19.436	81,88	52.922	84,45%
sep/22	NT	490	17,09%	215	14,76%	572	19,04	1277	17,42%
sep/22	AT	2378	82,91%	1242	85,24%	2432	80,96	6052	82,58%
okt/22	NT	425	14,18%	194	13,81%	606	19,75	1225	16,40%
okt/22	AT	2570	85,82%	1211	86,19%	2462	80,25	6246	83,60%
nov/22	NT	389	13,21%	227	15,80%	618	20,46	1234	16,82%
nov/22	AT	2491	86,79%	1210	84,20%	2402	79,54	6103	83,18%
dec/22	NT	433	13,75%	226	13,33%	616	19,81	1275	16,03%
dec/22	AT	2716	86,25%	1470	86,67%	2494	20,19	6680	83,97%
totaal 22 NT		8.010	14,11%	4.543	14,43%	10.394	18,38	22.947	15,63%
totaal 22 AT		48.756	85,89%	26.945	85,57%	46.165	81,62	123.869	84,37%
	Totaal	35.850		18.754		36.109		90.533	

Bijlage F: KPI 28 - Overzicht van de captaties van concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals.

Aanbodsmerk	Datum	Captatie
Eén (16 captaties)	10 apr	Lenteconcert in het Paleis
	14 apr	Showcase Clouseau
	30 apr	De MIA's

	11 jul	Vlaanderen feest
	16 jul	
	23 jul	
	30 jul	Zomerhit
	6 aug	(6 captaties)
	13 aug	
	20 aug	
	21 jul	Concert nationale feestdag
	11 nov	Last Post leper
	23 dec	Night of the proms
	25 dec	Kerstconcert in het paleis
	31 dec	Kamal Kharmach, mag ik even?
	31 dec	Vuurwerk Antwerpen
Canvas (50 captaties)	10 jan-3 feb & 21 nov-23 dec	De Toots Sessies (36 captaties)
	16 mei-21 mei & 30 mei-3 jun & 16 jun	Koningin Elisabethwedstrijd <ul style="list-style-type: none"> • Halve finale (6 captaties) • Finale (6 captaties) • Slotconcert (1 captatie)
	3 jul	Rock Werchter live
Ketnet (4 captaties)	3 apr	Het gala van de gouden K's:
	17 apr	Ketnet Musical: de finale
	17 jun	#LikeMe in concert
	12 nov	De intrede van de Sint
VRT MAX	12 maa	De Ensors

(2 captaties)	10 mei	De Ultima's
Radio 1	12 jan	Concert Arno (Radio 1 Sessie)
(18 captaties)	25 jan	K.Zia
	3 maa	King Hannah
	4 maa	Charlotte Adigéry & Bolis Pupul
	14 maa	De Mens
	18 maa	Caspar Auwerkerken
	19 apr	Kurt Vile
	3 mei	Chillow
	9 mei	Flip Kowlier
	15 mei	Stravoz
	17 mei	Daniel Rossen
	18 mei	Wet Leg
	20 mei	Alabaster Deplume
	15 okt	Sam De Nef
	15 nov	Radio 1-sessie: Noordkaap
	16 nov	Radio 1-sessie: Spinvis
	17 nov	Radio 1-sessie: Intergalactic Lovers
	1 dec	Dans Dans
Radio 2	7 mei	Beste Buren met Gene Thomas, Bart Herman, Olivia, Pommeliers en Buurman
(42 captaties)	25 mei	De Eregalerij (Stijn Meuris, Axelle Red, Wigbert, Klaas Delrue, Flip Kowlier, Helmut Lotti, Laura Tesoro, Simon Nuytten, Liliane St Pierre, Wouter Van Belle, Clouseau, Pommeliers Thys, Soulsister)
	14 jul	Radio 2 aan zee: Margriet Hermans, Sabien Tiels, Laura Lynn
	15 jul	Radio 2 aan zee: Regi, Belle Perez, Christoff, 2Fabiola
	16 jul	Radio 2 aan zee: Axelle, Wim Leys

17 jul	Radio 2 aan zee: Ozark Henry, Johannes Genard
18 jul	Radio 2 aan zee: Dana Winner, Gene Thomas, Liliane Saint Pierre, Lenny & De Wespen
19 jul	Radio 2 aan zee: Laura Tesoro, Lady Linn, Yannick Bovy, Karista
20 jul	Radio 2 aan zee: Camille, Luc Steeno, David Vandyck, Luka
21 jul	Radio 2 aan zee: Slongs, Raymond Van het Groenewoud, Gio Kemper, DJ Maori, DJLicious
22 jul	Radio 2 aan zee: The Starlings, Mathias Vergels, Sean Dhondt, Factor 4, Milo Meskens
23 jul	Radio 2 aan zee: John Terra, Jeremie Makese
25 jul	Radio 2 aan zee: Pommeliers Thijs, Nina Butera, Lisa Del Bo, De Jongens
26 jul	Radio 2 aan zee: Metejuor & Snelle, OG3NE, Xandee
29 jul	Radio 2 aan zee: J�remie Vrielynck & Sali Haidara, Oski, Jo Vally
30 jul	Radio 2 aan zee: Dinky Toys
31 jul	Radio 2 aan zee: Milow, Berre
1 aug	Radio 2 aan zee: Helmut Lotti, Kalush Orchestra, David Vandyck, Cookies&Cream
2 aug	Radio 2 aan zee: Cleymans & Van Geel, Guy Swinnen, Barbara Dex, De Mens
3 aug	Radio 2 aan zee: Olivia & Paul Sinha, Garry Hagger, Ibe
4 aug	Radio 2 aan zee: Willy Sommers, Udo, Anouk Leander, Danzel
5 aug	Radio 2 aan zee: Bart Peeters, Emma Bale, Sasha & Davy, Amaryllis Temmerman, Kenn Colt
6 aug	Radio 2 aan zee: Christoff, Laura Lynn

8 aug	Radio 2 aan zee: De Romeo's, Celien, Archie X
9 aug	Radio 2 aan zee: Emiline, Kamiel Spiessens, Duncan Laurence, Erik Goossens, Gers Pardoel
10 aug	Radio 2 aan zee: Jaap Reesema & lea Rue, Maksim, Tom Helsen, Flemming
12 aug	Radio 2 aan zee: Niels DS, Get Ready, Wendy Van Wanten, Luc Steeno, Factor 4
13 aug	Radio 2 aan zee: Good Shape, Pauline
14 aug	Radio 2 aan zee: Luka
15 aug	Radio 2 aan zee: The Starlings / Jaap Reesena en Lea Rue/Flip Kowlier/Liliane St Pierre
16 aug	Radio 2 aan zee: Maksim/Emma Heesters/Lissa Lewis/Bobby
17 aug	Radio 2 aan zee: Margriet Hermans/Wim Soutaer
18 aug	Radio 2 aan zee: Niels Destadsbader, Berre, Lindsay, Gunther Neefs
19 aug	Radio 2 aan zee: Metejaar, Pommeliën Thijs, Cleymans & Van Geel, Francisco Schuster, Grace
1 okt	Weekend van de klant: Gene Thomas, Gers Pardoel, Axelle, The Starlings
2 okt	Weekend van de klant: Emiline, Laura Lynn, Maksim
25 dec	Radio 2 Top 2000: Milo Meskens
26 dec	Radio 2 Top 2000: Margriet en David Vandyck
27 dec	Radio 2 Top 2000: Stan van Samang, The Starlings, Gary Hagger
28 dec	Radio 2 Top 2000: Metejaar, Mama's Jasje
29 dec	Radio 2 Top 2000: Bart Kaëll, Erik Goossens
30 dec	Radio 2 Top 2000: Niels Destadsbader, Jérémie Vrielynck

MNM (26 captaties)	17 maa	Oekraïne 1212 (diverse artiesten)
	21 maa	DJ-sets - Tomorrowland Winter
	22 maa	DJ-sets - Tomorrowland Winter
	23 maa	DJ-sets - Tomorrowland Winter
	24 maa	DJ-sets - Tomorrowland Winter
	25 maa	DJ-sets - Tomorrowland Winter
	2 apr	De Grote Peter Van De Veire Sportpaleisshow (diverse artiesten)
	10 jun	De Blokhut: Jeremie Makese
	11 jun	De Blokhut: Pommeliers & Berre
	12 jun	De Blokhut: Judith Van Hirtum
	13 jun	De Blokhut: Maksim
	14 jun	De Blokhut: Grace
	15 jun	De Blokhut: Jaap Reesema & Lea Rue
	16 jun	De Blokhut: Laura Tesoro
	17 jun	De Blokhut: Metejaar & Bart Peeters
	18 jun	De Blokhut: Camille
	19 jun	De Blokhut: Judith Van Hirtum
	20 jun	De Blokhut: Oski
	21 jun	De Blokhut: Olivia
	22 jun	De Blokhut: Niels Destadsbader
	23 jun	De Blokhut: Ibe
	22 jul	DJ-sets - Tomorrowland
	23 jul	DJ-sets - Tomorrowland
	24 jul	DJ-sets - Tomorrowland
	30 jul	DJ-sets - Start to DJ
	28 okt	De Strafsteschool met Camille, Katnuf, en Judith Van Hirtum. En DJ-sets van Omdat Het Kan Soundsystem en MagiK
Studio Brussel	3 feb	#IKLUISTERBELGISCH - The Hautend

(32 captaties)		Youth
	9 maa	SNOWCASE - Equale Idiots
	9 maa	SNOWCASE - Compact Disk Dummies
	16 maa	Rhea
	6 apr	Shaka Shams
	7 apr	Ila
	7 apr	Bluai
	12 apr	Nothing but Thieves
	21 apr	Froukje
	27 apr	Yungblud
	18 mei	Wet Leg
	27 mei	Core-festival (diverse artiesten)
	28 mei	Core-festival (diverse artiesten)
	3 jun	Extrema Outdoor (diverse artiesten)
	4 jun	Extrema Outdoor (diverse artiesten)
	5 jun	Extrema Outdoor (diverse artiesten)
	16 jun	Maneskin
	15 jul	Tomorrowland (diverse artiesten)
	16 jul	Tomorrowland (diverse artiesten)
	17 jul	Tomorrowland (diverse artiesten)
	19 aug	Pukkelpop (diverse artiesten)
	20 aug	Pukkelpop (diverse artiesten)
	21 aug	Pukkelpop (diverse artiesten)
	10 okt	Showcase - Artic Monkeys
	24 okt	Live Live - The Haunted Youth, Brutus
	4 nov	Showcase - Tamino
	25 nov	Showcase - Alt—J
	19 dec	De Warmste Week - Berre, Black Box Revelation, Bazart, Amber Broos

	20 dec	De Warmste Week - Yong Yello, Merol, Niels Destadsbader, Bart Peeters, Regi
	21 dec	De Warmste Week - Judith, Pommelien Thijs, Dikke, Goldband
	22 dec	De Warmste Week - Katnuf, The Haunted Youth, Selah Sue, Metejour, Ilsen & Verhulst
	23 dec	De Warmste Week - Xink, Tamino, Oscar and the Wolf, Omdat het kan soundsystem, Average Rob
Klara (127 captaties)	15 jan	Quatanor Tana
	17 jan	Twintigers - Korneel Van Neste
	18 jan	Twintigers - Mathilde Wauters
	19 jan	Twintigers - Ward Dhoore
	20 jan	Twintigers - Wim Matheeuwese
	21 jan	Twintigers - Maire François
	24 jan	Twintigers - Oscar Beerten
	25 jan	Twintigers - Hendrik Lasure
	26 jan	Twintigers - Emma Wils
	27 jan	Twintigers - Mona Verhas
	28 jan	Twintigers - Samuel Ber
	22 jan	Nationaal Orkest van België - Adès Holst
	23 jan	Concertgebouw Brugge - Ensemble Stravaganza
	28 jan	Nationaal Orkest van België - Mikko Franck; Hahn
	4 feb	Pavel Haas kwartet Suk Korngold Dvorak
	5 feb	Jan Michiels & electronics
	6 feb	Nationaal Orkest van België - Tausk Libeer
8&10 feb	Mozart Così fan tutte (een captatie verspreid over twee opnamedagen)	
11 feb	Antwerp Symphony Orchestra - Chan Gil Shaham Van Hove creatie	

12 feb	Symfonieorkest Vlaanderen - Ests Koor Pärt Fauré
13 feb	Kölner Akademie Brautigam Mendelssohn
17 feb	BruPhil; Volkov; Nelson Goerner
18 feb	Flagey Pianodays Lisitsa-Lugansky
24 feb	Concertgebouw Brugge - Deutsche Kammerphilharmonie Goerne
25 feb	BruPhil; Brossé; Lisa Jacobs
11 maa	Klarafestival - Orch Nat France & Giltburg
12 maa	Klarafestival - A nocte temporis Charpentier Campra
12 maa	Klarafestival - Supernova installatie
13 maa	Klarafestival - Supernova
13 maa	Klarafestival - Minimal Piano Eastman Reich
16 maa	Klarafestival - Bayerisches staatsorchester Devieilhe
17 maa	Klarafestival - Zwerm & Walpurgis LaLaei
17 maa	Klarafestival - Nationaal Orkest van België - Schnittke
18 maa	Klarafestival - Nationaal Orkest van België - Schnittke
19 maa	Klarafestival - Equinox Passio
19 maa	Klarafestival - BruPhil; Jurowski
19 maa	Klarafestival - Equinox Homayoun Shajaran
20 maa	Klarafestival - Pandit N Ghosh & Ensemble ARAJ
22 maa	Klarafestival - Gesualdo Six
24 maa	Klarafestival - BruPhil Fischer Reinoud Van Mechelen
24 maa	Klarafestival - Branford Marsalis solo
25 maa	Klarafestival - Birmingham Symphony Orchestra

25 maa	Klarafestival - Nationaal Orkest van België - Marsalis Bernstein Villa-Lobos ea
27 maa	Klarafestival - Orchestra of the Age of Enlightenment - Johannespassie
31 maa	B'Rock olv Sviridov
2 apr	Collegium Vocale & Philippe Herreweghe - Mattheuspassie
15 apr	Opname Currende
23 apr	Festival van Vlaanderen Mechelen Ensemble Constatinople
26 apr	Festival van Vlaanderen Mechelen en Kiya Tabassian setar
27 apr	Concert de la loge Mozart Paisiello
28 apr	Brussels Jazz Orchestra - Repetitie en soundcheck
29 apr	Metropoolorkest Thielemans 100
6 mei	Sinfonie Orchester Aimard Crumb Messiaen ea
11 mei	Jussen Broers Bartok Gershwin ea
16 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 1
17 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 2
18 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 3
19 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 4
20 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 5
21 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Halve Finale dag 6
27 mei	La Fonte Musica
28 mei	Antwerp Symphony Orchestra Brabbins Michiels HYOID
30 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 1

31 mei	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 2
1 jun	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 3
2 jun	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 4
3 jun	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 5
4 jun	Koningin Elisabethwedstrijd cello Finale dag 6
6 jun	Klavecimbelconcerti Bach Heyerick
14 jun	Koningin Elisabethwedstrijd - Laureatenconcert
16 jun	Koningin Elisabethwedstrijd - Slotconcert
30 jun	Opname opera Schumann Faust
1 jul	Orgelfestival Contius
2 jul	Orgelfestival Contius
16 jul	Walden Festival mix concerten
17 jul	Walden Festival mix concerten
20 jul	Preludiumconcert
5 aug	MAFestival - opstapuitzending
8 aug	MAFestival - Byrd
9 aug	MAFestival - Musica Antiqua Academy
12 aug	Jazz Middelheim
13 aug	Jazz Middelheim
14 aug	Jazz Middelheim
15 aug	Jazz Middelheim
19 aug	Laus festival
22 aug	Laus festival
28 aug	Laus festival
9 sep	Nationaal Orkest van België - Hahn

12 sep	Festival van Vlaanderen - Gent O'Modernt Chamber Orchestra
15 sep	Vlaams RadioKoor - Pilgrim's Song
17 sep	Musica Divina Ensemble Polyharmonique
22 sep	Musica Divina
22 sep	Festival van Vlaanderen - Gent Bamberger Symphoniker
23 sep	Antwerp Symphony Orchestra - Gala Bryn Terfel
24 sep	Hnita Hoeve heropening
28 sep	Marc-André Hamelin pianorecital
29 sep	Capella Mariana; Goeyvaerts String Trio
30 sep	Natinaal Orkest van België - Lenaerts Hendrickx Berwaerts 50 j Cultureel Centrum
1 okt	Brussels Philharmonic - Kazushi Ono
5 okt	Musiciens du Louvre Minkowski Rameau
6 okt	Trio Mediaeval
12 okt	BruPhil start Schubertfestival
13 okt	Libeer Schubertiade festival
14 okt	Kayhan Kalhor Noord Ind trad
15 okt	Cécile McLorin
18 okt	Hathor Consort; Miels; Blazikova
21 okt	Amandine Beyer & Gli Incogniti
22 okt	Antwerp Symphony Orchestra - Chan; Mork
24 okt	Festival van Vlaanderen - Van Baerle Trio
29 okt	Iedereen Klassiek Concertzaal
29 okt	Iedereen Klassiek Kamermuziekzaal
8 nov	Bach Collegium Japan
10 nov	Amir El Saffar

12 nov	L'Arpeggiata; Scheen; Selazek
17 nov	Collegium 1704 Händel en Zelenka
18 nov	Concerto Palatino Gabrieli ea
19 nov	Cantoria
20 nov	Fin de partie, concertante opera
24 nov	Les Arts Florissants; Agnew Monteverdi ea
26 nov	Vox Luminis Legrenzi
29 nov	Ars Musica Tana & Lively Boesmans
1 dec	Brussels Philharmonic Orchestra - Laurie Anderson
2 dec	Orchestre National de Lille - Vondracek
3 dec	Chamber Orch Europe - J.Jansen; Pappano
4 dec	B'Rock Avi Avital
9 dec	Nationaal Orkest van België - Yamada Camille Thomas
27 & 29 dec	Verdi: Ernani (een captatie verspreid over twee opnamedagen)

Bijlage H: KPI 39 - Overzicht van de documentaires in coproducties.

BIJLAGE H - BIJ KPI 39

De VRT investeert jaarlijks in de coproductie van minimaal 15 afleveringen documentaires, waarvan minstens 8 auteursdocumentaires (one-off-documentairefilm of afleveringen per reeks).

Merk	Naam documentaire	Aantal afleveringen	Auteursdocumentaire?
Canvas	Holgut	1	Ja
	Dark Rider	1	Ja
	Victoria	1	Ja
	All-In	1	Ja
	Duty of care	1	Ja
	Dragon Women	1	Ja
	Why We Fight?	1	Ja
	Heimaland	1	Ja
	Metissen van België	3	Neen
	Bariloche	6	Neen
De kaping van de Pompei	3	Neen	
Ketnet	Ket & Doc: Voorbij de sterren	1	Neen
	Ket& Doc: Aikiddo	1	Neen
	Ket&Doc: Bgirl badli	1	Neen
	Ket&Doc: Goals	1	Neen
	Ket&Doc: Licht	1	Neen