

VRT **Jaarbeeld** ²⁰₂₃

**De toekomst
is jong**

P. 18

**Nieuws
voor iedereen**

P. 30

**VRT maakt
het verschil**

P. 80

Artiesten in de VRT-etalage P. 8 | *Niks te zien, maar veel te beleven* P. 16 | Het VRT-archief is dé schatkamer voor AI P. 48
Samenwerkingen op maat P. 54 | Sport en beweging: kijken en doen P. 60 | Fictie met uitstraling P. 88

Mag er nog gelachen worden op VRT?

P. 72



Inhoud

8

De publieke omroep is van alle Vlamingen en dus ben ook jij aandeelhouder. Naar goede gewoonte stelt VRT het Jaarverslag van haar werking voor in het Vlaams Parlement. Politici en beleidsmakers krijgen inzage in de verwezenlijkingen van het afgelopen jaar. In dit Jaarbeeld-magazine, een aanvulling op het Jaarverslag, blikken we vooruit. Je leest hier alles over de visie, ambitie en plannen voor de toekomst.



De verhalen

- 5 VRT in cijfers
- 6 Het woord van de gedelegeerd bestuurder

Muziek

- 8 **ARTIESTEN IN DE ETALAGE:** Margriet Hermans, Marie François en Lady Linn zijn het roerend eens: "Naams- en gezichtsbekendheid is belangrijk, de rol van VRT hierin is van wezenlijk belang"
- 10 De ochtend van **Clara De Decker**
- 14 **DE MUZIEKZOMER** van VRT
- 16 **NIKS TE ZIEN:** in de wereld van Karl Meesters is misschien niets te zien, maar er valt wel van alles te beleven



16



48

Jongeren

- 18 **HET PLEIDOOI** van Karen Donders
- 20 **DE TOEKOMST IS JONG:** Nona Van Braeckel, Jacotte Brokken, Quinten Mares en Koen Freson hebben zo hun eigen ideeën over het bereiken van jongeren
- 24 **JOURNALIST JAAFAR ABDUL KARIM** trekt wereldwijd miljoenen jonge kijkers, aan Merym El Mandoudi vertelt hij hoe
- 28 De ochtend van **Ruth Joos**

VRT NWS

- 30 **IVAN DE VADDER EN LOUISE HOEDT** kijken uit naar de verkiezingen van 2024
- 34 **BUITENLANDS NIEUWS** scoort ...
- 35 **VRT NWS-JOURNALIST BJÖRN SOENENS:** "Als het regent in Washington, dan druppelt het in Brussel"
- 38 ... maar ook het **NIEUWS UIT ONZE STRAAT** blijft belangrijk. Regioreporters Noa Sneyers, Harald Scheerlinck, Ward Schouppe en Margaux Bogaert weten er alles van
- 40 De ochtend van **Peter Van de Veire**

Toekomst

- 42 **INDRUKWEKKEND:** de nieuwe, multifunctionele studio
- 44 **U VRAAGT? WIJ DRAAIEN!** Lotte Vermeir en Ruth Degraeve over de sterke samenwerking tussen lineaire televisie en VRT MAX
- 47 **INNOVATIE** is belangrijker dan ooit
- 48 **DE IMPACT VAN ARTIFICIËLE INTELLIGENTE:** expert Steven Van Belleghem over de opportuniteiten voor de publieke omroep
- 52 **IEDEREEN MEE** op de digitale snelweg

Commerciële samenwerkingen

- 54 **IEDEREEN GEZOND MET GOED ETEN:** de gezamenlijke missie van Foodmaker-CEO Lieven Vanlommel en VRT
- 56 De ochtend van **Fien Germijns**
- 59 **LEVERANCIER VAN MAATWERK:** hoe VRT inspeelt op de snel veranderende commerciële markt

Sport en beweging

- 60 **ALLES VOOR DE SPORT:** het geheim van *Vive le Vélo*
- 66 **TREK EROPUIT** met de fiets- en wandelroutes van VRT
- 70 **DE LAATSTE SPELEN** van atlete Hanne Claes en Sporza-verslaggever Dirk Gerlo

Humor

- 72 **MAG ER NOG GELACHEN WORDEN?** Ella Leyers, Philippe Geubels en Kamal Kharmach vinden van wel, al denken de drie professionele grappenmakers er meer over na dan vroeger
- 76 De ochtend van **Kawtar Ehlalouch**
- 78 **STERKE VROUWEN** zorgen voor topcomedy op VRT MAX

VRT maakt het verschil

- 80 **STIP IT** veroverd Nederland en wordt nog groter in Vlaanderen
- 81 **MET BALLEN AAN JE LIJF** naar de dokter
- 82 **DE WARMSTE WEEK** werkt
- 83 **TOPAANBOD WORDT LESSENPAKKET**
- 84 **STERK MEDIA-ECOSYSTEEM** dankzij sterke publieke omroep
- 85 **SANT IN ANDER LAND:** VRT-producties trekken de wijde wereld in
- 86 De ochtend van **Herbert Verhaeghe**

Fictie

- 88 **BV'S ZIJN OOK MAAR GEWONE MENSEN,** zo leert *Boomer* ons
- 90 **WAT DOET EEN SCRIPTDOKTER?** Heidi Hermans vertelt
- 93 **HOE IS HET OM OP TE GROEIEN OP DE SET** van *Thuis?*
- 96 De ochtend van **Roos Van Acker**

- 96 Uitkijken naar
- 98 Ondertussen op de werf
- 100 **WELKE VRT'ER BEN JIJ?** Een test
- 101 Meer weten?
- 102 Colofon
- 103 **BEDANKT VOOR HET COMPLIMENT**



78

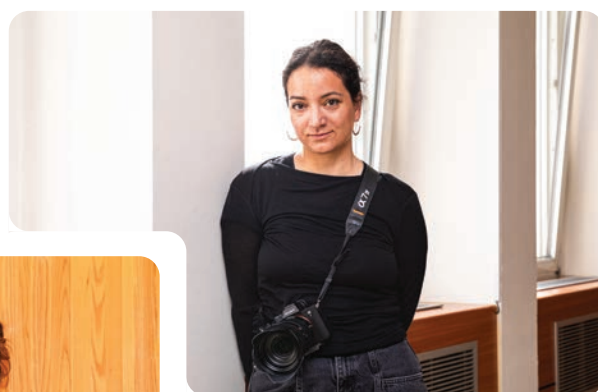
De foto's

Samenwerken met nieuw talent zorgt voor frisse, boeiende en inspirerende creaties. VRT is altijd al een kweekvijver geweest. Dat is voor dit magazine niet anders. Jaarbeeld 2023 ging op zoek naar een aantal jonge fotografen en stuurde hen op pad.

Michel Vertongen



Patrick Ilunga



Rebecca Fertinel

Rebecca De Cavel



Milo Weiler

Rosine Kuzwa



REBECCA DE CAVEL (27) kijkt meestal af van wat ze van plan was: "Ik kan me helemaal verliezen in het tot in de puntjes plannen van een opdracht. Om het tijdens de shoot dan toch weer helemaal anders aan te pakken."

Je kunt de foto's van Rebecca bekijken op pagina's 18, 20-23, 59 en 91-92.

PATRICK ILUNGA (38) gaat door het leven met één motto: "Without the work, the magic won't come."

De foto's van Patrick vind je op pagina's 70-71.

MILO WEILER (24) vertoelt vaak op nieuwe, ongekende plekken: "Maar dat ik met Ivan De Vadder en Louise Hoedt de kleine, alledaagse pracht van Brussel zou ontdekken, had ik niet verwacht."

Voor de foto's van Milo blader je naar pagina's 8-13, 16-17 en 30-33.

MICHEL VERTONGEN (24) vindt onbekend allesbehalve onbemind: "Het is fijn om de mensen achter de schermen in de schijnwerpers te kunnen zetten."

Bekijk Michel zijn foto's op pagina's 38-39, 41, 44 en 46.

ROSINE KUZWA (24) heeft een missie: "Ik hoop dat mijn professionele pad jongeren, waar ze ook vandaan komen, inspireert om hun dromen waar te maken."

Rosine haar foto's vind je op pagina's 4, 10, 28, 40, 53, 56, 76, 86 en 96.

REBECCA FERTINEL (31) is geïnteresseerd in mensen en hun onderlinge relaties: "Niets fijner dan telkens weer iemand nieuw te leren kennen en die in beeld te brengen."

Ga voor de foto's van Rebecca naar pagina's 54, 57, 72-77 en 78-79.

VRT in cijfers

Meer boeiende cijfers vind je in het Jaarverslag 2022.

9 op de 10 Vlamingen komen **wekelijks** minstens een keer in **contact met een VRT-merk**

VRT bereikte in 2022 dagelijks **2 452 816** kijkers, **2 626 186** luisteraars en **2 065 923** surfers

In 2022 investeerde de publieke omroep **111 177 519 euro** in de **externe productie- en facilitaire sector**

71,8% van de (co-)producties in primetime op VRT 1 en Canvas zijn **Vlaams**

Het enorme VRT-aanbod kost de **Vlaming amper 3,56 euro per maand**

Karrewiet heeft **312 000** volgers op TikTok, **nws.nws.nws** **307 000** op Instagram

Sinds de lancering kreeg VRT MAX **meer dan 121 miljoen** bezoekers

In 2022 had de klantendienst **30 135** contacten met kijkers, luisteraars en surfers, de **nieuwsombudsman 7 404**

De *repair shop* werd **volledig op groene stroom** geproduceerd en stootte **6,2 ton minder CO₂** uit dan wanneer er dieselgeneratoren zouden gebruikt zijn

100% van de televisieprogramma's zijn **ondertiteld via Teletekst**

Zonder VRT zouden **22 897** verschillende nummers en **8 955** artiesten niet te horen zijn op nationale radio in Vlaanderen (Klara zelfs niet bijgerekend)

Op **18 december 2022** keken **2 077 344** mensen naar de **ontknoping van het WK voetbal**

Na amper een maand was de VRT NWS-podcast *Waar is zuster Gabrielle?* al **meer dan een miljoen keer gestart**

De echte kracht van een organisatie schuilt vaak diep in de buik ervan. Dat is bij VRT niet anders. Achter onze bekende programma's en populaire merken gaan vaak straffe creativiteit, frisse innovatie en vooral veel hard werk schuil. Sterke karaktertrekken van VRT als verbindende media, onpartijdige informatie, cultuur met c en C, boeiende educatieve projecten en nog heel wat meer, komen er immers niet zomaar. In dit Jaarbeeld halen we die verhalen uit de buik uitzonderlijk eens naar de voorgrond om zo een beter beeld te schetsen waar de meerwaarde van een publieke omroep vandaan komt. En die is, geloof ons vrij, nog altijd best indrukwekkend.

Een beeld van een omroep

Omdat VRT er 'altijd' al geweest is, staat de gemiddelde Vlaming nog zelden stil bij de rol van de publieke omroep. Toch zou het medialandschap in Vlaanderen er veel schraler bij liggen, mochten VRT en de commerciële omroepen elkaar niet aanvullen zoals ze dat vandaag doen. Zonder VRT geen duidingsprogramma's op radio en televisie, geen *Verhaal van Vlaanderen*, geen Vlaamse kinderprogramma's, geen liveverslaggeving van de Ronde van Vlaanderen voor vrouwen, geen EDUbox-lespakketten voor het onderwijs, geen Koningin Elisabethwedstrijd, geen sterk Vlaams fictielandschap, geen *De Inspecteur*, geen Jumpjobs, geen Kom op tegen Kanker, ... De lijst is oneindig lang, vol projecten waarbij het VRT-aanbod dat van de private mediaspelers vervolledigt. Dat we elkaar ook nu en dan eens overlappen, doet eigenlijk niets af aan de toegevoegde waarde van dat samenspel.

Eigen lof stinkt, maar we zijn heus niet de enigen die er zo over denken. Academisch onderzoek toont aan dat een sterke publieke omroep erg positief, zonet noodzakelijk, is voor een hele reeks pijlers van de democratie. Publieke omroepen spelen een aantoonbare rol in het vrijwaren van betrouwbaar nieuws, het verdedigen van de democratie, het stimuleren van innovatie, het uitbouwen van een lokale creatieve industrie, het ondersteunen van de cultuursector, inclusie en diversiteit normaliseren, een stem geven aan minderheidsgroepen, duurzaam ondernemen, ... Die rol wil VRT blijven spelen, ook nu nieuwe media de oude kijk- en



luisterpatronen doorprikken, ook in een mediasector die aan een snel tempo verandert en ook in een samenleving waarin het debat heel erg verhardt. Meer zelfs, wij zien er de rol van de publieke omroep alleen maar door versterken.

Willen we in Vlaanderen een sterke publieke omroep behouden, dan zullen we daar de komende jaren trouwens hard aan moeten werken. Het mediagedrag van vele Vlamingen is zo erg gewijzigd dat het klassieke aanbod, zowel inhoudelijk als qua kanalen, al lang niet meer volstaat. VRT investeert daarom actief in een aansluiting bij doelgroepen die niet (meer) spontaan op de radar komen van klassieke radio en televisie. Het aanbod van VRT wordt verrijkt met nieuwe of vergeten genres, we zetten eigen digitale kanalen en sociale media in, investeren stevig in innovatie, slaan de handen in elkaar met lokale concurrenten, scherpen de eigen organisatie aan, ... Dat levert ook resultaten op. De centrale digitale bestemmingen VRT MAX en VRT NWS *boomen*, onze podcasts weten steeds meer Vlamingen te boeien, *nws.nws.nws* en *Karrewiet* zijn op sociale media dé nieuwsbron van jongeren, ... Geregeld halen we zo weer mooie marktaandeelen bij jonge mediaconsumenten, kortgeschoolden en Vlamingen met een migratieachtergrond, de drie doelgroepen waar de uitdaging voor media het grootst is.

Toch zijn we er nog lang niet. Ook de komende jaren zal de publieke omroep moeten investeren om relevant te blijven voor alle Vlamingen. Dat wordt geen eenvoudige opdracht. VRT heeft nood aan meer bewegingsvrijheid en schakelsnelheid om in te spelen op het wijzigende

“Academisch onderzoek toont aan dat **een sterke publieke omroep erg positief, zonet noodzakelijk, is** voor een hele reeks pijlers van de democratie.”

Frederik Delaplace

mediagedrag. Een combinatie van alles behouden wat er is en daar bovenop nieuw aanbod en nieuwe kanalen ontwikkelen, is sisyfusarbeid zonder reële slaagkansen. Ook in het werven van eigen financiële middelen, goed voor 40 procent van het VRT-budget, heeft de publieke omroep nood aan meer manoeuvreerruimte om op een marktversterkende manier te kunnen opereren op de commerciële markt. Alleen op die manier zullen we vermijden dat we over afzienbare tijd de rol van de publieke omroep uitgehold zien.

In dit Jaarbeeld staan we stil bij een hele reeks verhalen die concreet aantonen waar we bij VRT het verschil proberen te maken: van het straffe tv-avontuur dat Karl Meesters wil schrijven, over hoe we met jonge makers ook nieuwe mediagebruikers bereiken tot hoe we in het cruciale verkiezingsjaar 2024 alle Vlamingen, ook de 550 000 nieuwe kiezers, willen voeden met kwalitatieve informatie. Van de straffe innovatie die we opzetten in een gloednieuwe studio, over de grote veranderingen die ons metier te wachten staan door artificiële intelligentie tot een 360°-aanpak van onze partnerships. Verhalen vanuit de buik van VRT, waarin we alle dure beloftes die hierboven beschreven staan dag na dag proberen waar te maken. Samen vormen die een goed beeld van wat we bij de publieke omroep écht bedoelen als we het hebben over 'media die er écht toe doen'.

Frederik Delaplace
Gedelegeerd bestuurder VRT

Artiesten Lady Linn, Marie François en Margriet Hermans
over het belang van VRT voor de Vlaamse muzieksector

De etalage is belangrijk

VRT heeft een groot hart voor muziek. Studio Brussel en Canvas-presentatrice Michèle Cuvelier is een muzikkenner en een nog grotere muzikliefhebber. Ze trok met drie rasartiesten naar de iconische Toots-studio van VRT en praatte er over hun gemeenschappelijke passie voor muziek en het belang van de publieke omroep.

Klassiek pianiste **Marie François** werd in 2022 verkozen tot een van *De Twintigers* van Klara, jonge muzikanten in wie Klara veel potentieel ziet. In het voorjaar van 2023 trok ze een maand naar Warschau om er alle nocturnes van Chopin in te studeren.

Lady Linn is zangeres en muzikant. Ze brengt vooral jazz, pop en soul, maar draait ook haar hand niet om voor andere genres, zoals hiphop, dance en house.

Margriet Hermans staat al 38 jaar op de planken en brengt vooral Nederlandstalige muziek. In 2022 won ze *Radio2 Zomerhit*.

Wat dacht je toen je de Zomerhit-trofee in handen kreeg, Margriet?

Margriet: "Wat gebeurt er nu? Ik was overweldigd en meteen ook heel dankbaar. Een superervaring! Ik had nooit verwacht dat ik zou winnen, maar wist wel dat ik hoog zou eindigen. Dat merkte ik aan het enthousiasme van de mensen op straat, die me vertelden dat ze op mij hadden gestemd. Overal waar ik kwam, voelde ik dat *Zomerhit* enorm leefde bij de Vlaming."

Welke impact had de overwinning op je carrière?

Margriet: "Die heeft een gigantische, nieuwe boost gekregen. Heerlijk, ik geniet er met volle teugen van. Ik treed weer ontzettend veel op, wat ik niet had zien aankomen. Ik dacht: ik ben met pensioen en we zullen wel zien wat er komt. Maar plots heb ik het weer net zo druk als vroeger."

En dat terwijl je eigenlijk al best lang bezig bent.

Margriet: "Mijn carrière is echt begonnen in 1987. Toen heb ik deelgenomen aan de preselecties voor het Eurovisiesongfestival met het liedje 'In slow motion'. Een nummer met een Engelse titel, maar met een tekst in het Nederlands. Ik was toen 32 jaar en stond in het onderwijs. Maar wanneer ik maar kon, was ik aan het zingen, onder andere in een kerkkoor. Op een bepaald moment heeft Marc Dex mij ontdekt en toen is de bal aan het rollen gegaan."

Je bent doorgebroken bij het grote publiek nadat VRT je op televisie had gebracht?

Margriet: "Exact. Eigenlijk was ik de antivedette. Ik zag er niet uit, bij wijze van spreken. (lacht) Al vond ik dat zelf niet, hoor. In ieder geval: ik beantwoordde absoluut niet aan het beeld van het perfecte popidool. Maar VRT maalde daar niet om en gaf me de kans om me als zangeres te bewijzen en later ook als presentatrice. De programmamakers en bazen van



En wat was de invloed op je eigen carrière?

Marie: "Die was groot. Ik ben sowieso iemand die heel uitgesproken is over mijn liefde voor klassieke muziek en probeer daar een divers publiek mee te inspireren. Ik kan er niet over zwijgen. Dankzij *De Twintigers* heb ik flink wat nieuwe mensen kunnen bereiken. Velen daarvan volgen me nu actief, zowel op sociale media als tijdens concerten. Mijn carrière heeft echt een boost gekregen."

Lady Linn, jij beperkt je niet tot één genre. Jouw muziek horen we dan ook op zowat alle zenders van VRT.

Lady Linn: "Ik ben daar heel dankbaar voor. Zoals Margriet zegt: het is zo belangrijk om ondersteund te worden. Als artiest maak je muziek niet alleen voor jezelf, maar zeker ook voor een publiek. Als je veel mensen wilt bereiken, zijn radio en televisie van groot belang."

Jij viel ook al in de prijzen, onder andere tijdens de MIA's. En net als Margriet won je een Zomerhit, met 'I don't wanna dance' in 2009.

Lady Linn: "Ja, dat was een complete verrassing. Ik had diezelfde avond laat nog een optreden met dj Red D, op een andere locatie. Ik dacht dat het perfect te combineren was, omdat ik ervan uitging dat ik zeker niet zou winnen. En plots hoorde ik mijn naam! Ik heb toen alle interviews in een razend tempo moeten afwerken, zodat ik er vlug vandoor kon. Misschien kwam dat bij sommige mensen wat respectloos over of leek het alsof ik niet blij was. Niets was minder waar, ik vond het geweldig. Maar ik moest écht weg."

En merkte jij een impact?

Lady Linn: "Zeker. Toen werden er nog cd's verkocht en bestond audiostreaming nog niet in België. Mijn album is na *Zomerhit* echt de hoogte ingegaan."

de publieke omroep keken naar mijn talenten en niet naar mijn overtollige kilo's. Daar ben ik hen ontzettend dankbaar voor, want het was baanbrekend op dat moment."

Marie, jij staat nog aan het begin van je carrière. In 2022 verkoos Klara jou tot een van De Twintigers. Hoe was dat?

Marie: "Superteuk! Klassieke muziek heeft niet zoveel initiatieven waarbij jong talent zich aan een groot publiek kan tonen, dus ik ben ontzettend blij dat Klara *De Twintigers* heeft gelanceerd. Een hele week lang kreeg ik bijzonder veel aandacht op de radio en online. Ik mocht ook een concert geven in deze prachtige studio (Studio Toots in de VRT-gebouwen, n.v.d.r.), dat was te horen op Klara en te zien op VRT MAX. Een bijzonder fijne ervaring."

Was het naast fijn ook belangrijk voor jou?

Marie: "Absoluut. En niet alleen voor mij. Het is goed dat er actief over alle facetten van klassieke muziek gepraat wordt. Een muzikant is meer dan iemand die 8 uur per dag in een kamertje aan het oefenen is op een instrument. Wij doen veel verschillende dingen en we hebben een waaier aan interesses. Het is mooi dat dit ook eens de kans krijgt om naar buiten te komen."

De stem in je wekker

Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Clara De Decker

Presenteert *Espresso* op Klara

Hoe ziet je ontbijt eruit?

"Ik probeer al een tijdje aan *intermittent fasting* te doen waardoor ik het ontbijt regelmatig oversla. Als ik toch iets eet, kies ik voor havermout of ga ik *all the way* met Griekse yoghurt, vers fruit en zelfgemaakte granola. Maar dat doe ik dus eerder sporadisch. Mijn programma heet *Espresso*, al drink ik zelf geen koffie. Ik drink het liefst gemberthee en water. Af en toe grijp ik naar een Nalu om wakker te blijven. Een ochtendprogramma presenteren én een baby in huis hebben, eist soms zijn tol."

Waarom presenteer je *Espresso* zo graag?

"Ik vind de ochtend sowieso het fijnste moment om radio te maken. De dag begint, je wordt samen met de luisteraars wakker en alles kan nog gebeuren. Een heel fijn gevoel. Ook de mix van muziek en cultuur vind ik interessant en past heel goed bij mij. Ik sta er vaak van versteld hoe aandachtig mensen luisteren. Als ik een naam fout uitspreek of een verkeerd jaartal vermeld, dan hebben zij het meteen gehoord. Dan sturen ze een mailtje of een bericht in de Klara-app. Ik heb zelfs ooit een handgeschreven brief van een luisteraar gekregen die elke ochtend goedgezind wordt van mijn stem. Met een pak koffiebonen als cadeau. Heerlijk, toch? Alleen jammer dat ik dus geen koffie drink."

Welke muziek geeft je energie om aan de dag te beginnen?

"Ik moet bekennen dat ik niet vaak met klassieke muziek opsta, zoals je misschien van een Klara-presentator zou verwachten. Ik luister 's ochtends regelmatig naar het programma *Wakker met Van Acker* op MNM, omdat het al om vier uur 's nachts begint. Het is altijd fijn om te merken dat er nog andere vroege vogels zijn. Soms zet ik ook een nummer van Beyoncé op voor ik aan mijn uitzending begin. Dan ben ik meteen wakker! Van Beyoncé naar Bach is uiteindelijk maar een kleine sprong, toch?"

VRT zet de spotlights op heel diverse muziekstijlen. Zo zijn er onder andere *Zomerhit* bij Radio2 en VRT 1, *De nieuwe lichterling* bij Studio Brussel, *MNM Start to DJ*, *De Toots Sessies* bij Canvas, de *Radio 1 Sessies* en *De Twintigers* bij Klara. Maar wat vinden jullie als artiesten van het muziekaanbod van de publieke omroep? Spreek vrijuit!

Margriet: "VRT neemt haar rol als promotor van muziek van bij ons echt ter harte. Voor elke artiest, in welk genre dan ook, is de etalage belangrijk. Als muzikant kun je thuis uren zitten te oefenen, maar alleen met talent en hard werken bereik je geen publiek. Je hebt een manier nodig om tot bij de mensen te komen. In Vlaanderen wordt er op cultureel vlak heel wat georganiseerd. Alleen moeten programmatoren van culturele centra en festivals, organisatoren van concerten en andere evenementen, kortom iedereen die een artiest een podium kan geven, weten dat je bestaat en wat je te bieden hebt. Iets te vaak focussen zij op een beperkt palet aan namen. Allemaal mensen met talent, hoor. Maar het aanbod is zoveel groter. Naams- en vooral gezichtsbekendheid is vaak belangrijk. En daar kunnen de media voor zorgen. De rol van VRT is hierin van wezenlijk belang."



Lady Linn: "Als artiest wil je natuurlijk graag zoveel mogelijk aan bod komen, op zoveel mogelijk verschillende zenders. Ik word zelf vooral op Radio 1 en Radio2 gedraaid, vroeger ook wel op Studio Brussel, nu wat minder. Ik heb het altijd wat moeilijk gehad met hokjes. Programmamakers zeggen soms: jij bent meer een artiest voor die zender. Nog voor je een nieuw nummer uitbrengt, heb je al het gevoel dat je op een bepaald radiostation niet zult gedraaid worden, omdat de muzieksamenstellers een specifiek beeld van je in hun hoofd hebben. Dat vind ik moeilijk. Nieuwe muziek *pluggen* (voorstellen bij radio- of televisiemakers, n.v.d.r.) voelt alsof ik weer een examen moet doen."

Marie: "In *De zevende dag* wordt zelden voor klassieke muziek gekozen. Ik heb de redactie zelf gemaild."

Lady Linn: "Cool. Goed gedaan!"

Marie: "Ik vroeg hen: hallo, wanneer brengen jullie eens klassiek?"

Margriet: "Terecht!"

Marie: "De impact was zot! Die drie minuten op televisie hebben mij zeker tien nieuwe concerten opgeleverd."

Worden die hokjes tegenwoordig niet vaker gesloopt? Zeker bij de jonge generatie?

Lady Linn: "Ja, de dingen zijn aan het veranderen. Nu wordt er gelukkig vooral naar het nummer zelf geluisterd, ongeacht wie de artiest is. Tegelijk besef ik wel dat er ontzettend veel muziek is. Ook duiken er vaak nieuwe artiesten op. Er is zoveel aanbod en talent. En lang niet iedereen wordt gedraaid, dat kan gewoon niet. Dus ik ben heel blij dat ik wel te horen en te zien ben op radio, televisie en online."

Marie: "Klara is een grote familie en steunt mij door dik en dun. Dat vind ik geweldig en ik ben daar enorm dankbaar voor. Klassieke muziek komt wel weinig aan bod op andere zenders. Dat vind ik soms jammer, want zo wordt het genre eigenlijk klein en exclusief gehouden. Het is moeilijk om ontdekt te worden door een ander publiek. Je kunt toch van verschillende stijlen houden? Als ik na een concert naar huis rij, zit ik nog vol adrenaline. Dan

luister ik naar Studio Brussel om me af te reageren. Charlotte de Witte luid door de boxen laten knallen, zalig! Wie weet vindt een technofan klassiek ook helemaal geweldig. Maar dan moet die de muziek wel leren kennen."

Lady Linn: "Muziek is muziek, hè. Maar vaak is het imago een probleem."

Marie: "Terwijl klassieke componisten ook mensen van vlees en bloed waren. Chopin dronk graag absint in een café, daar is niets elitairs aan."

Zou het een idee zijn: Paul Kalkbrenner staat op 1 in *The Greatest Switch*, de jaarlijkse hitlijst van de populairste dance classics. De dag erna brengen jullie alle drie een cover in jullie eigen genre?

Lady Linn: "Waarom niet?"

Marie: "Graag. Heel wat moderne muziek is trouwens geïnspireerd op klassieke. Margriet en Lady Linn vertelden me daarstraks dat zij er ook van houden en

dat ze zelfs bepalend is geweest in hun muzikale leven. Bij de meeste muzikanten zit klassieke muziek toch wel in hun achtergrond, dat merk je vaak. Ik probeer er een ambassadeur van te zijn. Ik praat er graag over en vind dat die muziek ook echt gehoord mag worden, ze zit al honderden jaren in onze cultuur."

Margriet: "Zeker, ze moet gehoord worden!"

Lady Linn: "Klassieke muziek is prachtig. Maar eigenlijk kun je ze niet onder één noemer vatten. Er zijn zoveel stijlen in. Verschillende genres binnen het genre, zeg maar. Net zoals bij Nederlandstalige muziek, pop, jazz of dance. Ik kom weer bij hetzelfde uit: weg met de vooroordelen."

Marie: "Juist! Zo is het een cliché dat klassieke muzikanten gesloten eenzamen zijn. Akkoord, we zitten vaak alleen te oefenen met ons instrument, maar zijn echt geen wereldvreemde types. We zijn allesbehalve saai, net zoals klassieke muziek dat ook niet is."

Wat kan VRT dan concreet verbeteren?

Margriet: "Ik moet het zeggen zoals het is: de radiozenders van VRT doen écht wel hun best. Zij zijn goed bezig, *chapeau*. Maar op televisie zou er toch nog wat meer aandacht voor muziek mogen zijn. Soms hoor ik een artiest op de radio en denk ik: wat goed! Maar dan kan ik er geen gezicht op plakken, omdat die nog nooit op televisie is geweest. Ondanks het wijzigende mediagedrag en het digitale dat aan belang wint, blijft televisie toch nog altijd veel impact hebben."

Lady Linn: "Ja, graag meer muziek op televisie! Dat mogen natuurlijk specifieke muziekshows zijn, maar ik mis momenteel ook andere programma's waarin er plaats is voor livemuziek, zoals talkshows."

Marie: "Of waarom niet een cultureel programma dat verschillende stijlen aan bod laat komen? Volgens mij kun je in dezelfde uitzending zowel Nederlandstalige liedjes als jazz en klassieke muziek brengen. Ik ben ervan overtuigd dat dit een groot publiek kan aanspreken. Alles hangt er gewoon vanaf hoe je het brengt."

Lady Linn: "In ieder geval niet geplaybackt. We moeten echt live mogen spelen."

Margriet: "In optimale omstandigheden, met je eigen of andere goeie muzikanten."

Marie: "Wat ook leuk is: combineer onverwachte namen. Over de genres heen. Het is toch fantastisch dat wij nu samen aan bod komen? En je ziet: eigenlijk denken wij hetzelfde, genieten wij van gelijkaardige, mooie momenten en hebben wij te kampen met dezelfde problemen. Want we voeren hetzelfde ambacht uit. Drie totaal verschillende muziekstijlen en toch zo gelijkaardig. Geweldig toch!"

Lady Linn: "Wat de publieke omroep bijvoorbeeld gedaan heeft voor Syrië Turkije 12-12 was fantastisch! VRT bracht meer dan dertig artiesten bij elkaar, ongeacht hun genre of achtergrond, om samen 'People Help the People' op te nemen. Heel sterk. Dat was trouwens hier in deze Toots-studio. We zijn toen geweldig ontvangen en er heerste veel vriendschap tussen de muzikanten en productieploeg. Met als resultaat: een prachtig en succesvol nummer."

Een wekelijks muziekprogramma in primetime op VRT 1, waarin zowel jazz, Vlaamse als klassieke muziek te horen is én ook nog heel wat andere genres. Zou daar een markt voor zijn?

Lady Linn: "Ja!"

Margriet: "Daar ben ik zeker van."

Marie: "Ik ook. 100 procent."

Lady Linn: "Mensen zijn echt niet bekrompen."

Margriet: "Dat hokjesdenken is niets voor de Vlaming. Die staat voor veel open."

Marie: "Natuurlijk. En er is hier zoveel talent."

Lady Linn: "Je mag het publiek nooit onderschatten."

Marie: "Die kruisbestuiving zou trouwens waanzinnig interessant zijn. Verschillende artiesten met diverse achtergronden samenbrengen en kijken wat dat geeft. En dat dan ook nog eens voor een groot publiek. Ik hunker naar het moment dat er zo een programma komt!"

Margriet: "De variëteit zorgt er ook voor dat het boeiend blijft. Je moet niet plots een uur jazzmuziek op VRT 1 gaan brengen, dan zapt je publiek weg. Maar als je afwisselt met andere genres, zal het wel werken. Dan krijg je een enorme rijkdom."

Door de nieuwe technologie kun je op de tweede zien waarop mensen wegzappen als ze naar de radio luisteren. Neem bijvoorbeeld de Foo Fighters, a match made in heaven met Studio Brussel. Maar zelfs bij hun muziek: als een gitaarsolo uit een van hun nummers te intens is op een bepaald moment van de dag, dan zijn de luisteraars weg. Waar ligt de grens tussen je luisteraars prikkelen en toch blijven vermaken?

Lady Linn: "Persoonlijk vind ik wel dat je mensen nieuwe dingen moet leren kennen. Een beetje zoals vroeger op school: een goede leerkracht kon je stimuleren en inspireren. Die bracht niet alleen maar wat jij zelf dacht interessant te vinden, maar deed je ontdekken dat er nog heel wat andere dingen boeiend zijn. Soms kwam dat niet van de eerste keer binnen, maar na een paar keer kon die leraar je er wel warm voor maken. Dat is met de media en muziek ook zo. 'Opvoeden' klinkt in deze context zo ouderwets en belerend, maar ik bedoel: af en toe mag het wel iets gewaagder, je moet soms buiten de lijntjes durven kleuren en niet per se met de stroom mee willen gaan. Dat zou VRT toch moeten kunnen, omdat ze geen commercieel bedrijf is."

Margriet: "Soms merk ik aan collega's dat ze beginnen te schrijven in functie van de radiostations. Zodat er meer kans is dat ze gedraaid zullen worden. Dat vind ik absoluut niet goed. Je moet als artiest je eigen muziek maken, zoals jij die voelt. Daar ligt jouw sterkte."

Zijn er nog werkpunten?

Marie: "Mag ik toch nog even voorvechter van de klassieke muziek zijn?"

Margriet: "Je moet!"

Marie: "Als er plaats is voor muziek in een televisieprogramma, zoals bijvoorbeeld in *De zevende dag*, dan wordt er maar zelden voor klassieke muziek gekozen. Ik heb er zelf eens mogen spelen en weet je hoe dat kwam? Omdat ik de redactie zelf gemaaild heb."

Lady Linn: "Cool. Goed gedaan!"

Marie: "Ik vroeg hen: hallo, wanneer brengen jullie eens klassiek?"

Margriet: "Terecht!"

Marie: "Ik vond het zo fijn dat ze geluisterd hebben en ervoor openstonden. Ik ben heel goed ontvangen, ze hebben ook voor een uitstekende piano gezorgd. Hopelijk brengen ze nu voortaan vaker klassiek."

Lady Linn: "En je hebt ongetwijfeld een enorme impact gevoeld?"

Marie: "Het was zot! Die drie minuten op televisie waren zo waardevol voor mij. Ze hebben mij zeker tien nieuwe concerten opgeleverd."

Margriet: "Wat ik daarstraks zei: die etalage is van immens belang. En wat VRT durft te doen, is afwijken van het evidente. Daar heb ik bewondering voor. Andere mediahuizen kijken toch vooral naar wat er verkoopt. En ik begrijp dat, zij moeten er hun middelen mee binnenhalen. Maar het is een belangrijke taak van de publieke omroep om ook artiesten die minder commercieel zijn een forum te geven. Ik hoop dat VRT dat volhoudt, het is echt belangrijk."

En hoe zien jullie de toekomst? De media en ook de muziekindustrie evolueren razendsnel. Zelf leer ik bijvoorbeeld heel wat nieuwe muziek kennen via TikTok. Hoe kan de publieke omroep mee blijven? Moeten we voor jongeren snelle en flitsende dingen maken?

Lady Linn: "Ik denk het wel. Als zij daarvan houden, is dat prima voor hen. Maar het is een en-en-verhaal. De toekomst is zonder twijfel digitaal. En dat heeft VRT goed begrepen. Ik ben een grote fan van de VRT MAX-app. Het aanbod is uitgebreid en van een hoog niveau. Er is zonder twijfel voor iedereen iets te vinden. En je ontdekt er ook nieuwe dingen."

Margriet: "Waar ik zeker in geloof, is DAB+-radio. Zo kun je met verschillende kanalen voor elk wat wils brengen. Ik denk dat VRT rekening moet houden met alle generaties en aanbod moet maken voor iedereen. Voor kinderen en jongeren die alles willen consumeren via sociale media, voor mensen van middelbare leeftijd die op allerlei kanalen op ontdekking gaan én voor ouderen die gewoon verwend willen worden. Dat zie ik aan mijn echtgenoot: hij staat voor veel open, maar gebruikt zijn smartphone echt niet om dingen te ontdekken. Nieuwe muziek wil hij op een schoteltje geserveerd krijgen."

Marie: "Zelfs jongeren kunnen dat wel eens leuk vinden, hoor. Als iemand van de jonge generatie ben ik vergroeid met mijn smartphone. Maar soms raak ik daardoor overprikkeld. Vaak wil ik een rustiger tempo en meer diepgang, dingen bijleren. Een nadeel van sociale media is ook dat mensen niet meer leren om hun aandacht ergens langer op te focussen. Alles moet tegenwoordig snel gaan en kort zijn. Voor muziek mag je best wel je tijd nemen. En VRT doet dat, waarvoor grote dank!"

"Ik ben ontzettend blij dat Klara *De Twintigers* heeft gelanceerd. Dat heeft mijn carrière een boost gegeven."

Marie François



"De toekomst is zonder twijfel digitaal. En dat heeft VRT goed begrepen. Ik ben een grote fan van de VRT MAX-app."

Lady Linn



Scan de QR-code en bekijk een videofragment van het interview.

de Muziekzomer

van VRT



Hou je van muziek (wie doet dat nu niet)? Dan ben je aan het juiste adres bij VRT. De Muziekzomer is een VRTRN-project waarop de publieke omroep maximaal inzet. (Zie pagina 52.) Juli en augustus staan in het teken van héél veel muziek, op alle zenders en platformen. En daarvan hoef je niets te missen. Dankzij VRT MAX beleef je alles, waar je ook bent, en VRT NWS gidst je door het aanbod. Ook via de sociale media blijf je op de hoogte, daar neemt Zita Wauters je mee achter de schermen. VRT maakt haar Muziekzomer zo toegankelijk mogelijk voor iedereen. Zo kunnen personen met een handicap volwaardig meegenieten. Het wordt een prachtige zomer, dat staat nu al vast.

Radio2

De studio van Radio2 vind je van maandag 10 juli tot en met zaterdag 19 augustus aan het begin van de Belgium Pier in Blankenberge. Je ziet en hoort er je favoriete presentatoren en heel wat artiesten van bij ons live aan het werk tijdens *Radio2 Aan zee* en *Radio2 Zomerhit*. Allerlei attracties en activiteiten maken de beleving compleet. Op 11 juli viert Radio2 de Vlaamse feestdag met veel muziek. En ook Radio2 BeneBene doet mee, daar hoor je de *Radio2 BeneBene Vlaamse100*.

Klara

Klara's parapedaarje van de zomermaanden is het Walden Festival, op 15 en 16 juli in en rond het unieke Brusselse Leopoldpark. Klassiek, hedendaags, jazz en global vormen de ingrediënten van een avontuurlijk zomerfestival voor jong en oud. Geniet van muziek in al haar verscheidenheid, op verschillende podia: een strijkkwartet, oedspelers, flamencogitaristen, virtueuze jazzmusici en mysterieuze soundscapes ... Met een strooien hoedje op.



Ketnet

Ook deze zomer kun je weer genieten van de Ketnet Zomertour, hét gratis zomerfestival voor kinderen, (groot-) ouders en iedereen met een jong hart. Beleef een dag vol activiteiten en ontmoetingen met je idolen. En natuurlijk ook spetterende optredens van onder meer #LikeMe, Kaatje, Kamiel & Viktor en De KetnetBand. De Zomertour strijkt neer in Sint-Niklaas, Wenduine, Diest en Roeselare.

Zomerhit

Geen zomer zonder *Zomerhit*. Ook in 2023 slaan VRT 1 en Radio2 de handen in elkaar voor dit grootse muziekfeest. Gaststad is Blankenberge. Van maandag 10 juli tot en met zaterdag 19 augustus strijden twintig artiesten er om de felbegeerde trofee. Het publiek bepaalt wie die mee naar huis mag nemen door te stemmen via de VRT MAX-app. Siska Schoeters en Niels Destadsbader presenteren de show en Zita Wauters gaat backstage op pad.



MNM

Geniet van *music and more* in heel Vlaanderen en Brussel. Sander Gillis en Laura Govaerts bestormen podia met hun *Gillis & Govaerts Liveband*. Die ontstond na het succes van hun TikTok-covers. Ook enkele luisteraars spelen mee. Tijdens de dertiende editie van *MNM Start To DJ* kan straf talent in de voetsporen treden van onder andere 5napback, MagiK en Voltage. De winnaar mag draaien op Tomorrowland Winter en wordt een van de huis-dj's op MNM.

Canvas

Canvas brengt je de hoogtepunten van Studio Brussel op Rock Werchter en Pukkelpop met live-uitzendingen vanop de festivalterreinen. Er is rock, indie, pop, soul, hiphop en nog veel meer. Gevestigde waarden en nieuw talent. Michèle Cuvelier dompelt je onder in de bruisende sfeer, artiesten komen langs voor een babbel en je krijgt vooral veel muziek.

Studio Brussel, de festivalzender

Bij Studio Brussel beleef je alle zomerfestivals vanop de eerste rij. Op vijf terreinen plant de zender een volledige radiostudio neer: CORE Festival, Graspop Metal Meeting, Rock Werchter, Tomorrowland en Pukkelpop. Maar ook van de andere festivals (40 in totaal!) hoef je niets te missen. Dagelijks krijg je vooruitblikken, de beste verhalen én kun je tickets winnen. De hele zomer lang trekken reporters ook naar verschillende festivallocaties.



VRT 1

Naast de zes zomershows van *Zomerhit* aan de vuurtoren in Blankenberge, zorgt VRT 1 traditiegetrouw ook voor de nodige sfeer tijdens de Vlaamse feestdag. Op 11 juli palmt Peter Van de Veire weer de Grote Markt van Antwerpen in met *Vlaanderen feest* en brengt een scala aan Vlaamse topartiesten mee. Op initiatief van VRT 1 en Radio2 zingt Stan Van Samang het speciaal geschreven Vlaanderen feestlied: 'Feest'.

Karl Meesters verzamelt de mooiste, auditieve souvenirs op een muzikale reis

Niks te zien

een televisieprogramma dat je vooral moet horen

Foto's zijn vaak de mooiste souvenirs die mee terugkeren van vakantie. Maar we kunnen fijne herinneringen ook perfect verbinden aan andere zintuigelijke ervaringen. Geluid, bijvoorbeeld. Al zijn hele leven lang is de slechtziende Karl Meesters gepassioneerd door muziek. Voor *Niks te zien* trekt hij eropuit met muzikanten, op zoek naar specifieke klanken.



Scan de QR-code en kom meer te weten over Karl.

Muziek en geluid vormen de basis doorheen het VRT 1-programma *Niks te zien* en ook in het leven van Karl. De lifecoach en concertorganisator heeft kegel-staafdystronie, een zeldzame en erfelijke aandoening die ervoor zorgt dat zijn gezichtsvermogen langzaam verminderd. "Tot mijn achttiende kon ik perfect zien, maar mijn zicht is beginnen af te nemen toen ik afstudeerde aan de universiteit, aan de vooravond van het echte leven", vertelt hij. "Niet goed kunnen zien, betekent ook dat je geen boek kunt lezen, niet naar een schilderij of een film kunt kijken. Je moet op zoek gaan naar schoonheid op een andere manier, voor mij is dat muziek."

Die schoonheid van geluid probeer je in *Niks te zien* te vangen.

"Klopt. Voor dit project neem ik muzikanten mee op reis om samen met hen op zoek te gaan naar auditieve ervaringen. Muzikanten delen immers mijn passie voor het auditieve, er is dus een logische match. En ik hoop ook de kijkers te kunnen meenemen in die ervaringen. Het idee komt van programmamakers Anouk Paeleman en Shana Listeš van productiehuis Roses Are Blue, die onder meer *Down the road* en *Restaurant Misverstand* maken. Zij vroegen me in eerste instantie feedback op hun project, vanuit mijn persoonlijke ervaringen. Zo zijn we beginnen te brainstormen over het concept, en dat heeft geleid tot *Niks te zien*."

De stap van concertorganisator naar *Niks te zien*, geeft dat stress?

"*Niks te zien* maakt voor mij de puzzel compleet. Ik heb vroeger zelf mijn weg moeten zoeken, met vallen en opstaan. Met dit programma hoop ik nu mensen te ontroeren, te inspireren én te doen lachen. We kunnen de kijker echt meenemen in onze wereld. Want hier is niks te zien, maar van alles te beleven. Ik heb veel vertrouwen in de makers. En soms moet je gewoon de sprong wagen, iets gek durven doen. Ik prijs me gelukkig dat ik dit project mag aanvangen met mensen die top zijn in hun vak en kijk uit naar een inspirerende samenwerking. Het geeft me de kans om veel mensen te bereiken, VRT is wat dat betreft ook de juiste partner."

Had je als kind ook al een passie voor muziek?

"Toen ik acht werd, kreeg ik mijn eerste audiocassette: 'Hoezo?' van Clouseau. En mijn eerste cd was die van de Belgische rapper Benny B, als je hem nog kent. (*lacht*) Zo is het gegroeid: ik was constant met muziek bezig in mijn tienerjaren, ging ook vaak naar concerten. Ik luisterde vooral naar hiphop, later is dat naar soul, jazz en funk geëvolueerd en uiteindelijk naar een breedheid aan genres. Muziek heeft dus altijd een heel belangrijke rol in mijn leven gespeeld."

Op mijn 26e was ik door de gevolgen van mijn slechtziendheid even helemaal de weg kwijt. Ik had gestudeerd, maar plots

wist ik niet meer wat ik kon. In plaats van te wachten op een medisch wonder, wilde ik iets dóén. Maar wat? Een paar jaar later ontmoette ik op een conferentie toevallig een zestiger met precies dezelfde aandoening. Hij zag niets meer en vertelde hoe hij, toen hij jonger was, had gevochten tegen zijn ziekte, talloze medische onderzoeken had ondergaan in de hoop op een oplossing. Pas op zijn vijftigste kon hij de ziekte aanvaarden en focuste hij zich op zijn andere zintuigen. Dat verhaal heeft me enorm geraakt en mij gesterkt in mijn zoektocht naar schoonheid op andere zintuiglijke manieren. En zo kreeg ik gaandeweg het idee om zelf iets met muziek op poten te zetten."

Zo richtte je in 2018 het project 'rien à voir' op. Wat houdt dat precies in?

"Ik voelde dat ik iets voor slechtzienden en blinden wilde betekenen, maar op een eigenzinnige manier. Gezien mijn passie voor muziek, lag concertorganisatie voor de hand. Onze concerten zijn van topkwaliteit. Iedereen, slechtziend of niet, kan ervan genieten. De geluidskwaliteit is bijzonder hoog, want geluid is nu eenmaal een van de krachten van slechtziende mensen. We vertrekken vanuit die kracht en niet, om het scherp te zeggen, vanuit medelijden. En dat heeft een grote impact gehad. In de vzw werk ik samen met anderen die een visuele handicap hebben. De winst van onze concerten investeren we in medisch onderzoek en in de begeleiding van personen met een visuele handicap richting arbeidsmarkt. Het sluit perfect aan bij wat we willen bereiken: het ontwikkelen van vaardigheden, en ook aantonen dat er heel veel kan."

"Op een eigenzinnige manier", dat vertaalt zich ook in de naam van het project en het programma.

"Klopt, ik ben grote fan van Belgische en Britse humor. Een beetje cynisch en sarcastisch, het mag ook wat donker zijn. Want je kunt een handicap op een neerslachtige manier bekijken, vanuit de clichés. Maar net zo goed gevat en met humor. Ken je de dubbele betekenis van 'rien à voir'? Enerzijds betekent het letterlijk: niets te zien. Anderzijds is het een typisch Brusselse uitdrukking: Brusselaars eindigen een zin vaak met 'rien à voir, quoi', om te zeggen dat iets met niets anders te vergelijken is. Die naam doet het hele plaatje kloppen: alles draait om muziek, we willen onvergelijkbaar zijn en er zit alvast humor in de naam."



“Lokaal verankerd en goed gemaakt aanbod werkt voor iedereen”

“Onlangs nam ik in Wenen deel aan een conferentie over de zin en onzin van publieke mediaorganisaties anno 2023, georganiseerd door de Oostenrijkse publieke omroep ORF. Het viel me op hoe vaak sprekers en deelnemers de termen ‘lastig’ en ‘afwijkend’ in de mond namen, wanneer ze spraken over mediagebruikers. Vooral als ze het over jongeren hadden, viel om de haverklap te horen dat ‘die niet meer kijken en ook niet meer luisteren’. Waarbij ze eigenlijk bedoelden: ‘jongeren kijken en luisteren niet zoals wij dat graag zouden willen’.

Is het niet vreemd dat een bedrijf, of het nu een commerciële dan wel publieke speler betreft, ‘de klant’ problematiseert omdat die gebruik maakt van de mogelijkheden die onder meer sociale media, internet en smartphones vandaag bieden? Terwijl je net zo goed met gezond verstand kunt kijken naar alle nieuwigheden die op ons afkomen en zien dat er heel wat verrassende opportuniteiten zijn.

Jongeren hebben hun eigen definitie van nieuws. In het nieuwsaanbod zoeken ze relevantie voor hun identiteit en eigen leven. Ze doen dat op veel meer plekken dan andere generaties dat ooit konden. Net dat maakt deze generatie uniek. Een mooi voorbeeld van hoe VRT daarop inspeelt, is nws.nws.nws op Instagram. Informatief maar ook fris, kleurrijk en zeer interactief. Behalve het informatieve luik allemaal eigenschappen die je misschien niet verwacht van ‘nieuws’, maar het werkt verrassend goed. Voor sommige

Karen Donders is sinds 1 februari 2021 directeur bij VRT. In haar functie legt ze de klemtoon op de unieke rol van de publieke omroep in de samenleving en betreft ze stakeholders bij de strategie. Daarnaast is ze verantwoordelijk voor het personeels- en talentbeleid van VRT. Voorheen was Karen professor in de communicatiewetenschappen aan de VUB. Als raadgever speelde ze toen al een actieve rol bij de onderhandelingen van de laatste drie beheersovereenkomsten tussen de Vlaamse Gemeenschap en VRT.

doelgroepen wellicht zelfs beter dan *Het journaal*, met al zijn verdiensten, ooit heeft gedaan.

Nog een succesverhaal zijn de talrijke regioartikels die vanuit Radio2 op VRT NWS geplaatst worden. Ze vertegenwoordigen 25 procent van het consumptievolume van nieuws. Dat is fenomenaal. En het toont aan dat, ook wanneer lineaire radio misschien niet meer zal bestaan, mensen hun interesse in lokaal nieuws zullen behouden. “Maar dat zijn toch clickbaits,” zullen sceptici opwerpen. “Makkelijke, polariserende of sensationele titels, zonder veel waarde, met als doel om zoveel mogelijk onlineverkeer te genereren.” Neen. Of het nu groot of klein nieuws is, lokaal of internationaal, wat VRT NWS brengt is relevant. Als publieke mediaorganisatie moeten we altijd en overal gaan voor wat er écht toe doet. Die verantwoordelijkheid nemen we op.

Een goed voorbeeld zijn onze podcasts. Krachtig, mooi, authentiek, integer, spannend, ontspannend, informatief ... er is voor elk wat wils. Van *Zot schoon* dat echt zot schoon is, het ontwapenende *Hey Paul* en het spectaculaire *De Kunst van het Verdwijnen*, over het ongemeen spannende *Waar is zuster Gabrielle?* tot *De Franse Revolutie* dat zowat alles tegelijk is. Dat zijn nog maar enkele voorbeelden uit de VRT-catalogus die een overweldigend aanbod biedt. Bij andere mediabedrijven gebeuren er evenzeer knappe dingen. Samen met DPG Media, Mediahuis en Play Media ontwikkelen we Podgrond, een Vlaams podcastplatform dat kan wedijveren met de grote internationale spelers.

Ik geloof sterk in die eigen kracht. Lokaal verankerd, goed gemaakt aanbod werkt altijd. Kijk naar *Het verhaal van Vlaanderen*, *Een nacht in het museum*, *Taboe* of *Onze natuur*. Of verwonder je over hoe De Warmste Week over alle platformen heen Vlaanderen samenbracht en

in beweging kreeg, in Hasselt zelfs letterlijk. Ook op het vlak van kunst en cultuur gebeurt er veel. Zo heeft VRT erg veel mensen bereikt met alles wat we deden naar aanleiding van de heropening van het KMSKA. Niet enkel de fans van Canvas en Klara, maar bijvoorbeeld ook de luisteraars van MNM en Radio2. Overal kregen mensen zin om naar het museum te gaan. Dat is niet iets wat wij beweren, maar wat museumPASSmusées, de organisatie achter de toegangspas voor meer dan 225 musea, aan de hand van cijfers kan staven. Een publieke omroep die er met grote en gefocuste inspanningen in slaagt om de cultuurparticipatie te verhogen? Dat is zonder meer straf.

Wat VRT doet is verbinden, informeren en inspireren. En dat zijn voor ons verre van holle woorden. We brengen ze dagelijks in de praktijk. Dat is waar wij als publieke omroep, en bij uitbreiding de hele Vlaamse mediasector, het verschil maken tegenover internationale platformen. Structureel, duurzaam en voor iedereen.

We zijn innovatief, maar stellen ook vast dat alles razendsnel evolueert. En soms zitten we niet altijd op die voortdenderende trein. De uitdaging voor de toekomst ligt erin om snel(ler) mee te zijn, zonder in te boeten op het vlak van kwaliteit en betrouwbaarheid. Onverdedigbare compromissen maken, is niet aan de orde. In die evolutie zijn jongeren onze bondgenoot, als publiek én als medewerker. Ze zijn geen ‘lastige klanten’ die we met enige argwaan moeten bekijken. Zij zijn de toekomst!”

Jongeren bereiken?

Hoe bereik je als publieke omroep een jongere doelgroep, nu het lijkt alsof die nauwelijks nog televisie kijkt? Onlineredacteur **Nona Van Braeckel** (23), weervrouw **Jacotte Brokken** (30) en *digital creative* **Quinten Mares** (29) hebben daar zo hun eigen ideeën over.

Dat is jongeren betrekken!



Nona Van Braeckel

Sinds 2022 bij VRT, werkt nu op de onlineredactie van Studio Brussel



Jacotte Brokken

Sinds 2019 bij VRT, vanaf april 2023 als weervrouw voor VRT NWS



Quinten Mares

Sinds 2017 bij VRT, werkt momenteel voor VRT Innovatie en VRT Educatie

“We leren van elkaar”

Nona Van Braeckel “Mijn vrienden en ik kijken geen lineaire televisie meer. Televisiespotjes over nieuwe programma’s? Die zie ik niet. Maar op TikTok kwam ik wel een video van VRT MAX tegen. Die speelde ludiek in op het gegeven vrijgezellen, met een fragmentje van Tom Waes die ging ‘jagen en verzamelen’. Door die ene post ben ik naar *Het verhaal van Vlaanderen* beginnen te kijken. Ik ben ervan overtuigd dat vele programma’s die we bij VRT maken, ook voor jonge generaties werken. Dus moeten we onderzoeken waar en hoe we ook hen kunnen bereiken, om dan een specifiek aanbod op maat te maken en er consequent voor te durven gaan.”

“Op de Studio Brussel-redactie ben ik de jongste. Het verschil met mijn collega’s die er al langer werken, is dat ik – logisch – meer voeling heb met jongeren en de sociale media waarop ze actief zijn. Voor de zender is dat vaak wat zoeken: hoe moeten we bijvoorbeeld omgaan met een platform als TikTok? Ik bleek daarin een handig puzzelstuk te zijn om hen aan te vullen. Als *digital native* groeide ik hiermee op en ken het medium door en door. Maar het omgekeerde is even belangrijk: mijn collega’s hebben me helemaal ondergedompeld in hun muziekkennis. Ze delen hun ervaring met mij en ik leer dagelijks bij. Een heel fijne wisselwerking dus.”

“Vroeger waren de klassieke media noodzakelijk om je stem te laten horen. Maar de mogelijkheden om vandaag zelf iets te vertellen, zijn zoveel groter geworden. Iedereen die dat wil, kan zelf video’s maken. Het is een creatieve uitlaatklep, maar ook een spreekbuis om moeilijke of kwetsbare thema’s als racisme, vrouwenrechten en seksuele geaardheid onder de aandacht te brengen. Toegegeven, dat houdt ook risico’s in. Anderen kunnen er makkelijk negatief op reageren, er zijn weinig drempels. Maar voor mij primeren de positieve kanten. Meer zelfs, we kunnen die thema’s en stemmen op onze beurt versterken in de traditionele media, en dieper ingaan op bepaalde kwesties. Er is in onze samenleving nu eenmaal heel wat diversiteit op verschillende vlakken. Een non-binaire artiest als Moore Kismet op Tomorrowland, een rock- en metalgroep als Brutus met een frontvrouw (Stefanie Mannaerts), Coely als het boegbeeld van de Belgische hiphop: ik vind het onze verantwoordelijkheid om die verscheidenheid te tonen.”



Quinten Mares

“Als *digital creative* ben ik enorm geïnteresseerd in artificiële intelligentie

(AI) en technologische evoluties.

Ook voor jongeren kan dat een erg boeiend thema zijn. Moeten ze bang zijn dat AI op termijn hun jobs zal overnemen? Zeker niet, denk ik.

Volgens mij wordt het vooral een nuttige ondersteuning om taken nog sneller uit te voeren, zonder aan kwaliteit in te moeten boeten. Maar hoe kan een nieuwe generatie zich voorbereiden op deze evoluties? Daarom vond ik het zo interessant om een EDUbox rond AI te maken.”

“EDUbox is een educatief initiatief van VRT om leerlingen uit het middelbaar onderwijs te informeren over bepaalde thema's. Het is de bedoeling dat jongeren er zelf interactief mee aan de slag gaan in de klas. Maar ook voor VRT is het heel nuttig, want het laat jongeren kennismaken met de publieke omroep. Het is een manier om, naast het aanbod van *Karrewiet* en *nws.nws.nws*, weer heel actief naar jongeren toe te stappen met informatie. Intussen ben ik ook bezig met EDUmake. Daarmee verspreiden we de knowhow van de VRT-EDUbox naar andere landen, zodat zij ook maatschappelijk relevante thema's op een bevattelijke manier in de klas kunnen brengen. Onder meer Nederland en Kroatië hebben intussen lokale versies van bestaande EDUboxen gemaakt. Het is een interessante wisselwerking: hoe herwerken zij de lespakketten? En kunnen we daaruit leren om de onze nog beter te maken?”

“We hebben EDUbox met een klein team opgestart. Dat gaf veel vrijheid en creativiteit om na te denken over hoe we dit interessant genoeg konden maken voor de jonge doelgroep. We kozen bewust voor voldoende afwisseling tussen tekst, video's, foto's en interactieve inhoud. Als graficus heb ik daar een grote rol in kunnen spelen. Het is ook mijn beste tip voor iedereen die jongeren wil bereiken: zorg voor interactie, zodat jongeren zelf actief aan de slag kunnen met het materiaal. En misschien dat het hen wel aanzet om zich nog meer te verdiepen in het thema.”

“Zorg voor interactie”



“Praat met jongeren”



Koen Freson, junior producent bij Sputnik Media

“Luid genoeg roepen”

VRT wil jongeren bereiken met aanbod op hun maat, onder andere via VRT MAX. Hiervoor werkt de publieke omroep samen met vele partners, waaronder productiehuis Sputnik Media. Is er een gouden formule die jongeren aanspreekt?

Koen Freson

“Toen we bij Sputnik Media enkele jaren geleden de digitale revolutie zagen aankomen, hebben we zonder aarzelen ingezet op aanbod voor digitale platformen, die veel jongeren bereiken. Er zijn natuurlijk veel onlinekanalen die heel wat te bieden hebben. Je moet dus echt opvallen. Onze ervaring is dat je luid genoeg moet roepen over de verhalen die je brengt. Die mogen best een scherp randje en wat *edgy* humor hebben. Dat is wat ook past bij digitale platformen: ze geven je de vrijheid om te experimenteren met vorm en inhoud. Maar wat nog belangrijker is: de verhalen moeten uit de leefwereld van de jongeren zelf komen.

We mogen nooit vergeten dat de maker of de zender de waarheid niet in pacht heeft, hoeveel ervaring er ook is. Bij Sputnik Media betrekken we altijd, zowel voor fictie als non-fictie, verschillende jonge makers bij onze producties. Zij voelen de leefwereld van jongeren het best aan. In combinatie met de meer ervaren makers in ons team leidt dat tot het beste van twee werelden.

“Onze *digital first* humaninterestprogramma's worden vaak gemaakt door een zelfstandig, jong team. Zij vertrekken vanuit de leefwereld van de jongeren, hebben gesprekken met de doelgroep en *online content creators*. Zo speelt *Thrift you up* in op het steeds populairder worden van

tweedehandskleding en *upcycling*. Elke aflevering daagt presentator Francisco Schuster designers Jasmien Van Loo en Jordy Arthur uit om met *thrift*-materiaal designerkledingstukken te maken. Ook *Zonder ouders op vakantie*, waarvan we net een tweede seizoen maakten, is helemaal op maat van de doelgroep. We sturen zes vijftien- tot zeventienjarigen voor het eerst zonder ouders op vakantie, en daar moeten ze zelf het geld, het huishouden en de activiteiten beheren. Tegelijk is het een klassieker programma: verschillende persoonlijkheden worden samengebracht in een groep, waardoor we haast kunnen voorspellen welke persoonlijke verhalen en feelgoodmomenten daaruit zullen komen.

“Intussen werken we ook aan de nieuwe fictiereeks *Uw rider is onderweg* voor VRT MAX, waarin de humor opvallend scherper is. We volgen een groepje fietskoeriers die in heel wat absurde situaties terecht komen. Het idee komt van Fikry El Azzouzi en Bram Renders, maar is verder helemaal ontwikkeld vanuit de doelgroep. We zijn daarom eerst gaan casten, om vervolgens uitgebreid met onze acteurs te gaan babbelen. Wat hebben ze zelf al meegemaakt, wat kunnen ze spelen, hoe willen ze dat spelen? En op basis van die input zijn de scenario's geschreven, naar het kunnen van de spelers. In fictie is dat de omgekeerde wereld, maar het is nodig om alles zo authentiek mogelijk te maken.”

Jacotte Brokken

“Toen ik Chemie studeerde, hoorde ik vaak ‘Ugh chemie, dat kan ik niet!’ Natuurlijk is chemie niet eenvoudig, maar Frans is dat ook niet (*lacht*). In chemie, techniek en wetenschap in het algemeen zit er – echt waar – heel veel *fun*. Als je erin slaagt om dat over te brengen, dan overtuig je jongeren. Zo maak ik al jaren video's over wetenschap, hoofdzakelijk voor jongeren, omdat mijn stijl goed bij hen aansluit: een beetje ludiek, niet te serieus allemaal. Geïnteresseerde volwassenen, die vinden hun weg toch al in de vele boeken en websites. Maar jongeren die niet meteen geboeid zijn? Die wil ik ‘binnentrekken’ in het thema en aantonen dat wetenschap niet saai hoeft te zijn.”

“Zoals je me ziet op televisie of in mijn video's, zo ben ik in het echt: het mag allemaal wat losser zijn. VRT heeft me ook gesterkt in dat idee: dit is wie je bent, verlies dat niet. Ik moest geen kopie worden van Frank Deboosere. Mensen reageren ondertussen ook positief op mijn weerpraatjes: ‘Je

ziet er een gezellige uit, je bent zo vlot.’ Tof dat ik dat gevoel kan overbrengen, maar tegelijkertijd vind ik het ontzettend belangrijk dat wat ik zeg ook bevattelijk is. Wat ik maak, moet ook toegankelijk zijn voor wie niet thuis is in het thema.”

“Ik combineer mijn job als weervrouw met freelancewerk rond wetenschapscommunicatie. Daarnaast geef ik les in de opleiding Journalistiek aan de Arteveldehogeschool. Het is geweldig om kennis die ik zelf opdoe bij VRT of elders, te kunnen doorgeven aan een nieuwe generatie. En door me tussen die jongeren te begeven, blijf ik mee met wat er leeft, wat hen interesseert. Mijn grote tip om jongeren te bereiken? Praat met hen. Het heeft geen zin om iets voor hen in gang te steken, zonder dat ze er zelf bij betrokken worden. Pas op: ik heb me er zelf ook al schuldig aan gemaakt, daarom weet ik dat het niet werkt. Ga met hen in dialoog. Ontdek wat zij vinden van een bepaald thema. Hoe zij reageren op bepaalde informatie. Alleen dan kan de boodschap overkomen.”



Journalisten Meryem El Mandoudi (VRT NWS) en Jaafar Abdul Karim (Deutsche Welle) inspireren elkaar

Het televisienieuws verjongen **werkt niet**

Zet twee gepassioneerde journalisten bij elkaar en er ontstaat iets magisch. Meryem El Mandoudi en Jaafar Abdul Karim kenden elkaar voor dit interview niet. Maar al tijdens de eerste seconde van hun ontmoeting blijken ze helemaal op dezelfde golflengte te zitten. Beiden zijn actief bij een publieke omroep. Ze dragen objectieve journalistiek en publieke meerwaarde hoog in het vaandel. En hun hart klopt vooral voor jonge mensen.

VRT investeert volop in nieuws voor kinderen en jongeren. Onder meer *Karrewiet* op TikTok en het Instagram-kanaal *nws.nws.nws* scoren enorm en tonen aan dat jonge mensen snakken naar goede journalistiek en duiding. Dat zien ze ook bij de Duitse publieke omroep Deutsche Welle. Journalist Jaafar Abdul Karim concentreert er zich op berichtgeving over het Midden-Oosten en doet dat in het Arabisch, om zoveel mogelijk jongeren overal ter wereld te bereiken. Zijn talkshow *JaafarTalk* trekt miljoenen kijkers en ook digitaal scoort zijn berichtgeving ontzettend goed. Jaarbeeld 2023 trok met Meryem El Mandoudi, journalist bij de JONG-redactie van VRT NWS, naar Jaafar in Berlijn en legde de twee enkele pittige stellingen voor.

STELLING 1:

Jonge mensen zijn **ongeïnteresseerd**. Nieuws **boeit hen niet**.

Jaafar: "Awoe, niet waar!"

Meryem: "Fake news! Kinderen en jongeren willen écht wel weten wat er gebeurt. Hun venster op de wereld is trouwens veel groter dan toen ik klein was. Ik had geen smartphone, geen computer, geen internet. Nu krijgen jonge mensen toegang tot heel onze planeet via hun kleine scherm. Alleen hebben ze wel hulp nodig van journalisten als wij die hen gidsen. Ik ben geen juf die met het vingertje wijst, maar ik baan een weg door de berg aan informatie die op hen afkomt."

Jaafar: "Helemaal akkoord. Deze stelling komt niet van iemand jong. Een kind of tiener zou zoiets nooit over zichzelf zeggen. Er zit ook afkeuring in deze bewering. En dat is fout. Veroordeel iemand, jong of oud, niet om wie die is. Wat je wel moet doen is luisteren, het perspectief leren kennen en proberen te begrijpen. Alleen dan kun je die persoon bereiken met nieuwsaanbod."

Meryem: "Er is een groot verschil tussen generaties. Mijn ouders zitten elke dag stipt om 19 uur voor hun televisie om naar *Het Journaal* te kijken. Dat is prima, maar je mag niet van jongeren verwachten dat zij hetzelfde doen. Je kunt hen geen datum en tijdstip opdringen. Daarom zitten we voor kinderen met *Karrewiet* op TikTok, is er voor tieners *nws.nws.nws* op Instagram en kunnen twintigers terecht op de Instagram-pagina van VRT NWS."

Jaafar: "Ik heb gezien wat jullie maken. Ik vind het geweldig!"

Meryem: "Dank je, dat is fijn om te horen. Het is ook een groot succes: op alle kanalen zitten we ver over de 300 000 volgers. Dat zijn jonge mensen die snakken naar nieuwsberichten en duiding. Zij kunnen bij ons in het nieuws duiken waar en wanneer zij willen. En het wordt hen gepresenteerd op een manier die zij interessant vinden."

Jaafar: "Er is overigens niets mis met de traditionele nieuwsuitzendingen op televisie, ook niet met de mensen die daar graag naar kijken. Iedere leeftijdsgroep heeft bepaalde voorkeuren en verwachtingen. Dat is helemaal oké, het ene is niet beter dan het andere. Blijf *Het Journaal* maken op de klassieke manier voor de kijkers die het zo willen. Ook zij verdienen het om bediend te

worden. En probeer het televisienieuws zeker niet te verjongen, want dat werkt absoluut niet."

Meryem: "Zo is dat. Voor kinderen en jongeren moet je iets compleet anders maken, omdat ze media en dus ook nieuws op een andere manier consumeren."

Jaafar: "En jonge mensen willen niet alleen de timing kunnen bepalen, maar willen ook invloed hebben op de inhoud. Je publiek moet zich kunnen identificeren met wat er gebeurt. Ten tweede moet je berichtgeving authentiek zijn. Kinderen en jongeren voelen aan of je hen op een echte manier een echt verhaal vertelt of dat je probeert om hen te slim af te zijn. Ze zijn echt wel verstandig en concentreren zich misschien op dingen waarop jij niet let. En ten derde: breng het nieuws zoals zij dat waarnemen, vanuit hun perspectief en in hun taal, zowel wat woorden als beeld betreft. Dat is niet noodzakelijk zoals jij dat zelf zou doen."

Meryem: "Exact. Daarom is het cruciaal om goed te weten voor wie je werkt, om hen echt te kennen."

Jaafar: "Juist. Alleen zo kun je de vragen stellen waar zij mee zitten. Waarom gebeuren er sommige dingen of gedragen een aantal mensen zich op een bepaalde manier? Waarom schrijven politici of religies specifieke regels voor? Waarom mag ik dit niet doen en dat wel? Dat is de constante in wat ik doe. Ik stel vragen, vragen en vragen."

Meryem: "Met *Karrewiet* richten we ons specifiek op kinderen van 9 tot 13 jaar. Op een bepaald moment merkten we dat zij totaal niet meer geïnteresseerd waren in Instagram. Hun leerkrachten en ouders wel, maar zichzelf niet. Ze vroegen ons letterlijk wanneer we naar TikTok zouden komen. We hebben toen radicaal gekozen voor wat zij willen: we hebben het Instagram-account van *Karrewiet* gesloten en al snel was ons TikTok-kanaal een megasucces."

Jaafar: "Prachtig, dat is de juiste mentaliteit. Het gaat niet over jou als journalist of wat jij leuk of goed vindt. Het gaat over de mensen waarvoor je werkt. Ken je publiek. Luister gewoon naar hen, het is zo simpel."

STELLING 2:

Jonge mensen kunnen **geen onderscheid** maken **tussen echt en fake nieuws**. Alles wat ze op sociale media zien, nemen ze voor waar aan.

Meryem: "Er zijn bekende artiesten en *influencers* die miljoenen volgers hebben op sociale media en samenwerken met grote merken. Hierdoor hebben zij heel wat krediet, terecht of onterecht. Maar het is niet raar dat hun volgers denken: wat die persoon zegt, is waar. Als zo iemand valse informatie begint te verspreiden, opzettelijk of niet, dan gaan kinderen en jongeren die boodschap geloven."

Jaafar: "Dat gebeurt bij volwassenen ook, hè. Niet alleen jonge mensen zijn hier vatbaar voor. In de stelling zit dus wel wat waarheid, al geldt ze voor alle leeftijden."

Meryem: "Absoluut. Daarom is er meer dan ooit nood aan correcte journalistiek. Bij nieuwsdiensten als die van Deutsche Welle en VRT kan iedereen terecht voor gedubbelcheckte informatie. We gaan ook de strijd aan tegen *fake news*, tonen hoe je dat kunt herkennen en leggen uit waarom bepaalde dingen niet waar zijn."

Jaafar: "Ik zal je een voorbeeld geven. Regelmatig hoor ik zogenaamde autoriteiten beweren dat vrouwen minder intelligent en emotioneler zijn dan mannen. Daarom zouden vrouwen niet in staat zijn om beslissingen te nemen zoals mannen dat kunnen. Er zijn mensen die dat

echt geloven en vinden dat vrouwen bijgevolg geen rechter of president kunnen worden. Dan zeggen wij: stop, laten we hierover praten. Waarom zeg je dat? Als je naar de wetenschap en de wetten kijkt, is er niets dat dit bewijst. Heel wat vrouwen presteren schitterend in topposities."

Meryem: "*Fake news* is er altijd al geweest, maar neemt door sociale media ongeziene proporties aan. Hier een tegenwicht aan bieden, is een belangrijke taak van journalisten."

Jaafar: "Daarom zijn publieke omroepen als de onze ook zo belangrijk. Dit is onze *USP* (*unique selling proposition*, n.v.d.r.): objectieve, betrouwbare en kwaliteitsvolle journalistiek. Niet gedreven door commerciële belangen."

Meryem: "Dat kwaliteitslabel is een voordeel, mensen weten dat ze ons kunnen geloven. Wat ook waardevol is: wij vertellen ons publiek niet hoe ze moeten denken. We bieden de correcte informatie aan, staven die met de nodige bewijzen en voorbeelden, en geven voldoende uitleg. Daarmee kunnen mensen dan zelf aan de slag om hun eigen mening te vormen. Met een kritische, open geest en met de nodige kennis over het onderwerp."

Jaafar: "We moeten ook het verschil tussen informatie en opinies duidelijk maken. Als iemand beweert dat mensen uit de LGBTQI+-gemeenschap ziek zijn, dan zeg ik: dat is een opinie, geen feit. Daarvoor kan ik dan de nodige wetenschappelijke bewijzen op tafel leggen."

Deutsche Welle (DW) is een Duitse publieke nieuwsomroep. DW is actief in 32 talen, via televisie- en radiozenders, de website [dw.com](https://www.dw.com), sociale media en vele andere platformen. De DW Akademie biedt opleidingen en bijscholingen aan mediamakers uit de hele wereld. Met al die initiatieven wil de omroep internationale, universele waarden uitdragen, zoals mensenrechten, gelijkwaardigheid en vrijheid. Journalist Jaafar Abdul Karim concentreert zich op berichtgeving over het Midden-Oosten. Die maakt hij in het Arabisch, omdat hij zich richt op wie die taal spreekt, zowel in Europa als in het Midden-Oosten zelf. Jaafar probeert specifiek jonge mensen te bereiken. In *JaafarTalk* stelt hij de vraag 'waarom kan of mag iemand niet zijn wie die wil zijn?' De talkshow heeft ettelijke miljoenen kijkers over de hele wereld op de televisiezender van DW. Het programma scoort ook digitaal ontzettend goed, met 2,7 miljoen volgers op Facebook, 1,6 miljoen op TikTok, 384 000 op YouTube en 371 000 op Instagram.

STELLING 3:

Jonge mensen worden dingen heel vlug beu. Hun **aandachtsspanne** is extreem kort.

Meryem: "Ik pleit schuldig ... Alles moet snel gaan voor mij."

Jaafar: "Schuldig? Maar daar is toch niets mis mee?"

Meryem: "Nee, eigenlijk niet."

Jaafar: "We mogen echt niet zo vlug veroordelen. Het is niet omdat jij dingen anders doet dan ik, dat dat verkeerd is. Het is geen wedstrijd, we moeten niet vergelijken. Jij ben anders dan ik, vroeger was het anders dan nu, kinderen en jongeren zijn anders dan iemand ouder. Dat is volstrekt normaal, daar is echt niets mis mee. Hoe consumeer jij media, Meryem?"

Meryem: "Ik ben constant verbonden met mijn smartphone en wil heel snel bediend worden, op elk moment van de dag. En ik hou van *snappy* video's."

Jaafar: "Prima. Toen ik jong was, keek ik nooit naar Arte (een Europese cultuurzender, n.v.d.r.). Nu doe ik dat af en toe wel. Het ritme ligt daar vrij traag en daar geniet ik van. Als je jong bent, vind je het leuk dat alles vlug gaat. Wanneer je ouder wordt, hou je van wat meer rust. Dat is heel menselijk, zo zit de natuur in elkaar. Ook al wil je dat misschien niet aanvaarden. Geloof me Meryem, ook jij gaat ooit zeggen: al die drukte, ik wil rust!" (*lacht*)

Meryem: "Ik ben benieuwd. Maar het is inderdaad een feit: omdat het mediagedrag van kinderen en jongeren zo

anders is, moeten wij als journalisten ons werk voor hen ook aanpassen."

Jaafar: "Zo is dat. Als mijn team iets maakt voor TikTok zeg ik dat ze elke seconde elk zintuig moeten bezighouden. Het beeld zoomt in en uit, mijn stem is constant nadrukkelijk aanwezig, er is achtergrondmuziek, effecten die van alle kanten op het scherm komen, enzovoort. Zo hou ik de gebruiker de hele tijd bezig en vang ik aandacht. Als ik hetzelfde bericht op Instagram deel, pak ik het heel anders aan. En dat verschilt dan weer van hoe ik het doe op Facebook, YouTube, in mijn televisie-uitzending of wanneer ik te gast ben in het televisiejournaal. Alles heeft zijn eigenheid en waarde. Dat mensen dat soms niet zien en begrijpen, vind ik heel vreemd en jammer."

Meryem: "Bij VRT hebben we een heel team dat zich specifiek op kinderen en jongeren richt, de JONG-redactie. Er werken veel jonge journalisten, aangevuld met de nodige ervaring. Die ploeg houden we constant fris, alert en mee met wat er leeft. Er komen heel regelmatig nieuwe, jonge mensen bij. Zo krijgen we nieuwe inzichten binnen. Het gebeurt soms ook dat mensen zeggen: ik voel niet meer voldoende connectie met de doelgroep, dus ik ga iets anders doen."

Jaafar: "Wow, dat is sterk! Heel knap dat je dat zelf kunt zeggen."



Meryem El Mandoudi

Journalist bij de JONG-redactie van VRT NWS en werkt onder andere voor *Karrewiet*

Begon in 2015 voor VRT te werken als redacteur bij MNM

VRT MAX-tip:

Arcadia, fictiereeks over een familie die fundamentele keuzes moet maken over hoe ze willen leven en wat ze daarvoor willen opgeven



Jaafar Abdul Karim

Is journalist bij Deutsche Welle (DW) en heeft er zijn eigen praatprogramma: *JaafarTalk*

Werd in 2016 door Medium Magazin verkozen tot Journalist van het Jaar in de categorie 'Reporter'

De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Ruth Joos

Presenteert *De ochtend* op Radio 1

Hoe ziet je ochtendroutine eruit?

"Mijn dag begint pas echt wanneer ik onder de douche sta, of het nu 3 uur of 7 uur 's ochtends is. Vanaf dan is alles oké. Ik neem daar echt mijn tijd voor, ook om me rustig klaar te maken. Tussen 4.30 en 5 uur kom ik aan op de redactie. En voordat ik de studio binnenga om 6 uur, eet ik yoghurt met *crunch cookies*. Dat is ook het eerste wat ik eet als de uitzending om 9 uur is afgelopen. Ik drink mijn eerste kop koffie tijdens het nieuws van 7 en probeer het daarbij te houden."

Wat is het mooiste aan *De ochtend* presenteren?

"*De ochtend* is inhoudelijk een zeer sterk blok, wat het moeilijk, maar ook bijzonder boeiend maakt. Benedikte Coussement en ik zitten samen in de studio en gaan verder met het werk dat de avond ervoor is gedaan, terwijl wij al in bed lagen. Wanneer we 's ochtends aankomen op de redactie, moeten we veel nieuws in korte tijd verwerken. Daarna begint de dag en zien we het licht worden in onze studio, want via een scherm hebben we een blik op buiten. Op dat moment zitten we dus in de badkamer of aan de ontbijttafel van onze luisteraars. Dat voelen we ook. We beïnvloeden de gesprekken rond de tafel en dragen bij aan het nieuws van de dag. Dat geeft me een heel goed gevoel."

Hoe zou je je luisteraars omschrijven?

"Onze luisteraars zijn aanwezig, dierbaar en kritisch. Ze zijn ook heel betrokken, wat ik in onze maatschappij en in aanloop naar de verkiezingen heel positief vind. Ik presenteer nu bijna drie jaar *De ochtend*. In het begin merkte ik dat de luisteraars nog aan mij moesten wennen. 'Ruth is niet Xavier!' Het mooiste is dat ik nu voel dat ze mij beginnen te kennen en ik hen. Ze weten wat ze wel of niet van mij kunnen verwachten."

STELLING 4:

Jonge mensen zijn **niet** **geëngageerd.**



Jaafar: "Daar ben ik het totaal niet mee eens. Het is een cliché dat al een eeuwigheid meegaat en dat, nogmaals, duidelijk niet vanuit het perspectief van jongeren is opgesteld. Je kunt niet iemand veroordelen omdat die anders denkt of zich anders gedraagt dan jij. Zo werkt het niet. Als ik 14 ben en mijn grootmoeder van 74 wil mij beoordelen vanuit haar perspectief, dan levert dat niets op. Wie ik ben, mijn kijk op het leven, mijn denkwijze, mijn interesses zijn helemaal verschillend. En dat is absoluut oké. Je moet jonge mensen in hun eigenheid accepteren, anders verlies je hen. Dat geldt absoluut ook voor de media, of ze nu nieuws of entertainment brengen."

Meryem: "Kinderen en jongeren zijn absoluut wél geëngageerd. Ze zijn gretig om te weten wat er in de wereld gebeurt en stellen vragen. Dat kan ik met zekerheid getuigen, want we hebben bij *Karrewiet* en *nws.nws.nws* een sterke band met ons publiek, dat zich rechtstreeks kan richten tot ons. *Community building* is onze grootste troef. Kinderen en jongeren laten ons direct weten of ze zich al dan niet goed voelen bij de taal en beelden die we gebruiken, of onze onderwerpen hen interesseren en welke impact bepaald nieuws op hen heeft. Ze vertellen ons ook wat hen zorgen baart, waarbij ze zich vragen stellen en waarover ze meer willen weten. Ze delen dingen die ze online tegenkomen en waarover ze extra uitleg willen of waarvan ze zich afvragen of het echt of nep is. Maar we vragen hen ook naar welke series ze graag kijken, wie hun favoriete *influencers* zijn en waarover ze dromen. Wij gaan voortdurend in dialoog met jonge mensen via sociale media en putten inspiratie uit hun commentaren bij berichten. We gaan ook effectief de baan op om met jonge mensen te praten, we gaan naar waar zij zijn. Alleen zo kunnen we hen écht leren kennen. Het is een groot woord, maar toch is het zo: wij zijn hun dienaren."

Jaafar: "Super! Dat is een groot voordeel van sociale media: je kunt in twee richtingen communiceren. Het is echt fundamenteel dat je kinderen en jongeren feedback laat geven op wat je maakt. Laat hen meedenken, reflecteren op wat ze zien en horen. En je hebt ook jonge journalisten nodig. De doelgroep zelf en jonge makers moeten bepalen wat goed is en wat niet voor een jong publiek. Dat is geen taak voor de bazen van Deutsche Welle of VRT. Trouwens: niet alleen jonge mensen moeten vertegenwoordigd zijn op nieuwsredacties, heel de maatschappij. Er is meer diversiteit nodig. Alleen zo kun je de realiteit weergeven en verschillende perspectieven aan bod laten komen."

Meryem: "Volledig mee eens. Voor bijvoorbeeld mensen met een migratieachtergrond geldt hetzelfde als voor kinderen en jongeren of wie dan ook. Als je hen volop betreft, voelen ze zich gezien, gehoord en begrepen."

Jaafar: "Juist! Zo kun je jonge mensen trouwens ook de kans geven om zich te engageren. Niet iedereen kan zomaar een mening uiten, omdat ze bijvoorbeeld niet over een veilig forum beschikken. Als je kinderen en jongeren de kans geeft om mee met jou het nieuwsaanbod te creëren, kunnen ze ook hun stukje bijdragen om de wereld te veranderen naar hoe zij die in de toekomst willen zien. Er zit heel veel potentieel en energie in de jonge generatie."



Scan de QR-code
en bekijk een vlog
van Meryem en
Jaafar.

VRT-veteraan Ivan De Vadder en nws.nws.nws-journalist Louise Hoedt slaan de handen in elkaar om eerste-keer-stemmers te informeren

“Heb je mij nu oud genoemd?”

16-jarigen mogen in 2024 voor het eerst stemmen bij de Europese verkiezingen. Is het aan de publieke omroep om hen te overtuigen van het belang van de democratie? En zo ja, hoe dan? Wetstraatwatcher Ivan De Vadder en jongerenjournalist Louise Hoedt gaan erover in debat.

Ze werken dan wel op dezelfde nieuwsdienst, toch lopen ze elkaars deur niet plat. Maar in de aanloop naar de verkiezingen volgend jaar zullen ze meer dan ooit moeten samenwerken. Ivan De Vadder als expert ter zake en Louise Hoedt die de actualiteit vertaalt voor een generatie die voor het eerst naar de stembus trekt.

Hoe belangrijk is nieuws op maat van jongeren?

Louise: “Ik heb een jaar research gedaan voor *Karrewiet*, het jeugdjournaal van Ketnet. Daar kreeg ik snel het gevoel dat er iets ontbrak in ons aanbod. *Karrewiet* richt zich op kinderen, maar wie brengt het nieuws voor tieners? Alsof zij plots hun weg gaan vinden naar vrtnws.be, of spontaan *Het Journaal* gaan uitkijken? Zelfs als student journalistiek vond ik een nieuwsuitzending vaak te lang om geconcentreerd te blijven, dat sprak me niet aan. Bij nws.nws.nws proberen we alle relevante informatie mee te geven, maar op een bondige manier zodat jongeren het nieuws met plezier volgen. Zoiets heb ik zelf als tiener gemist.”

Ivan, begrijp jij dat een twintiger *Het Journaal* niet meer bekijkt?

Ivan: “Maar ik ook niet meer elke dag.”

Louise: “Amai, nu valt er een grote last van mijn schouders!” (lacht)

Ivan: “Volgens mij heeft dat met doelgroepen te maken. *Het Journaal* is zo een algemeen product geworden, dat het bepaalde groepen niet meer boeit. Voor mij is het te weinig, omdat ik permanent met nieuws bezig ben. Om 19 uur heb ik alles al gehoord. Ik weet al zoveel, dat ik niets meer uit een nieuwsuitzending kan halen. Maar ik voel me wel thuis in de duidingsprogramma's. Dus ja, ik kan me perfect voorstellen dat ook een jonge doelgroep zijn nieuws en duiding op een andere manier wil aangeboden krijgen. Wel even voor de duidelijkheid: *Het Journaal* is en blijft natuurlijk enorm belangrijk voor VRT NWS.”

Is er bij nws.nws.nws ruimte voor duiding?

Louise: “Zeker, dat vinden tieners ook belangrijk. Bij nws.nws.nws gaan we evenzeer dieper op de zaken in. Natuurlijk

niet zoals Ivan dat doet in *De afspraak op vrijdag*, maar we gaan wel verder dan gewoon het nieuwsfeit. Zolang we het op een interessante manier vertellen, wil ons publiek ook meer weten.”

Ivan: “Ik bekijk jullie Instagram regelmatig en het klopt wat je zegt. Wanneer je aan de vijfde *slider* van een bericht zit, heb je als gebruiker al heel wat meegekregen. Toegegeven, op een erg gebalde manier, maar toch vaak meer dan wat je meekrijgt in een journaal. En tegelijk ook minder. Wil je nog meer weten, dan word je uitgedaagd om er zelf naar op zoek te gaan.”

Journalisten als jij zullen op termijn doorgroeien binnen de nieuwsdienst. Daarom vind ik het fantastisch dat er iets bestaat als nws.nws.nws. Jullie hanteren dezelfde normen en waarden als een *Pano* of *Terzake*. Bovendien vraagt jullie redactie me regelmatig om berichten na te lezen. Jullie doen een beroep op de VRT-collega's die met een bepaalde materie bezig zijn, wat ook logisch is. Alleen moeten jullie me niet vragen om die vijf *sliders* te maken, dat zou ik niet kunnen. Maar samen springen we wel een heel eind verder.”

Louise: “Wij zijn ook volwaardige journalisten die onze eigen stukken researchen, die nieuwsfeiten uitspitten. Maar het zou dom zijn om tegelijk geen gebruik te maken van de expertise die in huis rondloopt.”

VRT NWS bereikt wekelijks 82,4 procent van alle Vlamingen. Het is een referentie op het gebied van journalistiek. De nieuws- en sportredactie is niet alleen de grootste van het land, de medewerkers kennen hun vak als geen ander en zijn er erg sterk in. Kernwaarden van VRT NWS zijn: betrouwbaar, kwalitatief, accuraat, onafhankelijk van politieke partijen en drukingsgroepen, vrij van commerciële belangen, onpartijdig en diepgaand. De publieke omroep voorziet een uitgebreid nieuwsaanbod voor alle doelgroepen, inclusief kinderen en jongeren, ouderen, Vlamingen van buitenlandse herkomst, kortgeschoolden en mensen die weinig voeling hebben met de klassieke journalistiek. De aanloop naar het verkiezingsjaar 2024 is dit jaar een VRTRN-project (zie pagina 52).





“De generatiekloof wordt de grootste uitdaging van onze democratie.”

Ivan De Vadder

Wanneer het gaat over verkiezingen is Ivan natuurlijk de onmiskenbare expert op VRT. Ga jij nu op jouw beurt te rade bij de jongere collega's, nu 16-jarigen in 2024 voor het eerst mogen stemmen?

Ivan: “Meer zelfs, in onze voorbereidingen voor het verkiezingsjaar hebben we een specifieke werkgroep opgericht die zich buigt over eerste-keer-stemmers. We willen uitzoeken hoe we net die doelgroep van 16- tot 23-jarigen kunnen

Is het de taak van de publieke omroep om jongeren warm te maken voor politiek?

Ivan: “Vergeet het woord politiek. Ik beschouw het als onze opdracht om jongeren enthousiast te maken voor de democratie, nog los van hen wegwijs te maken in de verschillende partijen of verkiezingsthema's. Dat moet ook gebeuren. Maar het begint bij de vraag: waarom is het belangrijk om te gaan stemmen? Hoe kun je als 16-jarige mee vormgeven aan de samenleving? Net door eraan te participeren. Let op, ik ga dat niet zelf uitleggen. Ik wil die noodzaak duidelijk maken aan onze jongerenredacties, zodat zij vanuit hun expertise het jongere publiek kunnen motiveren.”

Louise: “Wij zullen jongeren informeren over het belang van de verkiezingen, zonder met het belerende vingertje te zwaaien. Doen we dat wel, dan zijn ze weg. Al is dat vaak een moeilijk te bewaken lijn.”

Ivan: “Ik ben ervan overtuigd dat de generatiekloof de grootste uitdaging van onze democratie wordt. Zo werd er in het verleden vaak beweerd dat bepaalde partijen getroffen zullen worden, mocht de opkomstplicht worden afgeschaft. Hun kiezers zouden thuisblijven en dat zou de uitslag serieus beïnvloeden. Wel, volgens mij is die vrees vandaag niet meer terecht. Ik denk dat het een generatieconflict wordt. Dat een oudere generatie nog wel gaat stemmen, omdat ze het gewend zijn. Terwijl een jonge generatie er zich meer vragen bij stelt en misschien minder snel naar de stembus trekt.

“We staan nu al vaak aan de bureaus van onze collega's en dat zal de komende tijd alleen maar meer worden”

Louise Hoedt

bereiken. Ik weet het niet, dus ik ben benieuwd naar jullie ideeën, Louise. Jullie zullen dat ook zelf moeten uitwerken. Maar het is mijn rol om mee te kijken hoe dat past in het totale plaatje en waar er synergie mogelijk is. Net zoals de groep kortgeschoolden, mensen die actief in het leven staan, maar geen academische opleiding hebben genoten. Ook hen willen we expliciet bedienen.”

Louise: “We merken dat nws.nws.nws ook deze groep bereikt. Onze berichten zijn voor iedereen makkelijk te begrijpen. Natuurlijk maken we ook posts die wat meer vragen van de gebruiker, maar net door dat evenwicht zijn we er voor een breed publiek.”

We hebben dat gezien bij de Brexit in Groot-Brittannië. Jongeren hebben veel spijt dat ze niet zijn gaan stemmen, omdat ze vandaag de minder prettige gevolgen voelen. Maar mochten zij even massaal zijn opgekomen als de ouderen, was de uitslag waarschijnlijk anders geweest. En dat is heel confronterend, het is je eigen verantwoordelijkheid dat je die dag geen zin had om buiten te komen. De jongeren hebben de loop van de geschiedenis beïnvloed door iets niet te doen. Ze hadden hem ook kunnen beïnvloeden door het wél te doen.

Daarom is het belangrijk om jongeren te waarschuwen, dat de verkozenen van volgend jaar wel degelijk een invloed zullen hebben op de topics die ook in hun wereld belangrijk zijn. We moeten zeker niet zeggen dat ze moeten gaan stemmen. Maar wel duidelijk maken dat het absoluut zinvol is.”

Louise: “Toen ik tiener was, leefde ik in een veel kleinere wereld dan die van de tieners vandaag, net omdat ze leven op het internet. Het valt me op dat zij vaak al een uitgesproken mening hebben, denk maar aan de klimaatmarsen. Tegelijk zijn ze ook jong en denken ze vaak schouderophalend: wat maakt mijn stem uit? Terwijl Ivan net heel goed kan uitleggen waarom die ene stem er wél toe doet.”

Hoe leg jij dat dan uit, Ivan?

Ivan: “Daar is een mooie metafoor voor: in een zwerm spreeuwen zit geen enkele leider. Er is geen opperspreeuw die zegt: nu gaan we allemaal naar links of naar rechts. En toch vliegt die zwerm altijd in mooie, gelijke bewegingen. Dat betekent dat al die spreeuwen op eenzelfde golfhoogte zitten, haast aanvoelen wat er aan het gebeuren is. Wel, kiezers zijn ook zo. Na verkiezingen zien we duidelijke bewegingen in het stemgedrag. Daarom spreken we over winnaars en verliezers. Kiezers gaan, los van elkaar, toch eenzelfde richting uit. Zit er dan iets in het water? Nee. Maar er is wel de publieke opinie, mensen praten met elkaar. En dat is de zwerm spreeuwen. Iedereen is leider en volger tegelijk. Maar als individuen plots beslissen om niet meer deel te nemen, gaat de zwerm niet meer functioneren. Juist daarom moet elke burger zich informeren, erover praten, ideeën vormen en finaal met een stroom meegaan. Want er is niet één stroom. Er zijn verschillende zwermen, verschillende winnaars of winnaartjes. Daarom is ieder individu, hoe banaal ook, o zo belangrijk. Overtuigd?”



Louise Hoedt

Journalist bij nws.nws.nws, nieuws voor jongeren op Instagram

Ooit begonnen als stagiaire bij *Vlaanderen Vakantieland* en de radiospotcel

VRT MAX-tip: *Roomies*, de reeks over twee lesbische vriendinnen die bij elkaar intrekken op een appartement in Brussel



Ivan De Vadder

Politiek journalist VRT NWS en presentator *De afspraak op vrijdag*

Ooit begonnen op de verkeersredactie

VRT MAX-tip: de podcast van *De afspraak op vrijdag*, een van de oudste VRT-podcasts die het televisieprogramma omzet in audio

Helemaal. Al moet jij nu je 16-jarigen nog overtuigen, Louise.

Louise: “Maar dat gaat lukken, hoor.”

Ivan: “Ik beseft dat het niet met dat ene beeld zal lukken, natuurlijk.”

Misschien moet je het uitleggen met volgers van Selena Gomez en Hailey Bieber?

Louise: “Zelfs niet. Wij brengen weetjes, korte berichten en duiding van zowel het harde als het zachtere nieuws. Al gaan we zwaardere items wel eerder uitleggen aan de hand van figuren. Het is die combinatie van alles dat mensen doet terugkeren. Omdat ze weten dat iedereen bij ons wel zijn gading kan vinden.”

Gaan jullie elkaar de komende maanden af en toe bellen om te overleggen?

Louise: “We staan nu al meer dan ooit aan de bureaus van onze collega's en dat zal de komende tijd alleen maar meer worden.”

Ivan: “Om de verslaggeving van de verkiezingen in goede banen te leiden, werk ik nu al in tandem met Katrien Van der Slycken, de chef van de JONG-redactie van VRT NWS. In het uitdenken van het concept wordt dus veel aandacht besteed aan jongeren en eerste-keer-stemmers.”

De afdelingen Jong en Oud moeten dus samenwerken?

Ivan: “Heb je mij nu net oud genoemd?” (*lacht*)

De afdeling Duiding, excuses.

Louise: “Om de noodzaak van het stemmen over te brengen, zullen we allemaal goed moeten samenwerken. Tieners zitten met heel wat vragen. Waarom zou ik gaan stemmen? Op wie moet ik stemmen? Dat wordt op school wel uitgelegd, maar volgens mij lag ik die les na een kwartier al in slaap. Als zo een materie abstract en boven je hoofd wordt uitgelegd, komt dat niet binnen. De eerste keer dat ik mocht stemmen, heb ik zelfs stemadvies aan mijn ouders gevraagd. Maar er zijn ook veel families waarin er weinig tot niet over actualiteit of politiek wordt gepraat. Ook voor die jongeren willen we een gids zijn, zodat ze zelf een doordachte beslissing kunnen nemen.

Op dat vlak hebben wij de vinger aan de pols. Wij zijn vaak op pad, gaan met jongeren in gesprek. Zo weten we hoe zij over bepaalde zaken denken, hoe ze zich bij bepaalde feiten voelen. En in onze berichtgeving kunnen we daarop anticiperen. Door te informeren op maat van jongeren, over wat de impact is op hun leefwereld. Jongeren zijn ook de eersten om instant feedback te geven. Zo voelen we dat onze aanpak ook werkt.”

Buitenlands nieuws interesseert

84%

van de Vlamingen

Een recente studie van VRT en Ipsos* liegt er niet om: maar liefst 84 procent van de Vlamingen is geïnteresseerd in buitenlands nieuws. VRT NWS is daarbij de voornaamste bron om op te hoogte te blijven van wat er in de wereld gebeurt.

Wekelijks bereikt de nieuwsdienst 77 procent van alle Vlamingen, over leeftijd, opleidingsniveau en herkomst heen. Precies daarom is het voor VRT NWS belangrijk om regelmatig buitenlands nieuws door eigen journalisten te laten verslaan. "We willen tonen hoe de wereld er daar aan toe is, door de ogen van een Vlaming", zegt Rob Renckens, chef Buitenland. "Met een eigen ploeg kunnen we dat veel dichterbij de Vlaming brengen, omdat mensen zich dan veel sneller met een verhaal gaan identificeren. Via persagentschappen krijgen we die nieuwsverhalen ook wel binnen, maar dat is niet hetzelfde. Een VRT-journalist die door een rampgebied rijdt en er met mensen praat, spreekt meer aan. Zulke verhalen leven meer en laten toe om het nieuws vanuit een Vlaams referentiekader uit te leggen. Daardoor komt het beter binnen bij de kijker, de luisteraar of de surfer."

Er zijn twee vormen van berichtgeving. Rob Renckens: "Bij *breaking news*, zoals de aardbeving in Turkije of de droogte in Frankrijk, willen we erbij zijn om verslag uit te brengen. Aan de andere kant zet onze buitenlandredactie ook eigen verhalen op de agenda, zoals dit jaar Stefan Blommaert die naar Taiwan trok of Stijn Vercruyse naar Oost-Congo."

Soms ontstaan beide soorten nieuwsverhalen op eenzelfde moment. "Wanneer Jan Balliauw of Marijn Trio naar Oekraïne reizen, is dat in de eerste plaats om er de oorlog te verslaan. Maar als ze daar zijn, maken ze ook verhalen die een ruime stand van zaken geven over het land zelf. We willen laten zien hoe mensen daar leven en werken. Vaak zijn verkiezingen ook een goed moment om te kijken hoe het nog gaat met een bepaald land waar we al even niet meer geweest zijn", legt Rob Renckens uit. Volgens hem is er zeker ook marge om de buitenlandse berichtgeving nog meer te verbreden en te verdiepen. "Vaak gaan we problemen vaststellen in het buitenland, maar misschien kunnen we er ook naar oplossingen zoeken. Neem nu de droogte in Zuid-Europa. Er zijn plekken in de wereld waar het nog droger is en toch hebben mensen daar water. Gaan kijken hoe ze dat daar doen, kan een interessant verhaal opleveren. We weten ook dat Vlamingen met roots in het buitenland zeer geïnteresseerd zijn in het nieuws van hun herkomstland, ook al maken ze zelf deel uit van een tweede of derde generatie. Daar ligt zeker nog braakliggend terrein voor VRT."



In 2024 trekken de Amerikanen naar de stembus om de volgende president te verkiezen. VRT NWS-journalist Björn Soenens woont en werkt al ruim zes jaar in New York, vanwaar hij verslag uitbrengt over alles wat leeft in de Verenigde Staten. En dat is nodig om te begrijpen wat er gebeurt in een land met zoveel invloed op de rest van de wereld. "Als het regent in Washington, dan druppelt het in Brussel."

"Het concept VRT begrijpt men niet in Amerika. Daar is er ook een publieke omroep, maar die krijgt amper geld en wordt voornamelijk gesponsord. Vaak krijg ik de vraag: *are you the Flemish CNN or the Flemish Fox?* Geen van de twee, dus. VRT toont hoe het er echt aan toe gaat. Zonder aanzien des persoons, zonder voorkeuren. Maar met duidelijke invalshoeken. Dat wij met publieke middelen op een onpartijdige manier de dingen kunnen rapporteren, is uniek.

Als we een correct beeld van de wereld willen schetsen, moeten we ter plekke gaan. Zeker in de Verenigde Staten, een land dat een enorme invloed heeft op de rest van de wereld, in positieve en negatieve zin. Als het regent in Washington, dan druppelt het in Brussel. Denk maar aan de *woke*-discussie die helemaal is doorgesijpeld.

Feit dat ik verslag uitbreng over een land waar ik zelf niet thuishoor, zorgt ervoor dat ik het kan benaderen met – wat ik noem – een vreemdelingenblik. Een antropologische benadering die soms veel waardevoller is dan de blik van binnenuit. Het biedt nieuwe inzichten, omdat ik er met meer afstand naar kan kijken. Misschien zou het zelfs interessant zijn om een buitenlandse correspondent op te voeren in onze Wetstraat. Niet voor de clichés: wat zijn de Belgen raar met hun frieten en wafels. Maar door dieper te kijken, er te wonen en een sociaal leven te hebben en helemaal in de cultuur te kruipen.

Het is helemaal anders wanneer ik zelf iets meemaak, dan wanneer ik informatie moet halen van persorganen waarvan ik merk dat ze vaak gekleurd of *geframed* zijn. Ik wil de dingen met eigen ogen en oren vaststellen. Volgens mij is dat de essentie van elke verslaggeving. Niet alleen het dringende nieuws is belangrijk, maar ook alles wat tussen de regels gebeurt. Wat volop bezig is in de samenleving, maar ik enkel kan oppikken door er te zijn.

“Who cares about Belgium?”

* Onlinebevraging binnen MediaPanel van VRT en Ipsos (maart 2023).

Correspondentschap moet niet tonen hoe exotisch andere culturen zijn. Nee, het is net belangrijk om onze eigen cultuur, onze eigen maatschappij beter te begrijpen aan de hand van hoe ze elders de dingen doen. In Amerika zijn wapens geïnfiltrerd tot op scholen toe. Ze houden er oefeningen om te weten wat te doen als er een schutter in de gangen rondloopt. Waar ze moeten schuilen of hoe ze kunnen vluchten. Wanneer ik zoiets kan filmen is dat heel openbarend. Net zoals een reportage over het kleuteronderwijs dat hier niet gratis is, maar duizenden dollars per kind, per jaar kost. Voor hogere studies moeten mensen vaak decennialang afbetalen. Dan denkt iedereen in Vlaanderen: wat een geluk dat wij dat niet kennen. Wie af en toe over het muurtje kijkt, leert veel over zichzelf. Bekijk het als een rode vlag die de lucht ingaat. Ik zie mezelf als een soort vlaggenzwaaijer over de problemen in de wereld, op basis van wat er in Amerika gebeurt.

Jezelf af te toetsen aan het buitenland, doet Amerika niet. Het is een eiland omgeven door oceanen. Heel soms richten ze hun blik naar Canada, naar Mexico enkel wanneer hun grens belaagd wordt met mensen die te arm zijn en naar het noorden vluchten. Maar verder staan ze op zichzelf, hebben ze amper interactie met buurlanden. Tenzij het om inreizende zakenlui gaat, maar dat draait uitsluitend om *big deals*. Het gebrek aan contact, maakt dat ze niet meer beseffen dat bijvoorbeeld iets als gezondheidszorg echt niet goed wordt georganiseerd en te duur is voor wat het is. Mochten ze eens in België op studiereis komen en merken dat de meeste mensen hier niet failliet gaan aan zorg, hun monden zouden openvallen.



“Wie af en toe over het muurtje kijkt, leert veel over zichzelf. **Ik zie mezelf als een soort vlaggenzwaaijer over de problemen in de wereld**, op basis van wat er in Amerika gebeurt.”

Björn Soenens

Andere dagen met minder nieuws ga ik op reportage in de verschillende staten. Intussen heb ik er al 47 van de 50 bereisd. Tussendoor doe ik mijn research, want buitenlandse media worden niet altijd en overal toegelaten. Access krijgen, dat is vaak een serieuze klus. Bovendien ben ik ‘maar’ van België. *Who cares about Belgium?* Ik moet altijd extra aandringen om dingen gedaan te krijgen. Zo willen politici vaak niet met me spreken, omdat mijn interview hen toch geen stemmen zal opleveren.

Ik ben tegelijk een verslaggever van het moment, maar ik kan ook de context schetsen. Dankzij mijn jarenlange ervaring, door hier lang te zijn, storp ik de hele geschiedenis op. Ik doe meer dan wat gazettenpraat verkondigen en van achter een bureau vertellen wat er nu gebeurt. Nee, ik schets ook de context hoe situaties te verklaren zijn in deze cultuur. Ik praat met mensen, sprokkel verhalen op straat, bouw netwerken op. Ik ken leraars, rechters en politiemannen in mijn buurt. Ik heb Afro-Amerikaanse kennissen. Mijn leven in New York helpt me in mijn werk. En daardoor kan ik een meerwaarde bieden.

Gemiddeld maak ik veertig stukken per maand, maar er zijn ook uitschieters. Toen in juni 2022 abortus werd afgeschaft als landelijk recht, heb ik wel zeventig bijdrages gemaakt. Er zijn zoveel programma's die me dan willen, en dat zijn lang niet alleen nieuwsprogramma's. Op Radio2 vertel ik al vier jaar lang elke zaterdagochtend over mijn leven achter de schermen. Hoe zijn de dingen echt op de plek waar ik ben? Luisteraars horen dat graag. Ze zien en horen de afgewerkte producten, maar willen ook weten hoe het er in de keuken aan toegaat, hoe de eieren gebroken worden en het zout er wordt bijgedaan. Daarnaast maak ik nog mijn eigen podcast, met een knipoog naar Bruce Springsteen: *Björn in the USA*. Heerlijk toch, dat we vandaag zoveel platformen hebben?

Mijn motto is: nooit meer slapen. Dat is de aard van het beestje, ik ben een West-Vlaamse, noeste werker. Tot je op een dag een tumor op je longen krijgt, natuurlijk. Maar het heeft geen zin om mezelf zielig te vinden en me af te vragen: waarom ik? Mijn ziekte is heel toevallig, maar zeer snel ontdekt. Ik ben optimistisch, ondanks de heftigheid waarmee die kanker het leven binnendringt. Niet opgeven, gewoon *deuredoen*.”



Björn Soenens

VRT NWS-
correspondent in de
Verenigde Staten

Ooit begonnen bij
Radio2 in West-
Vlaanderen, later
reporter voor de
nieuwsdienst

VRT MAX-tip: *Waar is
zuster Gabrielle?*, een
podcast van VRT-
gerechtsjournalist
Philip Heymans over
een onopgeloste
verdwijningszaak uit
1982

Het nieuws uit jouw straat?

Dat blijft belangrijk

Het regionale nieuws op vrtnews.be leeft. Logisch, want mensen voelen zich nu eenmaal betrokken bij de plek waar ze wonen, waar ze vandaan komen of waar ze werken. Dankzij de regionale verankering van Radio2 kan VRT NWS ook heet van de naald het nieuws uit je straat tot bij jou brengen. En af en toe durven zulke lokale verhalen de grenzen van de gemeente te overstijgen, zoals bij deze drie veelgelezen artikels op vrtnews.be.

Noa Sneyers "Ik ben van mening dat het nieuws niet altijd even groot moet zijn. Vaak zijn het de kleine dingen, gewoon bij de mensen in de buurt, waar het meest over gepraat wordt. Het was een ploeggenoot van de volleybal die me zei: ik heb ik iets voor jou. Blijkbaar stond er al twee weken een zetel bovenop het bushokje, recht tegenover haar deur. Geweldig, dacht ik. Uiteindelijk heeft dit verhaal uit het – voor veel Vlamingen althans – verre Limburg, de grenzen van de provincie overstegen. Mijn artikel op vrtnews.be is diezelfde dag nog viraal gegaan. Die avond kreeg ik een bericht van iemand die speciaal naar Nieuwerkerken was gegaan om zichzelf in die zetel te fotograferen. Zalig, toch?"

Maar het moet niet allemaal vrolijkheid zijn, natuurlijk. In december mocht ik bijvoorbeeld verslag uitbrengen vanop de begrafenis van Luc De Schepper, de voormalige rector van de UHasselt. Dat is



Noa Sneyers

Regioreporter VRT NWS en Radio2 in Limburg

“Het moet niet altijd even serieus zijn”



Zetel wacht al twee weken op bus in Nieuwerkerken

In de Rozenbosstraat in Nieuwerkerken staat al 2 weken lang een zetel op een bushokje. Wie de zetel op het bushokje heeft gezet is niet echt duidelijk. De buurtbewoners lijken zich er niet echt druk om te maken. "Als hij proper blijft, mag hij van mij blijven staan", zegt buurtbewoner Lies Peeters.

Radio 2, Noa Sneyers
di 21 feb 15:49

Scan de QR-code en lees het artikel op VRT NWS.



sowieso al een emotionele gebeurtenis, mensen hebben verdriet. Dan probeer ik me eerder op de achtergrond te houden en de situatie vanop afstand te bekijken. Media hoort zich op zo een moment niet op te dringen om toch maar de eerste quote of het beste beeld te hebben, denk ik. Ik kan me er zelfs enorm in opjagen wanneer anderen dat wel doen.

Als freelancejournalist bij VRT NWS en Radio2 heb ik geen vaste uren. De redactie kan me op elk moment van de dag bellen om een verhaal te maken, dat maakt mijn job heel onvoorspelbaar. Ik ben ook verantwoordelijk voor veertien gemeenten, vooral in landelijk gebied waar niet vaak nieuws uitkomt. Daarom probeer ik met zo veel mogelijk mensen te praten, personen die ik in mijn privéleven misschien nooit zou ontmoeten. Maar precies dat is wat een regioreporter moet doen: tussen de mensen staan om te horen wat er bij hen leeft. Zelfs op een droge persconferentie kom ik vaak meer te weten, door oprecht mijn tijd te nemen en door te vragen. En op den duur weten de buurtbewoners ook dat ze bij mij terecht kunnen als ze zelf met iets naar buiten willen komen. De onvoorspelbaarheid van de job ligt mij wel, je weet nooit wat de dag gaat brengen en dat maakt het net zo interessant. Elke dag keer ik met boeiende verhalen naar huis en dat geeft veel voldoening."



Ward Schouppe "Op nieuwsluwe momenten grasduin ik al eens op Twitter of Facebook, op zoek naar nieuwe verhalen. Zo botste ik op een bericht van een lokale pendeldienst tussen het station en de haven. Mijn reflex

“Onderzoeksjournalistiek kan, ook in de regio”

was: dat is leuk voor online. Ik ben dan wel een radioman in hart en nieren, maar ik maak tegenwoordig ook vaak stukjes voor de website die we niet op antenne brengen. Ook daar kruipt tijd in, want je wilt alle betrokkenen aan bod laten komen. In dit geval was het een eenvoudig nieuwtje, maar soms stoot ik op eenzelfde manier op grote verhalen.

De job van stadsjournalist is een experiment van Radio2 en VRT NWS in Gent. Naast het maken van verhalen voor radio en online, is het ook mijn rol om zelf naar nieuws op zoek te gaan in de stad. Zaken die we anders niet binnenkrijgen via ons correspondentennetwerk of de reguliere kanalen. Dat maakt dat ik sinds 2022 een professionele straatloper ben die overal wil bij zijn, naar gemeenteraden trekt, relevante sociale media in de gaten houdt. Zeg maar de *oldskool* manier van journalistiek, waar door de snelheid van het nieuws niet meer altijd de tijd voor is.

Regionieuws is een belangrijke opdracht voor VRT. Daarom brengt de publieke omroep sinds 2023 een update van het regioaanbod, op maat van de luisteraar en surfer. Onderzoek leert immers dat 83 procent van de Vlamingen regionaal nieuws belangrijk vindt. Ook jongeren dus, die minder radio luisteren en hun nieuws vaker online terugvinden. De regiopagina's in de app en op de website van VRT NWS worden dagelijks 262 000 keer aangeklikt. Op dertig dagen tijd verschijnt er over ruim 90 procent van de Vlaamse gemeenten minstens één onlineartikel. Sinds deze update brengt VRT niet minder, maar net meer regionieuws.



Scan de QR-code en lees het artikel op VRT NWS.

Onlangs was ik aanwezig op een bepaalde commissie van de stad. De korpschef liet er terloops vallen dat de cijfers rond drugscriminaliteit dalen, maar dat de mensen in het veld merken dat de problematiek wel degelijk toeneemt. Bij mij gingen er meteen enkele journalistieke alarmbellen af. Ik ben met coördinatoren en preventied medewerkers allerhande gaan spreken, waardoor ik er een groot stuk over kon maken. Onderzoeksjournalistiek vraagt tijd, maar het kan. Ook in de regio.

De schotten tussen de nationale nieuwsdienst en de regionale redacties zijn verdwenen. Als wij zaken aan Brussel signaleren, geeft hen dat vaak een voorsprong op andere media die geen regionale verankering hebben. Er is ook continu overleg tussen de verschillende redacties, dat is onze grote kracht. Wij kunnen snel en multiplatform werken. Wanneer ik uitruk, maak ik mijn radio-item en geschreven artikel allemaal zelf. En niet alleen Radio2, maar ook VRT NWS heeft daar baat bij."



Ward Schouppe

Stadsjournalist Gent VRT NWS en Radio2 in Oost-Vlaanderen

De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Peter Van de Veire

Presenteert *Goeiemorgen Morgen!* op Radio2

Hoe laat gaat je wekker en hoe voel je je daarbij?

"Mijn wekker gaat af om 3.33 uur, soms al om 3.25 uur. Ik voel me elke ochtend alsof ik tien Duvels heb gedronken en er een blok steen op mijn lichaam ligt. Het went nooit om zo vroeg op te staan. De eerste twee seconden zijn verschrikkelijk, vanaf seconde drie gaat het beter. Ik geef toe dat ik een vreselijk ochtendhumeur heb, maar daar merk je op de radio gelukkig niets van. Omdat ik zo vroeg opsta, heb ik een psychologische voorsprong. Mijn ultieme tip om een ochtendhumeur tegen te gaan? Sta een uur vroeger op dan je huisgenoten."

Hoe bereid je je programma voor?

"Ik kom elke ochtend om 5 uur aan op VRT en dan begint de werkdag. Kim en ik kunnen steunen op een enorm goed team waarmee ik de ochtendshow samen voorbereid. Na elke uitzending hebben we een vergadering waarin we nieuwe onderwerpen en ideeën verzamelen. Daarna gaat de ploeg aan de slag: mensen bellen, gesprekken voorbereiden en mogelijke vragen verzinnen. Rond de middag ga ik naar huis en begin ik alle puzzelstukken te leggen. Ik schrijf vragen en teksten uit, maak de structuur van de volgende uitzending en zet een paar dingen technisch klaar. Tegen 20 uur kruip ik in mijn bed."

Wat is het leukste aan *Goeiemorgen Morgen!* presenteren?

"*Goeiemorgen Morgen!* is de positieve noot die je 's ochtends nodig hebt om wakker te worden. Ik heb dat altijd belangrijk gevonden in een ochtendshow. Nu is het nóg positiever, omdat ik bij Radio2 ben en ook regionale verhalen kan binnentrekken. Alle belangrijke gebeurtenissen in de regio's, maar ook kleine en bijna verborgen menselijke verhalen komen aan bod. Onze luisteraars zijn als een plezant gezelschapspel: gezellige mensen van 9 tot 99 jaar. De mooiste complimenten die we van hen krijgen, gaan over onze vrolijke *vibe*: 'Jullie beginnen de dag met een pluskant, niet met de ellende van de wereld.' Missie geslaagd."

Harald Scheerlinck "Ik volg heel veel Facebook-groepen genre 'Ge zijt van die stad of gemeente als ...'. Zo zag ik een foto passeren van iemand die zijn boete had gedeeld voor het parkeren voor zijn eigen garage. Ik heb die man zijn verhaal laten doen, maar nam ook contact op met de bevoegde schepen van Mobiliteit. En wat bleek? Die bewoner was niet in zijn recht. Van zo een verhaal voel je snel, dat zal iets losweken bij veel lezers."

Sommige van onze berichten zijn enkel van toepassing op mensen uit die gemeente. Wanneer een dorpsplein drastisch heraangelegd wordt, willen de inwoners daar natuurlijk alles over weten. Dat zullen we altijd blijven brengen, we willen immers de hele provincie coveren. Maar twee dorpen verder is men daar allicht al minder in geïnteresseerd. Via de app en in je profiel op vrtnews.be kun je aangeven van welke gemeenten je graag op de hoogte blijft. Dat is heel efficiënt.

Vaak maken we verhalen die ook elders interesse kunnen wekken. De regionale artikels die je vandaag op vrtnews.be vindt, plaatsen wij daar zelf. Elke provincie kan zo zelf bepalen welk lokaal nieuws in de kijker staat. En grote of opvallende verhalen kunnen in overleg met de collega's op de nieuwsdienst op een betere plek van de homepage belanden. Dat is gebeurd met de GAS-boete uit Grimbergen. Dat verhaal is lokaal, maar relevant voor iedereen met een garagepoort. Van Grimbergen tot aan de zee.

"Sommige lokale verhalen zijn relevant voor iedereen"



Harald Scheerlinck

Regiojournalist Radio2 in Vlaams-Brabant en Brussel

Maar wij brengen niet enkel randverhalen. Vorig jaar maakte ik bijvoorbeeld een reportage over een vrouw die op zoek is naar de moordenaar van haar vader. Dat verhaal is al twintig jaar oud, het ging duidelijk om moord, maar de dader is nooit gepakt. Om eindelijk de waarheid te kennen, heeft die vrouw een onderzoeksbureau onder de arm genomen om een dossier op te maken, wat ze zou overmaken aan het parket. Nu zeg ik vaak aan het einde van mijn interviews: hou me op de hoogte als er iets gebeurt. En onlangs sms'te die vrouw me dat de *cold case* rond haar vader is heropend. Plots heb je dan nationaal nieuws, vertrokken vanuit de regiowerking."



Scan de QR-code en lees het artikel op VRT NWS.

Margaux van de regio komt overal in Vlaanderen

Margaux Bogaert, ofte Margaux van de Regio, is de lijm die alle provincies bij elkaar houdt. Ze verloochent geen enkele straat van Vlaanderen, integendeel. Elke ochtend doorkruist ze ons land voor het betere, lokale verhaal. En dat deelt ze vanop de locatie in de grootste ochtendshow van het land: *Goeiemorgen Morgen!* op Radio2.

"Luisteraars appreciëren het dat ze een stem krijgen op de radio"

Margaux Bogaert "Waarom zou een mooi verhaal alleen in die bepaalde regio verteld mogen worden? Dat is het uitgangspunt van mijn job. Soms gebeuren er dingen die elke luisteraar kan raken of inspireren. Het is mijn taak om die regionale zaken aan Vlaanderen voor te stellen. En vaak merken we dat kleine, lokale dingen ook herkenbaar zijn op andere plekken."

Zo was ik de tweede vrijdag van maart in Schoonbroek, een gehucht van Retie. Hun traditionele 'goriën zingen', of het inzingen van de lente, is er wereldberoemd in eigen dorp. Via de app en Instagram kregen we uit het hele land verhalen van soortgelijke,

lokale gebruiken. Op die manier wordt een plezante *fait divers* iets wat luisteraars verbindt.

Of onlangs was ik in Arendonk, een gemeente die in twee wordt gesplitst door een rivier. De enige brug om van de ene naar de andere kant te gaan, werd voor zes maanden afgesloten voor verkeer. Inwoners moesten voortaan veertig minuten omrijden als ze naar een winkel aan de overkant wilden. Dat gebeurt dan niet in jouw straat, maar het maakt wel emoties los. Kom dat eens tegen, zoiets!

Regionaal nieuws blijft ontzettend belangrijk voor VRT. In de ochtend blijft

het nieuwbulletin en het weerbericht lokaal. De vijf regionale redacties leveren ons ook continu nieuwe dingen aan, zonder hen zouden we de helft van het nieuws missen. Het maakt dat we heel dicht bij de mensen staan en herkenbaar nieuws uit de eigen buurt brengen. En elke dag licht ik er een verhaal uit, groot of klein, dat we groter uitspielen. Ik heb geluk dat ik al drie zomers voor Radio2 op pad mocht in Vlaanderen. Maar ik kom nog steeds op plekken waar ik nog nooit van had gehoord en ontmoet mensen die ik anders nooit had ontmoet. Ik voel dat zij het appreciëren wanneer ik langskom, dat ik hen een stem geef op nationale radio."

Duiding en entertainment?
Beide worden gemaakt in de

multifunctionele VRT-studio

Hoe kunnen we de eigen opnamestudio's zo optimaal mogelijk inzetten? Over die vraag heeft VRT zich de afgelopen jaren gebogen. Vanaf september zullen alle VRT NWS-duidingsprogramma's vanuit een nagelnieuwe, multifunctionele studio worden uitgezonden. Tussendoor kunnen ook andere televisiemakers er programma's produceren.

Efficiëntie

Een U-vormige ledwand van drieëndertig meter lang en vier meter hoog wordt het vaste decorelement van de studio. Met één druk op de knop krijgt de ruimte een compleet nieuwe invulling en bijhorende sfeer. Krachtige software als Unreal tovert op de wand instant fotorealistische beelden. Met snel wisselbare decorelementen kan er binnen de U-vorm in een mum van tijd een nieuwe setting worden gecreëerd, waardoor er een divers aanbod aan programma's geproduceerd kan worden.

Inspiratie

Bij de Ierse publieke omroep RTÉ doet een soortgelijke ledwand al vier jaar succesvol dienst als decor van tal van uitzendingen. Christophe Janssens, als creative director bij VRT NWS nauw betrokken bij de efficiëntieoefening, legt uit: "Dankzij de ledwand verander je in een vingerknip naar het decor en de bijhorende sfeer die je wilt. Het project kijkt ook vooruit naar de nieuwbouw, waar de studio's efficiënter gebruikt moeten worden, omdat er simpelweg minder studioruimte beschikbaar is." Een interessant verschil met een green key-studio: presentatoren en gasten zitten niet in een abstracte, volledig groene ruimte, maar in een echt decor dat ze zelf kunnen zien.

Maandag tot vrijdag, 20 uur

Terzake (Canvas)

"Terzake krijgt de centrale set van de studio, maar in de shots van het programma kan de kijker ook al de tafel van *De afspraak* zien klaarstaan, een echte nieuwsstudio dus. Dankzij de ruimte kunnen we ook meer variëren. Naast de interviewtafel komt er ook een kleinere set waar een specialist kan aansluiten, zetten we de ledwand in voor extra grafische duiding en kunnen we zelfs *augmented grafiek* gebruiken. Dat zijn visuele elementen die we digitaal in de ruimte plaatsen en waar de camera kan rondbewegen, terwijl de beelden op die plek blijven staan. Dat doen we nu al in *Het journaal*, maar kan voortaan nog meer doorgedreven."

Maandag tot vrijdag, 20.35 uur

De afspraak (Canvas)

"Waar *Terzake* vooral violet als decorkleur gebruikt, is dat warmrood bij *De afspraak*. Die omschakeling van sfeer gebeurt in een vingerknip, dankzij de technologie van de ledwand. Want hoewel de tafel van *De afspraak* in dezelfde studio staat, wordt dat plots een heel andere intiemere setting, ook op vlak van sfeer en licht. We kunnen het scherm bijvoorbeeld opdelen en anders gaan inzetten. Dus hoewel *Terzake* en *De afspraak* in uitzending dicht bij elkaar liggen, krijgt de kijker er toch een ander gevoel bij."

Zaterdag, 22 uur

Alleen Elvis blijft bestaan (Canvas)

"Vanaf eind oktober worden de opnames van *Alleen Elvis blijft bestaan* in de nieuwe studio gedaan. Dan moeten alle tafels eruit die we nu voor de actua-magazines voorzien hebben, en schuiven we de interviewset van Thomas Vanderveken erin."

Zondag, 11 uur

De zevende dag (VRT 1)

"Het huidige decor van *De zevende dag* bezet de helft van Studio 5, maar wordt slechts eenmaal per week gebruikt. Voortaan kunnen we ook die verloren capaciteit benutten, door het programma te integreren in deze nieuwe omgeving. De multifunctionele studio laat weer een heel andere kant zien door op zondag twee uur live-televisie te maken met een grote zetelset en een podium voor muziek."

Alle overige tijdstippen en programma's

De twee dagelijkse duidingsprogramma's van Canvas delen vandaag al dezelfde studio, maar tot de late namiddag staat dat decor leeg. Deze multifunctionele studio stelt ons in staat om snel en efficiënt om te schakelen naar een heel andere setting, die overdag gebruikt kan worden voor andere programma's of opnames. Denk bijvoorbeeld aan spel- of entertainmentprogramma's of opnames voor een radiozender of podcast. We beschouwen dit niet langer als een nieuwsstudio, maar een VRT-studio. Buiten onze vaste momenten, kan elk bestaand programma of nieuw concept beroep doen op deze ruimte."

Lotte Vermeir (netmanager VRT 1 en Canvas) en Ruth Degraeve (manager VRT MAX en Digitale Bestemmingen) over sterke samenwerking

U vraagt?



De televisienetten van VRT en het digitale platform VRT MAX zijn geen concurrenten, integendeel. Lotte Vermeir (VRT 1 en Canvas) en Ruth Degraeve (VRT MAX) leggen uit hoe hun hybride samenwerking de publieke omroep alleen maar sterker maakt. “We delen dezelfde zorg: ons aanbod bij elke Vlaming krijgen, op de best mogelijke manier.”

Bij VRT versterken de televisiezenders en digitale platformen elkaar. VRT MAX heeft digitale troeven en mikt met unieke reeksen op een jonger publiek, zonder lineaire tv buitenspel te zetten. Want daar zit nog steeds de grote meerderheid van de kijkers. “VRT 1 en Canvas, maar ook Ketnet en onze radionetten, zijn een vliegwiel voor VRT MAX”, legt Ruth uit. “Door een VRT MAX-reeks te promoten en soms te programmeren op VRT 1, kunnen we een nieuw publiek aanspreken. Wij geloven heel sterk in het en-en-verhaal.”

De beste plek voor het strafste aanbod

De gemeenschappelijke missie van Lotte en Ruth is om het VRT-aanbod bij elke Vlaming te krijgen, via welk toestel dan ook. Denk maar aan *De dag van vandaag*, de populaire VRT 1-quiz over de grote en kleine actualiteit van de dag. Volgde je de quiz op televisie en wilde je kans maken op de dagelijkse prijzenpot? Dan werd je opgeroepen om je online in te schrijven via VRT MAX. “Een ander voorbeeld is de fictiereeks *1985*”, vertelt Ruth. “Wie de voorlaatste aflevering op VRT 1 had gevolgd, zag meteen erna de boodschap dat je de laatste aflevering via VRT MAX kon bekijken. Die exclusieve preview was een groot succes! Maar liefst 100 000 mensen konden niet wachten om verder te kijken en vonden die avond nog hun weg naar VRT MAX.”

Lotte en Ruth bestellen samen nieuw VRT-aanbod en evalueren dat ook. Zo kunnen ze de programmering herzien in het voordeel van de kijkers én makers. “Een goed voorbeeld daarvan is de veelgeprezen reeks *Roomies* vol humor en herkenbaarheid”, vertelt Ruth. “Die reeks was oorspronkelijk exclusief gemaakt voor VRT MAX, waar het vele kijkers heeft verrast en geraakt. Al snel werd duidelijk dat we *Roomies* ook wilden uitzenden op VRT 1. Een echte win-win: hiermee konden we VRT 1 een beetje verjongen in aanbod en de jonge makers van *Roomies* de megafoon van televisie geven.” Lotte vult aan: “Ook de VRT MAX-*original Those were the days*, de reeks over Belgische discotheken met Aster Nzeyimana, was na enkele weken te zien op Canvas. We trekken jonge makers aan op VRT 1 en Canvas, terwijl we met VRT MAX een nieuwe speeltuin openen voor meer ervaren televisiemakers. Die wederzijdse versterking wérkt.”

Experimenteren is leren

VRT zet de behoeften van haar kijkers voorop. Een spannende fictiereeks als *Arcadia* geeft je zin om in de mysterieuze wereld te duiken en de volledige reeks te *bingewatchen*. Om aan die nood tegemoet te komen, zette VRT de reeks als *boxset*, dus alle afleveringen tegelijk, op VRT MAX. “Ook de Canvas-reeksen staan bijna allemaal integraal op VRT MAX”, legt Lotte uit. “We kennen onze Canvas-kijkers en weten dat zij regelmatig op internationale platformen streamen. Dat creëert een zeker verwachtingspatroon bij hen. We geven ons Canvas-publiek graag de luxe om ook te kunnen *bingen* op VRT MAX.”

Verschijnt dan elke reeks meteen als *boxset* op VRT MAX? Ruth nuanceert: “We blijven ernaar streven om mensen zoveel mogelijk aan ons te binden en naar onze platformen te laten terugkeren. We willen vermijden dat iemand die een reeks heeft *gebinged*, niet meer terugkomt naar VRT MAX. Soms werkt het dus ook om elke week een nieuwe aflevering te lanceren. Die beslissingen hangen sterk af van het type productie, de vorm en de inhoud. De VRT MAX-reeks *Thrift you up* was een experiment waarbij we de eerste drie afleveringen in één keer hebben aangeboden. Daarna schakelden we over naar een wekelijks ritme, met elke week een nieuwe aflevering.”

Uniek: video en audio in één app

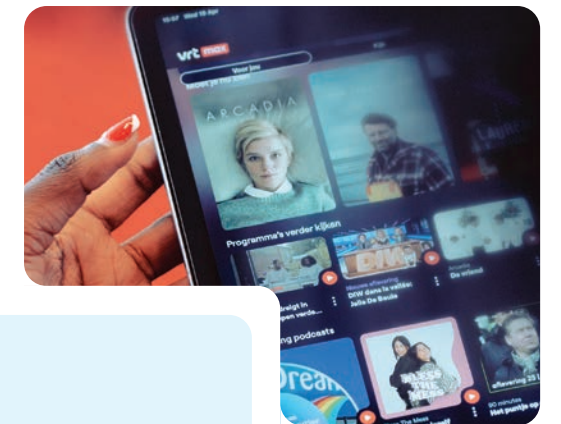
VRT is altijd al een sterk radio- en audiehuis geweest. Daarom werken ook lineaire radio en VRT MAX intens samen. “Bij ons vind je naast video ook podcasts, liveradio en audio on demand op VRT MAX”, legt Ruth uit. “Verschillende Europese omroepen en collega’s hebben er de afgelopen jaren voor gekozen om audio en video als twee aparte werelden aan te bieden aan hun publiek. Maar velen komen daar nu van terug en zijn nieuwsgierig naar onze bevindingen. Ons belangrijkste advies? Besef dat je gebruiker aan het stuur zit. Bij VRT geniet je van een totaalbeleving met audio én video.”

Karen Donders, directeur Publieke Opdracht, Talent en Organisatie vult aan: “Als we willen dat deze strategie slaagt, is de vindbaarheid en zichtbaarheid van ons prachtige en relevante aanbod ontzettend belangrijk. Op je smart tv, in de wagen of via Siri is het vaak enorm lastig om het aanbod van de publieke omroep te ontdekken. Netflix krijg je in één klik, om tot bij VRT MAX te geraken kost je dat soms tot wel twintig kliks. Dat is geen eerlijke concurrentie en we vragen de Vlaamse overheid om echt werk te maken van een regelgeving. Het kan. In het Verenigd Koninkrijk en Duitsland gebeurt het.”

“VRT MAX en VRT NWS spelen in op **jouw keuze en jouw ideale mediamoment.**

Of dat nu ’s ochtends aan de ontbijttafel is, op de bus naar school of ’s avonds in bed: op elk moment van de dag krijg je een brede waaier aan nieuws, podcasts, series en meer.”

Ruth Degraeve



Wij draaien!

“Houd je van een beetje structuur en vertrouwdheid? Of plof je uitgeput neer in de zetel na een drukke werkdag? Bij VRT 1 en Canvas **weet je wat je mag verwachten**: een pakketje straffe programma’s.”

Lotte Vermeir



Lotte Vermeir

Netmanager VRT 1 en Canvas sinds de zomer van 2021

Begon in 2008 bij VRT als onderzoeker Televisie bij de Studiedienst

VRT MAX-tip: Het Hoge Noorden: Annemie Struyf trekt door Noorwegen en gaat op bezoek bij landgenoten die in het Hoge Noorden een nieuw leven willen beginnen

Gekruide mix in plaats van eenheidsworst

Met haar gids- en smaakverbredende functie maakt de publieke omroep het verschil. Terwijl platformen als Netflix je veel van hetzelfde aanbieden om je als abonnee te houden, gaat VRT verder. Vanuit haar maatschappelijke opdracht wil ze kijkers ook prikkelen met een aanbod dat hen op het eerste zicht misschien minder interesseert. “Als VRT is het onze plicht om je met andere interessegebieden, thema’s en gezichten te laten kennismaken dan je gewend bent”, legt Ruth uit. “Daar kunnen we met VRT MAX sterk op inzetten en ons onderscheiden van de concullega’s. Stem je van nature minder spontaan af op Canvas? Dan laten we je via suggesties als *De weekenden*, *The handmaid’s tale* of *Zonder afspraak* toch makkelijker in contact komen met het Canvas-aanbod. Voor je het weet, raak je verslingerd aan een nieuwe docu, film of serie.”

Ook lineaire televisie blijft een krachtig medium van VRT. Onder meer omwille van de verbindende rol in Vlaanderen. Lotte: “Mocht iedereen versnipperd kijken, dan zou je als publieke omroep moeilijker thema’s op de agenda kunnen zetten. Denk maar aan De Warmste Week of een maatschappelijke verhaallijn in *Thuis* of *Taboe*. Die verhalen worden besproken op de speelplaats en aan de koffiemachine. Daarin schuilt nog altijd de kracht van lineaire tv. En het straffe aanbod van VRT 1 en Canvas, leeft ook verder via VRT MAX.”



Ruth Degraeve

Manager VRT MAX en Digitale Bestemmingen sinds januari 2022

Begon in 2008 bij VRT als redacteur bij radiozender Donna

VRT MAX-tip: Señor Sarens: podcast over een Vlaamse zakenman die om het leven werd gebracht in Mexico, Achille Van Ingelgem en Luc Haekens duiken met de hulp van de familie Sarens in hun tragische verhaal

Dieter Boen, manager Innovatie en Architectuur, geeft een inkijk op VRT in de toekomst

“Innovatie is geen zijtraject”

Technologie bepaalt meer dan ooit de toekomst van mediabedrijven. De impact is zo groot dat de publieke omroep er dit jaar een VRTRN-project van heeft gemaakt. (Zie pagina 52.) Met een eerste testproject is VRT pionier om data terug in handen te geven van de mensen zelf.

Dieter Boen: “VRT is van nature een *creator* en *innovator*. Als publieke omroep hebben we een andere rol dan commerciële mediaorganisaties en kunnen we niet zomaar de markt kopiëren. Het is logisch dat we artificiële intelligentie inzetten met het oog op maatschappelijke impact, dat we focussen op de strijd tegen desinformatie en dat we kijken naar origineel ontwikkelde formats. Net zoals we aan de slag gaan met gametechnologie in eigen virtuele producties. We benaderen nieuwe technologieën vanuit onze publieke opdracht en zetten ze zo ook in. We zetten in op een aantal grootschalige projecten. Binnen het project Mediahub werken we aan één groot en slim productiesysteem voor Vlaanderen. Met Podgrond verkennen we de haalbaarheid van een Vlaams podcastplatform. Maar we werken ook structureel samen met start-ups. Via onze accelerator VRT Sandbox halen we de beste uit Vlaanderen en heel Europa naar VRT om hun mediatechnologie verder te (laten) ontwikkelen.”

Samen innoveren

“In bijna alle innovatieprojecten werken we samen met mediaspelers, kennisinstellingen en technologiebedrijven uit Vlaanderen en Europa. Als publieke omroep richten we ons op aanbod voor het Vlaamse publiek, maar op vlak van technologie en innovatie moeten we Europees samenwerken. VRT leidt samen met RTBF het internationaal netwerk Future Media Hubs om structureel samen te werken en kennis uit te wisselen. Zo leren we bij van heel Europa.

We werken met onze partners ook een gemeenschappelijke agenda voor innovatie uit, die we delen met het Vlaamse en Europese beleid. Zo werken we mee aan de innovatieprogramma’s van de komende jaren en geven we sturing aan de beschikbare financiering. Dat laat ons toe om gezamenlijk en gericht problemen op te lossen. Al ‘spreekt’ bijvoorbeeld beter Engels dan Nederlands. Om de Nederlandse taalvaardigheid van AI te verbeteren, moeten we samen aan de slag gaan. Door de krachten te bundelen kunnen we op relevante schaal werken.

Innovatie draait om actie. Je moet durven innoveren op de vloer, in echte producties. Enkel zo kun je bijleren. Het voordeel van handelen in plaats van wachten en kopiëren van anderen is dat je zelf bijleert, je eigen talent ontwikkelt en nieuw talent aantrekt. De uitkomst van een goed innovatieproject is geen technisch snuffje, maar talent dat klaargestoomd wordt om nieuwe technologieën te vertalen naar publieke impact. We hebben dankzij jaren experimenteren vandaag een talentvol en ervaren team voor virtuele producties.”

Vertrouwen en evenwicht

“Dé uitdaging is om zowel met de toekomst, het heden als het verleden bezig te zijn. We organiseren onze innovatiewerking even professioneel als de dagelijkse werking. Als onze collega’s een sterke aanpak zien met concrete resultaten, dan is het voor hen ook een stuk gemakkelijker om ermee aan de slag te gaan. Aangezien je moet

innoveren in de praktijk, met professionele redacties en systemen, is vertrouwen cruciaal. Innovatie is geen zijtraject ter inspiratie, maar moet geïntegreerd zijn in de professionele werking.

Daarnaast moet je ook het evenwicht bewaken. Een risico is dat je te veel tijd steekt in projecten met een directe impact, waardoor je te weinig aandacht hebt voor de komende evoluties. Sommige projecten renderen direct en hebben tastbare resultaten, andere niet. Het is een uitdaging om in een dalende markt van lineaire televisie voorop te blijven én te innoveren, met beperkte middelen. Daarom is het sterk dat we met VRT MAX zowel audio en video durfden combineren in één platform.”

Kansen

“Na een aantal relatief kalme jaren waarin grote technologiespelers hun markt afschermden komen we vandaag in een ‘perfecte storm’ terecht met veel ruimte om te innoveren. De doorbraken in AI volgen elkaar razendsnel op. Tegelijkertijd komen er zowel Vlaamse, Europese en Amerikaanse verkiezingen aan, met AI als onzichtbare partij. VRT moet hierin transparantie brengen. Daarom ben ik erg blij dat we de afgelopen jaren sterke samenwerkingen rond desinformatie hebben opgezet binnen Vlaanderen en Europa. In die projecten betrekken we ook actief *influencers*, die we tot voor kort in een andere wereld zagen.

Een tweede evolutie is dat de focus van innovatie verschuift van platformen naar het aanbod zelf. Bijna iedereen die producties maakt, kijkt naar virtuele studio’s. Maar we staan daar nog maar aan het begin van de mogelijkheden. Elke aflevering van een programma kan anders zijn. Regisseurs kunnen hun shots blijven bijsturen. Verhalen kunnen visueel op een volledig nieuwe manier tot leven gebracht worden. Het grote scherm blijft overeind naast het kleine, maar we moeten wel blijven innoveren op vlak van beeld en geluid. Anders komen anderen het voor ons doen.

Daarnaast zijn er heel wat mogelijkheden rond audio *on demand*. AI maakt het al mogelijk om kwalitatieve artificiële stemmen te creëren, waardoor we ook gepersonaliseerde audiobelevingen kunnen maken. Ik ben benieuwd naar hoe dit verder zal evolueren.

Met VRT spelen we ook een belangrijke rol op gebied van datakluisen. Met een eerste testproject in media zijn we pioniers om data terug in handen te geven van de mensen zelf. Samen met datanutsbedrijf athumi starten we een project op om concreet te testen hoe we dit voor platformen als VRT MAX kunnen gebruiken.”

dé schatkamerer voor AI

Tech-optimist Steven Van Belleghem over de impact van artificiële intelligentie op de media-industrie



“Het VRT-archief is dé schatkamer voor AI”

Is artificiële intelligentie de stoommachine van de 21e eeuw? Gaat het de samenleving net zo overhoop gooien als de industriële revolutie dat ooit deed? En wat zal de impact van AI zijn op de media-industrie? Jaarbeeld 2023 ging erover praten met expert Steven Van Belleghem.

In dit interview gaat Jaarbeeld 2023 dieper in op de impact van artificiële intelligentie op de media-industrie. Van creativiteit tot productiviteit, van ethische debatten tot laaiend enthousiasme, ontdek hoe AI de toekomst van de media beïnvloedt.

De twee zinnen hierboven werden geschreven door ChatGPT. Wat vind je van deze niet te stoppen evolutie?

Steven: “Ik ben heel enthousiast. Eindelijk gebeurt dat waar we al tien tot vijftien jaar van dromen. Elke technologie heeft zijn S-curve: in het begin gaat alles heel traag om dan plots heel erg te versnellen. In het begin zijn er veel verwachtingen en hypes, maar de echt coole dingen beginnen pas in de tweede helft van de S-curve. Momenteel staan we aan het begin van die tweede helft en dat beginnen we dus te voelen. ChatGPT was er van de ene op de andere dag en iedereen beseftte: wow, dit is wat het zou kunnen zijn. Sindsdien is het aantal investeringen in AI voortdurend toegenomen, en ik kan dat alleen maar toejuichen. Ik zie oneindig veel mogelijkheden, maatschappelijk en op vlak van productiviteit.”

Toch krijgt AI ook de nodige kritiek. Hoe terecht is dat?

Steven: “Kritiek hebben, angst aanpraten, nadelen zoeken: ik vind dat een typisch Europees fenomeen. Als ik met een groep ondernemers naar Silicon Valley of China ga, ontmoet ik alleen maar enthousiaste mensen die de opportuniteiten van AI zien en er op een heel slimme manier toepassingen voor ontwikkelen die business genereren; maar ook op maatschappelijk vlak veel kunnen opleveren en mensen kunnen helpen. Is alles nu al perfect? Nee, natuurlijk niet. Maar de focus moet op de opportuniteiten van AI liggen en niet op de mogelijke nadelen ervan.

In Europa is de balans totaal uit evenwicht. Door alleen maar mogelijke gevaren te zien, missen we opportuniteiten en ontmoedigen we talent. We zijn wereldexpert geworden in het stellen van ‘European questions’: is het niet gevaarlijk dat ...? Zou het geen nadeel kunnen zijn dat ...? Moeten we niet oppassen voor ...? Vrijwel al onze energie gaat naar negativiteit en dat is dé reden waarom we van bij het begin van de digitale evolutie elke opportuniteit hebben gemist. We zijn expert geworden in het maken van wetgeving maar zijn niet bezig met het bedenken van positieve en nuttige toepassingen. Ik vind dat gevaarlijk, omdat ze er links en rechts van ons wel mee bezig zijn. En zo gaan we, vrees ik, opnieuw volledig afhankelijk zijn van het Oosten en het Westen, net zoals dat het geval was bij het internet en sociale media.”

Vlaamse samenwerking rond AI om nieuwsartikels automatisch te herwerken

In het kader van de digitale transformatie leidt VRT het project MediaDigest, waarin generatieve AI ingezet wordt om nieuwe *formats* te maken voor nieuws. Samen met Mediahuis, Roularta en het technologiebedrijf ML2Grow onderzoekt VRT hoe de technologie een nieuwsartikel of tekst kan verwerken tot een samenvatting aan de hand van *machine learning*. Deze tak van AI focust op het inzetten van data om zichzelf te verbeteren en bij te leren. Zo kan VRT de huidige werkprocessen voor de productie en publicatie van samenvattingen gedeeltelijk laten automatiseren, waardoor er meer ruimte vrijkomt voor creativiteit.

MediaDigest haakt in op de evolutie naar verhaalgedreven creatie, waarin multimediale nieuwsverhalen vanaf het begin beter vormgegeven kunnen worden. Dit zal Vlaamse mediaorganisaties helpen om een efficiënt *shortform*-aanbod te creëren en toegankelijk te maken op verschillende platformen. Zo zullen bepaalde doelgroepen, vooral de jongere, beter bereikt kunnen worden.

Het project is gefinancierd door de Vlaamse overheid, als onderdeel van het digitale transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector.

Hoe doet de Vlaamse mediasector het op dat vlak?

Steven: “Europa loopt hoe dan ook achter. De hamvraag nu is: wie wordt de beste in AI? Amerika of China? Of we het nu willen of niet, AI wordt dominant in alle aspecten van de maatschappij. De leider van de wereld zal dus de leider in AI zijn. Voor ons is de uitdagende vraag: ‘hoe verhouden we ons tot die andere partijen? De concurrent van VRT is niet VTVM, maar YouTube, Netflix en Disney+. Iemand als MrBeast op YouTube heeft meer kijkers dan alle Europese tv-zenders samen. Eén video heeft een budget van 3,5 miljoen dollar. Dat kan men niet bij VRT. En dat is nog maar het YouTube-tijdperk.

In de wereld van AI moet je als mediabedrijf niet zozeer naar andere mediabedrijven kijken, maar gefocust op zoek gaan naar talentrijke individuen. De *war for talent* wordt belangrijker dan ooit. Nu zitten we nog in het YouTube-tijdperk, maar binnen pakweg tien jaar zullen de *content creators* van vandaag degenen zijn die tv-series gaan maken. NVIDIA, de chipproducent voor spelcomputers, heeft nu al een nieuwe AI-tool gemaakt waarmee je een video als output krijgt. Vandaag is dat nog gepruts en zeker geen VRT-kwaliteit. Maar geef in 2033 een creatief profiel met een goed idee een tool als ChatGPT om er een kwalitatieve video van te maken en je zult versteld staan. Dat zou dus best wel eens de grote concurrent in de toekomst kunnen zijn. Het concept van *content*-generatie moet breder gaan dan vandaag en de mediasector overstijgen.”

Een veelgehoorde stelling is dat het werken met getalenteerde mensen die met deze technologie aan de slag kunnen een van de grootste factoren voor mediasuccessen zullen zijn. Mee eens?

Steven: "Eerlijk? Elk mediabedrijf heeft die YouTube-generatie en *content creators* gemist. De kracht zit juist bij die individuele makers. De vraag is dus: ga je hier als mediabedrijf nu al mee experimenteren? Ga je binnen VRT een cel oprichten die AI-gegenereerd aanbod maakt en dit als een troef zien? Daarbij moeten we breder kijken dan het inzetten van AI voor efficiëntie. Hoe gaat AI businessmodellen, productieprocessen en inhoud veranderen? Wat moeten we vandaag al doen om mee te zijn met die evolutie? Dat zijn cruciale vragen, want vroeg of laat komt er – dankzij die AI-toepassingen – iets ter vervanging van Netflix of YouTube."

Welke investeringen zijn er zeker nodig voor de verdere ontwikkeling van AI?

Steven: "Taal is een uitdaging. Er zijn meer data beschikbaar in het Engels dan in het Nederlands, waardoor AI hier trager evolueert. De achterliggende data voor AI zijn dus heel bepalend. Daar ligt volgens mij de sterkte van VRT: het archief herbergt een schat aan data waarmee je dingen kunt gaan doen. Ze moeten enkel op een even structurele manier als de Engelstalige data worden ingezet."

Welke zijn de cruciale stappen die VRT moet zetten?

Steven: "Ik zou om te beginnen een AI-goeroe uitnodigen om alle data te bekijken. Geen internetdata, maar alles wat VRT maakt: van fictie tot actualiteitsprogramma's. Wat kunnen we hier vandaag mee doen? Wat gebeurt er als we dit in een grote database gieten en er een AI-model op loslaten? Wat zijn de mogelijkheden die we kunnen verkennen?"

Daarnaast is er het belang van het te kunnen voorspellen: wat wordt een succes en wat niet? Nu wordt er een idee *gepitch*t aan programmamakers. Op basis van dat idee en de credibiliteit van de persoon wordt er beslist of het programma al dan niet gemaakt wordt. Maar er bestaan nu al applicaties die op basis van scenario's vrij accuraat kunnen voorspellen wat de *return* zal zijn. Je zou dus een actievere beslissingsboom kunnen installeren om te kijken waar je je geld wel of niet insteekt.

Dan is er ook nog de evolutie van productiviteitsverbetering, van editing tot productie. Door het gebruik van AI kan dit efficiënter. Ook bij het genereren van ideeën: vandaag zijn er brainstormen van een halve dag om over een nieuw concept na te denken. Eigenlijk moet je een brainstorm initiëren met ChatGPT. Leg die output op tafel om te bespreken: wat kun je hier uithalen? De snelheid en kwaliteit ligt meteen veel hoger."



Accelerator VRT Sandbox creëerde dit logo met de hulp van AI.

Hoe gaat AI onze jobs veranderen?

Steven: "Mensen klagen allemaal dat ze te veel werk hebben. Iedereen staat onder tijdsdruk. Er is niet genoeg personeel. En bij uitvoerende jobs is het heel moeilijk om getalenteerde mensen te vinden. AI is een systeem dat ons vandaag al een beetje en over tien jaar fundamenteel kan helpen. Laat ons AI inschakelen voor alle jobs waarbij we geen personeel vinden. Een goed voorbeeld is de tijd die we steken in het vinden van een moment voor een afspraak. De betrokken mensen zijn daar vaak een halfuur over aan het bellen. Geef deze opdracht aan een AI. Je krijgt er minder stress van en er komt tijd vrij om andere zaken te doen. Misschien creëert AI wel een wereld waarin we allemaal parttime kunnen werken? Allemaal opportuniteiten die ontstaan door innovatie. We kunnen niet duidelijk genoeg maken dat AI een opportuniteit is die we willen omarmen en onze medewerkers goed informeren en trainen. Het is belangrijk dat iedereen de voordelen ervan inziet en dat er positief over gecommuniceerd wordt. Op korte termijn zou je een aantal kleinschalige experimenten kunnen opzetten waarbij gekeken wordt op welk niveau je AI nu al kunt inzetten en er voordelen uithalen. Een andere belangrijke stap is je te buigen over de vraag 'How could AI kill the VRT?'. Om vervolgens te kijken wat er moet gebeuren om dat zélf tegen te gaan en AI voor te zijn."

Er is momenteel toenemende kritiek op AI.

Steven: "Klopt. We gaan geconfronteerd worden met heel veel ethische dilemma's. Waar vroeger de traditionele media de poortwachter waren voor informatie, is dat vandaag al sociale media. Binnen tien jaar zal dat AI zijn. We gaan daarop vertrouwen en dat zal onze kijk op de wereld veranderen."

AI als poortwachter van informatie zal ongetwijfeld leiden tot een heel groot ethisch debat. Met als belangrijkste vraag: hoe gaan wij nog weten wat echt is en wat niet?

Steven: "Ik ben heel benieuwd naar de Amerikaanse presidentsverkiezingen volgend jaar. Het verleden leert ons dat die vaak een *tipping point* zijn voor nieuwe technologie. Obama zette voor het eerst sociale media heel goed in, Trump werd de accelerator van *fake news*. Nu vinden er verkiezingen plaats in het AI-tijdperk. Gaan we geluids- of videofragmenten zien die kandidaten in diskrediet brengen? Hoe gaan we weten wat echt is en wat niet? En zelfs als je kunt bewijzen dat het vals is, wie gaat bewijzen dat het bewijs echt is? Je weet niet meer wat of wie je nog kunt geloven. Zelfs voor professionele redacties als VRT zal het moeilijker worden om een geloofwaardige boodschap te brengen. Als er dus één echt belangrijke ethische vraag is aan de AI-ontwikkeling, is het die vraag. Dat is dé maatschappelijke uitdaging voor de komende tien jaar."

We mogen veel verwachten van mediabedrijven die daar een rol in spelen. In het verleden zijn we bijvoorbeeld niet streng genoeg geweest ten opzichte van Facebook. AI is het ook dubbel: je hebt enerzijds de *freedom of speech* en anderzijds het *censorship*. Maar Facebook heeft een ongelooflijke verantwoordelijkheid en zou 100 procent transparant moeten zijn, ook wat bijvoorbeeld reclame betreft. Als je enkel advertenties zou kunnen aanvaarden van organisaties waarvan je zwart op wit kunt zien wie de eigenaar is, zou dat goed zijn. Maar dat is niet het geval. En dus word je gemanipuleerd, zoals bij de Brexit. Als dit goed georganiseerd is, trapt iedereen daar in. Als je meer dan zes keer op een geloofwaardige manier dezelfde

boodschap brengt, dan beginnen mensen dat te geloven. Dat is niet moeilijk op sociale media en zo kun je iedereen in dezelfde richting sturen. Als er een wet is waar ik voor ben, dan is het die van open kaart spelen."

Hoe zie jij de samenwerking met andere spelers rond data en privacy?

Steven: "Ik ben een enorme voorstander van *data ownership*. Ik hoop echt dat dat er op een dag komt. Nu zitten onze data overal en we weten niet wat ermee gebeurt. Als we dat proces kunnen omdraaien, zou dat een ongelooflijke stap vooruit zijn. Het faciliteren van *data ownership* – alle data in persoonlijke kluisjes – is de belangrijkste opdracht voor de overheid: de data terug geven aan zij die het genereren."

Als je mag dromen, hoe zie jij de toekomst voor AI in media? Waar kijk jij naar uit?

Steven: "Het wordt een wereld waarin creativiteit en talent meer kansen krijgen. Wat mij het meest enthousiast maakt, zijn de mogelijkheden in de gezondheidszorg. Daar gaan we echt stappen kunnen zetten. Stel je maar eens voor dat we op termijn zaken als doofheid en blindheid kunnen oplossen met AI. Je ziet, ik ben een echte tech-optimist. Ik ben ervan overtuigd dat AI ons zal helpen om een aantal fundamentele problemen op te lossen, die wij zelf niet kunnen oplossen."



Scan de QR-code en bekijk een videofragment van het interview.

VRT zet machine learning in voor *Homo universalis*

VRT Sandbox screent, test, coacht en financiert start-ups. De accelerator neemt elk jaar internationale scale- of start-ups, groeiende of startende technologiebedrijven uit verschillende Europese landen bij de hand. Samen met VRT ontwikkelen ze grensverleggende mediatechnologie of -aanbod.

Via VRT Sandbox werkte VRT samen met de Oekraïense start-up Wantent, om hun AI-technologie in te zetten voor de analyse van publieksreacties. Aan de hand van datagedreven inzichten kunnen ze zo aanbevelingen geven aan de makers.

Wat wordt er een succes, en wat niet? Aangezien het

programma *Homo universalis* veranderde van item naar een volwaardig programma, werd er een eerste samenwerking opgezet rond AI. Samen met Wantent onderzocht VRT hoe een testpubliek de structuur van de afleveringen, de opbouw en de spellen zelf ervaarden. Na een reeks studies en evaluaties met kijkers bezorgde Wantent een puntensysteem en enkele aanbevelingen om het engagement en succes van de show te verbeteren.

"In de zoektocht om *Homo universalis* van een rubriek uit *Iedereen beroemd* naar een apart programma te laten doorgroeien, waren de inzichten van Wantent nuttig", zegt Lin Delcour, adjunct netmanager VRT 1 en Canvas. "Met welke kandidaten leven kijkers spontaan meer mee? Wie springt eruit? Welke proeven verhogen de aandacht? Dit op een datagedreven manier in kaart gebracht zien, helpt ons als makers om in een volgende reeks aan nog veel slimmere storytelling te doen."

Iedereen mee op de digitale sneltrein



Wat zijn de VRTRN-projecten?

Ieder jaar kiest de publieke omroep in haar aanbod een aantal speerpunten die publieke meerwaarde creëren. Het zijn de VRTRN-projecten (spreek uit als: vuurtoren). Ze dragen bij aan een momentum in Vlaanderen rond een specifiek thema en hebben een mobiliserende impact. VRT zet hier sterk op in, met verschillende merken, op heel wat zenders en platformen. Allerlei afdelingen werken hiervoor intensief samen. Naast digitale inclusie wordt er in 2023 gefocust op: de Muzieksomer, de aanloop naar het verkiezingsjaar en de Olympische Spelen in 2024, fietsbeleving en De Warmste Week. Daarnaast besteedt VRT ook extra aandacht aan technologie, wetenschap en innovatie.

Ongeveer 40 procent van de Vlamingen heeft beperkte digitale vaardigheden, zo blijkt uit een studie van de Koning Boudewijnstichting. VRT zet zich actief in om Vlamingen van alle leeftijden door de digitale wereld te gidsen. Digitale inclusie is dit jaar een VRTRN-project.

De Vlaamse overheid wil de digitalisering van Vlaanderen een forse duw in de rug geven, aangezien de coronacrisis heeft aangetoond dat onze toekomst digitaal is. Maar in onze sterk gedigitaliseerde samenleving loopt een steeds groter deel van de Vlamingen achterop met zijn digitale vaardigheden. Een grote, maatschappelijke uitdaging.

De publieke omroep wil er zijn voor alle Vlamingen en trekt bijgevolg mee aan de kar om de drempel naar digitale toepassingen te verlagen. In de strijd tegen digitale uitsluiting stelt VRT in de eerste plaats alles in het werk om haar eigen digitale platformen zo laagdrempelig mogelijk te maken.

Maar VRT zet ook actief in op de ontwikkeling van digitale vaardigheden bij de brede bevolking. In samenwerking met Mediawijs, het Vlaams kenniscentrum inzake digitale inclusie en mediawijsheid, ontwikkelde VRT nieuw educatief videomateriaal. In de reeks *Digiwatte?* leggen VRT-gezicht Showbizz Bart en Kim Debie van Radio2 op een eenvoudige manier uit hoe je kunt werken met diverse digitale toepassingen. Onderwerpen zijn bijvoorbeeld: 'hoe e-mailen', 'hoe onlinebankieren' en 'hoe je online identificeren'.



digiwatte? 
kijken en luisteren
op VRT MAX

[leer mee](#)



Scan de QR-code en bekijk de *Digiwatte?*-filmpjes op VRT MAX.

Nog meer plannen

Presentatrice **Linde Merckpoel** maakt een laagdrempelige, inspirerende en activerende reeks waarin ze op zoek gaat naar **oplossingen voor allerlei problemen**. Ook digitale. Haar video's krijgen een plek op **VRT MAX** en zullen te zien zijn op **VRT 1** en de **sociale media**. Eerder hielp Linde in *Iedereen beroemd* al digitale struikelblokken op te lossen, in de rubriek 'Silver Surfers'.

VRT NWS brengt op **VRT 1** een **kort infomagazine** dat de vinger aan de pols houdt door op zoek te gaan naar nieuwigheden en te bekijken hoe je die moet gebruiken. Ook de onlinegevaaren en het belang van cybersecurity komen aan bod.

In het voorjaar van 2024 gaat het **VRT 1**-programma **Factcheckers** de digitale toer op. In het consumentenmagazine gaan Britt Van Marsenille, Jan Van Looveren en Thomas Vanderveken proefondervindelijk aan de slag met digitale uitdagingen en tonen je de do's en don'ts.

Radio2 en **Ketnet** slaan de handen in elkaar om **digihelpers** in de schijnwerpers te zetten en te tonen wat die precies doen. Tegelijk willen ze zoveel mogelijk nieuwe vrijwilligers mobiliseren. Want kennis is macht, kennis delen is kracht. Een positieve solidariteitsactie.

Radio2 trekt deze zomer met *Radio2 Aan zee* en *Radio2 Zomerhit* naar **Blankenberge**. Iedereen kan er naar de studio en optredens komen kijken én tegelijk iets bijleren tijdens een leuk spel over digitale weetjes.

De Inspecteur van **Radio2** is er voor alle consumentenvragen, dus ook die over digitale problemen. Samen met VRT NWS helpen Sven Pichal en zijn team waar ze kunnen.

In **Generation M** op **MNM** voert Dorianne Aussems interactieve gesprekken met jongeren over thema's die hen raken. Ook kleine en grote digitale vragen komen aan bod.

Tim Verheyden maakt voor **Canvas** een vervolg op zijn succesdocumentaires *Privacy & ik* en *Fake news & ik*. Daarin onderzoekt hij de impact van digitale technologie op mens en maatschappij.

In de dagelijkse fictiereeks **Thuis** op **VRT 1** zijn verschillende verhaallijnen rond het **digithema** verwerkt. Personages helpen elkaar bij het ontwikkelen van hun digitale vaardigheden.

VRT maakt haar aanbod over digitale inclusie in nauw overleg met **Mediawijs**. De **Vlaamse overheid** trekt extra budget uit voor dit uiterst belangrijke VRTRN-project en de publieke omroep investeert natuurlijk zelf ook fors.

Lieven Vanlommel van Foodmaker
wil iedereen gezond maken met goed eten

“We versterken elkaar”

VRT creëert maatschappelijke meerwaarde door rond haar aanbod samenwerkingsverbanden op te zetten met zowel publieke als private partners. Deze partnerships hebben een positieve impact op zowel de externe bedrijven of organisaties als op VRT. De partners zijn financieel stabiel en ondernemen op een maatschappelijk verantwoorde wijze. De samenwerkingen situeren zich zowel binnen als buiten de mediasector, onder andere op het vlak van informatie, cultuur, muziek, educatie, sport en innovatie.

In de samenwerkingen die ze aangaat, kiest VRT resoluut voor partners die het verschil maken en op een maatschappelijk verantwoorde manier ondernemen. Van het engagement tussen de publieke omroep en biovoedingsbedrijf Foodmaker, worden beide beter.

Foodmaker is een partner met wie VRT graag samenwerkt. Structureel voor *Dagelijkse kost*, maar bijvoorbeeld ook tijdens de uitzendingen van het WK voetbal in 2022. Zaakvoerder Lieven Vanlommel heeft een duidelijke missie: gezonde voeding voor iedereen beschikbaar maken en mensen meer doen bewegen. De man barst van de energie en het enthousiasme. Tussen de groenten op een van zijn biovelden praat hij bevolgen over zijn passie.

Het zou eigenlijk een overbodige vraag moeten zijn, maar waarom is gezonde voeding nu zo belangrijk?

Lieven: “Omdat het een cadeau is! Het is superlekker, je kunt er ten volle van genieten én het is goed voor zowel lichaam als geest. Er is nog nooit iemand slechter geworden door gezond te eten, maar er zijn al heel veel mensen gestorven door óngezond te eten. Je kan je slecht of doodongelukkig voelen omdat je niet het juiste voedsel hebt. Mensen worden ziek en moeten dan een beroep doen op de geneeskunde. Kunnen we niet beter voorkomen dan genezen? In veel gevallen wel, door gezonde voeding en voldoende beweging. En dat is onze missie: mensen inspireren en tonen dat gezond leven lekker en leuk is. Wie dat beseft, wil niets anders meer. Om deze boodschap ruim te verspreiden, heb ik de media nodig. Omdat VRT in alles wat ze doet op zoek gaat naar publieke meerwaarde, is ze de gedroomde partner voor Foodmaker. Ons verhaal is echt ‘van algemeen nut’.

Dat inspireren, motiveren en enthousiasmeren wil ik op een leuke en positieve manier doen. Ik herhaal het nog eens, omdat het zo belangrijk is: mensen voelen zich beter als ze gezonder eten. Zo werkt ons lichaam nu eenmaal. Dat wil ik op een toffe manier duidelijk maken. Ik wil gezond voedsel ook aanreiken aan de mensen, zodat het doodsimpel én betaalbaar is om goed te eten. Vroeger werd er al te vaak naar gezonde voeding gekeken alsof het een straf is. Het tegenovergestelde is waar. Het is allesbehalve saai, want je kunt oneindig experimenteren.

Hetzelfde geldt voor bewegen. Ook daarin wil ik mensen stimuleren, omdat het zo lonend is. Als je bijvoorbeeld de eerste keer gaat joggen, is dat helemaal niet prettig. Maar na een tijd kun je niet meer zonder omdat je lijf je beloont en endorfine aanmaakt. Ook tijdens een gewone wandeling ben je buiten, beweeg je en voel je je goed.”

Wat doen we eigenlijk mis?

Lieven: “De basis van gezonde voeding zijn groenten. Daar doe je koolhydraten bij als je energie wilt tanken om te gaan sporten of bewegen. Na die inspanningen heb je eiwitten nodig om je lichaam te verzorgen. Zo zit de mens in elkaar, daar is geen discussie over. We komen in de problemen als we te weinig eiwitten eten of dingen in ons voedsel steken die ons lijf niet of moeilijk verwerkt: geraffineerde suikers, bewaarmiddelen, smaakversterkers, kleurstoffen ...

De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Fien Germijns

Presenteert *Fien en Thibault Staan Op* op Studio Brussel

Hoe laat gaat je wekker en hoe voel je je daarbij?

"Ik ben van mening dat 's ochtends elke minuut telt. Een aantal factoren bepalen of de wekker iets vroeger of wat later afgaat. Weet ik al zeker wat ik de volgende dag wil aandoen? Dan kan ik twee minuten langer blijven liggen en ga ik voor een wekker om 3.37 uur. Heb ik nog geen idee of wordt het een belangrijke dag waarvoor mijn haar goed moet liggen en mijn schmink on point moet zijn? Dan gaan er een paar minuten af. Ik voel me er prima bij om als een dief in de nacht te vertrekken. Een vroege wekker herinnert me aan toen mijn papa me vroeger wakker maakte om op vakantie te vertrekken. Ik weet dat er ook in de radiostudio allemaal leuke dingen zullen gebeuren."

Welk nummer geeft je zin om aan de dag te beginnen?

"Grappig, dat gesprek heb ik deze week nog gehad met iemand van een andere ochtendshow. Ik was in een klein dipje beland en die persoon had dé oplossing gevonden: gewoon de eerste plaat uit de playlist wissen en vervangen door een nummer waar ik zelf blij van word. En dat is geworden: 'Love on Top' van Beyoncé. Op een andere dag kan dat weer iets helemaal anders zijn. Ik ben niet erg standvastig."

Wie zijn de luisteraars van *Fien en Thibault Staan Op*?

"Wij zijn de Bende van Ellende. Allemaal samen, dus niet enkel Thibault en ik, maar iedereen die meeluistert. We waken erover dat er weinig wordt gezeurd. Die ellende zetten we zo snel mogelijk om in plezier. We zijn dus een Plezierige Bende van Ellende. Wanneer luisteraars ons in de app goedemorgen wensen, voel ik dat ze dat menen. Ze lijken een sprankel te voelen omdat we samen zijn. Nu ik mezelf zo hoor: ik ben de grote leider van een sekte aan het worden. Je mag nu lacht tussen haakjes zetten. (*lacht*) Al vind ik 'lacht tussen haakjes' een heel raar concept. Dat is alsof de geïnterviewde in een bulderlach schiet. Misschien is knipoogt, grijnst of zwanst tussen haakjes wel beter? Of watertandt!"

Voedsel heeft trouwens niet alleen invloed op je fysiek, maar ook op je mentale welzijn. Je kunt niet verwachten dat je je super voelt in je hoofd als je heel slecht eet. Dat is onmogelijk. Ik zeg niet dat alles automatisch beter wordt wanneer je gezond eet, maar het verhoogt wel drastisch de kansen op een gunstige evolutie. Zo is je lichaam door de natuur geprogrammeerd. Het zal je belonen als het de juiste voeding krijgt. Dan zegt het: 'Dank je wel, goed gedaan.' Maar als je lijf rotzooi binnenkrijgt, dan roept het: 'Wat doe je me nu aan? Ik moet dat allemaal verwerken!' En dan wordt het slechtgezind, net als jijzelf. Vaak krijg je dan ook een mentale tik en besef je dat je die rommel beter niet had gegeten."

En wat dan met comfortfood? Daar kun je toch wel goedgezind van worden?

Lieven: "Misschien even, maar daarna lig je uitgeteld in de zetel en heb je totaal geen energie meer. Wil je je zo voelen? Maar ik begrijp wat je bedoelt. Daarom maken we bij Foodmaker écht *comfortfood*, waar je wél gelukkig van wordt. We hebben bijvoorbeeld een burger zonder suiker en zonder te veel vetten, zelfs zonder vlees. Ik verzeker je: hij is overheerlijk, met een broodje, saus en alles wat je erbij verwacht. Maar wel gezond en zonder mentale dip achteraf."

Je gaat ronduit voor meer plantaardige voeding. Heeft dat ook milieuredenen?

Lieven: "Uiteraard. We moeten absoluut iets doen aan de klimaatverandering. Als we ons gedrag niet veranderen, maken we onze wereld letterlijk kapot. Ik kies vastberaden voor biologische producten die eerlijk geteeld of gekweekt zijn,

"In alles wat **VRT** doet, heeft ze aandacht voor de **publieke meerwaarde.**"

Lieven Vanlommel



zonder chemische bestrijdingsmiddelen, met respect voor mens, dier en planeet. Ook onze vleesconsumptie moet naar omlaag, want de impact op het milieu is enorm. Maar niet getreurd: het alternatief is minstens even lekker. Omdat het gezond is, word je er ook nog eens gelukkig van. Bovendien houd je er een positief gevoel aan over omdat je goed hebt gedaan voor de wereld. Win-win!

Ik maak geen compromissen over de producten waarmee Foodmaker werkt. Hier komt geen brol binnen. Alles moet puur, eerlijk en kwalitatief zijn. Als ik dat niet op de markt kan vinden, zorg ik er zelf voor. Zo telen we tegenwoordig onze eigen zoete aardappel en gember, biologisch natuurlijk. Die waren gewoon niet te vinden in Europa, omdat het goedkoper is om ze respectievelijk uit Amerika en China te laten komen. Maar duurzaam kun je dat toch niet noemen? De gember uit China blijft, bij wijze van spreken, een jaar goed. De mijne twee weken. Dat laatste klinkt toch veel logischer en gezonder, niet? Natuurlijke producten zijn per definitie beperkt houdbaar. Wat zit er dan in die geforceerde gember? Jongens toch, daar mag je niet over nadenken."

Je missie is heel nobel, maar je bent natuurlijk geen 'goed doel'. Foodmaker blijft een commercieel bedrijf. Hoe rijm je dat met elkaar?

Lieven: "Door op een ethische manier zaken te doen. Zowel naar mijn klanten als

naar mijn personeel toe. Ik verkoop onze producten aan de prijs die jij zou betalen als je alle ingrediënten apart zou kopen en de maaltijd zelf zou bereiden. Goedkoper zelfs. Dat kan door onze efficiëntie, omdat we op grote schaal produceren. En hoe meer ik kan maken, hoe voordeliger het in verhouding wordt voor mij. Is ons product een succes, dan maken we winst. Soms maken we verlies, als we bijvoorbeeld een veganistisch product willen promoten, maar er niet veel van verkopen. Als ik daarmee toch een paar mensen de ogen kan openen, heb ik dat er graag voor over. Het feit dat we dingen verkopen en daar wat winst op proberen te maken, doet niets af van het feit dat we mensen helpen en goed doen voor de maatschappij.

Uiteraard draag ik ook zorg voor mijn personeel. Ik heb de strafste werkrachten ter wereld en ze verdienen de beste behandeling. Een klein voorbeeld: we werken nu al een paar jaar in een nieuw gebouw. In onze productiehallen is er veel daglicht dat door grote ramen binnenvalt. Dat klinkt contradictorisch, omdat veel glas en gekoelde ruimtes normaal gezien geen goed idee zijn. Toch wilde ik veel daglicht, zodat mijn mensen zich goed zouden voelen op hun werkplek. Maar ik wilde het ook duurzaam aanpakken en geen energie verspillen. We zijn daarin geslaagd door met gangen langs de raampartijen te werken, die volledig uit glas bestaan. Die ruimte zorgt voor een dikke isolatielaag en is ook nog eens functioneel. En niet te vergeten: al mijn

werknemers weten dat ze de wereld aan het verbeteren zijn. Dat geeft een goed gevoel."

Wat ook wel zal bijdragen aan de sfeer: jullie eten vast lekker en gezond.

Lieven: "Dat spreekt voor zich. (*lacht*) Maar er is ook veel aandacht voor beweging. Wie wil, kan elke dag een uurtje sporten. Gratis, tijdens de werkuren. En als je nu denkt dat dit veel kost aan het bedrijf: het brengt een veelvoud van de investering op, want mijn mensen voelen zich goed, zijn gelukkig en zitten vol energie. Ik heb een sportruimte gecreëerd waarin we de ene keer boksen en de andere keer krachtraining doen. Of we wandelen of lopen rondjes rond het bedrijf. We gaan ook wekelijks zwemmen. De positieve impact hiervan is enorm, niet alleen fysiek en mentaal maar ook sociaal. Tijdens die activiteiten praat je anders met elkaar. De sfeer is plezant en uitgelaten of net heel persoonlijk. Vergelijk het met de momenten aan het koffieapparaat, maar dan veel beter. Voor die initiatieven waren er, van de 300 mensen die hier werken, misschien 30 die aan sport deden. Nu zijn dat er elke week 150 en ik ben er zeker van dat het aantal nog zal stijgen."

Hoe belangrijk zijn samenwerkingen voor jou?

Lieven: "Ze zijn fundamenteel! Foodmaker wil je partner voor het leven zijn, zowel met



“Samenwerkingen zijn fundamenteel! Foodmaker wil je partner voor het leven zijn. Met VRT hebben we een **langlopende deal** voor **Dagelijkse kost**.”

Lieven Vanlommel

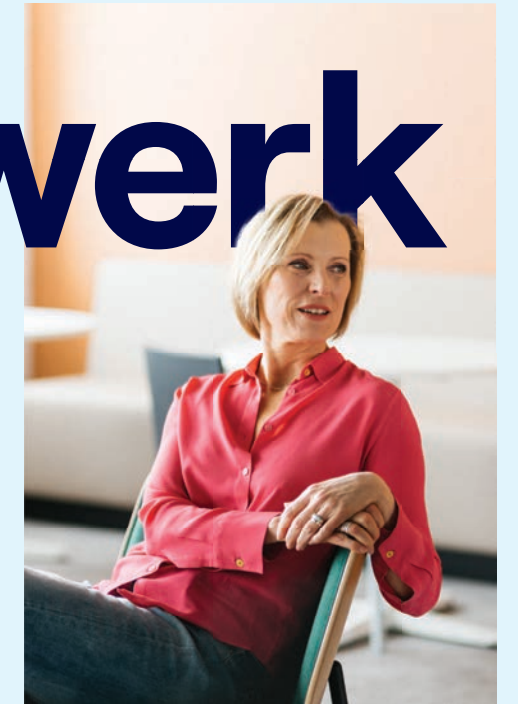
bedrijven als met de individuele Vlaming. Met VRT hebben we een langlopende deal voor *Dagelijkse kost*. Maar we werken ook samen voor projecten, bijvoorbeeld tijdens het afgelopen WK voetbal. In het Wintercircus in Gent hebben we de catering gedaan voor zowel gasten en bezoekers als personeel. Ook de vips kregen onze gerechten, want VRT vond het belangrijk om gezonde voeding op de kaart te zetten op een evenement rond sport. Mensen hebben dus niet alleen goed en lekker gegeten, sommigen zijn ook gaan nadenken. Goede voorbeelden stimuleren. In alles wat ik doe, wil ik mensen bewustmaken. Voor de toekomst bekijken we hoe Foodmaker met VRT kan samenwerken rond de Special Olympics, Paralympics en Olympische Spelen. Sowieso begeleid ik onze atleten al in hun voeding. Wat ik daarmee leer, wil ik met alle Vlamingen delen.”

En wat vind je van VRT als partner?

Lieven: “Daar ben ik echt ontzettend blij mee. De directie heeft een duidelijk visie, durft keuzes te maken, gaat voor verjonging en vernieuwing. In alles wat VRT doet, heeft ze aandacht voor de publieke meerwaarde. Daardoor zitten we volledig op dezelfde golflengte. We versterken elkaar. Foodmaker is een innovatief, maar relatief klein bedrijf. Wij kunnen zelf niet alle Vlamingen bereiken, terwijl de publieke omroep dat wel kan. Als VRT ons verhaal mee op de kaart zet, helpt ons dat als bedrijf fundamenteel vooruit. Iedereen kan bij ons terecht voor gezond en betaalbaar eten, maar de mensen moeten ons wel vinden. En vooral: ze moeten zich bewust zijn van het belang van het juiste voedsel en wat dat dan precies is. Als ze dat weten, ben ik al gelukkig. Dan komen ze uiteindelijk toch bij ons terecht.”

Hoe VRT commercieel inspeelt op een snel veranderende markt

Leverancier van maatwerk



“Partners willen vandaag meer dan alleen advertentieruimte”, vertelt Lisbeth Rillaerts, manager Creative Partnerships. “En dus heb je mensen nodig die goed de inhoudelijke plannen van onze merken kennen en die weten te vertalen naar partners toe. Ons uitgangspunt is altijd: hoe kan een partnership onze publieke opdracht versterken?” 40 procent van haar totaalbudget moet VRT zelf uit de markt halen, zoals de beheersovereenkomst voorschrijft.

“We werken in een steeds commerciëlere omgeving”, licht Lisbeth toe. “Vlaanderen is geen grote groeimarkt voor adverteerders, budgetten komen onder druk te staan en dus volstaat het model van klassieke reclame niet meer.” Gelukkig is VRT een innovatief bedrijf. “Onze partners kunnen maatwerk verwachten, van klassieke reclame tot een meer creatieve invulling.”

Creative Partnerships zet, onder leiding van Lisbeth, creatieve samenwerkingen op met commerciële en niet-commerciële partners. Om die partners te ontzorgen is er een intensievere samenwerking opgezet tussen de reclameregie Var en Content Partnerships, de afdeling die verantwoordelijk is voor alle samenwerkingen rond het VRT-aanbod op niet-VRT-platformen, zowel in binnen- als buitenland. In het verleden werkten die drie afdelingen elk volgens een eigen visie, nu hebben ze een gemeenschappelijk doel.

Door de intensere samenwerking staat VRT nu sterker in haar schoenen wanneer ze in gesprek gaat met mogelijke partners. “Voor de buitenwereld was het vroeger niet altijd duidelijk wie ze konden aanspreken. Commerciële partners kwamen meestal bij de Var terecht, die zich focust op de klassieke reclameruimte. Andere samenwerkingen waren veel moeilijker op poten te zetten.” Nu er één duidelijk aanspreekpunt is, kan dat wel.

Kers op de taart

“Een mooi voorbeeld is *#LikeMe*”, zegt Lisbeth trots. “Vanuit de samenwerking tussen Content Partnerships en Creative Partnerships zijn zomerkampen voortgevoerd, concerten in het Sportpaleis en een uitgebreid aanbod merchandising. Maar *#LikeMe* is ook aanwezig in Plopsaland, waardoor ons programma relevant blijft. En er wordt langer over gecommuniceerd dan enkel tijdens de weken dat het wordt uitgezonden.”

Voor het bouw- en verbouwprogramma *Ons huis/Nieuw huis*, dat dit voorjaar werd uitgezonden, was de afdeling Partnerships van groot belang. “We zijn in zee gegaan met partners uit de bouwsector, waardoor het beschikbare renovatiebudget voor de

koppels hoger lag dan hun eigen inbreng. Maar we hebben ook ingezet op een creatieve samenwerking die heeft geleid tot de ontwikkeling van een digitale tool in de VRT MAX-app, waarbij geïnteresseerde kijkers virtueel door de huizen uit het programma kunnen lopen en de details over het interieur, de meubels en de decoratie kunnen opvragen.”

Een duidelijk voorbeeld van hoe de toekomst er moet uitzien, aldus Lisbeth. “Die creatieve samenwerkingen brengen niet het meeste geld op. Maar ze vormen wel de kers op de taart: wij kunnen ze gebruiken om onze adverteerders te overtuigen en zo onze basisfinanciering rond te krijgen. Want zonder die 40 procent budget die we uit de markt moeten halen, kan VRT haar publieke opdracht niet vervullen.”

Ethisch ondernemen

Niet alleen met private, ook met publieke partners wordt er uitstekend samengewerkt. Onder andere met regionale en lokale overheden. De uitzendingen rond het WK voetbal, eind 2022, in het Wintercircus in Gent zijn hier een goed voorbeeld van. “Voor de stad Gent was het een mooie opportuniteit om de locatie in de kijker te zetten, een soort van kick-off na een langdurige renovatie”, stelt Lisbeth. “De stad heeft de productie mee mogelijk gemaakt en VRT heeft het Wintercircus een maand lang in de Vlaamse huiskamers binnengebracht. Gent kon zich geen mooiere promotie inbeelden. Ook Foodmaker was trouwens een partner van onze residentie in Gent. Het Belgische bedrijf dat gezonde voeding aanbiedt, verzorgde de catering van de uitzendingen en baatte een restaurant en food bar uit voor het publiek.” (Zie pagina 54.)

Zoals in alles wat VRT doet, wil ze ook in haar samenwerkingen steeds het verschil maken en maatschappelijke meerwaarde creëren. De publieke opdracht wordt nooit uit het oog verloren. Tijdens het WK was er regelmatig duiding over de situatie in gastland Qatar en aandacht voor de mensenrechten, ook buiten de nieuwsprogramma's. De publieke omroep ziet er ook op toe dat partners ethisch ondernemen.

Location hunters Gunther Leenders en Wim Straetmans
zorgen dat *Vive le Vélo* er prachtig uitziet

Locatio hunters

“We zien meteen of een **locatie geschikt** is.”



Fietsbeleving is dit jaar een VRTRN-project. (Zie pagina 52.) Dat mag je heel ruim nemen: van recreatief fietsen over mobiliteit tot verslaggeving. Wat is het geheim van *Vive le Vélo*? Een gedreven team van sportverslaggevers, begeesterde gasten en natuurlijk ... de prachtige locaties. Het is alsof je vanuit je luie zetel op vakantie bent in *la douce France*. Hoe komen de programmamakers op die fantastische plekken terecht? En leven ze daar als God in Frankrijk?

Vive le Vélo is aan het negentiende seizoen toe. De eerste twee jaar vatten Karl Vannieuwkerke en zijn gasten nog post in Brussel, sinds 2007 trekt de hele karavaan naar Frankrijk. Gunther Leenders en Wim Straetmans werken al van bij het prille begin mee aan dit razend populaire programma. Een van hun taken als respectievelijk producer en regisseur is het vinden van geweldige decors. In de maanden voor de eerste uitzending gaan ze als *location hunters* op stap. Dat doen ze samen met de chef techniek en de DoP (*director of photography*).

“Alle lichten uit graag”

Waarom moet een goede locatie voldoen?

Wim: “Het is moeilijk om dat exact te omschrijven. Ze moet hét hebben. Knap, maar ook authentiek zijn. Ook belangrijk: voor een foto heb je voldoende aan één mooi zicht. Voor een televisie-uitzending moet het er langs meerdere kanten goed uitzien. We proberen voor voldoende variatie te zorgen: een kasteel, een haventje, een marktplaats, een overdekte hal, een ruïne, een indrukwekkend landschap ... Al is dat laatste niet zo evident, want om 22 uur 's avonds is dat alleen nog maar een zwart gat.”

n



Alle foto's zijn door de location hunters zelf genomen.



Gelukkig zijn heel wat gebouwen feeëriek verlicht.

Gunther: “Omdat we daar zelf voor zorgen. Als we op een locatie aankomen, is het eerste wat onze DoP vraagt aan de eigenaars of dorpsbewoners: zouden jullie alle lampen willen uitdoen? Dan kijken de eigenaars of dorpsbewoners eens raar, want ze zijn meestal heel trots op hun belichting. Maar vaak is die te fel, niet mooi en gewoon niet controleerbaar. We willen van de valavond kunnen genieten. Als de zon langzaam ondergaat, willen we niet afgeleid worden door overheersende verlichting. Alles wat onze DoP plaatst, kan hij zelf onder controle houden. Hij past naar eigen believen de sterkte, warmte en kleur aan. Soms maken we toch eens gebruik van verlichting die al aanwezig is, omdat de armatuur bijvoorbeeld heel mooi is. Maar dan draaien we er meestal andere lampen in of plaatsen we een filter om de sfeer te veranderen. Ik ben er zeker van dat er dorpen zijn waar onze kleurenfilters nog in de straatlampen zitten, omdat we zijn vergeten die eruit te halen. Kijk maar eens rond als je op vakantie bent in Frankrijk.”

Goed licht is dus geen vereiste. Wat dan wel?

Gunther: “Voor ons is het vooral zaak dat we een mooie locatie hebben. Dat is belangrijker dan dat we heel dicht bij de aankomst zitten. Integendeel, daar wil je eigenlijk net niet zijn, omdat het er veel te druk is. We gaan op zoek in een straal van 50 kilometer. Als in België een wedstrijd aankomt in Hasselt en wij gaan in Maaseik zitten, zou iedereen raar opkijken. Maar Frankrijk is zo een groot land, daar kan dat wel. En het is nu ook niet dat elke Vlaming de kaart van Frankrijk tot in de kleinste dorpjes vanbuiten kent.”

Wim: “We kunnen dus wel creatief omspringen met het parcours. Al willen we er ook niet té ver vanaf zitten, zodat onze gasten de Ronde ook echt kunnen beleven en daarna niet te lang meer moeten rijden naar de set.”

Gunther: “Verder is het belangrijk dat het hele team én al het materiaal er vlot geraken. We zijn onderweg met minstens vijftien voertuigen, waaronder vier vrachtwagens en een satellietwagen. Die laatste moet trouwens een plek kunnen krijgen vanwaar hij vlot de lucht in kan stralen, zonder gehinderd te worden door bijvoorbeeld een dicht bladerdak.”

Wim: “We bekijken goed of we het parcours al dan niet moeten oversteken en wanneer we dat dan kunnen doen. Want het wordt een hele tijd afgesloten en als je daar geen rekening mee hebt gehouden, geraak je gewoon niet op tijd op je bestemming om alles op te bouwen. We proberen ook efficiënt te zijn en een plek te kiezen die zich al in de richting van onze volgende locatie bevindt.”

Gunther: “Een groot verschil met de eerste jaren. Toen reden we gewoon met een paar camionettes rond. We leken wel op kamp met de jeugdbeweging. Het is altijd maar groter geworden. Nu zitten we op de limiet. Moesten we onze productie nog uitbreiden, dan zouden we locaties kunnen mislopen, omdat we bijvoorbeeld niet meer in een klein dorpje zouden binnen geraken.”

“Wat wij maken is uniek. Overdag zijn er heel wat televisieploegen actief, maar 's avonds niet.”

Gunther Leenders



Overal al geweest

Hoe begin je concreet aan de zoektocht?

Gunther: “Het parcours van de Ronde van Frankrijk wordt al het jaar voordien bekendgemaakt. Dat gebeurt in oktober, na de laatste klassieker, de Ronde van Lombardije. Op dat moment kunnen wij nog niet veel doen. We denken er wel al eens over na, maar op locatiebezoek gaan, kunnen we pas vanaf de lente. In de winter, wanneer er op veel plekken sneeuw ligt, zouden we een vertekend beeld krijgen van hoe alles eruitziet. Bovendien geraken we dan door die sneeuw simpelweg niet op de meeste bergpassen in de Alpen en Pyreneeën.”

Wim: “Ik maak natuurlijk wel vooraf mijn huiswerk. Het internet is mijn beste vriend tijdens de voorbereidingen. Vroeger ging ik naar de bibliotheek en haalde daar allerlei gidsen waarin ik opzoekwerk deed. Tegenwoordig kan ik met Google Maps heel

wat locaties virtueel bezoeken. Ik zie meteen: oei, hier rijdt een trein door dat domein, dat brugje is te smal om met onze vrachtwagens over te rijden of dat kasteel is onbereikbaar omdat het op een rots ligt. Ondertussen weet ik al heel goed wat kans maakt en wat zeker niet.”

Sommige streken, zoals de Pyreneeën en de Alpen, komen elk jaar terug. Vinden jullie daar nog voldoende nieuwe inspiratie?

Gunther: “In sommige regio's ken ik de weg vanbuiten, omdat de Ronde er zo vaak komt.”

Wim: “Daar zitten we eigenlijk volledig door het aanbod. Maar het is geen ramp om nog eens naar een plek te gaan waar we vijftien, tien of zelfs vijf jaar geleden ook al zaten. Mensen vergeten snel. Het is zelfs al gebeurd dat onze ploeg niet doorhad dat we een locatie al voor de tweede keer aandeden.”

Leven in de brouwerij

Wanneer jullie op prospectie gaan, contacteren jullie de locaties dan vooraf?

Gunther: “Nee. We komen vaak op plaatsen terecht die ons tijdens de voorbereidingen wel leuk leken, maar waarvan we ter plekke meteen zien: dit is het niet. Hadden we een afspraak gemaakt met de eigenaar, dan had die waarschijnlijk koffie en taart voorzien, moesten we er een beleefdheidsgesprek mee doen om die dan uiteindelijk toch teleur te stellen. Dat is niet fijn voor die mens en het is vooral tijdverlies voor ons.”

Wim: “Als we ergens toekomen, zien we eigenlijk meteen of de locatie geschikt is. Pas dan moet Gunther zijn charmes uitspelen om de eigenaar of het gemeentebestuur te overhalen.”

En is dat moeilijk?

Gunther: “Schrijf maar dat het ontzettend zwaar is en dat het geweldig intelligent werk vraagt. (lacht) Nee, het gaat eigenlijk heel vlot. Wat wij maken is toch vrij uniek. Overdag zijn er heel wat televisieploegen actief, maar 's avonds niet. De Nederlanders maken een soortgelijk programma en dat is het zowat.”

Wim: “Het voordeel is: je zit in Frankrijk en het gaat over de Tour. Die is daar zo populair, mensen vinden het een eer dat ze er een stukje aan kunnen meewerken.”

Gunther: “Ze zijn soms ook gewoon blij dat er eens iets gebeurt. Het leven op een kasteel of in een pittoresk dorpje spreekt misschien tot de verbeelding, maar vaak is het daar verveling troef. Wij zorgen voor wat leven in de brouwerij. En we hebben veel respect voor de locatie en zorgen dat die er zo mooi mogelijk uitziet.”

Wim: “Tijdens de uitzending zelf kan iedereen die wil alles volgen op een grote tv die we installeren. De avond zelf nog krijgen de eigenaars of het gemeentebestuur een geheugenstick met daarop het programma. Dat vinden ze fantastisch!”

Hoe reageren de praatgasten als ze aankomen?

Gunther: “Heel positief! Ze hebben net een hele dag de rit meegeemaakt en komen dan op de set terecht in een ontspannen, gezellige, gezellige sfeer. Maar vergis je niet: het is best wel wat rock-'n-roll. We hebben niet de mogelijkheid om daar een prachtige cateringtent of backstageruimte op te bouwen. Iedereen gaat zitten op een materiaalkist of een ander geïmproviseerd stoeltje.”

Wim: “Een goede sfeer is superbelangrijk. Voor de gasten, maar ook voor de ploeg. We zijn tenslotte drie weken samen op pad. Ons team is een geoliede machine, iedereen is perfect op elkaar afgestemd. Niemand heeft nog uitleg nodig over hoe bijvoorbeeld de vrachtwagens ingeladen moeten worden. Nochtans is het heel belangrijk hoe dat gebeurt: wat we als eerste nodig hebben tijdens de opbouw, moet vlakbij de laadklep. De dingen die we niet vaak gebruiken, mogen ergens achteraan. We zitten met een bijzonder strak schema, dus hebben geen tijd te verliezen.”

Gunther: “De band tussen de collega's is sterk. Het lijkt wel alsof we met onze familie op stap zijn. We werken heel hard, het zijn lange dagen, maar het is ook leuk en gezellig. Dat zie je als je naar het programma kijkt.”



Te lage poort, gietende regen en dikke mist als spelbreker

Met welke problemen krijgen jullie te maken?

Gunther: "Ooit bleek dat we tijdens onze prospectie de toegangspoort van een domein niet goed hadden opgemeten. Het kwam maar op een paar centimeter aan, maar onze vrachtwagens geraakten net niet binnen. Toen hebben we al het materiaal voor de ingang moeten uitladen en honderden meters verslepen. Dat was geen cadeau."

Wim: "Het weer heb je natuurlijk niet in de hand. Ik kan je verzekeren: een week regen, dat is niet prettig. Al je kleren en het materiaal zijn nat, en de dag nadien moet je weer de hele tijd in de regen staan. Een binnenlocatie voorzien we nooit vooraf, dat zou te veel nutteloos werk zijn. Als we aan een kasteel zitten, weten we meestal wel: daar is een grote zaal of schuur waar we terecht kunnen. Maar als de geplande locatie bijvoorbeeld een Alpenweide is, dan lossen we het op het moment zelf op. Als er regen op komst is, gaan Gunther en ik 's ochtends vroeg op zoek naar een alternatief. Pas als we dat gevonden hebben, laten we de hele ploeg vertrekken uit het hotel. Het is ook al gebeurd dat alle voorspellers zeiden: het blijft zeker droog. En vijf minuten voor antenne begon het toch te gieten. Toen was er geen tijd meer om nog te verhuizen en moesten we ons beredderen met de tent van de kok. Die hebben we vlug over de tafel gezet."

Gunther: "Als er iets misloopt, heeft dat inderdaad meestal te maken met het weer. We hadden ooit de perfecte locatie voorzien in de Pyreneeën, op Hautacam. Al onze voertuigen waren de hele bergpas overgereden om de set te kunnen opbouwen op een weide met een prachtig zicht op de bergen. Maar 's avonds kwam er plots mist op..."



Wim: "Je zag niets meer! Karl en zijn gasten zaten precies voor een wit scherm. We hebben er toen nog een vuurtje bijgezet om het wat gezelliger te maken, maar op televisie heb je dus niets gezien van al ons werk."

Vloeken jullie dan eens luid?

Gunther: "Eigenlijk niet. Dat is wat kijkers zo appreciëren aan ons programma: het is echt. Soms wandelt er eens een dronkaard door het beeld. Tja, dat is dan maar zo."

Wim: "Of er meert plots een boot aan tijdens de uitzending en de bemanning begint vlotjes alles uit te laden. Dat gebeurt, niets aan te doen. En eigenlijk is dat ook helemaal niet erg."

Weggejaagd door Kapitein Haak

Jullie maken vast ook wel wat sterke verhalen mee?

Wim: "Absoluut. Maar zouden we die wel vertellen?" (lacht)

Gunther: "Eentje dan. Tijdens onze prospectietocht kwamen we ooit terecht bij een kasteel dat omgeven was door een hoge muur. We konden niets zien en dus niet checken of het wel een geschikte locatie was. Er gaf ook niemand thuis. We spraken een vrouwtje op straat aan en die zei: 'Oh, ik weet een deurtje dat open is. Kom maar mee, dan kun je even gaan

kijken.' We hadden nog maar een paar stappen op dat domein gezet en plots kwam daar een woedende man op ons af."

Wim: "Hij leek op een piraat uit de films: een boeventronie en een haak aan zijn arm. Het bleek de bewaker te zijn. Hij was echt woest en stuurde ons meteen van het domein. We kregen de kans niet om onze bedoeling uit te leggen."

Gunther: "Uiteindelijk heb ik toch het telefoonnummer te pakken gekregen van de eigenares, een of andere gravin die in Parijs woonde. Toen ik haar opbelde, was ze meteen enthousiast en zei ze dat het absoluut geen probleem was om even te gaan kijken. 'Bedankt', zei ik, 'maar wil je dan je bewaker contacteren?' Een paar minuten later belde ze terug: 'Sorry, jullie zullen toch eens op een ander moment moeten terugkomen.' De bewaker was in alle staten en wou ons niet in zijn buurt."

Hebben jullie er dan uiteindelijk een uitzending gemaakt?

Wim: "Ja. In de paar seconden dat we op het domein waren, had ik meteen gezien dat er een mooi binnenplein was."

Gunther: "Ik ben de gravin gaan opzoeken in Parijs om alles te regelen. Dat was een heel toffe dame. De bewaker is uiteindelijk helemaal bijgedraaid. Toen we er waren voor de uitzending heeft hij ons zelfs nog geholpen en een poot die van onze tafel was gebroken weer vast gelast. We hebben samen gegeten en die man, Marcel heette hij, had het geweldig naar zijn zin."



Gunther Leenders

Werkt als freelanceproducer vaak voor Sporza, maar ook voor De Warmste Week

Stond in 2004 mee aan de wieg van Sporza

VRT MAX-tip: *American Dreams*: in deze podcast van Klara gidst VRT-journalist en Amerika-kenner Bert De Vroey je door de Verenigde Staten aan de hand van bekende en minder bekende songs



Wim Straetmans

Is regisseur bij Sporza

Ooit begonnen bij *Karrewiet* op Ketnet

VRT MAX-tip: *Wereldhits van bij ons*. In deze Radio2-podcast hoor je Vlaamse artiesten zelf aan het woord over hun internationale successen. Met onder andere Rocco Granata, Kate Ryan, Soulsister, Helmut Lotti en Milow

Op verkenning in Baskenland

De Ronde van Frankrijk start dit jaar in Bilbao en komt pas tijdens de derde rit Frankrijk binnen. De *location hunters* moeten dus op prospectie in Spanje. Wanneer ze op de luchthaven toekomen, benen Gunther, Wim, chef techniek Wouter Degrave en DoP (director of photography) Dirk Van den Heede meteen naar hun huurwagen. Er is geen tijd te verliezen. De heren stappen in de auto alsof het een gerepeteerd filmscenario is. "We hebben elk onze vaste plaatsen", verduidelijkt Wim. "Dat is zo gegroeid. Gunther rijdt. Naast hem zit onze chef techniek, hij is een beetje de copiloot die de route bepaalt. Mijn plek is achter de chauffeur, met de DoP rechts van mij."

Wie Bilbao zegt, zegt het Guggenheim-museum. Dat zou de ideale achtergrond zijn voor de eerste uitzending van *Vive le Vélo*. Al snel blijkt dat deze locatie geen optie is, door de immense drukte die de start van de Ronde van Frankrijk met zich meebrengt. Er zijn al heel wat activiteiten gepland en het valt niet te organiseren om de set hier op te bouwen. Maar Wim is duidelijk: "Hier geraken we niet weg met een klein dorpje in de buurt, maar willen we echt in het centrum zitten. Bij het openingsshot moet je meteen zien: wow, ze zijn in Bilbao." Gelukkig vindt de ploeg al gauw een andere, mooie locatie. Het stadsbestuur is enthousiast en helpt graag om alles praktisch geregeld te krijgen.

In de namiddag gaat het richting San Sebastian. Ondertussen beginnen de magen te knorren. Tijd om uitgebreid halt te houden in een restaurant is er niet, maar het is mooi weer en dat betekent picknicken. "Dat doen we heel graag", zegt Gunther. "Even een moment rust op een gezellige plek met een mooi uitzicht. Als we gaan winkelen, moeten we niets meer tegen elkaar zeggen. Ook daar zijn de rollen goed verdeeld. Ik koop altijd artisanale worst en kaas." Wim vult aan: "Ik neem vaak makreel en af en toe mag ik ook een fles wijn uitkiezen. Iemand anders koopt dan wat groenten, mayonaise en brood."

San Sebastian ligt aan de Golf van Biskaje. Hier wil het team graag in de haven zitten, met

zich op de zee, het strand en kleine bootjes. "We willen de kijker ook laten voelen dat we in Spanje zitten en niet in Frankrijk", vertelt Wim. "De sfeer is hier anders." Zit er een duik in het water in? "Ik neem altijd een zwembroek mee", lacht Gunther. "Maar ik heb ze nog geen vijf keer aangehad in al die jaren. Ik denk altijd: we zullen maar eens ergens aankomen waar een prachtig zwembad blijkt te zijn. Dat gebeurt helaas maar zelden en sowieso hebben we bijna nooit tijd."

Wanneer de avond valt, zoekt de ploeg een plaatselijk restaurant op. Tijdens de maaltijd blikken de heren terug op hun zoektocht en overlopen ze de plannen voor de volgende dag. Ze hebben een typisch Baskische hoeve op het oog, voor de uitzending na de derde rit. Later zou blijken dat de Nederlanders die locatie al hebben vastgelegd. Pech, maar geen nood. Onze *location hunters* vinden vast een plek die er nog beter uitziet. Het staat vast: *Vive le Vélo* zal er ook dit jaar weer prachtig uitzien.



Trek eropuit met VRT

Een gezellige wandeling of een boeiende fietstocht? Dat kan door de ogen van de schermgezichten en radiostemmen van VRT. De publieke omroep zet volop in op beweging. Fietsbeleving is zelfs een VRTRN-project. (Zie pagina 52.)

WEST-VLAANDEREN

Vive le Vélo- fietsroutes (VRT 1 en Sporza)

Voor wie? Voor elk type sportieveling

Karl Vannieuwkerke neemt je in zes routes mee op zijn spreekwoordelijke bagagedrager, op tocht door West-Vlaanderen. Elke route passeert langs plekken waar je informatieve video's over de streek en de wielergeschiedenis kunt bekijken, makkelijk op je smartphone via een QR-code langs de weg. Voor liefhebbers én de geoefende fietser.

Waar? West-Vlaanderen
Afstand? 28 tot 171 km

In samenwerking met Westtoer en Toerisme Diksmuide

VLAAMS-BRABANT

Dertigers- fietszoektocht (VRT 1)

Voor wie? Vrienden die samen Dertigers kijken

Fiets mee in het spoor van de Dertigers langs de leukste opnamelocaties in de Groene Gordel. Op verschillende plekken kun je via een QR-code een fragment bekijken dat daar opgenomen is. En aan het einde kun je meedoen aan een Dertigers-quiz waarmee je kans maakt op een leuk vriendenweekend.

Waar? De Groene Gordel
Afstand? 25 of 45 km

In samenwerking met Toerisme Vlaanderen



Fiets mee

Kunst op de Kaart (Klara)

Voor wie? Voor wie het ietsje meer mag zijn

In samenwerking met Vlaanderen Vakantieland

ANTWERPEN

In het park van het UPC Duffel valt heel wat hedendaagse kunst te zien en de regio Klein Brabant is een ontdekking, zowel artistiek als qua natuur. Bovendien wordt het vlak landschap door grote rivieren en kleinere waterlopen doorsneden. Een tocht op de veerboot is dus een must.

Waar? Rupel- en Scheldestreek **Afstand?** 70 km

OOST-VLAANDEREN

Slinger door de prachtige, glooiende natuur van de Vlaamse Ardennen. Een wielerklassieker, een echte kuitenbijter, maar één met verrassende artistieke hoeken en kanten. Zo staat tussen de maïsvelden in Herzele onder meer Maarten Vanden Eyndes werk 'Modern Menhirs'.

Waar? Vlaamse Ardennen
Afstand? 51 km

VLAAMS-BRABANT

Heerlijk fietsen in het Pajottenland en intussen verrassende landschapskunst ontdekken. Van het neoclassicistische kasteel La Motte tot de uitgebreide kunstcollectie van markiezin Marie Arconati Visconti, maar ook parels van de modernistische architectuur.

Waar? Dilbeek en Lennik **Afstand?** 40 km

WEST-VLAANDEREN

De Noordzee is al kunst op zich, maar in Knokke vind je een overvloed aan kunstwerken in de openbare ruimte. Ontdek daarbij enkele prachtige overblijfselen van de Triennale Brugge of Brugge Culturele Hoofdstad 2002 en je maakt een fenomenale route die kunst, stad, water en strand combineert.

Waar? Knokke en Brugge
Afstand? 59 km

LIMBURG

Vanuit Hasselt fiets je via Alken naar Borgloon en langs Diepenbeek weer terug. De hoofdstad van Limburg bezit een schat aan knappe moderne architectuur. De hedendaagse kunstwerken in de groene omgeving van Borgloon vragen dan weer om verstillings- en vertraging, denk maar aan de doorkijkkerk 'Reading between the Lines' van kunstenaarsduo Gijs Van Vaerenbergh.

Waar? Hasselt **Afstand?** 51 km

VLAAMS-BRABANT

Boommarterwandeling (Radio2)

Voor wie? Wie houdt van de natuur

Plan Boommarter is een samenwerking voor meer natuur rond het Hallerbos. De boommarter zelf is er nog niet, maar met de vele acties is de kans heel groot dat dit klauterend zoogdier zich in de bossen komt vestigen. Intussen kregen al heel wat andere dieren een groter leefgebied.

Waar? Halle **Afstand?** 13,5 km

In samenwerking met Natuurpunt

LIMBURG

Abeekvallei (Radio2)

Voor wie? Kort en krachtig voor de natuurliefhebber

Ontdek een van de natuurlijkste laaglandbeken die Vlaanderen nog rijk is. De bovenloop vertoont nog de typische meanders en her en der vind je ook de bijhorende moerassen vlak naast de beek. De vallei is ook een ware *hotspot* voor insecten en spinnen, je vindt er tal van bijzondere soorten.

Waar? Grote Brogel en Ellikom
Afstand? 3,7 km

In samenwerking met Natuurpunt



Wandel mee

WEST-VLAANDEREN

Koekelareberg (Radio2)

Voor wie? Kort en krachtig voor de natuurliefhebber

Verken vanuit het eigentijdse centrum van Koekelare het groene hart van het Houtland. Een fijn natuurgebied en twee nieuwe wandelpaden brengen je al snel naar de flanken van 'de berg' waar een weids panorama zich uitstrekt van Oostende tot Noord-Frankrijk.

Waar? Koekelare **Afstand?** 3,5 km

In samenwerking met Natuurpunt

ANTWERPEN

Den Rooy (Radio2)

Voor wie? Kort en krachtig voor de natuurliefhebber

Het bos Den Rooy heeft historische overblijfselen van hoogveen en de aanwezigheid van het bont dikkopje. Een absolute aanrader in de herfst. De majestueuze bomen tonen dan een bijzonder gevarieerd kleurenpallet. Het bos ruikt ook anders, overal staan paddenstoelen en je merkt aan alles dat het zich voorbereidt op de komende winter.

Waar? Meerle
Afstand? 4,2 km

In samenwerking met Natuurpunt

OOST-VLAANDEREN

Den Dotter (Radio2)

Voor wie? Kort en krachtig voor de natuurliefhebber

Op een boogscheut van Aalst stap je door een geweldige mix van natuurlandschappen, weilanden, broekbossen, glooiende koutergebieden en de Molenbeek. En dat allemaal onder het goedkeurend getsjirp van de vele vogelsoorten. Bovendien passeer je langs twee geklasseerde watermolens.

Waar? Haaltert **Afstand?** 4,6 km

In samenwerking met Natuurpunt



Scan de QR-code en vind meer informatie over de routes.

Op stap met Sarah (Ketnet Junior)

Voor wie? Fijn wandelen met de kleintjes

OOST-VLAANDEREN

Ga op stap met Sarah en maak een interactieve wandeling met je gezin op het kasteeldomein van Poeke. Onderweg laten Sarah, Sokpop en Bavo je junior zingen, dansen en bewegen. Dat doen ze met verschillende filmpjes, die je dankzij een QR-code kunt bekijken op je smartphone. Het wordt een superleuke wandeling! Het domein is elke dag geopend tot en met 6 augustus.

Waar? Poeke **Afstand?** 2 km

In samenwerking met Toerisme Vlaanderen

LIMBURG

Op het kasteeldomein van Leut kun je met het hele gezin een interactieve wandeling maken. Overal kom je Sarah-borden tegen met interessante weetjes en kun je op je smartphone leuke video's bekijken, dankzij een QR-code. Onderweg is Sokpop verstoppt op verschillende locaties. Hoeveel keer kun jij hem spotten? Het domein is elke dag geopend tot en met 31 augustus.

Waar? Leut **Afstand?** 2 km

In samenwerking met Toerisme Vlaanderen



Beleef mee

“Nergens kun je de Olympische Spelen beter volgen dan bij VRT”



De zomer van 2024 is bij voorbaat een om nooit meer te vergeten voor atlete Hanne Claes (31) en sportverslaggever Dirk Gerlo (63). Zij is in de running voor een olympische kwalificatie voor de Spelen in Parijs. Hij zal in de Franse hoofdstad zijn Sporza-carrière op een hoogtepunt afsluiten. Samen blikken ze vooruit.

Sport verbindt. En het is precies die verbindende kracht die VRT hoog in het vaandel draagt. Ook tijdens de Olympische en Paralympische Zomerspelen van 2024 zal Sporza er vanuit Parijs voor zorgen dat Vlaanderen alles vanop de eerste rij kan meemaken. Zowel op radio, televisie als online. De publieke omroep zet maximaal in op de gezamenlijke beleving en maakt van populaire sporten sociale gebeurtenissen. Tegelijk is de sportredactie er de afgelopen jaren in geslaagd om ook de publieke interesse aan te wakkeren voor vrouwencompetities en sporten met een kleiner draagvlak. Ook dat blijft een nadrukkelijke ambitie in de omkadering en het extra aanbod. De aanloop naar de Olympische en Paralympische Spelen in 2024 is een VRTRN-project. (Zie pagina 52.)

De Olympische Spelen zijn nog een jaar van ons verwijderd. Zijn jullie al aan het aftellen?

Hanne: “Zeker. Vanaf deze zomer kan ik de olympische limiet lopen op de 400 meter horden. Spannend, omdat dit wellicht mijn laatste Olympische Spelen worden.”

Dirk: “Ook voor mij zal dat zo zijn. Vanaf 1 september 2024 ga ik met pensioen. Mijn laatste werkdag voor VRT is er dus eentje in de schaduw van de Eiffeltoren. Ik beschouw het als eindigen op een hoogtepunt. In 1992 was ik er voor het eerst bij, maar het lijkt alsof het gisteren was. Een fantastische herinnering.”

Hanne, was jij in 1992 al geboren?

Hanne: “Ik was toen één jaar oud, die editie herinner ik me dus niet. (lacht) Maar een paar jaar later kreeg ik wel de atletiekmicrobe te pakken. Samen met mijn mama keek ik om de vier jaar

he

gefascineerd naar de verslaggeving op VRT. In 2008 met het nodige kippenvet, toen de Belgische 4 x 100 meter-afflossingsploeg goud won in het Vogelneststadion in Peking.”

Op de laatste Spelen in Tokio waren jullie allebei aanwezig.

Hanne: “Het was mijn olympisch debuut. De twee edities ervoor had ik telkens op een haar na gemist. In 2012 kwam ik zelfs maar een luttele honderdste van een seconde tekort voor een kwalificatie met de afflossingsploeg. In Tokio dacht ik: derde keer, goede keer. Alleen, een stressfractuur in mijn voet dacht daar anders over. Ik kon nog lopen, maar niet op het niveau dat ik gewend was.”

Dirk: “Toch mag je die deelname echt koesteren. Het is iets wat je jouw volledige leven zult meedragen: je bent en blijft een olympiër.”

Wat maken de Olympische Spelen zo mooi?

Dirk: “Ik herinner me nog hoe ik gebiologeerd zat te kijken naar de Olympische Spelen in 1972. De kleurentelevisie verkeerde nog in zijn beginjaren, maar voor de uitzendingen moest je al wel bij BRT zijn. Ik hoop dat het zo nog lang mag blijven. De Spelen vormen in mijn ogen een van de kernopdrachten van de publieke omroep. Je kunt het nergens beter volgen dan bij ons. Prachtig ook om te zien hoe radio, televisie en online de krachten bundelen.”

Hanne: “Ik vind het fantastisch om alle landen en alle sporten te zien samenkomen voor dezelfde olympische waarden. Als atleet liep ik er sporters tegen het lijf van wie ik nooit had kunnen dromen dat ze ooit mijn pad zouden kruisen.”

Tijdens de Olympische Spelen zijn heel veel ogen op de sporters gericht.

Hanne: “Zo voel ik het ook. In 2018 begon ik samen met trainingsmakker Camille Laus de Belgische 4 x 400 meter-afflossingsploeg. We kozen toen voor de naam de Belgian Cheetahs, en jaar na jaar is onze bekendheid gegroeid. Er zijn nu zelfs meisjes die zich ‘mini Cheetahs’ noemen, omdat ze ons op televisie in actie hebben gezien. Heel schattig!”

Dirk: “Als de Belgen meestrijden om medailles, wil iedereen dat gezien, gehoord of gelezen hebben. Veel mensen leren er zelfs nieuwe sporten door kennen: denk maar aan kajak, judo of taekwondo. Dat verbindt ons. Eén keer om de vier jaar neemt iedereen de tijd om te genieten van bekende, maar ook minder bekende sporten.”

Hoe loopt jullie weg richting Parijs?

Hanne: “Bij mij staat eerst het zomerseizoen van 2023 op het programma. Op 1 juli begint de olympische kwalificatieperiode, en hoop ik me snel te plaatsen. In augustus is er het wereldkampioenschap in Boedapest en daarna is het uitrusten voor de start van het olympisch jaar. Op vier atletiekmaanden tijd zijn er in 2024 dan het wereldkampioenschap afflossingen, het Europees kampioenschap en als hoogtepunt natuurlijk de Olympische Spelen. Het belooft pittig te worden, maar leuk.”

Dirk: “Het is heerlijk om toe te leven naar grote wedstrijden. Je bent gefocust omdat je weet wat je doel is en dat werkt motiverend. Als verslaggever werk ik ook naar zulke doelen toe. Vandaag weet ik al dat ik in Parijs commentaar zal leveren voor radio en televisie. Ik ken ook de sporten: zwemmen, triatlon, handbal, tennis en hockey.”

Ben je nu al met je voorbereiding bezig?

Dirk: “Ja, van alle sporten die op mijn programma staan hou ik vandaag al informatie bij. Net zoals een atleet timmer ik lang aan mijn voorbereiding. Een dag voor de wedstrijd beginnen, heeft geen zin. Dan kom je hopeloos te laat.”

Moet je ook over een perfecte conditie beschikken?

Dirk: “Dat is geen overbodige luxe. Onze dagen beginnen al om 6 uur ‘s ochtends en eindigen vaak pas na middernacht. Je krijgt veel indrukken binnen, zeker als je verschillende sporten aan het volgen bent. Vaak zit ik me af te vragen of ik alles wel

goed onder woorden heb gebracht, of ik niks heb gemist. Dus ja, het is een hele uitdaging om fysiek maar ook mentaal fris te blijven.”

Hanne, met welke ambities trek jij naar Parijs?

Hanne: “Ik hoop stiekem op een finaleplaats bij de 400 meter horden, al is de concurrentie enorm sterk. Op de 4 x 400 meter mogen we met de Belgian Cheetahs misschien zelfs van meer dromen. Als alle puzzelstukjes in elkaar vallen, maken we in Parijs kans op een medaille. Maar ik hoop vooral de beste versie van mezelf te kunnen tonen en volop te genieten van het spektakel.”

Dirk, wanneer zijn het voor jou geslaagde Spelen?

Dirk: “Het International Broadcast Centre in het olympisch dorp is voor de medewerkers van VRT de vaste verzamelplaats. Daar hangen we foto’s op van de Belgische medaillewinnaars en vergelijken we de vangst met die van onze bureaus uit Nederland. Natuurlijk is het dan leuk als we kunnen uitpakken met veel Belgische medailles. Als verslaggever surf ik op de hype van de sterke prestaties, dat werkt heel stimulerend. Maar ik wil vooral mijn job zo goed mogelijk doen en de Vlaming laten meegenieten van het mooiste sportevenement ter wereld.”



Mag er nog

“Je mag tegenwoordig niets meer zeggen.” Of: “Dat kan vandaag niet meer gemaakt worden.” Het zijn veelgehoorde boutades, vaak in de context van humor. In de hele wereld worstelen mediamakers met de juiste balans van wat kan en wat niet. Oude sitcoms worden geschrapt of ‘omkaderd’. Verbrande grappen zijn sneller dan ooit het onderwerp voor een online of zelfs politieke rel. Ja, anno 2023 zijn er andere gevoeligheden. Maar er worden geen mensen of programma’s gecanceld. Dat zeggen drie VRT’ers die dagelijks op hun eigen manier met humor bezig zijn.



gelachen worden?

“Mensen kruipen veel sneller in hun pen om te laten weten dat ze geschoffeerd zijn. Toch moeten we meer durven.”

Philippe Geubels

“Is dat hier goedgekeurd langs boven?” vraagt Kamal Kharmach lachend bij aanvang van het interview, doelend op de directie van de publieke omroep. “Langs boven, maar ook langs onderen”, luidt meteen het gevatte antwoord van Philippe Geubels. De toon is gezet. Humor legt bloot wat ons definieert, verenigt én verdeelt. Over wat vandaag wel en niet meer kan, praat Jaarbeeld 2023 met Kamal Kharmach, Philippe Geubels en Ella Leyers. Drie professionele grappenmakers die verrassend zelfkritisch zijn, met de nodige zelfspot ook.

In het programma *Taboe* ging Philippe de grenzen van humor al eens heel expliciet opzoeken. Tegelijk wist hij zichzelf daarmee ook briljant in te dekken voor mogelijke kritiek. Ja, hij maakte grappen over gevoelige thema’s. Maar net door er lotgenoten van de onderwerpen bij te betrekken, werd het moeilijk om de moppen te hekelen.

“Ik kan maar slecht beoordelen wat er kan of niet kan”, steekt Philippe van wal. “Volgens mij moet je met alles kunnen lachen, hoe grover hoe liever. Maar de maatschappij is merkbaar gevoeliger geworden. Mensen kruipen veel sneller in hun pen om te laten weten dat ze geschoffeerd zijn. Toch moeten we meer durven. En als er achteraf kritiek komt, zullen we ons wel excuseren. Of niet.”

Commentaar komt er hoe dan ook, maar dat mag geen vrijgeleide zijn om aan al die opmerkingen toe te geven, vindt Kamal. “We willen te veel uniformiteit. Nu moet

bijvoorbeeld alles woke zijn. Gaandeweg zijn we ondertussen wel vergeten dat een samenleving heterogeniteit nodig heeft. Iedereen is anders en heeft andere perspectieven. Daar wordt nu aan voorbijgegaan.” Volgens Kamal is het gewoon een kwestie van jezelf nooit boven je onderwerp te zetten. “Net daarom was *Taboe* zo een interessant format. Philippe stond er tussen de mensen en kon zich meer permitteren. Dat is een tactiek die ik zelf ook toepas. *Punch up, don’t punch down*. Ik stel me op als iemand die het opneemt voor het volk, zodat het publiek zich veilig voelt en harder lacht. Maar het moment dat er iets denigrerends in humor sluipt, is het opletten geblazen. Al de rest: dat passeert.”

Lachen met Kurt Jahjah

Zelf hanteert Kamal maar één regel: geen grapjes over geen enkele God. “Zelfs al is de mop goed genoeg. Want voor mensen die erin geloven, is die God fundamenteel. Ze hangen er hun hele levensordering aan vast en dat respecteer ik. Maar hoe religieuzen met hun geloof omgaan, daar durf ik wel mee lachen. Religieuze fundamentalisten, bijvoorbeeld. Die vind ik hilarisch. Het toont de kleine kantjes van de mens.”

Heeft Ella Leyers ook spelregels? “Te weinig”, vindt ze zelf. “Ik heb wel wat veto’s in mijn zak, maar ik haal ze zelden

boven. Sommige redacteurs werken al tien jaar voor *De ideale wereld*, wie ben ik dan om te zeggen wat wel en niet kan? Een keer heb ik wel een item laten vallen, over het kapsel van koningin Máxima die op onofficiële gelegenheden wel eens onverzorgd voor de dag durft te komen. Gunter Lamoot zou naar koningin Mathilde gaan en ik moest haar stem dubben. De koningin zat zozegzegd op de pot, met vlekken van een chili con carne op haar bloes en ze had zichtbaar last van de pepers van de avond ervoor. We hebben dat ‘vlug vlug’ opgenomen, maar toen ik tijdens de repetitie de gemonteerde clip zag, zakte ik door de grond van schaamte. Ik voelde me echt slecht bij de mop. Die was niet goed, het was *cringe*.”

Ook in de ploeg zelf wordt er vaak gediscussieerd of bepaalde humor wel kan. Vooral de jongste generatie op de redactie is merkbaar gevoeliger voor bepaalde thematieken. Ella: “We hadden eens Abou Jahjah te gast. Ik moest hem aankondigen en de sidekick zou repliceren



“Grappen ten koste van Jan Modaal? Daar heb ik moeite mee.”

Kamal Kharmach

met: Abou Wiewie? Toegegeven, we kunnen erover discussiëren of dat wel een goede grap is. Maar de Gen Z'ers op onze redactie waren heel formeel: lachen met een buitenlandse naam? Dat kunnen we niet maken. Ik vind dat een moeilijke discussie, uiteindelijk lachen we gewoon met iemands naam. Dat stukje is uiteindelijk gesneuveld omdat het nu ook niet zó grappig was.“ Maar zou zo een mop ook op tafel liggen als de centrale gast een Vlaamse naam had, zoals Kurt Jahjah?” vraagt Kamal. “Daar zou ik zeker een grap over maken.”

Toch lijkt het soms dat er bij *De ideale wereld* niet dat tikkeltje meer mag, vindt Philippe. “Jullie mogen stouter zijn, al begrijp ik dat een programma om 22 uur op Canvas scherper mag zijn dan een dat om 20 uur op VRT 1 wordt uitgezonden. Zelf merk ik wel dat VRT erg voorzichtig is geworden, ik vermoed onder politieke invloed. Er is vooraf al een bepaalde angst voor de eventuele commentaar.

Uit mijn panelquiz *Is er een dokter in de zaal?* werden drie grappen weggeknipt. En ook uit de eenvoudige oproeptrailer voor *Hotel Romantiek* is een stukje geschrappt. We hadden oudere vrouwen op straat gevraagd wie ze op basis van drie foto's het aantrekkelijkst vonden. Daartussen zat ook een portret van Poetin en een dame koos voor hem. Dus ik zeg: ‘Die mag bij u dan eens binnenvallen?’ Die grap heeft het scherm niet gehaald, wegens te schokkend door de oorlog in Oekraïne. We mochten toch zelfkritisch zijn, hè?” vraagt Philippe lachend.

Volgens Ella valt die angst te verklaren met een boutade van Mark Twain: *comedy is tragedy plus time*. “Het huis staat vandaag in brand, dus ik kan nog volgen dat we er diezelfde dag geen humor over moeten maken. Maar tegelijk is het zo een onschuldige mop. Bij ons valt dat gelukkig goed mee. Dat half uurtje, laat op de avond op Canvas, is inderdaad minder een ding.” Meer zelfs. Mocht VRT een programma als *De ideale wereld* regels opleggen, is dat allicht het eerste waar de ploeg de volgende dag een sketch over bedenkt. Ella knikt. “Weet je, zolang humor me niet cynisch maakt, is het allemaal prima. Voor mij is humor geen vlucht, ik ben niet grappig om iets te compenseren.”

Dat er meer over humor wordt nagedacht, merkt ook Kamal. Al worden ook hem geen regels opgelegd wanneer hij zijn eindejaarsconferentie schrijft. “Er zijn altijd mensen van VRT die komen kijken tijdens de eerste opvoeringen, dus voor

de show effectief wordt opgenomen. En soms doen zij ‘suggesties’. Als ik me daarin kan vinden, hou ik er ook rekening mee. Maar als de mop goed genoeg is, blijft die erin.” Dat was onder meer het geval met een scherts aan het adres van Niels Destadsbader en de topplonen op VRT, aan het begin van zijn laatste show. Kamal: “Mijn mop was heel simpel: hij verdient zoveel en ik niks. In mijn humor probeer ik mezelf immers altijd te relativëren. Ik begon ermee, waardoor ik dat stukje niet kon schrappen. En VRT is daarin gevolgd. Echt, het moet al bijna over de holocaust gaan eer ze voet bij stuk houden om een grap te censureren. Alleen Niels, en vooral zijn mama, vonden dat weinig collegiaal. Ik begrijp ook dat het voor hem heftig moet geweest zijn, dat zijn loon werd gekoppeld aan de ontslagronde bij de omroep. Alsof daar een causaal verband was. Ik heb daar nog lang mee in mijn maag gezeten. Maar als ik een conferentie wil maken, iets wat door een miljoen mensen wordt bekeken, dan moet dat kunnen. Wat ik zeg is ook niet noodzakelijk mijn mening, als komiek wil ik iets capteren. Waar zitten de mensen mee? Wat is het buikgevoel? Dus als een onderwerp de publieke opinie heeft bewogen, mag dat benoemd worden. Ook al gaat het over mijn maten

of collega's. En daartegenover staat dat ik altijd het hardste met mezelf lach. Meestal ben ik het grootste slachtoffer van de grap.”

Met Niels mag je dus lachen, met Poetin niet? Zo zwart-wit is het niet, stelt Kamal. “In een oproeptrailer wil je mensen enthousiasmeren voor je programma. Als er dan een grap in zit die gevoelig ligt, kun je mensen afstoten die je net wilt aantrekken. In het spotje voor *Andermans zaken* heb ik daar rekening mee gehouden, omdat ik geen mensen wou afschrikken die misschien dachten dat ik met hen zou lachen. Ik vind het zelfs logisch dat het management daarover waakt en de grenzen fluïde zijn naargelang de context, de zender en het uitzenduur. Maar politieke druk, dat is uiteraard uit den boze.”

Sociale media uitzetten

Is die politieke druk echt voelbaar? Kritiek komt er immers altijd, niet in het minst van de geviseerde. “Wat dat betreft ben ik me niet populair aan het maken”, knikt Kamal. “Vooral politici reageren wanneer ze een bepaalde grap niet leuk vinden. En nee,

dat zijn dan geen fijne berichten. ‘En wie zijde gij, eigenlijk?’ Dat soort dingen. Toch vind ik: hoe publieker de figuren waar ik grappen over maak, hoe meer er kan. Geschoffeerde BV's of politici zijn echt het laatste van mijn zorgen. Maar grappen ten koste van Jan Modaal? Daar heb ik meer moeite mee.”

Philippe Geubels ziet dat anders. Neem nu de sketches in *De ideale wereld* waarin Ella en Tine Embrechts in de huid kruipen van twee dronken vrouwen in een volkscafé. Ook dat kan slecht vallen, denk maar aan kijkers die van dichtbij te maken hebben met de problematiek rond alcoholisme. “Maar figuren zoals die twee vrouwen aan de toog, die bestaan echt”, vindt Philippe. “Ik begrijp die reactie dus niet. Als je die redenering doortrekt, kun je nergens nog moppen over maken. Dat willen we toch niet?”

De sketches in kwestie zijn ook niet het onderwerp van grote kritiek. Al krijgt Ella het wel te horen wanneer een mop verkeerd valt. “Je kunt nooit voor iedereen goed doen”, beseft ze. “Maar ik trek me dat niet zo aan. Mijn beste maat is joods en belde me onlangs omdat hij geschoffeerd was door een sketch. We hadden een *Grand Theft Auto*-parodie



Philippe Geubels presenteert de makkelijkste quiz van Vlaanderen

Geen betere boost voor je zelfbeeld dan deelnemen aan een quiz waarvan je alle antwoorden simpelweg al kent. In een nieuwe quiz op VRT 1 kunnen kandidaten een geweldige geldprijs winnen door antwoorden te geven die ze letterlijk al eens eerder te horen of te zien kregen. Wie zich vervolgens nog steeds vertwijfeld in de haren krabt, verdient het om liefdevol uitgelachen te worden. De geknipte job voor Philippe Geubels, vanaf nu gastheer van de makkelijkste quiz van Vlaanderen: “Eindelijk een quiz voor mensen die geen tijd hebben om hele dagen Wikipedia te lezen of Trivial Pursuitkaartjes van buiten te leren.”

Elke week ontvangt Philippe vier Vlamingen die niet in de vijver van alleswetters en quizfreaks rondzwemmen. Kandidaten met meer persoonlijkheid en goede verhalen dan parate kennis. Philippe Geubels: “Het enige wat ze nodig hebben, is een degelijk functionerend kortetermijngeheugen en dan winnen ze een geweldige geldprijs! Of had ik dat al gezegd?” De quizvragen komen niet uit atlassen of encyclopedieën, maar worden live in de studio geschreven door een panel vragenmakers. Van alles wat er gebeurt, maken zij vragen. Die speelt Philippe vervolgens door aan de kandidaten met de boodschap: “Ik heb het u letterlijk juist gezegd”. De quiz is in het najaar 2023 te zien op VRT 1.

De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Kawtar Ehlalouch

Presenteert *Kawtar & Keyaert* op MNM

Wat is je favoriete moment van de ochtend?

"Het moment dat Robin en ik de eerste woorden uitspreken bij de start van een nieuwe show. Vaak kun je daaraan al horen wat het de komende uren wordt. Zijn we in een lacherige bui? Of zijn we doodmoe en flappen we er vooral rare dingen uit? Alles lijkt af te hangen van dat eerste kleine momentje, de interactie tussen ons en de luisteraar, net na 6 uur. Wanneer ik een minder goede dag heb, begin ik wat harder tegen Robin. Nooit slecht bedoeld, maar dan zet ik hem wat meer op zijn plaats. Dan weet hij meteen: oké, het wordt dit soort ochtend, *say no more*. (lacht) Als ik merk dat hij een mindere ochtend heeft, ga ik zelf overcompenseren en extra enthousiast klinken. Dat eerste moment bepaalt dus echt de toon. Niet enkel van de ochtendshow, vaak ook van mijn gemoed voor de rest van de dag."

Welk nummer geeft je zin om aan de dag te beginnen?

"'24K Magic' van Bruno Mars was het eerste nummer dat Robin en ik hebben gedraaid tijdens onze allereerste uitzending van *Kawtar & Keyaert*. Elke keer ik dat nummer nu hoor, voel ik dezelfde *vibe*, energie en lichte stress als die ochtend. Dan ben ik weer helemaal fris en klaar voor de dag. Misschien klinkt dit nu alsof we getrouwd zijn, maar dat is ons lied."

Waarvoor mogen ze je zelfs in het weekend wakker maken?

"Tijdens de week ontbijt ik zelden. Soms probeer ik wel een banaan of yoghurt binnen te spelen, maar zo midden in de nacht lukt het me gewoon niet om al iets degelijks te eten. Vaak ligt de maaltijd van de avond ervoor nog op mijn maag. In het weekend probeer ik dat wel goed te maken met brunch. Dat doe ik zó graag. De combinatie van ontbijt en lunch, pannenkoeken en yoghurt. Voor mij is dat het beste van twee werelden. Dan hoeft ik me de rest van de dag ook geen zorgen meer te maken over eten. De dag is meteen gezet, vaak met leuke mensen erbij. Dus mocht je ooit een lege plek hebben voor de brunch op zaterdag of zondag? Bel me!"

opgenomen, waarin veel werd geschoten. De setting was Antwerpen en aan het einde gingen die personages 'wat joden afknallen'. Hij vond dat antisemitisch, maar op dat moment lachen wij met de perceptie van dat soort Antwerpenaar. Vanaf het moment dat iemand zelf in de geviseerde groep zit, lijkt alle humor weg te vallen. Dan verliezen mensen hun gezond verstand, want ze zijn gekwetst. Het stoort me als mensen een agressieve slachtofferrol aannemen. Daar kun je niets tegen inbrengen en zo loopt elk gesprek vast. Ik schrijf die scenario's niet zelf, dus dat filmpje zegt niets over mijn mening. En wat we zeggen, is net een persiflage op de werkelijkheid."

"Ik heb het al een paar keer mogen horen dat we heel erg laag gevallen zijn. Mensen laten me dat dan persoonlijk weten via een privébericht op Instagram. Na de aardbeving in Turkije hadden we bijvoorbeeld een ludieke 1212-oproep gemaakt. Let op, op dat moment was *De ideale wereld* de enige televisieshow die effectief had opgeroepen om geld in te zamelen, nog voor er sprake was van het latere radio-evenement. 'Schaamt gij u niet dat ge lacht met de slachtoffers', klonk het dan. Maar die kijkers hadden niet door dat ze effectief via onze QR-code geld konden storten voor het goede doel."

Met reacties op sociale media krijgt ook Kamal regelmatig te maken. "Daarom lach ik liever met links. Dat is niet alleen makkelijker, ze geven ook minder kritiek. Aan de rechterkant hebben ze socialemedialegers om je frontaal aan te vallen."

Toch heeft Philippe precies daarom zijn sociale media uitgezet. Er staat zelfs geen e-mailadres meer op zijn website. "Je kunt me dus op geen enkele manier bereiken. Fantastisch! Ik doe dat bewust, omdat zulke negatieve opmerkingen te veel van mijn energie opslorpen. Bovendien ben ik er weinig mee, omdat ze vaak niet kloppen. Dan gaat het om mensen die de grap niet begrepen hebben. Of nog erger: mensen die het bewuste fragment niet eens hebben gezien. Die maken zich dan kwaad over iets dat ze hebben opgevangen. Enige nadeel: door die kanalen te bannen, hoor ik ook geen goede reacties meer. Maar dat is oké. Ik leef nog, hè."



"Vanaf het moment dat iemand zelf in de geviseerde groep zit, lijkt alle humor weg te vallen. Dan verliezen mensen hun gezond verstand, want ze zijn gekwetst."

Ella Leyers

De #MeToo'kes van Balthasar Boma

En wat met de zogenaamde cancelcultuur? In de zomer van 2022 besloot VRT om enkele afleveringen van *F.C. De Kampioenen* te schrappen in heruitzendingen en op VRT MAX, omdat ze niet meer stroken met de huidige tijdgeest. Het gaat onder andere over het gebruik van het n-woord en grappen over homoseksualiteit. Na een grondig intern debat is besloten om dat beleid aan te passen. De meeste afleveringen staan intussen opnieuw online, maar worden voorafgegaan door een disclaimer: "Dit programma kan achterhaalde stereotypes of taal bevatten."

Een goede zaak, vindt Philippe. "Anders moeten we *F.C. De Kampioenen* integraal schrappen, omdat Balthasar Boma er elke vijf minuten wel een #MeToo'ke doet. Ik ben ook opgegroeid met dat programma, maar nooit heb ik gedacht dat ik vrouwen mocht behandelen zoals Boma dat deed. En ook ik heb het n-woord nog gebruikt in mijn zaalshows. Dat was niet eens met een druppelteller. Tuurlijk deed ik dat nooit met slechte bedoelingen. Voor mij was dat een woord waar geen kwaad achter zat. Vandaag zou ik dat uiteraard niet meer doen, maar ik merk dat er nog altijd groepen mensen zijn die het probleem niet zien."

Ook Kamal denkt dat het beter is om die bewuste afleveringen te omkaderen, dan te annuleren. "Die specifieke scènes zijn allemaal viraal gegaan op TikTok. Nooit eerder kregen ze meer aandacht dan sinds het weghalen. Maar voor ons is dat natuurlijk makkelijk praten. VRT is van iedereen, ook daar moet het management rekening mee houden." Volgens hem is het geen kwestie van verouderde humor, maar het normaliseren van zaken die we vandaag niet meer oké vinden. Zeker voor een jong en vatbaar publiek.

Kamal: "Kinderen kunnen zo denken dat het doodnormaal is om het n-woord te gebruiken of aan blackface te doen, omdat de figuren waar ze naar opkijken het ook doen. De reflex om gedrag dat we vandaag niet meer tolereren te gaan kaderen, vind ik interessant. Je kunt nu eenmaal niet van elke kijker verwachten dat ze de context van zo een programma begrijpen."

Tegelijk moeten we anno 2023 ook niet meer doen alsof *F.C. De Kampioenen* het toonbeeld is van goede grappen, vindt Ella. "Alles is in beweging, evolueert. Daarom ben ik ook meer fan van een disclaimer voor het programma, dan het helemaal te schrappen. Tegelijk vind ik: hoe klein maken we de mensen dan? Wat is het doel? Ons indekken dat zo een *joke* vandaag niet meer gemaakt kan worden? De vraag is: hoe ver moet je daarin gaan?"

Philippe: "De moeilijkheid is: we kunnen nu niet voorspellen wat mensen over tien jaar kwetsend gaan vinden. Het stoort me ook dat we ons moeten excuseren omdat bepaalde zaken bepaalde mensen schofferen. Ik ben er allergisch voor dat mensen die zich gekwetst voelen door een mop, plots vinden dat ze daardoor bepaalde rechten krijgen om alles in vraag te stellen. Als je gekwetst bent, tja, wees dan even gekwetst. Maar in Nederland doen ze dat veel harder, daar is het over alles ambras. Neem nu de zwartepietendiscussie, die wordt daar al jaren gevoerd. Waanzin. In Vlaanderen zeggen we: goh, anders gaan we voor roetpiet? Goed idee! Klaar."

We maken inderdaad van te veel een staatszaak, besluit Kamal. "Feit dat we nu dit gesprek voeren, dat dit artikel er komt, is al een deel van het probleem. Een lang gesprek om uit te zoeken waarmee we mogen lachen? Dat zou niet nodig moeten zijn. We hebben een praatcultuur gecreëerd, we willen alles kapotredeneren. Door die dingen te veel aandacht te geven, worden ze alleen maar groter dan ze zijn."

“Herkenbaar voor iedereen die ooit heeft gewerkt”



Wat als je vastzit in een uitzichtloze job, maar er niet in slaagt om ontslag te geven? Dat is het uitgangspunt van *De laatste dag*, een *workplace sitcom* die dit najaar te zien is op VRT MAX. De reeks komt uit de gedeelde breinen van schrijversduo Charlotte Vanhecke (producer/showrunner) en Elisabeth Lucie Baeten (hoofdrolspeeler), die eerder al samenwerkten aan *Loslopend wild*.

“Vandaag is mijn laatste dag.” Met die woorden trekt de beminlijke Lucie elke ochtend naar het werk. De jonge vrouw krijgt maar weinig erkenning voor haar harde werk als redacteur bij een regionale televisiezender. Liefst van al wil ze hogerop klimmen, maar daar heeft haar baas Bart geen oog voor. Dus beslist Lucie de eer aan zichzelf te laten en haar ontslag te geven. Alleen, dat mislukt. Elke keer opnieuw.

Elisabeth: “Het idee is vertrokken vanuit een herkenbaar gevoel. Je bent ergens aan het werk, maar de mens die boven je staat, is veel minder capabel. En toch moet je daar om een of andere reden naar luisteren. Lucies gedachte is: ik werk me hier uit de naad, maar voor wie? Ze wil dus weg, maar zet finaal nooit de stap. Want verandering is moeilijk, voor iedereen. De reeks is niet autobiografisch, maar dat niet kunnen opstappen, heb ik zelf wel meegemaakt. Elke kleine twijfel of de minste strohalm. Dat deed ook mij telkens naïef geloven dat het wel beter zou worden, dat dit misschien wel de kans van mijn leven zou zijn.”

Charlotte: “Het zit ook ingebakken in onze cultuur, jobhoppen wordt hier niet meteen gestimuleerd. Ooit had ik ergens een vast contract, maar na een jaar was ik daar weg. Dat heeft op heel wat onbegrip gestoten in mijn familie. Zij begrepen dat niet, terwijl ik zelf enkel opportuniteiten zag. Maar voor de generatie van onze ouders is het doodnormaal om een hele carrière in hetzelfde bedrijf te blijven werken. Voor hen is het zelfs geen optie om dat in vraag te stellen.”



Waarin zit het comedy-aspect van *De laatste dag*?

Charlotte: “In de relatie tussen de personages. Het zijn stuk voor stuk karikaturale versies van types die ook echt op de werkvloer bestaan. Iemand die aftelt naar haar pensioen, iemand die de hele dag pranks uithaalt, maar geen werk verzet, een Gen Z-er die niet begrijpt waarom Lucie geen knopen doorhakt. En dan is er Lucie die gewoon weg wil. Die interactie levert de meeste humor op.”

En niet te vergeten: een incompetente baas.

Charlotte: “Bart is iemand die duidelijk veel te hoog geplaatst is. Hij blijft daar zitten, doet niets verkeerd, maar ook niets juist. En hij slaagt erin om zich een keer per jaar te bukken wanneer ze langskomen met de zeis.”

Elisabeth: “Op zich wil hij gewoon de baas zijn. Maar voor hem maakt het niet uit of hij hoofd is van een televisiezender of vleesverwerkingsbedrijf. Hij heeft geen voeling met de inhoud van zijn job. Verder zitten er ook veel gênante momenten en pijnlijke stiltes in de reeks. En die zien we door de ogen van Lucie, de enige normale persoon tussen een bende zotten. Ook in dat contrast zit best veel humor.”

Is het anders werken wanneer een reeks *web only* is en dus niet lineair wordt uitgezonden?

Charlotte: “Daar hebben we weinig rekening mee gehouden. Webreeksen mikken vaak op een doelgroep van 16 tot 24 jaar, maar wij willen iets vertellen dat een zo breed mogelijk publiek kan aanspreken. Volgens mij kan dat door het strakke format, de korte duur van alle acht afleveringen, maar vooral het thema. Dat is herkenbaar voor iedereen die ooit heeft gewerkt.”

De laatste dag is in het najaar van 2023 te zien op VRT MAX.

“Over vijf jaar trekken we een Stippenlijn door heel Europa”

Nederlandse publieke omroep neemt STIP IT succesvol over, bij ons wordt de VRT-antipest-campagne nog groter

De Vlaamse en Nederlandse publieke omroep gaan intensief samenwerken. Dat moet leiden tot het maken en uitwisselen van programma's, het delen van technologie en innovaties. Een van de eerste concepten die zo de oversteek heeft gemaakt, is STIP IT. De VRT-actie tegen pesten deed begin 2023 een succesvolle intrede bij NPO.

Ook NPO Zapp, het kinderblok van de Nederlandse publieke omroep, zet zich al jaren in tegen pesten. Alleen liep het bereik en de impact van hun eigen antipestcampagne de afgelopen jaren wat terug. Het is tijdens een werkbezoek aan VRT dat de Vlaamse actie in het vizier kwam van de Nederlandse collega's.

“Daar kreeg ik het idee, waarom doen wij dat niet”, vertelt Liesbeth Demmenie-Lergner, genrecoördinator kinderaanbod. “STIP IT heeft zoveel potentie. Het is laagdrempelig, je moet gewoon die stipjes zetten. Tegelijk heeft het een makkelijke boodschap. Eens terug in Hilversum heb ik alle omroepen geënthousiasmeerd om mee in het project te stappen. En we zijn met zijn allen zo hard gaan rennen, dat we onze eerste campagne begin 2023 samen met VRT konden starten.”

De actie werd afgetrapt tijdens de veelbekeken *NPO Zapp Awards*, het Nederlandse equivalent van *Het Gala van de Gouden K's* op Ketnet. Twee Zapp-presentatoren en een zangeres waren de drie ambassadeurs van de actie: Anne-Mar Zwart, Nizar El Manouzi en Stefania Liberakakis. Net als in Vlaanderen was er een campagnelied: 'B.E.D.A.N.K.T.'. Ook andere schermgezichten en bekende Nederlanders ondersteunden de actie door de vier stippen te delen via sociale media. Daarnaast waren er ook programma's die inhoudelijk op het onderwerp inzoomden.

Uit een publieksonderzoek blijkt dat de helft van de Nederlandse kinderen intussen van STIP IT heeft gehoord, 44 procent heeft de campagne ook gezien en geeft die een waardering van 7,8. Voor 39 procent van de kinderen is ook duidelijk waar de vier stippen voor staan. Een derde van de ondervraagde kinderen heeft iets geleerd van de actie, 22 procent heeft zelf ook iets gedaan tegen pesten of heeft er met iemand over gesproken.

“Voor een eerste editie ben ik heel erg blij met deze resultaten”, besluit Liesbeth. “Een dergelijke themaweek benadrukt vooral de maatschappelijke rol van NPO Zapp. Alle omroepen zijn gemotiveerd om de actie volgend jaar te herhalen. En we bekijken of wij de Stippenlijn ook in Nederland kunnen overnemen. Wie weet kunnen we op termijn nog meer samenwerken. Schrijf maar op: over vijf jaar trekken we een Stippenlijn door heel Europa. Dat lijkt me hartstikke mooi.”



Sinds 2018 voert VRT campagne tegen pesten met STIP IT. Voordien zette Ketnet het thema op de kaart met een Smoel tegen pesten en de Move tegen pesten. Nog eerder werd er opgeroepen om een Vuist tegen pesten te maken.

Dit jaar had de antipestcampagne een opvallend, nieuw onderdeel: zet vier stippen op je hand en maak samen een Stippenlijn tegen pesten. Ketnet, MNM en Radio2 riepen jong én oud op en dat resulteerde in maar liefst 32 000 meter Stippenlijn. Een krachtig signaal om pesten een halt toe te roepen.

In 2024 wil VRT het nog groter aanpakken en zoveel mogelijk Vlaamse en Brusselse steden en gemeenten enthousiasmeren om een Stippenlijn te vormen. Een ambitieus plan, waar iedereen die tegen pesten is, kan aan meedoen. Want pesten aanpakken, dat doe je niet alleen.



Met ballen

aan je lijf naar de dokter

Dankzij het VRT 1-programma *Kom op tegen Kanker, alles in de strijd* laten veel meer Vlaamse mannen zich screenen op kanker, in het bijzonder prostaat- en teelbalkanker. Het initiatief van Niels Destadsbader en Dieter Coppens zorgde niet alleen voor leuk amusement, het was tegelijkertijd en bovenal ook van groot belang. Een schitterende preventiecampagne met bijzonder veel impact.

Niels Destadsbader en Dieter Coppens doorbraken het taboe rond mannenkankers

De stripact van acht bekende heren bracht 30 000 euro op. Maar het belang is groter dan het ingezamelde geld, zegt Marc Michils, algemeen directeur van *Kom op tegen Kanker*: “BV's die uit de kleren gaan om het taboe rond prostaat- en teelbalkanker te doorbreken. En of dat gelukt is! De impact van *Kom op tegen Kanker, alles in de strijd* is enorm. Veel meer mannen durven nu het gesprek aangaan met hun huisarts of uroloog. En dat is zó belangrijk. Prachtig dat we dit samen met VRT konden verwezenlijken. Missie meer dan geslaagd.”

Een open gesprek dankzij de strippers

Rond mannenkankers hangt nog altijd een taboe. Hierdoor laten te veel mannen zich niet tijdig screenen, of zelfs helemaal niet. En dat heeft fatale gevolgen. Want laat het bij kanker nu net zijn: hoe vroeger je de ziekte ontdekt, hoe groter de kans op genezing. Op een ludieke manier zijn Niels, Dieter en hun kompanen erin geslaagd om het onderwerp bespreekbaar te maken.

“Bijna elke man die in mijn praktijk op gesprek komt over prostaat- of

teelbalkanker verwijst naar *Kom op tegen Kanker, alles in de strijd*”, getuigt dokter Dieter Ost, uroloog in het AZ Sint-Blasius in Dendermonde. “De impact van het programma is bijzonder groot, dat merk ik elke dag. Ik verwacht dat mijn patiënten dus nog vaak over de strippers zullen praten op consultatie.”

“De toename aan screenings is opvallend. Heel wat mannen zijn aan zelfonderzoek gaan doen en kwamen dan op consultatie voor zekerheid”, bevestigt dokter Thibault Meert, uroloog in het Imeldaziekenhuis van Bonheiden. “Het initiatief is heel nuttig om mannen te doen beseffen dat er iets kan misgaan met hun prostaat of teelballen. Wat mij betreft mag het programma op regelmatige basis terugkomen.”

Markante stijging in vragen over mannenkankers

De BVU, de Belgische vereniging voor Urologie, deed een steekproef bij haar leden. “Een grote meerderheid van de bevroegde urologen zag een toename in het aantal vragen over mannenkankers, sinds de uitzendingen”, zegt professor Steven Joniau van de KU Leuven. “Vaak

was dat een markante stijging. Patiënten verwijzen expliciet naar het programma. Bijna al mijn collega's zijn dan ook grote voorstander van het voortzetten van dergelijke initiatieven.”

Ook huisartsen merken het effect. “Sinds het programma stellen mensen meer vragen over testen en preventie”, zegt dokter Benedicte Lambrechts, die samen met haar man een praktijk heeft in Hasselt. “En wat ik heel fijn vind: ook andere kankers komen nu meer aan bod, zowel bij mannen als vrouwen. Darmkanker wordt bijvoorbeeld wel eens vergeten, maar ook daar wordt nu meer over gesproken. *Kom op tegen Kanker, alles in de strijd* heeft een duidelijke, grote en positieve impact. Daar ben ik heel enthousiast over.”

Niels Destadsbader en Dieter Coppens zijn bijzonder blij dat hun boodschap is aangekomen: “Laat het duidelijk zijn: ook als er daarbeneden iets schort, moet je als man over je geslachtsorgaan durven praten. Stap zonder schroom naar je huisarts, met ballen aan je lijf.” Dat is toch klein bier vergeleken met uit de kleren gaan, voor heel Vlaanderen. Niet? Op tijd de juiste diagnose stellen, kan een wereld van verschil maken.

De Warmste Week werkt

Dat zeggen de mensen achter deze succesvolle projecten die in 2022 konden plaatsvinden dankzij de steun van de VRT-solidariteitsactie.

Elk najaar zet De Warmste Week maatschappelijke uitdagingen op de agenda in Vlaanderen. Tegelijk wil de actie ook concrete verandering zien in de samenleving. Daarom is het DWW Fonds opgericht bij de Koning Boudewijnstichting. Het DWW Fonds selecteert projecten die het volgende jaar een financieel duwtje in de rug wil geven. De Warmste Week vlamt dit jaar voor een veilige plek voor elke jongere en ieder kind. De actie steunt projecten die voor meer veiligheid zorgen: thuis, op school, in de vrije tijd en online. De Warmste Week 2023, opgroeien zonder zorgen.



"In de bijzondere jeugdzorg komen we altijd handen te kort, zeker wanneer je ietsje méér wilt doen. Dankzij de steun van De Warmste Week konden we investeren in muziekinstrumenten en een muziekinstallatie die gebruikt wordt door ons dansatelier. Intussen proberen we ook de ouders in de ateliers te betrekken. Ook voor hen is het belangrijk om een plekje te vinden."

Jonas Verbauwhede (Xplo)

"Wij zijn het grootste netwerk van jonge boeren in Vlaanderen, maar de dialoog met studenten hadden we nog nooit gevoerd. Met de steun van De Warmste Week hebben we sessies georganiseerd waarin die twee groepen elkaar ontmoetten. Het zou mooi zijn dat ons project ervoor zorgt dat er met meer nuance over boeren wordt gesproken. En dat we elkaar vinden in de ambitie om ook landbouw te verduurzamen."

Bram Van Hecke (Groene Kring)

"Vorige zomer namen we tien jongeren op sleeptouw naar Oostende voor een Technologiekamp. Het geld van De Warmste Week heeft niet alleen de week gefinancierd, we hebben er ook computerprogramma's mee aangekocht voor hen. En ook de laptops hebben ze achteraf gekregen. Deze jongeren hadden niet alleen de week van hun leven, maar zijn ook dolgelukkig naar huis teruggekeerd. Mét computer."

Marie-Jeanne Nachtergaele (Brailleliga)

"Dankzij De Warmste Week konden kinderen die gepassioneerd zijn door paarden, maar gehinderd zijn door hun handicap, toch op paardenkamp. Want het blijft een kostelijke onderneming. Voor elk kind is er één paard en één begeleider nodig. En zelfs al doen die begeleiders hun werk vrijwillig, moeten we ze toch een wettelijke vergoeding betalen. Dat was nu opnieuw mogelijk."

André Van Uytvanck (Hippofarm)



Topaanbod wordt lessenpakket

Een straffe documentaire op Canvas? Die kan ook nuttig zijn in de klas. Soms maakt een programma zodanig veel indruk, dat het zijn eigen leven gaat leiden als lessenpakket.

In *Wij, vrouwen* brengen vrouwen van alle leeftijden en standen hun verhaal, samen met politica's, boegbeelden van de vrouwenbeweging en voormalige Dolle Mina's. Aan de hand van getuigenissen en archiefbeelden wordt de evolutie van de positie van de vrouw in onze samenleving geschetst, zowel privé als in het publieke leven.

Vrouwenrechten zijn ook een onderwerp dat ruime aandacht verdient in de lessen geschiedenis. En zo kreeg programmamaker Clem Robyns de vraag van uitgeverij VAN IN of zij de inhoud van zijn televisiereeks verder mochten uitwerken in een lessenpakket.

"De strijd voor gelijke rechten voor vrouwen is al heel lang bezig, en hij zal nog een tijd duren", zegt Clem. "Ook de leerlingen die dankzij dit lessenpakket het verhaal van die strijd te horen krijgen, zullen er nog aan deelnemen. Ik hoop vooral dat zij, nadat ze dit alles gehoord hebben, er hun mama's en oma's over aanspreken. Want vaak weten ze niet wat die vrouwen allemaal hebben meegemaakt."

De publieke omroep heeft een breed-educatieve rol, voor alle Vlamingen, over generaties heen. Kinderen en jongeren krijgen extra ondersteuning. VRT engageert zich om intensief samen te werken met het onderwijs, onder andere door actueel, audiovisueel aanbod als lesmateriaal aan te bieden. VRT NWS maakt hapklaar materiaal om te gebruiken in de klas, zoals de EDUboxen. Maar er staan ook duizenden VRT-items op het Archief voor Onderwijs van meemoo, het Vlaams Instituut voor het Archief. Meer dan 26 000 Vlaamse leerkrachten maken gebruik van dit platform en verwerken zo VRT-aanbod in hun lessen.

Voor de uitgeverij is het dan weer een manier om het bestaande, relevante aanbod van VRT in een andere vorm aan te bieden aan een nieuwe doelgroep. "Dankzij deze unieke samenwerking met VRT kunnen wij als educatieve uitgeverij leerkrachten en leerlingen inspireren met de reeks. Zo vinden de vele sterke getuigenissen hun weg naar het klaslokaal", zegt Tim Puttevels, uitgever Geschiedenis bij uitgeverij VAN IN.

Het is trouwens niet de eerste keer dat Uitgeverij VAN IN aan de slag ging met een historische reeks van Canvas. Eerder maakten ze al een gelijkaardige bundel bij *Kinderen van de Migratie*. De didactische dossiers zijn gratis te downloaden op vanin.be.



Sterk media-ecosysteem dankzij sterke publieke omroep

VRT houdt het media-ecosysteem sterk, door met een diversiteit aan productiehuisen, makers, start-ups en facilitaire bedrijven samen te werken. Zo investeert de publieke omroep niet alleen financieel in de externe sector, maar ook in de externe creativiteit op lange termijn.

“EMG is sterker geworden dankzij een sterke VRT, die blijft inzetten op kwalitatief aanbod. Dat liet ons als facilitair bedrijf toe om daarop verder te bouwen en zelf internationaal door te breken. Het is een samenwerking die goed is voor beide partijen. Ons partnership houdt in dat wij onze mensen inzetten, aanvullend op mensen van de omroep. Dat is altijd een verrijking. De captatie van grote wielervedstrijden is iets wat we bijvoorbeeld samen hebben ontwikkeld.”

Dirk Theunis

(CEO EMG Belgium, het vroegere Videohouse, facilitair bedrijf voor televisie)

“Samen met het Vlaams Audiovisueel Fonds en het Mediafonds is VRT de belangrijkste motor voor de productie van lokale fictie met internationale uitstraling. Bovendien heeft de publieke omroep een vliegwieleffect op zowat de hele audiovisuele sector in Vlaanderen, en is het een onmisbare component in de dynamiek van onze kleine, kwetsbare, maar zeer creatieve branche.”

Peter Bouckaert

(Co-CEO Eyeworks Film & TV Drama)

“Vroeger dacht de publieke omroep enkel aan lineaire radio, maar sinds VRT ook in audio *on demand* investeert, is er opnieuw ruimte voor lange verhalen. Het is ook makkelijk geworden om ideeën te pitchen, waardoor heel wat jonge audiomakers hun weg vinden naar VRT.”

Lucas Derycke

(podcastmaker *De kunst van het verdwijnen* en voorzitter Klankverbond, de Vlaamse vakvereniging voor audiomakers)

“VRT heeft een zeer sterke reputatie op het vlak van innovatie. Het is knap dat de publieke omroep resoluut kiest voor een *digital first* strategie. Dat betekent tegelijkertijd dat de vraag naar meer en betere ondertiteling zal toenemen. Mede dankzij de investering van VRT Sandbox konden wij geautomatiseerde ondertiteling verder ontwikkelen.”

Maarten Verwaest

(CEO Limecraft, scale-up die productieprocessen wil optimaliseren)

“De jarenlange kruisbestuiving van ideeën tussen regisseurs, productie, technische crew, faciliteiten van VRT en ons bedrijf hebben geleid tot waar we vandaag staan met EuroGrip. Denk maar aan de *cabecam* op de Kwaremont tijdens de Ronde van Vlaanderen, elektrische buggy's met op afstand bestuurbare camera's op de Memorial Van Damme en cameratracking in de virtuele studio van VRT. Met samen hard te werken hebben we ons internationaal op de kaart gezet.”

Benoit Facon

(Grip Operator EuroGrip, leverancier van camerakranen)

Sant

in ander land

Niet alleen STIP IT heeft de landsgrenzen overgestoken. Onder meer deze VRT-producties vielen op en trokken op eigen kracht de wijde wereld in.

Zes landen maken 99 To Beat

In *Homo universalis*, of internationaal *99 To Beat*, strijden honderd kandidaten om de titel. Wie alle spelletjes overleeft, wint een jaar gratis reizen. Het format ontstond als rubriek in *Iedereen beroemd* en is intussen in zes landen gemaakt: Nederland, Polen, Duitsland, Zweden, Noorwegen en Vietnam. Acht andere landen hebben een optie.



De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Herbert Verhaeghe

Presenteert *Radio2 BeneBene Klaarwakker* op de digitale zender Radio2 BeneBene

Hoe laat gaat je wekker?

"Ik sta elke ochtend op met twee wekkers. Die van mijn partner rinkelt om 3.20 uur en de mijne om 3.30 uur. Ik heb ze wel zelden of nooit nodig, want door mijn bioritme word ik altijd wakker net voor het alarm afgaat. Ik ben een echt ochtendmens, dus heb geen moeite met vroeg opstaan. Ik werk al lang tijdens de ochtenduren op Radio2 als regisseur en presentator. Elke woensdagavond ga ik badmintonnen met vrienden en eindigen we op café. Dan moet ik mezelf wel verplichten om op tijd naar huis te gaan, zodat ik om 22 uur in mijn bed kan kruipen."

Welke muziek geeft je zin om aan de dag te beginnen?

"De muziek van Radio2 BeneBene is helemaal mijn ding. Ik kan daar '1 op een miljoen' van Metejoor en Babet draaien. Daarna hoor je 'Ik krijg een heel apart gevoel vanbinnen' van Corry Konings, 'Holiday' van Madonna of een toffe plaat van Ann Christy. De muziek past bij mijn persoonlijke muzieksmaak die heel breed is. Er zitten internationale klassiekers tussen, maar ook meezingbare hits van bij ons. In de Radio2-app lees ik dat vele luisteraars, jong en oud, die mix waarderen."

Wat is het mooiste moment in de ochtend?

"De eerste kop koffie is heilig voor mij. Dan voel ik me wakker worden en check ik het eerste nieuws op mijn smartphone. Tegen 4.20 uur kom ik aan in onze studio, zodat ik om 4.30 uur de kranten kan lezen. Ik geniet ervan om de zon te zien opkomen. Ik maak het programma vanop de redactie van Radio2 in West-Vlaanderen. Die bevindt zich in Kortrijk, niet ver van waar ik woon. Er passeren soms mensen langs onze glazen studio om te zwaaien. Die interactie is heel fijn, net als de reacties in de app. Luisteraars sturen foto's van hun ontbijt, werk of huisdieren. Ik zag eens een foto van een koffiemachine op een nachtkastje. Dat wil ik ook!"

EDUboxen veroveren Europa

EDUbox is een innovatief en interactief onderwijs-format dat wordt aangeboden aan scholen. Het is ontwikkeld door VRT en krijgt nu ook lokale versies in Kroatië en Nederland. Daarvoor werd EDUmake in het leven geroepen. Dit tweejarig project wordt geleid door VRT en gefinancierd in het kader van het programma Creatief Europa van de Europese Commissie.

Krachten bundelen om te innoveren

Future Media Hubs is een initiatief van VRT in samenwerking met RTBF en brengt 45 omroepen en mediaorganisaties uit 16 landen samen om te innoveren. Zo introduceert het meer dan 40 startups binnen de muren van verschillende Europese omroepen en begeleidt hen in de co-ontwikkeling van nieuwe producten en verdere groei. Er lopen 18 innovatieprojecten, waarvan VRT er 7 leidt. In 10 daarvan wordt samengewerkt met Vlaamse mediapartners.

1985 te zien in acht landen

De Franse distributeur StudioCanal heeft *1985* alvast aan acht landen verkocht: Australië, Frankrijk, Ierland, Israël, Portugal, Slowakije, Spanje en Tsjechië. De achtdelige serie vertelt een fictief verhaal, gebaseerd op een van de beruchtste, onopgeloste zaken van België: de bende van Nijvel. *1985* is gemaakt door Eyeworks en is de eerste coproductie tussen VRT en RTBF.



Het Hoge Noorden scoort in Nederland

De Nederlandse versie van het VRT 1-programma *Het Hoge Noorden* werd wekelijks door meer dan 1,5 miljoen Nederlanders gevolgd op NPO1. In de Vlaamse versie van het programma trekt Annemie Struyf door Noorwegen, op bezoek bij landgenoten die er een nieuw leven willen beginnen. In Nederland wordt het gepresenteerd door Dionne Stax.



Amerikaanse Albatros

De Canvas-reeks *Albatros* is verkocht aan de Amerikaanse publieke omroep PBS en is zo in 290 miljoen Amerikaanse huiskamers te bekijken. Daarnaast is *Albatros* ook te zien op video on demand-platformen in Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, de publieke omroep van Tsjechië en RTBF in Wallonië. De reeks is gemaakt door De Wereldvrede.

Switchen in de VS

Switch, de quiz van Panenka voor VRT 1, is verkocht aan het Amerikaanse Game Show Network, met acteur Jeff Hephner als host. Elke week strijden vijf kandidaten om de hoogste plaats. Als ze een goed antwoord geven, 'switchen' ze van plaats met een tegenkandidaat in een hogere positie. Het programma wordt ook gemaakt in Duitsland, Frankrijk en Nederland, later volgen Spanje, Mexico en Turkije.



Prix d'Europe voor De metissen van België

VRT sleepte negen nominaties in de wacht voor de prestigieuze Prix d'Europe-mediaprijzen, en won met *De metissen van België* in de categorie Beste televisieprogramma over diversiteit. De Canvasreeks is gemaakt door De Chinezen en vertelt het verhaal van de kinderen van Belgische koloniale en Afrikaanse moeders die eind jaren 50 in België werden ondergebracht bij pleeggezinnen.



Nieuwe fictie op VRT 1: *Boomer*

Het zal maar je familie zijn

Populaire televisieprogramma's presenteren, elke week mediafeestjes afschuimen, geadoreerd worden door iedereen ... het is de droom van velen. Voor Jan Van Looveren was dat gewoon: het leven. Maar nu Jan, bekend van onder andere *Factcheckers*, over de vijftig is, beseft hij dat de wereld rondom hem is veranderd. Is hij nog steeds relevant? En hoe kan hij ervoor zorgen dat hij weer #ontrend wordt?

De humoristische fictiereeks *Boomer* duikt in het dagelijkse leven van de 'familie Van Looveren'. Want een BV is ook maar een gewone mens, die geconfronteerd wordt met de gewone dingen des levens. Maar als bekende Vlaming komt alles wat Jan (gespeeld door Jan Van Looveren) doet of zegt wel onder een vergrootglas terecht. Niet in het minst onder dat van zijn puberende dochter Roos (gespeeld door Jans dochter Pippa Van Looveren) en bijdehante vrouw Julie (gespeeld door Els Béatse, Jans eigen vrouw). Gelukkig vindt hij steun bij zijn bewonderende zoon Daan (Jef Moelans) en zijn vrienden op het padelveld.

Wat gebeurt er wanneer Jan, na achttien jaar huwelijk, zijn eerste liefde terug tegen het lijf loopt? Kan hij zich beheersen wanneer de verkoper van een elektrozaak hem vertelt dat zijn te herstellen koffiemachine net één dag uit garantie is? Of wanneer zijn gepensioneerde moeder thuiskomt met haar nieuwe lief, die een jaar of tien jonger is dan Jan zelf? En hoe redt hij zich uit een familiediner met het vreselijkste neefje uit zijn schoonfamilie?

Boomer is een comedyreeks over de gewone dingen des levens, door de bril van Vlaanderens herkenbaarste presentator en acteur. Een man die zegt waar het op staat en daarbij al weleens de boomer durft uithangen, bedoeld of onbedoeld. Maar laat dat gedurfd en menselijk kantje net zijn waar Vlaanderen van houdt.

Boomer is een programma van productiehuis Sputnik Media en zal te zien zijn op VRT 1 en VRT MAX. Je kunt de reeks ook beluisteren met audiodescriptie.

Blik achter de schermen: scriptdokter Heidi Hermans helpt Vlaamse fictie nóg beter te maken

Een goed verhaal moet schuren

Wat maakt van een fictiereeks een succes? En waarom vallen VRT-producties zo vaak in de smaak, in binnen- én buitenland? Wat maakt series van de publieke omroep anders en waaraan verdienen ze hun kwaliteitslabel? Adviseur Fictie bij VRT Heidi Hermans onthult.

Heidi Hermans praat bevlogen en enthousiast over haar job: "Dit is echt mijn passie." Als adviseur Fictie bekijkt ze hoe een fictieverhaal nog beter kan worden gemaakt. Bij de publieke omroep voelt ze zich thuis, ondertussen al 26 jaar. "We krijgen de kans om regelmatig samen te zitten met de makers tijdens het ontwikkelingsproces van een reeks", stelt Heidi. "Het is verrijkend om over elke stap goed na te denken en elkaar continu uit te dagen. Zo kunnen we er echt het maximum uithalen." Dat, samen met het enorme talent van de scenaristen, regisseurs, acteurs, technische crew en alle makers, zorgt ervoor dat VRT-fictie echt een kwaliteitslabel is.

Het team waarin Heidi werkt, bestaat uit vijf collega's. Wim Janssen is genrehoofd fictie, Elly Vervloet werkt als expert internationale coproducties fictie en er zijn drie adviseurs fictie: Heidi, Wout Thielemans en Rani Liekens. Samen werken ze aan programma's voor VRT 1, Canvas en VRT MAX. "Rani is een jonge dame die nieuwe inzichten in ons team binnenbrengt", vertelt Heidi enthousiast. "Het is sowieso fijn

Fictie is essentieel om een cruciale opdracht van de publieke omroep te vervullen: alle Vlamingen inspireren en verbinden. Het beleid van VRT zoekt een balans tussen verrassen en thuiskomen, prikkelen en ontspannen. Het staat garant voor gedurfde kwaliteit, verrassende scenario's, herkenbare verhalen en authentieke originaliteit. De publieke omroep is de grootste investeerder in fictie in Vlaanderen. VRT slaagt er niet alleen in om een lokaal aanbod te maken op maat van het Vlaamse publiek, ze exporteert onze Vlaamse eigenheid ook naar het buitenland en is een motor achter de kwantitatieve en kwalitatieve groei van de audiovisuele sector. De publieke omroep is goed voor zes tot zeven fictiereeksen per jaar, verspreid over de verschillende netten heen, bijvoorbeeld Zonder afspraak (Canvas), Dertigers (VRT 1) of #LikeMe (Ketnet).

om met jonge makers te werken die misschien nog niet zoveel ervaring hebben, maar wel vanuit hun eigen authenticiteit verhalen vertellen. We leren enorm veel van elkaar. Zo is het een opvallend fenomeen dat jongeren soms liever hebben dat alles heel letterlijk wordt uitgesproken. Terwijl wij vroeger altijd geleerd hebben dat je voldoende subtekst moet gebruiken wanneer de personages over dingen praten. Ze zeggen iets zonder het letterlijk uit te spreken. Maar jongeren voelen dat anders aan. De voorkeuren van het publiek evolueren en ik leer constant bij, bij elk project. Heel boeiend!"

Heidi is betrokken bij het hele productieproces. Ze geeft advies in drie fasen, om te beginnen wanneer makers een project komen voorstellen. Dan kijkt ze of het concept al dan niet iets voor VRT is. Als de reeks een go krijgt, volgt het grootste luik, wanneer de scenario's geschreven en de acteurs gecast worden. Ten slotte heeft ze ook haar inbreng tijdens de postproductie en montage. "Zelf de scenario's herschrijven, doe ik niet. Dat laat ik over aan de scenaristen die het verhaal helemaal in de vingers hebben", verduidelijkt ze. "Ik probeer een coach te zijn die het beste uit een scenarist haalt. We krijgen de mooiste resultaten als de aanpassingen echt vanuit de makers zelf komen. Dat ze voelen en begrijpen waarom het goed is dat iets aangepast wordt en zelf op zoek gaan naar de beste manier om dat te doen."

Eigen identiteit en waarden

Een belangrijke taak van Heidi is dus bekijken hoe scenario's geoptimaliseerd kunnen worden. Dramaturgie speelt daarin een belangrijke rol. Zit de structuur van het verhaal juist en kloppen de motivaties van de personages? Is het verhaal voldoende beklijvend, spannend, emotioneel of grappig? Minstens even belangrijk: Heidi let ook op specifieke dingen waar VRT veel waarde aan hecht. VRT 1,



Canvas, Ketnet en VRT MAX hebben elk hun eigen identiteit waarbij een reeks moet aansluiten. Daarnaast beantwoorden alle fictieproducties van de publieke omroep aan een aantal onderscheidende criteria.

"Naast een beklijvend verhaal, willen we ook iets vertellen over wat er nu leeft in onze samenleving", legt Heidi uit. "Uiteraard brengen we fictie vooral om mensen te ontspannen en te entertainen, maar VRT probeert dat tegelijk ook op een maatschappelijk relevante manier te doen. Die combinatie spreekt me enorm aan. We leggen het er niet vingerdik op, maar verwerken bepaalde onderwerpen op een organische manier in het verhaal. Zo kan het mensen aan het denken zetten of gesprekken doen ontstaan in de huiskamer. Wat we niet doen, is bepalen wat een kijker moet vinden en denken. We laten wel verschillende

standpunten aan bod komen. De kijker kan dan eigen conclusies trekken en zelf bepalen waarmee die het eens is." Zo is de reeks *De twaalf* in de eerste plaats een spannende *whodunnit* waarbij je je elke aflevering afvraagt of de beklagde al dan niet schuldig is. Maar door de verhalen van de juryleden komen er ook veel relevante thema's aan bod.

De publieke omroep maakt allerhande onderwerpen toegankelijk voor een zo breed mogelijk publiek. En Heidi zet graag nog een andere waarde in de verf:

"Naast een beklijvend verhaal, willen we ook iets vertellen over wat er nu leeft en belangrijk is in onze samenleving."

Heidi Hermans

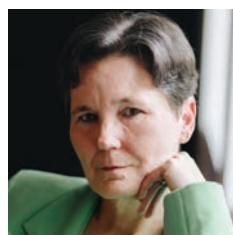
"Als er bepaalde heikele kwesties ter sprake komen, proberen we om niet te polariseren. We kiezen er net voor om te verbinden." In 1985 volgde drie jongeren die in de maalstroom van de gebeurtenissen van de jaren 80 terecht kwamen. Door de omstandigheden maken ze bepaalde keuzes, goed of fout. Als kijker voel en begrijp je waarom ze dat doen, omdat het verhaal vanuit verschillende hoeken wordt benaderd.

Verder benadrukt Heidi ook dat VRT de ambitie heeft om onderscheidend en uitdagend te zijn in haar fictieaanbod. "We proberen om grenzen te verleggen. Met *Arcadia* introduceren we bijvoorbeeld een nieuw genre in Vlaanderen, op een laagdrempelige manier. We stappen een nieuwe wereld binnen, maar wel aan de hand van een familie. Het familiegegeven is herkenbaar en maakt de nieuwe arena toegankelijk. We zorgen in ons brede fictieaanbod ook voor een mooie mix van soms wat klassieker verhalen, complexere vertellingen en nieuwe genres."

Ten slotte hecht de publieke omroep ook enorm veel behang aan diversiteit en inclusie. In alles wat VRT maakt, ook in fictie. "De kijker moet de wereld zoals die vandaag is, terugvinden in onze fictiereeksen", zegt Heidi trots. "We streven er continu naar dat ons brede publiek zich vertegenwoordigd ziet in wat we maken."

Hoe maak je een goed scenario?

Ook over het dramaturgische aspect van haar job, kan Heidi uren praten. Wist je bijvoorbeeld dat er in elke goeie scène een omwenteling zit? De scène begint in een bepaalde situatie en die moet op het einde veranderd zijn. Een personage moet anders uit die scène komen dan hoe het er is ingestapt. Heb je zelf schrijfambities? Onthoud dan deze goede raad van Heidi: "De basis van een goed scenario



Heidi Hermans

Adviseur Fictie bij VRT

Begon in 1997 bij VRT als regie- en productieassistente bij *Thuis*

VRT MAX-tip: Zonder afspraak: eigentijdse, tragikomische reeks over een Gentse kapper die droomt van een muzikale carrière (opgevolgd door Heidi's collega Wout)

is altijd een conflict. Zonder conflicten tussen je personages heb je geen verhaal, of een heel saai verhaal." Ook de causaliteit tussen de verschillende verhaallijnen, oorzaak en gevolg, is belangrijk. De tijdslijn mag niet gewoon een opsomming van gebeurtenissen zijn, maar alles moet met elkaar verbonden zijn en op elkaar inwerken. "Dat lijkt heel simpel, maar als je voelt dat er iets niet klopt in het scenario of dat het niet vooruitgaat, dan heeft het vaak daarmee te maken", verklaart Heidi. En of een goed einde verzinnen het lastigste is van een verhaal schrijven? "Dat is inderdaad niet eenvoudig, maar minstens even moeilijk, misschien zelfs nog meer, is een goed begin vinden. Je moet voldoende informatie meegeven over personages en situaties, zonder dat het saai wordt en je te lang moet wachten op de gebeurtenis die alles in gang zet en het verhaal echt van start doet gaan. Je wilt zo vlug mogelijk in de actie zitten." En wat het einde betreft: "Voor VRT is het belangrijk dat er ergens nog hoop aanwezig is."

Ziet Heidi meteen aan een scenario of het een succesreeks kan worden? "Een gouden formule is er niet, anders zou elke reeks een topreeks zijn. En dat is niet zo. Het hangt van zoveel factoren af, het is geen pure wetenschap. Misschien maar goed ook. Het is belangrijk dat je hoofdpersonages boeiend, verrassend en geloofwaardig zijn. Ook de acteurs hebben vaak een invloed. Wat is de motor van de vertelling? Is er een interessant conflict dat het verhaal vooruit stuwt? Ook de arena kan veel bepalen als dat bijvoorbeeld een nieuwe, inspirerende omgeving is waarin alles zich afspeelt. En wat is de *unique selling proposition* (USP) van de reeks? Wat maakt ze uniek en hebben we nog niet gezien? Maar die factoren hoeven niet altijd belangrijk te zijn. Buikgevoel speelt toch een belangrijke rol bij het kiezen van wat we gaan maken. VRT krijgt jaarlijks meer dan honderd voorstellen binnen. Daarvan kunnen we er ongeveer zes à zeven in productie laten gaan. Vaak is de keuze niet zo moeilijk en voel je al gauw: dit gaat wel iets worden."

Ideeën onder de douche

Vroeger financierde VRT haar fictie volledig zelf. Dat is tegenwoordig niet meer haalbaar. Daarom gaat de publieke omroep kwalitatieve samenwerkingen aan, met productiehuisen, investeerders en ook andere omroepen en platformen, zoals NPO en Netflix. Toch is het enorm belangrijk dat VRT voldoende inbreng kan blijven hebben in het totaalbudget. "Alleen zo kunnen we ook *editorial control* hebben en dus wegen op de inhoud van de reeks", verklaart Heidi. Zeker met het oog op de budgetten die steeds meer onder druk komen te staan, een belangrijke bedenking.

Het is duidelijk: Heidi kent haar vak en doet haar job met veel overgave. Het is goed dat die passie er is, omdat het geen 9-to-5-job is. Heidi is er continu mee bezig: "Als je een scenario leest, voel je soms dat er ergens iets niet klopt. Maar wat er precies mis is, is niet altijd meteen duidelijk. Die analyse vraagt tijd en inspiratie. Wanneer ik buiten de kantooruren even ga wandelen of met iets anders bezig ben, krijg ik vaak plots de inval: dat is het! Onder de douche zijn al heel wat goede ideeën ontstaan." Ook in haar vrije tijd kijkt Heidi nog graag naar fictie, al is het niet altijd ontspanning. "Als ik tijdens het kijken naar een serie niet op verhaaltechnische dingen heb gelet, is het een superreeks. Maar zelfs dan bespreek ik achteraf nog met collega's waarom de reeks zo meeslepend was. Als ik het niet goed vind, begin ik al heel snel te denken: wat is er mis?"

Een concreet voorbeeld van Heidi's invloed lospeuteren blijkt niet zo simpel te zijn. "De makers verdienen echt alle lof. Ik adviseer alleen maar", zegt ze bescheiden. "Ik bedenken of beslis dingen ook niet alleen, maar ga altijd in overleg met de makers. Samen zoeken we naar de best mogelijke uitkomst." Maar na wat aandringen vertelt ze toch het volgende: "Oorspronkelijk was er het idee om in *Undercover* het personage Ferry Bouman (een rol van Frank Lammers, n.v.d.r.) zijn vrouw te laten bedriegen. Tijdens gesprekken met de makers leek het ons interessanter mocht hij net heel trouw zijn in zijn relatie. Dat zou hem sympathieker maken en zou meteen ook zijn zwakke punt zijn. Hij kan geraakt worden via zijn vrouw, omdat zijn liefde voor haar zo sterk is. De makers waren het daar meteen mee eens en zijn ermee aan de slag gegaan." Wedden dat je voortaan met andere ogen naar *Undercover* kijkt?

Apollonia Sterckx en Frits De Ruyter worden groot op de set van *Thuis*

Britney

Robin

De kinder- en pubertijd zijn boeiende jaren. School, vrienden, hobby's ... Jongeren zijn druk bezig met de wereld en hun leven te ontdekken. Maar wat als je grootste hobby is: meespelen in *Thuis*, Vlaanderens populairste dagelijkse fictiereeks?

Thuis is al sinds 1995 te zien op de publieke omroep. Het blijft de populairste dagelijkse fictiereeks van Vlaanderen, met gemiddeld 1 168 152 kijkers. *Thuis* scoort ook digitaal: seizoen 28 kende eind mei 2023 al meer dan 13 miljoen videostarts op VRT MAX. Op Instagram heeft de reeks 103 000 volgers, op Facebook 226 000. Naast de pagina heeft *Thuis* ook een Facebook-groep: daarin gaan 34 000 fans dagelijks met elkaar in gesprek over hun passie. *Thuis* zorgt voor een ontspannen televisieavond, maar maakt op een toegankelijke manier ook heel wat maatschappelijke thema's bespreekbaar, zoals geaardheid, genderidentiteit, pleegzorg, IVF, seksuele dienstverlening, dementie en euthanasie.



Scan de QR-code en bekijk een vlog van Apollonia.

Britney



Noem Apollonia Sterckx gerust een ancien van *Thuis*. Ze was nog maar drie jaar toen ze voor de eerste keer meespeelde in de dagelijkse fictiereeks. Ondertussen is Apollonia bijna zeventien en nog altijd te zien als Britney 'Britt' Van Noteghem. Frits De Ruyter is net zestien geworden. Hij kruipt sinds 2019 in de rol van Robin Bomans.

Hoe zijn jullie in *Thuis* terechtgekomen?

Frits: "Ik volg al een aantal jaren naschoolse toneellessen aan het conservatorium van Mechelen. Toen ik twaalf was, waren ze bij *Thuis* net op zoek naar iemand van mijn leeftijd om Robin te spelen. De productie had daarvoor allerlei theateropleidingen gecontacteerd. Toen mijn leraar dat tegen de klas vertelde dacht ik: 'Dat lijkt me wel leuk!' Dus ben ik auditie gaan doen. Een tijdje later had ik de rol te pakken."

Apollonia: "Mijn mama is kapster en werkte vroeger regelmatig voor *Thuis*. Soms moest ze heel vroeg op de set zijn. Dan nam ze me mee, omdat ik nog niet terecht kon in de opvang. In die periode was er ook net een driejarig meisje nodig in de reeks. En zo is de bal aan het rollen gegaan. De eerste jaren speelden verschillende kinderen de rol van Britney en ik werd er een van. Er is een strenge wet die bepaalt hoeveel je als kind mag werken. Vanaf je twaalfde zijn dat meer dagen, voldoende om de rol door één iemand te laten spelen. Ze hebben toen voor mij gekozen. Daar was ik natuurlijk ontzettend blij mee, want ik deed en doe het nog altijd heel graag. Het voelt voor mij niet als werken, ook al neem ik het heel serieus. Acteren is mijn passie, mijn leven."

Frits, hoe voelde jij je toen je voor het eerst op de set stond?

Frits: "Alles was heel groots! Er zijn veel decors, camera's, licht en geluid. Ook de crew maakte indruk op mij. De acteurs kende ik natuurlijk van televisie, maar het was speciaal dat ik plots met hen mocht spelen. Echt cool! Misschien was ik in het begin nog wat verlegen, maar ik voelde me al snel op mijn gemak. Iedereen was meteen heel vriendelijk en lief. Ik werd ook goed begeleid. Voor mijn eerste draaidag kreeg ik een uitgebreide rondleiding en actrice Tina Maerevoet (die de rol van Paulien Snackaert speelde, n.v.d.r.) ving mij op. Zij is de vaste coach van de jonge acteurs en helpt ons geweldig goed. We kunnen altijd met alles bij haar terecht."

Hoe belangrijk is *Thuis* in jullie leven?

Apollonia: "Voor mij is *Thuis* letterlijk mijn tweede thuis. De set, de ploeg en de rol maken al meer dan dertien jaar een belangrijk deel uit van mijn leven. Het is een routine die al jarenlang meegaat: ik kom thuis van school, maak mijn huiswerk én bereid scènes voor. De opnames zijn dan meestal op woensdagnamiddag. School, mijn sociaal leven en *Thuis*: alles valt prima te combineren."

“Meespelen in *Thuis* voelt voor mij niet aan als werken. **Acteren is mijn passie, mijn leven.**”

Apollonia Sterckx

Frits: "Ik kijk altijd enorm uit naar de draaidagen. Ik heb nog nooit het gevoel gehad: oh nee, ik moet nu naar de studio. Integendeel! Het is een hobby voor mij en je hobby's doe je graag, hè. De sfeer op de set is ook heel tof, iedereen is altijd supervriendelijk en ik amuseer me rot. Het is ook

mooi meegenomen dat ik tijdens de opnames geen huiswerk moet maken. Vaak moet ik dat nadien wel inhalen, maar daar denk ik tijdens het draaien niet aan."

Apollonia: "Hoe leuk acteren ook is, je moet het wel serieus nemen. Het is bijvoorbeeld belangrijk dat je je goed voorbereidt als je draaidagen hebt. Ik ben me wel bewust van de verantwoordelijkheden die ik heb. We worden daarin ook heel goed begeleid, onder andere door onze coach Tina. Misschien ben ik daardoor al wel iets volwassener dan mijn leeftijdsgenoten. Sowieso ben ik best zelfstandig. Dat heb ik van mijn mama geleerd."

Frits: "Meespelen in *Thuis* is inderdaad niet alleen plezant, je leert ook heel veel. Over hoe je met allerlei dingen moet omgaan, zowel in het leven als in de job."

Apollonia: "Dat is zo. Ik voel dat ik ook groei als actrice. Wanneer mijn scènes op televisie komen, probeer ik er altijd naar te kijken. Om te zien wat ik al goed doe en wat nog beter kan."

En welke impact heeft de serie op jullie persoonlijk?

Frits: "Ik heb mijn haar laten groeien! De schrijvers en regisseurs vertelden me dat Robin een *badboy* moest worden. Daarom vroegen ze me of ik mijn haar wou laten groeien. Geen probleem voor mij, dus nu heb ik langer haar."

Apollonia: "Op straat spreken mensen me af en toe wel eens aan, maar dat vind ik fijn. Want iedereen is heel lief. Soms krijg ik ook complimenten over mijn werk, wat natuurlijk supertof is. Dat stimuleert me om het alleen maar beter te doen."

Frits: "Toen mijn personage bezig was met drugs, stapten er op de speelplaats wel eens kerels op me af: 'Hey Frits, heb je wat drugs voor mij?' Dat was meestal gewoon stoerdoenerij. Ik lachte er dan eens mee."

Mochten jullie personages in het echte leven bestaan, zou het dan klikken tussen jullie?

Frits: "Mocht Robin bij mij op school hebben gezeten, dan zou ik er niet bevriend mee zijn geweest. Hij is een grote rebel die stoer wil doen en daarom zelfs even bezig was met drugs en alcohol. Daar hou ik absoluut mijn handen van af. Zelf ben ik nog een speels kind. Het is natuurlijk wel heel tof om een personage te spelen dat volledig anders is dan ikzelf."

Apollonia: "Ik zie wel wat gelijkenissen: het pubergehalte, af en toe wat koppig zijn, kleine conflicten met de mama ... Dat maak ik in mijn eigen leven ook mee. Toch is Britney een heel andere persoon dan ik. Zij is bijvoorbeeld een extreem ijverige student. Ik doe zelf ook wel mijn best, maar ben toch iets minder fanatiek."



Robin



“Wat ik later wil worden?
Acteur én skileraar!”

Frits De Ruyter

Welke opvallende momenten tijdens de opnames blijven jullie bij?

Apollonia: "Op een bepaald moment zat de vader van Britney, Eddy (gespeeld door Daan Hugaert, n.v.d.r.), in de gevangenis. Die scènes zijn me zeker bijgebleven, omdat ze beklijvend waren om te spelen."

Frits: "Het leuke is dat je in een fictiereeks als *Thuis* echt alles kunt meemaken. Robin werd ooit ontvoerd door Xander (een rol van Pieter-Jan De Paepe, n.v.d.r.). Dat was wel spectaculair. Wat grappig was: Robin had zijn locatie gedeeld met zijn familie en de politie. Hierdoor werd Xander zo boos dat hij keihard op de auto sloeg. Na de scène bleek dat acteur Pieter-Jan iets te enthousiast was geweest, want er was echt een diepe deuk in de motorkap. Hilariteit alom. We krijgen sowieso regelmatig de slappe lach. Ik kan me bijvoorbeeld moeilijk serieus houden wanneer iemand moet spelen dat die kwaad is op mij."

Apollonia: "Ja, ik herinner me een scène waarin Britney boos moest worden op Robin. Jij begon meteen te lachen en het heeft ons moeite gekost om alles deftig op te nemen."

Doen jullie zelf soms suggesties aan de schrijvers?

Apollonia: "Ik kom nu niet met hele verhaallijnen aanzetten, maar ik ken mijn personage natuurlijk door en door. Het gebeurt wel eens dat ik zeg: dit zou Britney nooit zeggen of doen. En dan passen we het aan."

Frits: "Ik heb eens gevraagd of Robin een hond kon krijgen. Zelf wil ik er ook een, maar dat mag niet van mijn ouders, dus dacht ik: dan maar in *Thuis*. Maar helaas, daar pakte het ook niet. Heel wat acteurs gaven me nochtans gelijk. Ik heb flink wat mensen kunnen overtuigen, behalve de schrijvers. Al blijf ik het een goed idee vinden, ook voor de verhaallijn! Dus lieve schrijvers, als jullie dit lezen: denk er nog eens over na."

***Thuis* is meer dan alleen de reeks op televisie. Zo worden er bijvoorbeeld ook fondagen georganiseerd en is er allerlei extra aanbod op VRT MAX en sociale media.**

Frits: "Ik vind dat super. Zo kunnen we een zo breed mogelijk publiek aanspreken. De podcast *De Thuisploeg*, met Sander Gillis, biedt bijvoorbeeld een toffe blik achter de schermen."

Apollonia: "*Thuis* heeft heel goeie *digital creatives* die zich bezighouden met Facebook, Instagram en TikTok. Leuke posts spreken jong en oud aan. Zo inspireren we misschien mensen die nog niet kijken om ook eens af te stemmen op *Thuis*. En zelf vinden wij het ook heel plezant, want wij kunnen toffe filmpjes maken."

Hoe zien jullie de toekomst? Willen jullie van acteren jullie beroep maken?

Apollonia: "Ik zie dat wel zitten! Misschien ga ik na het middelbaar wel naar de toneelschool. Sowieso hoop ik nog veel te kunnen acteren. Dit jaar is de Nederlandse film *Leeuwin* uitgekomen waarin ik een rol speel. Ik hou ook veel van mode en draai muziek op feestjes als dj ÀPI. Zolang ik creatief bezig kan zijn, ben ik gelukkig."

Frits: "Ik wil zeker ook blijven acteren, maar zou dat graag combineren met een job als ski-instructeur. Ik ski ongelooflijk graag en wil die passie delen met anderen. Daarom volg ik nu een opleiding om les te mogen geven. Ik ben ook monitor tijdens skikampen in de indoorpiste in Wilrijk. Zowel professioneel acteur als skileraar worden, dat zou mooi zijn!"

De stem in je wekker



Elke dag luisteren 2,7 miljoen Vlamingen naar een van de VRT-radiozenders. De ochtend is voor elk van die netten een belangrijke pijler. De stemmen van dat programma duiden als eersten de actualiteit van een kakelverse dag.

Roos Van Acker

Presenteert *Jouw Tijdloze ochtendradio* op de digitale zender *De Tijdloze*

Hoe ziet je ochtendroutine eruit?

"Uitslapen is mijn favoriete hobby, toch gaat mijn wekker elke ochtend al om 5.30 uur af. Ik zet twee wekkers zodat ik me zeker niet kan overslapen, maar meestal ben ik al wakker voor de eerste afgaat. Ik drink meteen een kop koffie, het liefst met een goede scheut melk en zonder suiker. Dan check ik de actualiteit om te zien of er muzikale nieuwtjes zijn die ik in mijn uitzending kan verwerken. Daarna maak ik me in twintig minuten klaar, drink nog een koffie, geef mijn kat eten en vertrek rond 6.10 uur naar VRT. In tegenstelling tot de andere ochtendprogramma's begint mijn uitzending pas om 8 uur."

Wie zijn de luisteraars van *Jouw Tijdloze ochtendradio*?

"Ze hebben vooral mijn leeftijd, al zitten er ook wat jongere mensen tussen. De liefde voor tijdloze artiesten verbindt jong en oud, dat merken we ook in onze stemlijsten zoals *De Tijdloze Album 500*. Ik vind het fantastisch dat ik mijn ochtendblok zelf mag samenstellen. Vanochtend startte ik de uitzending met de intense wake up in 'Chop Suey!' van System Of A Down. Dan zijn mijn luisteraars meteen wakker, al stuurde iemand me wel in de chat dat zijn vrouw het een iets mindere start vond. (lacht) Maar ik durf de dag ook eens rustiger beginnen met een Stevie Wonder, Nina Simone of Prince. Allemaal artiesten die niet kapot te krijgen zijn."

Met welke muziek word je zelf het liefst wakker?

"Wanneer ik thuis mijn eerste koffie drink, zet ik de Radio2-app open. Ik luister graag naar *Goeiemorgen Morgen!* omdat ik altijd al een grote fan ben geweest van Peter Van de Veire. Wij komen uit dezelfde streek: hij is van Waarschoot, ik van Eeklo. We hebben elkaar leren kennen bij Studio Brussel en onze band blijft. Ik hou van veel muziek, zolang die maar tijdloos is. Als ik een mindere dag heb, draai ik de volumeknop op luid en sta ik te dansen in de studio. Er hangen hier geen webcams, dus ik kan doen wat ik wil."

Uitkijken naar



VRT 1: *Het Hoge Noorden*, seizoen 3

Annemie Struyf werkt voor VRT 1 aan het derde seizoen van *Het Hoge Noorden*. Daarin trekt ze door Noorwegen, op bezoek bij landgenoten die er een nieuw leven willen beginnen. Alleen: emigreren naar een wondermooi, maar heftig land als Noorwegen is niet makkelijk. Het resultaat is een hartverwarmende reeks over dromen en verlangens, vallen en opstaan, in een verbluffend decor van fjorden, sneeuw en noorderlicht.

MNM: *de Strafste School*

MNM gaat voor de dertiende keer op zoek naar de *Strafste School* van Vlaanderen en Brussel. Aan deze epische wedstrijd deden al meer dan 120 scholen mee. Zeker 50 000 leerlingen lieten zich van hun origineelste en talentvolste kant zien om hun school in de kijker te zetten. Ontdek dit najaar welke school deze keer de titel in de wacht sleept én een onvergetelijk feest op de speelplaats wint.

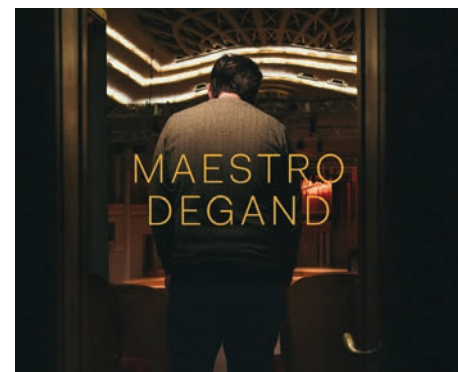


Ketnet: *Hilly Skate*

In het najaar kun je op Ketnet kijken naar de gloednieuwe fictiereeks *Hilly Skate*. Hilly trekt zowat iedere dag naar het skateplein, samen met haar vrienden. Wanneer ze geselecteerd wordt voor een proskateteam, komt een droom uit. Alleen ... Hilly moet zich een andere stijl aanmeten en ziet haar vrienden amper nog. Een programma met jong talent en zoals alles bij Ketnet gemaakt om digitaal te leven.

Canvas: *Maestro Degand*

Als kleine jongen al droomde acteur Stefaan Degand ervan de Vierde symfonie van Brahms te dirigeren, met een tachtigkoppig orkest. Voor de docureeks *Maestro Degand* verdiept hij zich een jaar lang in de partituur, leert van internationale topdirigenten de finesses van een symfonisch orkest beheersen en reist naar het Oostenrijks dorpje waar Brahms zijn magnum opus in 1885 voltooide. Stefaans muzikale odyssee eindigt op 27 januari 2024, met een uitvoering van de symfonie in Bozar, door het Belgian National Orchestra. Onder leiding van maestro Degand!



Studio Brussel: *De Nieuwe Lichting*



Studio Brussel gaat voor de twaalfde keer op zoek naar nieuw muzikalent van eigen bodem! Wie treedt in de voetsporen van Brihang, Tamino, Portland, Sunday Rose, Equal Idiots, Sons, Sylvie Kreusch, Kids With Buns, Ramkot en The Haunted Youth? Met *De Nieuwe Lichting* ontdek je vandaag het talent van morgen. Inschrijven kan dit najaar.

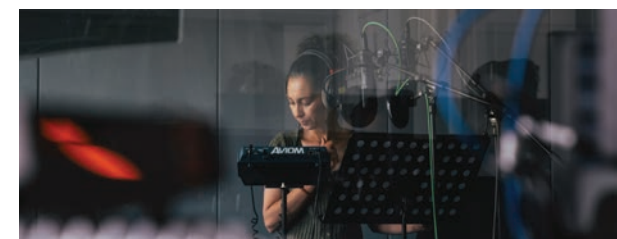
Radio 1: *Viva Lanoye!*

Op 27 augustus wordt Tom Lanoye 65. Radio 1 viert mee, met de podcast *Viva Lanoye!*. Een groots portret van een grote schrijver, verteld door intimi, compagnons de route, bewonderaars, criticasters én de Meester zelf. De vijfdelige podcastreeks neemt je mee op een auditieve tocht doorheen leven en werk van Tom Lanoye. Perfect om deze zomer in je oren te stoppen.



VRT MAX: podcast *Posha*

Deze podcast is een primeur, want de eerste audiofictie voor *young adults* op VRT MAX. *Posha* is buitenaardse *crime* om je oren bij te spitsen. Op Erasmus gaan is altijd een avontuur, maar wanneer drie studenten voor het eerst ooit op kosmische Erasmus mogen naar planeet Posha, loopt niet alles helemaal zoals verwacht. Reis mee vanaf september 2023.



Radio2 Top2000

Voor een sfeervolle eindejaarsperiode ben je aan het juiste adres bij Radio2. Ga samen met andere luisteraars op zoek naar tips en tricks om de dagen nog gezelliger te maken. De laatste weken van het jaar vind je Radio2 in Genk. Kom er genieten van de mooiste radiostemmen, artiesten van bij ons en de beste muziek. De playlist bepaal je helemaal zelf, tijdens de *Radio2 Top2000*.





Ondertussen

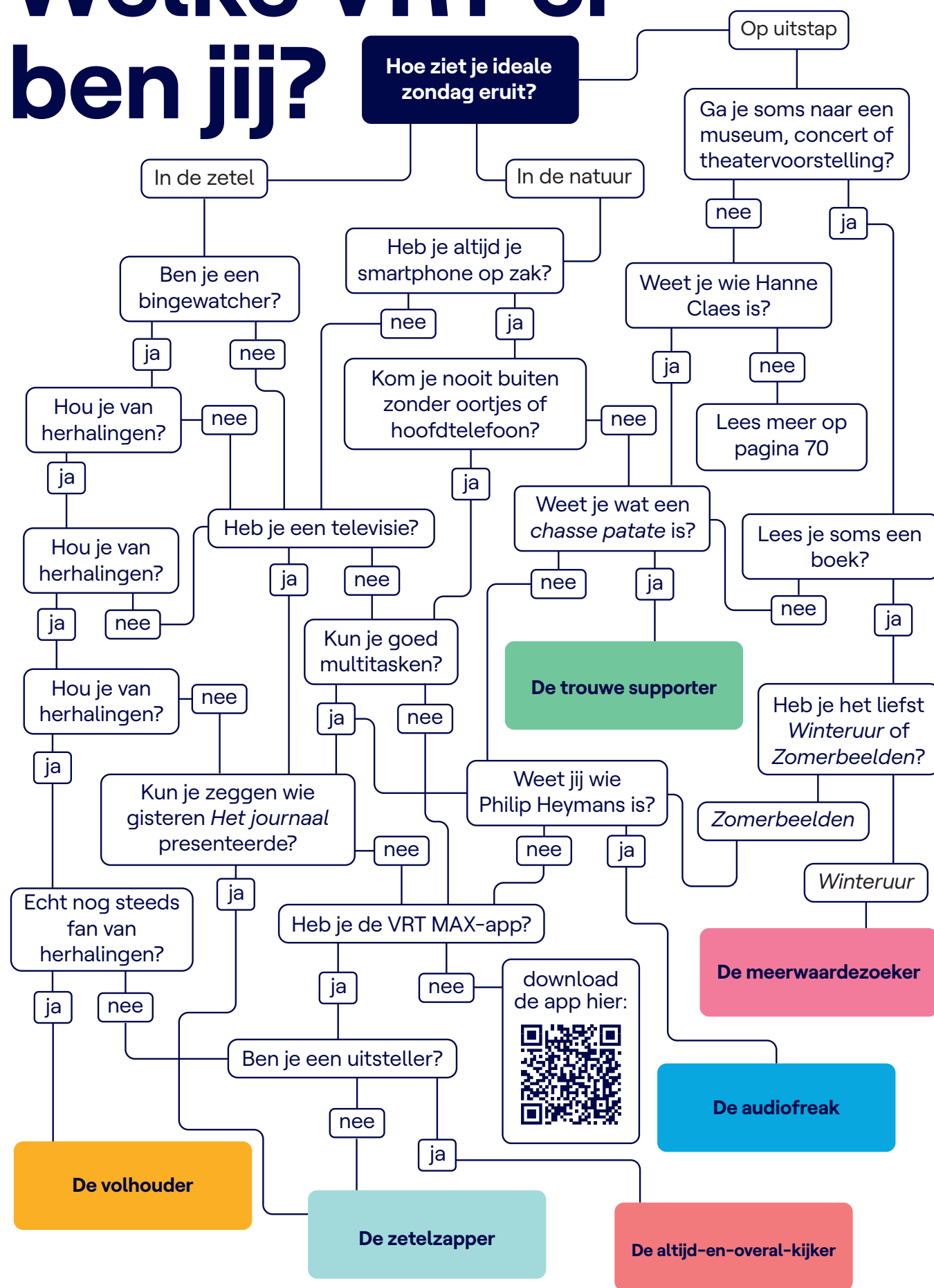
Wie op de Reyerslaan 52 in Brussel komt, kan er niet naast kijken: de bouw van het nieuwe VRT-huis is gestart. In 2026 zal dat klaar zijn. Het wordt een compact gebouw, omringd door een groene omgeving. Een innovatieve en flexibele plek, om het beste media-aanbod te kunnen creëren. Het open huis zal samenwerkingen en ontmoetingen stimuleren, en alle VRT-collega's verbinden, met elkaar én de buitenwereld. Zij krijgen een optimale infrastructuur voor een modern mediabedrijf dat inspeelt op de meest recente evoluties in het medialand. Het gebouw wordt bovendien erg duurzaam en zal niet verwarmd worden op gas of stookolie, maar wel via zonnepanelen en geothermie of aardwarmte. Jaarbeeld trok werflaarzen en een helm aan voor een unieke blik achter de schermen.



op de werf



Welke VRT'er ben jij?



Welke VRT'er ben jij?

De meerwaardezoeker

Een museumbezoek aan het KMSKA dankzij Thomas Vanderveken? Of een goed boek getipt door Annelies Moons en Joris Hessels? Aan boeiende gespreksonderwerpen geen gebrek. De cultuurtips van VRT bepalen jouw weekend.

De altijd-en-overal-kijker

Spoiler alert! Jij bent altijd mee met de nieuwste fictie en de laatste actua. VRT MAX heeft geen geheimen voor jou, want je hebt alle nieuwe reeksen al gezien. Stop nu met lezen, er staat een nieuwe aflevering online.

De audiofreak

Kijk, het is simpel: zolang het maar zonder beeld is en mét klank. Jij hebt alle mysteries in de *true crime*-podcasts al ontrafeld, maar bent ook mee met de actualiteit dankzij *Het Kwartier* van VRT NWS. *Bless the mess* op jouw VRT MAX-account, want je wilt niets missen en je oren verslinden elke nieuwe aflevering meteen.

De zetelzapper

Jouw televisieavond kan niet vroeg genoeg starten. Naast *Dagelijkse kost* staan ook *Het Journaal*, *Iedereen beroemd* en *Thuis* op jouw menu. Straffe fictie op VRT 1 of een boeiende docu op Canvas? Jij bent present. En je begrijpt niet waarom kandidaten het antwoord in *Blokken* wéér niet weten.

De trouwe supporter

Jij past perfect in de commentaarcabine van Karl Vannieuwkerke, aan tafel bij Imke Courtois of achterop de motor bij Renaat Schotte. Wielrennen, voetbal, judo ... jij volgt je favoriete sporten live of via de Sporza-app.

De volhouder

F.C. De Kampioenen wordt voor jou nog niet voldoende herhaald. Jouw vocabulaire bestaat vooral uit quotes uit de serie en in elke conversatie haal je deze dan ook naar boven. "Mijn gedacht!"

Meer weten?

Digitale longread

In de **digitale versie van dit Jaarbeeld** vind je een selectie van enkele artikels, aangevuld met nog heel wat extra's.



Scan de QR-code en ga naar de digitale longread.

Jaarverslag

Naast dit Jaarbeeld heeft VRT ook een **Jaarverslag** gemaakt. Daarin blikt de publieke omroep terug op de verwezenlijkingen van het afgelopen jaar.



Scan de QR-code en lees het Jaarverslag 2022.

Wist-je-dat

Nog niet uitgelezen over VRT? Je vindt meer interessante informatie op de wist-je-dat-pagina.



Scan de QR-code en snuister door de wist-je-dat-pagina.

Bezoek VRT

Altijd al willen weten hoe het er **achter de schermen** van VRT aan toegaat? Kom eens langs met je klas, familie, vrienden, jeugdhuis, vereniging of alleen. Enthousiaste gidsen nemen je mee op een inspirerende tocht: je bezoekt de radiostudio's, de journaliststudio, gaat langs bij Ketnet of maakt een leuke foto in het café van *F.C. De Kampioenen*. Zelf aan de slag gaan, kan ook: haal de Jacotte Brokken in jezelf naar boven en presenteer het weer in de *green key*-studio. Je bent van harte welkom!



Scan de QR-code en plan je bezoek aan VRT.

Contact

Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie

VRT nv van publiek recht
Auguste Reyerslaan 52
1043 Brussel

02 741 31 11



Scan de QR-code en ontdek hoe je VRT kunt contacteren.

Colofon

Productie

Bob Vermeir, Karen De Meyere, Lesley Hernalsteen, Naomi Ansah, Noëlla Goossens, Stay Wild, Thibault Callebaut

Redactie

Bart Verbeeck, Charlotte Knapen, Geertje Slangen, Len Buggenhout, Marianne De Baere, Nikki Peeters, Robin Broos, Robin De Veen, Simon Van Glabeke

Fotografie

Annika Wallis, Charlotte Knapen, Daan Wallis, Damon De Backer, Frank Lambrechts, Freya Goossens, Geert Van Hoeymissen, Guillaume Van Laethem, Jef Boes, Jokko, Katerina Malofejeva, Michel Vertongen, Milo Weiler, Nele Dierick, Patrick Ilunga, Philippe Piraux, Philippe van Gelooven, Rebecca De Cavel, Rebecca Fertinel, Rosine Kuzwa, Sofie Silbermann, Stef Keynen, Thomas Nolf, Thomas Sweertvaegher

Vormgeving

Flore Robberechts, Stay Wild, Yves Podevyn

Druk

print.vlaanderen



© VRT 2023
V.U. Bob Vermeir

Bedankt voor het compliment

“Fijn dat het *VRT NWS Live*-format kort op de bal speelt tijdens belangrijke momenten én ruimte biedt voor diepgang en duiding. Zo werd er tijdens het bezoek van de Oekraïense president Zelensky aan Brussel uitgebreid ingegaan op het Europese politieke systeem en de werking van de EU.”

Prof. dr. Steven Van Hecke, KU Leuven

“Op uitnodiging van de publieke omroep mocht ik tijdens een VRT Connect-sessie mee nadenken over samenwerkingen tussen het onderwijs en VRT. Zoveel kansen op een kwalitatief aanbod voor leerlingen en leerkrachten. Wat een sterk verhaal!”

Walentina Cools, algemeen directeur bij OVSG

“Het gastcollege over VRT dat Frederik Delaplace aan de laatstejaarsstudenten Communicatiewetenschappen gaf, was voortreffelijk. Het was relevant, snedig en interactief. De studenten waren unaniem laaiend enthousiast.”

Prof. dr. Baldwin Van Gorp, KU Leuven

“Geweldig om te zien dat *Het verhaal van Vlaanderen* echt de interesse in musea aanwakkert. De impact van het televisieprogramma op museumbezoeken is bijzonder groot.”

Erika T'Jaecx, directeur museumPASSmusées



“Erg blij dat VRT en Streamz elkaar gevonden hebben, hun krachten bundelen en samen op een duurzame manier investeren in kwaliteitsfictie. Dat is fantastisch nieuws voor de Vlaamse audiovisuele sector. Die kan er alleen maar beter van worden. Grote dank namens het Vlaams Audiovisueel Fonds en Screen Flanders voor deze wijze en gewaardeerde beslissing. Een welkome hefboom voor Vlaamse topseries en een cadeau voor de kijker.”

Koen Van Bockstal, directeur-intendant VAF

“Belastinggeld voor VRT kent een grote *return on investment*. Zekerheid qua nieuws en ruimte voor duiding, op zoveel platformen, voor zoveel doelgroepen, met een speciaal compliment voor *Karrewiet* en *nws.nws.nws!* Van grote betekenis voor het democratische proces en sociale weefsel van Vlaanderen. Sterke samenwerkingen met externen zorgen bovendien voor een multiplier-effect: centen voor VRT zwingelen ondernemen in de privé aan. En dan weet je: *business is business*, maar ook extra belastinginkomsten.”

Prof. dr. Stijn Baert, Universiteit Gent

“VRT is een belangrijke partner in het communiceren over ondernemerschap en innovatie. Voor de toekomst van onze economie en de oplossingen voor de grote maatschappelijke transities hebben we nood aan vele nieuwe STEM-talenten. Jongeren van kleins af aan via hun vertrouwde mediakanalen op een originele en creatieve manier in contact brengen met wetenschap, technologie en innovatie is dan ook een must. Fijn dat we hiervoor goed kunnen samenwerken met de publieke omroep.”

Frank Beckx, directeur Kennis- en Lobbycentrum Voka

“Met de Wéldoenersactie van Radio2 krijgen de Week van de Vrijwilligers én het vrijwilligerswerk extra veel uitstraling. Het is superfijn om de diversiteit aan vrijwilligersverhalen te horen en te zien dat wie eens wil vrijwilligen dat duwtje in de rug krijgt om het eens uit te proberen. Voor organisaties wordt Wéldoeners al een begrip. Veel dank voor dit initiatief!”

Eva Hambach, directeur Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk

“De publieke omroep is een innovator en heeft in Vlaanderen een voortrekkersrol voor alle partners, zoals productiehuzen, die ook willen innoveren.”

Dr. Silvia Van Aken, onderzoekskoördinator Immersive Lab, AP Hogeschool

“Vooral sinds VRT in 2018 de World Tour in het vrouwenwielrennen live op televisie begon uit te zenden, is de opmars van de sport onmiskenbaar.”

Henk Dheedene, journalist De Tijd

“Graag willen we VRT bedanken voor de expliciete vermelding in de dagelijkse fictiereeks *Thuis* van de Kansspelcommissie en de mogelijkheid voor probleemspelers om zich te laten uitsluiten van gokken. Hopelijk kan dit thema uit de reeks inspirerend werken voor mensen die een problematische relatie met kansspelen hebben ontwikkeld.”

Marjolein De Paepe, communicatie-manager Kansspelcommissie

“Met drie van de tien afleveringen achter de kiezen mag ik de VRT MAX-reeks *Knokke off* zinnenprikkelend noemen: uitdagend, verleidelijk, intrigerend, spannend. Goed geschreven, mooi in beeld gebracht en vooral uitstekend geacteerd.”

Sebastiaan Bedaux, recensent De Zondag





Nieuws van dichtbij
raakt je.

Volg het nieuws uit jouw buurt
met de gratis app van VRT NWS.

vrt nws Gaat verder