



# JAAERVERSLAG 2018







# JAARVERSLAG 2018

## **Beheersovereenkomst 2016-2020**

“De VRT zal jaarlijks, en dit vóór 1 juni aan de Vlaamse regering een door de Raad van Bestuur goedgekeurde nota voorleggen die voor elk van de performantiemaatstaven opgenomen in de beheersovereenkomst aangeeft in hoeverre de vooropgestelde doelstellingen reeds bereikt zijn.”

## MISSIE

De openbare omroep wil alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden en zo de Vlaamse samenleving versterken.

De VRT wil als dienstverlenende organisatie een bijzondere positie innemen in de samenleving. De VRT wil met een kwaliteitsvol en ondersteunend aanbod dat voortkomt uit zowel interne als externe creativiteit, vernieuwend is en inzet op durf en lef alle mediagebruikers bereiken en de Vlaamse gemeenschap in al haar verscheidenheid aan bod laten komen. De VRT speelt een belangrijke rol in het stimuleren van het brede maatschappelijke debat en heeft een plaats in het leven van alle Vlamingen, ongeacht waar ze wonen, en dit over verschillende generaties heen. De VRT streeft naar een groot bereik, niet met het oog op het realiseren van hoge marktaandelen, maar met het oog op het relevant zijn voor zoveel mogelijk Vlamingen. Dat is de belangrijkste bestaansreden van de publieke omroep, namelijk het versterken van de democratie en de samenleving door bij te dragen aan een maatschappelijk en pluralistisch debat, de samenleving te documenteren en het stimuleren van cultuur- en taalbeleving en de Vlaamse identiteit in haar verscheidenheid.

Als publieke omroep vervult de VRT deze missie op een onafhankelijke manier en krijgt ze voldoende armslag, zowel operationeel als financieel, om haar cruciale en centrale rol in de samenleving waar te maken.

(Bron: Beheersovereenkomst 2016-2020)

# INHOUD

→	Missie VRT	2	5	<b>TOEKOMSTGERICHT EN INNOVATIEF</b>	
	De VRT in 2018	4		Toekomstgericht en digitaal aanbod	85
	Organigram	6		Innovatie	90
	Voorwoord	7			
	Inleiding	8	6	<b>SAMENWERKING</b>	
1	<b>VOOR IEDEREEN RELEVANT</b>			Versterking van het media-ecosysteem	95
	Bereik	11		Samenwerking met het middenveld	105
	Diversiteit	22	7	<b>EEN WENDBARE ORGANISATIE</b>	
	Toegankelijkheid	26		Personeelsbestand	111
2	<b>INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR</b>			Fier op de VRT	114
	Informatie	33		Talentontwikkeling	117
	Cultuur	42		Aanwervingsbeleid	118
	Educatie	56		Sociaal overleg	120
3	<b>PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT</b>		8	<b>DEUGDELIJK BESTUUR</b>	
	Ontspanning	65		Deugdelijk bestuur	123
	Sport	68		Interne controleverklaring	127
4	<b>DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMERK</b>			Interne controle en de rol van het Auditcomité en de Interne Audit-functie	128
	Radio 1	74	9	<b>FINANCIËLE RESULTATEN</b>	
	Radio 2	75		Jaarrekening 2018	131
	Klara	76		Toelichting bij de financiële resultaten	147
	MNM	77		Analyse van de opbrengsten en kosten	151
	Studio Brussel	78		Nettokosten van de publieke opdracht	161
	Eén	80		Uitvoering van de ESR-begroting 2018	162
	Canvas	81		Verbonden ondernemingen en ondernemingen waarmee een deelnemingsverhouding bestaat	163
	Ketnet	82	10	<b>OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN</b>	166
			→	Prijzen en nominaties	170

## DAGELIJKS BEREIK

 **3.095.876** luisteraars

 **2.666.339** kijkers

 **1.217.037** surfers

 **71,2%** via mobiel toestel

 **144.655** videostarts op VRT NU

 **1.499.632** videostarts op

Facebook & YouTube

## OPDRACHT



### INFORMATIE (DAGELIJKS)

- **1.784.923** kijkers
- **2.860.942** luisteraars
- **446.928** surfers (Vrtnws.be)



### EDUCATIE

- **21** documentaires in coproductie
- **17.000** VRT-items op Archief voor Onderwijs



### CULTUUR (JAARLIJKS)

- **415** captaties
- **654** cultuur- en media-items in *Het Journaal*
- Vlaamse muziekproducties op VRT-Radio: **26,2%**
- Nederlandstalige muziek: Radio 2: **30,3%** - Radio 1: **16,1%**



### SPORT EN ONTSPANNING

- **55** sporten op Radio 1 - **53** op Eén.
- Ontspanning met aandacht voor maatschappelijke thema's

## INNOVATIE

- **VRT Sandbox** start-ups testen bij VRT
- **VRT Start-Up** uittesten van nieuwe mediatoepassingen
- **OpenVRT** stimuleren van Vlaams creatief talent

## VERSTERKING MEDIA-ECOSYSTEEM

- **68,0%** Vlaamse producties en coproducties op Eén en Canvas (primetime)
- Externe producties: **18,29%** van inkomsten

## SAMENWERKING

- middenveldorganisaties
- externe productiesector
- regionale & publieke omroepen
- onderwijsinstellingen
- kmo's & start-ups
- culturele organisaties
- muzieksector
- telecommunicatiebedrijven
- Vlaamse uitgevers
- sportorganisaties
- Vlaamse overheidsdiensten

2018

JANUARI

FEBRUARI

MAART

APRIL

MEI

JUNI

*Klara in deSingel*  
De nieuwe lichting  
Start Taboe

*MIA's*  
Het gala van  
de gouden K's

*De Eregalerij*  
Start Gevoel  
voor tumor

*LangZullenWeLezen*  
Studio dada  
VRT NXT Lab

*De Koningin*  
Elisabethwedstrijd  
Radio 2-tuindag

*WK voetbal*  
Marathonradio  
Lancering app  
VRT NU

## DOELGROEPEN



### NIEUWE VLAMINGEN

Schermaanwezigheid: **8,0%**



### PERSONEN MET EEN BEPERKING

Schermaanwezigheid: **1,1%**



### VROUWEN

Schermaanwezigheid: **38,8%**



### JONGEREN

- MNM & Studio Brussel
- Videostarts YouTube & Facebook: Studio Brussel: **74.850.920**
- MNM: **36.209.506**



### KINDEREN

- Ketnet
- **49.863.087** videostarts op Ketnet.be, Facebook en YouTube
- Dagelijks: **58.317** surfers



### SLECHTHORENDE

- Teletekstondertiteling: 98,4%
- Vlaamse Gebarentaal: *Het journal* en *Karrewiet*



### SLECHTZIENDE

- Audiodescriptie: 100% zondagavondfictie
- Gesproken ondertiteling



### BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

- Flandersnews.be
- Flandreinfo.be
- Flanderninfo.be



### VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

- **Radio**  
via internet: alle netten  
via satelliet: Radio 1 en Radio 2
- **Televisie**  
via satelliet: BVN  
via internet en app: BVN Live  
via VRT NU
- **Websites**

## CREATIEVE MEDEWERKERS

- **2.094,9** medewerkers (VTE)
- **3,3%** Nieuwe Vlamingen
- **39,6%** vrouwen

## AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS

- **38.753** Klantencontacten
- **4.795** reacties bij de nieuwsombudsman

## EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST

- Overheidsdotatie:
- **270,1** miljoen euro
  - **41,2** euro per Vlaming per jaar

## KWALITEIT



### WAARDERING (SCORE OP 10)

- Radio 2: **8,3**
- Canvas: **8,2**
- Eén, Radio 1, Studio Brussel en Klara: **8,1**
- MNM: **8,0**

## MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Voorbeelden:

- *Het Klarafestival* (Klara)
- *Let's Get Digital* (MNM)
- *De nieuwe lichting* (Studio Brussel)
- *Dans met Hanne* (Canvas)
- *Taboe* (Eén)
- *De inspecteur* (Radio 2)
- *Jij kiest bij Debecker* (Radio 1)
- *Het gala van de gouden K's* (Ketnet)
- *Iedereen tegen kanker* (VRT)
- *De warmste week* (VRT)
- ...

JULI

AUGUSTUS

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

*Cinema Canvas  
Vlaanderen feest!*

*Zomerhit  
Zomerfestivals*

*De Lage Landenlijst  
Ketnet kick-off*

*VRT-Taaldag  
#kies18*

*VRT NWS Connect  
Nooit meer  
ten oorlog*

*Media fast forward  
De warmste week*





# ORGANIGRAM

## Raad van Bestuur

**Voorzitter:** Luc Van den Brande<sup>1</sup>

**Ondervoorzitter:** vacant<sup>2</sup>

**Overige leden:** Philippe Beinaerts, Christine Conix, Marc De Clercq, Christian Leysen<sup>3</sup>, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers<sup>4</sup>, Jan Roegiers, Charlotte Verhaeghe<sup>5</sup>, Chris Verhaegen<sup>6</sup>

**Gemeenschapsafgevaardigde:** Rudi De Kerpel

**Gedelegeerd bestuurder:** Paul Lembrechts

**Secretaris:** Hilde Cobbaut

## Raad van Bestuur - Auditcomité

**Voorzitter:** Charlotte Verhaeghe<sup>7</sup>

**Leden:** Marc De Clercq, Chris Reniers en Luc Van den Brande

**Waarnemers:** Rudi De Kerpel, Paul Lembrechts en Koen De Hauw (manager Interne Audit)

## Raad van Bestuur - Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

**Voorzitter:** Christian Leysen

**Leden:** Marc De Clercq, Nico Moyaert, Freya Piryns en Jan Roegiers

**Waarnemers:** Rudi De Kerpel, Paul Lembrechts, Philippe Beinaerts (bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande

## Raad van Bestuur - Remuneratie- en benoemingscomité

**Voorzitter:** Luc Van den Brande

**Leden:** Christian Leysen en Nico Moyaert

## Raad van Bestuur - Ad hocsubcomité beheersovereenkomst

**Voorzitter:** Luc Van den Brande

**Leden:** Christian Leysen<sup>8</sup>

## VRT-Directiecollege<sup>9</sup>

**Gedelegeerd bestuurder:** Paul Lembrechts<sup>10</sup>

**Directie Media & Productie:** Peter Claes

**Directie HR:** Hans Cockx

**Directie Technologie & Innovatie:** Stijn Lehaen

**Directie Financiën & Operaties:** Lieven Vermaele

**Directie Informatie:** Liesbet Vrieleman

## Manager Communicatie en Woordvoerder VRT

Bob Vermeir

**1**

Zetelt ook als voorzitter in de Raad van Bestuur van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT (PFC)*. Hij zetelde tot december 2018 (het moment waarop het *Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT (PFOS)* vereffend werd) tevens als voorzitter in de Algemene Vergadering van het PFOS.

**2**

Tot en met 23 april 2019 was Ellen Van Orshaegen ondervoorzitter van de Raad van Bestuur. Zij zetelde ook als bestuurder in de Raad van Bestuur van het PFC en zetelde tot december 2018 (het moment waarop het PFOS vereffend werd) als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

**3**

Zetelde tot december 2018 (het moment waarop het PFOS vereffend werd) als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

**4**

Zetelde tot december 2018 (het moment waarop het PFOS vereffend werd) als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

**5**

Tot en met mei 2018 Véronique Matthijs.

**6**

Zetelt als vertegenwoordiger van de VRT in de Algemene Vergadering van het PFC en zetelde tot december 2018 (het moment waarop het PFOS vereffend werd) als venoot in de Algemene Vergadering van het PFOS.

**7**

Tot en met mei 2018 Véronique Matthijs.

**8**

Tot en met 23 april 2019 was Ellen Van Orshaegen lid van het Ad hocsubcomité beheersovereenkomst.

**9**

Op 31 december 2018 bestond het VRT-Directiecollege uit Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder), Peter Claes (Directie Media & Productie), Hans Cockx (Directie HR), Stijn Lehaen (Directie Technologie & Innovatie) en Liesbet Vrieleman (Directie Informatie).

**10**

Zetelt ook als voorzitter in de Algemene Vergadering van het PFC.







## VOORWOORD

2018 bevestigde opnieuw dat de veranderingen in de maatschappij, het medialandschap en het mediagebruik steeds sneller gaan. Hierbij is het de opdracht van de VRT om relevant te zijn. En inderdaad, de VRT veroverde elke dag opnieuw de harten van de Vlamingen met haar aanbod op radio, televisie en online. Zij informeert, inspireert en verbindt ons allemaal en versterkt zo de Vlaamse samenleving. De publieke omroep realiseert deze missie omdat hij voor iedereen een bepalende rol speelt op het vlak van informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport. Dat deed hij in 2018 trouwens voor 41,2 euro per Vlaming, wat veel lager is dan in de meeste Europese landen.

Ook elders in Europa vervullen de publieke omroepen een centrale rol ten opzichte van de bevolking. Te vaak staat die echter ter discussie. Maar het is duidelijk: als we in Vlaanderen een sterke democratische samenleving willen, dan moeten we samen blijven gaan voor een sterke publieke omroep die voldoende ruimte heeft om maatschappelijke meerwaarde te bieden. De VRT bekleedt momenteel een unieke positie in ons medialandschap. Ze slaagde er in 2018 opnieuw in om de Vlaamse mediagebruiker op maat te bedienen. Ondanks de budgettaire beperkingen, de internationale druk en de mediaconcentratie in eigen land, moeten we dat zo houden om een rol van betekenis te blijven spelen in het leven van de Vlamingen. Een duurzame, gewaarborgde financiering blijft hierbij nodig.

Naast haar aanbod op radio, televisie en online was de VRT in 2018 actief op vele terreinen: de omroep innoveerde bijvoorbeeld voortdurend, hij promoveerde de cultuurbeleving in Vlaanderen, nam initiatieven op het vlak van onderwijs, sensibiliseerde rond de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, voerde acties voor kinderen en jongeren, stimuleerde de solidariteit met anderen (onder andere met *De warmste week*). Wat we ook deden, we toonden steeds ons maatschappelijk engagement. Het bieden van publieke meerwaarde voor de Vlaamse samenleving, bepaalt immers of we onze opdracht waar maken.

Onze merken- en aanbodstrategie is daarvoor een hefboom. Centraal in die strategie staat ons eigen Vlaams aanbod. We leven in een tijd van overvloed aan internationale producties die op onze televisie of smartphone binnenstromen. Maar kwaliteitsvolle Vlaamse producties vormen voor de publieke omroep een van de belangrijkste onderscheidende kenmerken, ten opzichte van andere Vlaamse en internationale mediabedrijven. Onze bestaansreden ligt ook daar: een aanbod bieden voor iedereen in Vlaanderen.

Om onze opdracht te vertalen naar een breed publiek, hielden we in 2018 voortdurend voeling met wat onder de mensen leeft. Een belangrijke taak was daarbij weggelegd voor onze nieuwsdienst. Die leverde correcte, neutrale

informatie en gedegen duiding zodat onze mediagebruikers de wereld beter kunnen vatten. De VRT wil het vertrouwen in haar hoog houden. Betrouwbaarheid dient dan ook haar waarmerk te blijven. Dat kan alleen als haar nieuwsdienst zo ver mogelijk wegblijft van elke polarisatie en fake news. Dat sluit trouwens ook aan bij wat het EBU-rapport "50 Ways to Make it Better" uit 2018 stelt: de rol van kwaliteitsvolle journalistiek is nog nooit zo belangrijk geweest voor onze samenleving en onze democratie. Aan de andere kant: om het publiek te blijven bereiken met een aangepast modern informatie-aanbod (en dus zijn rol te blijven waarmaken) moet VRT NWS wel voldoende nieuwe technologieën kunnen inzetten.

De VRT behaalde in 2018 ei zo na alle doelstellingen uit haar beheersovereenkomst. Daarmee hielp ze de Vlaamse samenleving weer verder vooruit. De publieke omroep is van ons allemaal en zet er sterk op in om ook na 2018 relevant te blijven omdat hij ook in de toekomst meer dan ooit maatschappijversterkend wil zijn. Mijn dank hiervoor aan alle gemotiveerde medewerkers.

Als voorzitter van de Raad van Bestuur van de VRT, ben ik er over de jaren heen, meer dan ooit van overtuigd: de publieke omroep realiseert een grote meerwaarde en heeft impact op de grote uitdagingen van Vlaanderen en het leven van elke Vlaming. Dat deed de VRT in 2018. Dat moet ze blijven doen in de toekomst.

**Luc Van den Brande**  
Voorzitter VRT





# VOLUIT VOOR DE VLAAMSE SAMENLEVING

Wij hebben de opdracht, het voorrecht, de mogelijkheid om mensen te tonen wat er gebeurt in onze samenleving. Hoe beter mensen elkaar kennen, hoe beter ze elkaar begrijpen en hoe makkelijker ze goed kunnen samenleven.

In 2018 hebben we ten volle gedaan wat die Vlaamse samenleving terecht van ons verwacht: we hebben mensen, alle mensen in onze regio, te allen tijde de kans gegeven zich correct en grondig te informeren, we hebben ze geïnspireerd, we hebben ze bewogen tot hartverwarmende actie en verbondenheid. We hebben dat gedaan met meerlagige programma's op radio en televisie, met een breed online-aanbod, met verfrissende gebeurtenissen te lande.

Om relevant te blijven voor elke mediagebruiker, volgen we hoe hij/zij met media omgaat, we komen onder de mensen en we zijn in de eerste plaats zelf mediagebruikers. We weten dus dat we daar moeten zijn waar de Vlamingen ons zoeken, ons verwachten, op nieuwe mediaplatformen. Het vereist inzicht, doorzicht en investeringen in innovatieve technologie. Het vereist een bedrijfscultuur die intern ondernemerschap stimuleert en extern ondernemerschap aanhaalt. Wij zijn een krachtige motor in het Vlaamse media-ecosysteem. We doen veel met weinig. Veel slaat dan op kwaliteit door meerlagigheid, op rendement door economische meerwaarde. Precies zo komen wij onze verplichtingen na.

## Alle Vlamingen

Om impact te hebben op de samenleving willen we met de VRT zoveel mogelijk Vlamingen bereiken, Vlamingen van alle leeftijden, van welke afkomst, welke sociale klasse of welk opleidingsniveau ook. In 2018 bereikte de openbare omroep wekelijks 88,7% van de Vlaamse bevolking en meer dan 75% bij alle relevante doelgroepen. Onderzoek<sup>11</sup> toont aan dat 73% van de Vlamingen (veel) vertrouwen heeft in de VRT, de op drie na hoogste score van alle instellingen in Vlaanderen.

We weerspiegelen de facto de diversiteit van de Vlaamse samenleving. Het is een evidentie dat we dat doen. We kennen geen minderheidsgroepen, hooguit groepen, ouderen en jongeren, gelovigen en ongelovigen, Vlamingen en nieuwe Vlamingen, mensen vooral. We maken ons aanbod maximaal toegankelijk voor wie een visuele of auditieve beperking heeft, door programma's – ook online – te ondertitelen en Vlaamse Gebarentaal of audiodescriptie te voorzien.

## Informatie, cultuur, educatie en sociale samenhang

- Het koepelmerk VRT NWS is een baken voor nieuws, snel en alert, tegelijk correct, betrouwbaar, ook in politiek hitsige tijden onpartijdig. Voor duiding ook, voor internationaal nieuws en – het mag opvallen – voor onderzoeksjournalistiek. De nieuwssite [Vrtnws.be](http://Vrtnws.be)

krijgt armslag. Neem onze berichtgeving over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. In 2018 bereikte de VRT met haar totale informatieaanbod wekelijks 78,9% van de Vlaamse bevolking. Uit onderzoek blijkt dat de Vlamingen VRT NWS op televisie, radio en online als de meest betrouwbare nieuwsbron<sup>12</sup> beschouwden. Die reputatie verwerven, dat moet je verdienen.

Een belangrijke uitdaging voor VRT NWS blijft aansluiting te vinden met alle doelgroepen binnen de Vlaamse bevolking, dus ook jongeren. Veranderend mediagebruik bij deze groep maakt het voor een "klassiek" mediabedrijf een extra uitdaging om deze verbinding waar te maken. Maar we moeten er in slagen die aansluiting te vinden, hoe moeilijk ook. Het voorbije jaar introduceerden we een aangepast kinderjournaal, begonnen we met het jonge online-nieuwsaanbod van MNM NWS.

- Cultuur levert fijne gerechten op, we mengen cultuur ook in het deeg van aanbod van alle aard en merken. *Het journaal* totaliseerde 654 cultuuritems. We stimuleerden in dat toch mooie jaar 2018 cultuurbeleving en -participatie met evenementen en acties waaronder *LangZullenWeLezen*, *Klara in deSingel*, *Cinema Canvas*, *Ketnet Musical*, *De nieuwe lichtung*, *De MIA's* en de wedstrijd voor amateur-dansgroepen *Dans met Hanne*. Er zijn nieuwe digitale initiatieven gekomen zoals *Dagelijkse kunst* op YouTube, een agenda van cultuurevenementen via een Instagram-account van *Pompidou*, culturele podcasts (zoals *De zonnekoning*) en online-reeksen.
- Educatieve onderwerpen en mediawijsheid hadden een plaats op alle VRT-platformen, onder meer in de nieuws- en duidingsprogramma's, in algemene of thematische programma's, in specifieke programma's voor kinderen en acties voor jongeren. Zo hebben we voor KLAAR en EDUbox (van VRT NWS) en voor De Universiteit van Vlaanderen prettig samengewerkt met de onderwijswereld en educatieve organisaties.
- Ontspanningsprogramma's zijn een belangrijk onderdeel in het aanbod van de VRT. Let wel: ontspanning en ontspanning is twee. Bij de VRT mag het iets meer zijn, dat mag geweten zijn. Ontspanning mag bij uitzondering vrijblijvend zijn. Eigenlijk liever toch niet. Laat ontspanning bij uitstek zelfs en bij voorrang, verbinden, aankaarten wat moeilijk ligt, laat het empathie wekken. Voorbeelden zijn legio: *Gevoel voor tumor*, *Down the Road*, *Taboe* en *De madammen*. De VRT is in 2018 meer tussen de Vlamingen in gaan staan. We deden dat met mobiliserende acties. *Met iedereen tegen kanker*, *de Move tegen pesten* en *De warmste week*. Sport is nog zo'n motor. De sportzomer met onder meer het WK voetbal: onvergetelijk genieten toch? Door de sportverslaggeving van grote sporten goed te programmeren hebben we goed wat aandacht kunnen besteden aan 'kleine' sporten.

### De verwevenheid van merken

De openbare omroep realiseerde zijn opdracht met elkaar aanvullende, onderling verweven aanbodsmerken, elk met hun eigen doelgroep of specifiek domein (Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel, Eén, Canvas, Ketnet, VRT NWS, Sporza). De merknaam 'VRT' is het overkoepelende kwaliteitslabel. Het geeft het informatiemerk VRT NWS en het online-videoplatform VRT NU wind in de zeilen.

### Innovatie als economische hefboom

De VRT profileerde zich in 2018 heel duidelijk niet als een radio- en televisieomroep, maar als een digitale media-organisatie. Ik verwijs met trots naar ons online-aanbod op verschillende platformen, zoals het videoplatform VRT NU (dat nu ook beschikbaar is als *app*), de websites en *apps* van de aanbodsmerken en de sociale media. We pakten samen met mediapartners uit met DAB+, de nieuwe digitale radiostandaard.

De VRT is op het vlak van innovatie dankzij verschillende onderzoeksprojecten over media en technologie, in samenwerking met Vlaamse en internationale partners, een technologische en economische hefboom in Vlaanderen. In 2018 zijn we met VRT Sandbox (projecten van start-ups en kmo's) de motor geworden van een uitrol van dit project op Europees niveau. Ook hier weer: ondernemerschap en economische meerwaarde via de afdeling.

### Samen met de mediasector en het middenveld

De VRT is in Vlaanderen de grootste producent van audiovisuele content en werkt tegelijk nauw samen met ondernemers in de mediasector. Nieuw academisch onderzoek<sup>13</sup> bevestigt de economische meerwaarde van de VRT voor de Vlaamse onafhankelijke productiesector. Om het media-ecosysteem nog meer te ondersteunen hebben we, samen met de Vlaamse investeringsmaatschappij PMV, de joint venture Media Invest Vlaanderen opgericht. Het Vlaams audiovisueel fonds verleende steun aan 21 televisieproducties die in coproductie met de VRT tot stand kwamen. Met de community OpenVRT geeft de VRT jong en creatief Vlaams talent de kans om te experimenteren, inzichten te delen en professional te worden. De VRT werkt voor productie, uitwisseling van inhoud en strategie samen met nationale en regionale mediaorganisaties en met andere publieke omroepen.

Om haar maatschappelijke (meer)waarde voor de Vlaamse samenleving te onderbouwen, werkte de VRT in 2018 samen met heel wat instellingen en organisaties, onder meer uit het middenveld, het onderwijs, de cultuur- en muzieksector en het sportveld.

### Flexibel, efficiënt en toekomstgerichte sterkhouders

Om klaar te zijn voor de toekomst ontwikkelde de VRT zich in 2018 als een wendbare, doelgerichte en slankere organisatie. Dat lukte door kerntaken voorrang te geven, door aan te sturen op een toekomstgerichte en efficiënte bedrijfscultuur en door te investeren in leiderschaps- en talentontwikkeling. De VRT verbeterde haar integriteitsbeleid, ontwikkelde een duurzaam mobiliteitsplan en werkte voort aan haar nieuwbouwproject.

De VRT en haar medewerkers willen er met al hun initiatieven voor zorgen dat ze ook morgen efficiënt en performant rechttop in de media van de Vlamingen staan. Onze toekomst ligt in het voluit deel zijn van deze samenleving. We waren dat in 2018 meer dan in 2017 en zullen dat in 2019 meer zijn dan in 2018. Ik uit het volste vertrouwen in onze missie en onze capaciteiten om ze te verwirkelijken. Ik spreek mijn vertrouwen uit in een toekomst van de VRT als sterkhouders van de hele Vlaamse samenleving.



**Paul Lembrechts**

Gedelegeerd bestuurder VRT







1

# VOOR IEDEREEN RELEVANT

De missie van de VRT bepaalt dat zij zich als publieke omroep richt op alle Vlamingen. Zo kan ze met haar aanbod maximale maatschappelijke impact realiseren. De VRT slaagt in die doelstelling. Dat blijkt uit het feit dat zij op radio, televisie en online een hoog bereik haalt en dat de Vlamingen hun waardering uitdrukken voor het VRT-aanbod.

Om een zo groot mogelijk publiek te bereiken heeft de publieke omroep een specifiek aanbod voor kinderen, jongeren, slechthorenden, slechtzienenden en Vlamingen in het buitenland. Tegelijk streeft hij ernaar om in zijn aanbod nieuwe Vlamingen, vrouwen en personen met een beperking op een inclusieve manier te benaderen.



## 1.1

## BEREIK

De VRT tracht alle bevolkingsgroepen zoveel mogelijk te bereiken, los van hun afkomst, leeftijd, geslacht of opleidingsniveau. In 2018 bereikte de VRT met haar aanbod wekelijks 88,7% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder). De norm uit de beheersovereenkomst (85% van de totale bevolking in Vlaanderen) werd zo behaald.

Het gemiddeld weekbereik per doelgroep bedroeg:<sup>14</sup>

- mannen: 88,6%
- vrouwen: 88,9%
- 15- tot 24-jarigen: 87,9%
- 25- tot 44 -jarigen 85,1%
- 45- tot 64-jarigen: 90,6%
- 65-plussers: 91,2%
- opleidingsniveau lager onderwijs: 79,9%
- opleidingsniveau lager secundair onderwijs: 85,2%
- opleidingsniveau hoger secundair onderwijs: 88,4%
- opleidingsniveau hoger onderwijs: 93,5%
- nieuwe Vlamingen: 81,1%

Op weekbasis bereikte VRT-radio gemiddeld 67,7% van de 12- tot 16-jarigen (228.029 tegenover 223.340 in 2017).<sup>15</sup> VRT-televisie bereikte op weekbasis gemiddeld 573.495 van de 4- tot 16-jarigen (66,3%) (ten opzichte van 615.572 in 2017).<sup>16</sup>

73%

van de Vlamingen  
heeft vertrouwen  
in de VRT.

## VERTROUWEN IN DE VRT

In 2018 had 73% van de Vlamingen (veel) vertrouwen in de VRT.<sup>17</sup> Dat is het hoogste cijfer sinds de omroep dit meet (2011). Daarmee staat de VRT op de vierde plaats van alle instellingen waar de Vlaming vertrouwen in heeft, na de brandweer, de dokters en de ziekenfondsen.

De VRT is de nieuwsbron waar de Vlaming het meest vertrouwen in heeft: 75% heeft vertrouwen in nieuws en informatie op VRT-televisie, 72% in nieuws en informatie op VRT-radio en 69% in Vrt.nws.be.



14

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische en een online-bevraging bij 2.501 Vlamingen ouder dan 15 jaar in de periode september-oktober 2018. Het onderzoek werd uitgevoerd door een externe partner, het onderzoeksbureau TNS Research. Jongeren onder de 15 jaar mogen bij wet niet deelnemen aan marktonderzoek, tenzij ze daarvoor uitdrukkelijk de toestemming van de ouders hebben. Die toestemmingen vragen zou te grote gevolgen hebben voor de complexiteit en de kosten van de bevraging. Daarom werd de bevolkingsgroep van 12 tot en met 14 jaar niet bevroegd in dit onderzoek.

15

CIM. Gebaseerd op vijf "luistergolven" van 2018. (Luistercijfers voor personen jonger dan 12 jaar zijn niet beschikbaar.)

16

CIM, bij 1.500 gezinnen, op basis van televisiekijkgedrag.

17

Bron: het onderzoeksbureau GfK voerde tussen 12 en 19 november 2018 een onderzoek uit bij 1.363 Vlamingen van 15 jaar en ouder over het vertrouwen dat ze hebben in het informatieaanbod van VRT en andere nieuwsmedia, en in de VRT als instelling.

## VRT-RADIO

### Luisteren naar radio

In 2018 luisterden ruim 5 miljoen Vlamingen (93,9 %, van 12 jaar of ouder) wekelijks naar de radio.<sup>18</sup> Daarvan luisterden 4,5 miljoen dagelijks. Elke dag luisterden dus gemiddeld 80,3% van de Vlamingen naar de radio.

### Luisteren naar VRT-radio

De VRT-radionetten bereikten samen dagelijks 3.095.876 Vlamingen (55,7%) of wekelijks 4.073.030 Vlamingen (73,3%).

In 2018 was Radio 2 de zender met het grootste marktaandeel (30,5%). Studio Brussel, MNM en Radio 1 haalden op jaarbasis een marktaandeel van respectievelijk 11,1%, 10,0% en 7,9%. Klara haalde een marktaandeel van 2,7%. De VRT-radionetten samen (Klara Continuo, MNM Hits, MNM UrbaNice, De Tijdloze en VRT NWS inbegrepen) haalden een totaal marktaandeel van 63,2% in 2018 (ten opzichte van 63,7% in 2017).

Dagelijks bereik  
VRT-radio:  
**3.095.876**  
Vlamingen.

## ONDERZOEKEN NAAR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT, PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKERS EN VLAAMSE VERANKERING

### Maatschappelijke impact

71% van de Vlamingen vond het in 2018 belangrijk dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft en een meerderheid (57%) geloofde in de positieve impact die VRT heeft op onze samenleving.<sup>19</sup> 65% geeft aan de VRT te zullen missen indien zij niet meer zou bestaan.

Op zowel de stelling *“De VRT laat toe mijn algemene kennis te vergroten”* als *“De VRT helpt me up-to-date te blijven over wat er gebeurt”* scoorde de publieke omroep 7,3 op 10 (in 2017 respectievelijk 7,3 en 7,4).

De VRT onderzocht de impact die specifieke programma's hebben. Zo zei bijvoorbeeld 24% van de Vlamingen dat het Eén-programma *Taboe* hen aan het denken heeft gezet en voelde 30% van de Vlaamse studenten zich persoonlijk gesteund door de MNM-actie *Marathonradio*.

### Perceptie mediagebruiker

De VRT bevraagde kijkers, luisteraars en surfers over de impact die ze ervaren bij het gebruik van het aanbod. Volgende stellingen kwamen daarbij naar voor:

- Op de stelling *“De VRT leert me interessante dingen”* scoorde de VRT 7,0 op 10 (ten opzichte van 7,1 in 2017).
- Op de stelling *“De VRT prikkelt mijn interesses op vlak*

*van cultuur”* was er een score 6,4 op 10 (2017: 6,3).

- Op de stelling *“Ik zou minder weten over onze Vlaamse cultuur als de VRT niet zou bestaan”* behaalde de VRT een score van 6,3 op 10 (6,4 in 2017).

### Vlaamse verankering

Het kijken naar Vlaamse tv-programma's was van belang voor 87% van de Vlamingen die hierover een mening hadden (ten opzichte van 87% in 2017). Eén bood de meeste Vlaamse programma's aan volgens 41% van de Vlamingen (2017: 45%). Het aanbod aan Vlaamse kinderprogramma's bij de VRT bleek voldoende voor 81% van de Vlamingen met een mening (2017: 80%). 77% van de respondenten gaf te kennen dat Vlaamse fictie voldoende aan bod kwam en 76% oordeelde dat de VRT voldoende aandacht had voor Vlaamse cultuur (2017: respectievelijk 73% en 76%).

70% van de Vlamingen die hierover een mening hadden, vond dat de VRT voldoende aandacht had voor Vlaamse muziek (2017: 66%). Radio 2 was volgens 50% van de respondenten die hun mening gaven de Vlaamse radiozender die het meest inzette op Nederlandstalige muziek (2017: 51%). 13% van de ondervraagden stelde dat Radio 1 het vaakst Nederlandstalige nummers draait (2017: 14%).

De VRT scoorde 6,9 op 10 op de stelling *“De VRT weerspiegelt het echte Vlaamse leven goed”* (2017: 6,9) en 7,3 op 10 op de stelling *“De VRT is een voorbeeld van correct taalgebruik”* (7,3 in 2017).

<sup>18</sup>

De CIM-radiostudio is gebaseerd op de groep Vlamingen van 12 jaar en ouder.

<sup>19</sup>

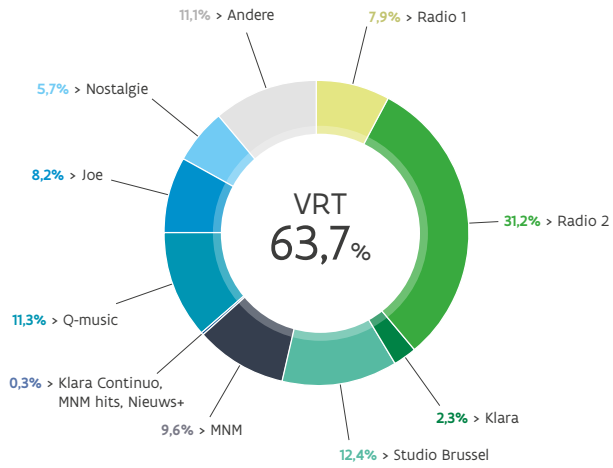
Het onderzoek over Vlaamse verankering werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK, tussen 12 en 19 november 2018 bij 1.363 Vlamingen van 15 jaar en ouder.



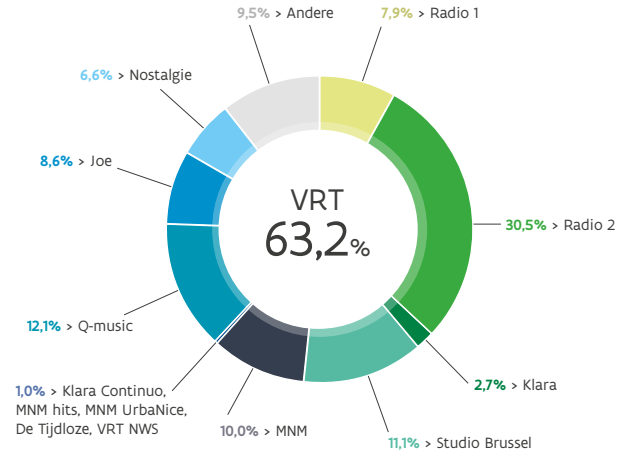
**Marktaandeel radio (in %)**

Bron: CIM-Radiostudie – VRT-Studiedienst

**2017**

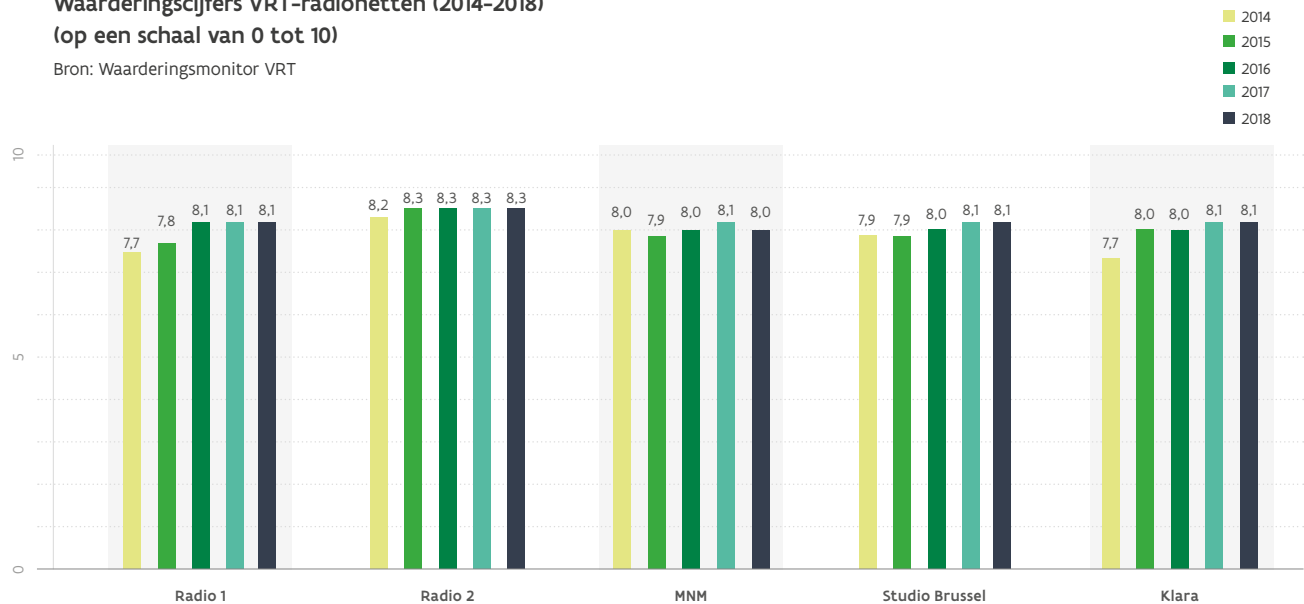


**2018**



## Waarderingscijfers VRT-radionetten (2014-2018) (op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor VRT



## INTERNETRADIO

De VRT-radiozenders worden verspreid via het internet, zowel met eigen platformen zoals de apps van de merken of Radioplus.be, als externe platformen zoals bijvoorbeeld Tuneln.

In 2017 koos de VRT voor een andere streamingprovider. De meting met de nieuwe provider was nog niet beschikbaar. Data over het bereik van het VRT-internetradio-aanbod konden in 2018 niet geleverd worden. Voor 2018 zijn er dus geen totaalcijfers van het aantal internetluisteraars voor de VRT-kanalen en het aantal beluisterde uren via internet. De VRT wisselde in 2018 eveneens van intern meetsysteem (van Comscore naar Adobe Analytics), waardoor ook de data over luisteraars van het luisterplatform (Radioplus) en de app onvolledig zijn.

Op basis van de gegevens van de tweede jaarhalf in 2017 en 2018 is de groei in het aandeel luisteraars via de VRT-radio-app zichtbaar. Waar in het tweede deel van 2017 (juni – december) 35,3% van de gebruikers op dagbasis via een VRT-radio-app in contact kwam met het VRT-luisterplatform, is dat in de periode juni-december 2018 gestegen tot bijna

de helft (48,7%). Daarnaast is het algemene gebruik van de platformen ook duidelijk gestegen. In het tweede deel van 2017 (juni – december) waren er gemiddeld 61.918 gebruikers per dag. In 2018 (juni – december) waren dat er 75.018 (+21,2%).

## Radio-apps

Eind december waren de verschillende apps van VRT-radio in totaal al 1.128.751 keer gedownload. (ten opzichte van 728.387 eind 2017).

### Cumulatief aantal appdownloads van VRT-radio (2017-2018)

Bron: Comscore tot en met mei 2018, Adobe sinds juni 2018

	2017	2018	Vershil
● Radio 1	67.033	137.547	+105,2%
● Radio 2	103.889	167.958	+61,7%
● Klara	34.928	60.770	+74,0%
● Studio Brussel	192.460	298.789	+55,2%
● MNM	190.287	306.061	+60,8%
● Generieke app	139.790	157.626	+12,8%
● <b>Totaal</b>	<b>728.387</b>	<b>1.128.751</b>	<b>+55,0%</b>

## Waardering radio

Uit de waarderingsmonitoring bij mediagebruikers bleek dat ze het aanbod van VRT-Radio waardeerden. De waarderingscijfers waren de volgende: Radio 1: 8,1; Radio 2: 8,3; MNM: 8,0; Studio Brussel: 8,1 en Klara: 8,1.

Het hoogst gewaardeerde programma op Studio Brussel was *Was het nu 80, 90 of 2000* (8,7), op Radio 2 *De week van Dirk* (8,9), op Radio 1 *Retro* (8,8), op MNM *Marathonradio* (8,6) en op Klara *Klara live* (8,7).

## VRT-TELEVISIE

### Kijken naar televisie

73,1% (ten opzichte van 75,0% in 2017) van de Vlamingen keek dagelijks naar televisie in 2018 (live en/of uitgesteld). Per dag keek deze groep van tv-kijkers gemiddeld 3 uur en 44 minuten naar televisie, 3 minuten minder dan in 2017. Jongeren keken minder naar televisie dan ouderen (dagbereik: 89,2% bij de 65-plussers tegenover 53,9% van de 4- tot 24-jarigen). Personen uit de lagere socio-economische klassen keken meer tv dan mensen uit de hogere socio-economische klassen (dagbereik: 66,0% bij hoogste klassen (SG 1-2) tegenover 82,3% bij laagste klassen (SG 7-8)).

- Van het totale televisiegebruik ging 81,9% naar live tv-kijken (tegenover 83,3% in 2017). 67,4% van de bevolking keek op een gemiddelde dag live televisie (tegenover 69,3% in 2017). De tv-kijkers keken gemiddeld 3 uur en 19 minuten per dag live, 6 minuten minder dan in 2017.
- 18,1% van de bestede tv-tijd ging naar uitgesteld kijken (ten opzichte van 16,7% in 2017). Bij fictieprogramma's was uitgesteld kijken goed voor 29,3% van de totale fictiezendtijd. Er werd minder uitgesteld gekeken bij andere programmagenres, zoals informatie (9,6%) en sport (7,1%), maar wel meer dan in 2017. 42,6% van de bevolking keek gemiddeld per dag uitgesteld naar tv (tegenover 43,0% in 2017). De tv-kijkers deden dat gemiddeld 1 uur en 9 minuten per dag, of 3 minuten meer dan in 2017.

### Kijken naar VRT-televisie

Gemiddeld werden 2.666.339 Vlamingen per dag bereikt door de VRT-televisienetten samen (tegenover 2.755.523 in 2017). De VRT-televisie haalde een marktaandeel van 37,3% (0,2 procentpunt meer dan in 2017). De Vlaming (ouder dan 4 jaar) besteedde gemiddeld 1 uur en 49 minuten per dag aan de VRT-zenders (inclusief de uitgesteld bekeken programma's), evenveel als in 2017. 86,1% van de tv-uitzendingen van de VRT werden in 2018 live bekeken en 13,9% uitgesteld (tot zeven dagen na de uitzending).

## VRT-RADIO VOOR VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

Vanuit het buitenland kon men zowel via pc, tablet als smartphone naar de VRT-radiozenders luisteren via de "mobielvriendelijke" website of via de app van Radioplus. Alle radiomerken hadden ook een eigen app.

Radio 1 was wereldwijd gratis (free-to-air) te beluisteren via satelliet. Binnen Europa was het ook mogelijk om naar Radio 2 te luisteren via satelliet.

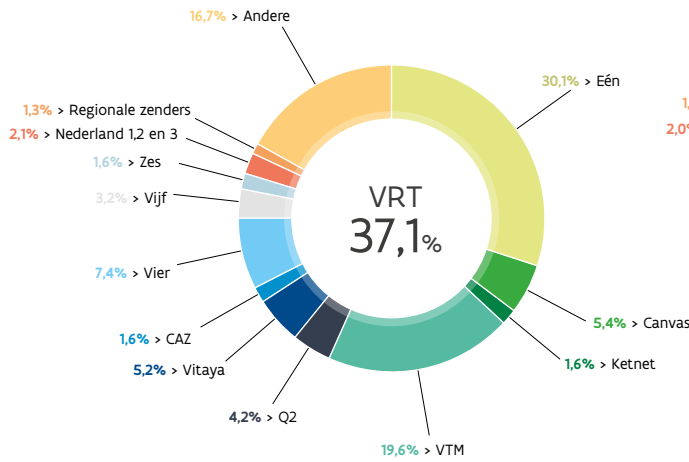
Alleen al via het eigen VRT-online-platform luisteren honderdduizenden personen in tenminste 215 andere landen dan België naar de VRT-radiozenders.

De Vlaming  
keek gemiddeld  
**1 uur en  
49 minuten**  
per dag naar VRT-tv.

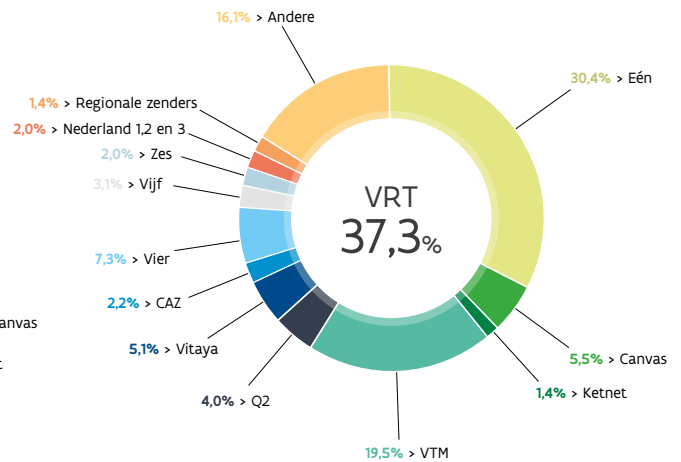
## Marktaandeel televisie (in %)

Bron: CIM|GfK-Audimetrie – VRT-Studiedienst

2017



2018



### STOPZETTING DVB-T

Op 1 december 2018 stopte de VRT met het zelf aanbieden van haar televisieaanbod via DVB-T, de digitale ether. Om die uitzendingen in de ether te houden, was een upgrade naar DVB-T2 nodig. De investeringskosten daarvoor en de uitzendkosten aan sich stonden niet langer in verhouding tot het aantal gebruikers. De laatste jaren nam het aantal DVB-T-gebruikers gestaag af. Onderzoek<sup>20</sup> wees uit dat nog slechts 1% van de Vlamingen DVB-T gebruikte als voornaamste bron om televisie te kijken.

Bovendien zijn er voldoende alternatieve manieren om naar het VRT-televisieaanbod te kijken, onder andere via het online-aanbod van VRT NU. Dat online videoplatform (zie p. 85) is een alternatief om gratis naar het VRT-

aanbod te kijken. VRT NU is ook beschikbaar op mobiele toestellen, waardoor er altijd en overal naar het VRT-aanbod gekeken kan worden. Daarmee komt de VRT tegemoet aan haar beheersovereenkomst, die stelt dat het aanbod op minstens een platform beschikbaar moet zijn zonder dat een directe betaling voor het aanbod wordt gevraagd.

De VRT communiceerde over de afschakeling vanaf het voorjaar zodat de DVB-T-gebruikers tijdig konden overstappen naar een alternatief kijkplatform. De VRT kreeg wel veel klachten van kijkers over de stopzetting. De VRT-klantendienst hielp de gebruikers wegwijs naar andere uitzendplatformen.

<sup>20</sup>

Het onafhankelijke bureau Ipsos deed een telefonisch onderzoek bij 3.000 respondenten in Vlaanderen en Brussel. Met name bij gezinsleden die (mee) beslissen over de telecomaankopen binnen het gezin. Zij zijn vaak het best op de hoogte van hoe binnen het gezin tv wordt gekeken. Er werd ook gevraagd naar DVB-T-bezit in tweede verblijven.

## Uitgesteld kijken

### Via de distributeurs

De VRT heeft een overeenkomst met distributeurs die via platformen uitgesteld kijken mogelijk maken (Proximus, Telenet en Stievie). Kijkers kunnen zo programma's tot maximaal zeven dagen na uitzending opvragen. Via *Net gemist*, een abonnementsformule van de VRT waarbij men de programma's van de afgelopen week kan opvragen, konden digitale kijkers programma's (her)bekijken. Daarnaast bood *Ooit Gemist* recente programma's en oudere series aan tegen betaling.

### Via de VRT-videospeler<sup>21</sup>

Het aantal accounts (gebruikersprofielen) op het online video-platform VRT NU steeg naar 1.542.167, dat zijn er ongeveer 670.000 meer dan eind 2017. In augustus werd VRT NU ook als app gelanceerd. Deze werd in totaal 233.564 keer gedownload en in de maand december was de app reeds goed voor 19,6% van het totaal aantal gestarte VRT NU-video's.

In totaal werden er 52.799.274 video's gestart op VRT NU, in 2017 waren dat er 33.513.764 (zowel aanbod-op-aanvraag als

livestreams). Op programmaniveau werd *Thuis* het meest bekeken met in totaal 8.088.329 videostarts, gevolgd door *Het journal* (2.408.987 starts) en *De ideale wereld* (1.007.360 starts). Op individueel afleveringsniveau haalde de *Pano*-aflevering *Wie is Schild & Vrienden echt?* het meeste kijkers met 172.357 videostarts, gevolgd door een aflevering van *Taboe* (lover mensen met een fysieke beperking) met 104.430 videostarts en de eerste aflevering van *The Handmaid's Tale* (91.928 starts).

Eén was het aanbodsmerk met het grootste aandeel van videostarts op VRT NU, met 67,2% van alle videostarts. Canvas was goed voor 24,8% van de videostarts en Ketnet nam nog 4,7% voor zijn rekening (Ketnet heeft een uitgebreid video-aanbod op de eigen online platformen). Studio Brussel was op VRT NU het grootste niet-tv-merk, goed voor 1,4% van alle videostarts.

### Via de sociale media

De VRT was aanwezig op sociale media, waar ze onder andere videofragmenten deelde. Op Facebook werd 351.393.727 keer een VRT-videofragment gestart (een stijging met 135% ten opzichte van 2017) en op YouTube werden 195.972.048 starts (+8,7%) geregistreerd.

#### 21

Door de veranderingen in meetsystemen, de graduele uitval van Comscore en de graduele opstart van videometing in Adobe Analytics is het niet mogelijk om een totaalcijfer te geven voor 2018 en dus ook niet om een vergelijking te maken met 2017 voor het totaal aantal videostarts op de VRT-websites.

Ketnet-vlogger Junes Callaert





### Via het syndicationplatform

De VRT stelde het syndicationplatform beschikbaar voor andere websites om VRT-videofragmenten over te nemen. Via die syndicatiepartners werden er in de periode juni – december 3.614.000 fragmenten opgestart, in 2017 (volledig jaar) waren dat er 8.012.690.<sup>22</sup>

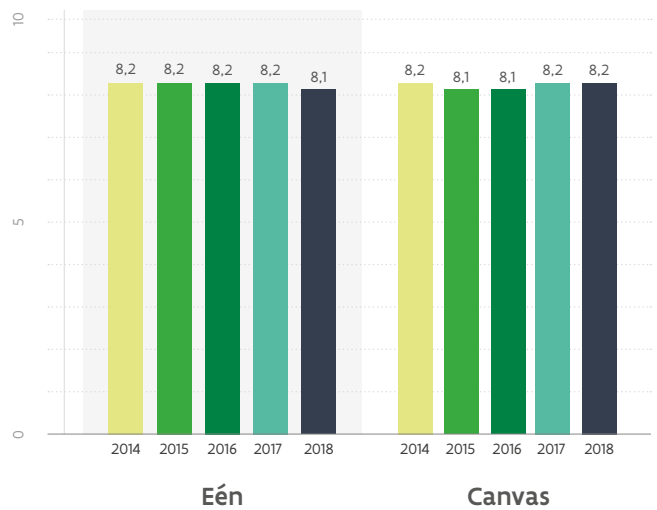
### Waardering televisie

De volgende uitzendingen op Eén kregen in 2018 de hoogste waarderingen: een aflevering van *Down the Road* (9,0), een aflevering van *Radio Gaga* (9,0) en het reisverslag van *Down the Snow* (9,0).

Op Canvas waardeerde de kijker deze uitzendingen het meest: een aflevering van *Italy's invisible cities* (9,0), een aflevering van *Wild Galapagos* (8,9), een aflevering van *Planet earth II* (8,9) en een aflevering van *Blue planet* (8,9).

### Waarderingscijfers VRT-televisienetten (2014-2018) (Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor



### BVN VOOR VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

Het Beste Van Vlaanderen en Nederland (BVN), de openbare zender voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland, is beschikbaar voor Vlamingen en Nederlanders die in het buitenland verblijven. Naast uitzendingen via satelliet en internet (BVN Live), is BVN eveneens mobiel te volgen via een gratis app.

BVN zond dagelijks een selectie uit van Nederlandstalige producties van de VRT en NPO. In 2018 konden Vlamingen in het buitenland op BVN onder andere kijken naar: *Blokken* (Eén), *De kleedkamer* (Canvas), *Die huis* (Eén), *Down the Road* (Eén), *Kalmte kan u redden* (Eén), *Over eten* (Eén), *Iedereen beroemd* (Eén), *Nooit meer ten oorlog* (Eén), *Pano* (Eén), *Vive le vélo* (Eén), *Helden* (Ketnet) en *De week van Karrewiet* (Ketnet).



*Down the Road* (Eén)



## VRT-ONLINE

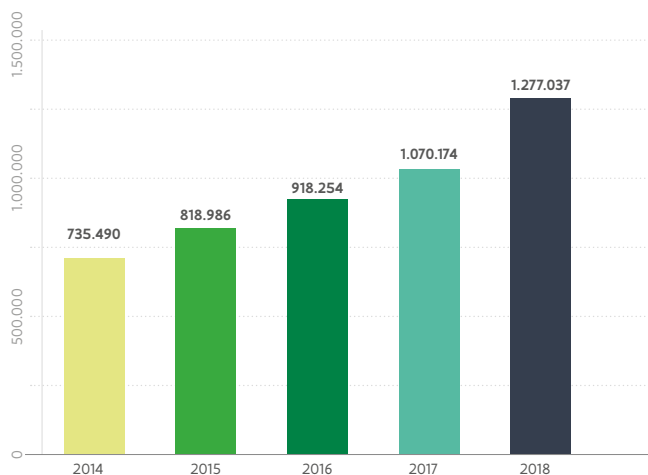
### Websites & apps

1.217.037 unieke bezoekers bezochten dagelijks een van de VRT-websites en/of VRT-apps, een stijging van 13,7% of 146.863 bijkomende bezoekers per dag ten opzichte van 2017.<sup>23</sup> Door het jaar heen was er een vrij stabiel bereik, met pieken in juni (onder meer door het WK voetbal) en december (met gemiddeld 1.340.706 bezoekers per dag, onder meer door *De warmste week* en veel bezoekers voor VRT NU en de online diensten van VRT NWS).



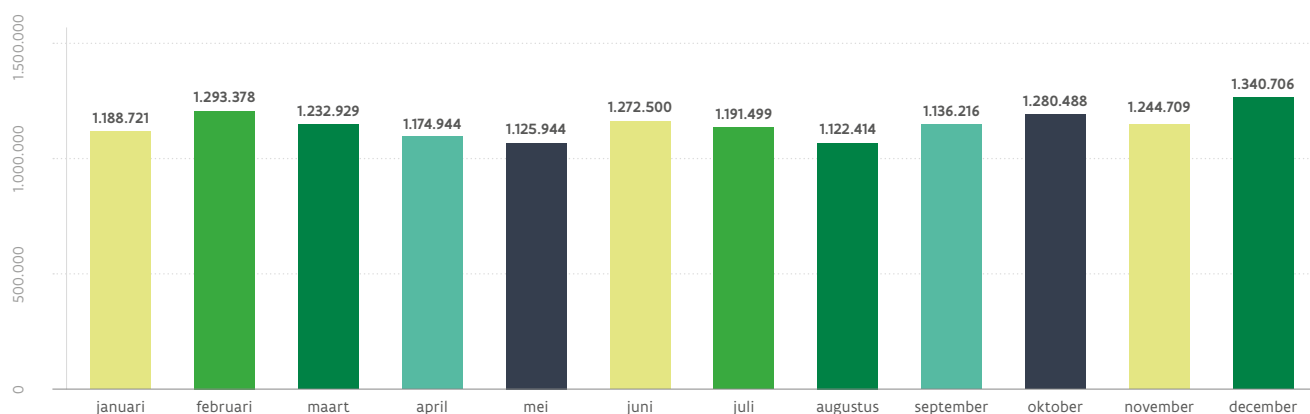
### Aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites (2014-2018)

Bron: Comscore tot en met mei 2018, Adobe sinds juni 2018



### Gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites (januari – december 2018)

Bron: Comscore tot en met mei 2018, Adobe sinds juni 2018



23

Bron: Comscore tot en met mei 2018; Adobe Analytics vanaf juni 2018. Eigen sites en apps (exclusief syndicatie).

## Totaal aantal opgestarte videofragmenten op Facebook en YouTube van VRT-hoofdmerken (2017-2018)

Bron: Engagor voor Facebook en YouTube voor YouTube

VRT-MERK	Facebook		YouTube	
	2017	2018	2017	2018
● Eén	38.198.100	66.535.939	11.471.597	12.747.540
● Canvas	10.870.689	27.448.536	1.912.957	2.618.832
● Ketnet	500.086	484.119	47.452.762	49.378.968
● Radio 1	969.247	3.974.902	1.176.932	1.509.746
● Radio 2	3.160.186	3.337.257	(*)	2.091.459
● Studio Brussel	28.126.436	60.587.384	13.672.714	14.263.536
● MNM	9.994.137	20.832.454	17.364.909	15.377.052
● Klara	263.925	799.600	(*)	48.894
● VRT NWS	35.930.740	107.860.142	(*)	174.075
● Sporza	14.857.443	49.256.965	55.195	1.426.328
● VRT NU	758.116	3.337.257	137.517	384.738
● Andere (**)	6.109.648	6.939.172	87.022.212	95.950.880
● TOTAAL	<b>149.738.753</b>	<b>351.393.727</b>	<b>180.266.795</b>	<b>195.972.048</b>

**351.393.727**  
VRT-videostarts  
op Facebook

(\*) Daar zijn geen YouTube-cijfers van omdat deze niet verbonden zijn met de VRT-account.

(\*\*) De cijfers van "Andere" hebben betrekking op andere "pagina's" zoals Ketnet Musical.

Het aantal bezoekers van de VRT-websites waren verschillend naar gelang het profiel van elk aanbodsmerk.<sup>24</sup> De themawebsites Vrtnews.be en Sporza.be bereikten het hoogst aantal bezoekers per dag.<sup>25</sup>

- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Vrtnews.be steeg met 9,5% tot 440.165 (401.971 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Sporza.be steeg met 7,0% van tot 417.642 (390.309 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Vrtnu.be steeg met 47,8% tot 92.309 (62.455 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van StuBru.be steeg met 9,6% tot 28.894 (26.373 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Radio2.be steeg met 23,8% van tot 28.424 (22.961 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Radio1.be steeg met 30,7% tot 21.402 (16.376 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Klara.be steeg met 23,9% tot 6.028 (4.865 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van MNM.be daalde met 11,7% tot 31.203 (35.332 in 2017).
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Een.be daalde met 9,1% tot 111.024 (122.196 in 2017).<sup>26</sup>
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Ketnet.be daalde met 2,3% tot 58.317 (59.689 in 2017).<sup>27</sup>
- Het gemiddeld aantal bezoekers per dag van Canvas.be daalde met 15,7% tot 13.464 (15.965 in 2017).

## SOCIALE MEDIA

Alle VRT-aanbodsmerken waren aanwezig op de sociale media.<sup>28</sup>

- Facebook: Eind 2018 hadden de aanbodsmerken samen 2.471.943 Facebookfans (+5,4% ten opzichte van eind 2017). Eén doorbraak in 2018 de kaap van het half miljoen Facebookfans (502.591) en bereikte daarmee de meeste mediagebruikers van alle VRT-merken via Facebook. Studio Brussel (485.254) en Sporza (453.462) volgden.
- Twitter: Het aantal Twittervolgers van de VRT-merken groeide met 8,4% in 2018 tot 1.674.966 volgers. In 2017 was dat nog 16,3%
- Instagram: Het aantal Instagramfans groeide tot 649.701 volgers (+61,2%), met in het bijzonder de Instagramaccounts van Studio Brussel (194.066 volgers ten opzichte van 149.258 in 2017) en MNM (98.633 volgers ten opzichte van 68.576 in 2017). Ook Eén maakte in 2018 een sprong voorwaarts (64,1% gestegen naar 95.296 Instagram-volgers).

<sup>24</sup> Cijfers 2017 voor de websites van de radiozenders wijken af van deze in het jaarverslag van 2017 wegens rapportering inclusief de apps.

<sup>25</sup> Cijfers 2017 voor de themawebsites wijken af van deze in het jaarverslag van 2017 wegens rapportering inclusief de apps.

<sup>26</sup> Inclusief Dageijkse kost en Switch.

<sup>27</sup> Inclusief Ketnet-app, Ketnet Junior-app en de Karrewiet-app.

<sup>28</sup> Bron: Engagor

## MOBIELE PLATFORMEN

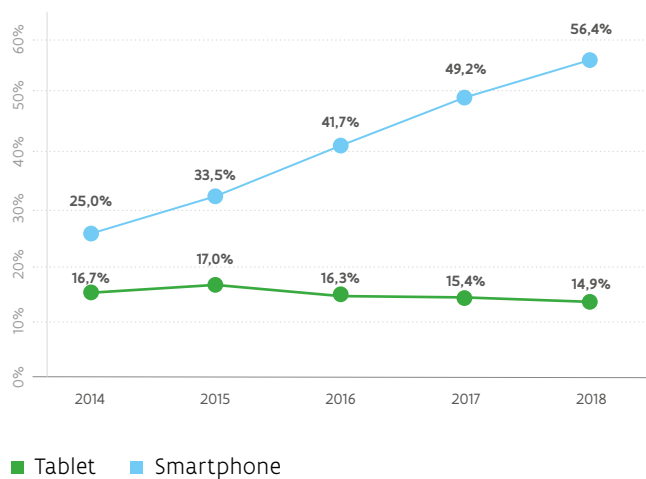
Het surfen naar de VRT-websites en het gebruik van de VRT-apps gebeurde in 2018 nog slechts voor gemiddeld 28,8% via pc of laptop (tegenover 34,6% in 2017).

Het aandeel van mobiele toestellen in het totale mediagebruik steeg. Het aantal mobiele bezoekers van het online VRT-aanbod bedroeg 71,2% in 2018 (ten opzichte van 64,4% in 2017). Het mobiele gebruik van de VRT-websites gebeurde vooral via de smartphone (het aandeel steeg met 6,6 procentpunten van 49,8% in 2017 naar 56,4% in 2018), terwijl de tablet daarvoor minder gebruikt werd (14,9% ten opzichte van 15,4% in 2017).

De stijging van de mobiele bereikcijfers kwam door de verdere verspreiding van mobiele toestellen, het wijzigende mediagebruik en de verhoogde informatienood bij gebeurtenissen in de actualiteit.

## Evolutie aandelen smartphone- en tabletgebruikers ten opzichte van het totaal aantal gebruikers van de VRT-sites (gemiddeld aantal bezoekers per maand) (in %) (2014-2018)

Bron: Comscore – VRT-Studiedienst



Mobiele bezoekers van het online aanbod:  
**71,2%**

## 1.2 DIVERSITEIT

### BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

In het aanbod van de VRT komen alle bevolkingsgroepen aanbod, ook specifieke bevolkingsgroepen, zoals personen met een migratieachtergrond en personen met een beperking. Hun aanwezigheid in televisieprogramma's wordt jaarlijks gemeten door de Monitor diversiteit. Ook het aandeel vrouwen in de tv-programma's wordt onderzocht. Die informatie helpt de VRT om haar actieplannen diversiteit bij te sturen.

8,0% van de sprekende actoren op Eén, Ketnet en Canvas waren nieuwe Vlamingen (streefdoel: minimaal 5%, groeien naar 7,5% in 2020). 38,8% waren vrouwen (streefdoel: minimaal 33%, groeien naar 40% in 2020) en 1,1% waren mensen met een beperking (geen streefdoel).<sup>29</sup>

Nieuwe Vlamingen:  
**8,0%**  
van de sprekende  
actoren op  
VRT-televisie.

<sup>29</sup>

Onderzoek uitgevoerd door Universiteit Antwerpen, KU Leuven en de universiteit van Amsterdam in opdracht van de VRT-Studiedienst.





## AANDACHT VOOR DIVERSITEIT IN HET AANBOD

Enkele voorbeelden van aandacht voor diversiteit in het aanbod van de VRT:

- Canvas bracht specifieke doelgroepen op een inclusieve manier in beeld. In *Team Scheire* probeerden wetenschappers het leven van mensen met een beperking aangenamer te maken. *Voor de mannen* portretteerde mannen die “het holebipad effenden voor de homo’s van nu”. In *De weekenden* kwamen thema’s zoals transseksualiteit aan bod. Canvas zond de documentaire *Zie mij doen* uit over mensen met een beperking die verblijven in een instelling. In *Alleen Elvis blijft bestaan* waren verschillende gasten nieuwe Vlamingen.
- Eén zette divers talent in voor verschillende programma’s, zoals Kamal Kharmach (*Het collectief geheugen*) en Karine Claassen (*Bloed, zweet & luxeproblemen*). In *Taboe* was humor de basis voor open gesprekken met onder anderen mensen met een andere huidskleur, holebi’s en mensen met een fysieke beperking. *Last Days* toonde hoe verschillende culturen omgaan met de laatste levensfase. In *Down the Road* werden zes jongvolwassenen met het syndroom van Down gevolgd tijdens een reis.
- In verschillende Ketnet-programma’s was het diversiteitsthema verwerkt. In de fictiereeks *4eVeR* speelden verschillende nieuwe Vlamingen een hoofdrol en zat een hoofdpersonage in een rolstoel. In de fictiereeks *De regel van 35* was het vrouwelijke hoofdpersonage blind. Diversiteit was aanwezig in *Ketnet Musical*, met bijvoorbeeld aandacht voor workshops van een danser met enkele zware fysieke beperkingen.
- *De bende van Annemie* op Radio 1 had geregeld gasten met een diverse achtergrond. Via enkele diversiteitsstages werkte de redactie van *Bij Debecker* aan de bewustwording en aanpak van diversiteit. In de radioreeks *Dubbelbloed* stonden mensen met een diverse afkomst centraal.
- Radio 2 zette in op een nog betere afspiegeling van de Vlaamse samenleving. In *Plaat préféérée* werd diversiteit (gender, afkomst, handicap) gebracht in interviews die bij verzoeknummers horen. De rubriek *Verhalen aan Ish* bij *De madammen* ging op zoek naar levensverhalen van Vlamingen uit diverse bevolkingsgroepen. Het smaakpanel (voor consumententesten) dat wekelijks in *De inspecteur* aantrad, was divers samengesteld.
- Klara had aandacht voor diversiteit bij zijn gasten in onder meer *Trio*, *Berg & Dal*, *De liefhebber* en *Pompidou*. Daarnaast had Klara in zijn muziekaanbod aandacht voor lokale artiesten met diverse roots, bijvoorbeeld in *Late Night World*.
- Studio Brussel bracht diversiteit op de radio door genres als hiphop en soul te spelen. Bouba Kalala was een structureel en prominent gezicht van de zender, met onder meer het programma *Bellen met Bouba en Bouba* in actie tijdens *Music for life*.
- MNM had zowel op radio als online op een inclusieve aanpak aandacht voor diverse thema’s zoals afkomst en geaardheid. Het merk had met *Urbanice* aandacht voor alles uit de urban leefwereld. Dat was ook het geval voor de digitale extensies van het radioprogramma, waaronder een wekelijkse vlog van DJ Lady S en de urban muziekstream MNM UrbaNice op de online platformen. *UrbaNice* werd gemaakt door en voor luisteraars met diverse afkomsten. Populaire hitmuziek en “urban music” zorgden op MNM voor een grote muzikale gemene deler tussen jongeren met verschillende achtergronden.
- Bij VRT NWS kwamen personen met een migratie-achtergrond aan bod als opiniemakers op *Vrtnws.be*. De nieuwsdienst organiseerde een workshop Diversiteit voor 199 van hun journalisten en medewerkers. Divers talent werd ingezet in verschillende programma’s, zoals Danira Boukhriss (*Over eten*) en Fatma Taspinar (*Het journaal*).



### Lieselotte Van Belle

Mijn liefde voor mensen met beperking is groot, mijn beste vriendin zit in rolstoel. Taboe gekeken in vertraging! Philippe Geubels is nog harder in mijn achting gestegen! Chapeau voor dit wondermooie programma! Deze mensen verdienen meer aandacht! #taboe @philippegeubels

“Alles wat stedelijk  
is, komt aan bod  
in *UrbaNice*.”

# MNM music and more

## Brahim Attaeb

### Radiopresentator MNM

Ik kwam heel toevallig bij de VRT terecht. Het was niet meteen mijn ambitie om radio-dj te worden. Ik was natuurlijk heel hard bezig met muziek en had af en toe een gastrolletje in een Eén-programma, zoals *Fata morgana*. Van MNM kreeg ik de vraag of ik als bekende Vlaming voor de *MNM party* een uur lang platen zou kunnen kiezen. Een paar dagen nadien kreeg ik een telefoontje met de vraag of ik wou terugkomen voor een stemtest. Niet veel later mocht ik mijn eerste programma presenteren: de *MNM Dance 50*. Sindsdien is de bal aan het rollen gegaan. Nu presenteer ik *UrbaNice*, *Sing your Song* en *Sing your Song Deluxe*.

Ik ben nog steeds uiterst tevreden over de kans die ik kreeg en met de keuze die ik toen maakte om bij MNM aan de slag te gaan. Muziek is alles wat ik ben en adem, en daarnaast mag ik als presentator omgaan met duizenden verschillende luisteraars.

Het programma dat ik nu samen met Astrid Demeure presenteer, *UrbaNice*, gaat heel breed. Letterlijk alles wat stedelijk is, komt er in aan bod. We behandelen activiteiten zoals basketbal, straatvoetbal, graffiti, beatbox, slam poetry en fotografie. Noem maar op. De focus ligt natuurlijk wel op urban muziek, met genres als hiphop, soul en r&b. Dat alles samen maakt dat ons publiek heel divers is. Jonge urban artiesten uit Vlaanderen vinden steeds beter de weg naar ons, maar we zijn ook constant naar hen op zoek. We houden daarvoor onder andere sterk in de gaten wat online leeft.

Tijdens evenementen checken we ook steeds de minder bekende voorprogramma's. Zo waren we bijvoorbeeld de eerste die Blackwave een podium aanboden. Enkele jaren later zijn ze genomineerd voor een MIA. Artiesten als Dvtch Norris en Darrel Cole kwamen in 2018 live nummers spelen bij ons. Ooit sprong Jebroer in een live-uitzending op tafel en riep dat hij "de boel zou slopen". Het is blijkbaar een gebruikelijke Nederlandse uitdrukking, maar hij nam het nogal letterlijk (lacht). *UrbaNice* leeft en ik geniet ervan om al die artiesten bij ons aan het werk te zien.





## DIVERSITEIT IN HET PERSONEELSBELEID

### Personeelsbestand

De VRT streeft naar een divers personeelsbestand, in overeenstemming met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.

Sinds de invoering van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG, zie p. 86) monitorde de VRT zelf niet verder de aanwezigheid van personen met een migratie-achtergrond of een beperking in haar personeelsbestand.

- Gelet op de AVG-richtlijn, koos de VRT er, vanuit het voorzichtigheidsbeginsel, voor om (voorlopig) geen specifieke gegevens te registreren over personen met een beperking. Deze gegevens zijn ook niet elders (anoniem) ter beschikking. Daarom kan de VRT niet over deze doelstelling rapporteren (streefcijfer: 1,8% tegen 2020).
- Cijfers voor personen met een migratie-achtergrond waren wel beschikbaar via de Vlaamse Overheid.<sup>30</sup> Eind december 2018 had 3,3% van de VRT-medewerkers een migratie-achtergrond (ten opzichte van 3,4% eind 2017 met de eigen telling<sup>31</sup>) (streefcijfer: 4% tegen 2020).
- Het aandeel vrouwen in het VRT-personeelsbestand bedroeg eind december 2018 39,6% (streefcijfer 2020: 40%). In 2017 was dat 38,7%. In het midden- en hoger kader<sup>32</sup> steeg het percentage vrouwen van 35,5% (in 2017) naar 39,1% (streefcijfer: 33% tegen 2020). De VRT is genderneutraal in haar handelen ten aanzien van haar personeel en met iedereen met wie ze in contact komt.

### Aanwerven divers personeel

De VRT doet verschillende inspanningen om mensen met een beperking en mensen met een migratieachtergrond aan te trekken. Ook aan het genderthema heeft ze aandacht bij het aanwerven van nieuwe medewerkers. Daarvoor hanteerde ze in 2018 verschillende acties, vooral naar jongeren toe.

- Jongeren met een diverse afkomst werden uitgenodigd voor een bezoek aan de VRT.
- De VRT ging naar de jongeren toe (bijvoorbeeld op scholen of jobbeurzen).
- Met het evenement *VRT NXT lab* (zie p. 118) wilde de VRT jongeren die een schoolkeuze moeten maken voor het hoger onderwijs of op zoek zijn naar werk inspireren om

voor een job in de mediasector te kiezen. De doelstelling van het evenement was om de drempel te verlagen voor jongeren, hun mediavaardigheden te laten ontdekken en ontwikkelen en een netwerk van mediamakers op te bouwen.

- De VRT streeft er naar om ook voor schoolstages jongeren met een migratieachtergrond aan te trekken. Op 20 december organiseerde de VRT een netwerkevenement *VRT-schoolstages en diversiteit* voor de verantwoordelijken voor diversiteit van de hogescholen, waarbij de werking van de VRT rond schoolstages werd toegelicht.
- De VRT organiseerde in 2018 10 ervaringsstages (norm: 10). Daarvan werden er 8 ingevuld door personen met een migratieachtergrond en 2 door personen met een arbeidshandicap.

Ook intern werkte de VRT via verschillende projecten rond diversiteit. De VRT zette in op sensibilisering via de *Trofee Diversiteit* met prijzen voor goede praktijken in het aanbod rond diversiteit. Onder meer bij Ketnet en VRT NWS werden workshops over diversiteit georganiseerd. Het VRT-diversiteitsteam gaf advies aan onder meer de redacties van Radio 2, Radio 1 en VRT NWS en nam deel aan redactievergaderingen om te kijken hoe zij diversiteit aan bod kunnen laten komen in het aanbod.

### SAMENWERKING EN OVERLEG

De VRT kreeg ondersteuning van een GOB (Gespecialiseerde Opleiding, Begeleiding en bemiddeling) om collega's met een arbeidshandicap te begeleiden.

VRT NWS organiseerde in februari een netwerkvond in Limburg, gericht op mensen met een migratieachtergrond. In overleg met de nieuwdienst, zette het Team Diversiteit een proefproject op voor mediatraining aan experts met diverse afkomst.

De VRT hield twee overlegmomenten met belangenorganisaties van diverse doelgroepen, zoals het Minderhedenforum, de Vlaamse Ouderraad, de Vrouwenraad, GRIP vzw, çavaria en het Netwerk tegen armoede. Ook de Vlaamse universiteiten namen deel aan het overleg. De kennis over omgaan met diversiteit die de VRT vergaarde, werd extern gedeeld via gastcolleges, lezingen en bij contacten met de Vlaamse overheid.

30

Via het rijksregisternummer en de sociale kruispuntrechtbank worden de gegevens anoniem bijgehouden.

31

Dat was voor de invoering van de AVG-richtlijn.

32

Functieklassen A, B, C en 7.

**90**  
afleveringen van  
fictiereeksen werden  
voorzien van  
audiodescriptie.

## 1.3 TOEGANKELIJKHEID

De VRT is er voor iedereen in Vlaanderen. Daarom kunnen personen met een visuele of auditieve beperking rekenen op een specifiek aanbod.

### AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDEN

#### Audiodescriptie

Een televisieprogramma met audiodescriptie (AD) komt tot stand door een commentaarstem in de klankband te mixen, tussen de dialogen in. De stem beschrijft handelingen, plaats, tijd, kleding, kapsels, lichaamstaal en gezichtsuitdrukkingen. Die elementen "vertellen" meer het verhaal en zijn relevant om een programma goed te kunnen volgen.

VRT-Televisie zond in 2018 fictiereeksen met AD tegelijkertijd uit met de reguliere uitzending of op een later tijdstip op het kanaal van Ketnet. Digitale kijkers konden de vertelstem ook oproepen via de taalkeuze in hun "menu" of de uitzending kiezen in het aanbod-op-aanvraag *Net Gemist*. De AD-versie van de reeksen was ter beschikking op het VRT-videoplatform VRT NU.

Naast heruitzendingen van vroegere reeksen, werden in 2018 diverse Eén-reeksen met AD aangeboden: *Salamander* (seizoen 2), *Gevoel voor tumor*, *Zie me graag* (seizoen 2), *Professor T.* (seizoen 3) en *Over water*. Ook de fictiereeks *Nachtwacht* van Ketnet, een aflevering van *Taboe* (Eén, zie p. 80) over blinden en slechthorenden en de auteursdocumentaire *Zie mij doen* (Canvas) waren beschikbaar met AD. Diverse fictiereeksen met AD (zoals *In Vlaamse velden* (Eén) en *Eigen kweek* (seizoen 2, Eén)) werden heruitgezonden op het Ketnet-kanaal. Ze waren, net als andere fictiereeksen, tijdelijk ook beschikbaar op VRT NU. In totaal zond de VRT 90 afleveringen van deze reeksen met audiodescriptie uit.

Van de verschillende fictiereeksen (met AD) waren tevens extra audiofiles beschikbaar op de websites van de aanbodsmerken. Ze bevatten informatie over de personages, de locaties en het verhaal.

#### Gesproken ondertiteling

Gesproken ondertiteling is het omzetten van ondertitels naar gesproken woord via een computerstem. De toepassing is relevant voor anderstalige programma's. Mensen met een visuele beperking of met dyslexie kunnen met behulp van een speciale televisiebox gebruik maken van deze dienst.

Volgens de beheersovereenkomst moet de VRT voor al haar televisie-aanbod gesproken ondertiteling aanbieden (met uitzondering van specifieke archiefbeelden). De VRT kon in 2018 gesproken ondertiteling aanbieden voor alle producties waarvan de ondertitels in de uitzendketen werden opgenomen. Voor anderstalige fragmenten in sommige programma's (in hoofdzaak enkele nieuws- en sportprogramma's) waarbij de programmamakers zelf last-minute-ondertiteling toevoegen, was de dienst niet steeds volledig beschikbaar. Voor deze programma's waar ondertiteling last minute en via verschillende werkstromen aan het beeld wordt toegevoegd is het aanbod gesproken ondertiteling naar best vermogen. Door zoveel mogelijk ondertitels simultaan mee te sturen kon de VRT ook voor die programma's in hoge mate gesproken ondertiteling aanbieden. Daardoor was het overgrote deel van het televisie-aanbod in overwegende mate voorzien van gesproken ondertitels. Na verder onderzoek bleek dat het in 2018 nog niet haalbaar was om een geautomatiseerde stroom op te zetten zodat al het televisie-aanbod van gesproken ondertiteling voorzien zou kunnen worden. De VRT streeft er naar om zowel op technologisch vlak als qua werkstroom in 2019 belangrijke nieuwe stappen te kunnen zetten om het gesproken ondertiteling-aanbod maximaal te maken.

#### NIET-GEHAALDE NORM

Gesproken ondertiteling was niet 100% beschikbaar, maar wel in overwegende mate (norm: 100%, uitgezonderd specifieke archiefbeelden).

### AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDEN

#### Teletekstondertiteling

Via Teletekst was 98,4% van de Nederlandstalige programma's te volgen met ondertiteling (ten opzichte van 98,2% in 2017). De programma's van de nieuwsdienst werden voor 100,0% voorzien van Teletekst-ondertiteling.<sup>33</sup>

#### Vlaamse Gebarentaal

Veel doven en slechthorenden en hun direct verwanten maken gebruik van Vlaamse Gebarentaal om met elkaar te communiceren. De VRT biedt een aanbod met Vlaamse Gebarentaal om deze doelgroep te bedienen. Daarbij focust ze op haar informatie-aanbod.

*Het journaal van 19 uur* werd dagelijks live getolkt in Vlaamse Gebarentaal. Het werd rechtstreeks gestreamd op *Vrtnews.be* en was dagelijks te bekijken op het kanaal van Ketnet (in principe om 20.15 uur).<sup>34</sup> *Karrewiet* (Ketnet) en *De week*

33

In 2017 werd die norm niet gehaald wegens een niet-ondertitelde uitzending.

34

Als er een groot cultuur- of sportevenement te zien was op het Ketnet-kanaal, dan werd het programma daarna uitgezonden.

Het journaal van 19 uur werd live getolkt in Vlaamse Gebarentaal.



van *Karrewiet* (Ketnet) werden voorzien van Vlaamse Gebarentaal en uitgezonden op Ketnet en Ketnet.be. Deze programma's met Vlaamse Gebarentaal waren ook beschikbaar op het platform van VRT NU. Op zondag werd het sportmagazine *Sportweekend* (Eén) met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden op het Ketnet-kanaal en aangeboden op VRT NU.

In 2018 werden nog andere programma's voorzien van Vlaamse Gebarentaal en aangeboden op diverse platformen, zoals *De intrede van de Sint* (Ketnet), de toespraken van de koning met Kerstmis en de nationale feestdag, twee politieke debatten naar aanleiding van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen en de "verkiezingsdag" van Eén.

## TOEGANKELIJKHEID OP DIGITALE PLATFORMEN

### Websites en apps

De VRT maakt haar websites en apps zo toegankelijk mogelijk voor een breed publiek. Zij wil dat iedereen op een evenwaardige manier het digitale aanbod kan gebruiken. In 2018 ondernam de omroep volgende initiatieven:

- De website van VRT NU, de VRT-videospeler en het beheerplatform van het VRT-profiel werden bij AnySurfer aangemeld voor het behalen van het AnySurferlabel (toegankelijkheidsniveau WCAG 2.0, A).
- De VRT organiseerde, voor het eerst, inclusieve gebruikerstesten. Gebruikers met en zonder beperking zochten samen met de omroep naar toegankelijke en gebruiksvriendelijke oplossingen voor "problemen" bij VRT NU. De bedoeling was daarbij om de beleving van het aanbod optimaal te maken voor alle doelgroepen (inclusief slechtzienden).
- VRT NWS besteedde aandacht aan de toegankelijk-

heid van de interactieve online-toepassingen in het kader van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, zoals de verkiezingsmodule KIES18 (met een "dynamische" weergave van resultaten, voorkeurstemmen en coalitievormingen).

- Bij de ontwikkeling van de vernieuwde Sporza-website en -app ging aandacht naar toegankelijkheid.
- De toegankelijkheid van websites werd opgenomen in de aankoopcontracten voor externe leveranciers als een essentieel element ter beoordeling van de prestaties van leveranciers.
- Nieuwe medewerkers kregen een introductiesessie over de voordelen en het belang van toegankelijkheid van het digitaal aanbod.

### Ondertiteling van video

De VRT vindt het belangrijk dat haar aanbod ook op de online platformen toegankelijk is. Dat betekent onder andere dat ze ernaar streeft dat haar online video-aanbod maximaal wordt ondertiteld, niet alleen voor slechthorenden maar voor iedereen die video wil bekijken zonder dat hij/zij het geluid wil aanzetten. Om die reden volgt de omroep een ondertiteltraject dat ernaar streeft om op een efficiënte manier het video-materiaal te voorzien van ondertitels die hergebruikt kunnen worden op alle mogelijke audiovisuele platformen. In 2018 schafte hij daarvoor een nieuw ondertitelsysteem aan. In de loop van het voorjaar van 2019 wordt dat stap voor stap ingevoerd. Daardoor zal tegen 2020 (conform de beheers-overeenkomst) meer dan 90% van het online video-aanbod van ondertitels voorzien zijn.

Eind 2018 was het nog niet mogelijk om voor al het videoaanbod ondertitels te voorzien, vooral niet bij nieuws- en sportprogramma's die live gestreamd worden. Waar het kan, plaatst de VRT zo snel mogelijk de ondertitels online.

## OVERLEG

Op 8 oktober organiseerde de VRT een ontmoeting met verschillende belangenverenigingen over de toegankelijkheid van het VRT-aanbod. Verenigingen van doven en slechthorenden, blinden en slechtzienden, en personen met een verstandelijke beperking (zoals Onze Nieuwe Toekomst) en medewerkers van de Vlaamse administratie waren daarbij aanwezig.

Op het overleg werden de VRT-initiatieven en –plannen inzake toegankelijkheid van het aanbod (ondertiteling, Vlaamse Gebarentaal, audiodescriptie)

besproken. Daarnaast werd van gedachten gewisseld over projecten met betrekking tot digitale toegankelijkheid en innovatie, zoals Content4All (over mediacontent met geautomatiseerde gebarentaal), Navigator (een project (samen met Soulmade) dat webontwikkelaars via Virtual Reality wil sensibiliseren om zo te ontwerpen dat websites en apps van de VRT zo toegankelijk mogelijk zijn voor alle gebruikers) en Jooki (een muziekspeler die blinde en slechtziende kinderen kunnen gebruiken om hun taal en wereldbeeld te stimuleren via gesproken en gezongen content (samen met Muuselabs)).

## FEEDBACK VAN KLANTEN

In 2018 ontving de VRT-klantendienst 8.612 klachten. Dat betekende een toename van 88,7% ten opzichte van 2017 (toen er 4.565 klachten waren). 30.141 contacten werden geregistreerd (een stijging van 40,4% ten opzichte van 2017).<sup>35</sup>

De stijging van het aantal klachten en klantencontacten is het gevolg van verschillende factoren.

- In 2018 registreerde de VRT-klantendienst 9.660 contacten op het vlak van technologie. Daarvan waren er 3.006 klachten (een stijging van 165,8% ten opzichte van 1.131 klachten in 2017).
- 67,0% van deze klantencontacten en klachten hadden betrekking op VRT NU. Het grootste deel handelden over de beperkingen op het kijken naar VRT NU in het buitenland. Deze beperkingen waren het gevolg van enerzijds aangepaste Europese regelgeving met betrekking tot het uitzenden van aangekochte producties en anderzijds extra beschermingsmaatregelen met betrekking tot de uitzendrechten tijdens de periode van het WK voetbal. Andere contacten hadden betrekking op het bekijken van VRT NU op een televisiescherm (smart-tv). De VRT werkte hiervoor in 2018 aan technische oplossingen zodat het doorsturen van het VRT NU-aanbod via de app van VRT NU en Chromecast of Apple Airplay naar een smart-tv beter kon verlopen.
- 10,2% van deze contacten en klachten hadden te maken met de transmissie van het VRT-aanbod. Dat was voornamelijk het gevolg van het feit dat de VRT op 1 december 2018 zou stoppen met het uitzenden via DVB-T. Tussen 24 mei (de datum waarop de afschakeling publiek werd aangekondigd) en 1 december kreeg de VRT 667 klachten over deze beslissing. De VRT-klantendienst informeerde de DVB-T-gebruikers op verschillende manieren over de alternatieve mogelijkheden om naar het VRT-televisieaanbod te kijken. De VRT heeft op 1 december de eigen DVB-T-uitzendingen dan ook stopgezet. Ze toont evenwel begrip dat dat voor sommige van de DVB-T-gebruikers moeilijk kon zijn, maar is er van overtuigd dat de alternatieve mogelijkheden (waaronder het VRT NU-aanbod) de gebruikers op een kwalitatieve manier kan bedienen.

### Klachten en andere klantencontacten (2014–2018)<sup>36</sup>

Bron: VRT



<sup>35</sup>

Elk contact van een mediagebruiker waarbij een klacht wordt geformuleerd, wordt door de VRT als een klacht beschouwd of die nu binnenkomt via de "officiële klachtenprocedure" of via de gewone contactenmodule van de VRT-klantendienst. Omgekeerd is het ook zo dat als via de "officiële klachtenprocedure" geen klacht maar een vraag binnenkomt, dat als een gewoon contact wordt gecatalogeerd.

<sup>36</sup>

Voor een goed begrip van deze informatie: de aantallen die betrekking hebben op de periode 2014-2016 slaan op alle klantencontacten en klachten die de VRT kreeg. Voor 2017 en 2018 gaat het om alle klantencontacten die bij de VRT aankwamen en alle klachten die de VRT-klantendienst behandelde (met andere woorden zonder de klachten die door de VRT-ombudsman werden behandeld).





De nieuwsombudsman  
beantwoordde  
**4.795**  
publieksreacties.

- De VRT ontving over de DVB-T-afschakeling verschillende tweedelijnsklachten die eerder bezorgd werden aan de Vlaams minister van Media en de Vlaamse ombudsman.
- Op 25 mei 2018 trad de Algemene Verordening Gegevensbescherming in werking (zie p. 86). De VRT-klantendienst stond in voor het beantwoorden van alle vragen over het nieuwe privacybeleid bij de omroep. Daartoe werd een speciaal contactformulier ontwikkeld. Via deze weg kreeg de VRT in 2018 42 vragen over privacy.
- De klantendienst ontving 8.605 vragen over het media-aanbod<sup>37</sup> (waarvan het meest over Eén en Radio 1). Het aantal klachten over het aanbod daalde van 1.091 in 2017 naar 874 in 2018 (of -19,9%).
- Het aantal klachten over de programmering<sup>38</sup> van de aanbodsmerken steeg tot 365 klachten (ten opzichte van 149 in 2017, of +145,0%). De toename was het gevolg van het niet respecteren van programmatijden (waardoor privé-opnames niet volledig waren), de wijzigingen aan het uitzendschema naar aanleiding van het WK voetbal en de federale regeringscrisis in het najaar. (Daarnaast werden 635 vragen over de programmering beantwoord.)
- Het aantal beroepsethische klachten (met uitzondering van de klachten met betrekking tot de nieuwsdienst) daalde tot 374 (ten opzichte van 404 in 2017, of -7,4%). De klachten hadden betrekking op tal van onderwerpen (onder andere over verkeersveiligheid, alcoholgebruik, dierenleed en onrechtmatig beeldgebruik).
- Naar aanleiding van een "drukke" sportzomer (zie p. 69) ontving de VRT extra vragen (2.391) en klachten (615). Technische problemen met betrekking tot het bijwonen van de omkaderingsprogramma's bij het WK voetbal waren daarvan de grootste oorzaak.
- De VRT-klantendienst registreerde 2.600 contacten over

de nieuwsdienst (ten opzichte van 2.646 in 2017). 816 daarvan waren klachten. Dat aantal steeg met 44,9% (ten opzichte van 563 in 2017).

#### De nieuwsombudsman

De nieuwsombudsman beantwoordde in 2018 4.795 publieksreacties (ten opzichte van 1.293 in 2017). Daarvan waren er 2.831 een klacht (ten opzichte van 935 in 2017). De televisiekijker en de radioluisteraar vonden in 2018 meer hun weg naar de nieuwsombudsman. Het aandeel klachten over de nieuwswebsite Vrtnews.be daalde verhoudingsgewijs.

De criteria onnauwkeurigheid en partijdigheid zijn verhoudingsgewijs gedaald in de klachten in 2018. Gelet op de feiten dat 2018 een "verkiezingsjaar" was (gemeent- en provincieraadsverkiezingen) en dat de federale regering viel, is het opvallend dat het aantal klachten met betrekking tot partijdigheid afnam. De klachten waarbij het criterium "selectie" een rol speelde, steeg. Daar is wel een verband met de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, waar er veel vraag was naar nog meer lokale informatie en een aanvoelen bij mediagebruikers dat de VRT-nieuwsdienst te veel focuste op de stad Antwerpen. Klachten met persoonlijk belang stegen tot 49 (ten opzichte van 39 in 2017). Die stijging wordt volledig verklaard door een tiental onnauwkeurigheden over lokale lijsten of kandidaten bij de gemeenteraadsverkiezingen.

De nieuwsombudsman publiceerde 20 columns op Vrtnews.be en was geregeld te gast in het programma *De zevende dag* (Eén) om duiding te geven bij de aanpak van de VRT-nieuwsdienst. Hij legde rechtstreeks contact met het publiek, onder meer op VRT NWS Connect (zie p. 33).

<sup>37</sup>

Media-aanbod slaat op de aard van het aanbod of de inhoud van het programma.

<sup>38</sup>

Programmeren: het bepalen wanneer (tijdstip) en waar (uitzendkanaal) een programma wordt uitgezonden.

## KWALITEITSBELEID

De publieke omroep biedt een aanbod dat enerzijds focust op maatschappelijke relevantie en anderzijds de behoeften van zijn mediagebruikers centraal stelt. Beide elementen (publieke meerwaarde en functionele kwaliteit) bepalen de kwaliteitsgraad van het VRT-aanbod.

### Publieke meerwaarde

De VRT onderscheidt zich, vanuit haar rol als publieke omroep, op verschillende domeinen. Hoe beter ze inspeelt op de behoeften van de samenleving, hoe groter haar publieke meerwaarde is. Daarvoor spelen verschillende elementen een rol, zoals:

- maatschappelijke impact (programma's en acties (zie p. 74-82), mediawijsheid (zie p. 61) relaties met het middenveld (zie p. 105));
- onderscheidend aanbod (informatie (zie p. 33), cultuur (zie p. 42), educatie (zie p. 56), ontspanning (zie p. 65), sport (zie p. 68));

- Vlaamse verankering (Vlaamse producties (zie p. 73), perceptie van de mediagebruikers (zie p. 12));
- beroepsethiek (beroepsethisch kader (zie p. 39), vertrouwen in de VRT (zie p. 11));
- diversiteit (beeldvorming (zie p. 22), toegankelijkheid (zie p. 26), personeel (zie p. 25));
- innovatie (formats (zie p. 95), platformen (zie p. 85), technologie (zie p. 90))

### Functionele kwaliteit

De mate waarin de VRT tegemoet komt aan de behoeften van haar mediagebruikers, kan zij meten aan de hand van enerzijds bereikcijfers (totaal aanbod (zie p. 11), informatieaanbod (zie p. 35)) en anderzijds waarderingsmaatstaven (waarderingscijfers (zie p. 15+18), klantencontacten (zie p. 28) en prijzen & nominaties (zie p. 170)).





## RONDLEIDINGEN

De VRT biedt geleide bedrijfsbezoeken aan. Gidsen nemen bezoekers mee achter de schermen en naar regiekamers en studio's en tonen hoe programma's tot stand komen. De nadruk ligt op de praktische werking van de radio- en tv-studio's en de regiekamers. De gids geeft duiding bij het decor, de camera's, het licht, de klank en de verschillende functies binnen de productieploegen (regisseur, opname-leider, chef-technicus, studiomeester, presentator,...).

De meeste groepen die op bezoek komen zijn schoolgroepen, naast bedrijfsgroepen en groepen van middenveldorganisaties. In 2018 organiseerde VRT Communicatie 863 "standaardrondleidingen" voor deze groepen. Dat betekent dat ongeveer 26.000 Vlamingen een rondleiding kregen in het VRT-omroepgebouw. Daarnaast waren er speciale rondleidingen voor specifieke doelgroepen en stakeholders.

In 2018 stemde de omroep zijn prijsbeleid (dat al zes jaar ongewijzigd was gebleven) af op de gestegen kosten.

**26.000**  
Vlamingen kregen een  
rondleiding bij de VRT.



> Rondleiding op de VRT

## 2

INFORMATIE, CULTUUR EN  
EDUCATIE PRIORITAIR

Zoals bepaald in het mediadecreet en conform haar maatschappelijke opdracht besteedt de VRT prioritair aandacht aan informatie, cultuur en educatie. Zij doet dit zowel op een verdiepende als op een verbredende manier.

- De informatieopdracht bepaalt dat de VRT onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding geeft aan alle Vlamingen.
- De VRT heeft aandacht voor diverse culturele domeinen, zoals kunsten, architectuur, film & fictie, muziek, toerisme en letteren. Ze streeft ernaar de Vlamingen te prikkelen met cultuur en hen aan te zetten tot cultuurparticipatie.
- De openbare omroep speelt een belangrijke rol op het vlak van educatie voor alle mediagebruikers van alle generaties.



## 2.1

## INFORMATIE

De VRT heeft, ten aanzien van de Vlaamse samenleving, een belangrijke opdracht om alle Vlamingen op een betrouwbare, onafhankelijke en onpartijdige manier te informeren over wat er gebeurt in eigen land en in de rest van de wereld. Betrouwbaar, kwaliteitsvol, accuraat, onafhankelijk van politieke partijen en drukingsgroepen, vrij van commerciële belangen, onpartijdig en diepgaand: dat zijn de kernwaarden die de journalistiek van de VRT typeren.

Bij het realiseren van de kernopdracht informatie speelde het aanbodmerk VRT NWS een centrale rol, zowel op radio en televisie als online. De nieuwsdienst had ook een belangrijk aandeel in de educatieve en culturele opdracht van de openbare omroep. Allerlei culturele onderwerpen en herdenkingsmomenten kwamen aan bod in de journaals, de duidingsmagazines en op de digitale platformen. Door gebeurtenissen uit de actualiteit in een breder maatschappelijk en historisch kader te plaatsen, hadden programma's zoals *Pano* (Eén), *De afspraak* (Canvas) of *De wereld vandaag* (Radio 1) een educatief aspect. VRT NWS speelde zijn educatieve rol ook met zijn evenementenreeks *VRT NWS Connect* en door samen te werken met het onderwijs voor projecten als KLAAR of EDUbox (zie p. 58).

In een media-omgeving waarin ongecontroleerde bronnen vaak valse informatie verspreiden, staat VRT NWS garant



voor een betrouwbare en accurate berichtgeving. Uit vertrouwensonderzoek (zie voetnoot XX) blijkt dat de mediagebruikers dat ook zo ervaren. De openbare omroep doet extra inspanningen om fake news te ontmaskeren en tegen te gaan. Factchecking en broncontrole zijn voor de journalisten van de VRT nog belangrijker geworden. VRT NWS informeert en sensibiliseert het publiek ook over de problematiek van fake news, zowel in de berichtgeving als tijdens lezingen en voordrachten van journalisten op evenementen zoals VRT NWS Connect. VRT NWS ontwikkelde samen met diverse partners uit het onderwijsveld ook de EDUbox Nepnieuws, een educatief pakket waarmee leraars en leerlingen kunnen werken rond het thema (zie p. 58).

VRT NWS consolideerde in 2018 de werking van zijn multimediale themaredacties in een aantal specifieke domeinen: algemeen & cultuur, maatschappij & wetenschap, justitie, economie, werk & politiek, buitenland en jong.

Daarnaast zette VRT NWS in 2018 extra in op onder meer het beter bereiken van kinderen (vernieuwing *Karrewiet*) en jongeren (lancering MNM NWS), op het formatteren van het nieuws op maat van de sociale media, en op de berichtgeving en duiding over de lokale en provinciale verkiezingen.

### VRT NWS CONNECT

VRT NWS vond het belangrijk om zijn publiek te ontmoeten en ermee te 'connecteren'. Daarom organiseerde de nieuwsdienst (na drie edities van *Het vooruitzicht*) een nieuwe reeks publieksevenementen: *VRT NWS Connect*. Journalisten en experts van VRT NWS dompelden de bezoekers onder in hun vakgebied, met lezingen en debatten over allerlei nieuwsonderwerpen, zoals de Belgische politiek, de brexit, migratie, mobiliteit, conflictjournalistiek, deontologie en desinformatie. Op de 'marktplaats' konden de bezoekers experimenteren en ontdekken hoe het nieuws wordt gemaakt. Ze konden een stemtest of een nieuws-stand-up doen, kennismaken met 3D-nieuws, een filmpje leren maken of een radiojournaal inlezen. *VRT NWS Connect* vond plaats in Antwerpen, Hasselt, Kortrijk en Gent. Er waren meer dan 1.300 bezoekers. De opbrengst ging integraal naar goede doelen van *De warmste week*. De lezingen waren achteraf ook te bekijken op [Vrtnws.be](http://Vrtnws.be).

VRT NWS zette in op berichtgeving en duiding over de lokale en provinciale verkiezingen.

## Nieuwsuitzendingen per dag en per net in 2018 (gemiddeld in minuten per dag)

Bron: VRT-Studiedienst

Net <sup>39</sup>	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
● Radio 1	123	107	170
● Radio 2 <sup>40</sup>	110	104	106
● Klara	105	74	82
● Studio Brussel	69	59	59
● MNM	83	68	68
● Eén <sup>41</sup>	92	86	79
● Canvas <sup>42</sup>	5	6	7
● Ketnet <sup>43</sup>	65	57	41

Alle radio- en televisienetten van de VRT vullden een informatieopdracht op de manier die het best past bij hun doelgroep. Dat zorgde voor een gedifferentieerd nieuwsaanbod, met in 2018 onder meer volgende programma's:

- De nieuws- en duidingsprogramma's op Eén bereikten een groot en breed publiek. Het net bracht dagelijks vier journaals (om 13 uur, 18 uur, 19 uur en *Het journaal laat*). Vanaf juni werd *Het journaal van 18.00 uur* vervangen door een kortere VRT NWS update omstreeks 18.06 u. omdat uit onderzoek was gebleken dat *Het journaal van 18.00 uur* een beperkt uniek bereik had: het bereikte vooral kijkers die ook *Het journaal van 19.00 uur* volgden. De VRT NWS update was door zijn korte lengte geschikt voor gebruik op digitale en sociale media, en kon zo een ander publiek bereiken. Vanaf oktober kwam er nog een tweede VRT NWS update bij, omstreeks 16.30 uur. Voor achtergrond en analyse van het nieuws zorgden de duidingsprogramma's *Pano* (onderzoeksjournalistiek), *De zevende dag* (debat), *Villa politica* (politieke verslaggeving vanuit het Vlaams Parlement en de Kamer van Volksvertegenwoordigers) en *De markt* (sociaaleconomische duiding, vanaf januari ter vervanging van *De vrije markt*). Daarnaast waren er programma's rond meer specifieke thema's, zoals *Over eten* (consumentenprogramma over voeding en de voedselketen) of herdenkingsprogramma's in het kader van 100 jaar Wapenstilstand.
- Canvas bracht met zijn informatie- en duidingsprogramma's op een verdiepende manier achtergrond, duiding en analyse bij de actualiteit. *Terzake* bevatte reportages en interviews met hoofdrolspelers uit het nieuws van de dag. *De afspraak* (van maandag tot en met donderdag) kaderde de actualiteit in een bredere context met debatten en opiniëring. *De afspraak op vrijdag* bood debat over de afgelopen politieke week. Daarnaast programmeerde Canvas nieuwe, thematische journalistieke reeksen, zoals *Dank dat u bij ons was* (over 40 jaar televisiejournalistiek) en *De val. Tien jaar na de crisis* (over de financiële en economische crisis van 2008).
- Ketnet bood nieuws en informatie op kindermaat in *Karrewiet* (op weekdagen) en *De week van Karrewiet* (in

het weekend). In het najaar van 2018 werd de formule van *Karrewiet* aangepast: het programma kreeg een eigen studio en presentatoren, en het werd langer. *Karrewiet* was ook beschikbaar op Ketnet.be, waar geregeld extra reportages en dossiers werden aangeboden. De *Karrewiet*-app werd in de loop van 2018 beschikbaar gemaakt voor tablet-pc's (voor smartphones was dat al eerder het geval). Twee keer per dag kregen de abonnees een nieuwsupdate en soms 'breaking news', bijvoorbeeld bij de val van de federale regering en sommige wedstrijden van de Rode Duivels op het WK voetbal.

- Radio 1 trok de kaart van informatie, met dagelijkse nieuws- en duidingsprogramma's. Vanaf het najaar van 2018 werden die uitgezonden en gestreamd vanuit een vernieuwde studio die de doorstroming vergemakkelijkte van nieuws en interviews van radio naar andere kanalen (tv, website, sociale media). Radio 1 had heel de dag door eigen nieuwsbulletins om het uur, en tijdens de ochtend- en avondspits korte updates op het halfuur. Het duidingsprogramma *De ochtend* werd dagelijks uitgezonden, van maandag tot en met zondag. *De ochtend* werd uitzonderlijk op locatie uitgezonden, zoals bij de herdenking van 100 jaar Wapenstilstand in Ieper. In de vooravond was er *De wereld vandaag*, van maandag tot en met vrijdag. Wanneer de actualiteit dat vroeg, waren er extra lange duidingsprogramma's, zoals bij de federale regeringscrisis in december.
- Radio 2 had zijn eigen gedifferentieerde nieuwsbulletins van 6 tot en met 19 uur, aangepast aan zijn publiek en met veel aandacht voor helderheid en verstaanbaarheid. Naast die nationale bulletins focuste Radio 2 op regionaal nieuws, met specifieke nieuwsuitzendingen per regio op het halfuur tussen 6 en 9, 12 en 13 en 16 en 18 uur. De regionale redacties van Radio 2 versterkten hun regionale verankering met de expertise van lokale reporters en correspondenten, en bevestigden zo hun nieuwsautoriteit in de regio. Ze brachten grote en kleine nieuwsverhalen, zoals naar aanleiding van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, de leegstand in seniorenflats in West-Vlaanderen, elektrische deelwagens in Vlaams-Brabant en de diamantsector in Antwerpen. Radio 2 breidde in 2018 zijn online regionieuws uit op Radio2.be en via Vrtnews.be.

### 39

Voor Eén, Canvas en Ketnet: zonder de nachtelijke herhalingen. Voor de radionetten waren er elke nacht nieuwe nieuwsuitzendingen.

### 40

Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen.

### 41

De journaals van 13 uur, 18 uur (tot 13 juni) en 19 uur. VRT NWS update (vanaf 14 juni). *Het journaal laat* en de extra journaals. Vanaf donderdag 14 juni werd *Het journaal van 18.00 uur* vervangen door een korte VRT NWS update (rond 18.06 u. en vanaf oktober ook om 16.30 u.).

### 42

*Het journaal van 20.00 uur* in het weekend. Vanaf zaterdag 20 juni werd *Het journaal van 20.00 uur* vervangen door een korte VRT NWS update. Op weekdagen was er in principe geen uitzending van *Het journaal* of VRT NWS update op Canvas. 15 keer was dat wel het geval. Die uitzendingen hadden een diverse duur (gemiddeld 5 minuten).

### 43

De nieuwsuitzendingen op het Ketnet-kanaal: *Karrewiet*, *De week van Karrewiet*, *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* en *Het journaal met Vlaamse Gebarentaal* (na 20.00 u.).

- MNM bracht nieuws voor jongeren, zowel op radio als online. Elk uur was er een eigen nieuwsbulletin en tijdens de ochtend- en avondspits een overzicht van de hoofdpunten op het halfuur. Om jongeren nog beter te bereiken met een nieuwsaanbod werd MNM NWS gelanceerd (als opvolger van Ninjanieuws), een nieuwsmerk met veel video voor jongeren en verspreid op MNM.be en de sociale media. Naast algemeen nieuws vanuit jongerenperspectief (onder meer over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen), focuste MNM op specifieke jongerenthema's.
- Studio Brussel bracht nieuwsupdates om het uur met eigen herkenbare nieuwsstemmen en zorgde bij belangrijke nieuwsfeiten voor extra duiding tijdens de spitsblokken.
- Klara bood naast de nieuwsbulletins dagelijks een overzicht van de perscommentaren, dat werd uitgezonden om 7.30 uur en 9 uur.

## VRT NWS ONLINE

VRT NWS werkte in 2018 aan de inhoudelijke en vormelijke verfijning van haar nieuwssite, die het jaar daarvoor was vernieuwd. Vrtnews.be profileerde zich als een brede, maatschappelijke nieuwssite die belangrijk, relevant en betrouwbaar nieuws zo snel en helder mogelijk bracht, in een evenwichtige combinatie van video, audio en tekst. Er werd extra duiding gegeven bij het nieuws door de inhoud van de duidingsprogramma's op radio en tv snel online beschikbaar te maken, door toelichtingen van eigen experts, live-uitzendingen vanuit een "webstudio" en opiniestukken met verschillende invalshoeken. Voor de overzichtelijkheid en de gebruiksvriendelijkheid werd het aanbod (audio, video, infografieken, peilingen, "factchecks", expert- en opiniestukken) opgedeeld in diverse rubrieken, zoals binnenland, buitenland, cultuur & media, economie, politiek en justitie.

De VRT NWS-app kreeg nieuwe functionaliteiten. Zo werd naar aanleiding van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen een eerste stap gezet in de richting van een gepersonaliseerd aanbod: de app-gebruikers die dat wilden, ontvingen een melding wanneer de resultaten van hun opgegeven gemeente(n) beschikbaar waren. De app kreeg ook een speciale video-pop-up-box onderaan in beeld waarmee de gebruikers meteen belangrijke live-momenten of uitzendingen van *Het journaal*, *Terzake* of *De afspraak* konden volgen. Ze kregen daarvoor een notificatie wanneer de uitzending begon.



### Ruben Degroote

Zeg nog is da #Karrewiet voor kinderen is. Dankzij #Karrewiet snap ik eindelijk heel die Regering crisis.

VRT NWS zette in op de verspreiding van haar informatieaanbod via de socialemedia-kanalen (Facebook, YouTube en Instagram). Het aantal fans op Facebook steeg in de loop van 2018 van 297.400 naar 315.100, het aantal bekeken minuten op YouTube groeide van 43.314 per maand naar 210.864 en het aantal volgers op Instagram van 14.700 naar 52.700. Om de actualiteit van de dag zo helder mogelijk te vertalen naar Instagram gebruikte VRT NWS onder meer slideshows waarin een onderwerp grafisch werd uitgelegd.

De Engelstalige, Franstalige en Duitstalige nieuwssites (respectievelijk Flandersnews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be) kregen in 2018 een nieuwe vormgeving, in lijn met die van Vrtnews.be.

## BEREIK

In 2018 bereikte de VRT met haar totale informatieaanbod wekelijks 78,9% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder)<sup>44</sup>, ten opzichte van 77,5% in 2017 (norm 75%).

- De verschillende journaaluitzendingen op VRT-televisie bereikten per dag gemiddeld 1.784.923 Vlamingen of 29,4% van alle Vlamingen ouder dan 4 jaar (ten opzichte van 1.841.411 Vlamingen of 30,7% in 2017). Op weekbasis bereikten deze programma's 59,7% van de Vlamingen (ten opzichte van 61,1% in 2017).
- De nieuwsuitzendingen op VRT-radio bereikten dagelijks gemiddeld 2.860.942 Vlamingen of 51,5% van alle Vlamingen ouder dan 12 jaar (ten opzichte van 2.852.498 Vlamingen of 51,4% in 2017).

In 2018 waren er gemiddeld 446.928 unieke bezoekers per dag voor de nieuwssite. Via de app waren dat er gemiddeld 150.496.

De VRT bereikt met haar informatie-aanbod dus nog steeds het merendeel van de Vlamingen. Aangezien de socialemedia-platformen en de platformen van de distributeurs met eigen algoritmen kunnen bepalen welke programma's en berichten ze aan de mediagebruikers kunnen voorleggen, kan dit fenomeen in de toekomst invloed hebben op de vindbaarheid en het bereik van het VRT-informatie-aanbod. De VRT wil daarover, samen met de andere Vlaamse media-organisaties, goede afspraken kunnen maken.

<sup>44</sup>

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische en online bevraging bij 2.501 Vlamingen in de periode september-oktober 2018. Het onderzoek werd uitgevoerd door een externe partner, het onderzoeksbureau TNS Research.



“Bij *Terzake* werken ervaren mensen van wie ik veel steun krijg.”

## Bram Vandeputte

### Journalist bij *Terzake*

Ik ben redacteur en reporter bij *Terzake*. We zijn een kleine redactie, met een tiental journalisten. Het feit dat we zo'n hecht team zijn, helpt om er elke dag vol tegenaan te gaan. Wij moeten dagelijks 30 minuten op antenne krijgen met stevige inhoud en interessante gasten. Het is voortdurend bijschakelen en rondbellen, maar wonderwel is er op het eind van de dag altijd een volwaardige uitzending. Een programma als *Terzake* is uniek, omdat politici er in debat gaan en het ook de tijd geeft aan experts om iets helder uit te leggen. Als ik 's avonds thuiskom, bel ik vaak even met mijn ouders om te vragen of alles duidelijk was. Zij zijn het publiek dat ik in mijn achterhoofd hou, want soms zit ik zo diep in een onderwerp dat bepaalde dingen evident lijken, terwijl dat voor de buitenwereld niet zo is.

Regelmatig maken we zelf ook nieuws. Wij waren bijvoorbeeld de eerste in Vlaanderen die Carles Puigdemont (de Catalaanse "ex-president" die in België verbleef) in de studio kregen. Een commerciële zender in Spanje heeft het interview live meegenomen in hun uitzending. Dat was de eerste keer dat *Terzake* meer dan anderhalf miljoen live-kijkers had (lacht). Als je ziet dat we zelfs internationale impact hebben, weet je dat je werk iets oplevert.

Bij *Terzake* werken ervaren mensen van wie ik veel steun krijg. Ik had bijvoorbeeld nooit gedacht dat ik naar Zweden mocht gaan om daar de verkiezingen te volgen. Plots moest ik er verslag uitbrengen voor de radiozenders en de journaals. Druk, maar zeer leerrijk. In 2018 ben ik eens naar Vilvoorde gestuurd om liveverslaggeving te doen, terwijl ik nog nooit een live politiek interview had gedaan. Achteraf is het tof om te horen van collega's dat alles goed verliep. Een ploeg waar je zoveel vertrouwen van krijgt en ook nog altijd veel van bijleert, is voor een jonge journalist een ideale omgeving.





## #KIES18: DE VRT EN DE GEMEENTE- EN PROVINCIERAADSVERKIEZINGEN

Onder de noemer #kies18 informeerde de VRT de Vlamingen over de lokale en provinciale verkiezingen van 14 oktober 2018. Begin 2018 hield Radio 2 een "burgemeestersmarathon", waarbij alle Vlaamse burgemeesters bij de start van het laatste jaar van de legislatuur in dialoog gingen met de inwoners van hun gemeente. In juni lanceerde VRT NWS Jijkiest.be, een digitaal platform waarop inwoners van de Vlaamse en Brusselse gemeenten hun eigen voorstellen konden lanceren om "het leven in hun gemeente beter te maken". In totaal waren er meer dan 8.000 voorstellen voor 317 gemeenten en steden. Daarop kwamen vanuit politieke hoek meer dan 6.400 reacties. De verschillende radio- en televisienetten gingen dieper in op een aantal voorstellen en terugkerende tendensen.

Vooraf in bestaande nieuws- en duidingsprogramma's en op Vrtnws.be volgde de VRT de verkiezingscampagne op de voet. In de laatste weken voor de verkiezingen kwamen er langere edities van *Terzake* en de specifieke verkiezingsprogramma's *Iedereen kiest* (Eén) en *Zinzen en Van Cauwelaert bij Ivan* (Canvas). Radio 1 bracht debatten en bijdragen vanop locatie in *De ochtend* en *De wereld vandaag*. Het net organiseerde samen met Knack debatten in Leuven, Brussel, Gent, Hasselt en Antwerpen. Radio 2 speelde zijn rol als regionale en lokale gids met verkiezingsuitzendingen en -rubrieken in elke regio en regionale content op Radio2.be en Vrtnws.be.

De VRT zette extra in op jongeren en kinderen. MNM, Studio Brussel en *Karrewiet* (Ketnet) brachten een aangepaste programmering met veel aandacht voor jongerenthema's bij de verkiezingen. MNM lanceerde een online *Kieskaart*, met voor elke gemeente de specifieke partijpunten voor jongeren. Studio Brussel bracht *18 in 18*, een online videoreeks over 18 jonge mensen die voor het eerst gingen stemmen. VRT NWS maakte uitlegfilmpjes over de verkiezingen onder het label van KLAAR. Die werden

gepubliceerd op de website en op de sociale media. De VRT-Studiedienst peilde bij "nieuwe kiezers" naar hun interesse in politiek, politieke kennis en attitudes, de thema's die ze belangrijk vonden en de manier waarop ze die weerspiegeld zagen in de partijprogramma's. VRT NWS ging uitgebreid in op de resultaten van het onderzoek.

Op zaterdag 13 oktober was er op Eén *Het grote debat* met de Vlaamse partijvoorzitters. Op zondag 14 oktober stond alles in het teken van uitslagen, reacties en analyses, met de verkiezingsshow op Eén en verslaggeving op alle VRT-netten en -platformen. Vrtnws.be bood een gebruiksvriendelijke toepassing om de verkiezingsresultaten te raadplegen en vervolgens zelf coalities samen te stellen. Wie dat wou kreeg een automatische melding wanneer de uitslagen van specifieke gemeenten beschikbaar waren. Op maandag 15 oktober volgde het *Kopstukkendebat*, waarin de Vlaamse voorzitters van de nationale partijen de uitslagen van de verkiezingen analyseerden.

## Onpartijdigheid in verkiezingstijd

Naast de algemene bepalingen over onpartijdigheid hanteerde de VRT specifieke gedragsregels tijdens een eigen ingestelde sperperiode in de aanloop naar de verkiezingen. Die regels golden voor alle personeelsleden van de VRT. De sperperiode was opgedeeld in twee periodes:

- Vanaf 2 juli t.e.m. 31 augustus moest in alle programma's/producties, items en berichten nog meer dan anders gewaakt worden over de onpartijdigheid, het innemen van politieke standpunten en mogelijke verkiezingspropaganda. Het optreden van politici in niet-nieuwsdienstprogramma's werd strikt gereguleerd.
- Vanaf 1 september t.e.m. de verkiezingsdag (14 oktober) konden politieke gasten alleen aan het woord komen in programma's, producties en items die onder de redactionele verantwoordelijkheid van de hoofdredactie van de nieuwsdienst vielen.

## ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

Het Eén-programma *Pano* legde zich toe op reportages over maatschappelijke thema's waar de Vlaming van wakker ligt. In 2018 zond *Pano* 15 reportages uit (norm: 10). Vaak ontstond daarna een diepgaand publiek debat, zoals bij de afleveringen over de rechts-radicalen beweging Schild & Vrienden<sup>45</sup>, de problemen in het basisonderwijs en bij de Belgische spoorwegen en de "lakse" justitiële aanpak van de frauduleuze faillissementen in de bouwsector. Naast de lineaire uitzendingen werd *Pano* verspreid op de platformen van Vrtnews.be (met aanvullende opinies, analyses en extra content) en op sociale media. Zo konden de onderwerpen verder worden uitgediept en een ander publiek bereiken.

Ook andere programma's besteedden aandacht aan onderzoeksjournalistiek. Het verkiezingsprogramma *Iedereen kiest* (Eén) onderzocht bijvoorbeeld wantoestanden bij de verhuur van sociale woningen in Gent. *Terzake* (Canvas) deed onderzoek naar een Albanese crimineel die in Albanië misdaden had gepleegd na zijn uitzetting door België. *Voor de zonden van de vaders* onderzocht het lot van kinderen van Belgische IS-strijders in Syrië en Irak.

## AANDACHT VOOR EUROPA EN HET BUITENLAND

De Radio 1-programma's *De ochtend* en *De wereld vandaag* besteedden veel aandacht aan buitenlands nieuws, onder meer over de brexit en de tussentijdse verkiezingen in de Verenigde Staten. Daarnaast was er uitgebreide verslaggeving en duiding over de verkiezingen in Italië, Rusland, Egypte, Nederland, Turkije en Brazilië.

Bij Eén en Canvas kwamen internationale onderwerpen aan bod in de journaals en in duidingsprogramma's. De programma's *Checkpoint* (op donderdag) en *Vranckx* (op zaterdag) presenteerden internationale nieuwsreportages over buitenlandse thema's. In *Vranckx* werden ook documentaires uitgezonden van de zogenaamde Nomaden, een collectief van jonge Vlaamse reporters die verslag uitbrachten over buitenlandse kwesties. Daarnaast programmeerde Canvas journalistieke reeksen over internationale thema's, zoals *Amazones* (over vrouwen die de wapens opnamen voor hun idealen).

Vrtnews.be had een rubriek voor buitenlands nieuws. De websites en Facebook-pagina's van *Vranckx* en de Nomaden waren gewijd aan internationale nieuwsverhalen. Naast op zichzelf staande podcasts over internationale onderwerpen (zoals de tussentijdse Amerikaanse verkiezingen of het VN-migratiepact) waren er podcastreeksen die helemaal aan het buitenland waren gewijd, zoals *Björn in the USA* (over Amerika) en *Vranckx & Byloo* (over diverse internationale kwesties).

VRT NWS werkte samen met de Europese Commissie bij de Europese Burgerdialoog in Leuven op 26 februari. Eerste vicevoorzitter van de Europese Commissie Frans Timmermans en Vlaams minister-president Geert Bourgeois gingen in dialoog met elkaar en het publiek. Het evenement werd gestreamd via de Facebook van VRT NWS en aangeboden op VRT NU.

45

De *Pano*-reportage over Schild & Vrienden gaf ook aanleiding tot een gerechtelijk onderzoek.



De onderzoeksreportages van *Pano* zorgden voor publiek debat.



## BEROEPSETHIEK (ETHISCHE KWALITEIT)

### Programma's van de VRT-nieuwsdienst

#### Beroepsethisch kader

Het redactiestatuut van de VRT-nieuwsdienst met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT garandeert dat VRT-journalisten onafhankelijk kunnen werken, los van commerciële, groeps-, persoonlijke en politieke belangen. Het statuut bundelt ook de deontologische richtlijnen voor de journalisten. De basiswaarden voor de VRT-journalistiek zijn betrouwbaarheid, kwaliteit, accuraatheid, onafhankelijkheid van politieke partijen, drukingsgroepen en commerciële belangen, onpartijdigheid en diepgang.

De deontologische adviesraad van VRT NWS telt 12 verkozen leden en is evenwichtig samengesteld overeenkomstig de structuur van de nieuwsdienst. VRT NWS kan voor beroepsethische kwesties een beroep doen op de deontologische adviesraad en werkt conform *Het redactiestatuut* en andere interne richtlijnen zoals *De tien geboden voor sociale media*<sup>46</sup>, *De gedragscode voor het online informatie- en duidingsaanbod*<sup>47</sup> en *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid*<sup>48</sup>. VRT NWS erkent ook de code van de Raad voor de Journalistiek. Met deze instrumenten kan de VRT-nieuwsdienst onafhankelijk en redactioneel autonoom zijn informatieopdracht invullen.

Het beroepsethisch kader wordt bewaakt door het college van hoofdredacteuren van VRT NWS en de deontologische adviesraad.

Vanuit zijn relatie met het publiek waakt ook de nieuwsombudsman (zie p. 29) over de journalistieke beroepsethiek en verantwoordelijkheid. Hij toetst reacties van het publiek af aan *Het redactiestatuut*, *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid* en *De code van de Raad voor de Journalistiek*. Zijn onafhankelijkheid wordt gegarandeerd door *Het statuut van de nieuwsombudsman*. Overeenkomstig dat statuut geniet hij het vertrouwen van de deontologische adviesraad, waarmee hij ook geregeld overleg pleegt.

#### Deontologische adviezen

*Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT* stelt in artikel 21 onder meer:

*"De deontologische adviesraad is bevoegd om gevraagd*

*en ongeraagd deontologisch advies te geven aan de algemeen hoofdredacteur en/of de hoofdredacteuren. (...) De deontologische adviesraad heeft ook als taak om het bewustzijn en de alertheid voor deontologische problemen bij collega-journalisten te bevorderen en de journalisten te informeren over eventuele nieuwe ontwikkelingen op dat vlak. Ze staat de hoofdredacteuren en/of de algemeen hoofdredacteur bij in het aanhouden van een deontologische lijn op de redactie.*

*De deontologische adviesraad is ook het aanspreekpunt en de brug met de overkoepelende raad voor de journalistiek. De deontologische adviesraad kan ook bemiddelend optreden bij beroepsethische meningsverschillen op de redactie."*

In 2018 formuleerde de deontologische adviesraad 141 informele adviezen<sup>49</sup>. 83,0% daarvan kwam er op vraag van een collega, 9,9% na een klacht van een mediagebruiker en 5,7% op eigen initiatief van de deontologische adviesraad. 24,8% van deze adviezen ging over enquêtes en peilingen, 19,1% over onpartijdigheid, 15,6% over onpartijdigheid buiten het werk (cumuls en nevenactiviteiten), 14,2% over privacy en 6,4% over nauwkeurigheid.

Daarnaast gaf de deontologische adviesraad drie formele adviezen<sup>50</sup>: een over een klachtenprocedure tegen een collega, een over het interviewen van mensen die in opspraak zijn gekomen en een over correct woordgebruik.

De deontologische adviesraad pleegde voortdurend overleg met de nieuwsombudsman en de manager beroepsethiek en integriteit.

#### Bewustwording

De adviesraad gaf alle medewerkers van VRT NWS deontologische tips via e-mail, onder andere over het gebruik van archiefmateriaal, over de identificatie van verdachten en over het onherkenbaar maken van mensen die zijdelings betrokken waren bij een gerechtelijk onderzoek. Daarnaast was er een interne campagne voor de hele nieuwsdienst over cumuls en nevenactiviteiten en de deontologische richtlijnen daarover.

Verder volgden 59 medewerkers van VRT NWS een opleiding "beroepsethiek in de praktijk", waarbij aan de hand van voorbeelden uit de praktijk inzicht werd gegeven in de deontologische regels.

De adviesraad werkte mee aan de voorbereiding en implementatie van de nieuwe AVG-richtlijn (zie p. 86).



#### Lore Vonck

Bedankt VRT NWS! @vrtnws respecteert ten volle alle mediarijlijnen inzake zelfdoding en toont hoe het ook anders (en veilig!) kan.

<sup>46</sup>

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

<sup>47</sup>

De leidraad voor video-, tekst-, beeld-, en eindredacteuren van VRT NWS en alle journalisten van VRT NWS die meewerken aan online nieuws en duiding.

<sup>48</sup>

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

<sup>49</sup>

Een informeel advies wordt gegeven bij concrete vragen die een snel antwoord of advies vereisen. Het kan mondeling worden gegeven door een of enkele leden van de deontologische adviesraad.

<sup>50</sup>

Een formeel advies is schriftelijk, behandelt meer structurele vragen en wordt door de voltallige deontologische adviesraad goedgekeurd.

## Andere programma's

### Beroepsethisch kader

*Het programmacharter* bundelt de beroepsethische richtlijnen voor alle programma's die niet geproduceerd worden door VRT NWS. Dat charter beschrijft de verantwoordelijkheden en plichten van de medewerkers en hun rechten inzake redactionele vrijheid. De programmacharterraad waakt over het beroepsethisch kader en de toepassing ervan. Hij is samengesteld uit 19 vertegenwoordigers van de VRT-mediamakers. De raad stelt aanpassingen aan het programmacharter voor, onderzoekt beroepsethische kwesties en is het klankbord en het controleorgaan voor de manager beroepsethiek en integriteit. De raad vergaderde in 2018 elf keer.

*Het programmacharter* bestond in 2018 tien jaar en de programmacharterraad voelde de noodzaak om de passages rond fictie te verduidelijken, meer bepaald met een definitie van fictie en een betere omschrijving van de mogelijke impact die fictie heeft op publiek en maatschappij. De aanpassingen legden onder andere meer nadruk op grondige research bij realistische verhaallijnen en omzichtigheid omtrent thema's zoals drugs en zelfmoord. Daarnaast werden het thema 'duurzaamheid' en 'de 17 duurzame ontwikkelingsdoelstellingen van de VN' ingeschreven in *Het programmacharter*. De aanpassingen hadden tot doel de mediamakers bewuster te doen omgaan met de ecologische voetafdruk van hun producties.

### Adviezen

De manager beroepsethiek en integriteit is verantwoordelijk voor het dagelijkse advies en de algemene coördinatie van de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's en -onlinediensten. Zij rapporteert maandelijks aan het directiecollege, aan de directie Media & Productie en aan de programmacharterraad.

In 2018 kreeg de dienst beroepsethiek en integriteit 323 vragen om advies. Een derde daarvan had betrekking op de sperperiode en de verkiezingsrichtlijnen in de aanloop naar de lokale en provinciale verkiezingen. Er waren 57 vragen om advies over integriteit en ethisch handelen.

Enkele programma's, diensten en thema's vereisten extra aandacht en begeleiding in 2018, onder andere over:

- de bescherming van de privacy bij hergebruik van beeldmateriaal uit het VRT-archief
- deontologisch advies bij de ontwikkeling van nieuwe tv-formats

- de plaats en het belang van duurzaamheid in de werking en de productiewijzen van de VRT
- de aanpak van grensoverschrijdend gedrag en de sensibilisering rond dat thema
- Er was in 2018 commotie omdat de VRT tijdens het WK voetbal op televisie en online sponsorboodschappen bracht rond gokspelen. De VRT benadrukte dat ze er zich van bewust was dat kansspelen (en reclame erover) gevoelig liggen. De sponsorboodschappen waren echter volledig in lijn met de wetgeving. De VRT was daarbij zelfs strenger dan de wet voorschreef. De omroep nam zich ook voor een ethische code rond gokreclame op te stellen, maar wachtte daar op de concretisering van nieuwe federale en Vlaamse wetgevende initiatieven ter zake.
- In de media en het Vlaams parlement werden vragen gesteld over de vergoedingen van partners bij samenwerkingen met de VRT voor uitzendingen vanop locatie bij culturele en andere evenementen. Dat leidde tot een hernieuwde reflectie over de deontologie en redactionele onafhankelijkheid van de VRT bij die samenwerkingen (zie p. 105).

### Klachten en beroepsethiek

Om beroepsethische klachten van mediagebruikers te bespreken en de antwoorden te evalueren was er regelmatig overleg tussen de klachtencoördinator, de nieuwsombudsman, de voorzitter van de programmacharterraad, de juridische dienst en de manager beroepsethiek en integriteit.

Iedereen die een klacht indiende bij de VRT-klachtencoördinator en de nieuwsombudsman, kreeg een antwoord met een toelichting of verantwoording bij de gebeurtenissen, keuzes of beslissingen die de aanleiding vormden van de klacht. Indien bleek dat de VRT of haar medewerker(s) een fout hadden begaan, dan werd dat toegegeven en bood de VRT haar verontschuldiging aan.

### Opleiding en bewustmaking

126 medewerkers kregen een workshop integriteit of beroepsethiek, op maat van hun net, programma, project of functie. 100 gebruikers van een nieuwe toepassing voor onkostenverwerking kregen een toelichting over integriteit. Op de "welkomdag" voor nieuwe medewerkers stonden integriteit en beroepsethiek op de agenda.

Er liepen in 2018 interne bewustmakingscampagnes over grensoverschrijdend gedrag, verkiezingsrichtlijnen, diefstal en het aanvaarden van geschenken.



### Redactionele autonomie

De redacties van de VRT en de externe productiehuisen die werken in opdracht van de VRT, zijn onafhankelijk en autonoom. De VRT heeft altijd de eindverantwoordelijkheid over de programmering van de netten, ongeacht de financieringsbronnen (eigen middelen of middelen van commerciële of institutionele partners). Productplacement of institutionele financiering moet goedgekeurd worden door de VRT.

Zowel in *Het programmacharter* als in het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's is de autonomie van de redacties opgenomen.

### ONPARTIJDIGHEID

Onpartijdigheid is een van de kernwaarden van de VRT-journalistiek. De ombudsman van VRT NWS waakt vanuit zijn functie mee over de onpartijdigheid

van de nieuwsdienst (zie p. 29). In 2018 ontving de nieuwsombudsman 724 klachten over (vermeende) onpartijdigheid tegenover 290 in 2017 (een stijging met 249,0%). Dat had wellicht te maken met de toenemende bekendheid van de ombudsman, een functie die pas in 2017 werd gecreëerd. Relatief gezien daalde het aandeel partijdigheidsklachten in het totale aantal klachten trouwens van 31,0% naar 26,0%. Veel van die klachten hadden te maken met specifieke gebeurtenissen, zoals een voorzittersdebat in *De zevende dag*, de Pano-reportage *Wie is Schild & Vrienden echt?* en de berichtgeving over het VN-migratiepact en de daaropvolgende federale regeringscrisis. Van alle partijdigheidsklachten werd 5,0% gegrond verklaard. De nieuwsombudsman gaf 18 workshops aan 165 medewerkers van de VRT-nieuwsdienst (ten opzichte van 116 in 2017). Daarbij focuste hij op de publieksreacties inzake (on)partijdigheid en zijn analyse daarvan. Die analyse werd ook besproken met de hoofdredactie, de eindredacteuren en de themaverantwoordelijken.



## 2.2 CULTUUR

De verschillende aanbodsmerken<sup>51</sup> informeerden de mediagebruikers over de culturele agenda en ontwikkelingen in het culturele landschap. Dat deden ze elk op hun eigen manier en voor hun eigen specifieke doelgroep(en). Cultuur kwam zo aan bod in gespecialiseerde cultuurprogramma's, in algemene programma's en via diverse platformen, zowel lineair als digitaal.

Daarnaast stimuleerde de openbare omroep de media-gebruiker om cultuur te beleven. De VRT organiseerde zelf culturele evenementen en nodigde de Vlamingen uit om deel te nemen aan het culturele leven in Vlaanderen en Brussel.

Het journaal bracht  
**654**  
unieke cultuur- en  
media-items.

<sup>51</sup> Behalve Sporza

<sup>52</sup>

Uniek in die zin dat items die meerdere keren werden uitgezonden in verschillende hoofdjournaals (13 u., 19 u. en *Het journaal laat*) maar een keer geteld werden.

<sup>53</sup>

*Weg zijn wij* was toe aan zijn laatste seizoen. De VRT engageerde zich om met haar netten en platformen aandacht te blijven bieden aan reizen en toerisme. De VRT overlegde met de toeristische partners (zoals Toerisme Vlaanderen, Logeren in Vlaanderen, ...) over hoe in de toekomst samengewerkt kan worden.

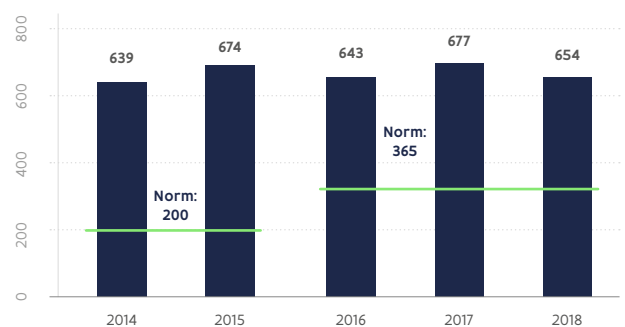
De VRT werkte voor haar cultuuraanbod nauw samen met de culturele sector en had daarbij oog voor de culturele diversiteit in Vlaanderen en de wereld, met aandacht voor de meest verscheiden cultuurdomeinen, zoals muziek, dans, beeldende kunsten, letteren, film & fictie, erfgoed en toerisme.

De omroep ontwikkelde nieuwe digitale initiatieven rond kunstbeleving en cultuurparticipatie via de websites van haar aanbodsmerken en op sociale media. Een eerste concrete realisatie was de Instagram-account (@klarapompidou) van het Klara-programma *Pompidou*.

### AANBOD

#### Evolutie aantal cultuuritems in hoofdjournaals op Eén (2014-2018)

Bron: VRT



Om de brede culturele missie van de VRT te realiseren verzorgde elk aanbodsmerk een cultuuraanbod dat paste bij zijn eigen doelgroep. Enkele voorbeelden:

- Eén bracht cultuur voor een breed publiek. *Het journaal* belichtte 654 unieke<sup>52</sup> cultuur- en media-items (norm: 365). Daarnaast waren er redactionele bijdragen over cultuur in het duidingsprogramma *De zevende dag*, in het reportageprogramma *Iedereen beroemd* en het praatprogramma *Van Gils & gasten*. Cultuur kwam aan bod in reeksen zoals *Leve de Zoo* (over de geschiedenis van de Antwerpse Zoo) en *Dance Around the World* (over dans in diverse culturen), en in evenementen zoals *Nooit meer ten oorlog* (naar aanleiding van 100 jaar Wapenstilstand). Een nieuwe reeks van *Weg zijn wij* focuste op toerisme in Vlaanderen<sup>53</sup>. *Reizen Waes Europa* liet de kijker kennismaken met minder bekende Europese landen, regio's en culturen.

- Canvas bood een verdiepend cultuuraanbod, onder meer in het duidingsprogramma *De afspraak*. Gasten uit de culturele wereld werden uitgenodigd in *Alleen Elvis blijft bestaan* en *Winteruur*. Eigen culturele documentaires waren onder andere *Chris Lomme: Een reverence* (naar aanleiding van de 80ste verjaardag van de actrice, in samenwerking met de Koninklijke Vlaamse Schouwburg) en *Het koninkrijk van René Heyvaert* (naar aanleiding van een tentoonstelling over de architect in Museum M). Canvas bracht verslag uit over de Koningin Elisabethwedstrijd voor zang (zie p. 45) en Rock Werchter. Daarnaast waren er cinefiele films, internationale muziekdocumentaires (zoals *American Epic* en *Maria by Callas*), cultuurhistorische reeksen (zoals *Civilisations* en *Ancient Invisible Cities*) en op literatuur gebaseerde fictiereeksen (zoals *The Handmaid's Tale* en *My Brilliant Friend*).
- Ketnet bracht cultuur op verschillende manieren onder de aandacht van kinderen. Het kinderjournaal *Karrewiet* bood cultuurreportages over uiteenlopende onderwerpen, van boeken en strips over musea, speciale expo's, theater- en filmvoorstellingen en populaire cultuur (zoals popartiesten en games). *De wrap* (de omkadering tussen de programma's) had rubrieken zoals *Het boek van de week*, *De strip van de maand* en *Komt dat Sien* (over theater). Daarnaast had Ketnet aandacht voor onder meer de Jeugdboekenmaand, Kunstendag voor kinderen en allerhande film- en musicalpremières. Ketnet ging voor de achtste keer op zoek naar het Kinderwoord van het jaar (boei<sup>54</sup>) en werkte daarvoor samen met Van Dale.
- Radio 1 verankerde zijn aandacht voor cultuur in zijn hele aanbod. De cultuuractualiteit kwam onder meer aan bod in de duidingsprogramma's *De ochtend* en *De wereld vandaag*. Voor verdieping zorgde het cultuurmagazine *Culture Club*, dat in februari van een naar twee uur zendtijd ging. Door het programma van woensdag naar vrijdag te verplaatsen sloot het beter aan bij de culturele actualiteit en kon het rechtstreeks verslag uitbrengen van belangrijke evenementen. Culturele onderwerpen en gasten kwamen geregeld aan bod in interviewprogramma's zoals *Touché* en *Interne keuken*. Radio 1 presenteerde podcasts over onder meer de Eerste Wereldoorlog (*Wapenstilstanddag*) en het einde van het Russische keizerrijk (*In het spoor van de laatste tsaar*).
- Radio 2 had aandacht voor streekgebonden cultureel nieuws in zijn regionale aanbod. Programma's zoals *De weekwatchers* en *De rotonde* berichtten over populaire cultuur en lifestyle. Dat gebeurde ook in *De madammen*, dat onder meer tijd maakte voor klassieke muziek en boeken. Het programma *Spits* had een wekelijkse filmrubriek.
- Cultuur was een van de fundamenteën van Klara (zie ook p. 76). Het kunstprogramma *Pompidou* besteedde aandacht aan een breed spectrum van kunstdisciplines, met vaste experts en gasten uit de culturele actualiteit. Het programma zond geregeld live uit vanuit culturele ontmoetingsplaatsen. Eind 2018 breidde *Pompidou* zijn digitale aanbod uit met een eigen Instagram-kanaal. De radioreeks *De sporen van Claus* bracht hulde aan de schrijver (naar aanleiding van de tiende verjaardag van zijn overlijden). Klara stond uitgebreid stil bij de verjaardag van 'mei '68'. Het radionet bood een serie over de schrijvende zussen Brontë. *Verdwaalde stad* was een reeks met en over wiskundige en filosoof Jean Paul Van Bendegem. Het videoplatform *Dagelijkse kunst* toonde hoe mensen alledaagse schoonheid vonden in hun dagelijkse leven. Het YouTube-kanaal *Iedereen klassiek* belichtte klassieke muziek op een toegankelijke manier. VRT NU bood de Klara-videoreeks *Van A tot Z*: lange interviews met persoonlijkheden uit het cultuurveld. Klara maakte podcasts, onder meer *Rubens* (in het kader van het festival Antwerpen barok 2018 en het koepelproject *Vlaamse meesters* van Toerisme Vlaanderen) en *De zonnekoning* (aansluitend bij de radioreeks en in samenwerking met Johan Op de Beeck, auteur van een boek over de Franse koning Louis XIV).
- MNM zoomde in op de jongerencultuur in Vlaanderen met programma's zoals *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*, *Planeet De Cock* en *Generation M*. MNM had ook aandacht voor de culturele actualiteit en herdenkingsmomenten. Diversiteit in de (Vlaamse) muziekcultuur stond centraal in het programma *UrbaNice*. *AussemStops* was een video- en vlogverhaal over citytrips in Europa.
- Vanuit zijn focus op actieve muziekbeleving had Studio Brussel aandacht voor de muziekcultuur. De zender verzorgde een meer algemeen cultuuraanbod op maat van zijn doelpubliek, met onder meer informatie over nieuwe films en series, en ontwikkelingen in nieuwe media. In samenwerking met de jaarlijkse beurs Gameforce belichtte Studio Brussel de gamecultuur.
- Naast de cultuurberichtgeving in de nieuws- en duidingsprogramma's bracht VRT NWS ook op de digitale platformen verslag uit over de culturele actualiteit. Dat deed het onder andere in de rubriek *Cultuur & media* van *Vrtnws.be*.



“Kunst is meer dan schilderijen die in een museum hangen.”

## Isa Tubbax

### Redacteur Klara

Bij Klara verdeel ik mijn tijd tussen het ochtendprogramma *Espresso* en de online videoreeks *Dagelijkse kunst*. Voor dat laatste doe ik de research, vaak de regie, ga ik mee naar de opnames en help ik bij de afwerking van het product. De leuze van Klara luidt ‘blijf verwonderd’ en dat is precies wat we met *Dagelijkse kunst* proberen te bereiken. In korte video's geven we een inkijk in de leefwereld van “boeiende Vlamingen”. Met een persoonlijke aanpak tonen we dat kunst en cultuur niet ingewikkeld hoeven te zijn. Zo merkt de kijker dat hij geen geleerde moet zijn om ervan te kunnen genieten.

*Dagelijkse kunst* gebruikt een toegankelijke rode draad. Ik denk dat iedereen wel spullen heeft die hij of zij mooi en belangrijk vindt. Ik heb zelf bijvoorbeeld een hele collectie oude metalen dozen van mijn grootouders. Je kan je afvragen of dat kunst is, maar kunst is meer dan schilderijen die in een museum hangen. Ook een ambachtelijk gemaakte kookpot is voor mij kunst. Dat is ook de insteek van *Dagelijkse kunst*. Ik ga op zoek naar schoonheid en persoonlijke voorwerpen die mensen bekoren. Dat maakt het resultaat van deze reeks ook zeer divers. De spullen waarmee we ons omringen, zeggen iets over hoe we in elkaar zitten. Soms zijn het hele kleine spulletjes, soms een heel kunstzinnig universum.

Ik denk dat net die afwisseling *Dagelijkse kunst* boeiend maakt. In 2018 was er bijvoorbeeld een aflevering met Guido Belcanto, die zich enkel omringt met de dingen die hij belangrijk vindt, op een piepkleine plek. Om zijn tevredenheid, maar ook die traagheid in zijn leven te zien, hoe hij een geworden is met die plek, was voor mij heel ontroerend. Bij Fatma Taspınar merk je als kijker dan weer dat voor haar alles om familie en vrienden draait. Het zijn zeer uiteenlopende dingen, maar na elke opname ben ik oprecht tevreden dat ik mooie mensen heb ontmoet die zich met mooie dingen omringen.





## DE KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD

De Koningin Elisabethwedstrijd 2018 was gewijd aan zang. Het concours was korter en compacter dan de vorige edities: de eerste ronde en de halve finale duurden telkens twee dagen en de finale drie dagen. De VRT was mediapartner en coproducent van het muziekevenement. Zij bracht de zangwedstrijd vanaf de eerste ronde op Canvas.be en vanaf de halve finale ook op Canvas, Klara, Klara.be, de Klara-app en VRT NU. Voor het eerst konden de kijkers de teksten van de aria's volgen via teletekstpagina 888.

De halve finales (4 en 5 mei) werden integraal en rechtstreeks uitgezonden: de namiddagsessies op Canvas en de avondsessies op Canvas+ (op het kanaal van Ketnet). Klara bracht de avondconcerten rechtstreeks, voorafgegaan door een samenvatting van de middagsessies.

De drie finaleavonden (10, 11 en 12 mei) waren live te volgen op Klara en Canvas, waar de concerten werden

omkaderd met een talkshow en reportages. De eerste twee finaleconcerten werden uitgezonden op Canvas+ en de derde op Canvas.

Naast de rechtstreekse uitzendingen bracht Klara dagelijks verslag uit van het concours in *Espresso* en *Klara weekend*. Bij de start van de wedstrijd (op 1 mei) verzamelde Klara de favoriete operawerken van de luisteraars in de *Opera top 50*. De driedelige reeks *De castraten* vertelde de geschiedenis van de castratzangers en hun roemrijke, maar vaak ook tragische leven.

Een jongerenpanel van drie Nederlandstalige en drie Franstalige studenten (*DeZes/LesSix*) volgde de hele wedstrijd van nabij. Zij deelden hun mening in de programma's op radio en tv en via de sociale media, onder meer op de aparte Koningin Elisabethwedstrijd-Facebookpagina van de VRT.



## DE VRT STIMULEERT CULTUUR EN CULTURBELEVING

Door de organisatie van eigen evenementen en door samen te werken met evenementen van cultuurorganisaties en kunsthuizen maakte de VRT cultuur toegankelijk voor een breed publiek. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 was met het cultuurmagazine *Culture Club* live aanwezig op culturele evenementen, onder meer bij de openingstentoonstelling in samenwerking met het Franse Centre Pompidou in het museum Kanal in Brussel, de Inca-tentoonstelling in het Museum voor kunst en geschiedenis in Brussel en Beaufort 2018.
- Radio 2 zond het programma *De madammen* live uit vanuit de Boekenbeurs in Antwerpen en vanuit het Rubenshuis (naar aanleiding van het Barokjaar). Het programma ondersteunde de actie *Bib voor iedereen* ter promotie van openbare bibliotheken.
- Klara nodigde het grote publiek uit om kennis te maken met klassieke muziek tijdens verbredende evenementen, zoals *Klara in deSingel* (in samenwerking met deSingel) en *Iedereen Klassiek* (in samenwerking met Concertgebouw Brugge, Brugge Plus en Stad Brugge). *Het Klarafestival* (in samenwerking met FVV Brussel, Bozar en Flagey) stond onder meer stil bij 'mei '68'. De programma's *Pompidou* en *Happy Hour* (tot juni) werden meermaals uitgezonden vanuit culturele ontmoetingsplaatsen, zoals MUHKA in Antwerpen, Museum M in Leuven en Muzee in Oostende. *Klara live* presenteerde geregeld concerten vanuit een van de grote concerthuizen. Klara was partner van Jazz Middelheim.
- In het kader van de Boekenbeurs in Antwerpen en de VRT-Taaldag organiseerde MNM ontmoetingen van jonge luisteraars met Vlaamse auteurs. MNM zond live-concerten uit (onder andere Werchter Boutique en Genk on Stage) en organiseerde ook zelf concerten, onder meer tijdens *Summertime live*.
- Studio Brussel stimuleerde cultuurbeleving, bijvoorbeeld door samenwerking met 'Museum Night Fever' in Brussel en aandacht voor het breakdance-evenement Unbreakable en het streetartfestival The Crystal Ship in Oostende. Studio Brussel organiseerde concerten met Vlaamse en internationale artiesten. Plaatselijk muzikaal talent werd ondersteund met concerten van *Lokale helden* in Vlaamse jeugdhuisen (in samenwerking met Poppunt).
- Eén organiseerde samen met Kunstenpunt de Music Industry Awards (MIA's) en nodigde het publiek uit op muzikale evenementen als *Zomerhit* in Blankenberge (samen met Radio 2) en *Vlaanderen feest!* in Antwerpen.
- Onder de noemer *Cinema Canvas* presenteerde Canvas in juli twaalf filmvoorstellingen op bijzondere locaties in Knokke, Dendermonde, Mechelen en Aarschot. De voorstellingen werden telkens voorafgegaan door een inleiding met filmspecialisten en -liefhebbers. Naar aanleiding van de reeks *Kinderen van de kolonie* organiseerde Canvas in december in Bozar een debat over (de)kolonisatie in samenwerking met het vernieuwde AfricaMuseum.
- Met *Ketnet Musical: Troep* creëerde Ketnet samen met Studio 100 voor het vijfde jaar op rij een eigen musical. Tijdens de *Ketnet zomertour* kon het Ketnet-publiek kennismaken met muziek en dans.

De VRT nodigde de mediagebruiker uit om te participeren aan interactieve cultuurprojecten. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 betrok zijn luisteraars bij een zoektocht naar de "schoonste zin" van Hugo Claus, naar aanleiding van de tiende verjaardag van diens overlijden. Met de actie *Out of office* daagde de zender zijn luisteraars uit om een inspirerende 'afwezigheidsassistent' voor een mailbox te delen met elkaar.
- Ketnet ging op zoek naar jong talent in *Ketnet musical*. Meer dan 1200 kinderen stelden zich kandidaat.
- MNM zocht jong talent, in *Start to dj* en *MNM rising star*, met respectievelijk 150 en 500 inschrijvingen.
- Voor de muzikale talentenwedstrijd *De nieuwe lichtung* van Studio Brussel schreven meer dan 1000 muziekgroepen zich in. De drie winnaars kregen een dag opnametijd in een professionele muziekstudio. Jong audiovisueel, online- en mediatalent kon zich bewijzen in *Studio dada*.
- Met *Speel het hard* en *Dans met Hanne* lanceerde Canvas wedstrijden voor respectievelijk amateur-muzikanten en -dansgroepen. Voor *Speel het hard* waren er 120 inschrijvingen. Voor *Dans met Hanne* schreven 132 dansgroepen zich in, samen goed voor meer dan 1500 dansers.<sup>55</sup>
- Diverse radiomerken betrokken hun publiek bij de samenstelling van muzieklijsten zoals *De Lage Landenlijst* (Radio 1), *De Klara top 100* (Klara), *De tijdloze* (Studio Brussel) of *MNM1000* (MNM). Bij het toekennen van prijzen of onderscheidingen kon het publiek zijn stem uitbrengen, onder meer voor *Zomerhit* (Radio 2 en Eén) en *Het gala van de gouden K's* (Ketnet).

Diverse aanbodsmerken promootten, via links op hun websites, UITinVlaanderen, de website van de Vlaamse overheid met een vrijetijds- en cultuuragenda van Vlaanderen en Brussel. Ketnet linkte naar de gelijkaardige agenda voor kinderen tot 12 jaar: UITmetVlieg.

De VRT ontwikkelde nieuwe digitale initiatieven rond kunstbeleving en cultuurparticipatie.

55

Voor beide wedstrijden (*Speel het hard* en *Dans met Hanne*) vonden de inschrijvingen, de eerste selectie en het verdere ontwikkelingstraject van de kandidaten plaats in 2018. De ontknoping van de wedstrijden en de bekendmaking van de winnaars gebeurden in 2019.



LangZullenWeLezen  
was in de  
eerste plaats een  
leesbevorderingsactie.

## LANGZULLENWELEZEN

Na de uitreiking van de laatste Fintro Literatuurprijs in mei 2017 werd bekend dat deze literaire prijs zou ophouden te bestaan en dat de VRT met de partners zou overleggen voor een ander concept. Dat werd LangZullenWeLezen (LZWL): een boekenproject van de VRT in samenwerking met Fintro, Boek.be, het BoekenOverleg, deBuren en mediapartners Humo en Metro. LangZullenWeLezen bestond uit een leesbevorderingsactie enerzijds en publieksprijzen voor boeken in tien categorieën anderzijds.

Om boeken en lezen te promoten, lanceerde de VRT in april het platform Langzullenwelezen.be. Het was een forum waar lezers inspiratie konden vinden en hun leeservaringen en favoriete boeken konden delen met andere lezers en met tien VRT-leesambassadeurs (een per aanbodmerk). Met allerlei acties en redactionele bijdragen stimuleerden die ambassadeurs en hun respectievelijke merken hun doelpubliek om te lezen.

Daarnaast waren er de LangZullenWeLezen-trofeeën. Dat waren publieksprijzen voor Nederlandstalige

boeken in tien categorieën. Met de verscheidenheid van die trofeeën wilden de VRT en haar partners de grote diversiteit en rijkdom van het Nederlandstalig boekenaanbod in de verf zetten. De tien categorieën, gekozen in overleg met de boekensector, waren: mens & maatschappij, strip & graphic novel, geschiedenis, poëzie, actualiteit, jeugd & young adult, fictie, kunst & cultuur, prenten- en kinderboek, en thriller & detective. Voor de samenstelling van een boekenlijst in elke categorie deed de VRT een beroep op een vakjury van boekenexperts.

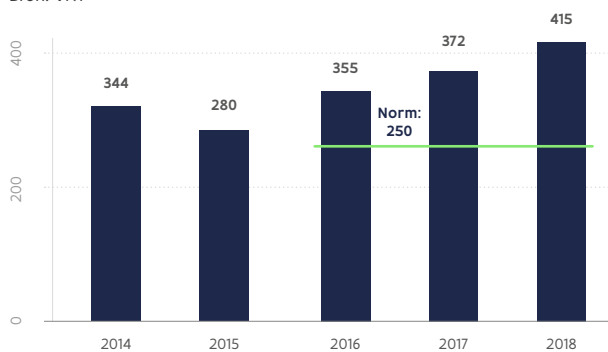
9.871 boekenliefhebbers brachten tussen 17 september en 14 oktober hun stem uit via het platform Langzullenwelezen.be (en Ketnet.be, voor de categorie prenten- en kinderboek). De winnaars werden in de week voor de start van de Boekenbeurs in Antwerpen bekendgemaakt in verschillende uitzendingen van het programma *Van Gils & gasten* op Eén. LangZullenWeLezen had een eigen stand op de Boekenbeurs, met aandacht voor de winnaars van de LZWL-trofeeën en de andere genomineerde boeken. Via Facebook live werden interviews met de winnaars van de LZWL-trofeeën vanop de Boekenbeurs gestreamd.

## CAPTATIES

In 2018 registreerde de VRT 415 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via de aanbodsmerken (norm 250), ten opzichte van 372 in 2017.

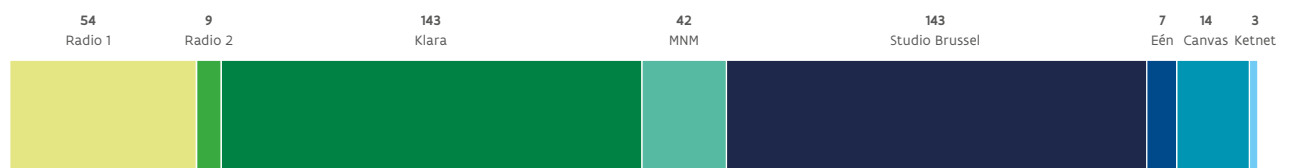
### Evolutie aantal captaties (2014-2018)

Bron: VRT



### Aantal captaties per aanbodsmerk (2018) (norm: 250)

Bron: VRT



## HERDENKINGSMOMENTEN

De VRT besteedde aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse geschiedenis en de wereldgeschiedenis. Enkele voorbeelden:

- De VRT stond in 2018 stil bij de 100ste verjaardag van het einde van de Eerste Wereldoorlog. Het hele jaar door besteedden alle aanbodsmerken aandacht aan de belangrijke momenten en evenementen in het herdenkingsjaar, met documentaires, gelegenheidsprogramma's, concerten en podcasts. Zo brachten Radio 1, Radio 2 en Canvas in juni verslag uit van het evenement *Waterfront*, waarbij 6.000 mensen een bootje te water lieten met de naam van een slachtoffer uit WOI erop en een persoonlijke boodschap. Vrtnws.be bood wekelijks een overzicht van de gebeurtenissen tijdens de Eerste Wereldoorlog. Op 11 november was er op Eén heel de dag lang de thema-uitzending *Nooit meer ten oorlog*. Die werd live uitgezonden vanop de Grote Markt in Ieper en bevatte reportages over plaatsen en verhalen uit de Westhoek die herinnerden aan de Eerste Wereldoorlog, en gesprekken met mensen die een link hadden met de oorlog. Tussendoor was er aandacht voor herdenkingen in heel België, Frankrijk, Groot-Brittannië, Nieuw-Zeeland

en de Verenigde Staten. Radio 1 zond rechtstreeks uit vanuit Ieper en Canvas was die avond helemaal gewijd aan 100 jaar Wapenstilstand.

- Diverse aanbodsmerken belichtten de betekenis en de erfenis van 'mei '68' naar aanleiding van de vijftigste verjaardag van de protestbeweging. Dat gebeurde onder meer in thema-uitzendingen van *Hautekiet* (Radio 1) en *Pompidou* (Klara), in een vierdelige reeks in *Touché* (Radio 1), een extra-editie van *De Pré Historie* (Radio 2), op Vrtnws.be en in de actua-programma's van VRT NWS.
- Het Feest van de Vlaamse Gemeenschap werd bij de diverse VRT-merken gevierd met gelegenheidsprogramma's en -evenementen en veel Vlaamse muziek. Op Eén was er een speciale uitzending van *Villa politica* vanuit het Brusselse stadhuis. 's Avonds bracht Eén vanop de Grote Markt in Antwerpen de live muziekshow *Vlaanderen feest!* met uitsluitend Nederlandstalig talent. Ketnet was eveneens te gast in Antwerpen en bracht Vlaamse artiesten mee met zijn *Zomertour*. Alle radionetten speelden op 11 juli veel muziek van Vlaamse artiesten. Radio 2 maakte samen met Barbara Dex het feestlied *Hier voel ik me thuis*. Het net werkte samen met Vlaanderen feest: Brussel danst! en zond in de namiddag *De Vlaamse 100* live uit vanop de Grote Markt in Brussel.





De VRT stond uitgebreid stil bij de 100ste verjaardag van het einde van de Eerste Wereldoorlog.

Op 11 november zond Eén de thema-uitzending *Nooit meer ten oorlog* uit.



### Hans Caron

@een Als iemand nog eens vraagt wat het nut is van een openbare omroep, stuur hem of haar dan de dvd van #nootmeertenoerlog. Serene en impactvolle televisie. Proficiat @Vannieuwkerke en team!

- De toespraak van de koning voor de Nationale feestdag werd uitgezonden op Eén en Canvas. Het nationaal défilé op 21 juli was rechtstreeks te volgen op Canvas.
- VRT NWS had aandacht voor allerlei herdenkingsmomenten en kaderde ze in hun historische context. In totaal werden meer dan 150 onderwerpen belicht, onder meer de herdenking van de aanslagen in Brussel (2 jaar eerder), de Arabische lente (7 jaar eerder), het overlijden van koning Boudewijn (25 jaar eerder), de moord op Martin Luther King (50 jaar eerder) en de Spaanse griep (100 jaar eerder).
- Canvas stond in een speciale uitzending van *Terzake* stil bij het overlijden van Stephen Hawking. Het net zond documentaires uit naar aanleiding van onder meer de 80ste verjaardag van actrice Chris Lomme, de 25ste verjaardag van het overlijden van koning Boudewijn en de 50ste verjaardag van de moord op Bobby Kennedy.
- Radio 1, Radio 2 en Klara besteedden aandacht aan Rubens naar aanleiding van Antwerpen Barok 2018 en het project Vlaamse meesters. Klara en Canvas herdachten het overlijden van Hugo Claus (tien jaar eerder).
- *Retro* op Radio 1 keek op weekdays dagelijks terug naar Vlaamse en internationale gebeurtenissen uit het verleden.



## OVERLEG CULTUURSECTOR

De omroep overlegde in 2018 veelvuldig met de cultuursector. Dat gebeurde met grote cultuurhuizen, maar evenzeer met kleinere cultuurcentra en cultuurorganisaties.

De VRT had op 21 maart en 21 november structureel overleg met een representatieve delegatie van de cultuursector (vertegenwoordigers van Cultuurconnect, Kunstenpunt, De Vooruit, hetpaleis, OKO, Forum voor Amateurkunsten, Publiq, Folio – Rekto:Verso, Herita, OCE / Museum Dr. Guislain, Museumoverleg, FARO, Socius en Flanders DC). Het overleg ging onder andere over jongeren & cultuur: enerzijds de manier waarop de VRT samen met de sector meer jongeren kan bereiken, en anderzijds initiatieven om jonge artiesten een forum te geven bij de omroep. Er werd afgesproken om in 2019 een netwerkmoment te organiseren met deze artiesten, op voorzet van de sector. De VRT en haar cultuurpartners bevestigden het belang van het structurele cultuuroverleg met het oog op culturele participatie, co-creatie en een win-win-samenwerking. Zo werd er nagedacht over de mogelijkheid om gezamenlijke standpunten te bepalen in de aanloop naar de nieuwe Beheersovereenkomst 2021-2025. De diversiteit aan partijen, zowel bij de sector als bij de VRT, is verrijkend, maar bemoeilijkt soms het overleg. Daarom hadden de partners het gevoel dat er over de vorm, de frequentie en de finaliteit van het structurele cultuuroverleg dient te worden nagedacht. De sector en de VRT benadrukten ook de nood aan vaste aanspreekpunten.

Daarnaast werden vertegenwoordigers van allerhande culturele organisaties (zoals Beaufort, Triënnale Brugge, Antwerpen Barok, Gone West, AfricaMuseum) uitgenodigd op het cultuuroverleg van de diverse cultuurredacties van de VRT.

De omroep overlegde in 2018 geregeld met Boek.be en twee keer met de uitgevers, onder meer in het kader van de actie LangZullenWeLezen en de aanwezigheid van de VRT op de Boekenbeurs in Antwerpen.

Verder had de VRT regelmatig overleg met de klassieke-muzieksector, zoals het Concertgebouw Brugge, De Bijloke, Brussels Philharmonic, DeFilharmonie, Bozar en deSingel, bijvoorbeeld met het oog op de grote publieksevenementen *Klara in deSingel* en *Iedereen klassiek*.

Er was overleg met de stuurgroep van Vlaamse Meesters, het cultureel-toeristische hefboomproject onder leiding van de Vlaamse minister van Toerisme. Dat leidde onder meer tot een driedelige documentaire televisiereeks over Rubens, Van Eyck en Bruegel (online aandacht in 2018, uitzending voorzien in 2019).

## LEVENSBSCHOUWELIJK AANBOD

In de Beheersovereenkomst 2016-2020 kreeg de VRT de opdracht om in haar aanbod aandacht te besteden aan levensbeschouwing. Dat doet ze in overleg met de

levensbeschouwelijke organisaties. Op die manier draagt ze bij aan een pluralistische samenleving waar andere levensvisies met openheid en respect worden benaderd.

Canvas waakte in 2018 over een pluralistische beeldvorming in programma's met praatgasten zoals *De afspraak*. Daarnaast programmeerde Canvas *God in Berchem*, een zevendelige reeks over religieuze en levensbeschouwelijke diversiteit in een multiculturele wijk in Berchem. Het online platform *Wereldbeeld* over filosofie, zingeving en levensbeschouwing (een subsite van Canvas.be) werd verder uitgebouwd. Naast een voorstelling van de erkende levensbeschouwingen bevatte het onder meer filosofische reflecties en gesprekken over grote levensbeschouwelijke en maatschappelijke vragen, en een bundeling van alle programma's op VRT-radio en -televisie rond zingeving.

Op Radio 1 bracht het interviewprogramma *Touché* elke zondag een diepgaand gesprek met een gast over wat hem of haar raakt in het leven. *Touché* was ook beschikbaar als podcast. In *De wereld van Sofie* kwamen geregeld levensvragen en filosofische kwesties aan bod. Klara bood nieuwe afleveringen van de filosofische podcast *Kant, en klaar!*

Eén raakte heel wat levensbeschouwelijke thema's aan in zijn aanbod, o.a. met programma's als *Last Days* (over begrafenisrituelen in diverse culturen) en *Afscheid* (over mensen die afscheid nemen van het leven). Eén zond, als service voor de kijkers, ook rooms-katholieke, protestantse, orthodoxe, Israëlitische en islamitische erediensten uit. In de loop van 2018 werd in overleg met de Cultuurpactcommissie een akkoord bereikt om een programmaformat te ontwikkelen voor de vrijzinnigen. Uitzending werd voorzien vanaf 2019.

De VRT pleegde op 23 maart en op 10 december structureel overleg met de levensbeschouwelijke organisaties. Dat overleg brengt een VRT-delegatie samen met vertegenwoordigers van de verschillende in Vlaanderen erkende levensbeschouwingen: de islamitische, de Israëlitische, de niet-confessionele of vrijzinnige, de orthodoxe, de protestantse en de rooms-katholieke.

Een vast agendapunt was een overzicht van het levensbeschouwelijke aanbod door de VRT sinds het vorige overleg, zowel op radio, tv als online. Dat gebeurde in een open sfeer waarbij er ruimte was voor feedback en suggesties vanuit de organisaties. Daarnaast kregen de vertegenwoordigers van de verschillende levensbeschouwingen in primeur een vooruitblik op het geplande aanbod.

Er werd extra ingezet op het verbeteren van de communicatielijnen tussen de levensbeschouwelijke organisaties en de diverse redacties bij de VRT. Zo waren er de contactpersonen bij VRT NWS, zoals de ombudsman en de themachef maatschappij en levensbeschouwing, waar de organisaties specifieke gevoeligheden, nuanceringen of

aangepaste terminologie in de verslaggeving konden voorstellen. Aan de contactpersonen bij programma-redacties, zoals die van *Nachtwacht* (Canvas, uitgezonden in voorjaar 2019), konden ze namen van praatgasten of experts suggereren of extra inzichten bezorgen bij de voorbereiding van de programmathema's.

## TAALKWALITEIT

*"De VRT wil de norm voor de standaardtaal in Vlaanderen mee bepalen. Daarom hanteren alle VRT-medewerkers in hun publieke uitingen en contacten aantrekkelijk, helder en correct Nederlands. Ze gebruiken de standaardtaal in verschillende registers en vergelijken niet in tussentaal en dialect."* (VRT-Taalcharter)

De diverse acties en activiteiten van de VRT rond taal werden in 2018 gegroepeerd onder de nieuwe naam 'VRT Taal' (voorheen werd de term REYERSTaal gehanteerd). Ze werden gecoördineerd door de VRT-taaladviseur.

VRT Taal vernieuwde zijn website (Vrtaal.net) met informatie voor VRT-medewerkers en het grote publiek over de spelling, grammatica en uitspraak van het Nederlands, en taalnieuws en -items uit radio- en tv-programma's. Via de website kon het publiek zich inschrijven voor de wekelijkse Taalmail, met taalnieuws en taalopgaven. Er waren meer dan 20.000 abonnees, waaronder heel wat scholieren en studenten. De taaladviseur behandelde ongeveer 750 schriftelijke vragen en reacties van taalgebruikers binnen en buiten de VRT.

In februari lanceerde de Vlaamse overheid een "Heerlijk Helder"-campagne voor begrijpelijke overheidscommunicatie. Dat gebeurde in navolging van het gelijknamige project van het Radio 1-programma *Hautekiet* uit 2015.



### Femke Lippens

Dank je wel @VRT voor de #schrijfassistent. Zonder die tool had ik een 1/20 gehaald ofzo.

De VRT wil de norm voor de standaardtaal in Vlaanderen mee bepalen.

Radio 1 organiseerde op 6 april *Het Hautekietdictee der Nederlandse taal*. Luisteraars en prominenten namen het tegen elkaar op. Iedereen kon via Radio1.be het dictee volgen en meeschrijven.

Op 23 mei organiseerde VRT Taal een taaldebat in het Radiohuis in Leuven. Een vijftigtal opiniemakers, omroepmedewerkers, taalkundigen, politici en mediagebruikers discussieerden over de taal die gebruikt wordt op de VRT-kanalen.

Op 24 oktober was er de tiende VRT-Taaldag. Onder de noemer 'Voortschrijdend inzicht' blikte de omroep terug op de taalontwikkelingen van het voorafgaande decennium, vooral op het gebied van inclusie en toegankelijk taalgebruik. Op de taalavond werd voor de zevende keer de Grote prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. De prijs van de vakjury ging naar VRT-verkeersanker Hajo Beeckman, de publieksprijs naar acteur en presentator Wim Opbrouck.

VRT Taal coördineerde het lees- en boekenproject *LangZullenWeLezen* (zie p. 47) en werkte mee aan de Vlaamse PhD Cup, een wedstrijd waarin jonge doctors hun proefschrift in drie minuten moesten samenvatten voor een lekenpubliek. Samen met het Instituut voor de Levende Talen (KU Leuven) lanceerde de VRT een nieuwe versie van de *Schrijfassistent*<sup>56</sup>, een website waarop taalgebruikers een tekst taalkundig kunnen laten analyseren en corrigeren. De website maakt daarvoor onder meer gebruik van de taaldatabanken<sup>57</sup> van de VRT.

VRT Taal organiseerde maandelijks een bijeenkomst van de auditiecommissie, die beoordeelt of medewerkers een geschikte stem hebben voor de VRT-uitzendingen. In totaal werden 149 stemmen beluisterd en behaalden 32 medewerkers een basis- of stemattest<sup>58</sup>. 98 VRT-medewerkers volgden logopedie, in totaal 993 sessies.

In 2018 zette VRT Taal de eerste stappen naar een nieuw stemmenbeleid, gebaseerd op de rol die de stem in de uitzendingen vervult: een dj klinkt anders dan een nieuwslezer, het ene net klinkt anders dan het andere. Stemtechniek en uitspraak blijven zeer belangrijk, maar kandidaten zullen nog meer dan vroeger naar de juiste, natuurlijke toon begeleid worden. Daarom werd het team van VRT Taal in 2018 aangevuld met een stemcoach, die aan 39 VRT-medewerkers stemcoaching gaf, in 155 individuele sessies en 10 groepssessies.

<sup>56</sup> Schrijfassistent.be

<sup>57</sup> De taaldatabanken zijn de gegevensbanken van de VRT met informatie over spelling en uitspraak, lexicale en grammaticale kwesties, en een landenlijst (een lijst met de juiste naam van alle landen en de spelling ervan).

<sup>58</sup> Een basisattest geeft toelating om "kleine" stemopdrachten uit te voeren. Het (volledige) stemattest is vereist voor "grote" presentatieopdrachten.

## MUZIEKBELEID

De VRT speelt met haar aanbod in op de muziekbehoeften van alle bevolkingsgroepen en tracht de muzikale horizon van het publiek te verbreden. De openbare omroep ondersteunt de Vlaamse en Nederlandstalige muziek en biedt een podium aan Vlaamse muziekgroepen en artiesten, met bijzondere aandacht voor nieuw talent.

Academisch onderzoek<sup>59</sup> bevestigde het belang van de openbare omroep als hefboom voor de Vlaamse muzieksector, onder meer door de diversiteit van haar muzikaanbod, door nieuw talent op te sporen en kansen te geven, door gevestigde artiesten te ondersteunen, door concerten en muzikale evenementen te organiseren, te capteren en uit te zenden, door samenwerking met concertpromotoren, door festivals te promoten en door auteursrechten te betalen via de beheersvennootschappen.

### Muzikale diversiteit

De VRT staat garant voor een grote diversiteit in haar muzikaanbod. De radionetten van de VRT hebben ieder een eigen muziekprofiel. Ze vullen elkaar aan en bestrijken samen het grootste deel van het muzikale spectrum. Elk net heeft aandacht voor diverse muziekgenres, die zowel aan bod komen in de reguliere programmering als in verdiepende, genrespecifieke programma's:

- Radio 1: pop en rock, folk, blues, jazz, wereldmuziek
- Radio 2: Vlaamse populaire muziek, popklassiekers, crooners en evergreens, disco en funk

- MNM: populaire dansmuziek (EDM, vocal house) en urban (populaire hiphop, r&b en soul)
- Studio Brussel: alternatieve dansmuziek (drum-'n-bass, techno, electro, dub step, e.a.), alternatieve gitaarmuziek (indie, metal, hardcore), alternatieve urban (hiphop, trap, ragga, reggae, e.a.)
- Klara: klassiek, hedendaags klassiek, opera, traditionele jazz, etnische wereldmuziek en folk

Uit een onderzoek van de VRT-Studiedienst<sup>60</sup> bleek dat in 2018 zonder de VRT 21.236 verschillende muzieknummers (72,5%) niet gedraaid zouden zijn op de Vlaamse radio. Die grote diversiteit gold ook voor artiesten: 8.786 of 69,6% van de artiesten die te horen waren op de Vlaamse radio (onder wie Tamino, Het zesde metaal en Angèle) werden enkel op VRT-radio gedraaid. 7.962 nummers en 2.767 artiesten waren in Vlaanderen alleen op Radio 1 te horen, 4.210 nummers en 2.071 artiesten alleen op Studio Brussel, 3.740 nummers en 1.156 artiesten alleen op Radio 2, en 1.384 nummers en 882 artiesten alleen op MNM.

<sup>59</sup>

*De economische meerwaarde van de VRT (2018)*, een studie van de onderzoeksgroep Imec-SMIT van de VUB en de Flanders Business School, KU Leuven.

<sup>60</sup>

*Muziek op de Vlaamse radio (2018)*, een onderzoek van de VRT-Studiedienst op basis van de muzieklijsten van de VRT-radionetten (behalve Klara) en de andere Vlaamse (nationale) radiozenders (Q-Music, Joe FM en Nostalgie).



Raymond van het Groenewoud op de MIA's.

“Het zit in ons DNA om jong talent een kans te geven.”

## Joris Jonckheer

### Muziekcoördinator Studio Brussel

Als muziekcoördinator bij Studio Brussel ben ik verantwoordelijk voor het muziekbeleid. Na mijn tiende jaar bij Studio Brussel kan ik het met zekerheid zeggen: het zit in ons DNA om vaak de eerste te zijn die jong Vlaams muzikalent een kans geeft.

Onze talentenwedstrijd *De nieuwe lichtung* is daar het ideale voorbeeld van. Elk jaar krijgen we een duizendtal inzendingen van Vlaamse muzikanten en muziekgroepen. Dat bewijst dat er gigantisch veel Vlamingen zijn die actief met muziek bezig zijn. Ze mogen voor de wedstrijd een nummer insturen. *De nieuwe lichtung* is uniek omdat het een liedjeswedstrijd is en geen wedstrijd met livemuziek. Bij zulke wedstrijden kan een muziekgroep door bijvoorbeeld een excentrieke frontman de hoofdprijs in de wacht slepen. Dat betekent niet noodzakelijk dat hun liedjesarsenaal sterk genoeg is. Ik denk dat beide soorten wedstrijden absoluut hun waarden en verdiensten hebben, maar voor ons als radiozender is het logisch dat we meer inzetten op de nummers zelf dan op de live-aspecten.

Ik zit mee in de muziekredactie die een eerste selectie maakt. Daarna nemen we de inzendingen nog eens door met een professionele jury, waaruit negen finalisten worden gekozen. We stellen hen uitgebreid voor zodat heel Vlaanderen er kennis kan mee maken. Nadien is het volledig aan onze luisteraars om te bepalen welke drie artiesten/muziekgroepen *De nieuwe lichtung* winnen. Veel artiesten die de finale halen, krijgen al een flink duwtje in de rug. Zo maken ze bijvoorbeeld niet alleen kennis met het grote publiek, maar ook met promotoren van platenlabels en organisatoren van concerten en festivals.

Studio Brussel is vaak aanwezig op muziekevenementen. Het stemt me tevreden om te zien dat artiesten uit *De nieuwe lichtung* daar spontaan beginnen op te duiken. Ik ben echt blij als ik winnaars of finalisten zoals Sons, Tamino en Equal Idiots op Rock Werchter de pannen van het dak zie spelen. Let op, het is hun eigen verdienste, ze hebben het helemaal zelf gedaan. Maar wij geven hen met Studio Brussel wel een lanceerplatform en voelen ons achteraf toch een beetje als hun trotse ouders.







Zomerhit in Blankenberge

### Vlaams en Nederlandstalig muziekaanbod

De VRT engageert zich om Vlaamse en Nederlandstalige muziek voldoende aan bod te laten komen. Daarom werd in de beheersovereenkomst bepaald dat 25% van de totale muziektijd op alle VRT-radionetten moet bestaan uit Vlaamse muziekproducties. In 2018 werd die norm gehaald met 26,2% Vlaamse muziek voor alle radionetten samen (ten opzichte van 26,4% in 2017).

Vooraf Radio 2 en Radio 1 hebben een sterk Vlaams en Nederlandstalig muziekprofiel. In 2018 was 30,3% van de muziek op Radio 2 Nederlandstalig (norm: 30%) (ten opzichte van 30,6% in 2017) en op Radio 1 was dat 16,1% (norm: 15%) (ten opzichte van 15,7% in 2017).

Vlaamse muziek kwam aan bod in de programma's en op evenementen van de verschillende aanbodsmerken. Daarnaast organiseerden zij allerhande muzikale specials en acties. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 organiseerde muzikale sessies en concerten met diverse Vlaamse artiesten, zoals Frank Vander linden, Jasper Steverlinck, Het zesde metaal, Lady Linn en Bent Van Looy. Muzikale diversiteit in Vlaanderen kwam aan bod in *Dubbelbloed*, een reeks met mensen die vanuit hun familiegeschiedenis muzikaal beïnvloed werden door twee of meerdere culturen. Muziek van vrouwelijke artiesten stond centraal in de *Radio 1 vrouwensessie*. In de derde editie van *De Lage Landenlijst* ging Radio 1 samen met zijn luisteraars en drie Nederlandse regionale omroepen (Omroep Brabant, de Limburgse L1, en Omroep Zeeland) op zoek naar de beste Nederlandstalige muziek van de voorbije decennia. Aansluitend was er een *Lage landen-*

*sessie* in De Roma in Antwerpen. In december focuste Radio 1 op Vlaamse en Belgische popmuziek met de *Belpop 100*-hitlijst en een *Belpop-sessie*.

- Radio 2 heeft van alle VRT-radionetten het meest uitgesproken Vlaamse en Nederlandstalige muziekprofiel. Uit een bevraging bleek dat 50,0% van de Vlamingen vond dat van alle nationale Vlaamse radionetten Radio 2 het meeste aandacht had voor Nederlandstalige muziek<sup>61</sup>. In de loop van het jaar kwamen een honderdtal Vlaamse artiesten een nummer live brengen in programma's zoals *De weekwatchers*, *De madammen*, *De popcollectie*, *De volgelingen* en *De zoete inval*. Radio 2 ondersteunde de Vlaamse muziekproductie met evenementen als *De eregalerij* in Oostende, *Zomerhit* in Blankenberge en *De Vlaamse 100 live* op de Vlaamse feestdag in Brussel. De Vlaamse artiesten Will Tura, Bart Peeters, Lady Linn en Yannick Bovy brachten hulde aan Nat King Cole in een live-uitzending van het croonerprogramma *The ratpack*. Radio 2 werkte, samen met Sabam en Kunstenpunt, verder aan de ontsluiting van het Vlaamse muzikale erfgoed met Vivavlaanderen.be, het online-archief over Vlaamse muziek en artiesten.
- Klara realiseerde live-uitzendingen en concertopnames, vaak in samenwerking met de Vlaamse muzieksector en de grote concerthuizen, zoals Bozar, Flagey, de Munt, Concertgebouw Brugge en deSingel. Klara organiseerde verbredende evenementen die het publiek lieten kennismaken met klassieke muziek, zoals *Klara in deSingel* en *Iedereen klassiek*. Tijdens

61

Onderzoek uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK tussen 12 en 19 november 2018 bij 1.363 Vlamingen van 14 jaar en ouder.



**21.236**  
 verschillende  
 muzieknummers  
 zouden in 2018  
 zonder de VRT niet  
 gedraaid zijn  
 op de Vlaamse radio.

het publieksevenement *Klarafestival* reikte Klara (in samenwerking met Bozar, Concertgebouw Brugge, deSingel en Flagey) de Klara's uit (de Klara-muziekprijzen voor klassiek, jazz en wereldmuziek). De "Klara-carrière-prijs" ging naar Jos Van Immerseel en Stéphane Denève won de Klara voor muziek-persoonlijkheid van het jaar. Thomas Vanderveken kreeg de publieksprijs. Klara was partner van Jazz Middelheim (in samenwerking met VZW Jazz & Muziek).

- MNM gaf jong muziktalent in Vlaanderen een podium met de talentenwedstrijden *Start to dj* en *MNM rising star*. MNM capteerde optredens van Niels Destadsbader en Dimitri Vegas & Like Mike. Tijdens de acties *De strafste school* en *Marathonradio* speelden Vlaamse artiesten miniconcerten. Die kregen ook promotiekansen in programma's zoals *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*, *Planeet De Cock*, *Big Hits*, *Urbanice* en *MNM Party*.
- Studio Brussel speelde met muziekopnames een belangrijke rol als promotor van het festival-, concert- en clubcircuit in Vlaanderen. *The tunnel* was een reeks korte muzikale sessies van onder meer Bazart, Angèle en Black Box Revelation. Studio Brussel organiseerde tal van andere concerten van Vlaamse en Belgische artiesten, onder meer Absynthe Minded, Selah Sue, 't Hof van Commerce, Tourist leMC en The Van Jets. Plaatselijk muzikaal talent werd ondersteund met de concerten van *Lokale helden* in Vlaamse jeugthuizen (in samenwerking met Poppunt). Daarnaast ging Studio Brussel op zoek naar nieuw Vlaams muziktalent in de zesde editie van *De nieuwe lichtung*. Er waren meer dan 1.000 inschrijvingen. De negen finalisten kregen ruime promotie en de drie winnaars (Portland, Chackie

Jam en Sons) mochten een dag lang opnemen in een professionele muziekstudio. *De 100 van eigen kweek* was een hitlijst met uitsluitend Vlaamse muziek.

- Eén bracht muziek van eigen bodem in programma's zoals *Van Gils & gasten* en evenementen zoals de *MIA's*, *Vlaanderen Feest!*, *Zomerhit* (samen met Radio 2) en *Night of the Proms*. De documentaire reeks *Buurman wat doet u nu?* portretteerde zangers zoals Guido Belcanto, Erik Van Neygen & Sanne en Will Ferdy.
- Op Canvas kwamen Vlaamse en/of Nederlandstalige muzikanten en componisten aan bod in de praatprogramma's *Alleen Elvis blijft bestaan* en *Winteruur*. Een nieuwe reeks *Belpop* blikte terug op de Belgische en Vlaamse popgeschiedenis, met portretten van onder meer Arsenal, Triggerfinger, Flip Kowlier en Luc De Vos. In een nieuwe editie van de online talentenwedstrijd *Speel het hard* ging Canvas samen met het deeltijds kunstonderwijs op zoek naar amateurmuzikanten die een klassiek muziekstuk wilden instuderen en uitvoeren.
- Ketnet gaf jong Vlaams musicaltalent een forum met de opvoeringen van de vierde *Ketnet musical: Team U.P.* en de zoektocht naar acteurs voor de vijfde editie van *Ketnet musical: Troep*. Vlaamse muziek speelde een belangrijke rol in de fictiereeks *Campus 12*. In de zondagochtendshow *Ketnet King Size* kwamen geregeld Vlaamse artiesten langs. Ketnet had verder aandacht voor muziek van eigen bodem in onder andere *Het gala van de gouden K's* en *De Ketnet zomertour*.
- De VRT werkte mee aan de tentoonstelling "Lang leve de muziek! - 60 jaar liedjes uit de lage landen" in de Sint-Pietersabdij in Gent. De interactieve tentoonstelling bood een terugblik op 60 jaar Nederlandstalige muziek van meer dan 200 artiesten en groepen.

## 2.3

## EDUCATIE

De VRT neemt haar breed-educatieve rol op ten aanzien van alle Vlamingen. Op alle platformen van de VRT vinden mediagebruikers van alle leeftijden een aanbod dat hen iets bijbrengt, over onder meer wetenschap, natuur, techniek, ondernemerschap, geneeskunde, geschiedenis en praktische informatie over wonen, mobiliteit en voeding. De VRT stimuleert actief burgerschap met aandacht voor diverse maatschappelijke thema's. De omroep wil in het bijzonder de opvoeding van kinderen en jongeren ondersteunen en werkt daarvoor nauw samen met het onderwijsveld.

## AANBOD

De aanbodsmerken hadden op verschillende manieren aandacht voor educatie<sup>62</sup>. Enkele voorbeelden:

- Eén programmeerde in 2018 diverse programma's die inspeelden op de educatieve opdracht. *Op Eén* onderzocht wat België kan leren van andere landen op het vlak van onder meer wonen, veiligheid en werk. *Kinderziekenhuis 24/7* bood inzicht in een aantal gezondheidsproblematieken van zieke kinderen. Er waren nieuwe reeksen van *Over eten* (actuele voedingsvragen) en *De klas* (over de leefwereld en inzichten van zestienjarigen).
- Canvas bood inzicht in maatschappelijke onderwerpen, wetenschap en geschiedenis. In *Team Scheire* zochten ingenieurs en wetenschappers naar oplossingen voor de dagelijkse problemen van mensen met een beperking. *Wereldrecord* onderzocht wereldrecords in de sport vanuit wetenschappelijk perspectief. *Watt* analyseerde de energieproblematiek in het kader van de klimaatverandering. *Durven falen* toonde ondernemers die geleerd hadden uit mislukkingen. *Kinderen van de kolonie* maakte de balans op van de koloniale erfenis van België. *Er was eens* (6 afleveringen) focuste op het werk van het Koninklijk Belgisch instituut voor natuurwetenschappen. *Reset* (6 afleveringen) volgde mensen die hun leven na ziekte of andere tegenslag weer op het juiste spoor probeerden te zetten. *Ademloos* (3 afleveringen) was een reeks over de impact van asbest. Die laatste drie reeksen waren coproducties, gemaakt met de steun van het Vlaamse audiovisuele fonds, net als zes op zichzelf staande auteursdocumentaires, waaronder *Rabot*, *Land of the Enlightend* en *We will Remember Them*<sup>63</sup>. Canvas.be bracht verslag uit van de PhD Cup, een wedstrijd die pas gepromoveerde doctors uitdaagt om hun onderzoek op een toegankelijk manier voor te stellen.
- Ketnet steunt kinderen in elke fase van hun ontwikkeling met een aangepast educatief aanbod. Voor de kleinste kinderen waren er onder meer nieuwe afleveringen van de reeks *Biba & Louba*, die kinderen aanzet tot meer bewegen. Om ouders aan te zetten om tijdens het kijken in interactie te gaan met hun kind werden, vanaf het najaar, bij programma's als *Bumba*, *Kaatje* en *Bob de Bouwer* onderaan het televisiescherm interessante weetjes aangeboden. Voor de oudere kinderen was er de reeks *Competitiebeesten*. Daarin werden 12 weken lang jongeren in een topsportschool gevolgd. In nieuwe afleveringen van *De dokter Bea show* werd ingegaan op de seksuele en relationele ontwikkeling bij kinderen en jongeren. De tweede reeks van *Goed gezien* toonde hoe mensen in andere landen oplossingen bedenken voor alledaagse problemen. Voor *De dokter Bea show* en *Goed gezien* werden lespakketten ontwikkeld voor het lager onderwijs. Het tweede seizoen van *Later als ik groot ben* liet kinderen kennismaken met allerhande beroepen. Daarnaast boden de websites en apps van Ketnet en Ketnet Junior educatieve en creatieve toepassingen, zoals *De fotofabriek* (om foto's creatief te bewerken) en een toepassing om zelf een magazinecover te ontwerpen.
- Radio 1 speelde zijn educatieve rol vooral door maatschappelijke thema's te belichten en op de agenda te plaatsen. Onderwerpen als welzijn, gezondheid, zorg, mens & maatschappij, klimaat en milieu werden geregeld behandeld in programma's zoals *Hautekiet* (tot juni), *De bende van Annemie*, *Nieuwe feiten* en *Bij Debecker*. Zo maakte het programma *Hautekiet* een hele week lang thema-uitzendingen naar aanleiding van de Week van de Zorg. In de themawEEK *Hautekiet trapt het af* werden tientallen innoverende projecten voorgesteld. *Bij Debecker* focuste op projecten over verkeersveiligheid, een groene woonomgeving, integratie van nieuwkomers en leefbare dorpskernen. Radio 1 was partner van *De Universiteit van Vlaanderen* en bood de colleges van de professoren in dat project online aan.
- Radio 2 behandelde maatschappelijke onderwerpen op maat van zijn brede doelgroep. Het consumentenprogramma *De inspecteur* sensibiliseerde consumenten



## Guillaume Menu

Net de 1ste aflevering van #kinderenvandekolonie op @VRT NU gezien. Veel verschillende getuigen, getuigenissen, verhalen en ook verschillende meningen. Ik heb al veel geleerd over het koloniale verleden van België. Heel interessante reportage. More to come. #Congo #Belgium

62

De Beheersovereenkomst 2016-2020 omschrijft educatie als volgt: "Documentaires, magazines en ander audio- of audiovisueel aanbod over wetenschap en techniek, geneeskunde, natuur, dieren, geschiedenis, praktische weetjes (kook-, tuin- en woon-programma's) en didactisch Ketnetaanbod."

63

Alles samen 21 coproducties, allemaal auteursdocumentaires.





Over eten (Eén)

- en responsabiliseerde bedrijven en beleidsmakers om oplossingen te vinden voor consumentenproblemen, bijvoorbeeld rond telefoonverkoop. Samen met de Autoriteit van Financiële Diensten en Markten focuste Radio 2 tijdens *De week van het geld* op financiële vorming, meer bepaald bij het afsluiten van geldleningen. Radio 2 besteedde aandacht aan duurzame mobiliteit (in *De week van de mobiliteit*) en aan *De dag van de Wetenschap* (in samenwerking met Technopolis).
- MNN hielp jongeren door hen te informeren, te sensibiliseren en te betrekken bij maatschappelijke debatten en acties. Zo waren er in 2018 onder meer themauitzendingen over het onderwijs in de toekomst, werken in de zorgsector en de bouwsector, een eigen zaak starten, technologie, afkomst en seksuele beleving. Het radioprogramma *Generation M* en het online platform *GenerationM.be* sneden op een toegankelijke manier relevante onderwerpen aan en begeleidden jongeren langs keuzes en obstakels in hun leven. Met acties als *De strafste school*, *Marathonradio* en *Spread the work* zette MNN zijn maatschappelijk engagement kracht bij en versterkte het de band met respectievelijk scholieren, studenten en jonge werknemers.
  - Studio Brussel zoomde in diverse uitzendingen in op

belangrijke maatschappelijke thema's zoals mobiliteit, milieu, studeren en ondernemerschap. Naar aanleiding van de actie *Mobiele maandag* sensibiliseerde Studio Brussel zijn publiek om na te denken over alternatieve vervoersmiddelen.

- Klara gaf inzicht in de geschiedenis met reeksen over onder meer 'mei '68', over Rubens en de barok, en over Louis XIV.
- VRT NWS speelde een educatieve rol door duiding en inzicht te bieden bij de actualiteit en het nieuws in een bredere maatschappelijke of historische context te plaatsen. Dat gebeurde in de nieuws- en duidingsprogramma's, maar ook op *VRT NWS Connect* (zie p. 33). Met *Pano live* organiseerde VRT NWS een interactieve gespreksavond over armoede in Vlaanderen naar aanleiding van een reportage over datzelfde thema. Tijdens gesprekken met de makers van de reportage, experts en ervaringsdeskundigen kreeg het publiek meer inzicht in het onderwerp. VRT NWS zette in 2018 extra in op jongeren met de educatieve projecten *EDUbox* (zie kaderstuk) en *KLAAR* (zie kaderstuk). Daarbij werd maximaal gebruik gemaakt van audiovisueel materiaal en nieuwe media. VRT NWS werkte samen met de start-up *Mozaïco* aan een online leerplatform waarbij leerkrachten zelf content kunnen maken en VRT-content kunnen integreren.



## EDUBOX

VRT NWS ontwikkelde in 2018 het educatieve concept EDUbox, in samenwerking met het Vlaamse kenniscentrum Mediawijsheid en Imec. EDUbox laat jongeren op een andere manier kennismaken met allerlei maatschappelijke thema's. De EDUbox bestaat uit een fysieke doos met fiches in combinatie met een digitaal luik met audiovisuele content (via YouTube, Pinterest, Facebook en het speciaal ontwikkelde platform Medium). Elke EDUbox focust op één thema.

De eerste EDUbox werd in 2018 gelanceerd en ging over "data in de pers": hoe cijfers alsmaar belangrijker worden in de journalistiek. Dat gaat bijvoorbeeld over cijfers over de opwarming van de aarde, giftige stoffen in het verkeer of ons energieverbruik. Jongeren krijgen met de EDUbox meer inzicht in de manier waarop die data worden verzameld, geanalyseerd en gevisualiseerd, en hoe ze een bron kunnen zijn voor journalistiek werk. Ze kunnen leren om zelf eenvoudige dataprojecten op te starten. De eerste EDUbox werd ontwikkeld voor leerlingen van de derde graad van het middelbaar onderwijs en voor studenten hoger onderwijs. In 2019 volgen nog meer EDUboxen.

## KLAAR

Het educatieve project KLAAR werd door VRT NWS ontwikkeld in 2017 en in 2018 geïmplementeerd. KLAAR is een aanbod van audiovisueel lesmateriaal voor de eerste en de tweede graad van het middelbaar onderwijs. De KLAAR-items focussen op de leefwereld van de jongeren en nieuwsfeiten. Die worden toegelicht in reportages en gesprekken met experts. De items worden in scholen gebruikt als inleiding voor een lesonderwerp of een klasgesprek. De videoclips zijn beschikbaar via de platformen van het Archief voor Onderwijs en Smartschool.

In 2018 werden in totaal 77 items gerealiseerd. De meest bekeken items gingen over de betekenis van links en rechts in de politiek, smartphoneverslaving, de gemeenten (naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen), 100 jaar Wapenstilstand en depressiviteit bij jongeren.

De VRT werkt  
nauw samen met  
het onderwijsveld  
om de opvoeding van  
kinderen en jongeren  
te ondersteunen.

“In tijden van nepnieuws zoeken jongeren naar goede begrijpbare content.”

## Yousri Mekroum

### Presentator KLAAR

Ik ben van opleiding regisseur. Tijdens opnames voor het nieuwsevenement *Het vooruitzicht* vertelde ik dat ik vroeger veel naar *Villa politica* keek, en geïnteresseerd was in de actualiteit. Zo is de bal aan het rollen gegaan. Hoewel het niet mijn ambitie was om presentator te worden, kreeg ik de kans om het gezicht van KLAAR (informatieve filmpjes voor het secundair onderwijs) te worden.

Ik heb het presenteren best wel onderschat. Dat is echt een vak. Je moet je continu focussen. Maar het is zo leuk om die filmpjes te presenteren. Sinds ik KLAAR presenteert, wil ik er wel echt beter in worden. Daarin word ik goed begeleid.

We hebben met KLAAR al bijna 100 afleveringen gemaakt. De filmpjes zijn op maat gemaakt van het onderwijs. Ik ben vorig jaar zelf naar een tiental scholen gegaan. Dat helpt om mijn doelgroep goed te kennen.

Met video's kunnen we de aandacht van jongeren trekken. Ze zijn constant met beelden bezig en onthouden meer als ze iets gezien hebben. Om die reden gebruiken we bijvoorbeeld ook vaak het VRT-archief. Zo heb ik een filmpje opgenomen over de Bende van Nijvel, waarbij de archiefbeelden van de Delhaize in Aalst tot de verbeelding spreken. Door ook nog animatie te gebruiken krijgen jongeren kapstokken.

Er was blijkbaar enorm veel nood aan een concept zoals KLAAR. Wat ik verbazingwekkend vind, is dat jongeren zelf vragen naar duidelijke, eenvoudige filmpjes over bijvoorbeeld "politiek". Terwijl we misschien vaak denken dat ze daar helemaal niet in geïnteresseerd zijn. In tijden van nepnieuws zoeken jongeren echter ook naar goede begrijpbare content. Ze vinden VRT NWS een merk dat te vertrouwen is. Daarom hebben we bijvoorbeeld in oktober 2018 ook een aantal heldere filmpjes gemaakt over de verkiezingen. We hopen dat de KLAAR-filmpjes tot klasgesprekken kunnen leiden. We merken alvast dat ze steeds meer bekeken worden.





## OVERLEG

Voor de integratie van educatieve thema's in haar aanbod en andere initiatieven overlegde de VRT regelmatig met allerlei organisaties en instanties. Enkele voorbeelden:

- Ketnet overlegde met verschillende organisaties, zoals de vzw Kies kleur tegen pesten (voor de actie *Move tegen pesten*), Awel (voor het programma *@Elindo*, over mediawijsheid, en de fictiereeks *4eVeR*), Pleegzorg Vlaanderen (voor de actie *Duivelse +scholen*), Kom op tegen kanker (voor de actie *Pet op tegen kanker*), Sensoa, De gezinsbond, VUB en Thomas More Hogeschool (voor *De dokter Bea show*), de Belgische Ontwikkelingssamenwerking (voor *Goed gezien!*) en Sport Vlaanderen (voor *Competitiebeesten*).
- Bij het ontwikkelen van verhaallijnen rond maatschappelijke thema's voor de dagelijkse reeks *Thuis* overlegde Eén onder andere met Bednet, de ALS-liga, het Transgenderinfopunt, het Vlaams expertisecentrum alcohol en andere drugs, en de vakgroep palliatieve geneeskunde van de VUB. Verder waren er onder meer samenwerkingen met de Zoo van Antwerpen (voor *Leve de Zoo*), met het Vlaams onderwijs (voor *De klas*) en met de stad Ieper en Gone West (voor het gelegenheidsprogramma *Nooit meer ten oorlog*).
- Canvas zette samenwerkingen op met Imec, UAntwerpen en het Departement Economie, Wetenschappen en Innovatie van de Vlaamse overheid (voor *Team Scheire*), met het Koninklijk Belgisch instituut voor natuurwetenschappen (voor *Er was eens*), met Failing Forward en startups.be van het Agentschap innoveren & ondernemen (voor *Durven falen*), met UZ Leuven (voor *Reset*), met de vzw Scriptie (voor de *PhD Cup*), en met het Deeltijds kunstonderwijs (voor de wedstrijd *Speel het hard*).
- Radio 1 overlegde met *De Universiteit van Vlaanderen* voor de gelijknamige reeks lezingen (in samenwerking met de Vlaamse universiteiten, Knack magazine en de Jonge Academie). Het net werkte samen met het

openlucht-wetenschapsfestival Sound of Science.

- Radio 2 zette samenwerkingen op met onder meer het Vlaamse Energieagentschap en Wonen Vlaanderen (voor acties van het programma *De inspecteur* tijdens Batibouw), met het Netwerk duurzame mobiliteit en Mobiliteit Brussel (voor *De week van de mobiliteit*), met de Bond beter leefmilieu en de provincie Vlaams-Brabant (voor een initiatief rond elektrische deelwagens).
- MNM overlegde met het Vlaamse onderwijs (voor de actie *De strafste school*), met de VDAB (voor de actie *Spread the work* over jongeren op de arbeidsmarkt), met Sensoa (voor acties rond seksualiteit), met de vzw XIU (voor een actie rond verkeersveiligheid en zichtbaarheid in het verkeer) en met Technopolis (voor *De dag van de Wetenschap*).
- Studio Brussel werkte samen met diverse sociale actoren, wat resulteerde in live-uitzendingen vanop de Clean Beach Cup, Crystal Ship in Oostende, De 1000 km tegen kanker en de Studentenwelkoms in Brussel, Leuven en Antwerpen.

De VRT had geregeld overleg met het Departement Onderwijs en het Kabinet van de Vlaams Minister van Onderwijs, met het Kenniscentrum mediawijsheid en met de koepelverenigingen van het katholiek onderwijs en het gemeenschapsonderwijs. De VRT werkte structureel samen met het Archief voor onderwijs van het VIAA (zie p. 63). Voor concrete projecten werkten de omroep en de aanbodsmerken samen met uiteenlopende spelers in het onderwijsveld, zoals Klasse en NEDbox. De VRT organiseerde een netwerkmoment voor het hoger onderwijs met het oog op versterkte samenwerking.

De VRT overlegde in 2018 twee keer over het beleid rond documentaires met sectororganisatie Flanders Doc (op 23 mei en 27 september) en twee keer met het VAF (5 en 20 juni). Er was overleg met documentaire-experten van andere EBU-omroepen tijdens de festivals Sunny Side of the Doc in La Rochelle en het IDFA-festival in Amsterdam.



De VRT vindt  
het belangrijk om  
haar diverse doelgroepen  
te ondersteunen  
in hun mediagebruik.

## AANDACHT VOOR MEDIAWIJSHEID

Als openbare omroep vindt de VRT het belangrijk om haar diverse doelgroepen te ondersteunen in hun mediagebruik, zowel wat betreft vaardigheden als kritisch begrip. Daarvoor probeert zij hen, op diverse manieren, te wijzen op de mogelijkheden, de beperkingen en risico's van de (nieuwe) media.

Mediawijsheid kwam in 2018 geregeld aan bod in allerlei programma's op de verschillende netten, zoals *Karrewiet* (Ketnet), *Terzake* (Canvas), *De afspraak* (Canvas), *Hautekiet* (Radio 1), *De inspecteur* (Radio 2) en *Generation M* (MNM). Ook via de digitale platformen en de sociale media werden de mediagebruikers hierover geïnformeerd, onder meer naar aanleiding van het in werking treden van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (zie p. 68).

### Participatieve acties voor doelgroepen

Omdat het belangrijk is de mediagebruikers te informeren over mediawijsheid, zette de VRT daarover verschillende projecten op. Daarvoor werkte ze geregeld samen met partners. Enkele voorbeelden:

- In samenwerking met het Kenniscentrum mediawijsheid ontwikkelde Ketnet *@Elindo*, een programma voor kinderen van 9 tot 12 jaar rond mediawijsheid. Aan de hand van getuigenissen en voorbeelden kregen kinderen antwoorden op vragen over de digitale wereld en tips voor veilig gedrag op internet en de sociale media. Ketnet werkte samen met het Kenniscentrum mediawijsheid voor de tweede editie van *De schaal van M*, een online spel over digitale vaardigheden voor kinderen van 10 tot 12 jaar. Thema's zoals reclame, privacy en digitale etiquette werden daarbij aangekaart in "webisodes" (online afleveringen) van de Ketnet-reeks *4eVeR*. In het kader van het spel streden meer dan 600 klassen en ongeveer 11.000 kinderen om de titel van "Meest mediawijze klas van Vlaanderen".<sup>64</sup>

Naar aanleiding van de nieuwe AVG-regelgeving, lanceerde Ketnet een privacy-website met "voor kinderen bevattelijke" uitleg over gegevensbescherming en veilig internetgedrag. In de interactieve online gemeenschap van Ketnet (met meer dan 25.000 actieve accounts<sup>65</sup>) konden kinderen in een veilige omgeving experimenteren met online-media. Ketnet organiseerde in september een panelgesprek rond mediawijsheid.

- Bij MNM had *Generation M* geregeld aandacht voor thema's uit de digitale en sociale media, zoals de impact van "influencers" en veiligheid op het internet. *Generation M* nodigde zijn publiek uit om digitaal te experimenteren door via de website en Facebook video's te delen over relevante jongerenthema's. De tweede editie van *Let's get digital* gaf jongeren de kans om de digitale wereld te leren kennen tijdens masterclasses en workshops over onder meer digitale trends, digitale muziek, digitale start-ups en Virtual Reality. Tijdens een live-uitzending vanop het evenement werd aandacht besteed aan thema's zoals de technologische revolutie en digitale programmering. Samen met MNM bood sCoolEdu een digitaal leerpakket en campagnes aan over mediawijsheid voor jongeren van 18 tot 26 jaar.
- Met *Studio dada* ging Studio Brussel op zoek naar nieuwe mediatalenten. Na een uitgebreide selectie kregen twaalf jongeren de kans om hun vaardigheden te tonen op het gebied van radio, video, online en techniek. Via het project *Festival Force* konden online talenten hun creativiteit tonen in diverse digitale disciplines (zoals digitale en visuele creatie). Na een selectie kregen vijf kandidaten een opleiding met workshops en masterclasses en mochten ze de redactie van de zomerfestivals versterken.

<sup>64</sup>

De winnaar werd de zesde klas van Gemeentelijke Basisschool De Linde uit Zarren.

<sup>65</sup>

Als gevolg van de AVG-regelgeving werden alle oude accounts afgesloten en moesten de belangstellenden zich opnieuw registreren. Daardoor verdwenen niet-gebruikte accounts en was het totale aantal accounts in 2018 kleiner dan in 2017 (ongeveer 60.000).



“Met de EDUbox kunnen we onze impact in de Vlaamse samenleving versterken.”

## Filip Fastenaekels

### Beleidsadviseur

Als beleidsadviseur ga ik op zoek naar innovatieve mediatoepassingen en denk ik na over hoe de openbare omroep van de toekomst eruitziet. Waar moet de VRT op inzetten? Hoe creëren we betrokkenheid bij verschillende doelgroepen? Dat zijn de vragen waar ik dagelijks mee bezig ben.

Neem nu het bereiken van jongeren, een moeilijk bereikbare doelgroep voor de VRT. We kunnen ze bijvoorbeeld bereiken door er zelf naar toe te gaan. Jongeren zitten voor een groot deel van hun dag op school en het onderwijs is op zoek naar innovatieve manieren van leren. Om daar op in te spelen, ontwikkelden we de Edubox.

Dat is een educatiepakket met enerzijds een fysieke doos met fiches en kaarten, en anderzijds een digitaal luik, waarbij bijvoorbeeld VRT-journalisten ingewikkelde begrippen helder uitleggen. We hebben ervoor gezorgd dat het niet te belerend is, maar dat jongeren zelf interactief aan de slag kunnen gaan met de onderwerpen. Dat is heel tof voor de leerkrachten, want na vijf minuten zie je de 'niet-geïnteresseerde jongeren' discussiëren over moeilijke thema's als migratie en belastingsystemen.

We ontwerpen zo'n Edubox niet omdat we dat leuk zouden vinden, maar om te connecteren met een publiek. Door de positieve respons van de leerkrachten en leerlingen, voel je de nood aan zulke projecten, die op een diepere en nieuwe manier naar bepaalde onderwerpen gaan kijken.

Ik geloof heel hard in de verbinding van de VRT met de maatschappij. Als je als openbare omroep geworteld bent in het onderwijs en andere maatschappelijke domeinen, dan kan je heel hard gedragen worden door de samenleving. We gaan niet concurreren of hetzelfde aanbieden als grote mediaspelers als Netflix of Facebook. We werken ook niet op dezelfde schaal. Maar met projecten als de Edubox kunnen we onze impact in de Vlaamse samenleving versterken.



## ARCHIEFBELEID

### Digitalisering en annotering historisch archief

Het VRT-archief werkte samen met het Vlaams Instituut voor Archivering (VIAA) verder aan de digitalisering en de ontsluiting van het historische VRT-archief.

Zo werd de digitalisering van de oude geluidsbanden voortgezet. Meer dan 17.000 zogenaamde kwartduimbanden werden gedigitaliseerd. Dit project zal in 2019 afgerond worden. Het grootste deel van het radio-archief (in totaal bijna 500.000 objecten) zal dan digitaal ter beschikking staan en doorzoekbaar zijn.

Daarnaast werden ook meer dan 12.000 kanten van lak- en schellakplaten (78-torenplaten) uit de collectie van de VRT gedigitaliseerd. Het ging daarbij vaak om zeer oude, zeldzame en fragiele geluidsopnamen uit de beginjaren van de radio (jaren 30 tot 50), zowel gesproken items (interviews en reportages) als muziekopnames. Er werden ook 5.500 plaatkanten gedigitaliseerd uit de collecties van andere partners van het VIAA, zoals erfgoedinstellingen, wetenschappelijke instellingen en overheden. De VRT treedt hierbij op als servicepartner van VIAA. Zij zorgt voor de digitalisering en VIAA voor de financiering daarvan.

Het gedigitaliseerde materiaal werd ontsloten door bij elk item minstens een basistrefwoord te noteren. In 2018 werden bijna 30.000 items geannoteerd en opzoekbaar gemaakt.

Het VRT-archief zocht mee naar een geschikte opslag voor de historische muziekpartituren van de voormalige koren

en orkesten van de Openbare Omroep. De duurzame bewaring daarvan zal in de toekomst gebeuren door het Conservatorium van Brussel. Vooreerst dat het geval is, werd door een gemengde stuurgroep (waar de VRT-archiefdienst deel van uitmaakt) uitgekeken naar een goede tijdelijke opslag.

Er zal ook werk worden gemaakt van een beter ontsluiting en valorisatie van deze collectie.

### Het archief voor onderwijs

In opdracht van het VIAA zochten zes archivariissen/researchers in het VRT-archief naar relevant audiovisueel materiaal voor het platform 'Het Archief voor Onderwijs'. In 2018 werden 2.887 nieuwe items toegevoegd aan het platform, waardoor eind 2018 in totaal meer dan 17.000 VRT-items beschikbaar waren. Meer dan 46.000 leerkrachten die op het platform geregistreerd waren, konden ze gebruiken om lessen te illustreren.

### Opbouw nieuw archiefmateriaal

Het audiovisuele archief van de VRT groeide in de loop van 2018 gestaag verder aan. Dagelijks werden meer dan 30 uur videobeelden en ruim 120 uur audiomateriaal van radio- en televisieprogramma's en onlineproducties verwerkt en geannoteerd ten behoeve van huidige en toekomstige gebruikers.

Het VRT-archief zette in 2018 in op de optimalisering van werkprocessen en de automatisering van de annotaties. De komende jaren moeten deze trajecten de grotere input van website- en onlinecontent kunnen opvangen.

Meer dan  
**46.000**  
leerkrachten konden  
het platform  
'Het Archief voor  
Onderwijs' gebruiken.





## 3

## PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT



De Beheersovereenkomst 2016-2020 heeft als strategische doelstelling: *“Publieke meerwaarde voor ontspanning en sport: De VRT mag niet verworden tot een niche-omroep die zich enkel toelegt op informatie, cultuur en educatie. Ontspanning en sport zijn zowel vanuit educatief, informatief als creatief oogpunt en met het oog op sociale cohesie een integraal onderdeel van de opdracht.”*

In haar ontspanningsaanbod zet de VRT in op het brengen van kwaliteit en het versterken van de sociale cohesie. Daarbij hebben de aanbodsmerken aandacht voor maatschappelijke thema's die leven bij de Vlaming.

De VRT biedt de Vlaming een universeel toegankelijk sportaanbod op alle relevante platformen. Zij heeft aandacht voor populaire sporten (zoals wielrennen en voetbal) en tientallen andere “kleinere” sporten.



## 3.1

## ONTSPANNING

De VRT zond verschillende ontspanningsprogramma's uit op haar radio- en televisienetten. Met ontspanning wordt de sociale verbondenheid en de identiteit van de Vlaamse samenleving versterkt. Het laat ook toe om maatschappelijke thema's op een toegankelijke manier bij een breed publiek bespreekbaar te maken.

Enkele voorbeelden van pure ontspanningsprogramma's in 2018:

- Op Eén was plaats voor ontspanning in de vorm van spelprogramma's en fictiereeksen, zoals *Over water*, *Kalmte kan u redden*, *Salamander 2*, *Zie me graag* en *Blokken*.
- Canvas bracht ontspanning in de vorm van fictiereeksen en films. Op vrijdagavond programmeerde het merk films, onder de noemer *Cinema Canvas*. Op Canvas waren internationale fictiereeksen te zien zoals *The Handmaid's*

*Tale* en *My Brilliant Friend*. *De ideale wereld* keek met een satirische blik naar de actualiteit van de dag.

- Ketnet bood fictiereeksen aan op televisie zoals *De regel van 35* (een detectivereeks) en *Buck* (een komische reeks over tieners en gaming). Op Ketnet.be en op de Ketnet-app waren ontspanningselementen ingebouwd, waaronder puzzels, quizen, behendigheids spelletjes en doe-activiteiten (zoals knutsel- en kookinspiratie).
- De luisteraars zetten hun radio meestal aan om te ontspannen met de muziek van een radiozender. De VRT-radionetten speelden daarop in volgens hun eigen muziekprofiel, dat aangepast is aan hun doelpubliek. Daarnaast boden de radionetten op andere manieren ontspanning. In *De rechtvaardige rechters* op Radio 2 werd de actualiteit bijvoorbeeld op een grappige manier gefileerd. *Sing your song* (MNM) en de *Filefuij* (Studio Brussel) waren specifiek gericht op ontspanning.



*De ideale wereld* (Canvas)



### Aandacht voor maatschappelijke thema's

De VRT hechtte belang aan ruimte voor allerlei maatschappelijke thema's in ontspannende programma's. Enkele voorbeelden:

- Verschillende maatschappelijke thematieken kwamen aan bod in de dagelijkse programma's op Eén: *This, iedereen beroemd* en *Van Gils & gasten*. Verschillende reeksen kaarten een maatschappelijk thema aan: de fictiereeks *Gevoel voor Tumor* (over leven met kanker), de realityreeks *Down the Road* (over jongeren met het downsyndroom), *Taboe* (over mensen uit een minderhedengroep), *Vandaag over een jaar* (over mensen met een persoonlijk doel, bijvoorbeeld niet meer stotteren) en *Mij overkomt het niet* (over daders van onder andere verkeersongelukken).



#### Pieter Van Nuffel

De beheersovereenkomst van de VRT 2016-2020 duidt "het stimuleren van actief burgerschap en aandacht voor wetenschapseducatie, ondernemerschap en innovatie" aan als actiepunten. #TeamScheire weet die allemaal in één programma te vervullen.

- Op Canvas was er plaats voor maatschappelijke thema's in onder meer *De weekenden* (over mensen voor wie 2018 een speciaal jaar werd) en *Team Scheire* (een programma waarin wetenschappers het leven voor mensen met een beperking of een ander probleem proberen te verbeteren).
- Ketnet gidde kinderen door de digitale wereld met het programma *@Elindo*. In de fictiereeks *4eVeR* werden verschillende thema's aangesneden, zoals pesten, racisme en seksuele geaardheid. Ketnet was met de campagne *De pet op tegen kanker* solidair met kinderen met kanker en mobiliseerde kinderen en volwassenen om aandacht te hebben voor pesten met de *Move tegen pesten*.
- MNM behandelde in *Generation M* relevante jongerethema's (zoals werkloosheid, pesten en jongerencultuur). Thema's, zoals influencers op sociale media, afval verminderen en autisme, kwamen aan bod op *GenerationM.be*, een onlineplatform van MNM.
- Radio 1 besprak maatschappelijke thema's onder meer in zijn dagelijkse programma's *De wereld vandaag*, *Nieuwe feiten* en *Bij Debecker*.
- Radio 2 maakte verschillende maatschappelijke thema's bespreekbaar in *De madammen*. *De weekwatchers* zoomde in op de gebeurtenissen van de voorbije week.
- Bij Klara kwam de maatschappelijk actualiteit aan bod in *Vrijdag*. De reeks *Van A tot Z* bood diepte-interviews met "interessante mensen".
- In de videoreeks *18 in 18* van Studio Brussel debatteerden jongeren over maatschappelijke thema's. Voor de actie *Mobiele Maandag* kwamen presentatoren met een alternatief vervoersmiddel naar het werk, wat live te volgen was. Met de actie *Goede voornemens* zette Studio Brussel, samen met Sport Vlaanderen, zijn luisteraars aan om sportieve en gezonde voornemens waar te maken.

De VRT had aandacht voor maatschappelijke thema's in haar ontspanningsaanbod.

“De populariteit van *Thuis* schuilt in sterke verhalen die mensen écht raken.”

## Kelly Puttemans

### Algemeen opnameleider

Als algemeen opnameleider maak ik samen met mijn team de opnameplanning bij *Thuis*: wanneer nemen we welke scène op en wie moet daar bij een rol spelen. Ik zorg er in de praktijk voor dat die gedraaid wordt, zowel in de studio als op locatie. Daarnaast zoek ik samen met een collega de locaties buiten de opnamestudio's op en zorg ik er voor dat alle nodige logistiek aanwezig is.

Soms vind je op onverwachte momenten leuke locaties. Ik moest bijvoorbeeld een dak zoeken waarop gespeeld kon worden met een mooi overzicht over Mechelen. Heel toevallig had ik een mooie inblik in een oude fabriek. Ik ben er meteen foto's gaan nemen en gaf de locatie door aan de schrijvers. Zij zijn vaak opzoek naar interessante plekken en die fabriek zou nog van pas kunnen komen in een van de afleveringen.

Ik heb nog nooit een draaidag niet kunnen laten doorgaan (hout vasthouden). Het gebeurt dat ik pas in de ochtend zelf de toelating krijg om op een bepaalde locatie te draaien, maar ik hou erg van die uitdagingen. We filmden bijvoorbeeld in een psychiatrische kliniek. Uiteraard moesten we toestemming vragen, maar we merkten ook wel dat de werknemers ter plekke graag wilden meewerken en blij waren dat we thema's als verslaving onder de aandacht willen brengen.

Omdat ik bij opnames op locaties de vertrouwenspersoon ben van de eigenaars, ben ik op de dag van de opname als eerste op de locatie en vertrek ik als laatste. Dat zijn lange dagen, maar een draaidag is nooit saai. Je bent vaak 10 tot 12 uur op een dag samen met collega's, wat een band schept. Ik zou dat voor geen geld willen missen.

Ik voel dat ik aan een veelbesproken programma meewerk. Mensen vragen wat er in *Thuis* gaat gebeuren. Ze kunnen maar proberen (*lacht*). De populariteit en de sterkte van het programma schuilt in sterke verhalen die mensen écht raken. Ze kunnen in ieders leven aan bod komen. Het is leuk om te zien dat mensen die worstelen met persoonlijke problemen er via *Thuis* voeling mee krijgen.







De vormgeving en het logo van het Sporza-merk kregen in 2018 een update. Daardoor kon het merk zich duidelijker profileren op de digitale platformen.

## 3.2 SPORT

In 2018 besteedde de VRT aandacht aan meer dan 30 verschillende sportdisciplines, zowel op radio (Radio 1 behandelde 55 sporten<sup>66</sup>), televisie (*Sportweekend* op Eén: 53 sporten<sup>67</sup>) als online. Naast de klassieke sporttakken zoals voetbal, wielrennen, basketbal, volleybal, atletiek en tennis kwamen onder meer hockey, boksen, schaatsen, bobsleeën, zeilen, triatlon en jumping aan bod. Extra aandacht ging naar sportbeoefening door vrouwen, zoals het vrouwenwielrennen en het WK basketbal voor vrouwen.

Om minder bekende sporten te promoten voerde de VRT een actief programmeringsbeleid. Samenvattingen van minder bekende sportdisciplines werden regelmatig gekoppeld aan populaire sportevenementen (bijvoorbeeld: verslagen van motorcross- of handbalwedstrijden werden uitgezonden voor of na een wielervedstrijd).

### Televisie

Sporza verzorgde een vast sportblok in de hoofdjournaals op televisie. Naast wedstrijdverslagen zonden Eén en Canvas sportdocumentaires uit, zoals over Belgische voetballers (*Dries Mertens: god in Napels* (Eén) en *Kevin De Bruyne: genie in Manchester* (Eén)), *De kleedkamer* (een gesprekkenreeks met ex-wielrenners op Canvas), *DNA Nys* (over ex-veldrijder Sven Nys en zijn zoon veldrijder Thibau Nys, Eén) en *Belgasport* (over nationale sporthelden en -gebeurtenissen, Canvas). *Competitiebeesten* op Ketnet volgde twee atleten met een beperking. Sporza blikte in documentaires terug op het leven van motorcrosser Eric Geboers en basketballegende Willy Steveniers. Canvas

onderzocht in *Wereldrecord* zeven wereldrecords en bracht duidende talkshows over voetbal (*Extra time*), veldrijden (*Extra time cross*) en wielrennen (*Extra time koers*). Ten slotte werd aandacht besteed aan sport in programma's zoals het magazine *Iedereen beroemd* (Eén) en de duidingsprogramma's *De zevende dag* (Eén) en *De afspraak* (Canvas). Eén bracht verslag uit van de Olympische Winterspelen, met een dagelijks magazine. Canvas zond enkele wedstrijden van het sportevenement rechtstreeks uit.

### Radio

Sport kwam aan bod op de verschillende radionetten in sportnieuws en analyses. Radio 1 had als informatiezender het meest aandacht voor sport. Het radionet gaf rechtstreekse verslaggeving van wielervedstrijden (zoals de voorjaarklassiekers en de Ronde van Frankrijk) en voetbalwedstrijden (de Belgische voetbalcompetitie, de Champions League voetbal, de Europa League voetbal en wedstrijden van de Belgische nationale voetbalploeg) en allerlei andere sporten zoals hockey, tennis en zwemmen.

<sup>66</sup>

American football, atletiek, baanwielrennen, basketbal, beachvolley, biatlon, bobslee, boksen, cricket, cyclobal, driebanden, formule E, formule 1, futsal, gewichtheffen, golf, gymnastiek, handbal, hockey, indoorhockey, judo, kajak, karting, korfbal, kunstschaatsen, motorcross, mountainbike, paardensport, para-atletiek, para-cycling, para-tafeltennis, rally, roeien, rolstoeltennis, schaatsen, schaken, shorttrack, skeelers, skeleton, skiën, snooker, snowboard, special olympics, tafeltennis, tennis, trial, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, waterpolo, wielrennen, zeilen en zwemmen.

<sup>67</sup>

Atletiek, autosport, baanwielrennen, baseball, basketbal, beachvolleybal, biathlon, biljarten, bobslee, boksen, curling, cyclobal, duatlon, formule 1, gewichtheffen, golf, g-sport, gymnastiek, handbal, hockey, judo, kajak, karting, kooivechten, langlaufen, motorcross, motoGP, mountainbike, paardensport, rally, roeien, rugby, schaatsen, schaken, schermen, skateboard, skeelers, skeleton, skiën, snooker, snowboard, taekwondo, tennis, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, waterpolo, wielrennen, zeilen, zaalvoetbal en zwemmen.



53

verschillende sporten kwamen aan bod in *Sportweekend*.



## SPORTZOMER 2018

De VRT zorgde in de zomer van 2018 voor verslaggeving en omkadering bij drie grote sportevenementen: het WK voetbal, de Ronde van Frankrijk en de Europese kampioenschappen. Daarnaast besteedde de omroep in de zomermaanden onder meer aandacht aan Roland Garros, het BK wielrennen, de Ronde van Spanje, De Grote Prijs Formule 1 van België, de Memorial Van Damme, het WK volleybal bij de mannen en WK basketbal bij de vrouwen.

### WK voetbal

Elke wedstrijd van het WK voetbal in Rusland was live te volgen via de verschillende Sporzakanalen.

Het "WK-dorp" aan de voet van de VRT-toren was de uitzendlocatie van de WK-verslaggeving op de verschillende platformen. Daar bevonden zich de set van de tv-uitzendingen en de uitzendstudio van Radio 1. Sporza ontving dagelijks supporters om samen naar de WK-wedstrijden te kijken.

Om het bereik op televisie zo groot mogelijk te houden, werden vrijwel alle wedstrijden uitgezonden op het verbindende net Eén. Acht simultaan gespeelde wedstrijden waren te zien op Canvas of Eén+ (op het kanaal van Ketnet na 20 uur). Op die manier kon bovendien het informatie-aanbod op Canvas tijdens de wereldbeker grotendeels doorlopen. De halve finale van België tegen Frankrijk op Eén werd de best bekeken Belgische wedstrijd ooit met 2.494.114 kijkers. (Daarnaast keken naar schatting nog eens 774.189 Vlamingen buitenshuis naar die wedstrijd.) Voor de aftrap van elke wedstrijd voorzag de VRT een omkaderingsprogramma vanuit het WK-dorp. De dagelijkse talkshow *Villa Sporza* (Eén) zorgde op het einde van de dag voor achtergrond en analyse bij de wedstrijden. (Vanaf 7 juli kwam ook de Ronde van Frankrijk in dit programma aan bod.) Ketnet organiseerde de Duivelse +school-actie, waarbij de kennis en bewustwording over pleegzorg werd gestimuleerd. Vijf scholen kregen bezoek van enkele Rode Duivels om hen te bedanken voor hun inzet. Tijdens het WK volgden de Ketnet-wrappers het verloop van het toernooi.

*Radio Rusland* op Radio 1 bracht verslag uit van de wedstrijden, duiding en sfeerbijdragen. *F.C. Niels & Wiels* op Radio 2 was een informatief programma dat inspeelde op de beleving rond het WK voetbal. MNM organiseerde, in aanloop naar het WK, onder meer een actie rond de vriendschappelijke wedstrijd België–Portugal (een supportersvak met 100 mannen en 100 vrouwen). Studio Brussel lanceerde een WK-lied "Dance with the devils" en had een eigen reporter op het WK in Rusland.

Sporza.be bracht alle wedstrijden live en bood achtergrondinformatie en duiding bij de wedstrijden. Via de Sporza-voetbal-app konden alle tussenstanden en uitslagen geraadpleegd worden. Online waren alle wedstrijden ook te zien via VRT NU. Reporters-ter-plaatse maakten dagelijks reportages over het kampioenschap om te verspreiden op de VRT-platformen.

### De Ronde van Frankrijk

Op Eén, Radio 1 en Sporza.be, werden de ritten van de Ronde van Frankrijk rechtstreeks uitgezonden.<sup>68</sup> Via de website en de sociale media hield Sporza de wielersliefhebbers op de hoogte van de gebeurtenissen in de Tour. De talkshow *Vive le vélo* (Eén), die na afloop van het WK voetbal begon, maakte dagelijks de balans op van de afgelopen Tour-dag.

*Sporza Tour* op Radio 1 maakte reportages vanuit Frankrijk en berichtte in de eerste week van de Ronde van Frankrijk ook over het WK voetbal en het tennistoernooi van Wimbledon, die beide in hun eindfase zaten. MNM besteedde aandacht aan de wielervedstrijd via onder meer *Tour of beauty* (met vrouwen gelinkt aan het wielrennen) en een vooruitblik naar de rit van de dag in de *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*.

### Europese kampioenschappen

Nieuw in de zomer van 2018 waren de allereerste Europese kampioenschappen. Het toernooi bracht zeven sporttakken samen, met name atletiek, wielrennen, zwemmen, gymnastiek, triatlon, roeien en golf.

Turn- of wielervedstrijden in de namiddag waren live te zien op Eén. Canvas zond 10 dagen lang van 18 tot 22 uur een selectie van de avondsessies uit. Ook Sporza.be en Sporza-radio brachten uitgebreid verslag uit van de Europese Kampioenschappen.

De VRT  
versloeg de eerste  
Europese  
kampioenschappen.

## Online

Sporza vernieuwde zijn website en mobiele apps. Daarbij ging extra aandacht naar toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid.

Online werd ingezet op verslaggeving, achtergrondinformatie en uitslagen & klassementen van sportevenementen. Op Sporza.be was plaats voor minder populaire sporten (zoals de Olympische Winterspelen en de Europese kampioenschappen) en disciplines waarin Belgische atleten of teams voor opvallende prestaties zorgden (zoals het WK gymnastiek, het EK atletiek en het WK basketbal). Ook de stage van de Belgische paralympische atleten in Frankrijk werd online in beeld gebracht.

## VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was host broadcaster voor diverse sportevenementen zoals de thuiswedstrijden van de nationale voetbalploeg (in samenwerking met RTBF), de thuismatchen van de Belgische clubs in de Europa League voetbal, de Crocky Cup, de Memorial Van Damme, de Vlaamse wielklassiekers en het WK acrobatische gymnastiek. VRT-medewerkers capteerden in een EBU-team de televisiebeelden van het Europees kampioenschap wielrennen in Glasgow en het Wereldkampioenschap wielrennen in Innsbruck.

Sporza.be had aandacht voor minder populaire sporten en disciplines waarin Belgische atleten of teams voor opvallende prestaties zorgden.





“Bij Sporza werken gepassioneerde mensen die van hun hobby hun beroep maakten.”

## Leen Sannen

### Producer Sporza

Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in sport. Ik ben van mijn 10 jaar een van de grootste supporters van Verbroedering Geel en heb in ongeveer 15 jaar bijna alle stadions van België gezien. Ik vind voetbal nog steeds een heel boeiende sport, maar de grote bedragen hebben de sport wel minder charmant gemaakt. Het naïeve is ervan af bij mij (*lacht*).

Mijn droom was om 'iets met voetbal' te doen en daarom was ik blij dat ik bij Sporza kon beginnen. Ik heb *Extra Time* mee opgestart. Ik deed als producer ook al de omkaderingen van de wereldkampioenschappen en Europese kampioenschappen voetbal. Omdat je die kampioenschappen moeilijk kan combineren met andere grote evenementen zoals de Ronde van Frankrijk of de Olympische Spelen concentreer ik me minder op de voetbaltoernooien.

Als producer maak ik de puzzel van mensen en middelen die nodig zijn om zulke evenementen te capteren. De productie van de programma's rond de Olympische Spelen palmen ongeveer de helft van mijn tijd in. Drie jaar op voorhand begin ik met de voorbereidingen. Op de Spelen wordt er op 42 verschillende sportaccommodaties tegelijk gesport en die wedstrijdbeelden krijgen we simultaan binnen. Op basis van het schema van de Belgische atleten, moeten we deze beelden filteren en journalisten, commentatoren en cameraploegen ter plaatse sturen. Zo proberen we voor onze kijkers/luisteraars een volledig overzicht te bezorgen. In vergelijking met andere landen hebben we een klein team ter beschikking, maar qua verslaggeving moeten we zeker niet onderdoen.

Ons grootste voordeel is dat er veel gepassioneerde mensen bij Sporza werken. Velen van ons hebben van onze hobby ons beroep kunnen maken. Een programma als *Vive le vélo* maken, waarbij je 's middags alles opzet en 's avonds nog 200km moet rijden, doe je alleen als je gebeten bent door de sport. Maar om er rustig van te genieten, ben je best niet aan het werk op dat moment (*lacht*). We zitten in zo'n focus dat we weinig merken van heel het circus errond.





## 4

DE AANBODSMERKEN EN  
VRT ALS KOEPELMERK

Om alle Vlamingen te bereiken gebruikt de VRT een brede merkportefeuille waarvoor ze autonoom verantwoordelijk is. De aanbodsmerken die in 2018 werden ingezet zijn Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel, Eén, Canvas, Ketnet, VRT NWS en Sporza. Ze focusten in hun aanbod op de publieke opdracht, elk voor hun doelgroep of specifiek domein. Centraal in het aanbod van de merken stonden met andere woorden informatie, cultuur en educatie. Alle VRT-merken waren, conform de beheersovereenkomst, aanwezig op alle relevante mediaplatformen. Dankzij de digitale media konden ze bovendien connecteren met hun mediagebruikers en hun specifieke missie optimaler invullen.

De omroep speelde zijn merknaam 'VRT' uit als een kwaliteits-label voor zijn publieke aanbod. Dat gebeurde enerzijds in de communicatie van de omroep (via diverse mediakanalen en andere contacten met het brede publiek) en anderzijds door het koppelen van de merknaam met het informatie-aanbod (VRT NWS) en het online videoplatform (VRT NU).

## ZENDTIJD VRT-RADIO

In 2018 bedroeg de VRT-radio-output 86.589 uren. Dat is een stijging van 13.444 uren ten opzichte van 2017 (73.145 uren). De stijging was het gevolg van de lancering van twee digitale extensies van bestaande programma's die enkel online te beluisteren waren: MNM UrbaNice (digitale extensie bij het programma *UrbaNice* op MNM) en De Tijdloze (digitale extensie bij het programma *De tijdloze* op Studio Brussel). De extra radiostromen (Klara continuo, MNM Hits, VRT NWS, MNM UrbaNice en De Tijdloze) bij de moedermerken waren goed voor 39.744 uren radio-output, of 45,9% van de totale radio-output.

## ZENDTIJD VRT-TELEVISIE

In 2018 zond de VRT 12.857 uren aan televisie-output (nettoprogrammazendtijd) uit. Dat was 243 uren meer dan in 2017 (of +1,9%). De stijging was het gevolg van de extra uitzendingen van Ketnet Junior op het Canvas-kanaal vanaf 27 oktober 2018.

Op VRT-Televisie werd 3.655 uur aan Vlaamse televisie-programma's voor het eerst uitgezonden, ten opzichte van 4.181 uur in 2017 (-12,6%). 66,9% van alle programma's die voor het eerst werden uitgezonden, waren Vlaamse producties (in totaal 5.461 uur) (ten opzichte van 76,5% in 2017, op een totaal van 5.468 uur).

Met de herhalingen erbij zonden de televisienetten 8.003 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 7.844 uur in 2017). 62,2% van de nettoprogrammazendtijd was dus een Vlaamse productie (evenveel als in 2017).

Volgens de beheersovereenkomst moet het aandeel van de Vlaamse tv-(co)producties ten minste 65% bedragen van het Eén-aanbod tussen 18 en 23 u. en het Canvas-aanbod tussen 19 en 23 u. samen. In 2018 was dat 68,0% (ten opzichte van 71,0% in 2017). Bij Eén bedroeg dat aandeel 80,1% (ten opzichte van 80,7% in 2017) en bij Canvas 53,3% (ten opzichte van 58,8% in 2017).<sup>69</sup>

<sup>69</sup>  
Bron: CIM-Televisie

<sup>70</sup>

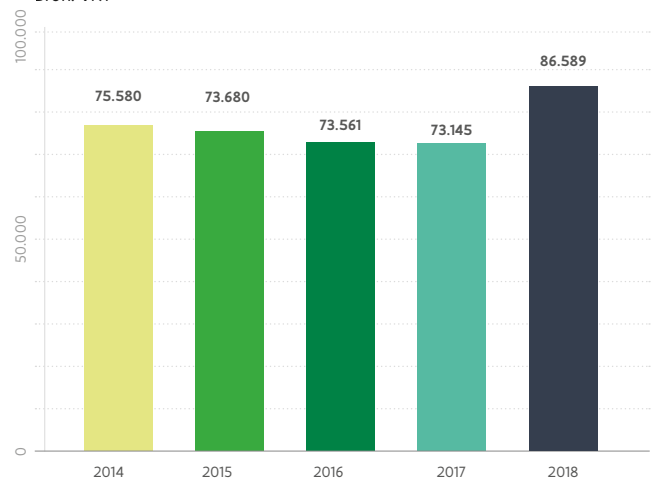
Radio-output: de som van het totaal aantal uitzenduren per radiomerk (Radio 1, Radio 2, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, MNM UrbaNice, Studio Brussel, De Tijdloze, VRT NWS) (exclusief Ketnet Hits dat elk jaar goed was voor 156 uren radio-aanbod dat in "loop" werd aangeboden via het internet). De regionale programma's van Radio 2 die van uit de verschillende regio's worden uitgezonden, zijn inhoudelijk verschillend van elkaar en worden om die reden elk apart meegeteld.

<sup>71</sup>

Nettoprogrammazendtijd: het totaal aantal uitzenduren via de VRT-televisiekkanalen (Eén, Canvas en Ketnet) exclusief de herhalingen in lusvorm, de uitzending van Bruzz, de nacht-uitzendingen van *Music for Life*, lente/zomer/herfst/winter-beelden, (beeld)storingen, *De rolkraan* (Canvas), uitzendingen van de radionetten (beelden uit de radiostudio, bijvoorbeeld *De madammen* van Radio 2) en enkele andere uitgezonden fragmenten/beelden (zoals opsporingsberichten en pancartes).

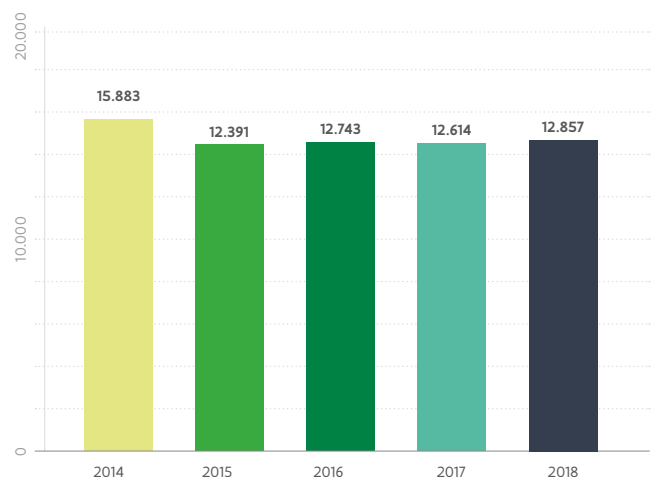
## Evolutie totale output VRT-radio (in uur) (2014-2018) <sup>70</sup>

Bron: VRT



## Evolutie totale output VRT-televisie (in uur) (2014-2018) <sup>71</sup>

Bron: VRT



**68,0%**  
van de zendtijd  
in primetime op  
Eén en Canvas waren  
Vlaamse producties.



# Radio 1

## Missie

Radio 1 is de actuaazender in Vlaanderen die zijn luisteraars prikkelt en inspireert.



In het aanbod van Radio 1 stonden nieuws en duiding centraal, met een cruciale rol voor programma's zoals *De ochtend* en *De wereld vandaag*. Radio 1 bracht extra duidingsprogramma's bij actuele gebeurtenissen zoals de regeringscrisis (en het ontslag van de federale regering) of het schandaal over sommige praktijken in het Belgisch voetbal.

Diverse maatschappelijke thema's zoals milieu, welzijn, gezondheid en wetenschappen kwamen geregeld aan bod in programma's zoals *De wereld vandaag*, *Hautekiet*, *De bende van Annemie*, *Nieuwe feiten* en *Interne keuken*, en vanaf het najaar in nieuwe programma's zoals *Bij Debecker* en *De wereld van Sofie*.

Naar aanleiding van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen zonden de duidingsprogramma's uit vanop verschillende locaties in Vlaanderen om debatten te brengen. *Bij Debecker* bezocht enkele projecten over verkeersveiligheid, een groene woonomgeving, de integratie van nieuwkomers en leefbare dorpskernen.

Sport was een van de pijlers van het aanbod. Tijdens de zomermaanden lag de nadruk op het WK voetbal en de Ronde van Frankrijk.

Op het vlak van muziek bracht Radio 1 een mix van hedendaagse muziek en klassieke pop & rock. Het net had extra aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige producties en bood ruimte voor diverse genres zoals folk, blues, jazz en wereldmuziek.

## DIGITAAL EN MOBIEL

Radio 1 zette in op de digitale en mobiele verspreiding van zijn aanbod. Zo experimenteerde het merk met "chaptering" van *De wereld van Sofie* en *Bij Debecker*: dat betekende dat de mediagebruiker elk item uit deze programma's afzonderlijk kon herbeluisteren. Daarnaast werd de Radio 1-app vernieuwd met extra functies gericht op een betere gebruikerservaring. Radio 1 verruimde zijn aanbod van podcasts met onder meer *Nieuwe Feiten*.

## ACTIES EN EVENEMENTEN

Radio 1 organiseerde verschillende acties en evenementen (onder meer rond cultuur, muziek en sport). Enkele voorbeelden:

- Samen met Knack en de vzw Universiteit van Vlaanderen organiseerde Radio 1 verkiezingsdebatten in Hasselt, Brussel, Antwerpen, Kortrijk en Gent.
- Radio 1 was als mediapartner promotor van wetenschapscommunicatie op het eerste Sound of Science festival.
- *Hautekiet* had verschillende thema-uitzendingen over de Week van de Zorg. Met *Hautekiet trapt het af* (naar aanleiding van het pensioen van de gelijknamige presentator) werd aandacht besteed aan innoverende Vlaamse projecten en een synthese gemaakt van verschillende maatschappelijke projecten die aan bod kwamen in het programma.
- *De ochtend* zond uit vanuit het Museum aan de Stroom naar aanleiding van het kunstevenement Rubens en Barok 2018. Op 11 november zond het duidingsprogramma uit vanop de herdenkingsplechtigheid voor Wereldoorlog I in Ieper. De herdenking van "mei 68" werd in het voorjaar opgenomen in een muzikale reeks van *Classics*.
- *Culture Club* bracht rechtstreeks verslag uit vanop verschillende evenementen zoals de opening van Stichting Kanal (een nieuw museum in Brussel) en Beaufort (kunstprojecten aan de kust).
- Radio 1 promootte Vlaamse/Belgische muziek met een tweede editie van de *Belpop* en de *Belpop 100*. In samenwerking met het Belgian World Music Network organiseerde Radio 1 een muzikale reis rond de wereld waarbij culturele diversiteit het leidmotief was. Samen met collega's van Nederlandse regionale omroepen (Zeeland, Brabant en Limburg) koos Radio 1 *De Lage Landenlijst*, een lijst met de beste nummers uit België en Nederland.
- Radio 1 organiseerde een herdenkingsactie rond Hugo Claus door op zoek te gaan naar zijn "schoonste zin".





## Radio 2

### Missie

Radio 2 is een optimistisch ontspanningsnet dat de wereld veraf en dichtbij helpt te begrijpen en houvast biedt.



Radio 2 was de autoriteit voor nieuws uit de Vlaamse regio's op radio en online. De lokale verankering van de regionale redacties uitte zich in reportages en verhalen uit de Vlaamse provincies.

In elke regio werd geïnvesteerd in verdieping over relevante thema's. Zo kregen Vlaamse burgemeesters in de aanloop naar de gemeente- en provincieraadsverkiezingen de kans hun beleid te duiden tijdens *De burgemeestersmarathon*.

In de nationale programmering maakte *De madammen* maatschappelijke thema's bespreekbaar, zoals de kindervens van mensen met een mentale beperking, zelfverminking en rouwverwerking bij jongeren. Daarnaast belichtte het programma acties uit de samenleving, zoals de Dag van de Wetenschap (in samenwerking met Technopolis) en klimaatacties in Brussel.

*De inspecteur* was een gids voor consumenten. In 2018 introduceerde het programma de rubriek *De radiorechter*: een gewezen vrederechter bemiddelde bij conflicten tussen burgers (en bedrijven). Regelmatig was er aandacht voor wetenschappelijke onderwerpen in de rubriek *De smaaktest* dat culinaire producten koppelde aan wetenschap, gezondheid en geld.

Populaire cultuur en lifestyle kregen aandacht in programma's als *De madammen*, *De weekwatchers* en *De rotonde*. *Spits* bood een wekelijkse film- en sportrubriek.

### DIGITAAL EN MOBIEL

Radio 2 verbeterde zijn online regionieuws en de ontsluiting van het regionale aanbod op de eigen platformen en via Vrt.nws.be. Verschillende Radio 2-campagnes (zoals *De burgemeestersmarathon* en *De week van de mobiliteit*) hadden een digitaal en/of interactief luik. Radio 2 breidde het aanbod van *Aha!* uit (tips en weetjes over onder meer internet en technologie). Vivavlaanderen.be ontsloot, in samenwerking met Sabam en Kunstenpunt, een archief rond Vlaamse muziek en Vlaamse artiesten.

### ACTIES EN EVENEMENTEN

Zowel nationaal als regionaal zette Radio 2 zijn schouders onder verscheidene evenementen. De regionale redacties gingen samenwerkingen aan met verschillende (vaak lokale) actoren. Enkele voorbeelden:

- *De inspecteur* besteedde aandacht aan de Week van het Geld samen met FSMA (Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten) en organiseerde de Week van de Toegankelijkheid samen met vzw Inter. Op Batibouw werkte *De inspecteur* samen met het Vlaams Energieagentschap en Wonen Vlaanderen en kwam regelgeving over wonen en (ver)bouwen aan bod. In een rubriek, gemaakt in samenwerking met Technopolis, werden consumentenvragen op een wetenschappelijke manier uitgelegd en werden nieuwe (technologische) gadgets voorgesteld.
- Met *Plage Préféréée* trok Radio 2 naar de Vlaamse kust voor een zomer lang live radio-uitzendingen met gastoptredens. Het programma werkte samen met de Vlaamse Stichting Verkeersveiligheid in een project om al wie met vakantie vertrekt te waarschuwen voor vermoeidheid achter het stuur.
- *De madammen*, *De inspecteur* en de regionale redacties werkten samen met het Netwerk duurzame mobiliteit en met Mobiliteit Brussel rond *De week van de mobiliteit*. Samen met Logeren in Vlaanderen zette Radio 2 toerisme in eigen land in de kijker.
- Radio 2 kwam rechtstreeks in contact met het publiek tijdens evenementen zoals *De Vlaamse 100* vanop de Grote Markt in Brussel, *Zomerhit* in Blankenberge en *De eregalerij* in Oostende.
- In aanloop naar *1000 klassiekers* trok Radio 2 naar Roeselare, Heist op-den-berg en Tielt met *De 1000 klassiekers on tour*.
- Radio 2 stimuleerde ondernemerschap met een reeks over zelfstandig ondernemen onder de noemer *Durf te falen* en besteedde aandacht aan ondernemers met een beperking.
- Naar aanleiding van het Barokjaar zond *De madammen* live uit vanuit het Rubenshuis in Antwerpen.



Klara zette in 2018 in op “rust” en “inzicht”. Via deze twee invalshoeken stimuleerde het de beleving van kunst & cultuur, klassieke muziek en jazz. Klara bood cultuurspecials, acties en evenementen als organisator of partner.

Met programma's als *Klassiek leeft*, *Maestro*, *Iedereen klassiek* en *Boetiek klassiek* had Klara dagelijks aandacht voor het grote klassieke repertoire en de muziekactualiteit. *Django* bracht een mix van klassieke muziek, wereldmuziek en jazz. *Late Night* was de plek voor “andere” muziek, zoals hedendaagse jazz en experimentele muziek. *Take 7* en *Round Midnight* lieten het jazzrepertoire horen, terwijl *Late Night Jazz* focuste op hedendaagse jazz en de jazzactualiteit.

Het merk zette in op livecaptaties, zoals in *Klara Live*, met zowel eigen als EBU-opnames van concerten. Nieuwe programma's waren *Music Matters*, met een mix van klassieke muziek, jazz en wereldmuziek en *The Original Soundtrack*, het zomerprogramma met aandacht voor filmmuziek.

*Pompidou* stond stil bij diverse kunstdisciplines en de brede context waarin kunst ontstaat. De radioreeks *De sporen van Claus* was een eerbetoon aan Hugo Claus. Daarnaast stond Klara stil bij de 50ste verjaardag van “mei '68”.

Klara belichtte in 2018 via muzikale reeksen en thematische uitzendingen verschillende componisten (zoals Karel Goeyvaerts, Sergej Rachmaninov, Leonard Bernstein en Pjotr Iljitsj Tsjaikovski) en stromingen (zoals barok).

## DIGITAAL EN MOBIEL

Klara investeerde in 2018 in de verspreiding van aanbod via sociale media. Het YouTube-kanaal *Iedereen klassiek*

bood nieuwe videofilmjes aan die de wereld van de klassieke muziek op een toegankelijke manier uitleggen. *Pompidou* ging digitaal met een eigen Instagram-account. Nieuwe podcasts werden gelanceerd, zoals *De zonnekoning* (over koning Lodewijk XIV) en *Rubens* (over schilder Peter Paul Rubens).

Klara startte met het online-aanbod *Dagelijkse kunst*, waarin een blik werd gegeven in de leefwereld van verschillende mensen en hun relatie tot de kunsten. Op VRT NU verscheen de videoreeks *Van A tot Z* waarin twee personen zes uur lang in gesprek gingen.

## KLARA CONTINUO

De digitale afgeleide van Klara heet Klara Continuo en bracht non-stop klassieke muziek. Het was digitaal te ontvangen via internet, DAB+ en digitale televisie.

## ACTIES & EVENEMENTEN

Klara werkte voor acties, evenementen en live-uitzendingen samen met culturele partners en instellingen. Enkele voorbeelden:

- Er waren live-uitzendingen van *Pompidou* en *Happy Hour* vanuit diverse culturele ontmoetingsplaatsen zoals Muzee, het MUHKA en Museum M.
- *Klara in deSingel*, *Iedereen Klassiek* vanuit het Concertgebouw Brugge en *De Klara Top 100* waren verbredende acties rond klassieke muziek.
- Het *Klarafestival* vond in 2018 plaats onder de noemer “Alles Wieder Gut” en vierde de 50ste verjaardag van Het Festival van Vlaanderen Brussel, en het jaar 1968 (waarin studenten en andere lagen van de bevolking in opstand kwamen).
- Klara was media-partner van Jazz Middelheim.



# MNM

## Missie

MNM is een ontspannende hitradio die de jonge luisteraar en zijn leefwereld centraal stelt en hem tegelijk gidst door een relevant informatief aanbod. MNM is een aantekelijk platform dat het uitwisselen van ervaringen faciliteert en engagement stimuleert.

**MNM**  
music and more

MNM wil jongeren ondersteunen en op weg helpen in onze maatschappij. Het merk bereikte in 2018 28,8% van de Vlamingen op weekbasis via de verschillende platformen (ten opzichte van 27,1% in 2017).<sup>72</sup> MNM bereikte in 2018 op weekbasis 664.679 Vlamingen die niet door een ander radionet van de VRT worden bereikt. Daarvan waren er 254.584 jongeren (tussen 12 en 24 jaar).<sup>73</sup> Die band met vooral scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen realiseert MNM door aandacht voor maatschappelijke thema's uit hun leefwereld.

MNM bracht nieuwsuitzendingen afgestemd op zijn doelgroep. MNM lanceerde MNM NWS voor de online en sociale media. Het nieuwsmerk bevatte korte nieuwsfragmenten gemaakt op maat van jonge luisteraars. Daarnaast belichtten thema-uitzendingen gebeurtenissen of evoluties uit de actualiteit of de leefwereld van jonge mensen.

*Generation M* was aanwezig zowel op radio als online, met *GenerationM.be*. Het aanbod sneed relevante thema's aan voor de jonge luisteraars.

MNM programmeerde zijn "sportweken", waarbij het aandacht had voor minder bekende sporten, zoals hockey, curling, rugby en boksen.

MNM investeerde in hitlijsten zoals *MNM Dance50* en *MNM Urban50* en ondersteunde jong talent via projecten zoals *Start to dj*. Populaire muziek en "urban music" waren de muziekgenres die centraal stonden in het muziekaanbod van MNM.

## DIGITAAL EN MOBIEL

In 2018 friste MNM de visuele vormgeving op, onder andere op zijn digitale platformen. De luisterbeleving in de MNM-app werd aangepast aan de behoeften van de gebruikers. Het merk bracht online verhalen. Zo had MNM bijvoorbeeld een reeks van *AussemStops*, dat een video- en vlogverhaal is rond citytrips in Europa met aandacht voor budgetvriendelijk reizen.

<sup>72</sup> Bron: Totaalbereik onderzoek

<sup>73</sup> Bron: CIM-Radiostudie

<sup>74</sup> MNM Hits is te ontvangen via digitale kanalen zoals internet (website en app), DAB+ en digitale televisie.

## MNM HITS & MNM URBANICE

MNM Hits bracht non-stop muziekbeleving als digitaal verlengstuk van MNM<sup>74</sup>, met regelmatig een thema-aanpak zoals *MNM1000* en *Summertimehits*. Het muziekprogramma *UrbaNice* (over urban muziek) kreeg vanaf 21 maart 2018 een eigen digitale extensie (MNM *UrbaNice*)<sup>75</sup>.

## ACTIES EN EVENEMENTEN

MNM werkte samen met partners die actief zijn in de leefwereld van jongeren en nieuwe Vlamingen. Die samenwerkingen leidden tot mobiliserende acties. Enkele voorbeelden:

- MNM en zes Vlaamse hogescholen werkten samen aan een studentenproject *Student Late Night*. Jonge mediastudenten volgden zes weken een masterclass bij de radiozender. Ze maakten een programma dat op antenne werd uitgezonden.
- Studenten stonden centraal tijdens *Marathonradio*, een project met studie- en ontspanningstips tijdens de examenperiode. Tijdens de 461 uur radio telde MNM.be dagelijks 40.000 bezoekers. Via de MNM-app werden meer dan 50.000 berichten verzonden. Op Facebook en Twitter waren er 130.000 interacties.
- MNM ging voor de achtste keer op zoek naar *De strafste school*<sup>76</sup>.
- Samen met de VRT-verkeersredactie organiseerde MNM *De verkeersweken*, met aandacht voor zichtbaarheid van de zwakke weggebruikers.
- Met de actie *Spread the work* gaf MNM, met de steun van VDAB, jongeren onder meer tips om de collegialiteit op de werkvloer te verbeteren.
- *Let's get digital* was een evenement om jongeren in contact te brengen met digitale thema's.
- Samen met de Bouwunie zette MNM de *#bouwmakkers*-actie op om de beroepen in de bouwsector en de knelpuntjobs te belichten.
- *De coolste sportclub van Vlaanderen*<sup>77</sup> was een actie samen met Sport Vlaanderen om te zoeken naar de sportclub waar sport en vriendschap het meest hand in hand gaan.

<sup>75</sup> MNM *UrbaNice* is te ontvangen via het internet (website en app).

<sup>76</sup> Go! Atheneum in Aalst won *De strafste school* in 2018.

<sup>77</sup> Rhinos Rugby uit Oudenaarde won *De coolste sportclub van Vlaanderen* in 2018.



# Studio Brussel

## Missie

Studio Brussel stimuleert een actieve muziek-beleving als motor van een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld.

**Stu  
Bru**



Muziek staat centraal bij Studio Brussel. Het totale aandeel van muziek in het aanbod is in 2018 met 5% verhoogd. Aandacht voor de hiphopcultuur kwam aan bod in het nieuwe programma *Hooray* en Belgische muziek in *Eigen kweek*. *Zender* bleef de dagelijkse afspraak voor muzikale ontdekkingen met ruimte voor interviews, reportages en specials. In *Switch* kwam elektronische dansmuziek aan bod. Daarnaast hadden dj's zoals Lefto, Charlotte De Witte en DJ Licious hun eigen muziekprogramma.

De luisteraars konden hun stem uitbrengen voor nummers in muzikale hitlijsten zoals *De 100 van eigen kweek* (de 100 beste Belgische platen), *De zwaarste Lijst* (de 66 beste zware gitaarplaten), *De tijdloze* (de 100 ultieme tijdloze nummers) en *The Greatest Switch* (de beste danceclassics).

Extra aandacht ging naar het ontdekken en ondersteunen van jong talent. Bijvoorbeeld in de muzikale talentwedstrijd *De nieuwe lichting* of de dagelijkse *Filefuif*, waarin nieuw dj-talent een kans kreeg.

Studio Brussel bracht elk uur nieuwsupdates. In 2018 focuste het nieuws en de duiding op Studio Brussel onder andere op de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Met de videoreeks *18 in 18* (gemaakt in samenwerking met VRT NWS) werden 18 jongeren geportretteerd die voor de eerste keer gingen stemmen. Op de radio werd samen met deze jongeren gedebatteerd.

Elke zondagmiddag stond *Studio sport* geprogrammeerd. In het programma was er ruimte voor sportactualiteit en minder bekende sporten. Zo kwamen "urban sports" aan bod met live-uitzendingen vanop onder meer *Unbreakable* (breakdance) en *Antwerp Skate Event*.

## DIGITAAL EN MOBIEL

Studio Brussel streefde een volledig digitale merk-beleving na. Het merk zette in op online-reeksen zoals *Linde vlogt* op YouTube en een nieuwsbrief voor muzikkliefhebbers. Op VRT NU was *Girls Talk* te zien, waarin vrouwen onderling vrijuit praten over allerlei onderwerpen. Daarnaast lanceerde Studio Brussel een

nieuw format op YouTube: *The Tunnel*, een studio waar artiesten en muziekgroepen (zoals Black Box Revelation, Angèle en Dvcht Norris) nummers konden opnemen. Die opnamesessies werden live en online gestreamd. Studio Brussel experimenteerde met nieuwe digitale vertelvormen, bijvoorbeeld live dj-sets op Facebook, een interactieve Facebook Live-finale van *De nieuwe lichting* en geautomatiseerde reacties via Instagram.

## DE TIJDLOZE

De Tijdloze kon als digitale extensie van het gelijknamige programma op Studio Brussel vanaf 1 april 2018 online beluisterd worden via Radioplus.be en de radio-apps.

## ACTIES EN EVENEMENTEN

De sociale betrokkenheid van Studio Brussel weerspiegelde zich in samenwerkingen, evenementen en live-uitzendingen over verschillende thema's zoals milieu, mobiliteit en ondernemerschap. Enkele voorbeelden:

- Twaalf jongeren kregen via *Studio Dada* en *De over-name* de kans om zich te bewijzen bij Studio Brussel en via het project *Festival Force* kon divers online-talent zijn creativiteit tonen.
- Studio Brussel profileerde zich als festivalzender en zond live uit vanop onder meer Rock Werchter, Tomorrowland en Pukkelpop. Vele andere festivals (zoals Suikerrock, Dour en Laundry Day) kregen redactionele aandacht, ondersteuning en verslaggeving.
- De *Studio Brussel Showcases* waren exclusieve liveconcerten van onder andere Editors en Snow Patrol op unieke locaties zoals de Academiezaal in Sint-Truiden en de Kruitfabriek in Vilvoorde.
- Het radionet zond live uit vanop Crystal Ship in Oostende, de 10 Miles in Antwerpen en in Mechelen tijdens De 1000 km tegen kanker.
- Studio Brussel motiveerde met *Mobiele maandag* zijn luisteraars om na te denken over alternatieve vervoersmiddelen.
- Studio Brussel was partner van *Lokale helden*, een initiatief van Poppunt waarbij concerten van lokale muziekgroepen plaatsvonden in Vlaamse jeugdhuizen.



## DE WARMSTE WEEK

De warmste week evolueerde tot een breed gedragen solidariteitsactie in Vlaanderen, waar alle VRT-netten bij betrokken zijn. De warmste week wil Vlamingen motiveren om zich in te zetten voor een goed doel dat zij zelf belangrijk vinden. Voor de editie 2018 registreerden zich 1.986 goede doelen. De registratie en de financiële opvolging van deze goede doelen gebeurde door de Koning Boudewijnstichting. In totaal werden meer dan 12.000 acties georganiseerd. Dat leverde naast 17.286.122 euro een groot solidariteitsgevoel tussen de Vlamingen op.

De motor van De warmste week was *Music for Life*, de actie van Studio Brussel. Daarbij draaiden drie Studio Brussel-presentatoren een week lang muzieknummers vanuit het Provinciaal domein Puyenbroeck in Wachtebeke. Naar aanleiding van de 50ste verjaardag van The White Album van The Beatles liet Studio Brussel bekende kunstenaars een nieuw hoesontwerp maken. Die kunstwerken werden geveild voor De warmste week.

De warmste week werd ondersteund door de andere VRT-netten. Zo was er bijvoorbeeld *Klara for Life* (een verzoekprogramma met klassieke muziek) en *De warmste soep* van Radio 2 (waarbij luisteraars soep verkochten

voor een vzw naar keuze). *Radio 1 voor Jemen* was een actie om de vzw's te steunen die zich inzetten voor de humanitaire crisis in Jemen, met onder andere *De nacht van de wetensgrap* dat comedy en wetenschap samenbracht. Met *MNM maakt tijd voor De warmste week* hielpen de MNM-dj's bij de acties van hun luisteraars. Ketnet had de *Ketnet koekenbak*, waarbij kinderen koekjes bakten voor een vzw naar keuze. Eén organiseerde onder meer *De warmste match*, een benefietwedstrijd tussen de Red Flames en de acteurs van *Thuis*. Het net zond *Down the Snow* uit, waarin de presentator en een sleutelfiguur van het Eén-programma *Down the Road* liften van Lapland tot Wachtebeke. Canvas bracht de *Kerstsoirtwée*, een live-opvoering van het programma *De ideale wereld* in de Ancienne Belgique. Sporza veilde een live-verslaggeving aan de hoogst biedende sportclub of -vereniging<sup>78</sup>. VRT NWS Connect waren lezingen van VRT-journalisten, die elk een vzw naar keuze steunden. In zes verschillende steden (Genk, Leuven, Brussel, Antwerpen, Gent, Brugge) liepen in totaal meer dan 48.000 mensen De warmathon.

Op de laatste dag van De warmste week werd *De warmste radio* uitgezonden, een verzoekprogramma dat tegelijk op Radio 1, Radio 2, MNM en Studio Brussel te horen was.



### Geert De Vlieger

OMG € 17.286.122!!!! #dewarmsteweek laat zien wat er écht leeft in Vlaanderen!

# Één

## Missie

Één wil de hartslag van Vlaanderen voelen en voeden door de mediagebruikers te inspireren en te verbinden vanuit een maatschappelijke betrokkenheid.

*één*



Één is het familienet dat zich richt op alle Vlamingen, van jong tot oud. Met een dynamisch aanbod spreekt het merk een breed publiek aan. Vanuit zijn maatschappelijk engagement focuste Één in 2018 op de kernopdrachten informatie, cultuur en educatie voor een breed publiek. Meer daarover: zie p. 33 (informatie), p. 42 (cultuur) en p. 56 (educatie).

Met zijn aanbod van fictie, ontspanning en sport streefde Één naar publieke meerwaarde. De fictiereeks *Gevoel voor tumor* vertelde het verhaal van een jongeman met kanker. *Over water* was een psychologische dramareeks over een man met goede intenties die toch verkeerde keuzes maakt. Er kwamen nieuwe reeksen van *Professor T.*, *Salamander* en *Zie mij graag*. De dagelijkse soap *Thuis* besteedde geregeld aandacht aan maatschappelijk relevante thema's, zoals pleegzorg, seksuele dienstverlening, IVF, homoseksualiteit en genderidentiteit.

*Down the Road* was een reisreeks over mensen met het downsyndroom. In *Taboe* vormde humor de basis voor open gesprekken met onder meer holebi's en met mensen met een andere huidskleur of een fysieke beperking. Een nieuwe reeks van *Weg zijn wij* focuste op toerisme in Vlaanderen. *Reizen Waes Europa* liet de kijker kennismaken met minder bekende Europese landen, regio's en culturen. *De Columbus* en *Op weg met Jan* combineerden reizen met human interest. *Het collectief geheugen* en *Van algemeen nut* zoomden op een humoristische manier in op respectievelijk onze gemeenschappelijke geschiedenis en de geschiedenis van de openbare omroep.

Één bracht in 2018 verslag uit over onder meer het WK voetbal en de Ronde van Frankrijk. De praatprogramma's *Villa Sporza* en *Vive le vélo* zorgden voor extra duiding en beleving bij deze voetbal- en wielerevenementen. Allerlei andere sporten kwamen aan bod in *Sporza op zondag* en *Sportweekend*.

## DIGITAAL EN MOBIEL

Om in te spelen op veranderende kijkgewoontes versterkte Één zijn aanwezigheid op digitale platformen en verbeterde het de wisselwerking tussen zijn lineaire aanbod, zijn website, zijn socialemediakanalen en het videoplatform VRT NU. Zo werd de fictiereeks *Over water*, na de uitzending van de eerste aflevering op het lineaire kanaal, in preview integraal aangeboden op VRT NU.

Op de digitale platformen had Één extra aandacht voor zijn programma's en mobiliserende acties. In de Week van de Mobiliteit lanceerde Één *Prettig gespoord*: digitale sketches over pendelen. Bezoekers konden online volgen hoe bekende gezichten uitdagingen aangingen ten voordele van *Iedereen tegen kanker*. Één lanceerde een nieuwe website voor de MIA's.

Het aanbod rond *Thuis* werd uitgebreid met de spin-off-reeks *Secrets*, die op digitale platformen heel wat jongeren bereikte. Zowel *Thuis* als *Dagelijkse kost* hadden op sociale media een grote community van belangstellenden.

## ACTIES EN EVENEMENTEN

Één versterkte zijn band met de kijkers door publieke acties en evenementen. Enkele voorbeelden:

- Één organiseerde samen met Kom op tegen kanker de actie *Iedereen tegen kanker*. Mensen konden geld storten om uitdagingen te steunen. Één riep op om koperen muntjes in de zogenaamde 'rospotten' te stoppen. De actie bracht 3.604.335 euro op.
- De *Thuis*-kijkers konden samen met de acteurs de seizoensfinale bekijken op grote schermen in Antwerpen, Hasselt en Kortrijk.
- Één nodigde het publiek uit op muzikale evenementen als de MIA's, *Vlaanderen feest!* en *Zomerhit*.
- Kijkers werden actief betrokken bij het programma *De stoel* (door zich naar een "mysterieuze plek" te begeven) en de rubriek *De dag in Iedereen beroemd* (door sociale-mediafilmpjes te delen).





# Canvas

## Missie

Canvas maakt tijd voor wat nu telt. Canvas wil een betrouwbaar kwaliteitsmerk zijn dat Vlamingen informeert, verbindt en inspireert door middel van een verdiepend aanbod met verrassende perspectieven en verhalen die mensen raken.



Informatie- en duidingsprogramma's vormden in 2018 het fundament van Canvas. Naast duiding in *De afspraak* en *Terzake* en internationale reportages in *Vranckx* en *Checkpoint* waren er nieuwe journalistieke reeksen zoals *Dank dat u bij ons was*, *De val*, *Tien jaar na de crisis*, *Amazones* en *Voor de zonden van de vaders*. (zie p. 33)

Cultuur kwam op Canvas aan bod in langlopende programma's zoals *Alleen Elvis blijft bestaan* en *Winteruur*, in nieuwe reeksen zoals *God woont in Berchem* en in *De afspraak*. Het cultuuraanbod bestond verder uit documentaires, zoals *Chris Lomme: Een reverence*, muziekdocumentaires zoals *Belpop* en concertregistraties, onder meer van de Koningin Elisabethwedstrijd en Rock Werchter. Daarnaast waren er cinefiele films, internationale cultuurhistorische documentaires en op literatuur gebaseerde fictiereeksen (zoals *The Handmaid's Tale* en *My Brilliant Friend*). (zie p. 42)

Canvas bood nieuwe inzichten bij maatschappelijke thema's, wetenschap en geschiedenis in programma's zoals *Team Scheire*, *Kinderen van de kolonie*, *Watt*, *Durven falen*, *Er was eens*, *Reset*, *Voor de mannen* en *De weekenden*. (zie p. 56)

*De ideale wereld* keek met een satirische blik naar de actualiteit van de dag.

Naast sportverslaggeving – onder meer voetbal, wielrennen en de Europese kampioenschappen – bracht Canvas sportduiding in *Extra time* (voetbal), *Extra time koers* (wielrennen) en in de documentaire reeksen *Wereldrecord* (met een wetenschappelijke analyse van legendarische wereldrecords), *De kleedkamer* (over ex-wielrenners) en *Belga sport* (Belgische sportgeschiedenis).

## DIGITAAL EN MOBIEL

Canvas werkte in 2018 aan de verbetering en digitalisering van zijn kijkservice. Om de mediagebruikers te laten kijken waar en wanneer ze zelf willen, werden programma's zoveel mogelijk beschikbaar gesteld op VRT NU. Zo werden sommige reeksen er zelfs in preview aangeboden, soms integraal.

Canvas.be bood extra informatie en content aan bij diverse programma's, zoals een onlineplatform bij het wetenschappelijke human-interestprogramma *Team Scheire*, een digitale vooruitblik op het dansprogramma *Hanne danst* (uitzending in 2019) en uitlegvideo's bij programma's als *Kinderen van de kolonie*, *De val*, *Tien jaar na de crisis* en *Belpop*. Het levensbeschouwelijke platform *Wereldbeeld* werd verder uitgebreid en het video-aanbod ervan verspreid via de sociale media en andere Vlaamse media (via het VRT-syndicatieplatform).

## ACTIES EN EVENEMENTEN

Canvas organiseerde zelf of in samenwerking met andere partners allerlei acties en evenementen. Enkele voorbeelden:

- *Dans met Hanne* was een wedstrijd voor amateurdansgroepen in het kader van de televisiereeks *Hanne danst*.
- Samen met onder meer het deeltijds kunstonderwijs organiseerde Canvas *Speel het hard*, een wedstrijd voor amateurmuzikanten.
- Onder de noemer *Cinema Canvas* toonde Canvas in juli films op bijzondere locaties in Knokke, Dendermonde, Mechelen en Aarschot.
- *De afspraak* bracht in samenwerking met het And& festival een technologie-special vanuit Museum M in Leuven.
- In het kader van *Kinderen van de kolonie* organiseerde Canvas in Bozar een debat over (de)kolonisatie in samenwerking met het vernieuwde AfricaMuseum.

# Ketnet

## Missie

Ketnet wil een 360°-beleving aanbieden die mee evolueert met alle kinderen in Vlaanderen en hen helpt om op te groeien tot zelfbewuste adolescenten.



Ketnet wil elk kind in Vlaanderen zo goed mogelijk bedienen met een multimediaal aanbod dat afgestemd is op zijn specifieke behoeften en ontwikkeling. Daarom werkt Ketnet met twee subdoelgroepen: kinderen tot en met 5 jaar (met Ketnet Junior) en kinderen van 6 tot en met 12 jaar. Het lineaire en digitale aanbod van Ketnet Junior werd uitgebreid. Op televisie kwam er, naast het ochtendblok op het Ketnet-kanaal, een namiddagblok bij op het kanaal van Canvas. Op digitaal vlak kreeg Ketnet Junior een eigen reclamevrij kanaal op YouTube en bijkomende toepassingen in de Ketnet Junior-app (zoals een geprogrammeerde afspeellijst en een aanbod per Ketnet-personage).

Ketnet bracht informatie en cultuur op kindermaat en steunde kinderen in hun ontwikkeling met een educatief aanbod. Meer daarover: zie p. 33 (informatie), p. 42 (cultuur) en p. 56 (educatie).

Fictie van eigen bodem was een belangrijk onderdeel van het Ketnet-aanbod. De nieuwe reeks *Campus 12* verbond de wereld van het boksen met die van theater en zang. *Buck* was een 'coming of age'-verhaal waarin de echte en de digitale wereld samenvloeiden. *Buck* kreeg een duurzaamheidslabel van het Vlaams Audiovisueel Fonds voor zijn inspanningen op het vlak van energie-, afval- en CO<sub>2</sub>-reductie bij de productie. Een innovatief spel van de reeks (met "augmented reality") was als gratis app beschikbaar. Er waren nieuwe afleveringen van de realistische fictiereeks *4eVer* (over de vriendschap tussen vier tieners) en de detectivereeks *De regel van 35*.

## DIGITAAL EN MOBIEL

Het online aanbod van Ketnet was divers. De website bood een kijkservice, nieuws en informatie en creatieve spel- en doe-activiteiten. Ketnet verspreidde zijn aanbod (en geregeld exclusief) via de apps van Ketnet, Ketnet Junior en *Karrewiet*, en de YouTube-kanalen van Ketnet en Ketnet Junior. De interactieve online gemeenschap van Ketnet telde

eind december ongeveer 25.000 actieve gebruikers met een beveiligd Ketprofiel<sup>79</sup>. De videoclip *Stip na stip* van de Ketnet-actie *Move tegen pesten* was in 2018 de "meest trending video" op YouTube in België<sup>80</sup>.

Naar aanleiding van de nieuwe AVG-regelgeving (zie p. 86), lanceerde Ketnet een privacy-website met voor kinderen bevattelijke uitleg over privacybeveiliging, gegevensbescherming en veilig internetgedrag.

## ACTIES EN EVENEMENTEN

Ketnet organiseerde acties en evenementen om de band met zijn publiek te versterken en om kinderen aan te moedigen tot engagement. Daarvoor werkte het kindermerk geregeld samen met maatschappelijke actoren. Enkele voorbeelden:

- De actie *Move tegen pesten – Stip it* mobiliseerde kinderen en volwassenen tegen pestgedrag door hen uit te nodigen om een *Manipest* te ondertekenen (een belofte om zich te engageren tegen pesten) en met vier stippen op hun hand een duidelijk signaal te geven tegen pesten (samen met vzw Kies kleur tegen pesten).
- *De pet op tegen kanker* was een sensibiliserende actie over kanker (samen met Kom op tegen kanker).
- *De Duivelse +school-actie* riep kinderen op om creatieve initiatieven te nemen rond pleegzorg (samen met Pleegzorg Vlaanderen).
- Publieksevenementen zoals *Ketnet Musical: Team U.P.*, *Het gala van de gouden K's*, *de Ketnet Zomertour* en *de Ketnet familiedag* (waarbij Ketnet samen met de Gezinsbond focuste op de sterke band tussen kinderen en hun grootouders).

<sup>79</sup>

Als gevolg van de AVG-regelgeving werden alle oude accounts afgesloten en moesten de belangstellenden zich opnieuw registreren. Daardoor verdwenen niet-gebruikte accounts en was het totale aantal accounts eind 2018 kleiner dan eind 2017 (ongeveer 60.000).

<sup>80</sup>

Volgens de YouTube Rewind ranking, de jaarlijkse lijst van de "meest trending video's" op YouTube.





## 5

## TOEKOMSTGERICHT EN INNOVATIEF

Als digitale mediaorganisatie bouwde de VRT haar online-aanbod verder uit en investeerde ze in innovatie (zowel op het vlak van vertelstructuren, formats als digitale toepassingen). Daarmee speelde ze rechtstreeks en onrechtstreeks in op de verwachtingen van de mediagebruiker.

De mediagebruiker stemt niet enkel meer via een klassiek radio- of televisietoestel af op het VRT-aanbod. Hij doet dit steeds vaker op alle relevante digitale platformen, zoals het videoplatform VRT NU.

De VRT is een hefboom in Vlaanderen op het vlak van innovatie (met een aantal onderzoeksprojecten rond media en technologie) en ondernemerschap (via de afdeling VRT Sandbox). Alle kennis die daarbij wordt ontwikkeld, wordt gedeeld met de hele Vlaamse mediasector.

## 5.1

## TOEKOMSTGERICHT EN DIGITAAL AANBOD

## VRT NU

VRT NU is het online videoplatform van de VRT, waarop de kijker gratis naar het aanbod van VRT-televisie en videofragmenten van VRT-radio kan kijken. De programma's worden live gestreamd en zijn te bekijken tot 30 dagen na de uitzending.<sup>81</sup>

Gebruikers met een Belgisch adres kunnen over heel Europa<sup>82</sup> kijken naar alle programma's op VRT NU. (Als zij willen kijken buiten Europa, dan kan dat enkel voor eigen producties en niet voor aangekochte programma's. De VRT beschikt immers niet over de budgetten om de rechten wereldwijd aan te kopen.) Studenten en leerkrachten Nederlands uit het buitenland die VRT NU willen gebruiken, konden sinds 1 november 2018 bij de VRT daartoe een aanvraag indienen.

De kijkgewoontes van de Vlaming evolueren en de VRT evolueert mee. De kijker van 2018 verwachtte meer flexibiliteit dan voorheen en wilde kijken waar en wanneer hij/zij dat zelf wou. In 2018 zette de VRT in op de uitbouw van VRT NU en het gebruiksgemak ervan voor de kijker. Gebruikers kunnen onder meer hun favoriete en recente programma's bijhouden (programma's volgen) en verder kijken waar ze voordien gestopt zijn bij het kijken naar een programma. Op 1 augustus 2018 werd de app van VRT NU (eerst in bèta-versie) gelanceerd voor mobiele apparaten.

In 2018 werden 52.960.012 programma's gestart (ten opzichte van 33.601.461 in 2017).

VRT NU breidde haar niet-lineair aanbod uit (naast het aanbod van recent lineair uitgezonden programma's). Ketnet zette nostalgische programma's zoals *W817* en *Spring* online. Eén bood enkele archiefreeksen<sup>83</sup> aan die samen in totaal meer dan 300.000 keer werden bekeken. De fictiereeks *Over water* werd (na een aflevering) een hele week in preview volledig aangeboden. Canvas zette regelmatig reeksen (zoals *Who Is America* en *Le bureau des légendes*) in preview op het platform. Klara bracht met de reeks *Van A tot Z* verdiepende gesprekken naar de kijker. Studio Brussel lanceerde *Girls talk* (met vrouwen die vrijuit praten over allerlei thema's naar aanleiding van Vrouwendag). De *Pano*-reportage *Wie is Schild & Vrienden echt?* werd 172.357 keer gestart en was daarmee het best bekeken programma van 2018 op VRT NU.

## ONLINE-RADIOPELER

De VRT-radiozenders waren online te beluisteren via de radio-apps van de zenders en de app van Radioplus (iOS en Android), de website van Radioplus.be en online-radiospelers van private initiatieven.

In 2018 werd de uitrol van Radioplayer, een nieuwe innovatieve online radiospeler, voorbereid door de VRT, in samenwerking met andere mediaorganisaties, zoals Mediahuis en Mediaaan.

Op VRT NU werden  
in totaal  
**52.960.012**  
programma's gestart.

81

Bij reeksen: tot 30 dagen na de uitzending van de laatste aflevering.

82

De facto was dit EER = EU + Liechtenstein, IJsland en Noorwegen.

83

Het gaat om volgende reeksen: *Windkracht 10*, *Wij heren van Zichem*, *Flikken*, *Rang 1*, *Fans*, *Kapitein Zeppos* en *Urban*.

## DAB+ IN VLAANDEREN

DAB+ (een verbeterde versie van Digital Audio Broadcasting) werd door de VRT, Mediaaan NV, Mediahuis en Norkring NV gezamenlijk in de Vlaamse markt gezet. Er werd een overeenkomst opgesteld tussen de betrokken partijen om deze samenwerking te realiseren. Ze stellen zich tot doel het Vlaamse radionetwerk volledig te digitaliseren. Het project kreeg de steun van de Vlaamse overheid.

Ter bewustmaking van DAB+ nam de VRT allerlei initiatieven. Onder meer tijdens de Week van de Digitale Radio (12 tot vrijdag 16 november) waren spots te zien op Eén en Canvas en te horen op alle radionetten. De campagne zal in 2019 voortgezet worden. Op de VRT-websites waren banners over DAB+ te zien. Redactionele aandacht werd besteed aan DAB+. *De inspecteur* op Radio 2 testte DAB+ uit. Onder meer *De ochtend* (Radio 1) en *Linde staat op* (Studio Brussel) gingen op een informatieve manier aan de slag met het onderwerp. Radio 2 en MNM deelden online video's waarin het thema op een heldere manier werd behandeld. Elk net gaf DAB+-toestellen weg in verschillende quizen en spelletjes.

De VRT vervulde haar educatieve functie om de Vlaming te informeren over de nieuwe privacywetgeving.

## ALGEMENE VERORDENING GEGEVENSBESCHERMING (AVG)

Sinds 25 mei 2018 is de Europese wetgeving over de bescherming van persoonlijke gegevens van kracht. Alle Europese bedrijven en instellingen die persoonsgegevens bijhouden en gebruiken, moeten die verordening toepassen. De VRT vindt privacybescherming van haar gebruikers, medewerkers, partners en leveranciers belangrijk en wil daarin een voorbeeld zijn. Persoonsgegevens worden daarom op een gepaste, transparante en correcte manier verzameld en verwerkt. Daarnaast heeft de VRT als openbare omroep een educatieve functie om de Vlaming te informeren over de wetgeving.

De VRT nam in 2018 enkele initiatieven om aan de AVG-regelgeving te voldoen:

### Beleid

- Het externe privacy- en cookiebeleid van de VRT werd aangepast om conform te zijn aan de nieuwe verordening.
- Via een specifieke onlinepagina kan de mediagebruiker zijn privacyrechten ten aanzien van de VRT doen gelden.
- De VRT lanceerde een nieuw "cookiemenu" waarbij de gebruiker kan bepalen welke cookies hij toelaat en welke niet. Daarbij koos de VRT om actief in te zetten op keuzevrijheid en transparantie.
- Met hun VRT-profiel kunnen gebruikers hun persoonsgegevens en instellingen eenvoudig beheren over alle VRT-netten heen, en (indien ze dat willen) verwijderen.

- De VRT stelde een Data Protection Officer aan, die onder andere de toepassing van de AVG-regelgeving binnen de omroep coördineert.

### Informeren gebruikers

- De VRT introduceerde een nieuwe informatiepagina op haar bedrijfswebsite ([VRT.be/mijnprivacy](http://VRT.be/mijnprivacy)) als startpunt voor alle informatie over privacy bij de VRT.
- Ketnet lichtte op zijn website privacy toe op kindermaat. Het Ketprofiel, waarmee kinderen online onder meer kunnen reageren en foto's uploaden, werd vernieuwd.

### Aandacht in het aanbod

De VRT besteedde via haar aanbod uitgebreid aandacht aan de privacyproblematiek. Dat was onder meer het geval in items op Radio 1 (zoals in *Hautekiet*), Radio 2 (zoals in *De inspecteur*), MNM (zoals in *Planeet De Cock*) en in de nieuwsuitzendingen op VRT-radio en -televisie.

### Sectorniveau

Op sectorniveau nam de VRT initiatieven om meer duidelijkheid te krijgen over de toepassing van de wetgeving. Zo stuurde zij, samen met de volledige journalistieke sector, bij de bevoegde federale ministers en staatssecretaris aan op verduidelijkingen voor de verwerking van persoonsgegevens voor journalistieke doeleinden, en met de omroep- en productiesector op verduidelijkingen voor de verwerking van persoonsgegevens voor artistieke doeleinden.



## SHORT FORM DIGITAAL AANBOD

De VRT streefde ernaar om alle korte fragmenten die digitaal aangeboden worden, deelbaar te maken. Via het VRT-syndicatieplatform stelde ze een ruime selectie videofragmenten ter beschikking aan Vlaamse mediapartners. Op het platform waren onder meer fragmenten uit *Zelfde deur, 20 jaar later* (Eén) en *De weekenden* (Canvas) te zien. Alle programma's van Ketnet waren gratis beschikbaar op Ketnet.be, VRT NU, de Ketnet-app en de Ketnet Junior-app. Daar was naast het lineaire aanbod ook extra aanbod te zien. Ook Canvas en Eén boden digitaal extra materiaal aan, onder meer bij *Thuis* (Eén) *Kinderen van de kolonie* (Canvas), *De klas* (Eén), *Down the Snow* als aanvulling op *Down the Road* (Eén), *Hanne danst* (Canvas) en *Voor de mannen* (Canvas).

## ONLINE GEPERSONALISEERD AANBOD

De VRT tracht de relevantie en de gebruiksvriendelijkheid van haar aanbod voor een stuk te verhogen via een gepersonaliseerd aanbod. Online gepersonaliseerd aanbod werd gerealiseerd op VRT NU (zie p. 85). VRT NU-bezoekers konden hun favoriete programma's volgen en kregen een reeks andere programma's aanbevolen. Deze worden vanuit een algoritme gegenereerd en beogen dat de VRT NU-kijker diverse content kan ontdekken.

Verdere stappen werden gezet in de opbouw van het gepersonaliseerd aanbod:

- **VRT-profiel**

Het VRT-profiel werd over alle merken heen uitgerold. Dat gebeurde in het kader van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (zie p. 86) en om het gebruiksgemak te vergroten. De mediagebruiker kan de data die de VRT van hem/haar bezit inzien. Hij/zij kan die aanpassen en bepaalde voorkeuren aangeven.

- **Analyse**

De VRT meet het bereik van haar digitale aanbod. Dat moet helpen om de online diensten van de VRT te optimaliseren en beter af te stemmen op de behoeften van de mediagebruiker.

## PARTICIPATIE EN COCREATIE

Het publiek nam op verschillende manieren deel aan allerlei activiteiten van de VRT. Enkele voorbeelden (norm: vier per aanbodsmerk):

- Op Eén was de show *Iedereen tegen kanker* te zien voor Kom op tegen kanker, waarin de Vlamingen werden aangespoord om geld te doneren. *Iedereen beroemd* lanceerde de rubriek *De dag*, waarvoor mensen via de sociale media videofilmjes uit hun dagelijkse leven instuurden. De seizoensfinale van *Thuis* was te bekijken op grote schermen, samen met de cast (in Hasselt, Antwerpen en Kortrijk). Eén organiseerde een online wedstrijd, waarbij twee acteurs van *Thuis* bij de winnaars naar de seizoensfinale gingen kijken. *Thuis*-kijkers konden online de tattoo van een van de personages op een eigen foto plaatsen. Voor *Reizen Waes* werd een online wereldkaart ontworpen, waarop men kon aanduiden welke landen men al bezocht had. Bij een Facebook Live konden kijkers (tijdens de eindejaarsweken) reageren met het oog op een date met een persoon die in beeld kwam.
- Canvas organiseerde *Dans met Hanne*, een online wedstrijd voor niet-professionele dansgroepen. De kandidaten stuurden een introductiefilmje in, waaruit tien ensembles werden gekozen voor de eigenlijke danswedstrijd. De winnaar<sup>84</sup> mocht het voorprogramma van de liveshow van *Hanne danst* verzorgen op 12 februari 2019. *Speel het hard* was een online muziekwedstrijd (tweede editie), verbonden aan de reeks *Thomas speelt het hard*. Amateurmuzikanten werden aangezet om korte opnames van een eigen muzikuitvoering in te sturen. In Bozar hield Canvas een debat naar aanleiding van *Kinderen van de kolonie*, waar het publiek mee kon debatteren. Er konden eigen getuigenissen en foto's in verband met het koloniale verleden ingestuurd worden. Canvaskijkers konden in juli naar *Cinema Canvas* waarvoor drie keer per week een film op een groot scherm in verschillende steden werd getoond. Muzikanten uit Mosul (waarvoor muziekinstrumenten werden ingezameld) speelden tijdens de *Imagine Tour* onder meer een concertavond in Flagey. Het publiek kon vragen stellen aan de muzikanten.



### OnderwijsVlaanderen

Verschillende collega's kwamen samen en zetten vier stippen op hun handen. Daarmee geven ook wij aan dat we ons achter 'Move tegen Pesten' van @Ketnet scharen! #Stipt!



Iedereen klassiek (Klara)

- Voor het programma *Heldenland* toverde Ketnet, in samenwerking met buurtbewoners, een leeg plein in Tienen om tot een speelterrein op basis van suggesties van kinderen. Via de *Fotofabriek* in de Ketnet-app konden kinderen zelf foto's creatief bewerken met teksten, kleuren en symbolen. Met *Shout-out* konden kinderen via de Ketnet-app of Ketnet.be live participeren met de uitzending. Ze konden in een veilige omgeving reageren met tekst of emoji's. Via het livecenter konden kinderen meedoen aan spelletjes. In de *Escape room* die zowel op televisie als digitaal werd uitgezonden, konden ze een studiogast helpen om uit een kamer te ontsnappen. Met mobiliserende acties zoals *Move tegen pesten*, *De pet op tegen kanker* en de *Nationale pyjamadag* moedigde Ketnet mensen aan om zich te verenigen rond een bepaalde thematiek en daar op een positieve manier mee aan de slag te gaan. *Ketnet musical* ging op zoek naar jongeren die wilden meewerken aan een musical. *4eVeR*, een "realistische fictiereeks", was te volgen op een gloednieuwe *4eVeR-zone* in de Ketnet-app en op Ketnet.be. Ketnetters konden er updates ontvangen met extra's over de reeks en de personages. Ze konden er ook hun mening geven rond de thema's uit de reeks. De verschillende evenementen van Ketnet versterkten de interactie tussen het merk en de gebruiker, en tussen gebruikers onderling. Voorbeelden zijn onder meer *Het gala van de gouden K's*, waarvoor Ketnetters konden stemmen voor hun favorieten, en *Ketnet zomertour*, waarbij kinderen konden deelnemen aan verschillende activiteiten.
- Samen met deBuren hield Radio 1 vorig jaar een out-of-office-wedstrijd. Mensen konden een originele afwezigheidsassistent-boodschap insturen. In de aanloop naar de gemeente- en provincieraadsverkiezingen trok *Jij Kiest bij Debecker* langs heel wat kleinere gemeenten. Elke dag kwam een ander thema aan bod (zoals mobiliteit of integratie). Vooraf werd een oproep gedaan om te participeren en de reacties werden meegenomen in de uitzending. Ter plaatse kwamen mensen spontaan langs om een verhaal te vertellen. Samen met Knack organiseerde Radio 1 in de Vlaamse provinciehoofdsteden publieke debatten met de lokale kopstukken, waaraan een interactief gedeelte met het publiek verbonden was. Het merk ging met *De schoonste van Claus* bij zijn luisteraars op zoek naar de mooiste zin van schrijver Hugo Claus. Luisteraars konden hun stem uitbrengen voor stemlijsten zoals *De Lage Landenlijst* (lijst met de mooiste Nederlandstalige nummers) en *Belpop* (lijst met Belgische nummers). De programma's *Hautekiet* en *Bij Debecker* traden dagelijks in dialoog met het publiek. *Hautekiet trapt het af* trok voor het afscheid van de presentator door Vlaanderen, met een wisselend fietsteam waarbij luisteraars konden meefietsen. Luisteraars, passanten en bezoekers kwamen aan bod op de plekken waar men halt hield.
- Radio 2 ontmoette zijn publiek onder meer tijdens *De eregalerij* in Oostende, *Zomerhit* in Blankenberge en *De 1000 klassiekers* on tour in Roeselare, Heist op-den-berg en Tielt. Voorts was er de interactieve *Tuindag* in Bokrijk met activiteiten rond tuinieren. Met *De weekwatchers*, *De zoete inval* en *De rechtvaardige rechters* waren er live publieksuitzendingen. Tijdens muzikale themadagen en -weken, zoals *De Vlaamse 100*, *1000 klassiekers* of *De week van de jaren 80*, konden de luisteraars online stemmen op hun favorieten. Naar aanleiding van een biopic over Will Tura lanceerde Radio 2 een oproep om foto's te verzamelen. De vraag aan het publiek was: "bezorg ons (oude) foto's waarop jij samen met Will Tura staat". Tijdens *De burgemeestersmarathon 2018* ontvingen de vijf regionale redacties alle burgemeesters uit hun provincie. Er was telkens een Facebook Live waarop alle burgemeesters te zien waren en het publiek rechtstreeks vragen kon stellen.





De nieuwe lichting (Studio Brussel)

Ook bij *Plage préférée* waren regelmatig Facebook Lives te zien, telkens vanuit een andere badstad. Het publiek kon in de commentaarsectie reageren en vragen beantwoorden.

- Tijdens de publieksevenementen *Klara in deSingel* en *Iedereen klassiek* vanuit het Concertgebouw Brugge kon het brede publiek kennismaken met klassieke muziek en een breed palet aan muzikanten. Luisteraars konden hun stem uitbrengen voor *De Klara top 100* (live vanuit het Radiohuis in Kortrijk). In maart vond het *Klarafestival* plaats, waar naast concerten plaats was voor uiteenlopende activiteiten zoals debatten en lezingen.
- MNM sloeg met *Marathonradio* de tenten op tussen de studenten in Leuven. Vier MNM-dj's gingen op pad om studenten te ondersteunen. Bekende Vlamingen, artiesten en VRT-journalisten en -experten dialogueerden via de sociale media met studenten. MNM ging op zoek naar *De strafste school*. Middelbare scholen in Vlaanderen stuurden een zelfgemaakt filmpje door ter inschrijving. Tijdens verschillende muziekweken zoals de *MNM1000*, *Teens* en *Sing Your Song 500* bepaalde de luisteraar de platenlijst. Tijdens *Sing Your Song Live* konden luisteraars in de zomer meezingen met een live muziekgroep. *MNM Rising Star* (zangtalent dat door vrienden werd ingeschreven) en *Start to dj* (waarvoor dj-talent zich kon inschrijven) waren acties om jong muzikaal talent te ontdekken. Via de *MNM talentendagen* en *Student Late Night* (zie p. 77) ging MNM op zoek naar radiotalent. Deelnemers van *MNM talentendagen* konden zich inschrijven via [Mnmzktalent.be](http://Mnmzktalent.be).
- Studio Brussel organiseerde de muzikale talentwedstrijd *De nieuwe lichting*, waarvan de luisteraars de winnaar konden kiezen. De jaarlijkse talentwedstrijd *Studio dada* was het opleidingstraject waarmee Studio Brussel op zoek ging naar nieuwe mediatalenten. De luisteraars konden hun eigen voorkeuren leveren voor de muzikale hitlijsten op Studio Brussel zoals *De 100 van eigen kweek* (de 100 beste Belgische platen), *De zwaarste lijst* (de 66 beste zware gitaarplaten) en *De tijdloze* (de 100 ultieme tijdloze nummers). Naar aanleiding van de video-reeks *18 in 18* (over mensen die voor het eerst gaan stemmen) besteedde Studio Brussel een hele week aandacht voor jonge stemmers op de radio, waarbij jongeren mee konden debatteren over allerlei thema's.
- VRT NWS organiseerde een publieksevenement onder de naam *VRT NWS Connect* (zie p. 33). [Ijkiest.be](http://Ijkiest.be) was een digitaal platform waarop Vlamingen voorstellen konden indienen om het leven in hun woonomgeving te verbeteren. VRT NWS organiseerde de interactieve gespreksavond *Pano live* over armoede in Vlaanderen. Het publiek kon vragen stellen aan de makers van de reportage, experts en ervaringsdeskundigen. De VRT-nieuwsdienst werkte samen met de Europese Commissie voor de Europese Burgerdialoog. De eerste vicevoorzitter van de Commissie en de Vlaams minister-president gingen in dialoog met elkaar en met het publiek. De Burgerdialoog werd gepresenteerd en gemodereerd door VRT-journalisten.
- Sporza organiseerde de *Sporza fietsvakantie*, met onder meer workshops over fietsmechaniek. Het merk ondersteunde een eigen e-sports-evenement (*Sporza XmasCup*), waar gamers FIFA 19 of Rocket League speelden. De rubriek *Vraag het aan Michel en José* beantwoordde vragen van kijkers tijdens de Ronde van Frankrijk via de sociale media. Er waren regelmatig interactieve Facebook Live-sessies over uiteenlopende onderwerpen, zoals het WK veldrijden of de perikelen rond bepaalde scheidsrechters in het Belgisch voetbal. Op [Sporza.be](http://Sporza.be) konden voetballiefhebbers de wereldbekerwedstrijden "voorspellen" via de *WK-pronostiek* en het ultieme WK-team samenstellen via de *Sporza WK-manager*.



VRT Innovatie genereert een hefboomeffect voor de Vlaamse economie.

## 5.2 INNOVATIE

### PROJECTEN

In 2018 werkte de innovatie-afdeling van de VRT (VRT Innovatie) aan nieuwe technologieën, duurzame “workflows” en thema’s als cocreatie, databeheer en personalisatie om een persoonlijker en interactiever aanbod te creëren.

Innovatie wordt bij de VRT mogelijk gemaakt door eigen middelen, financiële steun van het Google Digital News Initiative en subsidies van de Europese Commissie via het project Horizon 2020 en het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen.

Uit onderzoek<sup>85</sup> bleek dat de inspanningen van de VRT in onderzoeksamenwerkingen een hefboomeffect voor de Vlaamse economie genereren: de investering van de VRT van 6,03 miljoen euro levert over een periode van tien jaar (2011-2020) een economische meerwaarde op van 15,76 miljoen euro op voor Vlaanderen.

VRT Innovatie werkte in 2018 aan zestien onderzoeksprojecten, waarvan drie nieuwe goedgekeurd werden voor subsidiëring door de Europese Commissie en het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen.

De drie nieuwe projecten:

- Enhanceplayer: een project dat artificiële intelligentie toepast op het omzetten van video, om zo de kwaliteit bij de ontvanger te verbeteren.
- Essence: een project dat nieuwe formats van storytelling voor gebruik in “een slimme stad” (smart city) onderzoekt.
- Illuminate: een project dat virtual-reality-beelden met verschillende gezichtspunten wil maken en nieuwe vormen van storytelling verkent.

Andere voorbeelden:

- ImmersiaTV: een project dat onderzoekt hoe tv-beleving beter kan verbonden worden aan de beleving met een Virtual-Reality-bril.
- Marconi: een project dat nagaat wat voor soort

geïntegreerd platform de interactie tussen radiomakers en luisteraars kan versterken.

- Content4all: een project dat audiovisuele en audio-content meer toegankelijk wil maken voor slechthorenden door een geautomatiseerde vorm van gebarenondertiteling.
- Fandango: een project dat gaat over het automatisch ontdekken en classificeren van “fake news”.
- EDI: een project dat als doel heeft om bedrijven die actief zijn in de wereld van datawetenschappen te ondersteunen door hun technologie te laten valideren door industriepartners.
- HRADIO (hybride radio): een project dat op zoek gaat naar nieuwe radiobelevingen, onder meer in de wagen.

Publieke omroepen (zoals BBC, IRT en RAI), onderzoeksinstellingen en universiteiten (zoals imec en VUB), en Vlaamse en internationale mediapartners (zoals Mediahuis en The Walt Disney Company) waren de partners van de VRT voor deze projecten.

VRT Innovatie nam deel aan het Europees Technologieplatform New European Media, de EBU Research Group en de Raad van Bestuur van de Big Data Value Association (een Europese publiek-private samenwerking).

### VRT SANDBOX

VRT Sandbox zette nationale en internationale samenwerkingen op met start-ups, scale-ups en innovatieve organisaties uit Vlaanderen. De ondernemingen konden terugvallen op de infrastructuur, de expertise, de technologische middelen en de contacten die de VRT heeft.

Dat de aanpak van VRT Sandbox een positieve meerwaarde heeft, blijkt uit een studie naar de economische meerwaarde van de VRT.<sup>86</sup> Tussen 2015 en 2017 groeiden de betrokken start-ups, mede onder impuls van VRT Sandbox, en verdubbelden ze hun bedrijfskosten (een goede indicator voor de groei van een bedrijf) op twee jaar tijd. De bedrijven haalden bovendien voor 19,7 miljoen euro nieuw kapitaal op.

85

Bron: Studie *De economische meerwaarde van de VRT* door imec- SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven.

86

Bron: Studie *De economische meerwaarde van de VRT* door imec- SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven.

“Ik wil de VRT als innovator op de kaart zetten.”

## **Sarah Geeroms**

### Projectleider VRT Sandbox International

Ik werk als verantwoordelijke voor de Sandbox Hub bij VRT Innovatie. De Sandbox Hub is een internationaal netwerk van mediabedrijven die innovatieve expertise delen en lokale start-ups laten groeien. Concreet tracht ik andere mediaorganisaties te inspireren om een gelijkaardig model als onze eigen VRT Sandbox op te richten. Ik begeleid hen voor een stuk bij die opstart. Daardoor kan ik ook de VRT als innovator op de kaart zetten. Het laat de VRT bovendien toe om innovatieve ideeën op te doen die voor onze eigen organisatie interessant zijn. Nieuwe samenwerkingen creëren en nieuwe kennis binnenhalen zijn immers een must geworden in een medialandschap dat voortdurend verandert. Het internationale verhaal van VRT Sandbox kan daar zeker aan bijdragen.

De bedoeling van Sandbox Hub was om tegen de zomer 2019 vier andere mediaorganisaties in onze Hub zouden zitten. Die doelstelling hebben we nu al ruim overtroffen. We zijn momenteel met veertien partners. In het begin heb ik heel wat presentaties gedaan om de Sandbox Hub voor te stellen, nu vinden buitenlandse organisaties ons steeds sneller. Het feit dat er nu nog meer omroepen bij ons op bezoek willen komen, is daar zeker een teken van. Daar zijn we trots op.

Ik ben vaak in het buitenland voor mijn werk. Bij een job achter een bureau zou ik doodbloeden, ik heb echt actie en contacten nodig. Dat hoeft niet per se internationaal te zijn, maar het is mooi meegenomen. Het geeft je naast een gigantisch netwerk ook heel wat nieuwe levenservaring mee. Het is wel niet altijd even rooskleurig als mensen denken: het zijn vaak korte trips waar je in de late uren op hotel nog werkt en op het vliegtuig zoveel mogelijk van de lopende zaken probeert in te halen. Het is niet zo vanzelfsprekend, maar op dit moment bezorgt het me zeker de nodige uitdagingen.



# VRT SANDBOX



## Voorbeelden

VRT Sandbox ondersteunde in 2018 zestien start-ups en kmo's. Zij kregen de kans om nieuwe content, diensten en werkprocessen binnen de VRT te demonstreren en te testen. Enkele voorbeelden:

- Start-up Metachat bouwde een interactief platform voor het programma *Pano* op Eén. Na elke uitzending werden de berichten van kijkers gemodereerd door artificiële intelligentie. Dat gaf kijkers de kans om met elkaar in contact te komen en leverde tegelijkertijd feedback voor de redactie.
- Door een samenwerking met start-up Selma.ai kreeg Eén een beter zicht op hoe ze haar nieuwsbrief kan personaliseren en een groter engagement kan verkrijgen bij abonnees met behulp van artificiële intelligentie.
- Tijdens *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* op MNM heeft start-up Voizzup het aantal luisteraars, de luistertijd en de volumewijzigingen in de MNM-app gemeten. Deze dagelijkse metingen hielpen de radioredactie om content snel aan te passen en inhoudelijke en muzikale keuzes te maken.
- In een samenwerking met VRT NWS hielp EzyInsights om nieuwsberichten te cureren en te selecteren op fake news.
- Samen met MNM bood sCoolEdu een digitaal leerpakket en campagnes aan rond mediawijsheid aan jongeren van 18 tot 26 jaar.
- Voor de Ketnet Fandag ontwikkelde start-up Reality Matters een "augmented reality"-applicatie waarmee kinderen de personages van Suske en Wiske "tot leven konden brengen".
- Dropbox hielp de radiospotcel van de VRT om spots en jingles vlot vanop locatie te maken en te delen. Tijdens deze test werd voor de eerste keer een volledig VRT-productiesysteem in de "cloud" ondergebracht.
- Start-up Brobots zorgde ervoor dat VRT NU video-uploads naar YouTube kan automatiseren, aan hand van "Robotic Process Automation".

## Europese werking van VRT Sandbox

In het kader van het Europees project MediaRoad ging in 2018 de Sandbox Hub van start. De Sandbox Hub stelde het VRT Sandbox-model voor aan internationale omroepen. Op die manier werd een internationaal "netwerk van Sandboxes" gebouwd. Dat moet toelaten om start-ups en scale-ups gemakkelijker internationaal te laten schalen, en expertise en kennis met elkaar te delen.

VRT Sandbox inspireerde andere omroepen om via ondernemerschap en samenwerking te innoveren. Ze bood hen een informatiepakket aan waarin het Sandbox-mechanisme beschreven staat en hielp nieuwe leden bij het opstarten van hun eigen Sandbox.

Sinds haar start werden tien omroepen lid van de Sandbox Hub, waaronder BBC, Swedish Radio, France TV, Radio France en RTP. Dankzij Sandbox Hub kon de VRT diverse Vlaamse en internationale start-ups (waaronder Tinkerlist, Setkeeper, On-Hertz, Reality Matters en Ezy Insights) rechtstreeks introduceren bij andere omroepen.

## Ondernemerschap binnen de VRT

De VRT wil het ondernemerschap bij haar medewerkers en afdelingen versterken. Om die reden ondersteunde VRT Sandbox in 2018 andere VRT-collega's in het opzetten en ontwikkelen van verschillende innovatieve projecten. Enkele voorbeelden van zulke projecten:

- De software van OnHertz maakte een radiostudio op een tablet-computer mogelijk. Voornamelijk Radio 2 testte de toepassing, onder andere in een live-uitzending van *Start je dag* (Radio 2 Limburg) vanuit een luchtballon.
- Een 360 graden-video genaamd "Hoe nieuws reist door VRT" werd gemaakt als rekruteringsvideo voor de VRT.
- De live-beleving van radio werd versterkt via 360 graden-video's voor *Interne keuken* (Radio 1), *Touché* (Radio 1) en *Plage préférée* (Radio 2).

Video SnackBar, het initiatief van de VRT om haar eigen web-videomakers te ondersteunen, onderzocht naast webvideo ook live-streaming. De afdeling ondersteunde daarnaast klassieke tv-producties en -processen door met meerdere camera's te werken.

## EVENEMENTEN EN DELEN VAN KENNIS

Op de tweetalige website (Nederlands, Engels) [Innovatie.vrt.be](http://Innovatie.vrt.be) was een overzicht van alle innovatieprojecten van de VRT terug te vinden. Op de vernieuwde website [Sandbox.vrt.be](http://Sandbox.vrt.be) was een overzicht te vinden van de Sandboxwerking en haar projecten.

VRT Innovatie vond, in het belang van de Vlaamse media- en technologiesector, het belangrijk om "verhalen, ideeën en mensen" samen te brengen rond de toekomst van media. Zo bood de omroep een nieuwsbrief met inspiratie over media-innovatie, een vlog en een podcast.

Samen met Var en Media Invest Vlaanderen organiseerde de VRT het evenement *Media Fast Forward*, met meer dan 1000 deelnemers. Experts uit binnen- en buitenland kwamen samen rond thema's als digitale formats, ondernemerschap, interactie en privacy. 42 start-ups kregen er ook een presentatiestand.



“Media Fast Forward is een evenement met een eigen stijl en daar zijn we trots op.”

## Nikki Peeters

### Communicatieverantwoordelijke VRT Innovatie

Ik ben de communicatieverantwoordelijke van VRT Innovatie. Dagelijks informeer ik verschillende doelgroepen over onze samenwerkingen en resultaten, en doe ik de externe communicatie van een aantal Europese onderzoeksprojecten. Vanuit mijn job sta ik ook mee in de voor de communicatie rond ons innovatie-evenement Media Fast Forward.

Media Fast Forward is enkele jaren terug gestart als een evenement om de resultaten van onze innovatieprojecten voor te stellen aan de brede Vlaamse mediasector. Vandaag brengen we met Media Fast Forward verhalen, ideeën en mensen samen rond de toekomst van media en mediatechnologie, zowel online als offline. Het programma van het evenement is nu gericht op een breed publiek, van onderzoekers en ondernemers tot content creators en beleidsmakers. Die komen samen op Media Fast Forward om zich te informeren, te inspireren en vooral ook contacten te leggen om samen te werken en nieuwe projecten op te starten.

In 2016 verzorgde ik zowel de communicatie als productie van Media Fast Forward, het hele pakketje dus. Dat deed ik ook in 2017, maar dan op grotere schaal. In 2018 bouwden we het evenement nog verder uit en professionaliseerden we met de komst van een externe “event manager”. Mijn focus lag in 2018 dus op communicatie, zowel intern als extern. Het is bijna een festival op zich, wat onze ambitie was. Binnen vijf jaar willen we even groot als Tomorrowland zijn (*lacht*).

Wat Media Fast Forward heel fijn maakt, is dat het echt teamwerk is. Elke collega kan zijn of haar expertise en creativiteit bijbrengen aan het evenement. Onze designer ontwerpt bijvoorbeeld elk jaar het design. In 2017 was er dan weer een collega die alle naamkaartjes zelf had laten lasersnijden. Ik kan creatief omgaan met de teksten en er de nodige humor insteken. Het is een teamevenement met een eigen stijl, en daar zijn we trots op.





## 6

## SAMENWERKING



De VRT ondersteunt het Vlaamse medialandschap. Dat doet ze met het oog op het behoud van een pluralistisch en divers aanbod en de versterking van de Vlaamse samenleving. Om dezelfde reden werkt de omroep samen met tal van overheidsinstellingen en organisaties uit het middenveld. Die samenwerkingen zorgden er ook voor dat de partners media-aandacht krijgen.



## 6.1

## VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM

### PRODUCTIEBELEID

Het aanbod van de aanbodsmerken bestaat uit:

- aangekochte producties;
- eigen producties (door de VRT geproduceerd);
- externe producties (door een Vlaams productiehuis gemaakt).

Verscheidene criteria spelen een rol bij de beslissing van een aanbodsmerk om een productie al dan niet intern te produceren:

- de missie en strategie van het merk;
- de mix aan genres van het merk;
- de mix aan thema's waar het merk aandacht aan besteedt;
- de link met schermgezichten;
- het budget;
- de kansen op extra inkomsten.

### Innovatieve formats

Het aanbod van de VRT-merken wijzigt elk jaar. In 2018 brachten de aanbodsmerken nieuwe innovatieve elementen en formats die door VRT-programmamakers zelf zijn bedacht en ontwikkeld. Enkele voorbeelden:

- Canvas bood "explainers": dat zijn online videofilmjes die op een toegankelijke manier uitleg geven bij bepaalde thema's, zoals bij de reeksen *Kinderen van de kolonie* (zie p. 56), *Voor de mannen* (getuigenissen, zie p. 23) en *Cinema Canvas* (vlogs, zie p. 46).

- *Iedereen beroemd* (Eén) zond kijkersfilmpjes uit (in de rubriek *De dag*) die binnenkwamen via een app. *Secrets* was een online spin-off-reeks van *Thuis*.
- Het programma *Shout Out* (Ketnet) was enkel online te bekijken. Kijkers konden daarbij in debat gaan over actuele onderwerpen. Ketnet experimenteerde met "short form formats" (voor de eigen digitale platformen en YouTube), zoals een boksininitiatie en een lessenreeks over dansen. Aan de fictiereeks *Buck* was een game verbonden. *Buck the game* was ook speelbaar in "augmented reality".
- Sporza experimenteerde met een "chatbot" (een geautomatiseerde gesprekspartner) voor Facebook Messenger tijdens het WK voetbal. Gebruikers kregen zo informatie over de wedstrijden en over de gebeurtenissen in het "WK-dorp".
- Sinds december 2018 werden fragmenten uit de programma's *Bij Debecker* en *De wereld van Sofie* aangeboden op Radio1.be.
- *De burgemeestersmarathon* (Radio 2) had een digitaal en interactief luik voor de luisteraars. *Start je dag* (Radio 2) werd eenmalig uitgezonden vanuit een luchtballon.
- Klara bood podcasts zoals *Kant, en klaar!* Klara startte met het video-webplatform voor *Dagelijkse kunst* (later ook op VRT NU). VRT NU bood een Klara-videoreeks *Van A tot Z* (zie p. 43).
- MNM bracht een nieuwe reeks van *AussemStops*, een video- en vlogverhaal over budgetvriendelijke citytrips. Studio Brussel experimenteerde met digitale vertelvormen, zoals Facebook Live-dj-sets, een Facebook Live-finale van *De nieuwe lichting* en geautomatiseerde bots via Instagram Stories.



De grote Peter Van de Veire ochtendshow (MNM) zond eenmalig uit vanuit New York met behulp van een innovatieve "studio op afstand".



## DIENSTVERLENENDE ORGANISATIE

Als dienstverlenende organisatie heeft de VRT oog voor alle inwoners van Vlaanderen. Ook de medewerkers van de omroep focussen in hun activiteiten op alle Vlamingen. De VRT biedt daarenboven, via haar aanbod, een belangrijke bijdrage aan het maatschappelijke debat. De omroep bepaalt daarbij autonoom en onafhankelijk hoe zij aan die opdracht invulling geeft.

De omroep benadrukt dat hij voldoende operationele en financiële slagkracht moet hebben. Dat is belangrijk om de dienstverlenende rol ten opzichte van de Vlaamse samenleving te vrijwaren.

Om haar dienstverlenende en onderscheidende rol zo sterk mogelijk te maken werkt de VRT samen met tal van organisaties, gaande van middenveldorganisaties, onderwijsinstellingen, muziekorganisaties, sportinstellingen, technologiebedrijven, enzovoort.



## VRT ALS PRODUCTIEHUIS

De VRT is het grootste productiehuis voor audiovisuele producties van Vlaanderen. Het stond in 2018 in voor het grootste deel van het Vlaamse aanbod op de VRT-kanalen.

- De televisiezenders Eén, Canvas en Ketnet lieten de meeste lokale producties intern binnen de VRT produceren. Enkele voorbeelden:
  - Eén: *Chez Annemie*, *Op de man af*, *De stoel*, *Over eten*, *Pano*, *Iedereen beroemd* en *Thuis*.
  - Canvas: *Terzake*, *Kinderen van de kolonie*, *Amazones*, *Voor de zonde van de vaders*, *Belpop* en *Dank dat u bij ons was*.
  - Ketnet: *De move tegen pesten*, *Kaatjes kammeraadjes*, *de wrap*, *King size live* en *Karrewiet*.
- Vrijwel alle radioproducties werden door de VRT zelf gemaakt.
- De content van het digitaal VRT-aanbod (video, audio, foto, tekst) werd grotendeels door de eigen redacties gerealiseerd.

De VRT is het grootste productiehuis voor audiovisuele producties van Vlaanderen.

### Fictiebeleid

Fictie is voor de VRT een genre waarmee zij zich onderscheidt binnen het Vlaamse medialandschap. De omroep zet in op fictiereeksen die in Vlaanderen geproduceerd worden. Mede daardoor kan een breed publiek (van jong tot oud) bereikt worden.

De VRT focuste in 2018 bijkomend op drie fictietrajecten, waardoor zij haar internationale uitstraling versterkte:

1. Door het delen van kennis binnen de VRT werd de professionalisering van het fictiebeleid ondersteund. Door meer expertise (zoals kritisch analyseren van budgetten en financieringsplannen, inzicht in internationaliseringskosten en het waken over correcte afrekening) konden VRT-verantwoordelijken betere beslissingen terzake nemen.
2. De VRT werkte aan de uitbouw van een internationaal netwerk door aanwezig te zijn op internationale mediafestivals, en door de versterking van de banden met NPO, Scandinavische omroepen, RTBF, EBU en Creative Europe Media. Mede daardoor wordt de VRT, op internationaal vlak, nu meer beschouwd als een potentiële fictiepartner die focust op kwaliteitsreeksen.
3. De VRT verbeterde zijn aanpak enerzijds door vanaf de conceptfase beter te peilen naar het internationaal potentieel van reeksen, en anderzijds door meer te waken over de internationale productiewaarde van fictiereeksen. Een VRT-expert neemt voor sommige producties ook de rol van "matchmaker" op. Daarbij gaat hij op zoek naar internationale financiering en verdient de omroep dan een financiële compensatie op de middelen die in het buitenland gevonden worden.



Gevoel voor tumor (Eén)

### VRT START-UP

VRT Start-up gaat na hoe ingespeeld kan worden op de wijzigende mediacontext, het disruptief mediagebruik en het veranderend media-ecosysteem. De VRT-afdeling onderzoekt hoe evoluties in de mediasector gekoppeld kunnen worden aan de mediabehoefte van de Vlaming.

In 2018 focuste VRT Start-up hoofdzakelijk op het innovatiethema 'third space'. Media worden vandaag niet meer

alleen thuis beleefd, maar ook tijdens korte momenten onderweg op mobiele toestellen. Dat biedt potentiële kansen voor de VRT om de mediagebruiker te bereiken met content, en zo de missie van de VRT (informereren, inspireren en verbinden) ook in de toekomst waar te blijven maken. Een veertigtal concepten van een 'third space'-aanbod werden in 2018 afgetoetst bij mediagebruikers, waaruit een keuze werd gemaakt.





## OPENVRT

OpenVRT creëert een gemeenschap van jonge digitale mediamakers uit Vlaanderen. De VRT werkt met hen ook samen bij het ontwikkelen van media-experimenten. Het platform realiseerde in 2018 daarbij creatieve meerwaarde op media- en technologievak aan de hand van evenementen en werksessies (met in totaal 570 deelnemers). OpenVRT wil creatief talent inspireren en hun talenten stimuleren. Het platform brengt de creatievelingen daarvoor in contact met elkaar en met de VRT-merken. Dat gebeurde in 2018 bijvoorbeeld via:

- #5JAAR OpenVRT: Dit gratis evenement gaf aan 400 jongeren inzicht in het creatief proces van andere creatievelingen. Ze konden deelnemen aan workshops (o.a. over gaming) en "speeddates" met

aanbodsverantwoordelijken van de VRT.

- Brainstormsessies: Jonge mediamakers gingen (in zes sessies) aan de slag met concrete vragen van digitale VRT-redacties. Zij werden geïnspireerd (en zo aangemoedigd) om hun ideeën uit te werken.

OpenVRT was ook een experimenteer-platform. De VRT werkte samen met creatief talent aan online videoformats en -producten. Zo werd bijvoorbeeld een Sporza-reeks gemaakt voor YouTube.

De VRT zocht en vond in het OpenVRT-netwerk creatief talent voor de soapreeks *Thuis* (Eén), Creative Lab (een team van creatief VRT-talent dat de omroep "sterker" probeert te maken op digitaal vlak) en VRT Sandbox (zie p. 90).



## SAMENWERKEN MET DE EXTERNE PRODUCTIESECTOR

In 2018 liet de VRT een onafhankelijk onderzoek uitvoeren naar haar economische meerwaarde<sup>87</sup>. Die studie concludeerde onder meer: "VRT is de absolute motor van de Vlaamse onafhankelijke productiesector. De analyse bewijst dat (i) de VRT met een zeer grote diversiteit aan huizen samenwerkt (niet enkel tv, maar ook documentaire- en filmproducenten), (ii) dat de VRT voornamelijk met middelgrote en kleine huizen samenwerkt, (iii) die bovendien een DNA hebben dat sterk overeenkomt met de publieke waarden van de VRT, (iv) en voornamelijk Vlaamse bedrijven zijn. VRT zit op het vlak van uitbesteding aan de productiesector, bij de koplopers in Europa."

De VRT stimuleert het Vlaamse medialandschap en draagt er in belangrijke mate toe bij dat de grote Vlaamse omroepen zich onderscheiden met een groot aandeel aan Vlaamse content. De omroep zorgt ervoor dat aan productiekant het Sociaal Charter voor de Audiovisuele sector door de onafhankelijke productie- en facilitaire sector wordt toegepast.

In de praktijk ondersteunde de VRT in 2018 op verschillende manieren de Vlaamse audiovisuele sector:

- bestellingen bij onafhankelijke productiehuizen en facilitaire bedrijven;
- de besteding van ontwikkelingsgelden bij productiehuizen;
- participeren aan coproducties (onder andere in samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds);
- samenwerkingen met Vlaamse start-ups (zie p. 90).

### De productiesector & de facilitaire sector

- De VRT besteedde in 2018 bij 61 verschillende leveranciers uit (voornamelijk) de televisieproductiesector en uit de digitale sector. De belangrijkste leveranciers waren: *De Mensen, Woestijnvis, Panenka, Eyeworks, 100.000 volts.tv, De Chinezen, Hotel Hungaria, Studio 100, Roses are blue, Sylvester, Liefhebbers, Het Nieuwshuis, Jonny De Pony, Geronimo, Koeken Troef, Prepraters, Borgerhoff & Lamberigts TV, Schema Producties, Lecter Media, HH107, De Hofleveranciers, Deklat Binnen, Small Town Heroes* en *Wieni*.

De VRT had in 2018 een raamovereenkomst met De Mensen.

- In 2018 ging 80% van de bestedingen in de facilitaire sector naar 33 verschillende leveranciers. De rest van

de bestedingen gingen naar vele kleinere leveranciers. De belangrijkste leveranciers waren: *Videohouse, DB Video Productions, Production Resource Group, Jan Verbeke producties, Vanhaeren Services & Scaffoldings, Het Huis, Nep Belgium, Eurogrip, Kadenza Media, Arf* en *Yes* en *Optionmedia*.

Met 122 facilitaire bedrijven had de VRT een raamovereenkomst. Dat waren bedrijven in verschillende domeinen:

- cameraploegen
  - klankploegen
  - decorbouwers
  - postproductiehuizen
  - commentatorcabines en cameraplatformen
  - facilitaire toelevering (studio's, reportagewagens, bijhorend personeel)
  - huur camerakranen
  - huur audio(visueel) materiaal
- De VRT had een minderheidsparticipatie van 10% in het productiehuis De Chinezen voor vijf jaar. Die participatie eindigde in februari 2018. De verhouding tussen de VRT en De Chinezen is sindsdien dezelfde als die tussen de VRT en ieder ander Vlaams productiehuis.

### VRT-bestedingen externe sector

In 2018 toonde de VRT opnieuw aan dat zij een hefboom is voor de Vlaamse productiesector. Dat blijkt onder andere uit de bestedingen die zij deed bij Vlaamse productiehuizen en facilitaire bedrijven. De omroep bestelde voor 60,6 miljoen euro bij de Vlaamse productiesector (ten opzichte van 64,5 miljoen euro in 2017) en besteedde 15,5 miljoen euro bij Vlaamse facilitaire bedrijven (ten opzichte van 16,5 miljoen euro in 2017). De bestedingen voor externe producties<sup>88</sup> waren zo goed voor 18,29% van de totale inkomsten<sup>89</sup> ten opzichte van 19,87% in 2017 (norm: 15%, evoluerend naar 18,25% tegen 2020).<sup>90</sup>

De VRT  
zit qua externe  
producties bij de  
Europese koplopers.

<sup>87</sup>

Bron: Studie *De economische meerwaarde van de VRT* door imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven.

<sup>88</sup>

Omwille van de vergelijkbaarheid over de jaren heen worden de bestedingen als gevolg van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen en grote sportevenementen in de even jaren (EK Voetbal, WK voetbal, Olympische Spelen) niet meegenomen bij de berekening van het aandeel.

<sup>89</sup>

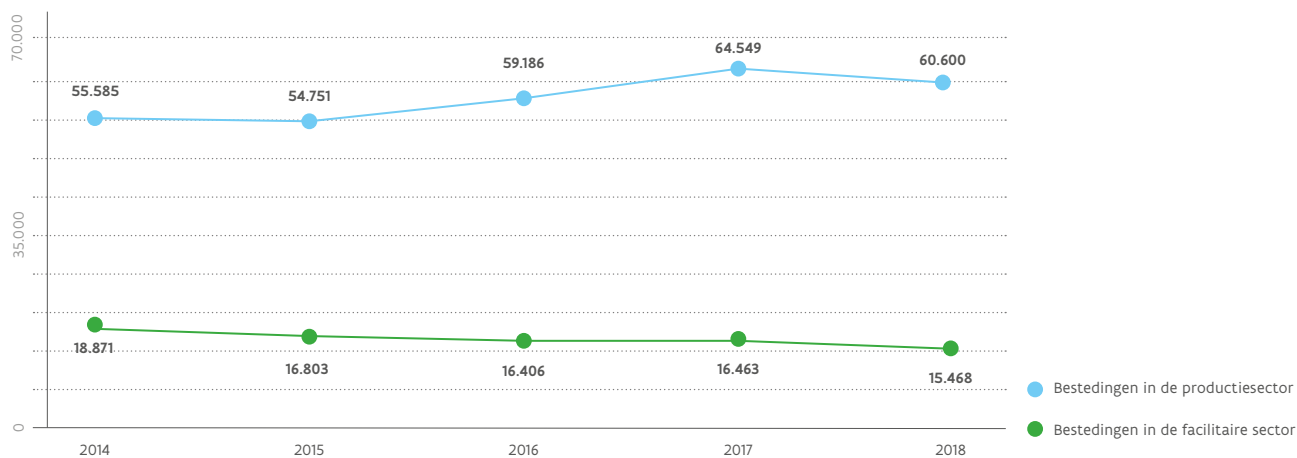
Exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, en de dotatie voor herstructureringskosten. Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyersite (meerwaarde) en gerecupereerde kosten in het kader van het WK voetbal.

<sup>90</sup>

De definitie van de bestedingen in de sector werd in de Beheerovereenkomst 2016 – 2020 (p. 57) als volgt bepaald: "De bestedingen in de sector worden berekend op basis van uitgaande geldstromen aan de externe productie- (televisie, radio en digitaal) en facilitaire sector. Deze bestedingen bevatten 2 types: i.e. bestedingen in de productiesector (1) en de facilitaire sector (2). Bestedingen in de productiesector zijn cash out van tape op tafel (zonder schermwaarde en VRT-inbreng in natura), cash out van afgewerkte online producten, cash out van afgewerkte reportages, ontwikkelingsbudget externe productiehuizen (extern kernpersoneel interne productie, bodyshoppers interne productie en versleuteling van de exclusiviteiten over de externe producenten vallen hier niet onder). Bestedingen in de facilitaire sector zijn cameraploegen, huur extern facilitair personeel en ENG-personeel, huur productiemiddelen, opnamemiddelen, studio's, reportagewagens, montage. Bestedingen type (1) en type (2) blijven grosso modo in gelijke mate evolueren. Een globale stijging van externe bestedingen kan niet gepaard gaan met een negatieve evolutie van bestedingen type (1)."

## Evolutie bestedingen in de Vlaamse productiesector en de facilitaire sector (in duizend euro) (2014-2018)

Bron: VRT



De bestedingen voor  
externe producties  
waren goed voor  
**18,29%**  
van de totale inkomsten.

### MEDIA INVEST VLAANDEREN

Media Invest Vlaanderen (MIV) werd als een joint venture van de VRT en de Vlaamse investeringsmaatschappij PMV begin 2018 opgericht. Met een portefeuille van 10 miljoen euro wil MIV investeren in ondernemingen die actief zijn in het ontwikkelen van mediacontent en/of -technologie, om zo de Vlaamse audiovisuele mediasector te ondersteunen en te stimuleren.

PMV en de VRT bundelen daartoe hun krachten en expertise. Met rendabele investeringen willen beide partners de professionalisering en het internationaal potentieel van de Vlaamse mediasector versterken. Bedrijven in de mediasector met groeiambities, een uitgebalanceerd team en een goed plan kunnen een beroep doen op MIV voor financiering. De joint venture investeert in bedrijven die hun maatschappelijke zetel in

Vlaanderen of Brussel hebben en dit via (converteerbare) achtergestelde leningen, kapitaalparticipaties of een combinatie ervan. Bij elke samenwerking moet de ondernemer een eigen inspanning leveren, en moet een 'derde partij' een deel van de investering invullen (zoals een bank, investeringsfonds of de huidige aandeelhouders).

Media Invest Vlaanderen was in 2018 partner van Media Fast Forward (zie p. 92). Verschillende ondernemers deelden hun ervaringen van hun zoektocht naar financiering voor hun onderneming. Daarnaast waren er sessies met ondernemers die hun businessplannen voorstelden aan het MIV-team (met VRT- en PMV-experten en -managers). De eerste investeringen werden sindsdien goedgekeurd. Media Invest Vlaanderen zal in de toekomst verschillende initiatieven nemen om haar bekendheid bij de Vlaamse media-ondernemers te vergroten.

## PRODUCTIONELE KWALITEIT

Alle VRT-producties (zowel de zelfgemaakte als de extern geproduceerde) worden opgevolgd door zogenaamde "aanbodsverantwoordelijken" van de aanbodsmerken. Zij waken erover dat de kwaliteit van de productie verzekerd is, dat het productieproces zo vlot mogelijk kan verlopen en dat de afgesproken opleverdata nageleefd worden. Elke productie wordt, na uitzending, geëvalueerd aan de hand van diverse elementen, zoals bereik- en waarderingcijfers, reacties in het publieke debat en klantenreacties.

De publieke omroep streeft ernaar dat zijn producties zo maatschappelijk verantwoord mogelijk zijn gemaakt. De VRT wil dat haar leveranciers ook zo handelen. Daarom bevatten de overeenkomsten met productiehuizen en facilitaire bedrijven een bepaling daarover.

### Productie-overeenkomsten

De VRT hanteert in haar overeenkomsten met

productiehuizen een reeks standaardafspraken die gerespecteerd dienen te worden. Deze zijn vervat in de *Algemene Voorwaarden* en focussen op overleg, transparantie en ondernemerschap. Ze zijn van toepassing op producties die voor 100% door de VRT worden gefinancierd.

### Coproductie-overeenkomsten

De omroep actualiseerde in 2018 haar coproductiebeleid, wat hoofdzakelijk betrekking heeft op fictieproducties. Bij coproducties staan verschillende partners in voor de financiering van een productie. Elke coproductie vereist een specifieke ad-hoc-benadering. Daarom was het niet wenselijk en haalbaar om daarvoor een standaard-overeenkomst te ontwikkelen. Wel werden een aantal werkafspraken en -principes vastgelegd. Na overleg met verschillende Vlaamse productiehuizen werd een ontwerp van visietekst ontwikkeld. Die werd, ter bespreking, voorgelegd aan de Vlaamse Onafhankelijke Film- en Televisieproducenten.

## Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)

Algemeen heeft het VAF tot doel om de onafhankelijke audiovisuele creatie in Vlaanderen te stimuleren en te ondersteunen via een geïntegreerde aanpak. Vanuit die doelstelling verleende het VAF in 2018 financiële steun aan 21 televisieproducties waarvan de VRT coproductent is: 7 fictiereeksen, 7 documentaire reeksen en 7 animatiereeksen. De steun van het VAF werd verleend in drie vormen: scenaristeun (SS), ontwikkelingssteun (OS) en productiesteun (PS).

- Fictiereeksen: *Grenslanders* (PS), *Beau Séjour II* (OS en PS), *Lost Luggage* (SS), *Chicago* (SS) en *1985* (SS) voor Eén en *Dropje* (PS) en *O die lieve Sint* (OS en PS) voor Ketnet.
- Documentaire reeksen: *Home Sweet Home* (SS), *Bariloche* (PS), *Onze natuur* (PS), *De dekolonisatie van Indonesië* (PS), *De piraat en de president* (OS), *Weg naar werk* (SS) en *Origin of pieces – Vlaamse Meesters* (PS) voor Canvas.
- Animatiereeksen: *Mush Mush* (PS), *Mijn Ridder en ik* (SS), *Ray & Ruby* (SS), *Fluffy Four* (SS), *Mironins* (PS), *Royals next door* (PS) en *Junkyard Paradise* (SS) voor Ketnet.

### Externe bedrijven voor het digitaal en radio-aanbod

Het merendeel van het digitaal en radio-aanbod werd door de VRT zelf geproduceerd.

Enkele radioprogramma's en -programma-items werden door externe bedrijven gerealiseerd, zoals *MNM Party Lost Radio Show* (ontwikkeld door Lost Frequencies en MNM), *MNM Party Smash The House* (ontwikkeld door Dimitri Vegas & Like Mike en MNM), de rubriek *Het muzikale journaal van Arne Van Haecke* (ontwikkeld door BVBA

Hook) in *De spits met David* (Radio 2), de rubriek *Brieven van Ish* (ontwikkeld door ISH GVC) en een kookrubriek (ontwikkeld door NV Food en Media) in *De madammen* (Radio 2) en een humorrubriek (ontwikkeld door BVBA De Hofleveranciers) in *Start je dag* (Radio 2).

Externe bedrijven werden af en toe ingezet voor het technisch of dagelijks beheer van online platformen en de creatie van nieuw online-aanbod. Enkele voorbeelden:

- Sporza: het E-Sporza-toernooi (ontwikkeld door 4Entertainment), de WK-manager (door Fan Arena) en de chatbot bij het WK voetbal (door Bottist);
- VRT NU: het aanbod *De Universiteit van Vlaanderen* (ontwikkeld door De universiteit van Vlaanderen), *Down The Snow* (door Roses are Blue (BVBA)) en de reeks *Secrets* (door Haptic);
- Eén: *Dagelijkse kost* op Een.be (ontwikkeld door Wieni), de website van *De MIA's* (door Wieni), onlinevideo's voor *Vandaag over een jaar* (door De Mensen), podcasts voor *Die huis* (door Het Nieuwshuis), de making-of-video van *Over water* (door Panenka) en digitaal aanbod bij *Van algemeen nut* (door Liefhebbers);
- Ketnet: *Buck the game* bij de reeks *Buck* (ontwikkeld door Cyborn), het online aanbod van de *4eVeR-feed* (met updates en interacties) (door ScheMa Productions), vlogs en uitlegvideo's rond *Campus 12* (door Studio 100), leervideo's met *Bumba* (door Studio 100), spelletjes voor Ketnet Junior (door Pure Communication) en het technisch beheer van de Ketnet-, Ketnet Jr-, en *Karrewiet*-app (door Small Town Heroes);
- MNM: de productie van *D5R* (ontwikkeld door Warner Bros België)



## SAMENWERKING MET ANDERE MEDIASPELERS

De VRT werkt op verschillende vlakken samen met andere Vlaamse media-organisaties. Die samenwerkingen worden opgezet volgens een strikt kader. Dat bepaalt onder andere dat een samenwerking kan als dat een positieve impact heeft op het Vlaamse media-ecosysteem en op het realiseren van de maatschappelijke opdracht van de VRT.

### Samenwerkingsovereenkomsten met Vlaamse media-organisaties

De VRT heeft verschillende samenwerkingsovereenkomsten met andere mediaspelers die actief zijn in het Vlaamse medialandschap. Enkele voorbeelden:

- overeenkomsten met betrekking tot sport, zoals:
  - overeenkomsten met Mediaaan, SBS Belgium en Proximus over het uitwisselen van sportcontent voor gebruik in nieuwsuitzendingen. De akkoorden met SBS Belgium en Proximus hadden ook betrekking op het inzetten van een Sporza-commentator.
  - een samenwerkingsovereenkomst met Telenet over onder meer het gebruik van archiefbeelden en het inzetten van commentatoren/presentatoren (vooral rond veldrijden, Formule 1, Engels voetbal en de documentaire reeks *Belgasport*).
  - een samenwerkingsovereenkomst met RTL over de wedstrijden van de Beker van België voetbal (Crocky Cup).
- overeenkomsten met betrekking tot het aanbod-op-aanvraag van VRT-programma's met Proximus-TV en Telenet.
- De openbare omroep werkte samen op programma-niveau. Zo liet de VRT bijvoorbeeld toe dat Bruzz gratis de Canvas-documentaire *Chris Lomme: Een reverence* kon gebruiken. Voor de reeks *Kinderen van de kolonie* (zie p. 56) werd redactioneel samengewerkt met De Standaard en uitgeverij Polis (voor een afgeleid boek). De VRT en Mediaaan werkten samen voor de productie van *De MIA's* (Eén), *De gouden schoen* (VTM) en *Het gala van de gouden K's* (Ketnet) aangezien deze programma's binnen een kort tijdsbestek op dezelfde locatie met hetzelfde basisdecor werden gemaakt. Radio 1 organiseerde met Knack een aantal regionale verkiezingsdebatten. Knack was samen met de VRT ook partner van De Universiteit van Vlaanderen. Radio 2 was partner bij De Straftse Gentenaar, georganiseerd door Het Nieuwsblad. *De ochtend* (Radio 1) bood (vanaf september 2018) elke zaterdag aan hoofdredacteuren van Vlaamse kranten of nieuwssites de kans om een eigen verhaal toe te lichten en een selectie te presenteren uit het nieuws van andere nieuwsbronnen. VRT NWS werkte samen met De Standaard bij de lancering van de resultaten van Curieuzeneuzen (een burgeronderzoek naar luchtkwaliteit).

De VRT overlegde in 2018 op verschillende niveaus een aantal keer met Vlaamse regionale omroepen. Na gesprekken met de VRT-nieuwsdienst werden overeenkomsten bereikt met RTV, Bruzz, AVS, TV Oost, ATV en TV Limburg, onder andere over het uitwisselen van beeldmateriaal. De VRT-nieuwsdienst ontwikkelde daarnaast samenwerkingen rond concrete projecten, zoals een aantal over de beelduitwisseling van sportgebeurtenissen en de gemeente- en provincieraadsverkiezingen (zoals samenwerking van Radio 2-regioedacties met TV Limburg en Focus WTV over interviews van politici, en samenwerking met Bruzz over uitwisseling van uitslagen uit Brussel en artikels op *Vrtnews.be*). De openbare omroep was steeds bereid om kennis te delen met de regionale omroepen, bijvoorbeeld op het innovatie- en technologie-evenement Media Fast Forward (zie p. 92).

### Websyndicatie

De VRT stelde videofragmenten van haar programma's ter beschikking van de Vlaamse uitgevers. Zo konden de online-platformen van bijvoorbeeld Mediahuis en De Persgroep hun aanbod aanvullen met clips uit het VRT-aanbod. Dat had een positieve impact, enerzijds op het bereik van hun websites en anderzijds op het bereik van het VRT-video-aanbod. (zie ook p. 19)

### Innovatie

De VRT werkte samen met Vlaamse (en Europese) mediabedrijven op het vlak van innovatie. Enerzijds voor projecten m.b.t. mediabeleving en anderzijds via VRT Sandbox voor het uittesten van nieuwe media-innovaties. (zie p. 90)

VRT Radio werkte mee aan 'Audio is the next big thing' van Medianet Vlaanderen, een evenement over podcasting, on demand luisteren, audio-assistentie, DAB+ en online audiodistributie.

### Gedeelde beleidsdossiers

De Vlaamse mediabedrijven hadden een aantal dossiers waarrond ze samenwerkten.

- In Vlaanderen is een stappenplan opgemaakt om over te schakelen van FM- naar DAB+-uitzendingen. De VRT werkt mee aan de uitrol van dat plan. Dat doet ze onder andere samen met Mediaaan NV, Mediahuis en Norkring NV. (Meer informatie over de daaraan verbonden overeenkomst: zie p. 165)
- In 2018 gebeurde een onderzoek en een nulmeting over digitaal luisteren. Dat kwam er dankzij een samenwerking

tussen de VRT, Mediaaan NV en onderzoeksbureau Ipsos, in opdracht van de Vlaamse overheid.

- Voor de uitrol van de Radioplayer (zie p. 85) werkte de VRT samen met andere mediaorganisaties, zoals Mediahuis en Mediaaan. Er werd daarvoor in 2018 een CVBA Digital Radio Vlaanderen opgericht.
- De VRT werkte samen met andere Vlaamse mediagroepen rond verduidelijkingen met betrekking tot AVG (zie p. 86).
- De VRT stelt zich de vraag hoe ze kan evolueren naar een omroep die haar publieke opdracht kan vervullen in een lineaire en in een niet-lineaire omgeving. Daarbij bekijkt ze zowel haar content- als haar distributiestrategie, rekening houdend met haar financiering & inkomsten (binnen een gemengd financieringssysteem).

De VRT staat daarvoor ook open voor samenwerkingen met andere Vlaamse media-organisaties, zoals een gezamenlijk Vlaams aanbod-op-aanvraag-platform. De VRT voerde daarover in 2018 gesprekken met de andere Vlaamse omroepen en distributeurs. Ze bekeek samen met Mediaaan of nieuwe valorisatiemodellen mogelijk zijn. De VRT vindt dat een samenwerkingsmodel breed gedragen moet zijn bij de Vlaamse omroepen en distributeurs.

VRT NWS wisselde  
beeldmateriaal  
uit met  
regionale omroepen.



## SAMENWERKING MET ANDERE PUBLIEKE OMROEPEN

Er werd zowel op contentvlak als op strategische vlak in 2018 samengewerkt met diverse publieke omroepen in Europa:

- De VRT en haar netten wisselden regelmatig kennis en inspiratie met NPO uit. Zo informeerde NPO de VRT over een plan van aanpak over het opzetten van een muziekonderzoek. Eén overlegde op strategisch niveau met NPO, onder andere over samenwerkingen en het opzetten van coproducties.
- Eén stelde verschillende van haar fictiereeksen voor op *Série Mania*. Dat deed het net samen met RTBF. Ook met RTBF werd overlegd rond aanbod en mogelijke samenwerkingen.
- De Belgodysee-wedstijd voor jonge journalisten organiseerde VRT NWS samen met RTBF, L'Avenir en Metro.
- De VRT werkte nauw samen met RTBF en NOS in het kader van het WK voetbal. Zo werden onder meer productiefaciliteiten gedeeld. Met RTBF werkte Spozza samen, onder andere over de Europa League voetbal en de Memorial Van Damme.
- De fictiereeks *Over water* (Eén, zie p. 80) kwam tot stand in een coproductie met ZDF en met de steun van Stad Antwerpen en Haven Antwerpen.
- Canvas overlegde meerdere keren met VPRO, BNNVARA en NTR over nieuwe coproducties.
- De VRT en de Zweedse publieke radio SR deelden inzichten over het bereiken van jongeren.
- Ketnet werkte samen met andere publieke omroepen voor de productie van verschillende animatiereeksen (*Dropje* (met AVROTROS (NPO)), *Interstellar Ella* (met BBC (Cheebies), TVO en YLE), *Mironins* (met TVE), *Royals next door* (met YLI)) en fictiereeksen (*Dierendetectives* (met NTR (NPO), ARD-ZDF), *Lucas enzo* (met RTBF (OUFtivi)). Ketnet overlegde rond strategie met NPO en France Télévision.
- *De Lage Landenlijst* was een coproductie van Radio 1 met drie regionale omroepen uit Nederland: Omroep Brabant, de Limburgse L1 en Omroep Zeeland.
- VRT NWS werkte samen met de Nederlandse collega's van NOS. Waar dat mogelijk was, schakelde VRT NWS correspondenten van NOS in.
- Aanbodsverantwoordelijken en programmamakers van Eén en Canvas namen deel aan het EBU-evenement Input waar publieke omroepen formats en programma's aan elkaar voorstelden.
- Eén werkte in EBU-verband samen rond de uitzending van het Eurovisiesongfestival. De zender wisselde informatie uit over digitaal programmeren binnen een EBU-samenwerkingsplatform. Een zogenaamde "aanbodsverantwoordelijke" van Eén gaf workshops over programmeringsstrategieën aan andere publieke omroepen.
- Als lid van de EBU neemt VRT NWS deel aan de Eurovision News Exchange waarbij beelden, quotes en korte nieuwsreportages worden uitgewisseld. De VRT-nieuwsdienst bood ook zelf nieuwsreportages aan van gebeurtenissen in België. VRT NWS was actief in het bestuur van EBU News. Een VRT-journalist werd in 2018 verkozen tot vicevoorzitter van EBU News Committee (dat toeziet op de werking van EBU News en de belangen van de omroepen verdedigt). Ze was ook voorzitter van het Editorial Subcommittee, dat waakt over de inhoudelijke lijn van EBU News.
- De hoofdredacteurs van de openbare omroepen kwamen samen om uitdagingen, moeilijkheden en evoluties van hun nieuwsdiensten te bespreken. Binnen EBU werkte de VRT samen met een aantal omroepen rond een onderzoeksproject om gemeenschappelijke journalistieke onderwerpen uit te werken.
- Op vlak van innovatie werkte de VRT samen met EBU-partners. Dat gebeurde onder andere in het kader van Sandbox Hub (zie p. 92). De VRT werkt samen met andere Europese publieke omroepen aan PEACH (Personalization for EACH) voor de ontwikkeling van een aanbevelingsalgoritme dat de filterbubbel (op de online-platformen) vermijdt en serendipiteit nastreeft.

De VRT was in 2018 een actieve partner binnen de EBU.

- Samen met RTBF was de VRT gastheer voor de EBU Media Summit in Brussel.
- Ketnet droeg bij aan het EBU Children Documentary Exchange-project waarbij documentaires (alle gemaakt vanuit het standpunt van kinderen) worden uitgewisseld tussen de publieke omroepen. Binnen het EBU Youth News Exchange-kader wisselden Ketnet en andere Europese omroepen expertise, strategie, beeldmateriaal en reportages van hun kinder- en jeugdjournaals uit. De netmanagers van de publieke kinderzenders kwamen samen op een EBU Children Experts Meeting om te discussiëren over strategie en een aantal gemeenschappelijke dossiers.

De VRT werkte voor het WK voetbal nauw samen met RTBF en NOS.



## 6.2 SAMENWERKING MET HET MIDDENVELD

### Cultuurpartners

De VRT werkte samen met verschillende cultuurpartners. Enkele voorbeelden:

- Canvas organiseerde, samen met het AfricaMuseum, een debat naar aanleiding van het programma *Kinderen van de kolonie* in Bozar. Het merk bracht *De afspraak* live vanop het dak van Museum M in Leuven. Voor *Hanne danst* werd samengewerkt met het Koninklijk Ballet van Vlaanderen. Het filmevenement *Cinema Canvas* (zie p. 46) werd opgenomen in samenwerking met de Antwerpse cinema De National. *Chris Lomme: Een reverence* (zie p. 43) was een samenwerking met KVS Brussel.
- Eén organiseerde *Pano live*, een interactieve gespreksavond, in Bibliotheek De Krook Gent, in samenwerking met Vorming Plus Gent. Voor de muzikale eerbetonen tijdens de marathonuitzending *Nooit meer ten oorlog* werkte Eén samen met Gone West.
- *Klara in deSingel* was een samenwerking met het gelijknamige cultuurhuis. *Iedereen Klassiek* werd samen met onder andere Concertgebouw Brugge en Brugge Plus georganiseerd. Het *Klarafestival* werd opgezet in samenwerking met het Festival Van Vlaanderen/Brussel. Klara bracht regelmatig live-uitzendingen vanuit cultuurinstellingen, zoals Hof van Busleyden.
- Radio 1 organiseerde samen met deBuren een schrijfactie (*Op zoek naar het mooiste afwezigheidsbericht*).
- Radio 2 was partner van het Brusselse Stripfeest, een internationaal stripfestival.
- Samen met Iedereen Leest en Boekenzoeker.org stelde Ketnet elke dinsdag een *Boek van de week* voor.
- Om cultuurparticipatie aan te moedigen werkte Studio Brussel samen met Museum Night Fever, een evenement waarop Brusselse musea hun deuren 's avonds openden en activiteiten organiseerden.

### REDACTIONELE AUTONOMIE BIJ SAMENWERKINGEN

Om de band met het publiek te versterken en culturele en andere evenementen te ondersteunen, zendt VRT-Radio geregeld uit vanop locatie. Daarvoor werkt de VRT vaak samen met Vlaamse overheids-, cultuur- en middenveldorganisaties. Met deze partners wordt in een aantal gevallen een bijdrage in de extra productiekosten afgesproken. In de loop van 2018 rees op het publieke forum twijfel over de manier waarop die samenwerkingen tot stand komen, over de bepaling van de financiële partnerbijdragen en over de redactionele onafhankelijkheid bij die samenwerkingen. De VRT benadrukte het belang van de samenwerkingen en wees op de bestaande controlemechanismen omtrent deontologie, redactionele autonomie en financiering. Om mogelijke twijfel of een foute perceptie weg te nemen, besloot de VRT voortaan geen kostendeling meer te vragen voor korte sfeerbijdragen vanop locatie, de krachtlijnen van het samenwerkingskader te publiceren op VRT.be en in de jaarverslagen extra details over de samenwerkingen toe te voegen (zie p. 156).





Uitreiking De Klara's

Samen met Kunstenpunt organiseerde de VRT de MIA's en de Klara's.

## Muziekpartners

### *Coepelorganisaties uit de muzieksector*

De VRT had met Kunstenpunt een vast aanspreekpunt voor overleg met de professionele muzieksector. In samenwerking met deze partner realiseerde de VRT de organisatie van de MIA's en de Klara's.

De VRT trad in overleg met Muziekoverleg, de coepel van 19 Vlaamse muziekorganisaties. Onder meer de promotie en aandacht van (nieuwe) Vlaamse muziek en de diversiteit in het muzikaanbod kwamen aan bod tijdens de beraadslagingen.

Verschillende belangenverenigingen en steunpunten zoals Poppunt (voor Vi.be) en Sabam for Culture (voor sponsoring VRT-muziekevenementen) werden betrokken bij de activiteiten van de VRT.

### *Artiesten*

Zowel gevestigde Vlaamse artiesten als nieuw talent werden opgenomen in het muzikaanbod van de VRT-merken (zie p. 52). De VRT ging actief op zoek naar nieuw talent, onder meer in *De nieuwe lichtung* (Studio Brussel), *Start to dj* (MNM), *Speel het hard* (Canvas en Klara) en *Ketnet Musical*.

Tijdens muzieksessies en radio-evenementen zoals *The Tunnel* (Studio Brussel), *Zomerhit* (Radio 2), *UrbaNice* (MNM), *Iedereen klassiek* (Klara) en de *Radio 1-sessies* kregen artiesten de kans om nieuw materiaal te brengen.

De VRT besteedde een deel van haar budget aan nieuwe muziekproducties voor generiekmuziek, jingles en muzieknummers zoals *Weg Troep!* van *Ketnet Musical*.

### *Concertcircuit*

De VRT ging structurele samenwerkingen aan met concertpromotoren zoals Live Nation en Greenhouse Talent en concertzalen en cultuurhuizen zoals Bozar, De Vooruit, Muziekodroom, deSingel, Concertgebouw Brugge en Trix. De omroep ondersteunde tal van Vlaamse festivals, waaronder Pukkelpop, Gent Jazz, Rock Werchter en Afro Latino Festival. Tot slot coproduceerde de VRT diverse festivals en muzieksessies, zoals Het *Klarafestival* in samenwerking met het Festival Van Vlaanderen/Brussel, *De Eregalerij* (Radio 2) in samenwerking met Sabam en *De Lage Landen-sessie* (Radio 1) samen met De Roma.

### *Platenmaatschappijen*

Vertegenwoordigers van de Belgische platenfirma's overlegden tweemaal met de muziekverantwoordelijken van de VRT-radionetten om samenwerkingen mogelijk te maken. VRT Brand Extensions bracht in samenwerking met de platenmaatschappijen heel wat VRT-muziekcompilaties uit, zoals *Ketnet Hits*, *MNM Summertime*, *Rappers van eigen kweek* (Studio Brussel) en *1000 klassiekers* (Radio 2).

### *Beheersvennootschappen*

Voor de collectieve inning van auteursrechten en naburige rechten werkte de VRT samen met Sabam, Simim, Imagia en Play Right.<sup>91</sup>

91

Naburige rechten zijn een aantal rechten die een uitvoerend kunstenaar of producent het recht geven te beslissen over opname, vermenigvuldiging en uitzending van een uitvoering. Hij krijgt daar een billijke vergoeding voor.



“Door technologische vernieuwingen kunnen we toffe samenwerkingen opzetten.”

## Dirk Somers

### Verantwoordelijke partners & infrastructuur Radio 2


Een deel van mijn job houdt in dat ik instaat voor de ruilen en samenwerkingen van Radio 2 met allerlei partners, zoals organisaties uit de cultuursector en het middenveld. Het leuke aan zulke samenwerkingen is dat je creatief kan werken. Ik denk bijvoorbeeld aan een regionale uitzending uit 2018, 's ochtends tussen de bloesems in Sint-Truiden. Een lokale fruitboer zette een tent in zijn plantage waar je de zon zag opkomen. We nodigden een dertigtal luisteraars uit, met appelsap en croissants erbij. Dat is “leuk” voor de luisteraar aan wie we het gevoel van het domein overbrachten. Door de technologische vernieuwingen kunnen we bovendien toffe dingen doen voor alle partijen. Uitzendingen vanop varende schepen bijvoorbeeld, dat kon vroeger allemaal niet.

In 2018 ontstond er wat commotie over de samenwerkingen die we afsluiten, maar partners kunnen nooit bij ons reportages “kopen”. Wel vragen we in de meeste gevallen een vergoeding voor de extra kosten die we moeten maken om heel “onze winkel” naar buiten te verhuizen en vanop locatie uit te zenden. Als je kijkt naar *De madammen* op locatie, live op Eén, dat zijn twee of drie camera's, radiolijnen en personeel. Dat is duurder om te maken dan wanneer het programma uitzendt vanuit de studio in Brussel. Als we dat zouden moeten betalen met eigen budget zouden we zulke uitzendingen maar heel zelden meer kunnen maken. Daarom vragen we een stuk van die kosten, die lager zijn dan de werkelijke kosten, aan de organisator, juist om die productie op locatie mogelijk te maken.

Dankzij de vijf regioredacties van Radio 2 kunnen we heel regionaal en dus dicht bij de mensen werken. Een voorbeeld: Amateurama in Leuven, een festival van amateurkunsten, is weinig interessant voor West-Vlaanderen of Limburg, maar als Radio 2 Vlaams-Brabant kunnen wij daar wel mee samenwerken. Als we alleen een nationale omroep waren, zou zo iets niet kunnen. Langs de andere kant kunnen we vanuit Radio 2 een grote en gekende machine inzetten om lokale initiatieven te versterken. Elke samenwerking die we opzetten is voor beide partijen een goede zaak en is helemaal waar Radio 2 voor staat: radio maken samen met Vlaanderen.







Voor *Over water* werkte Eén samen met de Haven Van Antwerpen en de Stad Antwerpen.

*Over water* (Eén)

## Onderwijsinstellingen

Enkele voorbeelden van samenwerking met onderwijsinstellingen:

- Met KLAAR (zie p. 58) bood de VRT via de platformen van het Archief voor Onderwijs en Smartschool beeldmateriaal aan op maat van het onderwijs (zie p. 63).
- Bednet en de vakgroep Palliatieve Geneeskunde van de VUB werkten mee met de programmamakers van *Thuis* (Eén) om de verhaallijnen zo realistisch mogelijk te maken.
- *De dokter Bea show* op Ketnet (zie p. 56) werd gerealiseerd in samenwerking met de VUB en de Thomas More Hogeschool, die voor logistieke ondersteuning zorgden.
- Canvas werkte voor *Team Scheire* (zie p. 56) samen met Universiteit Antwerpen en Imec, bijvoorbeeld voor expertise over slaapstoornissen, sportmedische keuring, veilig sporten en gebruikersonderzoek.
- Voor de fictiereeks *Gevoel voor tumor* ging Eén een samenwerking aan met het UZGent, dat naast logistieke ondersteuning ook medische expertise en kennis ter beschikking stelde.
- MNM en zes Vlaamse hogescholen (AP Hogeschool (Antwerpen), Howest (Kortrijk), Hogeschool PXL (Hasselt), Arteveldehogeschool (Gent), RITCS School of Arts (Brussel) en Thomas More (Mechelen)) sloegen de handen in elkaar voor het studentenproject *Student Late Night*. Mediastudenten kregen drie weken lang workshops in de studio's van de radiozender en mochten een radioprogramma maken.
- Samen met de Vlaamse Scholierenkoepel organiseerde MNM de zoektocht naar *De strafste school*. In samenwerking met Ambrassade vaardigden verschillende

jongerenorganisaties (zoals de Vlaamse jeugdraad en Confixers) een schoolgaande vertegenwoordiger af, die als ervaringsdeskundige in de jury zetelde.

## Sportorganisaties

Om haar sportaanbod te realiseren (bijvoorbeeld qua productie of captatie) had de redactie van *Sporza* meermaals overleg met verschillende sportfederaties en -organisatoren. Dat was bijvoorbeeld het geval met de Belgische voetbalbond, de Pro League, de Belgische wielervedbond, de Volleyballiga en -bond, de Basketbal-, Handbal- en Hockeyfederaties, de organisatie van de Memorial van Damme en de organisatoren van alle klassieke wielervedstrijden in Vlaanderen, van het tennistoernooi van Antwerpen, van jumpings en van het gymgala in Antwerpen.

De VRT trad in overleg met de vertegenwoordigers van Sport Vlaanderen en de Vlaamse Sportfederatie en Sportraad.

Ook de andere aanbodsmerken zetten samenwerkingen op rond sportevenementen en sportbeleving. Radio 2 ondersteunde bijvoorbeeld verschillende veldritten (zoals de Soudal cross en de Zilvermeercross Mol), de Kerstjumping van Mechelen en de European Open (tennis). Radio 2 ging samenwerkingen aan met voetbalclubs STVV, Cercle Brugge, KV Oostende en Royal Antwerp FC. MNM besteedde aandacht aan sport en beweging en ondersteunde een aantal sportevenementen zoals Velofollies (fietsbeurs). Het merk was partner van Sport Vlaanderen voor *De coolste Sportclub*. Deze organisatie



Ketnet werkte samen met Sensoa en de Gezinsbond voor *De dokter Bea show*.

werkte ook samen met Ketnet voor *Competitiebeesten*, dat jongeren op een topsportschool volgde en met Studio Brussel voor de actie *Goede voornemens* waarmee het merk luisteraars steunde om hun gezonde en sportieve voornemens waar te maken. Studio Brussel was live aanwezig op verschillende sportevenementen zoals de 10 Miles in Antwerpen, De Ronde Van Vlaanderen Cyclo (voor amateurfietsers) en het Antwerp Skate Event.

#### Andere organisaties

De VRT werkte in 2018 samen met tal van middenvelds- en andere organisaties. Enkele voorbeelden:

- De VRT werkte samen met de Directie-Generaal Ontwikkelingssamenwerking en Humanitaire Hulp (DGD). Onder meer voor het Ketnet-programma *Goed gezien*, waarin Ketnet-gezichten op verschillende plekken van de wereld op zoek gingen naar duurzame oplossingen voor lokale problemen. Ook voor de Canvas-programma's *Amazones* (over vrouwen die de wapens opnemen) en *Kinderen van de kolonie* (over het koloniale verleden van België) was DGD een partner.
- Het Canvasprogramma *Er was eens*, dat een blik achter de schermen van het Koninklijk Belgisch Instituut voor Natuurwetenschappen in Brussel wierp, kwam tot stand in samenwerking met het instituut. Voor het programma *Durven falen* (over ondernemers die een faillissement meemaakten) werkte Canvas samen met Failing forward en Startu.be.
- Voor verschillende verhaallijnen in *Thuis* (Eén) was er een samenwerking tussen de makers en onder meer de ALS-liga, Transgenderinfopunt en het Vlaams

expertisecentrum Alcohol en andere Drugs. *DNA Nys* (Eén) was een samenwerking met Toerisme Vlaams-Brabant. Eén organiseerde de marathonuitzending *Nooit meer ten oorlog* samen met de stad Ieper. De fictiereeks *Over water* (Eén) was een samenwerking met de Haven Van Antwerpen en de Stad Antwerpen. Voor *Leve de Zoo* zette Eén een samenwerking op poten met de Zoo van Antwerpen.

- In samenwerking met Sensoa en de Gezinsbond maakte Ketnet nieuwe afleveringen van *De dokter Bea show*.
- Studio Brussel zond live uit vanop Gameforce, een gamebeurs waar het publiek kennis kon maken met tal van games en ontwikkelaars.
- Rond de Dag van de Wetenschap zette Radio 2 een samenwerking op met Technopolis. Het programma *Plage préférée* werkte samen met de Vlaamse Stichting Verkeersveiligheid aan een project om vakantiegangers te waarschuwen voor vermoeidheid achter het stuur.
- De redactie van Radio 2 Vlaams-Brabant werkte samen met de Bond Beter Leefmilieu en de provincie Vlaams Brabant voor het project *Testrijders* over elektrische deelwagens. Radio 2 Vlaams-Brabant ondersteunde de actie "Je geraakt er zo" van De Lijn en de stad Leuven om pendelaars aan te moedigen om het openbaar vervoer te nemen.
- Met de steun van VDAB gaf MNM jongeren in *Spread the work* tips om te gedijen op de werkvloer. Met de Bouwunie zette MNM een actie op om beroepen in de bouwsector en de knelpuntberoepen te belichten. In het kader van de Boekenbeurs in Antwerpen lanceerden MNM en VBK Uitgeverij in 2018 een ontmoeting tussen bekende auteurs en luisteraars. Fluodag, een actie over zichtbaarheid in het verkeer, kwam tot stand in samenwerking met XIU.<sup>92</sup>



## 7

EFFICIËNTE EN WENDBARE  
ORGANISATIE

De VRT is de voorbije jaren geëvolueerd naar een flexibele, wendbare en slankere organisatie. Dat is het gevolg van het inzetten van vier hefbomen. Ten eerste heeft de VRT haar aanbod aangescherpt in functie van de publieke meerwaarde. De omroep focuste daarbij steeds meer op zijn kerntaken. Sommige taken werden uitbesteed als het interne beheer geen onderscheidende toegevoegde waarde opleverde en als er een competitieve externe markt bestaat. Ten derde zette de VRT in op een toekomstgerichte en efficiënte manier van werken en op een nieuwe bedrijfscultuur. Ten slotte investeerde de VRT in leiderschaps- en talentontwikkeling als hoekstenen van een moderne media-organisatie.

Het toekomstplan dat de VRT in 2016 had opgesteld om te komen tot een wendbare, efficiënte en dynamische organisatie, werd in 2018 verder uitgevoerd.



## 7.1

## PERSONEELSBESTAND

Gemiddeld 2.094,9 voltijds equivalenten<sup>93</sup> werkten in 2018 bij de VRT (ten opzichte van 2.107,8 in 2017), goed voor 2.245,2 actieve personeelsleden (ten opzichte van 2.265,4 in 2017).<sup>94</sup> 17,0% van de personeelsleden was eind 2018 statutair (ten opzichte van 18,3% eind 2017), 83,0% was contractueel<sup>95</sup> (ten opzichte van 81,7% eind 2017).

Om zijn opdracht te realiseren, deed de omroep ook een beroep op uitzendkrachten. De som van het aantal dagen waarop uitzendkrachten werden ingezet daalde van gemiddeld 2.212 dagen per maand in 2017 tot gemiddeld 1.512 dagen per maand in 2018.

De VRT mag maximaal 43,25% van haar totale ontvangsten<sup>96</sup> besteden aan personeelskosten<sup>97</sup> (Beheersovereenkomst 2016-2020). In 2018 bedroeg die verhouding 41,73% (ten opzichte van 42,10% in 2017).

93

Ten opzichte van de sociale balans van de VRT-jaarrekening wordt hier geen rekening gehouden met de gemiddeld 12,5 voltijds equivalenten van statutaire personeelsleden bij de vzw Vlaams Omroeporkest en Koor en met het verschil tussen het officiële en het reële tewerkstellingspercentage voor medewerkers met een deeltijdse regeling om medische redenen (gemiddeld 11,3 voltijds equivalenten).

94

Ten opzichte van de sociale balans (code 105) wordt hier gerekend met het gemiddeld aantal actieve personeelsleden op jaarbasis, d.w.z. exclusief Vlaams Omroeporkest en Koor, langdurige ziektes, loopbaanonderbreking en andere bijzondere regimes.

95

Onder "contractueel" wordt verstaan die medewerkers met een contract van bepaalde of onbepaalde duur en de medewerkers met een vervangingscontract.

96

Gemiddeld aantal voltijds equivalenten met effectieve prestaties, exclusief de statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor.

97

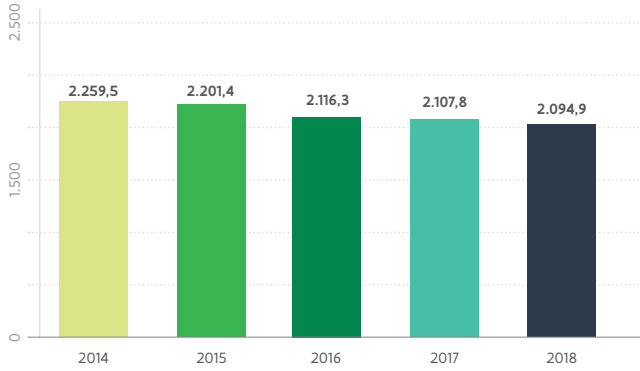
Exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst worden gefinancierd door externe partijen en meer in het bijzonder Ukkepuk, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar, waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage *Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT*. Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de extra dotatie ter ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*.

De VRT telde gemiddeld  
**2.094,9**  
voltijdse equivalenten.



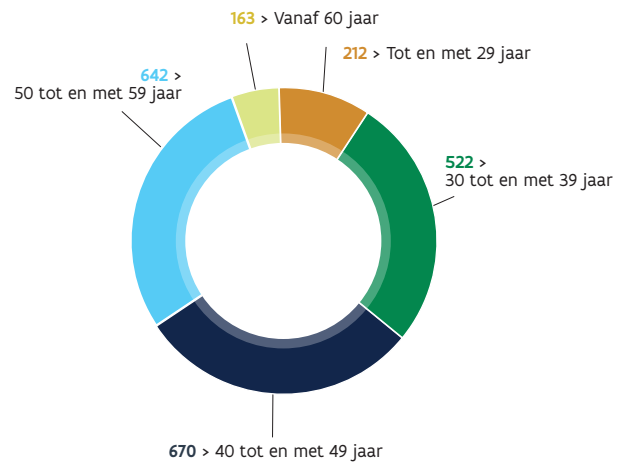
**Evolutie gemiddeld aantal voltijdse equivalenten (2014-2018)**  
(in december 2006: 2.633 VTE)

Bron: VRT



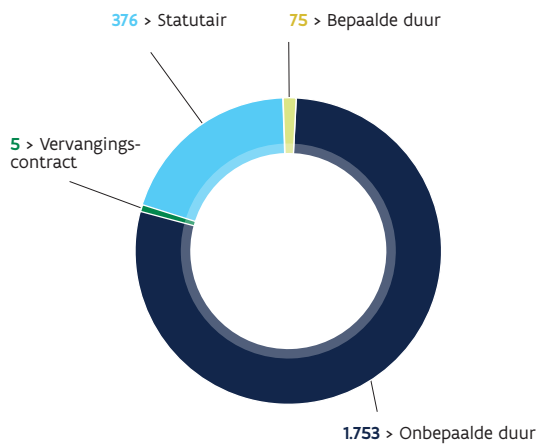
**De verdeling van de medewerkers volgens leeftijd<sup>98</sup>**

Bron: VRT



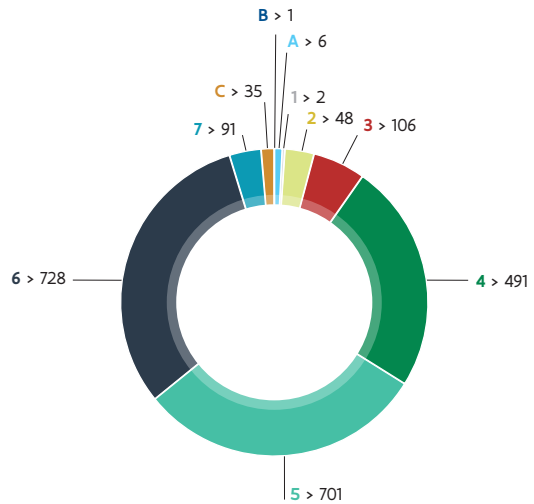
**De verdeling van de medewerkers volgens contractsoort<sup>99</sup>**

Bron: VRT



**De verdeling van de medewerkers over de functieklassen<sup>100</sup>**

Bron: VRT



**De verdeling van de medewerkers volgens directie (gemiddeld aantal VTE)<sup>101</sup>**

Bron: VRT

Directie (voltijds equivalenten)	2018
● Beleid	50,4
● Human Resources	52,4
● Informatie	504,0
● Media & Productie	705,3
● Operaties & Financiën	517,7
● Technologie & Innovatie	265,2

<sup>98</sup>

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2018.

<sup>99</sup>

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2018.

<sup>100</sup>

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2018.

<sup>101</sup>

De indeling van de directies is die zoals de VRT eind 2018 georganiseerd was. De reorganisatie van 2018 heeft tot nieuwe directies geleid. Een zinvolle vergelijking van het aantal medewerkers per directie met vroegere jaren is (uitgaande van de nieuwe organisatiestructuur) daardoor niet mogelijk.

“We focussen  
steeds meer op  
evenementen waar  
het publiek echt kan  
connecteren met  
de merken.”

## Karen Robberechts

### Projectcoördinator bij Brand Extensions

Bij Brand Extensions organiseren we evenementen voor het grote publiek en brengen we producten uit van onze VRT-gezichten, -merken en -programma's. Zo zorgen we voor extra beleving bij ons media-aanbod. En zo kunnen we, als bedrijf, extra inkomsten verwerven. Het belangrijkste is dat wat we aanbieden ook het merk moet versterken. We werken dan ook heel nauw samen met alle merken, want een product kan pas succesvol zijn als het ook gedragen wordt door hen. De merken informeren ons daarom voortdurend over wat er de komende weken of maanden aankomt, zodat we daarop kunnen inspelen. Zo komen er volgend jaar nog enkele belangrijke verjaardagen aan zoals 25 jaar *Thuis*, 30 jaar *FC De kampioenen* en 10 jaar *Dagelijkse kost*. Ik kijk ernaar uit hoe we dat bij Brand Extensions mee kunnen vieren.

Niet alleen de samenwerking met de merken is belangrijk voor ons, maar zeker ook met andere diensten op de VRT. Zo maken bijvoorbeeld de collega's van de spotcel heel veel van onze televisie- en radiospots, zorgt de grafische dienst geregeld voor de grafische vormgeving en raadpleeg ik af en toe het VRT-archief om fotomateriaal voor een VRT-klassieker te vinden.

Ikzelf ben eigenlijk de contactpersoon tussen Eén en Brand Extensions. Ik moet zorgen dat onze dienst weet waar het merk naartoe wil en omgekeerd moet ik ervoor zorgen dat de collega's van Eén op de hoogte zijn van onze ideeën. Ik ben wel heel blij dat ik specifiek rond Eén kan werken, aangezien ik het merk een warm hart toedraag en zelf ook een grote Eén-kijker ben. Zo genoot ik het afgelopen jaar erg van *Taboe* en *Down the road*.

Aangezien de dvd- en cd-markt krimpt, focussen we ook steeds meer op evenementen, waar het publiek echt kan connecteren met de merken. We organiseren letterlijk voor alle leeftijden leuke evenementen. Dat gaat van optredens van de Ketnet-band, tot de *MNM Back to the 90's & Nillies*, de Thuisdag van Eén en de *1000 Klassiekers on tour* van Radio 2. Het is enorm tof dat de fans daar hun favoriete artiesten of acteurs kunnen ontmoeten.





## 7.2 FIER OP DE VRT

Binnen de VRT verwijst de term “Fier op de VRT” naar de trajecten die bijdragen tot de wijziging van de bedrijfscultuur. Daarbij wordt gewerkt aan 15 thema’s (zoals vertrouwen, feedback geven, samenwerken en leiderschap bouwen). Zij dragen ertoe bij dat de VRT een efficiëntere en meer wendbare organisatie wordt, die inzet op een gezonde werksfeer en een goede werk-privé-balans.

In 2018 werden meer dan 70 “Fier op de VRT”-trajecten voortgezet of opgestart. Door te werken aan de verschillende trajecten werden leidinggevenden en medewerkers aangemoedigd om opener, sneller en constructiever hun kennis en creativiteit in te zetten – dit in functie van kwaliteit, maatschappelijk engagement, innovatie, financiële duurzaamheid en een wendbare organisatie.

Eind 2018 werd een cultuurbevraging georganiseerd onder alle medewerkers<sup>102</sup>. Daarbij werd gepeild naar de “Fier op de VRT”- en welzijnsthema’s. Uit de resultaten bleek dat de verschillende initiatieven de voorbije jaren resultaat boekten. Zo gaf 87% van de medewerkers aan trots te zijn om voor de VRT te werken, 89% deed zijn werk graag. Vooral de afwisseling, de uitdagingen, het kunnen nemen van initiatieven en meedenken in de job werden sterk gewaardeerd. Medewerkers vonden in het algemeen dat de VRT voldoende aandacht besteedt aan diversiteit, dat de eigen verantwoordelijkheden in het team duidelijk zijn, dat er vertrouwen heerst in de teams en naar de leidinggevenden toe. Ze waren ook

van oordeel dat ze als medewerkers kostenefficiënt werken, innovatief zijn en in staat om zich aan te passen aan veranderende omstandigheden. Minder goede resultaten waren de aandacht die de leiding geeft aan talentontwikkeling, het aanpakken van conflicten in de teams, er wordt nog meer moed verwacht wat betreft het geven van feedback en open communicatie, men verwacht een efficiëntere informatiedoorstroming en voor een derde van de medewerkers mag de verloning een stuk hoger. Zowel op het vlak van grensoverschrijdend gedrag als op het vlak van werkbelasting, waren de resultaten zorgelijk.

Op basis van de resultaten van de bevraging, startte de VRT begin 2019 een nieuwe cyclus van initiatieven om de resultaten verder te verbeteren op alle thema’s en in alle afdelingen.

Fier op de VRT  
wil de bedrijfscultuur van  
de VRT vernieuwen.

### INTEGRITEIT

*Het integriteitscharter en De integriteitscode* vormen samen de morele leidraad voor iedereen die bij de VRT werkt. In het charter staan de basisprincipes die de VRT hanteert omtrent democratie, mensenrechten en diversiteit. Daarnaast bevat het de richtlijnen voor de medewerkers om discriminatie, racisme, seksuele intimidatie en grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan. De code gaat over de toepassing van het charter in de praktijk. In 2018 werd *De integriteitscode* aangepast en een integriteitsrichtlijn voor externe stemmen en gezichten ingevoerd.

De VRT zette in op professionalisering van het integriteitsbeleid. Er werd een integriteitscommissie

opgericht met de integriteitscoördinator en vertegenwoordigers van de juridische dienst, de directie human resources en de interne audit. De commissie fungeert als een klankbord en een controleorgaan voor de integriteitscoördinator. Ze evalueert adviezen, waakt over de toepassing van de integriteitscode en volgt vertrouwelijke meldingen mee op.

Medewerkers die inbreuken tegen de integriteitscode willen melden, doen dat in eerste instantie bij de eigen leidinggevende of diens hiërarchische overste. Leidt dat niet tot een gewenst resultaat, dan kunnen ze een interne klachtenbehandelaar aanspreken. Dat zijn de specifiek aangestelde vertrouwenspersonen, de preventieadviseur en de manager beroepsethiek en integriteit.

## PENSIOENFINANCIERINGSORGANISME STATUTAIREN VRT

In uitvoering van artikel 106bis van het decreet van 13 juli 1994 betreffende de rustpensioenen toegekend aan de vastbenoemde personeelsleden en betreffende de overlevingspensioenen toegekend aan de rechtverkrijgenden van die personeelsleden, werd in december 1997 een Onderlinge Verzekeringsvereniging (OV) opgericht onder de benaming: *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT voor de betaling van de rust- en overlevingspensioenen van het statutair personeel van de NV van publiek recht VRT*, hierna te noemen het *Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT* (PFOS).

Het PFOS had uitsluitend tot doel het opbouwen van middelen met het oog op het toekennen van een rustpensioen aan de vastbenoemde personeelsleden van de NV van publiek recht VRT en een overlevingspensioen aan de rechtverkrijgenden van die personeelsleden, evenals op het effectief toekennen ervan, en dit in uitvoering van het Pensioenreglement VRT.

In de Beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT werd m.b.t. de pensioenproblematiek van het statutair personeel gesteld dat de pensioenverplichtingen dienden te worden overgeheveld naar de Vlaamse Gemeenschap. In december 2015 werd deze overdracht geformaliseerd, nam de Vlaamse Gemeenschap alle pensioenverplichtingen m.b.t. de vastbenoemde personeelsleden en hun rechtverkrijgenden over, werd de overdracht van activa naar de Vlaamse Gemeenschap uitgevoerd (met uitzondering van een klein bedrag in het kader van de vereffening), werd het PFOS in vereffening gesteld en werd er een vereffenaar aangeduid.

Er werd zowel een samenwerkingsovereenkomst Vlaamse Gemeenschap - VRT, als een dienstverleningsovereenkomst Vlaamse Gemeenschap - PDOS opgemaakt en ondertekend.

Het PFOS werd vrijwillig ontbonden. De vereffening werd gefinaliseerd op 13 december 2018.

## PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

In november 2000 werd het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* (PFC) opgericht onder de vorm van een Onderlinge Verzekeringsvereniging (OVV) met startdatum 1 januari 2001. De Buitengewone Algemene vergadering van juni 2008 besliste unaniem om het PFC om te vormen van een OVV naar een Organisme voor de Financiering van Pensioenen als gevolg van de Wet van 27 oktober 2006 betreffende het toezicht op instellingen voor bedrijfspensioenvoorzieningen.

Het PFC treedt op ten gunste van de huidige en voormalige contractuele personeelsleden (onbepaalde en bepaalde duur) van de VRT als bijdragende onderneming en van hun rechthebbenden.

Het PFC beheert een aanvullende pensioenregeling, de zogenaamde tweede pensioenpijler. Het is een Cash Balance Plan dat conform het financieringsplan volledig gefinancierd wordt door een werkgeversbijdrage ten belope van 6% van de jaarlijkse bruto loonmassa van de VRT. Bovenop de aanvullende pensioenregeling voorziet het pensioenreglement ook in een tegemoetkoming in geval van overlijden en in geval van ziekte.

Het PFC vertrouwt het beheer van de volledige activaportefeuille toe aan externen. Overheids- en bedrijfsobligaties worden beheerd door Bank Degroof Petercam, obligaties opkomende markten worden beheerd door Candriam en aandelen en onroerend goed door KBC. Beleggingen gebeuren hoofdzakelijk via passieve beleggingsfondsen. Voor obligaties opkomende markten en de obligaties met hoge rente, gebeuren de beleggingen via actieve beleggingsfondsen. Het PFC was eind 2018 volledig gefinancierd. De allocatie van de middelen binnen het fonds was als volgt: de aandelen vertegenwoordigen 48,6% van de portefeuille, de obligaties 41,8% en het vastgoed 9,6%.

Het beheerd vermogen per 31 december 2018 bedroeg 113,3 miljoen euro (ten opzichte van 122,1 miljoen euro eind 2017). De return over het boekjaar 2018 bedroeg -4,73% (ten opzichte van -4,30 % van de benchmark).

## VZW UKKEPUK-VRT

De vzw beheert sinds 2001 het kinderdagverblijf Ukkepek dat sinds 1979 bestaat. Sinds november 2013 huisvest Ukkepek in een eigen gebouw, gelegen op de site van de VRT. Het kinderdagverblijf is vergund voor 54 opvangplaatsen en vangt op weekdays kinderen op tot de leeftijd van 36 maanden.

De vzw bevordert de organisatie van het kinderdagverblijf en steunt alle initiatieven die de kinderopvang ten goede komen. De vzw neemt in het bijzonder initiatieven die een kwalitatieve dienstverlening en een stimulerende en opvoedkundige omgeving voor kinderen biedt. Daarbij wordt op basis van wederzijds respect en in dialoog met de ouders, ontwikkelingsgericht gewerkt.

De vzw houdt rekening met de financiële draagkracht van de rechthebbenden en zorgt ervoor dat haar werking en initiatieven gekend zijn onder de rechthebbenden.

De Algemene Vergadering van de vzw is paritair samengesteld en bestaat uit 6 leden afgevaardigd door de directie en 6 leden afgevaardigd door de vakorganisaties. De Raad van Bestuur is eveneens paritair samengesteld en bestaat uit 3 bestuurders namens de directie en 3 bestuurders namens de vakorganisaties.

De vzw wordt vanuit verschillende kanalen gefinancierd: door subsidies van Kind en Gezin, het Stedenfonds van de Vlaamse Gemeenschapscommissie en Actiris en door eigen middelen uit ouderbijdragen.

Het kinderdagverblijf stelt met elk gezin waarvan het een kind opvangt, een opvangplan op dat de dagen bevat waarop het kind zal komen. Binnen het kinderdagverblijf worden 18 gerechtvaardigde afwezigheidsdagen, de zogenoemde respijtdagen, op dit plan op jaarbasis toegestaan.

De aanvragen voor een opvangplaats verlopen via een online centraal registratiesysteem (het Lokaal Loket Kinderopvang), wat een neutraal informatie- en ondersteuningspunt is voor gezinnen met een vraag

naar kinderopvang (te gebruiken vanaf 7 maanden voor de gewenste startdatum).

Kind en gezin controleert en subsidieert het kinderdagverblijf. De bezettingsevaluatie van januari tot december 2018 bedroeg 131,27%. (De grens die minimaal dient gehaald te worden om subsidies te bekomen, is 120%.)

## VZW VRT SOCIALE WERKEN

De vzw Sociale Werken VRT is een paritair samenwerkingsverband tussen de VRT-directie en de vakorganisaties met als doel het welzijn van de medewerkers en gepensioneerden van de VRT, en hun gezinsleden, te ondersteunen.

De vzw vult het beleid van de dienst Welzijn van de VRT aan. Hij neemt in het bijzonder initiatieven die de samenhang versterken en die de interactie en het sociaal evenwicht tussen werk, privé en sociale omgeving bevorderen. De vzw krijgt hiertoe van de VRT een jaarlijkse toelage.

Met respect voor ieder individu, biedt de vzw een laagdrempelige, gedifferentieerde en onpartijdige dienstverlening aan. Hij houdt daarbij rekening met de financiële draagkracht van de rechthebbenden.

Het pakket voordelen dat de vzw toekent, bevat onder andere de voordelen van de PLUSPAS (opgezet door de Vlaamse overheid), de viering van medewerkers met vijf jaar dienst, de viering van nieuwe gepensioneerden, de kinderopvang tijdens schoolvakanties en het toekennen van geboortechques. Initiatieven en voordelen worden door de vzw zelf aan de rechthebbenden gecommuniceerd.

De Algemene Vergadering van de vzw is paritair samengesteld en bestaat uit 3 leden afgevaardigd door de directie en 3 leden afgevaardigd door de vakorganisaties. De Raad van Bestuur is eveneens paritair samengesteld en bestaat uit 3 bestuurders namens de directie en 3 bestuurders namens de vakorganisaties. De Algemene Vergadering van de VZW stelt meetbare doelstellingen op voor de werking van de vzw en evalueert jaarlijks of die doelstellingen in voldoende mate behaald worden.



## 7.3 TALENTONTWIKKELING

De VRT zette in 2018 extra in op de ontwikkeling van digitale en andere vaktechnische competenties. Dat gebeurde met het project #iedereendigitaal waarbij 109 collega's opleidings-sessies volgden om hun digitale kennis te vergroten.

Centraal in het ontwikkelen van het "Fier op de VRT"-project (zie hoger) staat de rol van de leidinggevenden. Om hun leiderschapskwaliteiten te versterken volgden 45 medewerkers een leiderschapstraject.

De VRT lanceerde een "talentontwikkelingsportaal" voor haar medewerkers. Dat bood verschillende voordelen:

- het publiceren van ontwikkelingsmogelijkheden op de VRT en bij externe organisaties;
- het digitaal beschikbaar stellen van opleidingen;
- het opvolgen van de ontwikkelingsinspanningen van medewerkers en afdelingen;
- het administratief beheer van opleidings- en trainingsactiviteiten.

### ONDERSTEUNING VAN LOOPBANEN EN INTERNE MOBILITEIT

De VRT verspreidde alle informatie van nieuwe interne vacatures naar alle medewerkers, onder meer via een wekelijkse nieuwsbrief. Zij stimuleerde personeelsleden om in dialoog te gaan met hun leidinggevende of HR-verantwoordelijken over het invullen en uitbouwen van hun loopbaan.

18 medewerkers kregen van de HR-afdeling actief loopbaancoaching. Daardoor wisten zij beter wat hun talenten zijn en konden ze gericht op zoek gaan naar nieuwe functies. 51 medewerkers kregen binnen de VRT een andere opdracht. De gemiddelde mobiliteitsgraad was, met andere woorden, 2,3%.

Met het project  
#iedereendigitaal  
vergrootten werknemers  
hun digitale kennis.



## 7.4 AANWERVINGSBELEID

Van de 126 mensen die vanuit VRT JOBS (de HR-dienst van de VRT verantwoordelijk voor het aanwervingsbeleid) geplaatst werden (openstaande opdrachten: bepaalde duur, onbepaalde duur, interim) waren er 45 die intern werden ingevuld (35,7%).

De HR-afdeling zette in op het versterken van het imago van de VRT als werkgever en op de sollicitatie-ervaring:

- VRT JOBS profileerde zich op de sociale media (Facebook, Twitter en LinkedIn). Ze verspreidde er VRT-vacatures en informatie over de VRT als werkgever (filmpjes, foto's en artikels).
- De VRT-jobsite (een subsite van de bedrijfswebsite VRT.be) werd in 2018 vernieuwd. Daarbij werd de sollicitatie-beleving verbeterd.

De VRT bood meer dan 400 studenten een stageplaats. 150 studenten kregen een rondleiding binnen de omroepgebouwen waarbij de rol van de VRT als werkgever centraal stond.



### Cedric Leppens

Communicatie done right bij @VRTjobs ! Ook wanneer je niet meer in aanmerking komt voor een job, een telefoontje krijgen met bruikbare feedback over het gesprek en de toekomst. Zoektocht naar wat na #masterMPC gaat verder!

### VRT NXT

De VRT stelde vast dat jongeren moeilijk hun weg vinden naar een job in de mediasector in het algemeen en de VRT in het bijzonder. Daarom werd gezocht naar nieuwe manieren om, als werkgever, verbinding te maken met jongeren. In eerste instantie werd daarbij gefocust op jongeren tussen 16 en 23 jaar, waaronder jongeren die nog een studiekeuze moesten maken voor hoger onderwijs en jongeren die niet studeren. De bedoeling was om hen wegwijs te maken in de verschillende mediadomeinen, hen te laten experimenteren en hen te helpen in het bepalen van een studiekeuze. Verschillende evenementen en acties werden georganiseerd:

- **VRT NXT Lab**

Op 25 april volgden 350 jongeren workshops over media en "Talent booths". Ze konden lezingen volgen van enkele mediafiguren (zoals de VRT-journalist Rudi Vranckx). Tal van VRT-collega's kwamen op die manier in contact met de bezoekende jongeren en het creatief talent die "hun kunnen" (bijvoorbeeld video maken, theater, slam poetry, enzovoort) demonstreerden.

- **VRT NXT Invasion**

In de zomermaanden kregen 20 jongeren de kans "de VRT over te nemen". Zij konden hun eigen zin doen bij tal van VRT-afdelingen, zoals bijvoorbeeld radiomaken en brainstormen over een nieuwe rubriek voor *Iedereen beroemd* (Eén). De jongeren kregen begeleiding van verschillende coaches bij de radio- en tv-netten en VRT NWS.

- **VRT NXT Mediatalks**

Op 21 november organiseerde de VRT een netwerk-evenement voor ongeveer 150 jongeren. Jonge media-makers gaven hun, elk op hun manier, inspiratie rond het media-thema.

- **Verdiepende VRT NXT Labs**

Vanaf 28 november organiseerde VRT JOBS maandelijks jongerenevenementen in Antwerpen, Brussel, Gent, Hasselt en Leuven. Jongeren konden er hun mediavaardigheden ontwikkelen rond verschillende thema's (zoals "jezelf branden", "digitale verhalen" vertellen, radiomaken en nieuws maken).

“VRT NXT Invasion  
opende deuren  
voor mij.”

## Bavo Mortier

### Digital creative bij Sporza

In de vacature voor VRT NXT Invasion stond “heb jij zin om een zomerlang de VRT over te nemen en uw goesting te doen met een bende van 20 jongeren?”. Ik stelde me kandidaat, en de VRT hapte toe. Die maanden gaven me de kans om bij verschillende VRT-merken te werken en ervaring op te doen. Het takenpakket was enorm gevarieerd, behalve dat ze ons geen koffie lieten zetten (*lucht*). Bij MNM bijvoorbeeld konden we video’s en een uur radio maken en bij *Iedereen beroemd* mochten we nieuwe formats bedenken. Bij VRT NWS hebben we aan een nieuw YouTube-format (*Follow up*) gewerkt en er de eerste aflevering van gemaakt. Filmpjes die we voor Studio Brussel maakten, werden 100 000 keer bekeken. Het is cool om te zien dat die goed scoorden. Dan was ik echt trots op ons team.

Ik heb tijdens VRT NXT Invasion enorm veel bijgeleerd. Toen ik hier aankwam, kon ik bijvoorbeeld niet fotoshoppen. Ondertussen is het een deel van mijn job als online redacteur bij Sporza geworden. Op school leer je wel dingen maken, maar hier heb ik veel meer geleerd in korte tijd. En als je werk gepubliceerd of uitgezonden wordt, is het toch nog anders en krijg je nieuwe inzichten. Om daar voeling mee te krijgen was VRT NXT Invasion ideaal. Daardoor heb ik heel veel mensen leren kennen. Als ik op de VRT rondloop, ken ik op eender welke redactie wel iemand.

VRT NXT Invasion opende voor mij dus letterlijk deuren en is deels de reden dat ik hier nu nog werk. Na de zomer ben ik onder meer aan de slag gegaan bij Radio 2, Atelier VRT en *De warmste week*. Ik wilde ook heel graag voor Sporza te werken. Dat ik dat nu kan doen, is een droom die in vervulling gaat. Ik heb al veel toffe dingen gedaan, maar het mooiste lijken mij de Olympische Spelen verslaan. Mijn grootste ambitie is om er niet als toeschouwer, maar echt als nieuwsmaker naar toe te gaan.





## 7.5 SOCIAAL OVERLEG

In 2018 legde het sociaal overleg zich toe op een verdere uitvoering van het Sociaal Plan (dat werd opgesteld in 2016). Het plan kon verder gerealiseerd worden door de inzet van de medewerkers en de constructieve houding van de vakorganisaties.

- In 2018 werden enkele medewerkers wiens functie noodgedwongen was geschrapt, door de HR-afdeling verder begeleid in het vinden van een nieuwe opdracht. In 2018 konden zo alle hertewerkstellingsdossiers afgesloten worden.
- Het Sociaal Plan bevatte een engagement van directie en vakbonden om *Het reglement kosten eigen aan de werkgever* te heronderhandelen. Het nieuwe reglement ging op 1 januari 2018 in. Een nieuwe toepassing voor het indienen en valideren van kostennota's werd uitgerold in januari.
- In 2018 werd op regelmatige basis de diverse afspraken van het Sociaal Plan op het sociaal overleg gerapporteerd en besproken.

Tal van andere dossiers werden besproken op het Sociaal overleg, waaronder:

- *VRT-bevraging*  
In het sociaal overleg werd de bevraging van de VRT-medewerkers (zie p. 114) besproken.

- *Duurzame mobiliteit*  
De initiatieven met het oog op duurzame mobiliteit werden in 2018 voortgezet. Tijdens de onderhandelingen werd gewerkt aan een nieuw woon-werk-reglement waarin duurzame verplaatsingen werden gestimuleerd. Er werd een nieuwe conventie over thuiswerk afgesloten en de mogelijkheid voor fietsleasing gerealiseerd. Een experiment om tot een mobiliteitsbudget te komen werd met goede resultaten en bruikbare leerpunten afgerond. In 2019 zal dit uitgerold worden.
- *Nieuw functie- en loonmodel*  
De HR-directie startte een werkgroep op met de vakorganisaties om een nieuw functie- en loonmodel uit te werken. Daarbij werd een nieuw sjabloon voor het opstellen van functiebeschrijvingen uitgewerkt waardoor een betere waardering van groei in polyvalentie en expertise mogelijk wordt.
- *Langdurig zieken*  
Een nieuw beleid rond re-integratie van langdurig zieken werd geïmplementeerd. Het werd daarna nauw opgevolgd en op regelmatige basis besproken in de sociale overlegorganen.
- *Uitzendkrachten*  
Het inzetten van uitzendkrachten werd nauw opgevolgd. De rapportering over de tijdelijke inzet van externen werd verder verfijnd en transparanter gemaakt.

### NIEUW GEBOUW

In de plaats van het bestaande niet-duurzame kantoorgebouw krijgt de VRT binnen enkele jaren een nieuw gebouw. Dat gebouw wordt niet alleen een mediabedrijf maar tegelijk een 'cultureel en ontmoetingscentrum'. Het bouwproject is verdeeld over drie trajecten: de bouw, het creëren van een gepaste werkomgeving en het ontwikkelen van de mediafaciliteiten.

#### De bouw


De vergunningsaanvragen (die ingediend waren in mei 2017) werden in 2018 bestudeerd door de gewestelijke overheidssdienst Brussel Stedenbouw en Erfgoed en bij Leefmilieu Brussel. De vereiste milieueffectenstudie werd gerealiseerd in de periode mei-december 2018. De studie gaf een positieve beoordeling van de nieuwbouwplannen, maar formuleerde ook enkele aanbevelingen. Volgens de actuele inschattingen starten de bouwwerken in de loop van 2020.

### Inspirerende werkomgeving

Vanuit haar visie voor 'een effectieve, efficiënte en inspirerende werkomgeving op maat' koos de VRT voor 'activiteitsgebaseerd werken'. Dat garandeert de medewerkers dat ze op een aangename manier creatief en efficiënt zullen kunnen werken. Dit basisconcept werd in 2018 verder uitgewerkt op afdelingsniveau. Een proefproject werd opgestart bij de redactie van Radio 1. In 2019 volgen nog andere. De evaluatie van deze pilootprojecten zal de concrete lay-outplannen voor alle afdelingen mee bepalen.

#### Mediafaciliteiten

In augustus 2018 werd Qvest Media aangesteld als 'design- en integratiepartner' voor de mediafaciliteiten in het nieuwe gebouw. In een eerste fase werden de huidige werkprocessen gedetailleerd in kaart gebracht. Daarna ontwikkelde de partner een globale visie op de toekomstige werking. In de loop van 2019 zal gestart worden met het concrete ontwerp van de verschillende mediafaciliteiten.



Het mobiliteitsplan wil verplaatsingen vermijden, verduurzamen en vergroenen.

## DUURZAME MOBILITEIT

De VRT ontwikkelde in 2018 een mobiliteitsplan. Het heeft als doel verplaatsingen te vermijden, te verduurzamen en te vergroenen. In het eerste jaar focuste de omroep zich hoofdzakelijk op de woon-werk-verplaatsingen.

Verschillende initiatieven werden genomen:

- Een nieuw telewerkbeleid werd van kracht. Voortaan konden medewerkers vaker thuiswerken, mits afspraken op teamniveau worden gemaakt.
- De omroep promootte het fietsgebruik. Zo lanceerde hij (in samenwerking met KBC Autolease) de mogelijkheid tot het leasen van fietsen en "speedpedelecs" (mits het volgen van een theorie- en praktijkopleiding). Medewerkers konden gebruik maken van een fietshersteldienst. De campagne "De ronde van de VRT" riep de medewerkers op om zoveel mogelijk kilometers te fietsen in de maand juni.
- In samenwerking met de NMBS werd in maart de campagne "Proef van de trein" uitgerold. Medewerkers konden een maand lang hun woon-werk-traject uitproberen met het openbaar vervoer.
- Een proefproject werd gestart om te experimenteren met een "mobiliteitsbudget". Dat moet bijdragen tot een meer flexibel woon-werk-reglement en meer "duurzame" verplaatsingen.
- Het wagenreglement voor bedrijfswagens werd bijgestuurd door het opleggen van een minimale ecoscore en het stimuleren van elektrisch rijden. Medewerkers konden, sinds het najaar, ook een "groene" wagen (zonder tankkaart) leasen, in ruil voor loon.
- Op het intranet werd alle mobiliteitsinformatie gebundeld.
- Medewerkers konden persoonlijk reisadvies inwinnen bij de mobiliteitscoördinator.
- Tijdens "De week van de mobiliteit" werd campagne gevoerd voor duurzame verplaatsingswijzen. Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest gaf daarvoor een prijs (2.500 euro).

## 8

## DEUGDELIJK BESTUUR





# DEUGDELIJK BESTUUR

## Raad van Bestuur

### Samenstelling

De samenstelling van de Raad van Bestuur en de benoemingsbepalingen van bestuurders en van de voorzitter zijn vastgelegd in artikelen 12 en 13 van het Mediadecreet<sup>103</sup>. Artikel 19 van de Cultuurpactwet vereist bovendien dat de samenstelling van de Raad van Bestuur de evenredige vertegenwoordiging van de politieke fracties in het Vlaams Parlement weerspiegelt.

In 2018 is de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- Luc Van den Brande, voorzitter,
- Ellen Van Orshaegen, ondervoorzitter,<sup>104</sup>
- Philippe Beinaerts,
- Christine Conix (sinds 2 juli 2018),
- Marc De Clercq,
- Sihame el Kaouakibi (tot 1 juni 2018),
- Christian Leysen,
- Veronique Matthys (tot 18 mei 2018),
- Nico Moyaert,
- Freya Piryns,
- Chris Reniers,
- Jan Roegiers,
- Chris Verhaegen,
- Charlotte Verhaeghe (sinds 2 juli 2018)

Een korte biografie van de bestuurders en de belangrijkste functies die ze buiten de VRT uitoefenen, staat te lezen op de bedrijfswebsite van de VRT (Vrt.be).

### Vergaderfrequentie

De Raad van Bestuur vergadert in principe de laatste maandag van elke maand (behalve in juli en augustus).

In 2018 vergaderde de Raad van Bestuur tien keer. Daarnaast hield de Raad van Bestuur ook een "strategische dag" (op 12 maart 2018).

### Bevoegdheden

De bevoegdheden van de Raad van Bestuur zijn bepaald in artikel 13, §1 van het Mediadecreet:

1. het vastleggen van de algemene strategie van de VRT;
2. het nemen van beslissingen over aangelegenheden met strategisch karakter. Een aangelegenheid heeft een strategisch karakter als ze een belangrijke impact heeft op het handelen van de VRT in de Vlaamse samenleving of op het medialandschap. De raad van bestuur beslist over het strategische karakter van een aangelegenheid;
3. het goedkeuren, namens de VRT, van de beheersovereenkomst en van elke wijziging ervan;
4. het goedkeuren van het jaarlijkse ondernemingsplan en van strategische meerjarenplannen die de doelstellingen en de strategie op de halflange termijn vastleggen.

- Het jaarlijkse ondernemingsplan bevat onder meer het algemene programmabeleid, de strategie inzake communicatie en public relations, de raming van de inkomsten en uitgaven en van het personeelscontingent;
5. het opmaken van de inventaris en de jaarrekening met de balans, de resultatenrekening en de toelichting, en het opstellen van het jaarverslag;
  6. het goedkeuren van de regels voor de aanwerving en de rechtspositie van het personeel;
  7. het aanstellen en ontslaan van de leden van het directiecollege, op voordracht van de gedelegeerd bestuurder;
  8. het uitoefenen van toezicht op de gedelegeerd bestuurder bij de uitvoering van de beheersovereenkomst, het ondernemingsplan en de beslissingen van de raad van bestuur;
  9. het bemiddelen bij personele conflicten binnen het directiecollege;
  10. het beslissen over deelneming van de VRT aan vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden;
  11. het beslissen over de oprichting van vennootschappen door de VRT;
  12. het toezicht op de werking en de resultaten van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
  13. de aanwijzing van de vertegenwoordigers van de VRT in de bestuursorganen van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
  14. het bijeenroepen van de algemene vergadering en het vaststellen van de agenda;
  15. het opstellen van het kader waarbinnen de VRT merchandising- en nevenactiviteiten uitoefent.

Het beslissingsproces binnen de Raad van Bestuur wordt uiteengezet in het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*, dat opgenomen is op de bedrijfswebsite van de VRT (Vrt.be).

## Comités opgericht door de Raad van Bestuur

Binnen de Raad van Bestuur bestaan volgende comités:

### Auditcomité

#### Samenstelling

Zoals bepaald in artikel 31 van het Mediadecreet en artikel 11bis van de statuten heeft de Raad van Bestuur een Auditcomité opgericht. De samenstelling van het Auditcomité is geregeld in *bijlage C.1 Auditcomité – 4. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In het Auditcomité zetelden in 2018:

- Véronique Matthys (voorzitter tot 18 mei 2018), Charlotte Verhaeghe (voorzitter vanaf 17 september 2018),
- Marc De Clercq,
- Chris Reniers,
- Luc Van den Brande

<sup>103</sup>

Met de term "Mediadecreet" wordt verwezen naar het Decreet van 27 maart 2009 betreffende Radio-Omroep en Televisie.

<sup>104</sup>

Nam ontslag op 23 april 2019.

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder en de manager Interne Audit hebben een permanente uitnodiging om de vergaderingen van het Auditcomité bij te wonen.

#### **Vergaderfrequentie**

Het Auditcomité vergaderde tien keer in 2018.

#### **Bevoegdheden**

De bevoegdheid van het Auditcomité is bepaald in *bijlage C.1 Auditcomité - Opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In essentie staat het Auditcomité de Raad van Bestuur bij in zijn toezichtsfunctie, meer bepaald op het vlak van de financiële informatie van de VRT, de naleving door de vennootschap VRT van wettelijke verplichtingen, de kwalificaties en de onafhankelijkheid van de bij de VRT aangestelde commissaris en de werking van interne controle en risicobeheersing.

#### **Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR**

##### **Samenstelling**

De samenstelling van het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR (hierna 'Strategisch Comité VAR' genoemd), is geregeld in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR – 3. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In het Strategisch Comité VAR zetelden in 2018:

- Christian Leysen (voorzitter),
- Marc De Clercq,
- Nico Moyaert,
- Freya Piryns,
- Jan Roegiers

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder, het bestuurslid dat ook het bestuursmandaat van de VRT bij VAR uitoefent (Philippe Beinaerts, vaste vertegenwoordiger) en de voorzitter van de Raad van Bestuur worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Strategisch Comité VAR bij te wonen.

#### **Vergaderfrequentie**

Het Strategisch Comité VAR vergaderde vier keer in 2018.

#### **Bevoegdheden**

De bevoegdheid van het Strategisch Comité VAR is bepaald in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR – 2. Rol en opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

Het Strategisch Comité VAR ondersteunt de Raad van Bestuur van de VRT bij het oriënteren van de strategie van VAR en van

haar dochterondernemingen en het toezien op de uitvoering van deze strategie. Het functioneert als overlegforum met het management van VAR en bereidt de beslissingen inzake VAR en dochterondernemingen van VAR voor.

#### **Remuneratie- en benoemingscomité**

##### **Samenstelling**

De Raad van Bestuur heeft een Remuneratie- en benoemingscomité. De samenstelling van het Remuneratie- en benoemingscomité is geregeld in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter – 3. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In het Remuneratie- en benoemingscomité zetelden in 2018:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Christian Leysen,
- Nico Moyaert

#### **Vergaderfrequentie**

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde vijf keer in 2018.

#### **Bevoegdheden**

De bevoegdheid van het Remuneratie- en benoemingscomité is bepaald in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter – 2. Rol en opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

Het Remuneratie- en benoemingscomité doet voorstellen aan de Raad van Bestuur voor het vastleggen van de jaarlijkse doelstellingen voor de gedelegeerd bestuurder en de leden van het VRT-directiecollege. Het bereidt de evaluatie over het behalen van deze doelstellingen voor en heeft een rol bij het formuleren van voorstellen voor het verloningsbeleid van het management en voor benoeming of ontslag van leden van het VRT-directiecollege.

#### **Ad hocsubcomité beheersovereenkomst**

Naast de hierboven vermelde permanente comités, heeft de Raad van Bestuur de mogelijkheid om ad hoc subcomités op te richten. Zo voorziet het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT* dat bij de voorbereiding van een nieuwe beheersovereenkomst voor de VRT een ad hoc sub-comité Beheersovereenkomst wordt opgericht.

##### **Samenstelling**

In het Ad hoc-subcomité beheersovereenkomst zetelden in 2018:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Christian Leysen,
- Ellen Van Orshaegen

#### **Vergaderfrequentie**

Het ad hoc subcomité Beheersovereenkomst kwam in 2018 twee keer samen.

## Gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege

### Samenstelling

De gedelegeerd bestuurder wordt benoemd en ontslagen door de Algemene Vergadering. Dit is zo bepaald in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten van de VRT.

De gedelegeerd bestuurder wordt bijgestaan door het VRT-directiecollege dat hij voorziet.

De samenstelling van het VRT-directiecollege is vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en in artikel 17 van de statuten. De leden van het VRT-directiecollege worden aangesteld en ontslagen door de Raad van Bestuur op voordracht van de gedelegeerd bestuurder.

Het VRT-directiecollege was in 2018 als volgt samengesteld:

- Hans Cockx, algemeen directeur HR,
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie,
- Mick De Valck, algemeen directeur Technologie & Operaties (tot en met 30 april 2018),
- Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie & Innovatie (sinds 1 mei 2018),
- Liesbet Vrieman, algemeen directeur Informatie,
- Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën (tot en met 30 april 2018),
- Lut Vercurysse, directeur Strategie (tot en met 17 mei 2018)

Op 1 januari 2019 werd de vacante positie van algemeen directeur Operaties & Financiën ingenomen door Lieven Vermaele.

Een korte biografie van de leden van het VRT-directiecollege en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, wordt weergegeven op de bedrijfswebsite van de VRT (Vrt.be).

### Vergaderfrequentie

De vergaderingen van het VRT-Directiecollege worden in principe wekelijks gehouden, gewoonlijk op woensdag. Het VRT-Directiecollege vergaderde 41 keer in 2018.

### Bevoegdheden

De bevoegdheid van de gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege zijn vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten.

De gedelegeerd bestuurder is belast met en exclusief bevoegd voor de volgende taken van het operationele bestuur van de VRT:

1. op het vlak van het management van de dienstverlening: de voorbereiding en de uitvoering van de jaarlijkse ondernemingsplannen en strategische meerjarenplannen, die voortvloeien uit de beheersovereenkomst en goedgekeurd worden door de raad van bestuur;
2. inzake de productontwikkeling: het ontwikkelen van nieuwe en het verbeteren van bestaande diensten, producten en processen die passen in het beleid van de VRT;

3. inzake het personeelsbeleid: het voeren van een coherent personeelsbeleid, dat afgestemd is op de strategische ontwikkeling van de VRT en de omgevingsfactoren waarbinnen de dienstverlening plaatsvindt, overeenkomstig de rechtspositieregeling van het personeel en de richtlijnen van de Raad van Bestuur binnen het jaarlijkse ondernemingsplan daarover;
4. inzake het financiële beleid: de uitvoering van alle budgettaire en boekhoudkundige verrichtingen binnen het jaarlijkse ondernemingsplan, met inbegrip van het registreren van de verbintenissen, de goedkeuring en de boeking van de verplichtingen, de boeking van de vorderingen en het doen van alle ontvangsten en uitgaven binnen de machtigende begroting;
5. inzake het beheer van de infrastructuur: het voeren van een coherent beleid voor gebouwen, verbruiks- en patrimoniumgoederen, een efficiënt voorraadbeheer en het optimale beheer van de infrastructuur van de VRT binnen de limieten van het door de Raad van Bestuur goedgekeurde investeringsprogramma;
6. inzake communicatie en public relations: het voeren van een eigentijds intern en extern communicatiebeleid, in overeenstemming met de door de Raad van Bestuur vastgelegde richtlijnen daarover;
7. het vaststellen van het programma-aanbod en het uitzendschema;
8. het nemen van andere operationele beslissingen die nuttig of nodig zijn voor de goede werking van de VRT en die niet tot de bevoegdheden behoren van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder neemt met raadgevende stem deel aan de vergaderingen van de Raad van Bestuur. Hij bereidt de beslissingen van de Raad van Bestuur voor en verstrekt de Raad van Bestuur alle nodige inlichtingen. Hij brengt alle voorstellen die voor de werking van de VRT nuttig of nodig zijn op de agenda van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder vertegenwoordigt de VRT in de gerechtelijke en buitengerechtelijke handelingen, met inbegrip van het optreden voor administratieve rechtscolleges, en treedt rechtsgeldig op in naam en voor rekening van de VRT, zonder dat hij dat aan de hand van een beslissing van de Raad van Bestuur moet staven.

Met behoud van de toepassing van de rechtspositie-regeling van het personeel mag de gedelegeerd bestuurder onder zijn verantwoordelijkheid een of meer specifieke bevoegdheden, met inbegrip van die welke vermeld worden in artikel 16 van de statuten, delegeren aan een of meer personeelsleden van de VRT.

De gedelegeerd bestuurder voert de beslissingen van de Raad van Bestuur uit.

## Bezoldigingen van de leden van de bestuursorganen

### Bezoldiging van de bestuurders

Aan alle bestuurders samen werd met betrekking tot 2018



in totaal een brutobedrag uitgekeerd van 120.210,02 euro aan vaste vergoedingen en presentiegelden. Artikel 14 van de statuten bepaalt: "De algemene vergadering legt de vergoeding van de bestuurders vast."

De vergoedingen van de leden van de Raad van Bestuur bestaan sinds 1 juli 2018 uit:

- een vaste vergoeding op jaarbasis van 3.250 euro, voor zover het lid van de Raad van Bestuur ten minste twee derde van het totaal aantal vergaderingen bijwoont;
- een presentiegeld van 325 euro per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur voor maximaal 15 vergaderingen per jaar. Vanaf de 16e vergadering op jaarbasis en ongeacht de aan- of afwezigheid van een bestuurder op de voorafgaande vergaderingen, wordt het bedrag per vergadering gehalveerd;
- de vaste vergoeding op jaarbasis en het presentiegeld per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur wordt verdubbeld voor de Voorzitter van de Raad van Bestuur;
- een presentiegeld van 325 euro per bijgewoonde (buitengewone) Algemene Vergadering toe te kennen. Voor de voorzitter van de Raad van Bestuur wordt dit presentiegeld per bijgewoonde vergadering verdubbeld;
- de bestuurders die lid zijn van het Auditcomité, het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen VAR, het Benoemings- en Remuneratiecomité, het Adhocsubcomité Beheersovereenkomst, de Raad van Bestuur van Media Invest Vlaanderen NV en de Raad van Bestuur VIAA ontvangen een presentiegeld van 325 euro per bijgewoonde vergadering. Voor de voorzitter van deze vergaderingen wordt dit presentiegeld per bijgewoonde vergadering verdubbeld.
- de bestuurder die als vaste vertegenwoordiger in de Raad van Bestuur VAR zetelt voor het uitoefenen van het bestuurdersmandaat namens de VRT, ontvangt een presentiegeld van 325 euro per bijgewoonde vergadering.
- de leden van de Raad van Bestuur VRT die lid zijn van het *Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT* en/of het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* en/of de Commissie gerechtelijke vorderingen ontvangen een presentiegeld van 325 euro per bijgewoonde vergadering van de respectievelijke Raad van Bestuur, Algemene Vergadering of Commissie gerechtelijke vorderingen.
- voor de voorzitter van het *Pensioenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT* en/of het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* en/of de Commissie gerechtelijke vorderingen die tevens lid is van de Raad van Bestuur VRT, wordt dit presentiegeld per bijgewoonde vergadering verdubbeld.

De vermelde bedragen zijn geïndexeerde bedragen, volgen de evolutie van het gezondheidsindexcijfer en zijn gekoppeld aan de spilindex.

De bestuurders ontvangen daarnaast ook een vergoeding voor de reiskosten verbonden aan de uitoefening van hun mandaat. Aan alle bestuurders samen werd met betrekking tot 2018 in totaal een bedrag uitgekeerd van 5.793,86 euro aan vergoedingen voor reiskosten.

Deze regeling staat beschreven in het reglement *Terugbetaling reiskosten leden Raad van Bestuur*, goedgekeurd door het Remuneratie- en benoemingscomité van 29 maart 2011.

Door de Vlaamse overheid werd in 2018 een vergoeding van 6.447,47 euro netto toegekend aan de gemeenschapsafgevaardigde.

### **Bezoldiging van de gedelegeerd bestuurder en het directiecollege**

Artikel III.25. van het Bestuursdecreet van 7 december 2018 bepaalt: "De jaarlijkse bezoldiging van de personeelsleden van de overheidsinstanties, vermeld in artikel III.22, eerste lid, mag niet meer bedragen dan de jaarlijkse bezoldiging van de minister-president van de Vlaamse Regering."

In 2018 ontving de gedelegeerd bestuurder een bruto bezoldiging van 259.058,83 euro. De totale bruto bezoldiging van het directiecollege bedroeg 888.910,49 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel III.25. van het Bestuursdecreet.

Paul Lembrechts, gedelegeerd bestuurder, laat zich bijstaan door het directiecollege en zit het voor.

### **Mededelingen inzake deugdelijk bestuur**

Conform het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT* voert de Raad van Bestuur, onder leiding van de voorzitter van de Raad van Bestuur, tweejaarlijks een zelfevaluatie door om vast te stellen of de Raad zelf en de Comités efficiënt functioneren.

De evaluatie heeft als doelstellingen:

- beoordelen hoe de Raad werkt waaronder ook zijn rol, positie, omvang en samenstelling;
- nagaan of de belangrijke punten behoorlijk worden voorbereid en behandeld.

De Raad van Bestuur beoordeelt ook de interactie met de gedelegeerd bestuurder en het Directiecollege en met de Aandeelhouder.

Aan de hand van een zelfevaluatievragenlijst wordt gevraagd in welke mate er voldaan wordt aan de vereisten, handelingen en te nemen beslissingen die worden opgelegd door het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT* en op de werking van de Raad van Bestuur.

De tweejaarlijkse zelfevaluatie vond plaats op 26 februari 2018. Op voordracht van de Raad van Bestuur werden enkele kleine tekstwijzigingen aan het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT* goedgekeurd op de Algemene Vergadering van 8 mei 2018 en aangepast.

Het *Charter Deugdelijk Bestuur van de VRT* wordt weergegeven op de bedrijfswebsite van de VRT (Vrt.be).

# INTERNE CONTROLEVERKLARING

De VRT-directie is verantwoordelijk voor de goede werking van het interne controlesysteem, het proces gericht op het verkrijgen van een redelijke zekerheid omtrent het bereiken van de doelstellingen op het gebied van:

- de effectiviteit van de bedrijfsprocessen;
- de efficiëntie van de bedrijfsprocessen;
- de betrouwbaarheid van de financiële informatie;
- de naleving van de wet- en regelgeving;
- de naleving van de interne beleidslijnen en procedures;
- het bewaken van de activa.

De VRT heeft hiertoe de nodige maatregelen genomen, zoals:

- de uitvoering van het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*, met een duidelijke beschrijving van de rol en de bevoegdheden van de Raad van Bestuur, de comités, de gedelegeerd bestuurder en het directiecollege (conform de bepalingen van het Mediadecreet);
- de toepassing van het single auditprincipe: de samenwerking tussen de statutaire commissaris, het Rekenhof en de Interne Audit zodat er een grotere dekking is van de controlegebieden en een efficiënte en geïntegreerde rapportering;

- uitgebreide rapporteringsprocessen omtrent financiële gegevens op maand-, kwartaal- en jaarbasis naar de Raad van Bestuur, het directiecollege, binnen de directies en binnen de afdelingen;
- een financiële delegatieregeling die beschrijft wie welke beslissingen met financiële gevolgen kan nemen;
- de permanente aandacht om de organisatie af te stemmen op de noden vanuit de opdrachten of de omgeving;
- de implementatie en de concrete uitrol van een informatie-veiligheidsbeleid;
- het formeel aanstellen van een "risk & compliance"-verantwoordelijke met directe rapporteringslijn aan de gedelegeerd bestuurder. Met het oog op de verordening over de privacy van persoonsgegevens vervult deze persoon ook de rol van functionaris voor de gegevensbescherming (Data Protection Officer);
- het (risicogebaseerd) uitrollen van diverse trajecten met het oog op de privacywetgeving (AVG: zie p. 86) die in 2018 in voege ging;
- het uitwerken en opstarten van een implementatieplan ter versterking van de tweedelijns controlefuncties door een externe partij.



# INTERNE CONTROLE EN DE ROL VAN HET AUDITCOMITÉ EN DE INTERNE AUDIT-FUNCTIE

Interne controle of organisatiebeheersing omvat de wijze waarop een organisatie haar doelstellingen bepaalt, hoe zij zich organiseert om die doelstellingen op een efficiënte, effectieve, ethische en kwaliteitsvolle manier tot stand te brengen, op te volgen en tijdig bij te sturen waar nodig en hoe zij verantwoording aflegt aan haar belanghebbenden.

Het Auditcomité van de VRT ondersteunt de Raad van Bestuur in de bijhorende toezichtsfunctie, en kan alle aanbevelingen maken die het noodzakelijk acht, zowel aan de Raad van Bestuur als aan de gedelegeerd bestuurder. Het Auditcomité wordt daarbij ondersteund door meerdere onafhankelijke controlefuncties, o.a. de Interne Audit, de externe audit (commissaris), het Rekenhof en Audit Vlaanderen.

Het Auditcomité bevraagt op de maandelijks vergaderingen regelmatig de gedelegeerd bestuurder, de manager van de Interne Audit en de commissarissen over de risico's waar de VRT mee geconfronteerd wordt of kan worden. Indien nuttig of gewenst worden leden van het management van de VRT of externe experts uitgenodigd. Het Auditcomité van de VRT gaat ook na of de organisatie op een gepaste wijze heeft gereageerd op de aanbevelingen van de controleactoren waarmee de organisatie te maken heeft en de wijze waarop de organisatie met deze risico's omgaat.

Conform de toepassing van het single auditprincipe, organiseren de onafhankelijke controlefuncties zich op zo'n manier dat de grootst mogelijke afdekking van het audituniversum wordt bereikt met een zo laag mogelijke controlelast voor de geauditeerden. Daarbij worden ieders eigenheid, de finaliteit van de verschillende controlewerkzaamheden en de bestemmingen van de respectievelijke rapporteringen streng bewaakt.

Een Interne Audit-functie bij de VRT verschaft op een onafhankelijke manier redelijke zekerheid aan de bestuursorganen en aan het directiecollege over de kwaliteit en de doeltreffendheid van de interne controle, het risicobeheer en de systemen en processen van deugdelijk bestuur. De Interne Audit van de VRT voert daarom zowel financiële, operationele, compliance- als management- audits uit. Om de onafhankelijkheid van de Interne Audit te waarborgen, ressorteert deze rechtstreeks onder de voorzitter van het Auditcomité. Die positie werd decretaal verankerd.

De belangrijkste doelstellingen van Interne Audit zijn:

1. een impuls tot verbetering geven door het plannen, uitvoeren en opvolgen van operationele, financiële, compliance en management-gerelateerde audit-opdrachten waarbij de sterktes en zwaktes van de werking van de organisatie – of onderdelen ervan – in kaart gebracht worden;
2. het beoordelen van de betrouwbaarheid, de volledigheid en de tijdigheid van de managementinformatie om bij te dragen tot de verbetering van de kwaliteit van de besluitvorming;
3. het formuleren van aanbevelingen bij het ontwikkelen van nieuwe procedures en het evalueren van geldende procedures, delegaties en controlesystemen zodat deze beantwoorden aan de reële noden van de organisatie en ze stipt worden nageleefd;
4. het formuleren, na onderzoek en evaluatie van de wijze waarop de organisatie beslag legt op mensen en middelen, van de nodige aanbevelingen om de efficiëntie, integriteit, kwaliteit en effectiviteit te optimaliseren;
5. het formuleren van aanbevelingen voor het management bij de uitbouw van risicomanagement en bij het sensibiliseren van VRT-medewerkers op het vlak van de interne controle.



“Als zorgverlener in een bedrijf, bouw je een band op met de mensen die er werken.”

## Karine Maes

### Bedrijfsverpleegkundige

Bij de medische dienst van de VRT is iedereen welkom. We proberen te helpen bij directe medische problemen maar ook bij meer persoonlijke problemen. Dat kan dan, bij wijze van spreken, gaan van pijn aan de rug tot problemen in de privésfeer. We werken ook graag mee als er medische thema's aan bod komen in onze radio-en televisieprogramma's. De VRT is een bedrijf in de creatieve sector, waardoor er al eens zaken voorvallen die je elders niet snel zal tegenkomen. Op een dag kwamen hier bijvoorbeeld twee oververmoeide types aan. Het bleken de muzikanten van Royal Blood te zijn. We hebben hen hier verzorgd en achteraf stuurden ze een gesigneerd exemplaar van hun cd met daarop "thank you for the drugs" (*lacht*).

Als zorgverlener in een bedrijf, bouw je echt een band op met de mensen die er werken. Mijn directe collega Gabriella en ik werken hier allebei al meer dan 20 jaar. Wij zien mensen als het ware opgroeien bij de VRT. Ze komen schuchter aan voor een aanwervingsonderzoek en een aantal jaar later zien we ze bijvoorbeeld als zwangere vrouwen op de VRT rondlopen. Nog wat later brengen ze de kindjes naar het kinderdagverblijf of naar het speelbos. Het is fijn om de levensloop van onze collega's mee te maken.

Bij de VRT is er geen homogeen publiek, we verzorgen niet enkel mensen die achter een bureau zitten. Hier zijn verschillende profielen zoals decorbouwers, keukenpersoneel en journalisten aan de slag. Dat maakt dat mensen met veel verschillende kwalen en problemen tot bij de medische dienst komen. Zelf leer ik van al die verschillende mensen ook veel bij en leer ik tegelijk meer over mezelf. Om met iedereen te kunnen omgaan, moet je je openstellen. Vroeger was ik veel stugger, hier ben ik soepeler geworden. Dat vind ik mijn grootste prestatie op al die jaren dat ik op de VRT werk. Geen enkele dag is hetzelfde, maar het is ongelooflijk tof. Daardoor kom ik nog altijd met plezier werken.



## 9

## FINANCIËLE RESULTATEN

Het financieel kader waarbinnen de VRT haar opdracht moet vervullen, wordt beschreven in de Beheersovereenkomst 2016-2020. Dat heeft betrekking op verschillende elementen: de basisfinanciering van de publieke opdracht, de financiering van de VRT-nieuwbouw, Brussels Philharmonic en de herstructureringskosten, de eigen commerciële inkomsten, de pensioenbijdrage en de financiële betrekkingen tussen de VRT en de Vlaamse overheid.

## 8.1

## JAARREKENING

## EVALUATIE 2018

De VRT en haar medewerkers behaalde in 2018 de voorop gestelde strategische doelstellingen uit de Beheersovereenkomst 2016-2020 (vrijwel volledig) ( *1) Voor iedereen relevant, 2) Informatie, cultuur en educatie prioritair, 3) Publieke meerwaarde voor ontspanning en sport, 4) Aangescherpte merkenstrategie met VRT als kwaliteitslabel, 5) Toekomstgericht, digitaal en innovatief, 6) Versterking van het media-ecosysteem, 7) Efficiënte en wendbare organisatie* ). De beheersovereenkomst bepaalt dat de missie van de VRT erop gericht is om de Vlaming te informeren, te stimuleren en te verbinden, met het oog op het versterken van de Vlaamse samenleving.

De beheersovereenkomst stelt dat de VRT als publieke omroep van alle Vlamingen, zoveel mogelijk, zoniet alle Vlamingen, moet bereiken met een "waardegedreven aanbod". In 2018 bereikte zij wekelijks gemiddeld 88,7% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder). Op dagbasis bereikte de VRT via radio gemiddeld 3.095.876 Vlamingen (ouder dan 12 jaar) en via televisie gemiddeld 2.666.339 Vlamingen (ouder dan 4 jaar). Voor het online-aanbod van de VRT waren er dagelijks gemiddeld 1.217.037 unieke bezoekers. De omroep realiseert zijn opdracht door in te zetten op kwaliteit, te focussen op zijn kernopdracht, een afgewogen merkenpolitiek en een aanwezigheid op zoveel mogelijk relevante mediaplatformen.

VRT-radio behield zijn leidende positie in het Vlaamse radiolandschap. In 2018 bedroeg het marktaandeel van VRT-radio gemiddeld 63,2%. De VRT is zich wel bewust van de kwalitatieve sterkte van de commerciële radiozenders, de digitalisering van het radiolandschap en de gevolgen ervan in de toekomst. Radio 1 behield zijn positie als nieuwszender en stimuleerde het publieke debat. Radio 2 was gericht op een breed publiek, met aandacht voor de verschillende Vlaamse regio's en Nederlandstalige muziek. MNM bracht een mix van ontspanning en informatie voor jongeren en nieuwe Vlamingen. Studio Brussel zette op een eigenzinnige manier in op creativiteit, met muziek als motor. De cultuurzender Klara had o.a. aandacht voor de kunst- en cultuuragenda, klassieke muziek, jazz en wereldmuziek. VRT-radio versterkte ook het online-aanbod (website en sociale media) van haar merken. Uit waarderingsonderzoek bleek dat de luisteraars het aanbod van VRT-Radio waardeerden. De radionetten kregen als waarderingscijfers: Radio 1: 8,1; Radio 2: 8,3; MNM: 8,0; Studio Brussel: 8,1 en Klara: 8,1.

De aanbodsmerken die in de eerste plaats gericht zijn op audiovisueel aanbod (Eén, Canvas en Ketnet) bleven sterke resultaten bieden. In 2018 bedroeg het marktaandeel van VRT-Televisie gemiddeld 37,3%. Dit ondanks de verschuivingen in het mediagebruik door de Vlaming, als gevolg van de digitalisering en internationalisering (waarbij de Vlaming meer keek naar aanbod-op-aanvraag). De VRT zette trouwens ook zelf in op aanbod-op-aanvraag met haar aanbod op de online-videospeler VRT NU, een

aanbod dat aansloot bij de aanbodsmerken. Eén, Canvas en Ketnet onderscheiden zich met hun aandacht voor Vlaamse en kwaliteitsvolle producties en investeringen in hun online-aanbod.

Eén had in zijn aanbod dat gericht is op een breed publiek (van jong tot oud), ruim aandacht voor informatie, cultuur, educatie en maatschappelijke meerwaarde. De waarderingsmonitor leverde als gemiddeld waarderingscijfer voor Eén 8,1 op 10. Canvas bracht voor alle Vlaamse meerwaardezoekers een aanbod van informatie & duiding, cultuur, wetenschappen, sport en ontspanning (waarderingscijfer: 8,2). Ketnet tenslotte bood een gevarieerd, veilig en kwaliteitsvol kinderaanbod. Het submerk Ketnet Junior had daarbij aandacht voor de jongste doelgroep (tot 5 jaar).

VRT NWS, het aanbodsmerk van de VRT dat het informatie-aanbod van de VRT overkoepelt, bleef de betrouwbare bron voor onpartijdig en kwaliteitsvol nieuws in Vlaanderen en hanteerde daarbij een strikt deontologisch kader. Sporza had, als aanbodsmerk van de VRT dat gericht is op sport, aandacht voor berichtgeving over en duiding bij populaire en kleine sporten. Zowel VRT NWS als Sporza boden een thematisch online-aanbod.

Het mediagebruik van de Vlamingen is volop aan het wijzigen. De openbare omroep blijft, in het belang van de Vlaamse samenleving, focussen op haar publieke opdracht en op kwaliteitsvol Vlaams aanbod, om ook in de toekomst toonaangevend te blijven.

## Financieel verslag

Aan de VRT werd door de Vlaamse overheid in 2014 een bijkomend besparingstraject opgelegd, zijnde 15 miljoen euro in 2015 en oplopend met 5,5 miljoen euro in 2016 en telkens 3 miljoen euro in 2017, 2018 en 2019 of in totaal 29,5 miljoen euro. Daarnaast werd de VRT geconfronteerd met horizontale besparingen (onder andere niet-indexering en besparingen in het budget voor Onderzoek & Innovatie).

Tijdens de onderhandelingen voor de Beheersovereenkomst 2016-2020 werd bijkomend opgelegd dat de VRT niet meer gecompenseerd zou worden voor de stijgende personeelskosten, de zogenaamde vergrijzingskosten (zoals voordien wel gebeurde).

In de beheersovereenkomst werden ook bijkomende doelstellingen opgenomen die mee bepalend zijn geweest in de gemaakte keuzes om budgettair in evenwicht te komen over de duur van de beheersovereenkomst. Deze doelstellingen gaan onder andere over een opgelegde bovengrens voor de personeelskosten (maximum 43,25% van de totale inkomsten) en een minimumbesteding van VRT-middelen aan externe producties (15% van de totale



inkomsten in 2016, oplopend tot 18,25% in 2020). Enkele voorbeelden van de besparingen die werden ingeschreven:

- actualisering / scherper zetten van het personeelsbudget
- actualisering / scherper zetten van het investeringsplan
- extra inkomsten (o.a. samenwerkingen met distributie)
- her-allocatie reserves & consultancybudgetten
- sociaal akkoord over uitstroom personeel

Er werd tegelijk ook extra geïnvesteerd in:

- de instroom van nieuwe medewerkers
- de ontwikkeling van medewerkers en leidinggevenden

In 2016 besliste de Vlaamse regering om in 2017, 2018 en 2019 de werkingsmiddelen niet te indexeren (als horizontale maatregel binnen de Vlaamse overheid). Deze niet-indexering raakt in het bijzonder de VRT omwille van 2 redenen:

- Ten eerste bevatte het toekomstplan van de VRT een ambitieus sociaal plan (dat zonder sociale onrust wordt uitgevoerd) en een strak financieel plan dat streeft naar een evenwicht in kosten en opbrengsten, waarbij de opgelegde besparingen worden uitgevoerd. Dat plan moest gerealiseerd worden binnen de parameters die waren opgelegd in de beheersovereenkomst, waarvan de indexatie van de werkingsmiddelen een integraal onderdeel vormde. Het wegvallen van de indexatie van de werkingsmiddelen zou dan ook raken aan de goede uitvoering van het sociaal plan. Om dat te voorkomen werd bespaard op de niet-loonkosten en gezocht naar nieuwe eigen inkomsten.
- De VRT heeft bovendien een kostenstructuur waarbij de niet-indexatie van de werkingsmiddelen harder doorwerkt (dan een eventuele niet-indexatie van de personeelskosten): 58% van de bedrijfskosten zijn immers werkingskosten (het personeelsaandeel van de dotatie volgt wel de indexevolutie). Dat heeft tot gevolg dat deze beperking van de dotatie, zwaarder doorweegt ten opzichte van andere organisaties met een kostenstructuur waarvan het aandeel werkingskosten lager ligt.

Door beslissingen van de Vlaamse Regering (22 december 2017) wordt de VRT echter in 2018 (en ook in 2019) gecompenseerd voor de niet-indexatie van de werkingsmiddelen. Die compensatie is weliswaar volledig maar niet structureel. Die gebeurt:

- door enerzijds gebruik te maken van het resterende saldo van de herstructureringsdotatie die voorzien werd door de Vlaamse regering (maar niet volledig noodzakelijk was voor de uitvoering van het sociaal akkoord)
- en anderzijds door meer middelen uit de reserves van VAR (waarvan de VRT volle eigenaar is) over te maken aan de VRT.

Tevens garandeert de Vlaamse Regering de basisdotatie,

voor zover dit engagement kadert binnen de jaarlijks goed te keuren begroting van de Vlaamse gemeenschap die onderhevig is aan de macro-economische evoluties en indicatoren.

## Onderzoek en innovatie

In 2018 bouwde VRT Innovatie mee aan de toekomstige mediabeleving door te focussen op thema's als interactie, co-creatie, data en personalisatie. Met het oog op een persoonlijker, interactiever en immersiever aanbod werkte de afdeling samen met Vlaamse en Europese partners, waaronder start-ups, universiteiten, onderzoeksinstituten, omroepen en andere mediaorganisaties.

VRT Innovatie werkte in 2018 aan 16 onderzoeksprojecten, waarvan er 3 nieuwe projecten goedgekeurd werden voor subsidiëring door de Europese Commissie en het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen. VRT Innovatie nam actief deel aan de EBU Research Group, de Raad van Bestuur van de Big Data Value Association (een Europese publiek-private samenwerking) en het Europees Technologieplatform New European Media.

Om Vlamingen te informeren, te inspireren en te verbinden met de toekomst van media experimenteerde VRT Innovatie met nieuwe content-formats (zoals een nieuwsbrief, een podcast en vlogs), en organiseerde de afdeling een nieuwe editie van het evenement Media Fast Forward voor meer dan 1000 (inter)nationale deelnemers. Daarnaast werden nieuwsberichten en inzichten van verscheidene projecten op [Innovatie.vrt.be](http://Innovatie.vrt.be) gedeeld.

## Financiële instrumenten

Gezien het belang van de aankopen in vreemde deviezen (USD, CHF en GBP) en de noodzaak om de aankoop- en projectbudgetten efficiënt te kunnen plannen, worden jaarlijks valuta-optiecontracten afgesloten die de onderneming maximaal indekken tegen wisselkoersrisico's op de schulden in vreemde deviezen over een periode van 1 jaar. De totale waarde van de hedgingcontracten op 31 december 2018 bedroeg 2,9 miljoen euro.

## Remuneratieverslag

Conform artikel 100, 6<sup>o</sup>/3 van het Wetboek van Vennootschappen geven wij u een overzicht op individuele basis van het bedrag van de remuneratie en andere betaalde voordelen, zowel in speciën als in natura, die, rechtstreeks of onrechtstreeks, door de vennootschap of een vennootschap die tot de consolidatiekring van de vennootschap behoort, aan niet-uitvoerende bestuurders en de uitvoerende bestuurders wat betreft hun mandaat als lid van de Raad van Bestuur tijdens het door het jaarverslag behandelde boekjaar werden toegekend.

Naam	Bruto vergoedingen
Van den Brande Luc	27.490,80
Van Orshaegen Ellen	9.710,16
Beinaerts Philippe	8.113,43
Conix Christine	3.055,14
De Clercq Marc	12.256,33
El Kaouakibi Sihame	1.575,45
Leysen Christian	10.761,96
Matthys Véronique	3.992,09
Moyaert Nico	10.263,68
Piryns Freya	7.523,85
Reniers Christine	9.376,47
Roegiers Jan	8.311,61
Verhaegen Christianne	8.274,64
Verhaeghe Charlotte	5.298,27

Artikel III.25. van het Bestuursdecreet van 7 december 2018 bepaalt: "De jaarlijkse bezoldiging van de personeelsleden van de overheidsinstanties, vermeld in artikel III.22. eerste lid, mag niet meer bedragen dan de jaarlijkse bezoldiging van de minister-president van de Vlaamse Regering."

In 2018 ontving de gedelegeerd bestuurder een bruto bezoldiging van 259.058,83 euro. De totale bruto bezoldiging van het directiecollege bedroeg 888.910,49 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel III.25. van het Bestuursdecreet.

Paul Lembrechts, gedelegeerd bestuurder, laat zich bijstaan door het directiecollege en zit het voor.

Het VRT-directiecollege was in 2018 als volgt samengesteld:

- Hans Cockx, algemeen directeur HR.
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie.
- Mick De Valck, algemeen directeur Technologie & Operaties (tot en met 30 april 2018).
- Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie & Innovatie (sinds 1 mei 2018).
- Liesbet Vrieman, algemeen directeur Informatie.
- Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën (tot en met 30 april 2018).
- Lut Vercruysse, directeur Strategie (tot en met 17 mei 2018).

Op 1 januari 2019 werd de vacante positie van algemeen directeur Operaties & Financiën ingenomen door Lieven Vermaele.

#### Bijkantoren

De vennootschap heeft geen bijkantoren.

#### Continuïteitsverklaring

Niet van toepassing.

#### Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

Niet van toepassing.

#### Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 3.170.621,99 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 158.531,10 euro toe te voegen aan de wettelijke reserve, zijnde 5,00% van de winst.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 200.000,00 euro te onttrekken aan de reserve Onderzoek & Innovatie.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om de terugname van de waardevermindering aangelegd voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum ingevolge de geplande verhuizing, zijnde 337.000,00 euro, toe te voegen aan de reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een bedrag van 6.273.836,67 euro toe te voegen aan het reservefonds voor de nieuwbouw, zijnde het resultaat van de dalende afschrijvingen en werkingsmiddelen omwille van de geplande verhuizing naar het nieuwe gebouw en de meerwaarde op de verkoop van het gebouw en gronden. Deze reserve zal later aangewend worden voor de financiering van de kosten verbonden aan het nieuwe gebouw.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 3.398.745,78 euro te onttrekken aan het reservefonds publieke opdracht, zijnde het resultaat van de publieke opdracht verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve en na toevoegingen aan het reservefonds voor de nieuwbouw en buitengebruikstelling van het omroepcentrum.

Brussel, 25/03/2019



**Luc Van den Brande**  
Voorzitter Raad van Bestuur



**Paul Lembrechts**  
Gedelegeerd bestuurder VRT

## BALANS EN RESULTATENREKENING

(in euro)

<b>VOL 3.1 ACTIVA</b>	<b>Toel.</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>VASTE ACTIVA</b>		<b>21/28</b>	<b>65.337.171,02</b>	<b>63.578.681,28</b>
<b>Immateriële vaste activa</b>	<b>6.2</b>	<b>21</b>	<b>8.777.142,00</b>	<b>8.184.585,00</b>
<b>Materiële vaste activa</b>	<b>6.3</b>	<b>22/27</b>	<b>41.377.860,95</b>	<b>41.591.391,01</b>
Terreinen en gebouwen		22	5.937.843,42	5.843.516,42
Installaties, machines en uitrusting		23	18.882.392,00	20.082.788,00
Meubilair en rollend materieel		24	4.920.695,37	5.515.579,37
Overige materiële vaste activa		26	108.470,25	108.470,25
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	11.528.459,91	10.041.036,97
<b>Financiële vaste activa</b>	<b>6.4/6.5.1</b>	<b>28</b>	<b>15.182.168,07</b>	<b>13.802.705,27</b>
Verbonden ondernemingen	6.15	280/1	13.567.336,31	13.567.336,31
Deelnemingen		280	13.567.336,31	13.567.336,31
Ondernemingen waarmee een deelnemingsverhouding bestaat	6.15	282/3	1.261.700,00	
Deelnemingen		282	1.261.700,00	
Vorderingen		283		
Andere financiële vaste activa		284/8	353.131,76	235.368,96
Aandelen		284	353.131,76	235.368,96
<b>VLOTTENDE ACTIVA</b>		<b>29/58</b>	<b>383.762.187,93</b>	<b>372.742.553,72</b>
<b>Vorderingen op meer dan één jaar</b>		<b>29</b>	<b>58.359.062,50</b>	<b>77.651.122,00</b>
Overige vorderingen		291	58.359.062,50	77.651.122,00
<b>Voorraden en bestellingen in uitvoering</b>		<b>3</b>	<b>99.902.075,36</b>	<b>100.178.761,94</b>
Voorraden		30/36	99.902.075,36	100.178.761,94
Grond- en hulpstoffen		30/31	47.856.014,99	47.763.471,19
Goederen in bewerking		32	47.215.200,36	49.190.954,98
Gereed product		33	1.618.419,01	3.086,44
Handelsgoederen		34		1.618,20
Vooruitbetalingen		36	3.212.441,00	3.219.631,13
<b>Vorderingen op ten hoogste één jaar</b>		<b>40/41</b>	<b>216.006.857,78</b>	<b>58.965.980,13</b>
Handelsvorderingen		40	50.318.882,85	51.546.720,28
Overige vorderingen		41	165.687.974,93	7.419.259,85
<b>Geldbeleggingen</b>	<b>5.6</b>	<b>50/53</b>		
Overige beleggingen		51/53		
<b>Liquide middelen</b>		<b>54/58</b>	<b>4.963.675,78</b>	<b>130.999.232,11</b>
<b>Overlopende rekeningen</b>	<b>5.6</b>	<b>490/1</b>	<b>4.530.516,51</b>	<b>4.947.457,54</b>
<b>TOTAAL DER ACTIVA</b>		<b>20/58</b>	<b>449.099.358,95</b>	<b>436.321.235,00</b>

<b>VOL 3.2 PASSIVA</b>	<b>Toel.</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>EIGEN VERMOGEN</b>		<b>10/15</b>	<b>278.592.440,34</b>	<b>275.428.650,35</b>
<b>Kapitaal</b>	<b>6.7.1</b>	<b>10</b>	<b>137.509.336,99</b>	<b>137.509.336,99</b>
Geplaatsd kapitaal		100	137.509.336,99	137.509.336,99
<b>Reserves</b>		<b>13</b>	<b>95.522.951,63</b>	<b>92.352.329,64</b>
Wettelijke reserve		130	4.765.768,23	4.607.237,13
Beschikbare reserves		133	90.757.183,40	87.745.092,51
<b>Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)</b>		<b>14</b>	<b>45.551.078,72</b>	<b>45.551.078,72</b>
<b>Kapitaalsubsidies</b>		<b>15</b>	<b>9.073,00</b>	<b>15.905,00</b>
<b>VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN</b>		<b>16</b>	<b>5.632.589,70</b>	<b>6.064.982,28</b>
<b>Voorzieningen voor risico's en kosten</b>		<b>160/5</b>	<b>5.632.589,70</b>	<b>6.064.982,28</b>
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	55.040,70	82.406,19
Overige risico's en kosten	6.8	163/5	5.577.549,00	5.982.576,09
<b>SCHULDEN</b>		<b>17/49</b>	<b>164.874.328,91</b>	<b>154.827.602,37</b>
<b>Schulden op ten hoogste één jaar</b>	<b>6.9</b>	<b>42/48</b>	<b>160.877.023,30</b>	<b>147.555.755,51</b>
Schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen		42		
Financiële schulden		43	20.129.218,72	
Kredietinstellingen		430/8	20.129.218,72	
Handelsschulden		44	85.870.318,72	79.019.539,66
Leveranciers		440/4	85.870.318,72	79.019.539,66
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	6.9	45	52.135.278,94	51.117.276,01
Belastingen		450/3	23.112.454,13	21.545.244,18
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	29.022.824,81	29.572.031,83
Overige schulden		47/48	2.742.206,92	17.418.939,84
<b>Overlopende rekeningen</b>	<b>6.9</b>	<b>492/3</b>	<b>3.997.305,61</b>	<b>7.271.846,86</b>
<b>TOTAAL DER PASSIVA</b>		<b>10/49</b>	<b>449.099.358,95</b>	<b>436.321.235,00</b>



<b>VOL 4 RESULTATENREKENING</b>	<b>Toel.</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>Bedrijfsopbrengsten</b>		<b>70/74</b>	<b>437.113.830,09</b>	<b>526.632.589,72</b>
Omzet	6.10	70	425.149.083,97	447.665.892,14
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	-360.422,05	8.983.121,82
Andere bedrijfsopbrengsten	6.10	74	11.663.619,37	10.382.041,68
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	6.12	76A	661.548,80	59.601.534,08
<b>Bedrijfskosten</b>		<b>60/64</b>	<b>440.716.597,61</b>	<b>465.281.813,97</b>
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60	23.619.925,84	19.055.414,88
Aankopen		600/8	23.400.814,46	29.955.548,13
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	219.111,38	-10.900.133,25
Diensten en diverse goederen		61	224.679.106,52	228.828.997,14
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	6.10	62	177.969.964,64	200.769.381,31
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	12.905.471,64	18.041.145,03
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	-211.050,49	-371.767,74
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	6.10	635/7	-432.392,58	-3.148.700,04
Andere bedrijfskosten	6.10	640/8	2.185.572,04	2.107.343,39
<b>Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) (+)/(-)</b>		<b>9901</b>	<b>-3.602.767,52</b>	<b>61.350.775,75</b>
<b>Financiële opbrengsten</b>		<b>75/76B</b>	<b>6.874.872,02</b>	<b>3.728.144,76</b>
Recurrente financiële opbrengsten		75	6.874.872,02	3.728.144,76
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	6.600.000,00	3.606.000,00
Opbrengsten uit vlottende activa		751	191.190,36	60.297,86
Andere financiële opbrengsten	6.11	752/9	83.681,66	61.846,90
<b>Financiële kosten</b>	<b>6.11</b>	<b>65/65B</b>	<b>28.940,51</b>	<b>538.947,14</b>
Recurrente financiële kosten		65	28.940,51	538.947,14
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-)		651		182.000,00
Andere financiële kosten		652/9	28.940,51	356.947,14
<b>Winst (Verlies) van het boekjaar voor belasting (+)/(-)</b>		<b>9903</b>	<b>3.243.163,99</b>	<b>64.539.973,37</b>
<b>Belastingen op het resultaat (+)/(-)</b>	<b>6.13</b>	<b>67/77</b>	<b>72.542,00</b>	<b>78.411,65</b>
Belastingen		670/3	72.542,00	78.411,65
<b>Winst (Verlies) van het boekjaar (+)/(-)</b>		<b>9904</b>	<b>3.170.621,99</b>	<b>64.461.561,72</b>
<b>Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)</b>		<b>9905</b>	<b>3.170.621,99</b>	<b>64.461.561,72</b>

<b>VOL 5 RESULTAATVERWERKING</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)</b>	<b>9906</b>	<b>48.721.700,71</b>	<b>110.012.640,44</b>
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	3.170.621,99	64.461.561,72
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	45.551.078,72	45.551.078,72
<b>Onttrekking aan het eigen vermogen</b>	<b>791/2</b>	<b>3.598.745,78</b>	<b>3.275.000,00</b>
aan de reserves	792	3.598.745,78	3.275.000,00
<b>Toevoeging aan het eigen vermogen</b>	<b>691/2</b>	<b>6.769.367,77</b>	<b>67.736.561,72</b>
aan de wettelijke reserves	6920	158.531,10	3.223.078,09
aan de overige reserves	6921	6.610.836,67	64.513.483,63
<b>Over te dragen winst (verlies) (+)/(-)</b>	<b>(14)</b>	<b>45.551.078,72</b>	<b>45.551.078,72</b>

<b>VOL 6.2.3. CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN.</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8052P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>41.852.101,54</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	3.357.998,78	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8032	443.120,80	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	688.376,48	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8052</b>	<b>45.455.356,00</b>	<b>33.667.516,54</b>
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8122P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Geboekt	8072	3.462.926,05	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8102	443.120,80	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	-9.107,79	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8122</b>	<b>36.678.214,00</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>211</b>	<b>8.777.142,00</b>	

<b>VOL 6.3.1. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>TERREINEN EN GEBOUWEN</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8191P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>20.214.913,48</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	452.482,46	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8171	12.646,99	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8181	375.280,95	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8191</b>	<b>21.030.029,90</b>	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8321P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>14.371.397,06</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Geboekt	8271	733.436,41	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8301	12.646,99	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8311		
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8321</b>	<b>15.092.186,48</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(22)</b>	<b>5.937.843,42</b>	

<b>VOL 6.3.2. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8192P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>175.017.934,62</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	5.151.258,97	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	10.648.069,55	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	-815,61	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8192</b>	<b>169.520.308,43</b>	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8322P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>154.935.146,62</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Geboekt	8272	6.672.071,39	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	10.561.331,55	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-407.970,03	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8322</b>	<b>150.637.916,43</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(23)</b>	<b>18.882.392,00</b>	

<b>VOL 6.3.3. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8193P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>65.657.536,44</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	1.441.425,63	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	9.125.697,68	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	-94.622,77	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8193</b>	<b>57.878.641,62</b>	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8323P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>60.141.957,07</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Geboekt	8273	2.035.720,79	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	9.107.577,68	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-112.153,93	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8323</b>	<b>52.957.946,25</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(24)</b>	<b>4.920.695,37</b>	

<b>VOL 6.3.5. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8195P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>1.776.044,45</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8165		
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	287.902,59	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	530.548,75	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8195</b>	<b>2.018.690,61</b>	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8325P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>1.667.574,20</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Geboekt	8275	1.317,00	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	287.902,59	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	529.231,75	
<b>Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar</b>	<b>8325</b>	<b>1.910.220,36</b>	
<b>Nettoboekwaarde per definitie van het boekjaar</b>	<b>(26)</b>	<b>108.470,25</b>	

<b>VOL 6.3.6. STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA</b>			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8196P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>10.041.036,97</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	3.333.523,36	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	347.332,62	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-1.498.767,80	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8196</b>	<b>11.528.459,91</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(27)</b>	<b>11.528.459,91</b>	

<b>VOL 6.4.1. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA</b>			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8391P</b>	<b>xxxxxxxxxxxxxx</b>	<b>13.567.336,31</b>
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8391</b>	<b>13.567.336,31</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(280)</b>	<b>13.567.336,31</b>	

<b>VOL 6.4.2. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA</b>			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>ONDERNEMINGEN MET DEELNEMINGSVERHOUDING - DEELNEMINGEN EN AANDELEN</b>			
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen	8362	5.011.700,00	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8392</b>	<b>5.011.700,00</b>	
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>	<b>8542</b>	<b>3.750.000,00</b>	
<b>Niet opgevraagde bedragen per einde van het boekjaar</b>	<b>8552</b>	<b>3.750.000,00</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(282)</b>	<b>1.261.700,00</b>	

<b>VOL 6.4.3. STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA</b>			
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>ANDERE ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN</b>			
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8393P</b>	<b>xxxxxxxxxxxx</b>	<b>235.368,96</b>
<b>Mutaties tijdens het boekjaar</b>			
Aanschaffingen	8363	275.292,80	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8373	157.530,00	
<b>Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar</b>	<b>8393</b>	<b>353.131,76</b>	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>(284)</b>	<b>353.131,76</b>	

### **VOL 5.5.1. INLICHTINGEN OMTRENT DE DEELNEMINGEN**

#### **DEELNEMINGEN EN MAATSCHAPPELIJKE RECHTEN AANGEHOUDEN IN ANDERE ONDERNEMINGEN**

Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit (opgenomen in de posten 280 en 282 van de activa), alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit (opgenomen in de posten 284 en 51/53 van de activa) ten belope van ten minste 10% van het geplaatste kapitaal.

NAAM, volledig adres van de ZETEL en zo het een onderneming naar Belgisch recht betreft, het ONDERNEMINGSNUMMER	Aangehouden maatschappelijke rechten			Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening			
	rechtstreeks		dochters	Jaarrekening per	Munt-code	Eigen vermogen	Nettoresultaat
	Aantal	%	%			(+) of (-) (in eenheden)	
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaan 107, bus b3 - 1932 Sint-Stevens-Woluwe België 0441.331.984 Gewone aandelen op naam	10.000	100,00	0,00	31/12/17	EUR	25.778.280	7.566.386
Media Invest Vlaanderen NV Oude Graanmarkt 63 - 1000 Brussel 1 België 0694.520.295 Gewone aandelen op naam	5.000	50,00	0,00		EUR	0	0
Digitale Radio Vlaanderen CV Medialaan 1 - 1800 Vilvoorde België 713.705.511	234	33,33	0,00		EUR	0	0



<b>VOL 6.6. GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)</b>		<b>Boekjaar</b>
<b>OVERLOPENDE REKENINGEN</b>		
<b>Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt</b>		
Voorafbetaalde kosten		3.929.703,33
Nog te ontvangen distributieakkoorden		228.181,21
Nog te ontvangen diverse		275.192,29

<b>VOL 6.7.1 STAAT VAN HET KAPITAAL EN DE AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>	<b>Aantal aandelen</b>
<b>STAAT VAN HET KAPITAAL</b>				
<b>Maatschappelijk kapitaal</b>				
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	100P	xxxxxxxxxxxxxxx	137.509.336,99	
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	(100)	137.509.336,99		
<b>Samenstelling van het kapitaal</b>				
<b>Soorten aandelen</b>				
aandelen zonder nominale waarde		137.509.336,99		100.000
aandelen op naam	8702	xxxxxxxxxxxxxxx		100.000

<b>VOL 6.8 VOORZIENINGEN VOOR OVERIGE RISICO'S EN KOSTEN</b>		<b>Boekjaar</b>
<b>UITSPLITSING VAN DE POST 163/5 VAN DE PASSIVA INDIEN DAARONDER EEN BELANGRIJK BEDRAG VOORKOMT</b>		
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten		5.377.549,00
Voorzieningen voor hangende geschillen		200.000,00

<b>VOL 6.9 STAAT VAN DE SCHULDEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (PASSIVA)</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>
<b>SCHULDEN MET BETREKKING TOT BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN</b>		
<b>Belastingen (post 450/3 van de passiva)</b>		
Niet-ervallen belastingschulden	9073	2.382.506,41
Geraamde belastingschulden	450	20.729.947,72
<b>Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)</b>		
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten	9077	29.022.824,81
<b>OVERLOPENDE REKENINGEN</b>		
<b>Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt</b>		
Andere over te dragen diverse		338.425,73
Reeds ontvangen supranationale subsidies		1.153.761,21
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.493.334,14

<b>VOL 6.10. BEDRIJFSRESULTATEN</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>BEDRIJFSKOSTEN</b>			
<b>Werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-verklaring heeft ingediend of die zijn ingeschreven in het personeelsregister</b>			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.323,00	2.417,00
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.118,80	2.130,20
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	3.475.943,00	3.483.558
<b>Personeelskosten</b>			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	132.276.795,61	132.264.458,39
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	42.791.775,36	65.889.438,32
Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen	622	45.878,20	26.878,20
Andere personeelskosten	623	2.763.728,55	2.519.863,48
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	91.786,92	68.742,92
<b>Voorzieningen voor pensioenen en soortgelijke verplichtingen</b>			
Toevoegingen (bestedingen en terugnemingen)	635	-27.365,49	-20.696,98
<b>Waardeverminderingen</b>			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	154.431,39	170.207,85
Teruggenomen	9111	464.468,37	478.316,52
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	157.685,83	36.953,90
Teruggenomen	9113	58.699,34	100.612,97
<b>Voorzieningen voor risico's en kosten</b>			
Toevoegingen	9115	202.739,58	524.914,31
Bestedingen en terugnemingen	9116	635.132,16	3.673.614,35
<b>Andere bedrijfskosten</b>			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	1.983.347,71	1.950.815,71
Andere	641/8	202.224,33	156.527,68
<b>Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen</b>			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	32,00	20,00
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	74,30	103,60
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	146.882,00	204.683,00
Kosten voor de onderneming	617	4.385.849,00	5.956.997,34

<b>VOL 6.11. FINANCIËLE RESULTATEN</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>Andere financiële opbrengsten</b>			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	6.832,00	35.584,00
Uitsplitsing van de overige financiële opbrengsten			
Ristorno verzekeringspremie			26.262,90
<b>Waardeverminderingen op vlottende activa</b>			
Geboekt	6510		182.000,00
<b>Uitsplitsing van de overige financiële kosten</b>			
Overige kosten		24.177,51	263.675,82
Verwijlinteresten		178,26	7,57
Kosten omrekening vreemde valuta		4.584,74	27.085,21

<b>VOL 6.12 OPBRENGSTEN EN KOSTEN VAN UITZONDERLIJKE OMVANG OF UITZONDERLIJKE MATE VAN VOORKOMEN</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>Niet-recurrente opbrengsten</b>	<b>76</b>	<b>661.548,80</b>	<b>59.601.534,08</b>
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	(76A)	661.548,80	59.601.534,08
Meerwaarde bij de realisatie van immateriële en materiële vaste activa	7630	661.548,80	59.601.534,08

<b>VOL 6.13. BELASTINGEN EN TAKSEN</b>		<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	
<b>BELASTINGEN OP HET RESULTAAT</b>				
Belastingen op het resultaat van het boekjaar		9134	72.542,00	
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen		9135	72.542,00	
<b>Bronnen van belastinglatenties</b>				
Actieve latenties		9141	75.341.201,96	
Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten		9142	75.341.201,96	
Andere actieve latenties				
Belastingkrediet Onderzoek & Ontwikkeling			457.485,99	
Belastingkrediet DBI			1.780.424,29	
<b>BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN</b>				
<b>In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde</b>	<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>	
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	35.274.965,78	37.008.528,94	
Door de onderneming	9146	33.052.642,31	36.405.368,99	
<b>Ingehouden bedragen ten laste van derden als</b>				
Bedrijfsvoorheffing	9147	37.953.790,02	39.028.709,69	
Roerende voorheffing	9148	38.789,93	44.957,72	

<b>VOL 6.14. NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN</b>		<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	
<b>Belangrijke verplichtingen tot aankoop vaste activa</b>				
Uitstaande verplichtingen per 31 december 2018				5.551.705,76
<b>Termijnverrichtingen</b>				
Gekochte (te ontvangen) deviezen		9215	2.867.502,84	
<b>Bedrag, aard en vorm van belangrijke hangende geschillen en andere belangrijke verplichtingen</b>				
Andere belangrijke verplichtingen				62.080.245,99

<b>VOL 6.15. BETREKKINGEN MET VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN MET ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGS-VERHOUDING BESTAAT</b>		<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	<b>Vorig boekjaar</b>
<b>VERBONDEN ONDERNEMINGEN</b>				
<b>Financiële vaste activa</b>	<b>(280/1)</b>		<b>13.567.336,31</b>	<b>13.567.336,31</b>
Deelnemingen	(280)		13.567.336,31	13.567.336,31
<b>Vorderingen</b>	<b>9291</b>		<b>22.668.971,33</b>	<b>24.704.595,95</b>
Op hoogstens één jaar	9311		22.668.971,33	24.704.595,95
<b>Schulden</b>	<b>9351</b>		<b>26.402,48</b>	<b>74.497,99</b>
Op hoogstens één jaar	9371		26.402,48	74.497,99
<b>Financiële resultaten</b>				
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421		6.600.000,00	3.600.000,00
<b>ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT</b>				
<b>Financiële vaste activa</b>			<b>1.261.700,00</b>	
Deelnemingen			1.261.700,00	

<b>VOL 6.16. FINANCIËLE BETREKKINGEN MET</b>		<b>Codes</b>	<b>Boekjaar</b>	
<b>BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLEREN ZONDERVERBONDEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOORDEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN</b>				
<b>Rechtstreekse en onrechtstreekse bezoldigingen en ten laste van de resultatenrekening toegekende pensioenen, voor zover deze vermelding niet uitsluitend of hoofdzakelijk betrekking heeft op de toestand van een enkel identificeerbaar persoon</b>				
Aan bestuurders en zaakvoerders		9503	126.003,88	
<b>DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)</b>				
<b>Bezoldiging van de commissaris(sen)</b>		9505	78.675,00	
<b>Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd binnen de vennootschap door de commissaris(sen)</b>				
Andere controleopdrachten		95061	5.150,00	

<b>VOL 6.18.1 VERKLARING BETREFFENDE DE GECONSOLIDEERDE JAARREKENING</b>	
<b>Inlichtingen te verstrekken door ondernemingen onderworpen aan het Wetboek van Vennootschappen inzake geconsolideerde jaarrekening</b>	
De onderneming heeft een geconsolideerde jaarrekening en een geconsolideerd jaarverslag opgesteld en openbaar gemaakt	



**VOL 6.18.2. FINANCIËLE BETREKKINGEN VAN DE GROEP WAARVAN DE ONDERNEMING AAN HET HOOFD STAAT VAN IN BELGIË MET DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)**

Codes

Boekjaar

Vermeldingen in toepassing van het artikel 134, paragrafen 4 en 5 van het Wetboek van vennootschappen

<b>Bezoldiging van de commissaris(sen) voor de uitoefening van een mandaat van commissaris op het niveau van de groep waarvan de vennootschap die de informatie publiceert aan het hoofd staat</b>	<b>9507</b>	<b>97.575,00</b>
<b>Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd bij deze groep door de commissaris(sen)</b>		
Andere controleopdrachten	95071	5.150,00

**VOL 10. SOCIALE BALANS STAAT VAN DE TEWERKGESTELDE PERSONEN**

Werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-verklaring heeft ingediend of die ingeschreven zijn in het personeelsregister.

Tijdens het boekjaar	Codes	Totaal	1. Mannen	2. Vrouwen
<b>Gemiddeld aantal werknemers</b>				
Voltijds	1001	1.711,90	1.101,60	610,30
Deeltijds	1002	546,50	268,60	277,90
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.118,80	1.304,90	813,90
<b>Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren</b>				
Voltijds	1011	2.641.033,00	1.738.205,00	902.828,00
Deeltijds	1012	834.910,00	423.813,00	411.097,00
Totaal	1013	3.475.943,00	2.192.018,00	1.313.925,00
<b>Personeelskosten</b>				
Voltijds	1021	135.152.401,17	89.899.438,53	45.252.962,64
Deeltijds	1022	42.725.776,55	21.379.906,64	21.345.869,91
Totaal	1023	177.878.177,72	111.279.345,17	66.598.832,55
<b>Tijdens het vorige boekjaar</b>				
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.130,20	1.326,90	803,30
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	3.483.558,00	2.196.370,00	1.287.188,00
Personeelskosten	1023	200.700.638,39	126.549.278,02	74.151.360,37
<b>Op de afsluitingsdatum van het boekjaar</b>				
	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
<b>Aantal werknemers</b>	<b>105</b>	<b>1.794,00</b>	<b>529,00</b>	<b>2.188,60</b>
<b>Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst</b>				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	1.720,00	521,00	2.109,20
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	70,00	7,00	74,60
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	112			
Vervangingsovereenkomst	113	4,00	1,00	4,80
<b>Volgens het geslacht en het studieniveau</b>				
Mannen	120	1.119,00	261,00	1.316,50
lager onderwijs	1200	24,00	5,00	27,70
secundair onderwijs	1201	69,00	13,00	78,30
hoger niet-universitair onderwijs	1202	230,00	85,00	294,40
universitair onderwijs	1203	796,00	158,00	916,10
Vrouwen	121	675,00	268,00	872,10
lager onderwijs	1210	17,00	13,00	25,60
secundair onderwijs	1211	42,00	14,00	52,20
hoger niet-universitair onderwijs	1212	127,00	57,00	167,50
universitair onderwijs	1213	489,00	184,00	626,80
<b>Volgens de beroepscategorie</b>				
Directiepersoneel	130	8,00		
Bedienden	134	1.775,00	528,00	2.169,10
Arbeiders	132	11,00	1,00	11,50

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN				
Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking vande onderneming gestelde personen	
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	74,30		
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	146.882,00		
Kosten voor de onderneming	152	4.385.849,00		

**TABEL VAN HET PERSONEELSVOLTOEGANG TIJDENS HET BOEKJAAR INGETREDEN**

INGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
<b>Aantal werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-aangifte deed of die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven</b>	<b>205</b>	<b>57</b>	<b>5</b>	<b>60,2</b>
<b>Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst</b>				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	32	2	33,3
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	22	2	23,1
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	212			
Vervangingsovereenkomst	213	3	1	3,8

UITGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
<b>Aantal werknemers met een DIMONA-verklaring aangegeven of met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam</b>	<b>305</b>	<b>127</b>	<b>29</b>	<b>146,4</b>
<b>Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst</b>				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	92	25	109,3
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	31	4	33,1
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	312			
Vervangingsovereenkomst	313	4		4,0
<b>Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst</b>				
Pensioen	340	47	15	57,5
Afdanking	342	78	14	86,9
Andere redenen	343	2		2,0

INLICHTINGEN OVER DE OPLEIDING VOOR DE WERKNEMERS TIJDENS HET BOEKJAAR	Codes	Mannen	Codes	Vrouwen
<b>Totaal van de formele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever</b>				
Aantal betrokken werknemers	5801	936,00	5811	623,00
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	12.256,00	5812	8.862,00
Nettokosten voor de onderneming	5803	252.892,66	5813	182.860,21
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	252.892,66	58131	182.860,21
<b>Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever</b>				
Aantal betrokken werknemers	5821	355,00	5831	327,00
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	3.705,00	5832	3.882,00
Nettokosten voor de onderneming	5823	76.449,68	5833	80.101,93
<b>Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever</b>				
Aantal betrokken werknemers	5841	11,00	5851	22,00
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	88,00	5852	176,00
Nettokosten voor de onderneming	5843	1.815,81	5853	3.631,62

## SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE WAARDERINGSREGELS

### 1. Immateriële vaste activa

Computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar voor de standaard software en over een periode van 5 jaar voor productiegebonden software-applicaties. Software-ontwikkelingen in het kader van innovatieprojecten worden onmiddellijk in resultaat genomen.

Architectkosten & -studies worden geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar.

### 2. Materiële vaste activa

Volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

informaticamaterieel 3 jaar	33,33%
productiegebonden informatica-apparatuur 5 jaar	20,00%
informaticamaterieel 5 jaar	20,00%
rollend materiaal	20,00%
allerhande materiaal	20,00%
informatica-gebaseerde telecomapparatuur tijdelijke en mobiele straalverbindingen	12,50%
radio- en tv-productie-infrastructuur	12,50%
consumerapparatuur radio en televisie	12,50%
productiegebonden informatica-apparatuur 8 jaar	12,50%
vaste inrichtingen gebouwen	10,00%
zenders en vaste straalverbindingen	10,00%
kantoormeubilair en -materieel	10,00%
uitrusting gebouwen	5,00%
gebouwen en zendmasten	3,03%
gronden	0,00%
kunstwerken	0,00%

In 2013 werd door de Raad van Bestuur beslist om een nieuwbouw te realiseren op de site Reyers. De ingebruikname werd oorspronkelijk voorzien op 1 januari 2020. In de loop van het kalenderjaar 2018 werd deze datum herzien naar eind 2023. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2022 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuizing buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2018 bedragen 1.418.000 euro.

### 3. Financiële vaste activa

De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

In de loop van het kalenderjaar 2018 werd de participatie in De Chinezen verkocht voor een bedrag van 120.348,78 euro. De boekwaarde van deze participatie bedroeg 92.530 euro. Daardoor bedraagt de netto meerwaarde 27.818,78 euro.

Op 20 december 2017 werd de vennootschap Media ID CVBA vereffend. De vereffening werd gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 2 januari 2018. De VRT had een participatie in Media ID CVBA met als netto boekwaarde

65.000 euro. Dat bedrag komt overeen met de kapitaal-inbreng bij oprichting van de vennootschap. Bijgevolg bedraagt het verlies van volstort kapitaal 65.000 euro. Gezien de vereffening van Media ID plaatsvond in 2017, maar slechts gepubliceerd werd in het Belgisch Staatsblad op 2 januari 2018, werd de minderwaarde door de VRT in boekjaar 2018 geboekt.

De VRT investeerde in de loop van 2018 5.000.000 euro in Media Invest Vlaanderen (MIV) en beschikt op die manier over 50% van de MIV-aandelen. Het kapitaal werd volgestort ten belope van 1.250.000 euro.

De VRT investeerde in de loop van 2018 11.700 euro in Digitale Radio Vlaanderen en beschikt op die manier over 33,33% van de aandelen. Het kapitaal werd volgestort.

### 4. Vorderingen op meer dan 1 jaar

In de verkoopakte, gesloten tussen enerzijds de VRT en RTBF en anderzijds het Brussels Hoofdstedelijk Gewest m.b.t. de verkoop van onroerende goederen op de Reyerssite, werd een vaste – te indexeren - verkoopprijs overeengekomen van 136 miljoen euro. Voor de VRT betekent dit een bedrag van 78,4 miljoen euro, berekend aan abex-index van eind 2017.

De eigendomsoverdracht en de betalingen zijn gespreid over de jaren 2018 tot 2025. De vordering voor 2019 bedraagt 15,1 miljoen euro en werd opgenomen in de rubriek 41. Voor de periode 2020-2025 is een vordering van 58,4 miljoen euro geboekt. Het gaat hier om een niet-verdisconteerd bedrag, berekend aan de abex-index van eind 2017.

### 5. Voorraden

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

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

Anderzijds bevatten de grond- en hulpstoffen ook het technische magazijn. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe. Eigen producties en producties die in opdracht van de Omroep worden geproduceerd, worden opgenomen in de voorraad onder 'goederen in bewerking' en 'gereed product'. De waardering van de programma's onder 'goederen in bewerking' gebeurt deels aan werkelijke kosten. De programma's in 'gereed product' worden gewaardeerd aan standaardkostprijs.

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



Vooruitbetalingen voorraadinkopen omvatten vooruit-betaalde uitzendrechten.

#### 6. Vorderingen/liquide middelen/schulden/overlopende rekeningen: tegen de nominale waarde

Met ingang van het dienstjaar 2008 stuurt de gemeente Schaarbeek ambtshalve aanslagen voor de belasting op de kantoorruimten. De VRT heeft tegen deze aanslagen telkens bezwaar aangetekend. Op 29 mei 2012 heeft de rechtbank van Eerste Aanleg te Brussel de VRT in het gelijk gesteld. De gemeente Schaarbeek heeft hier tegen beroep aangetekend. Een uitspraak wordt verwacht in het voorjaar 2020. De VRT legt hiervoor jaarlijks een voorziening aan die lager is dan de aanslagen, aangezien ook de oppervlaktecijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2018 belooft inmiddels 16.331.700 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

#### 7. Overheidsfinanciering

Het Ministerieel besluit dd. 20 juli 2018, houdende de toekenning van een dotatie voor 2018, vermeldt een bedrag van 265.978.000 euro. Het Ministerieel besluit dd. 16 november 2018, houdende de toekenning van middelen uit de indexprovisie voor 2018, vermeldt een bedrag van 752.000 euro.

Voor Onderzoek & Innovatie werd een dotatie van 273.878,11 euro geboekt voor drie projecten: HD2R (richtlijnen en ontwerp van nieuwe instrumenten voor High Dynamic Range televisie en digitale cinema), CONAMO (Gepersonaliseerde training en beleving voor recreatieve fietsers) en MOS2S (Co-creatie burgerjournalistiek en live evenement belevingen).

#### 8. Kapitaalsubsidies

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2007-2011 werd een bedrag van 1.327,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2018 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2012-2015 werd een bedrag van 5.505,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2018 geboekte afschrijvingen

#### 9. Voorzieningen

Vanaf 2015 is de VRT, omwille van besparingen bij de Vlaamse overheid, onderworpen aan een eigen besparingstraject. Een van de maatregelen om de besparingen te realiseren was een personeelsherstructurering, met de bedoeling het personeelscontingent verder te reduceren. In 2014 werden hiervoor de nodige voorzieningen aangelegd. Eind 2018 zijn er geen resterende verplichtingen meer die voortvloeien uit de uitstroommaatregelen van 2015, en zijn de corresponderende voorzieningen volledig teruggenomen.

#### 10. Wisselkoersen

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

#### 11. Omzet

Het begrip omzet wordt gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkingsmiddelen die de VRT ontvangt voor de invulling van de haar opgelegde activiteiten in de beheersovereenkomst. Daarom werd sinds het boekjaar 2004 de werkingsdotatie van de Vlaamse Gemeenschap geboekt onder de rubriek 70.

#### 12. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

Het betreft enerzijds verplichtingen tot aankoop van vaste activa, anderzijds de bestellingen op exploitatiereningen, waaronder een aantal verplichtingen in-gevolge raamovereenkomsten afgesloten met een aantal Vlaamse televisieproductiehuizen.

#### 13. Personeelskosten

Het aantal overgedragen niet-opgenomen vakantiedagen bedroeg 19.205 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 4.381.009,14 euro. Daarvoor is geen voorziening aangelegd.

#### 14. Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 3.170.621,99 euro.

1. Een bedrag van 5% (158.531,10 euro) wordt toegevoegd aan de wettelijke reserve.
2. Een positief saldo van 337.000,00 euro wordt toegevoegd aan het reservefonds "buitengebruikstelling Omroepcentrum". Dat bedrag is het resultaat van de boeking van een gedeeltelijke terugname van de in vorige jaren aangelegde waardevermindering (337.000,00 euro).
3. Een positief saldo van 6.273.836,67 euro wordt toegevoegd aan het reservefonds voor de nieuwbouw. Dat bedrag is het resultaat van de geboekte meerwaarde voor de verkoop van het gebouw en de gronden aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (633.730,02 euro), het effect van de verkochte gebouwen op de afschrijvingen (overschot van 2.373.612,00 euro), en het overschot op de werkingsmiddelen (370.000,00 euro) en op de afschrijvingen (2.900.000,00 euro) omwille van de geplande verhuizing in 2023, verminderd met extra afschrijvingen in aanloop naar de geplande verhuizing (-3.505,35 euro).
4. Aan de reserve voor Onderzoek & Innovatie wordt 200.000,00 euro onttrokken.
5. Het negatief saldo na toevoegingen aan de wettelijke reserve, het reservefonds buitengebruikstelling Omroepcentrum en het reservefonds nieuwbouw en na onttrekking aan de reserve Onderzoek & Innvoatie bedraagt -3.398.745,78 euro en wordt onttrokken aan de reserve publieke opdracht.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

Wettelijke reserve	158.531,10 euro
Reserve publieke opdracht	-3.398.745,78 euro
Reserve nieuwbouw	6.273.836,67 euro
Reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum	337.000,00 euro
Reserve Onderzoek & Innovatie	-200.000,00 euro
<b>Resultaat van het jaar</b>	<b>3.170.621,99 euro</b>

## **VERSLAG VAN DE COMMISSARIS AAN DE ALGEMENE VERGADERING VAN DE VENNOOTSCHAP VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEPORGANISATIE NV VAN PUBLIEK RECHT OVER HET BOEKJAAR AFGESLOTEN OP 31 DECEMBER 2018**

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen, brengen wij u verslag uit in het kader van ons mandaat van commissaris. Dit verslag omvat ons oordeel over de balans op 31 december 2018, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2018 en over de toelichting (alle stukken gezamenlijk de "Jaarrekening") en omvat tevens ons verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen. Deze verslagen zijn één en ondeelbaar.

Wij werden als commissaris benoemd door de algemene vergadering op 11 mei 2010, overeenkomstig het voorstel van het bestuursorgaan uitgebracht op aanbeveling van het auditcomité. Ons mandaat loopt af op de datum van de algemene vergadering die zal beraadslagen over de Jaarrekening afgesloten op 31 december 2018. We hebben de wettelijke controle van de Jaarrekening van de Vennootschap uitgevoerd gedurende 9 opeenvolgende boekjaren.

### **VERSLAG OVER DE CONTROLE VAN DE JAARREKENING**

#### **Oordeel zonder voorbehoud**

Wij hebben de wettelijke controle uitgevoerd van de Jaarrekening van de vennootschap Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie NV van publiek recht (de "Vennootschap"), die de balans op 31 december 2018 omvat, alsook de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op die datum en de toelichting, met een balanstotaal van € 449.099.359 en waarvan de resultatenrekening afsluit met een winst van het boekjaar van € 3.170.622.

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening een getrouw beeld van het vermogen en van de financiële toestand van de Vennootschap per 31 december 2018, alsook van haar resultaten over het boekjaar dat op die datum is afgesloten, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

#### **Basis voor ons oordeel zonder voorbehoud**

We hebben onze controle uitgevoerd in overeenstemming met de International Standards on Auditing ("ISA's"). Onze verantwoordelijkheden uit hoofde van die standaarden zijn nader beschreven in het gedeelte "Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de Jaarrekening" van ons verslag.

Wij hebben alle deontologische vereisten die relevant zijn voor de controle van de Jaarrekening in België nageleefd, met inbegrip van deze met betrekking tot de onafhankelijkheid. Wij hebben van het bestuursorgaan en van de aangestelden van de Vennootschap de voor onze controle vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen.

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis van ons oordeel. Verantwoordelijkheden van het bestuursorgaan voor het opstellen van de Jaarrekening

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen van de Jaarrekening die een getrouw beeld geeft in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde

boekhoudkundig referentiestelsel alsook een systeem van interne beheersing die het bestuursorgaan noodzakelijk acht voor het opstellen van de Jaarrekening die geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten.

In het kader van de opstelling van de Jaarrekening, is het bestuursorgaan verantwoordelijk voor het inschatten van de mogelijkheid van de Vennootschap om haar continuïteit te handhaven, het toelichten, indien van toepassing, van aangelegenheden die met continuïteit verband houden en het gebruiken van de continuïteitsveronderstelling tenzij het bestuursorgaan het voornemen heeft om de Vennootschap te vereffenen of om de bedrijfsactiviteiten stop te zetten of geen realistisch alternatief heeft dan dit te doen.

#### **Onze verantwoordelijkheid voor de controle over de Jaarrekening**

Onze doelstellingen zijn het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid over de vraag of de Jaarrekening als geheel geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten en het uitbrengen van een commissarisverslag waarin ons oordeel is opgenomen. Een redelijke mate van zekerheid is een hoog niveau van zekerheid, maar is geen garantie dat een controle die overeenkomstig de ISA's is uitgevoerd altijd een afwijking van materieel belang ontdekt wanneer die bestaat. Afwijkingen kunnen zich voordoen als gevolg van fraude of fouten en worden als van materieel belang beschouwd indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat zij, individueel of gezamenlijk, de economische beslissingen genomen door gebruikers op basis van de Jaarrekening, beïnvloeden.

- Als deel van een controle uitgevoerd overeenkomstig de ISA's, passen wij professionele oordeelsvorming toe en handhaven wij een professioneel-kritische instelling gedurende de controle. We voeren tevens de volgende werkzaamheden uit:
- Het identificeren en inschatten van de risico's dat de Jaarrekening een afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of fouten, het bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden die op deze risico's inspelen en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Het risico van het niet detecteren van een van materieel belang zijnde afwijking is groter indien die afwijking het gevolg is van fraude dan indien zij het gevolg is van fouten, omdat bij fraude sprake kan zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten om transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van het systeem van interne beheersing;
- Het verkrijgen van inzicht in het systeem van interne beheersing dat relevant is voor de controle, met als doel controlewerkzaamheden op te zetten die in de gegeven omstandigheden geschikt zijn maar die niet zijn gericht op het geven van een oordeel over de effectiviteit van het systeem van interne beheersing van de Vennootschap;
- Het evalueren van de geschiktheid van de gehanteerde

grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van de door het bestuursorgaan gemaakte schattingen en van de daarop betrekking hebbende toelichtingen;

- Het concluderen van de aanvaardbaarheid van de door het bestuursorgaan gehanteerde continuïteitsveronderstelling, en op basis van de verkregen controle-informatie, concluderen of er een onzekerheid bestaat met betrekking tot gebeurtenissen of omstandigheden die significante twijfel kunnen doen ontstaan over de mogelijkheid van de Vennootschap om haar continuïteit te handhaven. Indien we besluiten dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij ertoe gehouden om de aandacht in ons commissarisverslag te vestigen op de daarop betrekking hebbende toelichtingen in de Jaarrekening of, indien deze toelichtingen inadequaat zijn, om ons oordeel aan te passen. Onze conclusies zijn gebaseerd op controle-informatie die verkregen is tot op de datum van ons commissarisverslag. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat de continuïteit van de Vennootschap niet langer gehandhaafd kan worden;
- Het evalueren van de algehele presentatie, structuur en inhoud van de Jaarrekening, en of deze Jaarrekening, de onderliggende transacties en gebeurtenissen weergeeft op een wijze die leidt tot een getrouw beeld.

Wij communiceren met het bestuursorgaan en de aangestelden van de Vennootschap, onder meer over de geplande reikwijdte en de timing van de controle en over de significante controlebevindingen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing die we identificeren tijdens onze controle.

## **VERSLAG BETREFFENDE DE OVERIGE DOOR WET- EN REGELGEVING GESTELDE EISEN**

### **Verantwoordelijkheden van het bestuursorgaan**

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen en de inhoud van het jaarverslag, voor het naleven van de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die van toepassing zijn op het voeren van de boekhouding, alsook voor het naleven van het Wetboek van vennootschappen en van de statuten van de Vennootschap.

### **Verantwoordelijkheden van de commissaris**

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de Belgische bijkomende norm (Herzien) bij de in België van toepassing zijnde ISA's, is het onze verantwoordelijkheid om, in alle van materieel belang zijnde opzichten, het jaarverslag, alsook de naleving van bepaalde verplichtingen uit het Wetboek van vennootschappen en statuten te verifiëren, alsook verslag over deze aangelegenheden uit te brengen.

### **Aspecten betreffende het jaarverslag**

Naar ons oordeel, na het uitvoeren van specifieke werkzaamheden op het jaarverslag, stemt dit jaarverslag overeen met

de Jaarrekening voor hetzelfde boekjaar, enerzijds, en is dit jaarverslag opgesteld overeenkomstig artikelen 95 en 96 van het Wetboek van vennootschappen, anderzijds.

In de context van onze controle van de Jaarrekening, zijn wij tevens verantwoordelijk voor het overwegen, op basis van de kennis verkregen in de controle, of het jaarverslag een afwijking van materieel belang bevat, hetzij informatie die onjuist vermeld is of anderszins misleidend is. In het licht van de werkzaamheden die wij hebben uitgevoerd, dienen wij u geen afwijking van materieel belang te melden. Verder drukken wij geen redelijke mate van zekerheid uit over het jaarverslag.

### **Vermeldingen betreffende de sociale balans**

De sociale balans, neer te leggen overeenkomstig artikel 100, § 1, 6°/2 van het Wetboek van vennootschappen, bevat, zowel qua vorm als qua inhoud, de door de wet vereiste inlichtingen, en bevat geen van materieel belang zijnde inconsistenties op basis van de informatie waarover wij beschikken in ons controledossier.

### **Vermeldingen betreffende de onafhankelijkheid**

Ons bedrijfsrevisorenkantoor en ons netwerk heeft geen opdrachten verricht die onverenigbaar zijn met de wettelijke controle van de Jaarrekening en is in de loop van ons mandaat onafhankelijk gebleven tegenover de Vennootschap. Er werden geen bijkomende opdrachten die verenigbaar zijn met de wettelijke controle van de jaarrekening bedoeld in artikel 134 van het Wetboek van vennootschappen en waarvoor honoraria verschuldigd zijn, verricht.

### **Andere vermeldingen**

- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en reglementaire voorschriften.
- De resultaatverwerking, die aan de algemene vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.
- Wij hebben geen kennis van verrichtingen of beslissingen die in overtreding met de statuten of het Wetboek van vennootschappen zijn gedaan of genomen en die in ons verslag zouden moeten vermeld worden.

Diegem, 29 maart 2019

Ernst & Young Bedrijfsrevisoren BCVBA  
Commissaris  
Vertegenwoordigd door

Han Wevers\*

Vennoot

\* Handelend in naam van een BVBA

19HW0061



## 8.2

## TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

### Statutair resultaat Jaarrekening

De statutaire jaarrekening 2018 sloot af met een overschot van 3,2 miljoen euro.

De omzet is gedaald van 447,7 miljoen euro in 2017 naar 425,2 miljoen euro in 2018, of een daling met 5,0% (-22,5 miljoen euro). Deze daling is voornamelijk het gevolg van het wegvallen van de eenmalige bijdrage ter ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* in 2017. Deze bijdrage (18,3 miljoen euro) werd in 2017 doorbetaald aan het pensioenfonds (zie ook verder bij de personeelskosten), en had dus geen invloed op het resultaat van het boekjaar. In het boekjaar 2018 werd de dotatie bovendien verminderd met 6,0 miljoen euro, omdat er geen patronale bijdrage moest betaald worden aan het pensioenfonds, omwille van de hogere bijdrage in 2017.

De *voorraad eigen producties* daalde in 2018 met 0,4 miljoen euro.

De *andere bedrijfsopbrengsten* bedroegen 11,7 miljoen euro in 2018, dat is een stijging met 1,3 miljoen euro ten opzichte van 2017. Dit was voornamelijk het gevolg van een stijging van de gerecupereerde kosten met 2,1 miljoen euro voor onder andere de hostbroadcasting tijdens sportevenementen (zoals de Europese Kampioenschappen en het WK wielrennen in Innsbruck), de recuperatie van kosten in het kader van het WK voetbal en de recuperatie van kosten gemaakt tijdens de *MIA's* en *Het gala van de gouden K's* van Ketnet. Daarnaast stegen de projectsubsidies voor Onderzoek & Ontwikkeling met 0,5 miljoen euro in het kader van de Horizon2020-projecten. Anderzijds werden de andere bedrijfsopbrengsten beperkt door het wegvallen van de opbrengsten van de verkoop van het gebouw van het voormalig kinderdagverblijf in 2017 en een daling van de inkomsten uit thuiskopies ten opzichte van 2017.

De *financiële opbrengsten* bedroegen 6,9 miljoen euro in 2018. Ze stegen met 3,1 miljoen euro ten opzichte van 2017, omwille van een groter uitgekeerd dividend van VAR in 2018.

In 2018 werd een uitzonderlijke opbrengst geboekt van 0,7 miljoen euro voornamelijk voor de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

De *bedrijfskosten* daalden globaal met 24,6 miljoen euro ten opzichte van 2017 (van 465,3 miljoen euro in 2017 naar 440,7 miljoen euro in 2018, of -5,3%).

- Het verbruik van sport- en filmrechten uit de voorraad lag 4,5 miljoen euro hoger dan in 2017. Deze stijging komt door de grote sportevenementen in de even jaren. Voor 2018 waren dit het WK voetbal en de Olympische Winterspelen.
- De post "diensten en diverse goederen" daalde met 4,1 miljoen euro (-1,8%) ten opzichte van 2017. Deze daling situeerde zich voornamelijk op uitzendrechten. In 2017 lagen deze kosten uitzonderlijk hoger omwille van de invoering van de nieuwe Algemene Voorwaarden ter ondersteuning van de Vlaamse audiovisuele productiesector (waarbij er relatief meer op voorhand betaald wordt dan voorheen).
- De personeelskosten daalden met 22,8 miljoen euro. Deze daling is te verklaren door het wegvallen van de eenmalige extra bijdrage in 2017 van 18,3 miljoen euro aan het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* ter ondersteuning van het vermogen. En het feit dat daarvoor in 2018 geen nieuwe bijdrage was verschuldigd. Verder waren er hogere kosten omwille van de SAC-verhoging (sectoraal akkoord voor het contractueel personeel), de barema-verhoging en de loonindexering in oktober 2018. Anderzijds daalden de uitgaven door de personeelsafslanking voorzien in het toekomstplan.
- De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 5,1 miljoen euro lager dan vorig jaar. Door de geplande verhuizing naar een nieuw gebouw wordt er minder geïnvesteerd in de huidige faciliteiten. Bovendien was er het effect van de verkoop van de gebouwen in 2017, waardoor de afschrijvingen in 2018 lager lagen.
- De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen daalden met 0,2 miljoen euro ten opzichte van het voorgaand jaar.
- In 2018 werden 0,4 miljoen euro voorzieningen teruggenomen, voornamelijk voor de kosten van de vroegere personeelsafslankingen. In 2017 was de terugname nog 3,1 miljoen euro.
- De andere bedrijfskosten stegen met 0,1 miljoen euro.

<b>KASSTROOMTABEL 2018</b>		
(in 1.000 euro)	2018	2017
<b>Bedrijfsresultaat</b>	<b>-4.264</b>	<b>1.749</b>
Kapitaalsubsidie	-7	-36
Niet kasstromen	13.093	93.380
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	-146.999	39.813
<b>Netto operationele cashflow</b>	<b>-138.177</b>	<b>134.907</b>
<b>FINANCIERINGSTABEL</b>		
<b>Netto operationele cashflow</b>	<b>-138.177</b>	<b>134.907</b>
Verbonden ondernemingen	6.600	3.606
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	20.368	-452
Netto cashflow uit investeringen	-14.827	-13.181
<b>Kasbewegingen in het boekjaar</b>	<b>-126.036</b>	<b>124.879</b>

In 2018 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow -138,2 miljoen euro.

De cashflow uit verbonden ondernemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR.

De investeringsuitgaven bedroegen 14,8 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de vernieuwing van ENG-wagens en een wagen voor "mobiele regie", de investeringen in de digitale omgeving (zoals uitbreiding voor serveropslag en het afwerken van het videoplatform VRT NU), de uitbreidingen en de vernieuwing in de tv-eindregie en de controlekamer van binnenkomende en uitgaande mediastromen en de investeringen in het kader van het nieuwbouwproject.

De kaspositie is in 2018 met 126,0 miljoen euro gedaald ten opzichte van 2017. Deze daling wordt volledig verklaard door de achterstand in de uitbetaling van de nog te ontvangen dotatie (141,7 miljoen euro).

## **Uitvoering Budget**

### **1. Financieel plan 2018**

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

De ontvangsten zijn ingedeeld volgens het vernieuwde *Kader voor Merchandising en Nevenactiviteiten* (zoals goedgekeurd in september 2018).

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 0,9 miljoen euro hoger.

De subsidies lagen 0,8 miljoen euro hoger dan gebudgetteerd, voornamelijk door hogere subsidies voor Onderzoek & Innovatie-projecten.

De eigen opbrengsten lagen 0,5 miljoen euro lager dan gepland. Er waren enerzijds (a) overschotten bij de exploitatie van VRT-content en (b) gestegen opbrengsten op de post "andere inkomsten", met name bij de dividenden, de gerecupereerde kosten en de samenwerkingen rond programma's. Anderzijds werden minder inkomsten uit ruilovereenkomsten geboekt dan voorzien.

In de beheersovereenkomst was voor 2018 een maximumgrens van 75,6 miljoen euro voorzien voor de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden er 75,9 miljoen euro ontvangsten geboekt, waardoor de grens met 0,3 miljoen euro overschreden werd. Ook moet er 1 miljoen euro worden doorgestort naar het VAF-Mediafonds. Binnen de grens van boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 18,0 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen en een derde grens van 3,1 miljoen euro voor websites en mobiele platformen. Beide grenzen werden niet overschreden in 2018.

De totale kosten bedroegen 441,2 miljoen euro in 2018. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 9,2 miljoen euro lager dan gepland.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 440,7 miljoen euro. De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 0,8 miljoen euro. Tenslotte werd een terugname van 0,3 miljoen euro geboekt op de in de vorige jaren aangelegde waardeverminderingen voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing naar een nieuw gebouw.

In het budget was een bedrijfseconomisch tekort van 7,0 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot de VRT 2018 af met een overschot van 3,2 miljoen euro, of 10,2 miljoen euro beter dan voorzien in het budget.

Om te kunnen vergelijken met het resultaat uit de beheersovereenkomst, moet abstractie gemaakt worden van een aantal overschotten:

- de terugname van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum;
- het overschot op de reguliere afschrijvingen en de werkingskosten als gevolg van de geplande nieuwbouw

en de verkoop van de gebouwen aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in 2017;

- de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen aan het Brussels Hoofdstedelijk gewest, geboekt in 2018;
- de kosten voor Onderzoek & Innovatie gefinancierd door het reservefonds "Onderzoek en Innovatie".

Indien abstractie wordt gemaakt van deze posten dan sloot de VRT het jaar af met een tekort van 3,2 miljoen euro ten opzichte van een budget van -3,4 miljoen euro, of 0,2 miljoen euro beter dan voorzien.

UITVOERING BUDGET (in 1.000 euro)	Budget	Werkelijk	Resultaat tov budget
	2018	2018	2018
<b>OPBRENGSTEN</b>			
<b>Subsidies</b>	<b>269.278</b>	<b>270.070</b>	<b>792</b>
Basisdotatie	272.043	272.230	187
Dotatie herstructurering	2.852	2.852	0
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-1.492	-1.280	212
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6.000	-6.000	0
Dotatie Brussels Philharmonic	924	804	-120
Overige subsidies	951	1.464	513
<b>Eigen inkomsten</b>	<b>174.123</b>	<b>173.645</b>	<b>-478</b>
Exploitatie VRT-content	41.408	43.496	2.088
Commerciële communicatie + BAN	76.125	75.913	-212
Valorisatie mediaruimte buiten België	0	0	0
Commerciële afgeleiden	4.574	4.533	-41
Andere commerciële exploitatie	612	555	-57
Andere inkomsten	16.662	19.198	2.536
Ruil	34.742	29.950	-4.792
<b>Meerwaarde uit verkoop grond en gebouwen Reyerssite</b>	<b>0</b>	<b>634</b>	<b>634</b>
<b>Totaal opbrengsten</b>	<b>443.401</b>	<b>444.349</b>	<b>948</b>
<b>KOSTEN</b>			
<b>Inhoudelijke publieke opdracht</b>	<b>446.087</b>	<b>440.711</b>	<b>5.375</b>
<b>Kosten Brussels Philharmonic</b>	<b>924</b>	<b>804</b>	<b>120</b>
<b>Huisvesting: versnelde afschrijvingen Omroepcentrum</b>	<b>3.382</b>	<b>-337</b>	<b>3.719</b>
<b>Totaal kosten</b>	<b>450.392</b>	<b>441.179</b>	<b>9.214</b>
<b>Resultaat van het boekjaar</b>	<b>-6.990</b>	<b>3.171</b>	<b>10.161</b>
Toevoeging (-) reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum (*)	3.382	-337	3.719
Aanwending (+) reserve Onderzoek & Innovatie	200	200	0
Toevoeging (-) reserve nieuwbouw (**)	0	-6.274	6.274
<b>Resultaat beheersovereenkomst</b>	<b>-3.408</b>	<b>-3.240</b>	<b>168</b>

(\*) In 2018 is er een gedeeltelijke terugname geboekt van de - in vorige jaren aangelegde - waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum (-337.000 euro). Dit positief resultaat werd toegevoegd aan het reservefonds voor de "buitengebruikstelling van het omroepcentrum". Als vergeleken wordt met het resultaat van de Beheersovereenkomst, dan moet deze toevoeging aan het reservefonds uit het resultaat gehaald worden. De Beheersovereenkomst 2016-2020 maakt immers abstractie van het resultaat in verband met de nieuwe huisvesting.

(\*\*) Omwille van de geplande nieuwbouw zijn er lagere afschrijvingen en lagere exploitatiekosten (in 2018 bedroegen deze respectievelijk 5.270.107 euro en 370.000 euro). Verder is er een meerwaarde geboekt uit de verkoop van grond en gebouwen op de Reyersite (633.730 euro). De som van deze bedragen geeft een totaal van 6.273.837 euro, toe te voegen aan de reservefonds voor de nieuwbouw. Als vergeleken wordt met het resultaat van de beheersovereenkomst, dan moet deze toevoeging aan het reservefonds uit het resultaat gehaald worden. De Beheersovereenkomst 2016-2020 maakt immers abstractie van het resultaat in verband met de nieuwe huisvesting.



## 2. Aandeel personeelskosten

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de personeelskosten<sup>105</sup> maximaal 43,25% van de totale ontvangsten<sup>106</sup> mag bedragen. In het boekjaar 2018 was deze verhouding 41,73%.

## 3. Aandeel bestedingen aan externe productie

De doelstelling uit de beheersovereenkomst stelt dat het aandeel van de externe bestedingen in de productiesector en de facilitaire sector minstens 15% van de totale ontvangsten<sup>107</sup> moet bedragen in 2016, en moet evolueren naar minimaal 18,25% in 2020. In het boekjaar 2018 was deze verhouding 18,29%.

## 4. Resultaatverwerking 2018 en stand reserves

RESULTAATVERWERKING EN STAND VAN DE RESERVES (in 1.000 euro)				
	Stand reserve 31/12/2017	Resultaat 2018	Verdeling reserves	Stand reserve 31/12/2018
<b>Wettelijke reserve</b>	<b>4.607</b>	159		<b>4.766</b>
<b>Beschikbare reserves</b>		3.012	↓	
Reserve Publieke opdracht	<b>21.858</b>		-3.399	<b>18.460</b>
Reserve Onderzoek & Innovatie	<b>600</b>		-200	<b>400</b>
Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum	<b>5.685</b>		337	<b>6.022</b>
Reserve Nieuwbouw	<b>59.602</b>		6.274	<b>65.875</b>
			<b>3.012</b>	
<b>Totaal</b>	<b>92.352</b>	<b>3.171</b>		<b>95.523</b>

Bij aanvang van het boekjaar 2018 bedroegen de wettelijke reserve 4,6 miljoen euro en de beschikbare reserves 87,7 miljoen euro.

Het jaar 2018 sloot af met een overschot van 3,2 miljoen euro, hiervan werd 0,2 miljoen euro toegevoegd aan de wettelijke reserve en de resterende 3,0 miljoen werd toegevoegd aan de beschikbare reserves. Binnen de beschikbare reserves werd dit als volgt verdeeld:

- 0,2 miljoen euro werd onttrokken aan het "reservefonds Onderzoek & Innovatie", ter financiering van projecten Onderzoek & Innovatie waar geen subsidies tegenover staan, waardoor het "reservefonds Onderzoek & Innovatie" bij de afsluiting van het boekjaar 0,4 miljoen euro bedroeg;
- 0,3 miljoen euro werd toegevoegd aan het "reservefonds voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum", zijnde het resultaat van de geboekte terugname van de (in vorige jaren) aangelegde voorziening voor de

buitengebruikstelling van het omroepcentrum. Deze reserve werd aangelegd vanaf 2013 ter financiering van de versnelde afschrijvingen van het omroepcentrum bij verhuizing naar het nieuwe gebouw. Op het einde van het boekjaar 2018 bedroeg het "reservefonds voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum" 6,0 miljoen euro;

- 6,3 miljoen euro werd toegevoegd aan het "reservefonds voor de nieuwbouw", zijnde de besparingen die in 2018 gerealiseerd werden op de reguliere afschrijvingen en op de werkmiddelen, alsook de meerwaarde op de verkoop van de gronden en het gebouw die in 2018 werd gerealiseerd. Het "reservefonds voor de nieuwbouw" werd aangelegd sinds 2017 en zal later aangewend worden ter financiering van het nieuw gebouw. Eind 2018 bedroeg dit reservefonds 65,9 miljoen euro;
- 3,4 miljoen euro werd onttrokken aan de "reserve voor de publieke opdracht", zijnde het saldo van de bovenstaande verdeling binnen de beschikbare reserves.

### 105

De personeelskosten zoals bepaald in het addendum aan de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst worden gefinancierd door externe partijen met een looptijd van meer dan een jaar en meer in het bijzonder Ukkepuk, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage Pensioensfinancieringsmechanisme Statutairen VRT.

### 106

De totale inkomsten zoals bepaald in het addendum aan de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de inkomsten met

betrekking tot de personeelskosten die gefinancierd worden door externe partijen en de inkomsten uit innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt. Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite.

### 107

De totale inkomsten zoals bepaald in de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, en de dotatie voor herstructureringskosten. Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite (meerwaarde) en gerecupereerde kosten in het kader van het WK voetbal.

## 8.3

# ANALYSE VAN DE OPBRENGSTEN EN KOSTEN

## 1. TRANSPARANTIEVERKLARING

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Zij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil over de bestedingen van deze overheidsmiddelen, de uitvoering van haar opdracht en de realisatie van de performantiemaatstaven zo transparant mogelijk zijn.

De VRT geeft met de publicatie van de financiële informatie in dit jaarverslag de informatie vrij die ze kan en mag bekendmaken. Het verstrekken van nog meer gedetailleerde gegevens is niet opportuun omdat zij daarmee vertrouwelijke of bedrijfsgevoelige informatie publiek zou maken. Dat zou de VRT kunnen schaden. De omroep werkt immers in een sterk concurrentiële markt. Daartegenover staat evenwel dat de VRT door tal van organen gecontroleerd wordt en dit op verschillende niveaus. Deze controleorganen brengen verslag uit over hun bevindingen aan de Raad van Bestuur, de Vlaamse regering en het Vlaams parlement. Het VRT-management geeft aan elk controleorgaan de meest ruime informatie nodig voor het uitvoeren van het toezicht. De leidende principes van het toezicht zijn vastgelegd in het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*. Vertrouwelijke en bedrijfsgevoelige documenten en informatie kunnen worden opgevraagd door het Rekenhof, de Gemeenschapsafgevaardigde, het Auditcomité en Interne Audit, Audit Vlaanderen en de Commissaris-revisor.

De transparantie situeert zich op twee domeinen:

- 1) De VRT wil via haar analytische boekhouding publieke verantwoording afleggen over de ter beschikking gestelde middelen en hun bestedingen.

1. De opbrengsten worden gerapporteerd volgens acht inkomstenpijlers. Hierbij werd in eerste instantie rekening gehouden met het aangepaste *Kader van Merchandising en Nevenactiviteiten* (17 september 2018). De vijf pijlers beschreven in dit kader werden overgenomen voor de indeling van de eigen inkomsten. De drie andere pijlers betreffen de overheidsfinanciering, de andere inkomsten en de ruilen. Om te kunnen vergelijken met 2017 werd de indeling zoals gehanteerd in het VRT-jaarverslag van 2017 herwerkt naar de nieuwe indeling van 2018.
2. De kosten worden in eerste instantie ingedeeld naargelang ze betrekking hebben op programma-output, Onderzoek & Innovatie, ondersteunende diensten of Brand Extensions.
  - De kosten van de programma-output worden onderverdeeld volgens de aanbodsmerken.
  - De kosten van Onderzoek & Innovatie, Brand Extensions en de kosten van de ondersteunende directies worden afzonderlijk gerapporteerd.
  - Er wordt voor het uitzendschema informatie verschaft over de kosten per mediagebruiker en over de productiekosten per productiewijze.
3. Tenslotte wordt additionele informatie verschaft over de voorraden (sport- en filmrechten en eigen producties).

- 2) De VRT rapporteert in een afzonderlijk hoofdstuk over de nettokosten van de publieke opdracht.

Deze rapportering wordt opgelegd door de transparanti Richtlijn van de Europese Commissie. De richtlijn heeft als algemene principes dat de overheid de uitvoering van de publieke opdracht niet mag over-subsidiëren en dat kruissubsidiëring van de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe niet mag.

## 2. OPBRENGSTEN

### 2.1 Analytische verdeling opbrengsten – totaal

De opbrengsten van de openbare omroepopdracht worden gerapporteerd volgens acht financieringspijlers.

FINANCIERINGSPIJLERS VRT (in mio euro)	2018		2017	
1. Overheidsfinanciering	276,1	61,4%	268,3	60,5%
<b>Subtotaal Overheidsfinanciering</b>	<b>276,1</b>	<b>61,4%</b>	<b>268,3</b>	<b>60,5%</b>
2. Exploitatie VRT-content	43,5	9,7%	42,3	9,5%
3. BAN en commerciële communicatie	75,9	16,9%	80,6	18,2%
4. Valorisatie mediaruimte buiten België	0,0	0,0%	0,0	0,0%
5. Commerciële afgeleiden	4,5	1,0%	4,7	1,1%
6. Andere commerciële exploitatie	0,5	0,1%	1,0	0,2%
7. Andere inkomsten	19,2	4,2%	14,9	3,4%
8. Ruilen	30,0	6,7%	31,7	7,1%
<b>Subtotaal Eigen Inkomsten</b>	<b>173,6</b>	<b>38,6%</b>	<b>175,2</b>	<b>39,5%</b>
<b>Totaal</b>	<b>449,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>443,5</b>	<b>100,0%</b>
Meerwaarde verkoop grond en gebouwen Reyerssite	0,6		59,6	
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6,0		18,3	
<b>Totaal (*)</b>	<b>444,3</b>		<b>521,4</b>	

(\*) Exclusief voorraadwijzigingen.

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering steeg van 60,5% in 2017 naar 61,4% in 2018. In absolute bedragen steeg de overheidsfinanciering met 7,8 miljoen euro. Deze stijging heeft in hoofdzaak te maken met de afrekening "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut" op het einde van het boekjaar. Zoals bepaald in de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn deze ontvangsten begrensd. Er is afgesproken dat de VRT in eerste instantie, bij het bereiken van de maximumgrens, 1,0 miljoen euro aan de Vlaamse overheid betaalt ten behoeve van het VAF-Mediafonds. Eventuele overschrijdingen van het plafond komen daar bovenop, en moeten eveneens doorbetaald worden aan de overheid.

De afrekening van 2018 gaf een te betalen dotatie van 1,3 miljoen euro aan de Vlaamse overheid (1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en een excedent van 0,3 miljoen euro). In 2017 bedroeg het door te storten bedrag 7,5 miljoen euro (1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en een excedent van 6,5 miljoen euro). De stijging van de dotatie in 2018 wordt dus voor 6,2 miljoen euro verklaard door lagere doorbetalingen bij de afrekening van "commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut".

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijlers 2 t.e.m. 8) bedroeg 38,6% in 2018. In 2017 lag dit aandeel op 39,5%, of een daling van 0,9%. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie*.

In 2017 werd er uitzonderlijk een meerwaarde van 59,6 miljoen euro uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in ontvangst genomen. In 2018 was er nog een kleine meerwaarde van 0,6 miljoen euro.

De overheidsfinanciering in pijler 1 is berekend zonder rekening te houden met de in 2017 extra betaalde dotatie van 18,3 miljoen euro voor doorstorting naar het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. Deze eenmalige bijdrage is onderaan de samenvattende tabel apart vermeld. In 2018 werd de dotatie verminderd met 6,0 miljoen euro, omdat er geen nieuwe bijdrage betaald werd aan het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*.

### 2.2 Pijler 1: Overheidsfinanciering

OVERHEIDSFINANCIERING VRT (in mio euro)	2018		2017	
Basisdotatie	272,2	98,6%	270,9	101,0%
Dotatie herstructurering	2,9	1,1%	3,1	1,2%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-1,3	-0,5%	-7,5	-2,8%
Dotatie Brussels Philharmonic	0,8	0,3%	0,9	0,3%
Overige subsidies	1,5	0,5%	0,9	0,3%
<b>Subtotaal</b>	<b>276,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>268,3</b>	<b>100,0%</b>
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6,0		18,3	
<b>Totaal</b>	<b>270,1</b>		<b>286,6</b>	



In 2018 bedroeg de basisdotatie 272,2 miljoen euro, of 1,3 miljoen euro meer dan in 2017:

- De niet-geïndexeerde basisdotatie bedroeg, conform de beheerovereenkomst, 264,4 miljoen euro voor 2018. De VRT was vanaf 2015 onderworpen aan een nieuw besparingstraject. Voor 2018 betekende dat een vermindering van 3,0 miljoen euro aan overheidsmiddelen. Deze besparing maakt deel uit van het eigen besparingstraject over de periode 2015-2019 voor een totaal bedrag van 29,5 miljoen euro.
- Voor de financiering van de kosten m.b.t. de loonindexering ontving de VRT een dotatie van 5,4 miljoen euro uit de indexprovisie. Het betrof 2,3 miljoen euro op basis van loonindexering per 1 juli 2016 en 2,3 miljoen euro op basis van de loonindexering per 1 juli 2017. De indexering van het loonaandeel op 1 oktober 2018 bedroeg 752.000 euro (indexering volgens MB per 16 november 2018).
- Voor de financiering van de indexderving, werd een éénmalige dotatie toegekend van 2,5 miljoen euro afkomstig uit de herstructureringsprovisie.
- Conform de begrotingsinstructies van de Vlaamse overheid werd het werkingsaandeel van de dotatie in 2018 niet geïndexeerd.

De dotatie herstructurering omvat 2.352.000 euro overgedragen uit 2017 en 500.000 euro extra herstructureringsdotatie voor het jaar 2018.

In 2018 werd de maximumgrens voor boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie met 0,3 miljoen euro overschreden. Ook is er 1 miljoen euro voorzien voor het VAF/Mediafonds.

In 2017 werd een dotatie van 18,3 miljoen toegekend ter ondersteuning van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. In 2018 werd er geen patronale bijdrage betaald aan het fonds, en werd de dotatie verminderd met 6,0 miljoen euro.

De *dotatie Brussels Philharmonic* was bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewerkers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst was resultaatneutraal omdat er een gelijk bedrag aan kosten tegenover staat.

De *overige subsidies* zijn gebaseerd op subsidiebesluiten van overheidsinstanties. Voor 2018 gaat het voornamelijk om subsidies voor onderzoeksprojecten bij de afdeling Onderzoek & Innovatie, gefinancierd vanuit de Europese Commissie en vanuit het Hermesfonds. Daarnaast waren er subsidies vanuit de Stad Brussel voor de organisatie van de *MIA's* en vanuit de Stad Gent voor het Radio 1-programma *Hautekiet trapt het af*. Andere samenwerkingsvormen met overheden zitten vervat in pijler 7, en worden hieronder apart gerapporteerd onder de rubriek "*samenwerkingen rond programma's*" (zie p. 155).

### 2.3 Pijler 2: Exploitatie VRT-aanbod<sup>108</sup>

DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (in mio euro)	2018		2017	
Distributiecontracten	37,7	86,7%	37,2	87,9%
Aanbod-op-aanvraag	3,9	9,0%	3,9	9,2%
Verkopen van programma's	1,7	3,9%	1,0	2,4%
SMS, betaallijnen en apps	0,2	0,4%	0,2	0,5%
<b>Totaal</b>	<b>43,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>42,3</b>	<b>100,0%</b>

De inkomsten uit exploitatie van VRT-aanbod stegen in 2018 met 1,2 miljoen euro ten opzichte van 2017, en dit meer specifiek bij de inkomsten uit contracten met distributeurs en de verkopen van programma's.

De inkomsten van aanbod-op-aanvraag bleven op hetzelfde niveau als in 2017.

Ook de inkomsten uit SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht lagen op het niveau van 2017.

#### 108

Vanaf 2018 worden, naast *Net Gemist*, *Ooit gemist* en andere exploitatie van aanbod-op-aanvraag bij Exploitatie VRT-aanbod ondergebracht. Dit werd retro-actief toegepast voor 2017.

### 2.4 Pijler 3: Boodschappen van Algemeen Nut en Commerciële Communicatie

BAN EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE (in mio euro)		2018		2017	
Boodschappen van algemeen nut		8,4		9,7	
<b>Totaal BAN</b>		<b>8,4</b>		<b>9,7</b>	
Radioreclame		44,5	65,9%	48,2	68,0%
Sponsoring Radio		2,3	3,4%	2,2	3,1%
Sponsoring TV		16,0	23,7%	14,4	20,3%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen		1,4	2,1%	1,7	2,4%
Sponsoring campagnes aanbod-op-aanvraag		0,7	1,1%	1,1	1,6%
Commercialisering op internet en mobiele platformen		1,9	2,8%	2,3	3,2%
Financiële Productplaatsing		0,7	1,0%	1,0	1,4%
<b>Totaal Commerciële communicatie</b>		<b>67,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>70,9</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>		<b>75,9</b>		<b>80,6</b>	

De inkomsten uit *boodschappen van algemeen nut* en *commerciële communicatie* bedroegen samen 75,9 miljoen euro in 2018. Volgens de bepalingen in de *Beheersovereenkomst 2016-2020* werden deze inkomsten voor 2018 begrensd tot maximaal 75,6 miljoen euro. Er is in de loop van 2018 maximaal gestreefd om de commerciële grens te respecteren. De inkomsten uit boodschappen van algemeen nut (BAN) en commerciële communicatie lagen dan ook 4,7 miljoen euro lager dan in 2017. Het excedent bedraagt 0,3 miljoen euro. Ook is

1,0 miljoen euro van de ontvangsten bestemd voor het VAF-Mediafonds.

De *boodschappen van algemeen nut* lagen in 2018 1,3 miljoen euro lager dan in 2017.

De *radioreclame* lag in 2018 3,7 miljoen euro lager ten opzichte van 2017.

Per radionet waren de opbrengsten uit radioreclame de volgende:

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (in mio euro)		2018		2017	
MNM		10,3	23,1%	11,5	23,9%
Radio 1		6,4	14,4%	7,0	14,5%
Radio 2		10,3	23,2%	10,3	21,4%
Studio Brussel		17,5	39,3%	19,4	40,2%
<b>Totaal</b>		<b>44,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>48,2</b>	<b>100,0%</b>

De daling van de opbrengsten uit radioreclame deed zich voor bij alle netten behalve bij Radio 2. De daling was er vooral bij Studio Brussel (-1,9 miljoen euro ten opzichte van 2017), gevolgd door MNM (-1,2 miljoen euro) en Radio 1 (-0,6 miljoen euro).

Wat de *sponsoring* betreft, was er een lichte stijging bij de *radiosponsoring* (+0,1 miljoen euro) en een stijging bij de *televisiesponsoring* (+1,6 miljoen euro) ten opzichte van 2017. De inkomsten uit *sponsoring van niet-uitgezonden evenementen* daalden met 0,3 miljoen euro, en de inkomsten uit *sponsoring van campagnes aanbod-op-aanvraag* met 0,4 miljoen euro.

De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* daalden ten opzichte van 2017 met 0,4 miljoen euro.

Onder *financiële productplaatsing* verstaat men het opnemen van een product of dienst in de setting van een televisieprogramma tegen betaling. De inkomsten hadden betrekking op programma's zoals *Thuis* (Eén), *Iedereen beroemd* (Eén), *Dagelijkse kost* (Eén), *Dagelijkse zomerkost* (Eén) en de programmering rond wedstrijden van het WK voetbal (Sporza). Deze opbrengsten daalden met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2017, namelijk door een daling in financiële productplaatsing bij *Thuis*, *Dagelijkse kost* en *Iedereen beroemd*.

### 2.5 Pijler 4: Valorisatie mediaruimte in het buitenland

Volgens het nieuwe *Kader van merchandising en neven-activiteiten* kan de VRT mediaruimte vermarkten rond haar aanbod dat ze in andere territoria buiten België aanbiedt.

In 2018 kwamen hier nog geen inkomsten voor in aanmerking.

## 2.6 Pijler 5: Commerciële afgeleiden

COMMERCIËLE AFGELEIDEN (in mio euro)	2018		2017	
Evenementen	2,3	51,1%	1,9	40,4%
Merchandising	1,9	42,2%	2,6	55,3%
Muziekuitgeverij	0,3	6,7%	0,2	4,3%
<b>Totaal</b>	<b>4,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,7</b>	<b>100,0%</b>

De inkomsten uit *evenementen* stegen ten opzichte van 2017 met 0,4 miljoen euro. De stijging was te danken aan inkomsten van de Radio 2 Cruise (Noorse Fjorden) en verschillende nieuwe evententiële samenwerkingen zoals de tentoonstelling Lang leve de muziek (in samenwerking met Piece Monté, Stad Gent en Sint Pieters Abdij), The Musical van Eén (diverse musicals in samenwerking met Music Hall), Ketnet Vips Musical The little Mermaid (met Marmelade productiehuis in Flanders Expo Gent), FC De Kampioenencafé (met Plopsaland tijdens het eerste weekend van juli), Lekker klassiek 2018 (samen met Studio Brussel in De Schorre op 25 en 26 augustus 2018), de Thuisreis 2018 (in oktober met Projectreizen naar Griekenland) en andere.

De inkomsten uit *merchandising* daalden met 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2017.

De inkomsten uit de exploitatie van verworven muziekuitgavenrechten bleef in 2018 op ongeveer het zelfde niveau als in 2017.

## 2.7 Pijler 6: Andere commerciële exploitatie

De inkomsten uit andere commerciële exploitatie bestonden voornamelijk uit transmissiediensten, de verhuring van productiemiddelen en huurgelden. In 2018 bedroegen deze 0,5 miljoen euro, ten opzichte van 1,0 miljoen euro in 2017.

## 2.8 Pijler 7: Andere inkomsten

ANDERE INKOMSTEN (in mio euro)	2018		2017	
Dienstverlening aan VAR	0,7	3,6%	0,7	4,7%
Samenwerking rond programma's	3,5	18,2%	3,0	20,1%
Bedrijfsrestaurant	1,4	7,3%	1,4	9,4%
Financiële opbrengsten	6,8	35,5%	3,7	24,8%
Andere bedrijfsopbrengsten	6,8	35,4%	6,1	41,0%
<b>Subtotaal</b>	<b>19,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,9</b>	<b>100,0%</b>
Verkoop grond en gebouwen omroepcentrum	0,6		59,6	
<b>Totaal</b>	<b>19,8</b>		<b>74,5</b>	

De *andere inkomsten* stegen globaal met 4,3 miljoen euro. Deze stijging wordt voornamelijk verklaard door een hoger dividend van VAR (+3,0 miljoen euro), meer samenwerking rond programma's en andere bedrijfsopbrengsten. De meerwaarde op de *verkoop van grond en gebouwen* van het omroepcentrum (+0,6 miljoen euro) is apart vermeld.

De *samenwerkingen rond programma's* stegen 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2017. Belangrijke samenwerkingen in 2018 waren voor televisie *Heldenland de speeltuin* (Ketnet, samen met Stad Tienen), voor radio was dit *Music for Life* (Studio Brussel, samen met Sport Vlaanderen en Provincie Oost-Vlaanderen provinciaal domein Puyenbroeck), *Summertime*, *Mooimakers*, *Week van de klant* (MNM, samen met onder andere Omnicom Media Group en Voetbal Vlaanderen). Een andere samenwerking was voor

*LangZullenWeLezen* (omroepbreed project samen met Fintro).

Deze *samenwerkingen rond programma's* kan verder ingedeeld worden tussen *institutionele financiering* en *niet-institutionele financiering*. Waarbij onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering van bepaalde programma's door overheidsinstellingen of aanverwante instellingen rond een thema of locatie. Hieronder vallen onder andere bepaalde toerismediensten, steden, gemeenten, en provincies.

De totale *institutionele financiering bij VRT*<sup>109</sup> bedroeg 1,7 miljoen euro in 2018 en steeg met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2017. Uitgesplitst naar radio, televisie (inclusief informatie *Karrewiet*) en andere (o.a. *LangZullenWeLezen*) geeft dit volgend overzicht:

### 109

Bovendien werden ook via de externe productiehuisen *institutionele financiering* gerealiseerd. Deze bedroegen in 2018 1,0 miljoen euro, of een stijging met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2017. In 2018 hadden onder meer de volgende programma's via externe productiehuisen *institutionele financiering*: de fictiereeks *Over water* (Eén), *Dertigers* (Eén), *Goed gezien* (Ketnet) en *Vlaanderen Feest!* (Eén).



<b>ANDERE INKOMSTEN</b> (in mio euro)		<b>2018</b>		<b>2017</b>	
Radio	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,9		0,7	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	1,4		1,2	
	<b>subtotaal Radio</b>	<b>2,3</b>	<b>65,7%</b>	<b>1,9</b>	<b>63,4%</b>
Televisie	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,7		0,3	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	0,3		0,7	
	<b>subtotaal Televisie</b>	<b>1,0</b>	<b>28,6%</b>	<b>1,0</b>	<b>33,3%</b>
Andere	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,1		0,1	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	0,1		0,0	
	<b>subtotaal andere</b>	<b>0,2</b>	<b>5,7%</b>	<b>0,1</b>	<b>3,3%</b>
<b>Totaal</b>		<b>3,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,0</b>	<b>100,0%</b>

Binnen de *financiële opbrengsten* is de uitkering van het dividend door VAR de grootste opbrengstesoort. VAR keerde in 2018 een dividend van 6,6 miljoen euro uit ten opzichte van 3,6 miljoen euro in 2017. Andere financiële opbrengsten zijn de wisselresultaten op vreemde valuta.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat de gerecupereerde kosten, de tussenkomsten van verzekeringen, de

vergoeding voor thuiskopieën en de geleide bezoeken. Bij de *andere bedrijfsopbrengsten* was er een stijging van 0,7 miljoen euro. Belangrijke gerecupereerde kosten waren er bij *Het gala van de gouden K's* (Ketnet) en dubbing van programma's, hostbroadcasting van sportmanifestaties zoals de Europese kampioenschappen (evenement van Europese kampioenschappen in 7 sportdisciplines in Glasgow en Berlijn) en het WK wielrennen in Innsbruck (Sporza).

## 2.9 Pijler 8: Ruilen

<b>RUILEN</b> (in mio euro)		<b>2018</b>		<b>2017</b>	
Mediaruil		8,9	29,7%	8,9	28,1%
Facilitaire toelevering		3,4	11,3%	3,3	10,4%
Productplaatsing in natura en aftiteling		2,3	7,7%	2,1	6,6%
Andere ruil:					
TV		2,1	7,0%	2,3	7,3%
Radio		12,3	41,0%	13,8	43,5%
Webruimte		1,0	3,3%	1,3	4,1%
<b>Totaal</b>		<b>30,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>31,7</b>	<b>100,0%</b>

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. De mediaruil bleef in 2018 nagenoeg constant in vergelijking met 2017.

Bij de *facilitaire toelevering* levert de VRT prestaties aan externe productiehuisen in het kader van productie-overeenkomsten. De waarde van de onderaanneming wordt mee opgenomen in de waarde van de uitzendrechten. Ten opzichte van 2017 is deze ruil met 0,1 miljoen euro gestegen tot 3,4 miljoen euro. Facilitaire toelevering was er bij Eén-programma's als *Dagelijkse kost*, *Zie me graag*, *Het collectieve geheugen*, *Van algemeen nut*, *Blokken* en andere.

Bij de *productplaatsing in natura en aftiteling* levert de adverteerder goederen en diensten, waaronder prijzen,

en in ruil geeft de VRT visibiliteit en/of aftiteling in het programma, zoals voor de Eén-programma's *Dagelijkse kost* en *Iedereen beroemd*. De ruilen met betrekking tot productplaatsing in natura en aftiteling stegen in 2018 met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2017. Deze stijging komt voornamelijk doordat enkele contracten meer werden afgesloten voor het WK voetbal in 2018.

Bij de *andere ruilen* worden spotjes of promotionele aankondigingen via een VRT-kanaal geruild voor onder andere visibiliteit van de VRT-netten in de promotie-campagne van de organisator, gratis tickets, aanwezigheid van de VRT op evenementen (muziek, theater, beeldende kunst, film), levering van diensten voor een VRT-productie, uitzendrechten, enzovoort. Er was een daling van 2,0 miljoen euro ten opzichte van 2017.

### 3. KOSTEN

#### 3.1 Analytische verdeling van de kosten – totaal

Als een van de strategische doelstellingen in de Beheersovereenkomst 2016-2020 wordt aangegeven dat de VRT-aanbodsmerken de belangrijkste connectoren zijn tussen de mediagebruiker en het publieke aanbod. De VRT heeft onder andere als opdracht om de aanbodsmerken doelgericht multimediaal uit te bouwen. De VRT-merken moeten aanwezig zijn op de platformen die hun publiek in hun mediagebruik geïntegreerd hebben. Een aanbodsmerk kan met andere woorden zowel een radio-, televisie-, online- als een evenementieel aanbod bevatten.

De kostprijs van een aanbodsmerk wordt als geheel gerapporteerd: de kostprijs van de website van Studio Brussel bijvoorbeeld zit mee vervat in de totale kostprijs van het aanbodsmerk Studio Brussel (en niet als een aparte rubriek in de analytische rapportering).

In dit hoofdstuk wordt informatie verschaft over *de kosten van de programma-output* (hierbij wordt voor de aanbodsmerken een indeling gebruikt volgens de mediabeleving waar het aanbodsmerk het sterkst aanwezig is), *de kosten voor Onderzoek & Innovatie*, *de kosten van de Ondersteunende directies* en *de kosten van Brand Extensions*.

ANALYTISCHE VERDELING VAN DE KOSTEN (in mio euro)	2018		2017	
TV-aanbodsmerken	263,1	61,6%	257,2	60,9%
Radio-aanbodsmerken	98,1	23,0%	97,8	23,2%
Thema-aanbodsmerken	14,5	3,4%	13,9	3,3%
<b>Kosten programma-output</b>	<b>375,7</b>	<b>88,0%</b>	<b>368,9</b>	<b>87,4%</b>
Onderzoek en innovatie	2,4	0,6%	1,9	0,4%
Ondersteunende directies	44,3	10,4%	46,8	11,1%
Brand extensions	4,5	1,0%	4,8	1,1%
<b>Subtotaal</b>	<b>426,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>422,4</b>	<b>100,0%</b>
Andere	14,3		34,5	
<b>Totaal (*)</b>	<b>441,2</b>		<b>456,9</b>	

(\*) Inclusief voorraadwijzigingen

*De kosten van de programma-output* bedroegen 375,7 miljoen euro of 88,0% van de totale kosten in 2018. Dit is een stijging met 6,8 miljoen euro ten opzichte van 2017.

*De kosten van de tv-aanbodsmerken* stegen met 5,9 miljoen euro omwille van niet-jaarlijks weerkerende sportevenementen die plaatsvonden in 2018 (WK voetbal en Olympische winterspelen). In 2018 waren er ook verkiezingen voor de provincieraden en gemeenteraden. De kosten van de radio-aanbodsmerken en de thema-aanbodsmerken stegen met respectievelijk 0,3 miljoen euro en 0,6 miljoen euro.

*De kosten van de programma-output* worden verder in detail besproken.

*De kosten voor Onderzoek & Innovatie* stegen in 2017 met 0,5 miljoen euro.

In 2017 kreeg de VRT van de Europese Commissie groen licht voor vijf innovatieprojecten binnen het *Horizon2020*-programma voor onderzoek en innovatie: MediaRoad (een Europese samenwerkingsvorm voor start-ups gebaseerd op de aanpak van VRT Sandbox), CPN (nieuws op maat, op het gepaste moment van de dag), MARCONI (interactieve en gepersonaliseerde radio), HRadio (hybride radio die muziek en gepersonaliseerde informatie

combineert) en Content4All (geautomatiseerde vorm van gebarenondertiteling). Deze projecten werden in 2018 verder uitgerold. In de loop van 2018 werden nog twee nieuwe innovatieprojecten binnen het *Horizon2020*-programma opgestart: Fandango (rond detectie van fake news) en EDI (incubator voor data-innovatie).

*De kosten van de ondersteunende directies*<sup>110</sup> daalden in 2018 met 2,5 miljoen euro. Ze bedroegen 10,4% van de totale kosten, ten opzichte van 11,1% in 2017. Deze percentuele daling is gedeeltelijk te verklaren door de grote sportevenementen in de even jaren (WK voetbal en Olympische Winterspelen) en de programmering rond de gemeente- en provincieraadsverkiezingen (niet in 2017, wel in 2018). De daling in absolute bedragen is voornamelijk te verklaren door de daling in de afschrijvingen ten gevolge van de verkoop van de gronden en de gebouwen.

*De kosten voor de commerciële activiteiten van Brand Extensions* daalden in 2018 met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2017. De belangrijkste verklaring voor deze daling is het wegvallen van de investering in een FC De Kampioenen-film in 2017.

In de rubriek *Andere kosten*, worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderingen einde boekjaar, de

provisie voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, de digitalisering van het archief, de belastingen, de herstructureringskosten en de kosten voor het Brussels Philharmonic.

Andere kosten worden afzonderlijk gerapporteerd om de vergelijkbaarheid met voorgaande jaren mogelijk te

maken. Deze kosten daalden ten opzichte van 2017 met 20,2 miljoen euro, voornamelijk door het wegvallen van de eenmalige bijdrage ter ondersteuning van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* die in 2017 werd doorgestort ter ondersteuning van het fonds.

### 3.2 Analytische verdeling kosten programma-output radio-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIO-AANBODSMERK (in mio euro)				
	2018		2017	
Radio 1	21,6	22,0%	19,9	20,4%
Radio 2	28,5	29,0%	28,7	29,3%
MNM	13,1	13,4%	13,8	14,1%
Studio Brussel	21,4	21,8%	21,0	21,5%
Klara	13,5	13,8%	14,4	14,7%
<b>Totaal Radio</b>	<b>98,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>97,8</b>	<b>100,0%</b>

De totale kosten van de radio-aanbodsmerken stegen in 2018 met 0,3 miljoen euro.

De kosten voor Radio 1 stegen met 1,7 miljoen euro. Dat is voornamelijk te verklaren door de grote sportevenementen in 2018 (het WK voetbal en de Olympische Winterspelen). Daarnaast was er extra aandacht voor de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Bij Radio 2 was een daling met 0,3 miljoen euro tegenover 2017. Bij MNM daalden de kosten met 0,7 miljoen euro. Dit is quasi volledig toe te schrijven

aan een daling van de mediaruilen. Bij Studio Brussel was er een toename in de kosten van 0,4 miljoen euro. Het merk investeerde meer in het digitaal aanbod. De uitgaven bij Klara daalden met 0,9 miljoen euro, voornamelijk omdat er minder ruilovereenkomsten werden afgesloten in 2018. Dit komt ondermeer omdat er in 2018, waarop de VRT aanwezig is, minder grote cultuurevenementen plaatsvonden. (Evenementen zoals Europalia, Contour Biënnale en Passa Porta vinden tweejaarlijks plaats.)

### 3.3 Analytische verdeling kosten programma-output tv-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER TV-AANBODSMERK (in mio euro)				
	2018		2017	
Eén	180,4	68,5%	170,0	66,1%
Canvas	52,0	19,8%	58,6	22,8%
Ketnet	30,7	11,7%	28,6	11,1%
<b>Totaal Televisie</b>	<b>263,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>257,2</b>	<b>100,0%</b>

De kosten van de tv-aanbodsmerken stegen met 5,9 miljoen euro tot 263,1 miljoen euro in 2018.

De totale kostprijs van Eén steeg met 10,4 miljoen euro. Deze toename kan grotendeels toegewezen worden aan de grote sportevenementen in 2018 (WK voetbal en Olympische Winterspelen) en de programmering rond de gemeente- en provincieraadsverkiezingen.

Ten opzichte van 2017 daalde de kostprijs van Canvas met 6,6 miljoen euro. De programmatie in de vooravond (met onder meer *Een onvergetelijke dag*) werd vervangen door

herhalingen. Voor de zomer van 2018 waren er minder afleveringen van *Cinema Canvas* en werden deze op een meer efficiënte manier geproduceerd. Door een hoger aandeel van aankoopprogramma's tijdens prime time zette Canvas bovendien minder mensen en middelen in op vrijdag- en zondagavond.

In 2018 steeg de kostprijs van Ketnet met 2,1 miljoen euro. Voor het evenement *Heldenland* werd een 360-graden-beleving ontwikkeld. Ketnet bood daarnaast een nieuwe fictiereeks (*Buck*) aan, wat kadert in de verschuiving van minder internationale aankoop naar meer lokale producties.



### 3.4 Rapporteringen van de thema-aanbodsmerken

DE KOSTEN EN HET RELATIEF AANDEEL IN DE KOSTEN PER THEMA-AANBODSMERK (in mio euro)	2018		2017	
	VRT NWS	9,1	62,8%	8,8
Sporza	5,4	37,2%	5,1	36,7%
<b>Totaal Thema-aanbodsmerken</b>	<b>14,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,9</b>	<b>100,0%</b>

De kosten van de thema-aanbodsmerken stegen met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2017.

daarnaast was 2018 een verkiezingsjaar (wat leidde tot extra kosten voor extra digitaal aanbod).

De kosten voor het digitaal VRT NWS-aanbod stegen met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2017. De website en de app van VRT NWS werden verder uitgebouwd en

De kosten van Sporza namen toe met 0,3 miljoen euro. De sportzomer met ondermeer het WK voetbal vergde extra investeringen.

### 3.5 Verdeling kosten per mediagebruiker <sup>111</sup>

DE KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER (2017-2018) (in euro)	2018	2017
TV-aanbodsmerken	47,1	48,9
Radio-aanbodsmerken	17,6	18,6
Thema-aanbodsmerken	2,6	2,6
<b>Totale kosten (*) per mediagebruiker</b>	<b>67,3</b>	<b>70,1</b>
<b>Totale overheidsfinanciering per mediagebruiker</b>	<b>41,2</b>	<b>44,0</b>

(\*) Inclusief Toeslag in 2017 van 23,9% en van 17,4% in 2018 voor toerekening van de kosten voor onderzoek en innovatie, de Brand extensions, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten.

De kosten per mediagebruiker daalden van 70,1 euro naar 67,3 euro doordat de totale kosten van de VRT daalden (in 2017 was er de eenmalige extra bijdrage aan het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*). Het aantal mediagebruikers bleef ongeveer gelijk (een beperkte

stijging met 36.956 personen).

Van de totale kosten van 67,3 euro in 2018 was er 41,2 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 26,1 euro uit eigen middelen <sup>112</sup>.

## 4. Voorraden

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2018 99,9 miljoen euro, een daling met 0,3 miljoen euro ten opzichte van eind 2017. In de voorraad zitten sportrechten (36,8 miljoen euro), filmrechten (11,3 miljoen euro),

eigen producties (48,8 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (3,2 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-0,5 miljoen euro) en een voorraad technische artikelen (0,3 miljoen euro).

<sup>111</sup>

Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,55 miljoen inwoners op 1 januari 2018 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

<sup>112</sup>

Indien in 2017 abstractie gemaakt wordt van de versterking van het vermogen van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*, dan waren de totale kosten per mediagebruiker 67,3 euro. De totale overheidsfinanciering per mediagebruiker was dan 41,2 euro.

## A. Sportrechten

VOORRAAD SPORTRECHTEN (in mio euro)			
Voorraad op 31/12/2017	Aankopen in 2018	Uitgezonden in 2018	Voorraad op 31/12/2018
37,7	+11,2	-12,1	36,8
	o.a. UEFA Europa league voetbal (2018-2021) Beker van België (voetbal 2018-2020) EK Hockey (2019) WK Voetbal Vrouwen (2019) ConfederationsCup Voetbal (2021) Pro Basketball league (2018-2021) Wielrennen Flanders Classics (2018-2024)	o.a. Olympische Winterspelen WK Voetbal UEFA Europa League voetbal Voetbal ProLeague Beker van België (voetbal) Wielrennen Ronde van Frankrijk WK Wielrennen, baanwielrennen Wielrennen Flanders Classics DVV Veldrijden BK Wielrennen en Veldrijden Atletiek Memorial Van Damme Tennis Roland Garros Basketbalcompetitie	o.a. Olympische Spelen (2020) WK Voetbal (vrouwen 2019 en mannen 2022) ConfederationsCup Voetbal (2021) EK Voetbal (2020) UEFA Europa league voetbal (tot 2021) Beker van België (voetbal tot 2020) Voetbal ProLeague (tot 2020) Wielrennen Flanders Classics (tot 2024) Wielrennen Ronde van Frankrijk (tot 2023) WK Wielrennen, Baanwielrennen (tot 2024) BK Wielrennen en Veldrijden (tot 2022) DVV Veldrijden (tot 2021) Wielrennen Vuelta (tot 2020) Basketbalcompetitie (tot 2021) Atletiek Memorial Van Damme (tot 2022) EK Hockey (2019)

De voorraad sportrechten daalde in 2018 met 0,9 miljoen euro tot 36,8 miljoen euro. Er werden voor 11,2 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 12,1 miljoen euro aan rechten werd

verbruikt. De voorraaddaling is in belangrijke mate te verklaren door de uitzendingen van het WK voetbal en de Olympische Winterspelen in 2018.

## B. Filmrechten

VOORRAAD FILMRECHTEN (in mio euro)					
	Voorraad op 1/01/18	Aankopen in 2018	Verbruik in 2018	Schrapping in 2018	Voorraad op 31/12/2018
Films	3,0	3,2	-2,7	-0,1	3,4
Documentaires	1,5	2,3	-1,9	-0,2	1,7
Series, Comedy's, Animatie, enz	6,2	6,4	-6,1	-0,3	6,2
<b>Totaal</b>	<b>10,7</b>	<b>11,9</b>	<b>-10,7</b>	<b>-0,6</b>	<b>11,3</b>

De totale filmvoorraad nam toe met 0,6 miljoen euro. De voorraad films steeg met 0,4 miljoen euro. De overige posten vertoonden een lichte stijging.

## C. Eigen producties

EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (in mio euro)		2018	2017
Fictie		24,7	25,1
Andere		24,1	24,1
<b>Totaal</b>		<b>48,8</b>	<b>49,2</b>

Eigen producties zijn de programma's die specifiek voor de VRT gemaakt worden, ofwel via interne productie, ofwel door een extern productiehuis.

De eindvoorraad van de eigen producties daalde met minder dan 1% (of -0,4 miljoen euro) ten opzichte van 2017.

Deze daling is terug te vinden bij Fictie. Bij Canvas steeg de voorraad met 0,7 miljoen euro (wegens een nieuwe

reeks *Fiskepark* die uitgezonden wordt in 2019 en waarvan de productie begonnen is in 2018). Bij Eén daalde de eindvoorraad met 1,0 miljoen euro. Er werd in 2018 minder voorraad Fictie opgebouwd dan er werd uitgezonden. In 2018 kwamen ondermeer volgende fictiereeksen op antenne: *Salamander II* (Eén), *Gevoel voor tumor* (Eén) en *Professor T.* (Eén, seizoen 3) en werden onder andere de Eén-reeksen *De twaalf* en *Undercover* in voorraad genomen.

## 8.4

## NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

De nettokosten van de publieke opdracht van de VRT zijn het verschil tussen:

- de op bedrijfsniveau geboekte ondernemingskosten na aftrek van de kosten verbonden aan de commerciële activiteiten die noch direct noch indirect enig voordeel halen uit de openbare omroepopdracht;
- en de inkomsten uit niet-commerciële activiteiten en de inkomsten uit commerciële activiteiten die wel voordeel halen uit de openbare omroepopdracht.

De nettokosten van de publieke opdracht mogen volgens de transparantierichtlijn van de Europese Commissie niet lager zijn dan de toegekende overheidssubsidies ter financiering van de publieke opdracht.

De Vlaamse Regering heeft, op verzoek van de Europese Commissie, de reservering van het eventuele netto-surplus uit de exploitatie van de openbare omroepopdracht wettelijk geregeld. De term netto-surplus of overcompensatie verwijst naar het verschil tussen de overheidsdotatie en de nettokosten van de publieke opdracht. De reservering van het netto-surplus zal beperkt worden tot 10% van de in dat betrokken boekjaar ontvangen bedragen aan overheidsmiddelen. Deze bepalingen werden opgenomen in het mediadecreet.

De vergelijking tussen de nettokosten en de overheidsfinanciering van de publieke opdracht wordt weergegeven in de volgende tabel.

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT (in mio euro)	2018	2017	Vershil
<b>Totaal kosten</b>	<b>441,2</b>	<b>456,9</b>	<b>-15,7</b>
- minus kosten van commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht	-2,0	-3,0	+1,0
- minus opbrengsten van commerciële activiteiten die voordeel halen uit de publieke opdracht	-158,6	-159,1	+0,5
- minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten	-10,5	-69,5	+59,0
- plus overheveling overschot naar de reserve Nieuwbouw (*)	6,3	59,6	-53,3
<b>Nettokosten van de publieke opdracht</b>	<b>276,4</b>	<b>284,9</b>	<b>-8,5</b>
Overheidssubsidies	270,1	286,6	-16,5
Overheidssubsidies - Nettokosten publieke opdracht =			
- = onderfinanciering of netto-deficit,	- 6,3	+1,7	-8,0
+ = overfinanciering of netto-surplus			
Cumulatief netto-deficit 2017-2018 (onderfinanciering)	-4,6		

(\*) Bij de berekening van de nettokosten van de publieke opdracht moet abstractie gemaakt worden van de overschotten die werden toegevoegd aan het "reservfonds voor de nieuwbouw" (6,3 miljoen euro in 2018). Het gaat hier om besparingen die in 2018 gerealiseerd werden op de reguliere werkingskosten en de afschrijvingskosten omwille van de geplande nieuwbouw en de verkoop van de gebouwen (in totaal 5,7 miljoen euro). Het gaat ook om een meerwaarde op de verkoop van grond en gebouwen aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (0,6 miljoen euro). Deze overschotten werden overgeheveld naar het "reservfonds voor de nieuwbouw" en zullen later aangewend worden ter financiering van het nieuwe gebouw. In 2017 werd het bedrag (59,6 miljoen euro) voor de verkoop van grond en gebouwen van de Reyerssite overgeheveld naar het "reservfonds voor de nieuwbouw". De gerealiseerde meerwaarde is opgenomen onder de opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten.

De nettokosten van de publieke opdracht bedroegen in 2018 276,4 miljoen euro en lagen 8,5 miljoen euro lager dan in 2017. Enerzijds was er in 2017 een eenmalige bijdrage ter ondersteuning van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* voor 18,3 miljoen euro. Anderzijds was 2018 een even jaar. Dat betekende een jaar met grote sportevenementen zoals het WK voetbal. Op dat vlak lagen de kosten van de publieke opdracht hoger in 2018 dan in 2017.

De overheidssubsidies bedroegen in 2018 270,1 miljoen euro ten opzichte van 286,6 miljoen euro in 2017, wat 16,5 miljoen euro lager is. In 2017 was in het bedrag overheidssubsidies een eenmalig bedrag van 18,3 miljoen euro opgenomen, met name de dotatie voor de financiering van de bovenvermelde bijdrage aan het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*.

De nettokosten lagen in 2018 6,3 miljoen euro hoger dan de overheidsfinanciering. 2018 sloot dus af met een netto-deficit of een onderfinanciering van de publieke opdracht. In 2017 was er een netto-surplus van 1,7 miljoen euro. Traditioneel zijn er in de even jaren hogere kosten dan in de oneven jaren, omwille van de grote sportevenementen in de even jaren (2018: WK voetbal en Olympische winterspelen). Ook waren er in 2018 verkiezingen (met bijhorend extra media-aanbod) terwijl dat in 2017 niet het geval was. Nemen we 2017 (netto-surplus van 1,7 miljoen euro) en 2018 (netto-deficit van 6,3 miljoen euro) samen, dan is er een cumulatief netto-deficit of een onderfinanciering van -4,6 miljoen euro.



## 8.5

## UITVOERING VAN DE ESR-BEGROTING 2018

SAMENVATTING RESULTAAT 2018 (in 1.000 euro)	ESR-budget 2018	ESR werkelijk 2018	Variantie
Resultaat exclusief over te dragen commerciële communicatie en exclusief resultaat nieuwbouw	-19.791	-27.129	-7.338
Over te dragen commerciële communicatie naar 2019: excedent (280) en VAF-Mediafonds (1.000)	0	+1.280	+1.280
Over te dragen resultaat voor de nieuwbouw naar 2019	+12.600	+14.630	+2.030
ESR-resultaat	-7.191	-11.219	-4.028

De ESR-begroting BA<sup>113</sup> 2018 werd opgemaakt met een tekort van 7,2 miljoen euro. Dat tekort werd in de begroting verwerkt via een vermindering van het "over te dragen ESR-resultaat" (interring op het overgedragen saldo uit het voorgaande jaar).

Het tekort was samengesteld uit:

- Een tekort van 2,4 miljoen euro voor de herstructureringskosten 2018. In 2017 werd een dotatie van 5,5 miljoen euro toegekend, maar die werd toen niet volledig opgebruikt. Omwille van wijzigingen in de uitvoering van het sociaal plan, zijn 2,4 miljoen euro aan uitgaven verschoven van 2017 naar 2018.
- Een tekort van 16,1 miljoen euro voor het betalen van het excedent uit de jaren 2012 tot en met 2017 aan de Vlaamse overheid. In voorgaande jaren werd het excedent uit commerciële communicatie en BAN telkens toegevoegd aan het over te dragen saldo, en bij de doorbetaling in 2018 werd gebruik gemaakt van het overgedragen saldo.
- Een tekort van 1,25 miljoen euro voor de participatie in Media Invest Vlaanderen.
- Een toevoeging van 12,6 miljoen euro aan het overgedragen saldo voor de financiering van het toekomstig nieuwe gebouw<sup>114</sup>.

In werkelijkheid was er een tekort van 11,2 miljoen euro, wat 4,0 miljoen meer is dan voorzien in de begroting. Dat tekort was in hoofdzaak de resultante van:

- Hogere uitgaven voor aankopen op voorraad dan voorzien:

- Er waren meer aankopen van externe programma's op voorraad. Dat is het gevolg van het meer inzetten op externe productie en minder op interne productie, conform de bepalingen van de beheersovereenkomst en het toekomstplan. Het versterkt de goede werking van het media-ecosysteem wat een doelstelling is van de beheersovereenkomst.
- Er waren meer aankopen van sportrechten op voorraad. Het gaat hier voornamelijk om de verlenging van bestaande rechten. Bij de budgetopmaak is het immers moeilijk in te schatten welke sportrechten er dat jaar op de markt zullen komen.
- Hogere ontvangsten uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut. Er werd 1,3 miljoen euro overgedragen naar volgend boekjaar, met name 1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en 0,3 miljoen euro overschrijding van het plafond voor commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut.
- Lagere uitgaven voor investeringen. In het budget werd voor de nieuwbouw 12,6 miljoen euro overschot aan het overgedragen saldo toegevoegd (investeringsuitgaven voor de nieuwbouw versus ontvangsten uit de verkoop van grond en gebouwen, en besparingen op de reguliere werking en investeringen omwille van de nieuwbouw). Deze raming was gebaseerd op het financieel plan van de nieuwbouw van 6 maart 2018. Op 17 september 2018 werd het financieel plan van de nieuwbouw geactualiseerd en voor 2018 werd er een overschot van 14,6 miljoen euro ingeschreven, of 2,0 miljoen euro meer dan voorzien in de BA 2018.

113

BA = begrotingsaanpassing.

114

De BA 2018 is gebaseerd op het financieringsplan voor de nieuwbouw dd. 6 maart 2018.

## 8.6

# RESULTATEN VAN VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT.

## 1. VLAAMSE AUDIOVISUELE REGIE (VAR)



De NV VAR is een 100% dochteronderneming van de VRT. In de Raad van Bestuur van VAR zitten drie bestuurders: de gedelegeerd bestuurder van de VRT, "de VRT" vertegenwoordigd door een lid van de Raad van Bestuur van de VRT en een onafhankelijk bestuurder.

VAR is een mediaregie die het reclameaanbod en nevenproducten van mandaatgevers marketeert. VAR verkoopt mediaconcepten en reclameruimte aan klanten en prospecten om maximaal rendement te bewerkstelligen voor klanten, mandaatgevers en aandeelhouder.

VAR staat in voor de verkoop van bepaalde vormen van commerciële communicatie, zoals radioreclame, radio- en televisiesponsoring, en de commercialisering van de websites (via Pebble Media).

Verder verkoopt VAR ook ruimte voor boodschappen van algemeen nut. Op die manier realiseert VAR een gedeelte van de eigen inkomsten van de VRT.

VAR is 100% eigenaar van Predicube, dat data-analyse doet met het oog op adverteren. Daarnaast is VAR deels aandeelhouder van Pebble Media, dat onder andere de commercialisering van de VRT-websites verzorgt.

VAR hield in 2018 een strikte discipline in haar beleid om het opgelegde plafond inzake commerciële communicatie (zoals beschreven in de beheersovereenkomst) te respecteren. Daarbij dienden veel adverteerders teleurgesteld te worden wegens gebrek aan inventaris. Het leidde ook naar een verminderde groei van de totale Vlaamse radioreclamemarkt. Dat is een zorgwekkend neveneffect van het opgelegde plafond dat immers marktverstoring werkt.

VAR haalde in 2018 97,3 miljoen euro bedrijfsopbrengsten en een resultaat na belasting van 5,6 miljoen euro winst.

<b>VAR: RESULTAAT</b> (in 1.000 euro)	<b>2018</b> (*)	<b>2017</b>
Bedrijfsopbrengsten	97.313	103.921
Regie voor VRT	75.205	79.615
Overige Aankopen	7.735	5.877
Bezoldigingen	4.274	3.949
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	510	498
Bedrijfsresultaat	9.589	13.982
Financieel resultaat	-1.345	-1.668
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2.630	-4.748
<b>VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN</b>	<b>5.614</b>	<b>7.566</b>

(\*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 05/06/2019



## 2. PEBBLE MEDIA

De NV Pebble Media is een naamloze vennootschap met twee aandeelhouders die elk voor de helft participeren: Telenet en VAR. Pebble Media marketeert en verkoopt digitale reclameconcepten.

Pebble Media haalde in 2018 10,7 miljoen euro bedrijfsopbrengsten en een negatief resultaat na belastingen van 0,4 miljoen euro verlies.

<b>PEBBLE MEDIA: RESULTAAT</b> (in 1.000 euro)	<b>2018</b> <sup>(*)</sup>	<b>2017</b>
Bedrijfsopbrengsten	10.773	8.931
Aankopen	8.864	7.587
Bezoldigingen	1.820	1.514
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	471	474
Bedrijfsresultaat	-381	-644
Financieel resultaat	-16	-16
Uitzonderlijke resultaten en belastingen		-2
<b>Pebble Media RESULTAAT NA BELASTINGEN</b>	<b>-397</b>	<b>-662</b>

(\*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 16/05/2019

## 3. PREDICUBE

Predicube is sinds 29 augustus 2018 een 100% dochteronderneming van VAR. Predicube staat voor Predicting Customer Behaviour. De start-up is een spin-off van onderzoeksbureau imec en de Universiteit Antwerpen. Predicube is een IP- en data-analyseplatform dat adver-

teerders helpt om online campagnes te optimaliseren qua het bereiken van de consumenten.

Predicube haalde in 2018 0,3 miljoen euro bedrijfsopbrengsten en een resultaat na belastingen van 0,1 miljoen euro winst.

<b>PREDICUBE: RESULTAAT</b> (in 1.000 euro)	<b>2018</b> <sup>(*)</sup>	<b>2017</b>
Bedrijfsopbrengsten	257	145
Aankopen	142	164
Bezoldigingen	26	117
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	2	4
Bedrijfsresultaat	88	-140
Financieel resultaat	-7	-113
Uitzonderlijke resultaten en belastingen		
<b>PREDICUBE RESULTAAT NA BELASTINGEN</b>	<b>81</b>	<b>-253</b>

(\*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 16/05/2019



#### 4. MEDIA INVEST VLAANDEREN

PMV en de VRT bundelden op 6 april 2018 hun krachten en expertise om samen te investeren in beloftevolle bedrijven in het Vlaamse media-ecosysteem. Ze richtten daarvoor een joint venture op om nieuwe initiatieven (voornamelijk financieel) te steunen en de sector te doen groeien. Met als missie om een rendabele investeringsportefeuille uit te bouwen om de professionalisering en het internationaal potentieel van de Vlaamse mediasector te ondersteunen en te versterken. PMV en de VRT participeren elk voor 50% in Media Invest Vlaanderen.

Media Invest Vlaanderen haalde, in haar oprichtingsjaar, een negatief resultaat na belastingen van 0,1 miljoen euro verlies. In 2018 heeft Media Invest Vlaanderen nog geen investering kunnen doen. Daarom zijn er geen (bedrijfs)opbrengsten. De kosten zijn werkingskosten van de vennootschap zoals kosten voor communicatie van de joint venture, vergoeding voor het beheer en kosten voor de organisatie van investeringscomités).

<b>PREDICUBE: RESULTAAT</b> (in 1.000 euro)	<b>2018</b> <sup>(*)</sup>
Bedrijfsopbrengsten	0
Aankopen	68
Bezoldigingen	0
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	15
Bedrijfsresultaat	-83
Financieel resultaat	0
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	
<b>MEDIA INVEST VLAANDEREN RESULTAAT NA BELASTINGEN</b>	<b>-83</b>

(\*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Media Invest Vlaanderen van 13/05/2019

#### 5. DIGITALE RADIO VLAANDEREN

De VRT, Mediahuis en Medialaan werken samen aan een digitale radiospeler (en participeren elk voor een derde in het kapitaal). De drie partners zullen samen een licentie nemen bij de universele radiospeler en app Radioplayer Worldwide. Dat is een non-profitorganisatie die opgericht werd door de BBC en de grote commerciële radiostations in Groot-Brittannië. (Intussen is de Radioplayer operationeel in tien landen en in de

Franse Gemeenschap.) De samenwerking tussen de drie mediaspelers zal toelaten om digitaal en via apps naar alle Vlaamse radiozenders te luisteren via Radioplayer Worldwide.

Digitale Radio Vlaanderen werd pas opgericht op 16 november 2018. Er is bijgevolg nog geen bedrijfsresultaat gekend voor 2018.

## 10

## OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN



De Beheersovereenkomst 2016-2020 bepaalde voor elke strategische doelstelling een reeks performantiemaatstaven waaraan de VRT moet voldoen. De VRM is verantwoordelijk voor de evaluatie van deze maatstaven. Ze gelden voor de hele duur van de beheersovereenkomst (tenzij anders bepaald).

De resultaten op de performantiemaatstaven zijn hieronder opgenomen. Voor meer gedetailleerde informatie wordt verwezen naar de pagina's in voorliggend jaarverslag.

STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: VOOR IEDEREEN RELEVANT		PAGINA
1.	De VRT bereikte met haar aanbod op weekbasis 88,7% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder (norm 85%).	11
2.	De VRT rapporteerde bereikcijfers voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologie neutrale meting van bereik.	11
3.	De VRT bereikt minstens 75% van elke relevante doelgroep op weekbasis (= norm): mannen: 88,6%, vrouwen: 88,9%, leeftijd van 15 t.e.m. 24 jaar: 87,9% <sup>115</sup> , leeftijd van 25 t.e.m. 44 jaar: 85,1%, leeftijd van: 45 t.e.m. 64 jaar: 90,6%, leeftijd 65 en ouder: 91,2%, opleidingsniveau: lager onderwijs: 79,9%, lager secundair onderwijs: 85,2%, hoger secundair onderwijs: 88,4%, hoger onderwijs: 93,5%, nieuwe Vlamingen: 81,1%.	11
4.	De VRT streefde naar diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde televisieaanbod, uitgezonderd programma-aankoop: <ul style="list-style-type: none"> <li>Geslacht: 38,8% vrouwen (norm: 33%)</li> <li>Afkomst: 8,0% nieuwe Vlamingen (norm: 5%)</li> </ul>	22
5.	De VRT maakte haar aanbod toegankelijk voor personen met een auditieve of visuele beperking. <ul style="list-style-type: none"> <li><b>NIET-GEHAALDE DOELSTELLING</b> Gesproken ondertiteling was niet 100% beschikbaar (norm: 100%, uitgezonderd specifieke archiefbeelden).</li> <li>Audiodescriptie was beschikbaar bij alle fictiereeksen die op zondagavond na 20 uur werden uitgezonden (norm: 1 (kwaliteits)fictiereeks).</li> <li>Websites en andere digitale toepassingen werden zo gebruiksvriendelijk en toegankelijk mogelijk gemaakt, in lijn met het AnySurfer-label en/of in afstemming met AnySurfer.</li> <li>Teletekstondertiteling was beschikbaar bij 98,4% van alle Nederlandstalige programma's (norm: 95%).</li> <li>Alle nieuws- en duidingsprogramma's (100%) werden ondersteund met teletekstondertiteling (norm: 100%).</li> <li>In 2018 waren ondertitels beschikbaar voor veel video-aanbod op de websites. Verschillende werktrajecten worden gevolgd om het ondertitelaanbod op de online-platformen nog uit te breiden (norm: progressieve groei naar 90% ondertiteling van video op de websites tegen 2020).</li> <li>Een journaal voor volwassenen (<i>Het journaal van 19 uur</i>) en het kinderjournaal (<i>Karrewiet</i>) werden met een tolk Vlaamse Gebarentaal aangeboden via open net.</li> </ul>	26
6.	De samenstelling van het personeelsbestand bestond uit: <ul style="list-style-type: none"> <li>39,6% vrouwen voor het hele personeelsbestand (norm: 40% tegen 2020) en 39,1% voor midden en hoger kader (norm: 33 % tegen 2020)</li> <li>3,3% nieuwe Vlamingen (norm: 4% tegen 2020)</li> <li>Gelet op de AVG-richtlijn, koos de VRT er, vanuit het voorzichtigheidsbeginsel, voor om (voorlopig) geen specifieke gegevens te registreren over personen met een beperking. Deze gegevens zijn ook niet elders (anoniem) ter beschikking. Daarom kan de VRT niet over deze doelstelling rapporteren (norm: 1,8% tegen 2020).<sup>116</sup></li> </ul>	25
7.	10 mensen met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond volgden een opleidingsstage (norm: 10).	25

## STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR

2.1 Informatie		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk bracht een informatieaanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	34
2.	De VRT bereikte met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis 78,9% van de Vlaamse bevolking (norm: 75,0%).	35
3.	De VRT rapporteerde bereikcijfers van haar informatie-aanbod voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologie neutrale meting van bereik.	35
4.	VRT NWS bood internationale duiding in televisieprogramma's, radioprogramma's en in een aparte rubriek op Vrtnws.be.	38
5.	<i>Pano</i> (Eén) maakte 15 diepgravende, onderzoeksjournalistieke reportages in 2017 (norm: 10).	38
6.	De Vlaming vond het informatieaanbod van de VRT betrouwbaar. De VRT bevroeg de betrouwbaarheid van haar informatieaanbod op basis van een transparante en representatieve methode (Vertrouwensbarometer).	11
7.	De VRT organiseerde in 2018 twee keer (op 23 maart en 10 december) overleg met vertegenwoordigers van erkende levensbeschouwelijke streekverenigingen (norm: 2).	50
8.	VRT NWS voerde haar opdracht uit op een deontologisch verantwoorde manier. Daarvoor beschikt de VRT over een beroepsethisch kader en een zelfregulerend instrumentarium. De naleving daarvan werd bewaakt door de programmacharterraad, de deontologische adviesraad, de manager beroepsethiek en het college van hoofdredacteurs.	39
9.	De VRT rapporteert in voorliggend jaarverslag over het onpartijdigheidsbeleid en eventuele bijstellingen.	41
10.	De VRT evalueerde meerdere keren de kwaliteit van haar informatieaanbod. Zo werden door de VRT-studiedienst bijvoorbeeld rapporten gemaakt over de verschillende informatieprogramma's (zoals <i>Pano</i> , <i>De afspraak</i> , <i>De zevende dag</i> en de verkiezingsprogramma's), is er een waarderingsonderzoek over Vrtnws.be, een vertrouwensonderzoek (over vertrouwen in het aanbod van VRT NWS), een diversiteitsmeting bij het radio- en tv-aanbod, enzovoort.	
11.	De VRT voorzag met Flandersnews.be, Flandreinfo.be en Flanderninfo.be in een Engels-, Frans- en Duitstalig informatieaanbod voor anderstaligen met interesse in Vlaanderen.	35

115

Aangezien Vlamingen jonger dan 15 jaar bij wet niet mogen deelnemen aan marktonderzoek, tenzij ze daarvoor de uitdrukkelijke toestemming hebben van de ouders, was het niet mogelijk om respondenten van 12 tot en met 14 jaar in de bevraging op te nemen (wat wel was bepaald in de beheersovereenkomst). De VRT heeft samen met TNS Research onderzocht of toestemming vragen aan de ouders mogelijk en haalbaar was maar dat had te grote consequenties voor de complexiteit en de prijs van het veldwerk. Daarom werd besloten om de bevolkingsgroep van 12 tot en met 14 jaar niet te bevragen in dit bereiksonderzoek.

116

Sinds de invoering van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) monitorde de VRT zelf niet verder de aanwezigheid van personen met een migratieachtergrond of een beperking in haar personeelsbestand. Cijfers voor personen met een migratieachtergrond waren wel beschikbaar via de Vlaamse Overheid.



<b>2.2 Cultuur</b>		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk (met uitzondering van Sporza) bracht een cultuuraanbod aangepast aan de doelgroep van dat merk.	42
2.	Het aandeel van de Vlaamse producties en van de coproducties bedroeg 68,0% van de totale output op Eén, uitgezonden in open net tussen 18 en 23 uur, en Canvas, uitgezonden in open net tussen 19 en 23 uur (norm: 65%).	73
3.	<i>Het journaal</i> van Eén bevatte 654 cultuur- en media-items (norm: 365).	42
4.	De VRT besteedde in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.	48
5.	De VRT bracht een brede keuze uit de Vlaamse culturele agenda onder de aandacht van de mediagebruiker.	42-43
6.	Diverse aanbodsmerken maakten een link naar <i>UitInVlaanderen.be</i> .	
7.	De VRT organiseerde meer dan 5 evenementen die een cultureel thema of muziekgenre toegankelijker maken voor een breed publiek (norm: 5).	46
8.	De VRT introduceerde meer dan 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen cultuuraanbod (norm: 5).	46
9.	De VRT capteerde 415 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via meerdere aanbodsmerken (norm: 250).	48
10.	De VRT organiseerde meer dan 4 keer overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse cultuursector (zoals met Kunstenpunt, Cultuurconnect, Boek.be, Concertgebouw Brugge, deSingel en Bozar) (norm: 4).	50
11.	De VRT organiseerde 2 keer (op 28 juni en 19 december 2018) overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse muzieksector (MuziekOverleg) (norm: 2).	106
12.	Op Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Klara en MNM namen de Vlaamse muziekproducties 26,2% van de totale muziektijd in (norm: 25%).	54
13.	30,3% van de muziektijd op Radio 2 was Nederlandstalig (norm: 30%).	54
14.	16,1% van de muziektijd op Radio 1 was Nederlandstalig (norm: 15%).	54

<b>2.3 Educatie</b>		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk bracht een educatief aanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	56
2.	De VRT bracht een aangepast aanbod voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met nieuwe mediatoepassingen.	61
3.	De VRT overlegde geregeld met het VIAA/Archief voor Onderwijs en met het Kenniscentrum Mediawijs. Daarnaast was er ad hoc overleg met het kabinet van de Vlaamse minister van Onderwijs, met de koepel van het Gemeenschapsonderwijs en die van het Katholiek Onderwijs, en met andere spelers in het onderwijsveld. (norm: 2).	108
4.	Radio en VRT NU voorzagen in een multimediaal aanbod over wetenschap zoals met de Universiteit van Vlaanderen.	60+101
5.	De VRT ondersteunde het onderwijs door actueel aanbod en aangepaste formats met betrekking tot actueel aanbod beschikbaar te stellen, onder andere met lespakketten rond Ketnet-programma's en de projecten KLAAR en EDUbox.	58
6.	De VRT overlegde regelmatig met maatschappelijke actoren over de integratie van maatschappelijke thema's in haar aanbod (norm: 2).	60
7.	De VRT investeerde in de coproductie van 21 documentaires (norm: 15): 15 documentaires in reeksverband en 6 op zichzelf staande documentaires werden in 2018 gecoproduceerd en uitgezonden. Alle 21 waren auteursdocumentaires (norm: 7,5).	56
8.	De VRT pleegde 2 keer overleg met de sectororganisatie Flanders Doc (23 mei en 17 september 2018) en het VAF (5 en 20 juni 2018) (norm: 2). De VRT volgde het strategisch plan inzake documentaires dat uitgeschreven werd in 2016.	60
9.	Canvas had aandacht voor documentaires in primetime, inclusief auteursdocumentaires.	81
10.	De VRT ondersteunde Vlaamse documentaires in het buitenland op de EBU Documentary Experts Meeting tijdens het festival Sunny Side of the Doc in La Rochelle (25 juni 2018) en op de EBU Documentary Experts Meeting tijdens het IDFA-festival (18 november 2018) (norm: 2).	

<b>STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT</b>		PAGINA
1.	Alle aanbodsmerken maakten belangrijke maatschappelijke thema's bespreekbaar in kwaliteitsvolle en ontspannende thema's (norm: 4).	66
2.	<i>Sportweekend</i> (Eén), Sporza.be en Radio 1 besteedden elk naast voetbal en wielrennen aandacht aan ten minste dertig "kleine" sporten (norm: 30).	68
3.	De VRT organiseerde continu overleg met partners op het veld, zoals de sportfederaties en Sport Vlaanderen (norm: 2).	108

<b>STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMEK VOOR DIGITAAL AANBOD</b>		PAGINA
1.	VRT NWS gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht informatie. Klara gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht cultuur. Canvas gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht educatie.	34 76 81
2.	Ketnet gaf prioriteit aan de doelgroep kinderen.	82
3.	MNM gaf prioritair aandacht aan de doelgroep jongeren.	77
4.	Radio 2 had een uitgesproken Nederlandstalig en Vlaams muziekprofiel.	75
5.	De VRT rapporteert in dit jaarverslag over haar beleid inzake kwaliteit, onpartijdigheid, beroepsethiek en integriteit.	30, 41, 39, 114
6.	De VRT ontwikkelde haar overkoepelend digitaal contentplatform onder het koepelmerk 'VRT' verder uit.	85

<b>STRATEGISCHE DOELSTELLING 5: TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF</b>		PAGINA
1.	De VRT beheerde haar videoplatform, VRT NU.	85
2.	De VRT bood een online radiospeler aan.	85
3.	De VRT stelde in 2018 een deel van haar short form digitaal aanbod ter beschikking waarvoor ze over de nodige rechten beschikt, zodat die 100% deelbaar zijn voor individuele mediagebruikers en niet-commerciële actoren.	87
4.	De VRT bood online gepersonaliseerd aanbod aan bij VRT NU.	87
5.	Elk aanbodsmerk had meer dan vier acties die inzetten op participatie en cocreatie met het publiek (zoals: <i>Dans met Hanne</i> op Canvas en <i>De nieuwe lichtung</i> op Studio Brussel) (norm: 4 per aanbodsmerk).	87
6.	De VRT realiseerde meer dan drie innovatieprojecten in samenwerking met Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters (zoals de projecten ImmersiaTV, Fandango, Marconi en Enhanceplayer) (norm: 3).	90
7.	VRT Sandbox werkte samen met 16 starters en KMO's (norm: 12).	90
8.	De VRT verspreidde de opgedane kennis uit Vlaamse en internationale innovatieprojecten en EBU-werkgroepen via haar websites, via sociale media en via daarop gerichte netwerkevenementen.	92

<b>STRATEGISCHE DOELSTELLING 6: VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM</b>		PAGINA
1.	De VRT besteedde 18,29% (norm: 15%) van haar inkomsten (exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, en de dotatie voor herstructureringskosten. Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyersite (meerwaarde) en gerecupereerde kosten in het kader van het WK voetbal.) aan externe productie.	99
2.	Conform de beheersovereenkomst zal de VRT in haar Jaarverslag 2019 rapporteren over de evaluaties van de samenwerkingsinitiatieven tussen de VRT en de Vlaamse mediasector. In 2018 liet de omroep in deze context al een economische meerwaardestudie uitvoeren door imec- SMIT (VUB) en Flanders Business School (KU Leuven).	

<b>STRATEGISCHE DOELSTELLING 7: EFFICIËNTE EN MEER WENDBARE ORGANISATIE</b>		PAGINA
1.	De VRT voerde haar Toekomstplan (zoals voorgesteld aan de Vlaamse regering in 2016) verder uit.	114
2.	Het Toekomstplan werd uitgevoerd binnen het budgettaire kader en binnen de looptijd van de Beheersovereenkomst 2016-2020.	
3.	Het aandeel van de personeelskosten (exclusief de herstructureringskosten, de personeelskosten Brussels Philharmonic, de personeelskosten die voor de periode van de lopende beheersovereenkomst volledig worden gefinancierd door externe partijen met een looptijd van meer dan een jaar en meer in het bijzonder Ukkepuk, HB+ en VIAA, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage <i>Pensioensfinancieringsmechanisme Statutairen VRT</i> ) bedroeg in 2018 41,73% van de totale ontvangsten (exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de inkomsten met betrekking tot de personeelskosten die gefinancierd worden door externe partijen en de inkomsten uit innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt. (Voor 2018 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyersite.)) (norm: maximaal 43,25%).	111
4.	De VRT voerde het HR-beleidsplan Fier op de VRT (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	114
5.	De VRT voerde een programma voor leidinggevendenden (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	114
6.	De VRT voerde een programma voor loopbaan- en mobiliteitsmanagement (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	117
7.	De VRT actualiseerde het Toekomstplan door verder invulling te geven in haar Ondernemingsplan. Zij voerde het plan verder uit.	

<b>FINANCIËLE BETREKKINGEN TUSSEN DE ONDERTEKENENDE PARTIJEN</b>		PAGINA
1.	In het budget 2018 was een bedrijfseconomisch tekort van -7,0 miljoen euro voorzien. Na aanwending van de reserve voor Onderzoek & Innovatie en de reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing naar een nieuw gebouw, was een tekort gebudgetteerd van -3,4 miljoen euro. Dit tekort van -3,4 miljoen euro is het "te behalen resultaat" voorzien in de beheersovereenkomst. In de werkelijkheid sloot de VRT 2018 af met een overschot van +3,2 miljoen euro. Na aanwending van de reserve voor Onderzoek & Innovatie en na toevoegingen aan de reserve voor de nieuwbouw en voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, sloot de VRT het jaar af met een tekort van -3,2 miljoen euro, wat 0,2 miljoen euro beter is dan het financieel resultaat voorzien in de beheersovereenkomst. Cumulatief gezien bedroeg het te behalen resultaat van 2016 tot 2018 in de beheersovereenkomst -1,0 miljoen euro. In werkelijkheid was het cumulatief resultaat in evenwicht, of 1,0 miljoen euro beter dan voorzien in de beheersovereenkomst.	149
2.	<b>NIET-GEHAALDE DOELSTELLING</b> Het ESR-budget werd opgesteld met een tekort van -7,2 miljoen euro. Het werkelijk tekort bedroeg -11,2 miljoen euro, of 4,0 miljoen euro slechter. Indien abstractie wordt gemaakt van de over te dragen overschotten naar volgend boekjaar (commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut ten bedrage van 1,3 miljoen euro, en het overschot op de nieuwbouw ten bedrage van 2 miljoen euro), dan sloot het ESR-resultaat af met een tekort van 14,5 miljoen euro, of 7,3 miljoen euro slechter af dan voorzien in het budget.	162

## PRIJZEN EN NOMMINATIES 2018

### PRIJZEN

- *Gold award* op de *Best of Activation Awards* in de categorie *interactive applications* voor de campagne *Ketnet Dub* (Ketnet)
- *Gold award* op de *Best of Activation Awards* in de categorie *mobile applications* voor de campagne *Ketnet Dub* (Ketnet)
- *Gold award* op de *Best of Activation Awards* in de categorie *direct & use of marketing* voor de campagne *Ketnet Dub* (Ketnet)
- *Gold award* op de *Best of Activation Awards* in de categorie *film & sound design* voor de campagne *Koningin Elisabeth wedstrijd cello 2017* (Klara)
- *55e Belfius Persprijzen* in de categorie *radiopers* voor Ward Bogaert met *Iemand: Karl, zoon van zijn vader* (Radio 1)
- *55e Belfius Persprijzen* in de categorie *televisiepers* voor Wim Van den Eynde met *Burgemeester én bouwmeester?* (Pano (Eén))
- *Cutting Edge Award* in de categorie *beste televisie non-fictie* voor *Radio gaga* (Canvas)
- *Cutting Edge Award* in de categorie *beste televisie fictie* voor *Tabula rasa* (Eén)
- *Cutting Edge Award* in de categorie *beste radio* voor *Engelen & Chedraoui* (Studio Brussel)
- *Çavaria Media Award* voor Ketnet voor 20 Jaar aandacht voor het LGBT-thema (Ketnet)
- *Scenarioprijs* van de *Vlaamse Scenaristengilde* voor Sanne Nuyens, Bert Van Dael en Benjamin Sprengers (*Beau séjour* (Eén))
- *Best of content award* in de categorie *best video/video series* voor *Tastes of the world* (Studio Brussel)
- *Culinary Innovation Award* van *Gault&Millau* in de categorie *education* voor *Het bord van morgen* (VRT NWS)
- *Golden Nymph Award* in de categorie *beste actrice* voor Lynn Van Royen (*Beau séjour* (Eén))
- *Carnegie Wateler Vredesprijs 2018* voor Rudi Vranckx (VRT)
- *Gouden Roos* in de categorie *reality and factual* voor *Down the Road* (Eén)
- *Gouden Roos* in de categorie *game show* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- *Ensor 2018* in de categorie *beste jeugdfilm* voor *Rosie & Moussa* (Ketnet)
- *Ensor 2018* in de categorie *best bekeken film* voor *FC De Kampioenen 3* (Eén)
- *Ensor 2018* in de categorie *beste tv-serie* voor *Tabula rasa* (Eén)
- *Ensor 2018* in de categorie *beste regie tv-serie* voor Kaat Beels en Jonas Govaerts (*Tabula rasa* (Eén))
- *Ensor 2018* in de categorie *beste scenario tv-serie* voor Malin-Sarah Gozin, Veerle Baetens en Christophe Dirickx (*Tabula rasa* (Eén))
- *Ensor 2018* in de categorie *beste acteur* voor Peter Van Den Begin (*Tabula rasa* (Eén))
- *Ensor 2018* in de categorie *beste actrice* voor Veerle Baetens (*Tabula rasa* (Eén))
- *Prix Europa 2018* in de categorie *tv fictie* voor *Gevoel voor tumor* (Eén)
- *International Eyes & Ears award* in de categorie *best-lead in fiction* voor de begingeneriek van *Tabula rasa* (Eén)
- *De week van de mobiliteitsprijs* van het Brussels Gewest voor de VRT
- *Elektropedia Awards 2018* in de categorie *best radio* voor *LeFtO* (Studio Brussel)
- *Serienecamp Festival Publieksprijs* in de categorie *best of Serienecamp* voor *Undercover* (Eén)
- *Silver Creator Award* van YouTube voor het YouTubekanaal van Ketnet
- *C21 International Drama Award* in de categorie *drama series pitch (audience vote)* voor *Blackout* (Eén)
- *Story Showbizz Award 2018* in de categorie *ontdekking van het jaar* voor Dieter Coppens (VRT)
- *Story Showbizz Award 2018* in de categorie *favoriete radio-dj* voor Peter Van de Veire en Julie Van den Steen (MNM)
- *YouTube Rewind 2018* voor *meest trending video op YouTube in België* voor de *Move tegen pesten 2018: STIP IT* (Ketnet)
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *beste actrice* voor Lynn Van Royen (*Tabula rasa* (Eén), *Beau Séjour* (Eén))
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *beste acteur* voor Peter Van Den Begin (*Tabula rasa* (Eén))
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *beste presentator* voor Thomas Vanderveken (*Alleen Elvis Blijft Bestaan* (Canvas))
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *drama* voor *Tabula rasa* (Eén)
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *info & reportage* voor *Radio Gaga* (Canvas)
- *Vlaamse Televisiester 2018* in de categorie *entertainment in de studio* voor *Mag ik u kussen?* (Eén)
- *Ha! van Humo 2018* voor *Taboe* (Eén)



## NOMINATIES

- Nominatie voor *De Loep 2017* voor Richard Kirimba en Elien Spillebeen (*Vranckx* (Canvas))  
Nominatie voor *Canneseries award* voor *Undercover* (Eén)
- Nominatie voor *de 55e Belfius Persprijzen* in de categorie *digitale pers* voor Nathalie Hamaekers met *Wissel van de Macht* (Canvas)  
Nominatie voor *de 55e Belfius Persprijzen* in de categorie *radiopers* voor Rolly Smeets en Marc Didden met *Een gehucht in een moeras* (Klara) en voor Mieke Strynckx met *Grensbeheer* (Radio 1)  
Nominatie voor *de 55e Belfius Persprijzen* in de categorie *televisiepers* voor Lina Nasser, Joris Vermost, Steff Van Boven met *Undercover in de zorgfabriek (Pano)* (Eén)  
Nominatie voor *de 55e Belfius Persprijzen* in de categorie *financiële en economische pers* voor Tom Vandeweghe met *De Chinezen Komen! (Check-point)* (Canvas)
- Nominatie voor *Rockieawards Banff* in de categorie *reality* voor *Sorry voor alles* (Eén)  
Nominatie voor *Rockieawards Banff* in de categorie *drama series non-English* voor *Salamander* (Eén)
- Nominatie voor *de Golden Nymph Awards* in de categorie *TV series drama* voor *Beau Séjour* (Eén)
- Zilver op *Best of Activation Awards* in de categorie *radio* voor de campagne van *De dokter Bea show* (Ketnet)  
Zilver op *Best of Activation Awards* in de categorie *film & cinema* voor de campagne *Koningin Elisabeth wedstrijd cello 2017* (Klara)  
Brons op *Best of Activation Awards* award in de categorie *interactive idea or concept* voor de campagne *De Festivalhouder* (Studio Brussel)  
Brons op *Best of Activation Awards* in de categorie *interactive idea or concept* voor de campagne *Imagine home* (Canvas)  
Brons op *Best of Activation Awards* in de categorie *digital, websites & microsites* voor de campagne *Imagine home* (Canvas)  
Brons op *Best of Activation Awards* in de categorie *direct craft & experience design*, voor de campagne *Ketnet Dub* (Ketnet)  
Brons op *Best of Activation Awards* in de categorie *brand experience & activation* voor de campagne *Ketnet Dub* (Ketnet)
- Tweede prijs op het EBU creative forum voor *Taboe* (Eén)
- Nominatie voor *de Ensors 2018* in de categorie *beste documentaire* voor *Taboe* (Eén)
- Nominaties voor *de Ensors 2018* in de categorie *beste jeugdfilm* voor *Helden boven alles* (Ketnet) en *beste jeugdfilm* voor *Zooks* (Ketnet)  
Nominaties voor *de Ensors 2018* in de categorie *beste tv-serie, beste regie tv-serie en beste scenario tv-serie* voor *Gevoel voor tumor* (Eén)  
Nominaties voor *de Ensors 2018* in de categorie *beste tv-serie, beste regie tv-serie en beste scenario tv-serie* voor *Tytgat Chocolat* (Eén) en voor *Salamander 2* (Eén)
- Nominatie voor *de Prix Europa 2018* in de categorie *tv-documentaire* voor *God woont in Berchem* (Canvas)  
Nominatie voor *de Prix Europa 2018* in de categorie *radio muziek* voor *Wanderland* (Radio 1)
- Nominatie voor *C21 International Drama Awards* in de categorie *best non-English language drama series* voor *Gevoel voor tumor* (Eén)
- Tweede prijs *Elektropedia Awards 2018* in de categorie *best radio* voor *Faisal* (Studio Brussel)  
Derde prijs *Elektropedia Awards 2018* in de categorie *best radio* voor *Switch* (Studio Brussel)
- Nominatie voor *de Story Showbizz Award 2018* in de categorie *favoriete tv-programma* voor *Thuis* (Eén)  
Nominatie voor *de Story Showbizz Award 2018* in de categorie *actrice van het jaar* voor Leah Thys (VRT)
- Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *presentator* voor Dieter Coppens (VRT) en Otto Jan Ham (VRT / SBS Belgium)  
Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *presentatrice* voor Danira Boukhriss en Goedele Wachters (VRT)  
Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *humor | comedy* voor *De ideale wereld* (Canvas), *Generatie B* (Canvas) en *Zie mij graag* (Eén)  
Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *drama* voor *Beau Séjour* (Eén) en *Tytgat Chocolat* (Eén)  
Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *info & reportage* voor *Alleen Elvis Blijft Bestaan* (Eén) en *Goed volk* (Eén)  
Nominaties voor *de Vlaamse Televisiesternen 2018* in de categorie *entertainment op locatie* voor *Sorry voor alles* (Eén)
- Nominaties voor *de Ha! van Humo* voor *Down the Road* (Eén), *De klas* (Eén), *Last days* (Eén); *Team Scheire* (Canvas), *Voor de mannen* (Canvas), *Winteruur* (Canvas), *Zelfde deur, 20 jaar later* (Eén)
- Zesde positie in de *Randstad Award* in de rangschikking van meest aantrekkelijke werkgever (relatieve aantrekkelijkheid) voor de VRT

## AFKORTINGEN

AB	Ancienne Belgique
AD	Audiodescriptie
ALS	Amyotrofe Laterale Sclerose
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
AP	Artesis Plantijn
ATV	Antwerpse Televisie
AVG	Algemene Verordening Gegevensbescherming
AVROTROS	De Algemene Vereniging Radio Omroep en Televisie & Radio Omroep Stichting
AVS	Audio Video Studio
BA	Begrotingsaanpassing
BAN	Boodschappen van Algemeen Nut
BBC	British Broadcasting Corporation
BK	Belgisch Kampioenschap
BNNVARA	Bart's Neverending Network en Vereeniging van Arbeiders Radio Amateurs
BVBA	Besloten Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid
BVN	Het Beste van Vlaanderen en Nederland
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Swiss currency)
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
CO <sub>2</sub>	Koolstofdioxide
CONAMO	Continuous Athlete Monitoring in Cycling
CPN	Content Personalisation Network
CVBA	Coöperatieve Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid
DAB	Digital Audio Broadcasting
DBI	Definitief Belaste Inkomsten
DGD	Directie-generaal Ontwikkelingssamenwerking en Humanitaire Hulp
DIMONA	Déclaration Immédiate/Onmiddellijke Aangifte
DNA	Desoxyribonucleïnezuur
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial
DVV	De Volksverzekering
EBU	European Broadcasting Union
EDI	Electronic Data Interchange
EDM	Electronic Dance Music
EER	Europese Economische Ruimte
EK	Europees Kampioenschap
ESR	Europees Stelsel van Rekeningen
EU	Europese Unie
F1	Formule 1
FC	Football Club
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FIFO	First In, First Out
FOD	Federale Overheidsdienst
FM	Frequentiemodulatie
FSMA	Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten
FVV	Festival Van Vlaanderen

GBP	Great-Britain Pound
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GOB	Gespecialiseerde Opleiding, Begeleiding en bemiddeling
GRIP	Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap
HD2R	High Dynamic Range
Howest	Hogeschool West-Vlaanderen
HR	Human Resources
HRADIO	Hybride Radio
IDFA	International Documentary Film Festival Amsterdam
imec	Interuniversitair Micro-Elektronica Centrum
IP	Internet Protocol
IRT	Institut für Rundfunktechnik
iOS	iPhone Operating System
IS	Islamitische Staat
ISA	International Standards on Auditing
IVF	In-Vitrofertilisatie
KMO'S	Kleine en Middelgrote ondernemingen
KSK	Koninklijke Sportkring
KU LEUVEN	Katholieke Universiteit Leuven
KV	Koninklijke Voetbalclub
KVS	Koninklijke Vlaamse Schouwburg
LZWL	LangZullenWeLezen
MAS	Museum aan de Stroom
MB	Ministerieel Besluit
MIAS	Music Industry Awards
MIV	Media Invest Vlaanderen
MOS2S	Media Orchestration from Sensor to Screen
MUHKA	Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
NOS	Nederlandse Omroep Stichting
NPO	Nederlandse Publieke Omroep
NTR	NPS (Nederlandse Programma Stichting), Teleac (Television Academie) en RVU (Radio Volksuniversiteit)
NV	Naamloze Vennootschap
OCE	Overleg Cultureel Erfgoed
OKO	Overleg Kunstenorganisaties
OS	Ontwikkelingssteun
PFC	Pensioenfonds Contractuelen VRT
PFOS	Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT
PhD	Doctor of Philosophy
PMV	Participatiemaatschappij Vlaanderen
PS	Productiesteun
PXL	PHL (Provinciale Hogeschool Limburg) en XIOS (eXpertisecentrum voor Industrie, Onderwijs en Samenleving)
r&b	Rhythm-and-blues
RAI	Radiotelevisione Italiana



RITCS	Royal Institute for Theatre, Cinema and Sound
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
RTL	Radio Télévision Luxembourg
RTP	Rádio e Televisão de Portugal
RTV	Regionale Televisie
SABAM	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij
SAC	Sectoraal Akkoord voor het Contractueel personeel
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SD	Strategische Doelstelling
SG	Sociale Groep
SIMIM	Société de l'Industrie Musicale - Muziekindustrie Maatschappij
SMS	Short Message Service
SR	Sveriges Radio
SS	Scenariosteun
STVV	Sint-Truidense Voetbalvereniging
TNS	Taylor Nelson Sofres
TVE	Televisión Española
TVO	TV Oost
UEFA	Union of European Football Associations
USA	United States of America
USD	United States dollar
UVV	Universiteit Van Vlaanderen
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
VBK	Veen Bosch & Keuning Uitgeversgroep
VDAB	Vlaamse Dienst Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
VGT	Vlaamse Gebarentaal
VIAA	Vlaams Instituut voor Archivering
VN	Verenigde Naties
VPRO	Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep
VR	Virtual Reality
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTE	Voltijds Equivalenten
VTM	Vlaamse Televisie Maatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
VZW	Vereniging Zonder Winstoogmerk
WCAG	Web Content Accessibility Guidelines
WTV	West-Vlaamse Televisie
WK	Wereldkampioenschap
WO I	Eerste wereldoorlog
UZ	Universitair Ziekenhuis
ZDF	Zweite Deutsche Fernsehen
3D	Driedimensionaal

**COLOFON**

Paul De Borger, Hanan El Bastani,  
Frederik Leyts, Geerhard Verbeelen,  
Geert Van Hoeymissen

**FOTOGRAFIE**

© VRT

**VORMGEVING**

Mathildestudios



NV van Publiek Recht  
Auguste Reyerslaan 52,  
1043 Brussel  
Tel. 02 741 31 11  
E-mail: [info@VRT.be](mailto:info@VRT.be)  
[www.VRT.be](http://www.VRT.be)  
BTW BE 0244 142 664  
RPR BRUSSEL

v.u. Bob Vermeir