



JAAERVERSLAG 2019





JAARVERSLAG 2019

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 Publieke Media-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)

OPENBARE OPDRACHT – DOELSTELLINGEN BEHEERSOVEREENKOMST 2016-2020

Als publieke mediaorganisatie heeft de VRT een openbare opdracht. Die zit vervat in het Mediadecreet van 27 maart 2009.

De VRT moet volgens die openbare opdracht:

- een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers bereiken;
- voor een kwalitatief hoogstaand aanbod zorgen in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning;
- bijdragen tot de ontwikkeling van de identiteit en diversiteit van de Vlaamse cultuur;
- programma's maken voor een breed en algemeen publiek, maar ook voor specifieke doelgroepen.

De Beheersovereenkomst 2016-2020 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT bepaalt het kader waarbinnen de openbare omroep in de periode 2016-2020 haar opdracht vervult. Dat wordt geformuleerd aan de hand van zeven strategische doelstellingen:

1. *Voor iedereen relevant:* Als publieke omroep van alle Vlamingen bereikt de VRT met een publiek waardegedreven aanbod zo veel mogelijk Vlamingen.
2. *Informatie, cultuur en educatie prioritair:* De VRT besteedt prioritair aandacht aan informatie, cultuur en educatie en dit zowel verbredend als verdiepend. Zij moet deze invullen op maat van de verwachtingen van de mediagebruikers.
3. *Publieke meerwaarde voor ontspanning en sport:* Ontspanning en sport zijn zowel vanuit educatief, informatief als creatief oogpunt en met het oog op sociale cohesie een integraal onderdeel van de opdracht.
4. *Aangescherpte merkenstrategie met VRT als kwaliteitslabel:* De VRT is autonoom verantwoordelijk voor een brede merkenportefeuille om de Vlamingen te bereiken. De publieke opdracht van ieder aanbodsmerk wordt aangescherpt. Het VRT-merk moet het onderscheidend karakter van de publieke opdracht onderlijnen en dient als koepelmerk voor het digitale aanbod van de VRT.
5. *Toekomstgericht, digitaal en innovatief:* De omroep evolueert naar een digitale mediaorganisatie die haar online aanbod versterkt en investeert in innovatieve formats.
6. *Versterking van het media-ecosysteem:* De VRT stimuleert de mediasector om zo een pluralistisch en divers aanbod mee in stand te houden.
7. *Efficiënte en meer wendbare organisatie:* De VRT werkt aan een moderne, wendbare en dynamische mediaorganisatie. Ze volgt daarbij een toekomstplan.

INHOUD

→	Management samenvatting	6	5	TOEKOMSTGERICHT EN INNOVATIEF	
	Organigram	9		Toekomstgericht en digitaal aanbod	93
	Voorwoord	10		Innovatie	97
	Bouwen aan de toekomst	11	6	SAMENWERKING	
1	VOOR IEDEREEN RELEVANT			Versterking van het media-ecosysteem	103
	Bereik	13		Samenwerking met het middenveld	112
	Diversiteit	25	7	EFFICIËNTE EN WENDBARE ORGANISATIE	
	Toegankelijkheid	29		Personeelbestand	117
2	INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR			Fier op de VRT	119
	Informatie	37		Talentontwikkeling	122
	Cultuur	48		Aanwervingsbeleid	123
	Educatie	64		Sociaal overleg	124
3	PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT		8	DEUGDELIJK BESTUUR	
	Ontspanning	73		Deugdelijk bestuur	127
	Sport	77		Interne controleverklaring	132
4	DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMEK			Interne controle en de rol van het auditcomité en de interne audit-functie	133
	Radio 1	83	9	FINANCIËLE RESULTATEN	
	Radio 2	84		Jaarrekening	135
	Klara	85		Toelichting bij de financiële resultaten	155
	MNM	86		Analyse van de opbrengsten en kosten	159
	StuBru	87		Nettokosten van de publieke opdracht	169
	Eén	88		Uitvoering van de ESR-begroting	170
	Canvas	89		Resultaten van verbonden ondernemingen en ondernemingen waarmee een deelnemingsverhoudeing bestaat	171
	Ketnet	90	10	OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	175
			→	Prijzen en nominaties	178


DAGELIJKS BEREIK

 **2.957.787** luisteraars

 **2.643.256** kijkers

 **1.486.776** surfers

 **196.033** videostarts op VRT NU

 **1.845.118** videostarts op
Facebook & YouTube

OPDRACHT



INFORMATIE (DAGELIJKS)

- **1.749.894** kijkers
- **2.748.806** luisteraars
- **550.714** surfers (Vrtnws.be)



EDUCATIE

- **16** documentaires in coproductie
- **16.000** VRT-items op Archief voor Onderwijs



CULTUUR (JAARLIJKS)

- **407** captaties
- **610** cultuur- en media-items in *Het journaal*
- Vlaamse muziekproducties op VRT-radio: **25,1%**
- Nederlandstalige muziek: Radio 2: **30,3%** - Radio 1: **15,7%**



SPORT EN ONTSPANNING

- **46** sporten op Radio 1 - **51** 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

- **66,4%** Vlaamse producties en coproducties op Eén en Canvas (primetime)
- Externe producties: **18,44%** van inkomsten

SAMENWERKING

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

2019

JANUARI

FEBRUARI

MAART

APRIL

MEI

JUNI

Burgemeesters-marathon (Radio 2)
p. 40

Klara in DeSingel
p. 53

Start #Likeme (Ketnet)
p. 62

Lancering vernieuwde Studio Brussel
p. 87

EDUbox Democratie (VRT NWS)
p. 68

MIA's (Eén)
p. 88

De Klaris
p. 61

Lancering NWS NWS NWS (VRT NWS)
p. 41

30 jaar Kom op tegen Kanker
p. 66

De Ronde van Vlaanderen (Sporza)
p. 78

De strafste school (MNN)
p. 86

Kies 19 (VRT NWS)
p. 43

Vlaamse top 100 (Radio 2)
p. 84

DOELGROEPEN



KINDEREN

- Ketnet en Ketnet Junior
- **100.815.493** videostarts op Facebook en YouTube
- **66.146.659** op Ketnet.be/Ketnet-app/Ketnet Junior-app
- Dagelijks: **59.121** surfers



JONGEREN

- MNM & Studio Brussel
- Videostarts YouTube & Facebook: Studio Brussel: **57.571.100**
MNM: **29.791.991**



SLECHTHORENDEN

- **Teletekstondertiteling**: 98,7%
- **Vlaamse Gebarentaal**:
Het journaal en Karrewiet



SLECHTZIENDEN

- **Audiodescriptie**:
100% zondagavondfictie
- **Gesproken ondertiteling**



NIEUWE VLAMINGEN

Schermaanwezigheid: **8,3%**



VROUWEN

Schermaanwezigheid: **41,2%**



MENSEN MET EEN BEPERKING

Schermaanwezigheid: **1,5%**



BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

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



VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

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

CREATIEVE MEDEWERKERS

- **2064,5** medewerkers (VTE)
- **3,3%** Nieuwe Vlamingen
- **39,6%** vrouwen

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS

- **29.015** Klantencontacten
- **5.574** reacties bij de nieuwsombudsman
- **20.950** bezoekers tijdens 857 rondleidingen

EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST

- Overheidsdotatie:
- **267,6** miljoen euro
 - **40,6** euro per Vlaming per jaar

KWALITEIT



WAARDERING (SCORE OP 10)

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

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Voorbeelden:

- *Het Klarafestival* (Klara)
- *Flowjob* (Studio Brussel)
- *Weg van het meesterwerk* (Canvas)
- *Durf te vragen* (Eén)
- *Generation M* (MNM)
- *#Likeme* (Ketnet)
- *De madammen* (Radio 2)
- *De slapelozen* (Radio 1)
- *De warmste week* (VRT)
- ...

JULI

Start zomerfestivals
p. 87
Lancering Radioplayer
p. 94

AUGUSTUS

Zomerhit (Eén en Radio 2)
p. 84
MNM Start to DJ
p. 61
25 jaar Terzake (VRT NWS)
p. 40

SEPTEMBER

De lage landenlijst (Radio 1)
p. 61
Start *Flowjob* (Studio Brussel)
p. 65
Start *Weg van het meesterwerk* (Canvas)
p. 57
Lancering *Radio 1 Select*
p. 83

OKTOBER

Start *Kinderen van het verzet* (Canvas)
p. 55
VRT Taalavond
p. 58
Iedereen klassiek (Klara)
p. 85

NOVEMBER

Start *De twaalf* (Eén)
p. 88
Expeditie Cultuur en Expeditie Onderwijs
p. 56 + 66

DECEMBER

De warmste week
p. 76
Media fast forward
p. 100

MANAGEMENT SAMENVATTING

VOOR ALLE VLAMINGEN: INFORMEREN, INSPIREREN EN VERBINDEN

Als publieke mediaorganisatie heeft de VRT een openbare opdracht. Die zit vervat in het Mediadecreet van 27 maart 2009. De Beheersovereenkomst 2016–2020 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT bepaalt het kader waarbinnen de openbare omroep in de periode 2016–2020 haar opdracht vervult.

In 2019 behaalde de omroep de vooropgestelde doelstellingen en voldeed hij aan quasi alle performantiemaatstaven uit de beheersovereenkomst. Dat deed hij door in te zetten op een kwaliteitsvol aanbod voor een breed publiek en voor specifieke doelgroepen. Daarbij onderscheidde de VRT zich onder andere met haar focus op Vlaams aanbod (in primetime was 66,4% van de zendtijd op Eén en Canvas een Vlaams programma).

De VRT **bereikte** wekelijks 90,2% van alle Vlamingen. Per dag betekende dat 2.957.787 luisteraars, 2.643.256 kijkers en 1.486.776 surfers. De omroep bereikte ook meer dan 80% van elke bevolkingsgroep in Vlaanderen. Op het scherm was 8,3% een nieuwe Vlaming en 41,2% een vrouw. De VRT had aandacht voor slechthorenden (met ondertiteling (98,7%) en Vlaamse Gebarentaal) en slechtzienden (audiodescriptie en gesproken ondertiteling (waarvan de 100%-norm net niet kon gehaald worden)). De VRT zette zich in om de Vlaamse samenleving nog beter te weerspiegelen. Dat deed zij in 2019 bijvoorbeeld met programma's die taboes doorbreken zoals *Durf te vragen*. Tegelijk zette de VRT zich in om de Vlaamse identiteit te versterken, dagelijks in alle programma's (zoals in het magazine *Iedereen beroemd*), in unieke uitzendingen zoals *Zomerhit* en met 25% Vlaamse muziek op VRT-radio.

De eerste kerntaak van de VRT is betrouwbare, onpartijdige, onafhankelijke en heldere **informatie** brengen. Dat deed zij des te meer in het kader van de regionale, federale en Europese verkiezingen (met een bereik van 72% van de Vlamingen). Met een panel van 1.000 Vlamingen wil VRT NWS, sinds 2019, elke dag opnieuw meer weten over hoe mensen nieuws en hun omgeving ervaren en aan welke maatschappelijke thema's zij belang hechten. De VRT-nieuwsdienst wil ook jonge gebruikers informeren op platformen die ze vaak gebruiken. Daarvoor startte hij onder andere het Instagramkanaal NWS NWS NWS op. Met de cel Desinformatie wil de nieuwsdienst fake news opsporen en weerleggen en zo nog meer een referentiepunt worden voor betrouwbare informatie.

De VRT liet, als grootste cultuurpromotor van Vlaanderen, haar publiek proeven van **cultuur** in al haar vormen, gaande van ballet (*Hanne danst*) tot de hippiecultuur (*Studio Ibiza: Het oude testament*). In *Het journaal* kwam 610 keer een cultuur/media-item aan bod. De VRT trok met cultuur door Vlaanderen met evenementen zoals *Iedereen klassiek*. Ook via de digitale VRT-kanalen werd cultuur onder de aandacht gebracht, met onder andere extra aanbod. Voor haar cultuuropdracht werkte de VRT nauw samen met de cultuursector. Op het netwerkevenement Expeditie VRT Cultuur ontving de VRT 260 partners en stakeholders uit de muziek- en cultuursector.

In verschillende **educatieve** programma's konden media-gebruikers meer inzicht verwerven over tal van onderwerpen. Elk aanbodsmerk deed dat op zijn eigen manier en voor zijn eigen doelgroep(en). Enkele voorbeelden: Via een



MANAGEMENT SAMENVATTING

nieuwe hedendaagse versie van het iconische programma *Tik Tak* bijvoorbeeld leerden de jongste kijkers meer over kleuren, beweging en vormen. Of nog: MNM startte in 2019 met het programma *Hot N Cold* waar jongeren terecht konden met hun vragen over seks, relaties en vriendschap. Canvas realiseerde 16 documentaires in coproducties. Voor het onderwijs maakte de VRT onder andere KLAAR en EDUbox, samen met verschillende partners.

Via **ontspannende** programma's werden maatschappelijke thema's op een laagdrempelige manier bespreekbaar gemaakt. De inspanningen die de VRT leverde op fictievlak zijn succesvol: naast de waardering bij de Vlamingen, kregen verschillende reeksen internationale belangstelling (zoals *Over water* en *Undercover*). In het sportaanbod was aandacht voor ruim 50 **sporten**. Ook aan de hand van acties en evenementen bracht de VRT de Vlamingen dichter bij elkaar. Een hoogtepunt was *De warmste week*, waar alle VRT-merken in 2019 de krachten bundelden. Meer dan 13.500 acties werden opgezet en meer dan 2.000 nieuwe vrijwilligers engageerden zich.

De VRT zette verschillende **merken** in, elk met hun uniek profiel en gericht op specifieke doelgroepen. Radio 1 beet zich in 2019 vast in actua, met extra aandacht voor de Vlaamse, federale en Europese verkiezingen. Radio 2 bereikte de luisteraars vooral op een ontspannende en optimistische manier, met aandacht voor regionaal nieuws. Klara stond voor trage radio met kunst, klassiek en jazz en versterkte in 2019 haar digitale aanbod. MNM wilde dicht staan bij het leven van jongeren en versterkte daarom de

interactie via de online platformen. Studio Brussel, dat in 2019 vernieuwde, prikkelde zijn luisteraars en gidste hen in het muzieklandschap. Eén toonde wat er leeft bij de bevolking, zowel met ontspannende als met spannende verhalen. Het net zette steeds meer in op aanbod dat gericht was op maatschappelijke impact. Canvas bracht verdieping, cultuur en kennis. Ketnet stimuleerde kinderen in hun groei naar adolescentie. Voor de jongste kinderen breidde het zijn televisieaanbod van Ketnet Junior uit.

VRT NWS en Sporza waren de vaste waarden voor nieuws en sportnieuws.

De VRT evolueerde op **digitaal** vlak verder mee met de mediagebruikers. De videospeler VRT NU versterkte zijn aanbod en vond zijn weg naar de Vlaamse mediagebruikers. Eind 2019 hadden 2,2 miljoen gebruikers een account op het videoplatform. Radio luisteren gebeurde steeds meer online, onder andere via de eigen radio-apps, de website van Radioplus en Radioplayer.be (dat in 2019 samen met andere Vlaamse radiozenders werd opgestart). De VRT bouwde haar DAB+-netwerk verder uit om zo meer luisteraars met een digitale geluidskwaliteit te bereiken.

Nieuwe **innovatieve** inzichten vond de VRT via VRT Sandbox bij jonge ondernemingen, die nieuwe producten en diensten konden uittesten in de productie-omgeving van de omroep. Via de VRT Pilotzone kon de mediagebruiker ook zelf nieuwe mediaprototypes uitproberen en feedback geven aan de makers. Met Media Invest Vlaanderen bundelde VRT de krachten met PMV om beloftevolle bedrijven in de mediasector te ondersteunen.



MANAGEMENT SAMENVATTING

De VRT werkte in 2019 op tal van vlakken (onder andere bij het opzetten van producties) **samen** met partners in de mediasector, zoals productiehuizen (goed voor 18,44% van de totale VRT-inkomsten) en andere Vlaamse media-bedrijven, maar ook met partners uit het middenveld, zoals muziekpartners, sportfederaties, de onderwijssector, enzovoort. Deze samenwerkingen werden bijvoorbeeld opgezet voor de podcastreeks *Plan B* (met RTBF), de *MIA's* (met Proximus) en *De strafste school* (met de Vlaamse Scholierenkoepel en de Vlaamse scholen).

De VRT bereidde haar **organisatie** voor op de toekomst. (De personeelskosten bedroegen 41,42% van de totale inkomsten.) De 2.064 medewerkers (VTE) werden daarom ten volle ondersteund in hun ontwikkeling. Met het project *Fier op de VRT* onderzocht de VRT hoe dat gerealiseerd kan worden en hoe de bedrijfscultuur kan

vernieuwen. Medewerkers in alle afdelingen werkten in 70 trajecten mee aan verschillende thema's, zoals vertrouwen opbouwen, talenten ontwikkelen en leiderschap tonen. Op de werkvloer werd regelmatig in dialoog gegaan met de medewerkers met het oog op het versterken van de werksfeer.

De VRT dankt haar medewerkers en talloze partners voor hun bijdrage aan de resultaten van de publieke omroep. Daardoor kan zij aanbod brengen dat het merendeel van de Vlamingen waardeert.

De VRT is de publieke media-organisatie van en voor alle Vlamingen. Zij zal, bij het vervullen van haar publieke opdracht, daarom blijven focussen op de behoeften van de Vlaamse mediagebruikers. Dat deed zij in 2019. Dat zal ze in de toekomst blijven doen.





ORGANIGRAM

Raad van Bestuur¹

Voorzitter: Luc Van den Brande²

Ondervoorzitter: Charlotte Verhaeghe

Overige leden: Philippe Beinaerts, Bart Caron, Rozane De Cock, Eric Deleu, Stefaan D'haeze, Jan Huijbrechts³, Vivi Lombaerts⁴, Nico Moyaert, Dirk Sterckx en Lynn Wesenbeek

Gemeenschapsafgevaardigde: Rudi De Kerpel

Gedelegeerd bestuurder a.i.: Leo Hellemans⁵

Secretaris: Hilde Cobbaut

Raad van Bestuur – Auditcomité⁶

Voorzitter: Charlotte Verhaeghe

Leden: Rozane De Cock en Lynn Wesenbeek

Waarnemers: Luc Van den Brande, Rudi De Kerpel, Leo Hellemans en Koen De Hauw (manager Interne Audit van de VRT)

Raad van Bestuur – Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR⁷

Voorzitter: Dirk Sterckx

Leden: Bart Caron, Rozane De Cock, Eric Deleu en Nico Moyaert

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

Raad van Bestuur – Remuneratie- en benoemingscomité⁸

Voorzitter: Luc Van den Brande

Leden: Nico Moyaert en Dirk Sterckx

Raad van Bestuur – Ad-hocsub-comité beheersovereenkomst⁹

Voorzitter: Luc Van den Brande

Leden: Vivi Lombaerts en Nico Moyaert

Raad van Bestuur – Ad-hoccomité nieuwbouw

Voorzitter: Stefaan D'haeze

Leden: Bart Caron en Eric Deleu

VRT-Directiecollege¹⁰

Gedelegeerd bestuurder a.i.: Leo Hellemans

Directie Media & Productie: als waarnemers:

Olivier Goris (Netmanager Eén en Canvas) en

Els Van de Sijpe (Manager radio) vanaf 17 februari 2020

Directie HR: Hans Cockx

Directie Technologie & Innovatie: Stijn Lehaen

Directie Financiën & Operaties: Lieven Vermaele

Directie Informatie: Liesbet Vrieman

Manager Communicatie en Woordvoerder VRT:

Bob Vermeir



Hans Cockx



Leo Hellemans



Liesbet Vrieman



Lieven Vermaele



Stijn Lehaen

1

Op 31 december 2019 was de samenstelling van de Raad van Bestuur: Luc Van den Brande (voorzitter), Charlotte Verhaeghe (ondervoorzitter), Philippe Beinaerts, Christine Conix, Marc De Clercq, Stefaan D'haeze, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers, Jan Roegiers, Dirk Sterckx en Chris Verhaegen. Rudi De Kerpel was de gemeenschapsafgevaardigde en Hilde Cobbaut was de secretaris.

2

Zetelt ook als voorzitter in de Raad van Bestuur van het Pensioenfonds Contractuelen VRT (PFC).

3

Zetelt sinds 27 januari 2020 als vaste vertegenwoordiger van de VRT in de Algemene vergadering van het PFC.

4

Zetelt sinds 31 maart 2020 als bestuurder in de Algemene vergadering van het PFC.

5

Zetelt sinds 29 januari 2020 als lid en voorzitter in de Algemene Vergadering van het PFC.

6

Op 31 december 2019 bestond het auditcomité uit Charlotte Verhaeghe (voorzitter), Marc De Clercq en Chris Reniers. Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur),

Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder) en Koen De Hauw (manager Interne Audit van de VRT) waren waarnemers.

7

Op 31 december 2019 bestond het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR uit Dirk Sterckx (voorzitter), Marc De Clercq, Nico Moyaert, Freya Piryns en Jan Rogiers. Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder), Philippe Beinaerts (bestuurslid dat ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur) waren waarnemers.

8

Op 31 december 2019 bestond het Remuneratie- en benoemingscomité uit Luc Van den Brande (voorzitter), Nico Moyaert en Dirk Sterckx.

9

Op 31 december 2019 bestond het Ad-hocsubcomité beheersovereenkomst uit Luc Van den Brande (voorzitter), Nico Moyaert en Dirk Sterckx.

10

Op 31 december 2019 bestond het VRT-Directiecollege uit Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder), Peter Claes (Directie Media & Productie), Hans Cockx (Directie HR), Stijn Lehaen (Directie Technologie & Innovatie), Lieven Vermaele (Directie Operaties en Financiën) en Liesbet Vrieman (Directie Informatie).

→ VOORWOORD

De wereld beleeft in 2020 ongewone en ongeziene tijden. De gevolgen van het coronavirus grijpen diep in. Met grote inzet wordt door zovelen verantwoordelijkheid genomen om opnieuw perspectief te bieden.

Nu heeft de VRT, zoals de andere media, ook haar deel van de verantwoordelijkheid en neemt zij haar rol als publieke omroep ten volle op. Zij bevestigt haar unieke plaats in Vlaanderen. Ze informeert de Vlamingen dag na dag, geeft hen inspiratie en zet volop in op het versterken van het sociale weefsel. De band met alle Vlamingen wordt hierdoor nog hechter. Dat realiseert de VRT met een onderscheidend en kwaliteitsvol aanbod voor alle bevolkingsgroepen, dankzij de inzet en de creativiteit van haar medewerkers. Zo speelt de publieke omroep zijn bijzondere rol als dienstverlenende organisatie ten aanzien van de Vlaamse samenleving. Nu we allen terecht 'sociale afstand' dienen te houden en beperkt worden in onze contacten, zijn televisie en radio voor heel velen nog hun enige venster op de wereld.

Bovendien levert de VRT algemeen, zoals blijkt uit EBU-onderzoek, net als de andere Europese publieke omroepen, een belangrijke bijdrage voor onze democratie: landen met sterke publieke televisiezenders en sterke publieke radiozenders, scoren immers hoger op de democratie-index.

Ook in 2019 vervulde de VRT haar missie om de Vlaming te informeren, te inspireren en te verbinden. De tien aanbodsmerken deden dat op een zeer verscheiden manier, elk vanuit hun eigen profiel en op alle relevante mediaplatformen. In het vierde jaar van de Beheersovereenkomst 2016-2020 behaalde de VRT andermaal quasi alle doelstellingen die haar waren opgelegd om haar openbare opdracht uit te voeren. De Vlaamse

mediagebruikers waarderen het aanbod van de VRT, zoals blijkt uit de hoge waarderingscijfers, en een grote meerderheid (71%) heeft vertrouwen in de publieke omroep.

In november 2019 keurde de Raad van Bestuur de *Visienota Vlaanderen Mee-maken* goed. Die werd door de raad samen met de directie opgesteld. In het verlengde van wat werd waargemaakt in de afgelopen jaren, maar ook vernieuwend, bevat het document de visie van de VRT over haar rol en opdracht in de periode van de volgende beheersovereenkomst (2021-2025). In zes krachtlijnen wordt aangegeven hoe de publieke omroep wil bijdragen aan het realiseren van een sterker Vlaanderen.

De Vlaamse samenleving als vertrekpunt. De VRT wil, in voeling met wat onder de mensen leeft, de omroep van iedereen zijn, waar alle Vlamingen van elke leeftijd en zeker ook jongeren, zich in herkennen en zich erkend voelen.

Iedereen aanspreken met een breed en kwaliteitsvol aanbod. De publieke omroep moet lineair en digitaal alle Vlamingen bereiken en aanspreken, met een vindbaar en relevant, breed aanbod waarbij informatie, cultuur en educatie verdiepend worden gebracht en er ook voldoende plaats is voor kwalitatieve ontspanning en sport die mensen verbindt.

Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt. In een wereld waar informatie vaak eenzijdig of gekleurd is, staat de publieke omroep garant voor toegankelijke, feitelijke en betrouwbare informatie en duiding.

Vlaamse creativiteit stimuleren. De VRT wil zelf een bron van creativiteit zijn in een veranderend medialandschap en moet Vlaamse producties garanderen omdat eigen kwalitatieve content bijzonder gewaardeerd wordt en het beste antwoord biedt op internationale spelers die hier nauwelijks oog voor hebben.

Samen innoveren. De impact van technologie op de manier waarop media gemaakt en gebruikt worden, zal blijven toenemen. De VRT wenst hierbij een trekker te blijven maar is er ook van overtuigd dat samenwerken tussen de lokale mediabedrijven daarbij nodig.

Werken vanuit een duurzaam en gewaarborgd financieel model. De VRT wil mee bouwen aan een sterk Vlaanderen en moet efficiënt, flexibel en relevant kunnen blijven. Daarom is een stabiele en duurzame overheidsfinanciering broodnodig, aangevuld met verantwoord economisch initiatiefrecht.

De Raad van Bestuur streeft ernaar om deze krachtlijnen te vertalen naar een nieuwe beheersovereenkomst, raam-





BOUWEN AAN DE TOEKOMST

werk voor de verdere aanpak en evolutie van de omroep. De VRT zal daarbij steeds haar eigenheid als publiek mediabedrijf blijven nastreven gesteund op een open dialoog tussen de Vlaamse mediabedrijven als bijdrage tot een sterk Vlaamse medialandschap.

In januari 2020 trad een nieuwe Raad van Bestuur aan bij de VRT. Ik dank alle gewezen leden van de Raad van Bestuur voor hun inzet en hun visie bij het nemen van de strategische beslissingen. Beslissingen die de Raad steeds nam met het oog op de goede uitvoering van de openbare opdracht die haar is toegewezen, ten dienste van alle Vlamingen. En natuurlijk verwelkom ik de nieuwe bestuurders.

Graag wil ik ook alle medewerkers oprecht bedanken voor hun blijvend engagement en daadkracht, ook als het moeilijk was.

De VRT zal ook in de toekomst onverminderd het belang van alle Vlaamse mediagebruikers en de Vlaamse samenleving voorop blijven stellen bij al haar activiteiten en wenst hierdoor haar meerwaarde te kunnen aantonen. Zij zal haar maatschappelijke verantwoordelijkheid blijven opnemen zodat de Vlaming ook in de toekomst op zijn publieke omroep kan blijven vertrouwen.

Luc Van den Brande
Voorzitter VRT

Op 20 januari 2020 werd ik aangesteld als gedelegeerd bestuurder ad interim van de VRT. Dat gebeurde na een bestuurscrisis binnen de VRT-directie. Ik wil zowel mijn voorganger, Paul Lembrechts, als Peter Claes, die algemeen directeur Media & Productie was, bedanken voor het goede werk dat zij hebben geleverd in het belang van de publieke omroep.

Met mijn tijdelijke opdracht wil ik er alles aan doen om ervoor te zorgen dat de VRT haar maatschappelijke missie met succes kan blijven uitvoeren en dat de organisatie zich in de beste omstandigheden kan voorbereiden op de toekomst.

Ik kon bij mijn terugkeer vaststellen dat de openbare omroep de voorbije jaren door de grote inzet van zijn medewerkers sterke resultaten kan voorleggen. Hij vervult een unieke maatschappelijke rol ten dienste van alle Vlamingen en de Vlaamse samenleving. Dat blijkt, eens te meer, uit voorliggend jaarverslag.

De VRT zal zich blijven inspinnen om haar opdracht op de best mogelijke manier te realiseren en, waar het kan, nog beter te vervullen. Zo wil zij het Vlaamse mediabedrijf blijven voor en van alle Vlamingen.

Leo Hellemans
Gedelegeerd bestuurder ad interim



1

VOOR IEDEREEN RELEVANT

De VRT is er voor iedereen in Vlaanderen. De openbare omroep toont dit dag na dag aan: hij haalt een hoog bereik op zowel radio, televisie als online en kent een hoge waardering bij zijn kijkers, luisteraars en surfers. Dat hoge bereik is bovendien belangrijk voor het realiseren van maximale maatschappelijke impact van het VRT-aanbod.

Om haar publieke opdracht te realiseren heeft de VRT naast een aanbod voor een breed publiek ook een aanbod voor specifieke doelgroepen zoals kinderen, jongeren, mensen met een visuele of auditieve beperking en Vlamingen die in het buitenland wonen. Bovendien benadert de openbare omroep nieuwe Vlamingen, vrouwen en personen met een beperking op een inclusieve manier.

1.1 BEREIK

De VRT wil iedereen bereiken, ongeacht hun afkomst, leeftijd, geslacht of opleidingsniveau. De beheersovereenkomst stelt dat de openbare omroep op weekbasis 85% van de totale bevolking moet bereiken. In 2019 behaalde de VRT die norm en bereikte ze 90,2% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder).¹¹

Per bevolkingsgroep bereikte de VRT met haar aanbod op weekbasis gemiddeld (norm: 75%).¹²

VRT-televisie bereikte op weekbasis gemiddeld 534.861 van de 4- tot 16-jarigen (62,9%) (ten opzichte van 573.495 in 2018).¹³ VRT-radio bereikte op weekbasis 58,9% van de 12- tot 16-jarigen (194.855 ten opzichte van 228.029 in 2018).¹⁴

De VRT bereikt
elke week
90,2%
van de bevolking.



EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 bereikte de VRT met haar aanbod ieder jaar minstens 85% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder). Het bereik daalde in 2019 met 0,5 procentpunt tegenover 2016.

Gemiddeld weekbereik VRT (2016-2019)

	norm	2016	2017	2018	2019
● Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder)	85%	90,7%	89,4%	88,7%	90,2%

Gemiddeld weekbereik per relevante doelgroep (2016-2019)

	norm	2016	2017	2018	2019
● mannen	75%	92,1%	89,5%	88,6%	90,1%
● vrouwen	75%	89,4%	89,2%	88,9%	90,2%
● 15- tot 24-jarigen	75%	81,9%	87,7%	87,9%	88,6%
● 25- tot 44-jarigen	75%	90,1%	86,2%	85,1%	86,8%
● 45- tot 64-jarigen	75%	92,0%	89,9%	90,6%	92,0%
● 65-plussers	75%	94,8%	93,7%	91,2%	92,8%
● opleidingsniveau lager onderwijs	75%	89,0%	83,1%	79,9%	83,1%
● opleidingsniveau lager secundair onderwijs	75%	85,0%	84,8%	85,2%	85,6%
● opleidingsniveau hoger secundair onderwijs	75%	90,5%	89,6%	88,4%	91,2%
● opleidingsniveau hoger onderwijs	75%	95,2%	93,8%	93,5%	93,9%
● nieuwe Vlamingen	75%	78,4%	83,1%	81,1%	83,0%

11

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische bevraging bij 2.503 Vlamingen in de periode september-oktober 2019. Het onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau Kantar TNS. 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 bevraged in dit onderzoek.

12

Ibid. In 2018 gebeurde de bevraging bij 2.501 Vlamingen, in 2017 bij 2.506 Vlamingen, in 2016 bij 2.512 Vlamingen, steeds in de periode september-oktober.

13

CIM, bij 1.500 gezinnen, op basis van televisiekijkgedrag.

14

CIM. Gebaseerd op vijf "luistergolven" van 2019. (Luistercijfers voor personen jonger dan 12 jaar zijn niet beschikbaar.)

CROSSMEDIAAL MEETSISTEEM

In 2019 bestond nog geen continue crossmediale meting van bereik. Bij het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) bestond een afzonderlijke meting voor televisie, radio en online (websites).

De VRT is voorstander van een continue crossmediale passieve meting van bereik. Binnen het CIM kon daar eind 2019 nog geen eensgezindheid over bereikt worden. De redenen daarvoor waren divers: de technologie was nog in volle ontwikkeling, sommige mediabedrijven wilden vasthouden aan de opsplitsing tussen mediaplatformen en de kostprijs van een crossmediale meting waren hoog.

De VRT kan dit soort van metingen niet alleen financieren, maar onderzocht in 2019 wel waar eventuele samenwerkingen mogelijk zijn om dichterbij de realisatie

van een passieve crossmediale meting. De VRT vindt het noodzakelijk dat zo veel mogelijk Vlaamse mediaspelers betrokken worden bij de ontwikkeling van een nieuwe meetmethodologie. Dit met het oog op het realiseren van een breder draagvlak, een beter vergelijkingskader en een ruimere financieringsbasis. In 2019 liepen daarover verkennende gesprekken met andere Vlaamse mediabedrijven, waaronder de regionale omroepen. Momenteel kiest de VRT om te investeren in een jaarlijkse grote telefonische totaalbereikstudie bij ongeveer 2.500 Vlamingen via een onafhankelijk marktonderzoeksbureau. Door het jaar heen rapporteert de omroep de cijfers die beschikbaar zijn van CIM.

CIM hanteert, sinds het voorjaar 2020, wel een televisiemeting waarbij ook online-video op eigen platformen (zoals VRT NU, zie p. 93) wordt gemeten.

VERTROUWEN IN DE VRT

71% van de Vlamingen had in 2019 (veel) vertrouwen in de VRT. Daarmee haalde de publieke omroep de vierde plaats op vlak van vertrouwen van alle instellingen die werden bevraagd, na de brandweer, de dokters en de ziekenfondsen.¹⁵

Van alle Vlaamse nieuwsbronnen haalden de nieuwskanalen van de VRT het hoogste vertrouwen bij de Vlaamse mediagebruiker: 74% had (veel) vertrouwen in het nieuwsaanbod op VRT-radio, 73% in het nieuwsaanbod op VRT-televisie en 70% in Vrtnews.be.



VRT-RADIO

Luisteren naar radio

Ruim 5 miljoen Vlamingen (91,5% van 12 jaar of ouder) luisterden in 2019 wekelijks naar de radio.¹⁶ Ongeveer 4,4 miljoen van hen luisterden dagelijks. Gemiddeld luisterden 77,9% van de Vlamingen op dagbasis naar de radio.

Luisteren naar VRT-radio

Op dagelijkse basis bereikten de VRT-radionetten 2.957.787 Vlamingen (52,8%), op wekelijkse basis 3.932.289 Vlamingen (70,2%). Radio 2 haalde het hoogste marktaandeel (30,2%). Het marktaandeel van Studio Brussel, MNM en Radio 1 bedroeg op jaarbasis respectievelijk 10,3%, 10,1% en 7,9%. Klara had een marktaandeel van 2,1%. Samen haalden de VRT-radionetten (digitale radio-stromen¹⁷ inbegrepen) een totaal marktaandeel van 61,9% in 2019 (ten opzichte van 63,2% in 2018).

Dagelijks bereik
VRT-radio:
2.957.787
Vlamingen.

¹⁵

Bron: het onderzoeksbureau GfK voerde tussen 30 oktober en 14 november 2019 een onderzoek uit bij 1.451 Vlamingen van 15 jaar en ouder over het vertrouwen dat ze hebben in het informatieaanbod van de VRT en andere nieuwsmedia, en in de VRT als instelling.

¹⁶

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

¹⁷

De digitale extensies (non-stopprogramma's die enkel digitaal te beluisteren zijn) waren in 2019 Klara Continuo, VRT NWS, Knetnet Hits, The Greatest Switch en De Tijdloze (Studio Brussel), MNM Hits, UrbaNice, MNM Rewind (van 5 januari 2019 tot 17 februari 2019), MNM Grote Pet Carnavalshow (van 18 februari 2019 tot 6 maart 2019) en Back to the 90's & Nillies (MNM).



EVOLUTIE 2016-2019

Ten opzichte van 2016 daalde het luisterbereik op dagbasis van VRT-radio in 2019 met 0,9 procentpunt.

Gemiddeld luisterbereik VRT-radio (op dagbasis)

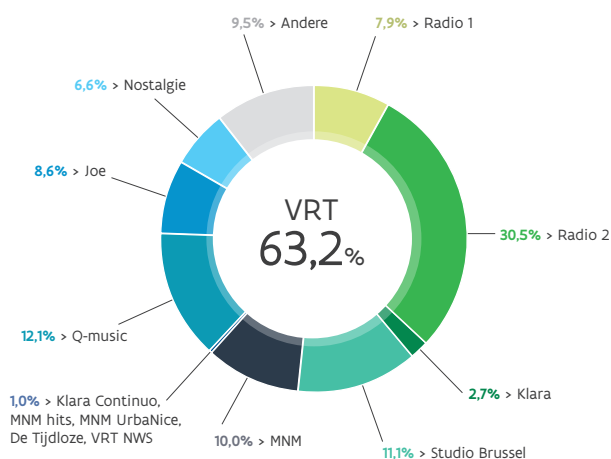
	2016	2017	2018	2019
● Vlamingen (12 jaar of ouder)	78,8%	78,1%	80,3%	77,9%



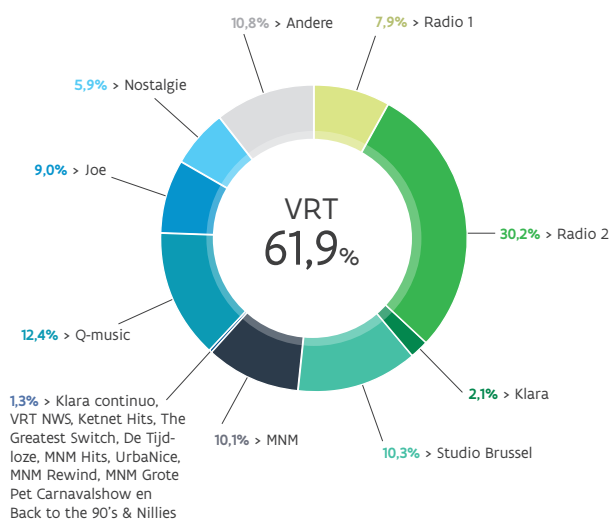
Marktaandeel radio (in %)

Bron: CIM-Radiostudie – VRT-Studiedienst

2018



2019



Waardering radio

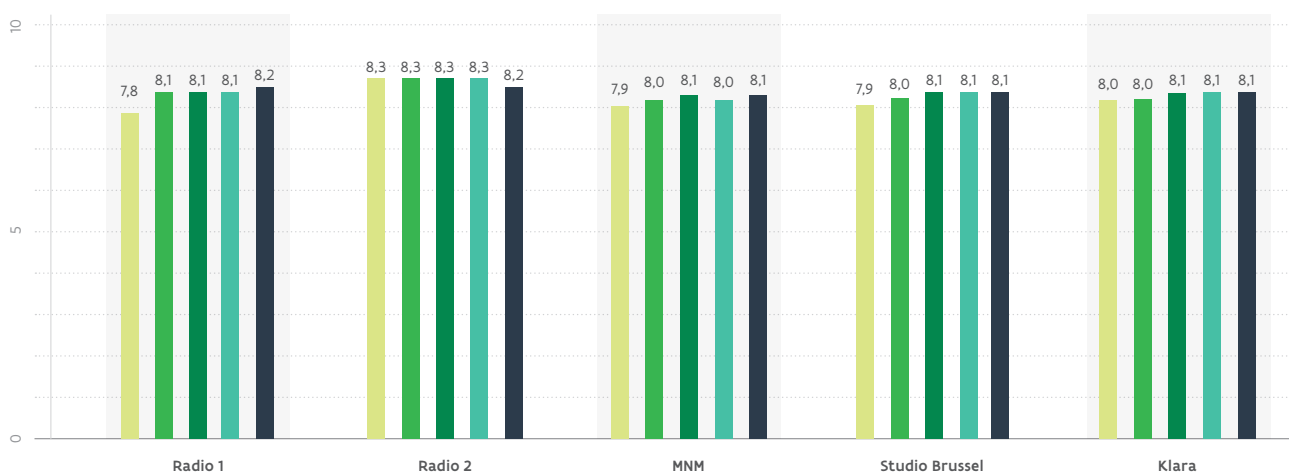
De mediagebruikers waarderen het aanbod van VRT-radio. De waarderingcijfers voor de radiomerknamen waren: Radio 1: 8,2, Radio 2: 8,2, MNM: 8,1, Studio Brussel: 8,1 en Klara: 8,1.

De luisteraars waardeerden de volgende VRT-radio-programma's het meest: *Interne keuken* op Radio 1 (8,8), *De week van Dirk* op Radio 2 (9,4), *Klara live* op Klara (8,8), *Live op Tomorrowland* op Studio Brussel (8,7) en *MNM50* op MNM (8,5).

Waarderingcijfers VRT-radionetten (2015-2019) (op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor VRT

■ 2015
■ 2016
■ 2017
■ 2018
■ 2019



INTERNETRADIO

Via het internet kunnen de VRT-radiozenders beluisterd worden, zowel op eigen platformen zoals de VRT-merken-apps of Radioplus.be, als op externe platformen zoals bijvoorbeeld Radioplayer.be (waar de VRT samen met de andere Vlaamse radiozenders aan meewerkte (zie p. 94)).

De meting van de streamingprovider was in 2019 niet beschikbaar. Daardoor waren er geen data over het totaalbereik van het VRT-internetradio-aanbod (zoals aantal luisteraars en aantal beluisterde uren).

De VRT wisselde in 2018 van intern meetsysteem (van Comscore naar Adobe Analytics), waardoor ook de data over luisteraars van het eigen online luisterplatform (Radioplus en de verschillende radio-apps van de VRT) in dat jaar onvolledig waren. Vanaf juni 2018 waren er wel

data beschikbaar. Op basis van het meetsysteem bleek dat het aantal gebruikers in 2019 toenam: van 75.018 gebruikers per dag in de periode juni-december 2018 tot 96.555 in de periode juni-december 2019 (+28,7%). (Over het hele jaar 2019 bereikte het eigen luisterplatform gemiddeld 94.127 gebruikers per dag.) Het aandeel van luisteren via de VRT-apps lag in periode juni-december 2019 op 61,5% van het totale dagbereik van het eigen VRT-luisterplatform (ten opzichte van 48,7% in diezelfde periode in 2018). Zo was het gemiddeld dagbereik van de verschillende mobiele apps van de VRT-radiomerknamen groter dan het dagbereik van de website Radioplus.be. Dat was voor het eerst in de geschiedenis van het eigen VRT-luisterplatform het geval.

De verschillende VRT-radio-apps werden in totaal samen 422.725 keer gedownload in 2019. Eind 2019 bedroeg het totaal aantal gedownloade VRT-radio-apps 1.551.476 (een stijging van 37,5% tegenover eind 2018).¹⁸

Radioplus en de
radio-apps bereikten
dagelijks bijna
100.000
luisteraars.

¹⁸

Een totaal aantal downloads is evenwel steeds minder relevant om de impact van het app-gebruik te meten. Onder meer omdat veel mensen reeds wisselden van smartphone en door de verandering van systeemversies van apps.

ONDERZOEKEN NAAR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT, PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKERS EN VLAAMSE VERANKERING

Maatschappelijke impact ¹⁹

In 2019 vond 68% van de Vlamingen het belangrijk dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft (tegenover 71% in 2018). Een meerderheid (53%) vond dat de VRT een positieve impact heeft op onze samenleving (ten opzichte van 57% in 2018). Indien de VRT niet meer zou bestaan, geeft 60% aan dat ze de VRT zullen missen. In 2018 was dat 65%.

De publieke omroep verwierf 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" een score van 7,0 op 10 (tegenover tweemaal 7,3 in 2018).

De VRT ging na of bepaalde programma's impact hadden bij haar mediagebruikers. 44% van diegenen die in contact kwamen met *Durf te vragen* op Eén (zie p. 25) ondervond impact (26% van hen gaf aan iets te hebben bijgeleerd, 19% was aan het denken gezet en 18% had over het programma gepraat). 36% van diegenen die in contact kwamen met *Weg van het meesterwerk* op Canvas (zie p. 57) gaf aan dat het programma impact had (24% van hen leerde iets bij, 10% was aan het denken gezet en 11% gaf aan over het programma gepraat te hebben).

Perceptie mediagebruiker ²⁰

De VRT peilde bij kijkers, luisteraars en surfers naar de impact die ze ervaren wanneer ze gebruik maken van het aanbod.

- De VRT scoorde 6,8 op 10 op de stelling "De VRT leert me interessante dingen" (ten opzichte van 7,0 in 2018).
- De VRT scoorde 6,0 op 10 op de stelling "De VRT prikkelt mijn interesses op vlak van cultuur" (ten opzichte van 6,4 in 2018).
- De VRT scoorde 5,9 op 10 op de stelling "Ik zou minder weten over onze Vlaamse cultuur als de VRT niet zou bestaan" (ten opzichte van 6,3 in 2018).



Vlaamse verankering ²¹

71% van de ondervraagden vond dat de VRT voldoende aandacht had voor Vlaamse cultuur (tegenover 76% in 2018).

Van de Vlamingen die hierover een mening hadden, vond 88% dat het belangrijk was om naar Vlaamse programma's te kunnen kijken op televisie (tegenover 87% in 2018). Eén was volgens 48% van de mediagebruikers de tv-zender die het vaakst Vlaamse programma's brengt (41% in 2018).

Van de bevroegden die hierover een mening hadden, vond 81% dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse kinderprogramma's en 77% dat zij voldoende aandacht had voor Vlaamse fictie (respectievelijk 81% en 77% in 2018).

De VRT had voldoende aandacht voor Vlaamse muziek volgens 70% van de ondervraagden die hierover een mening hadden (2018: 70%). Radio 2 was volgens 50% van de mediagebruikers de Vlaamse radiozender die het meest inzette op Nederlandstalige muziek, voor Radio 1 met 17% (ten opzichte van respectievelijk 50% en 13% in 2018).

De VRT scoorde 6,5 op 10 op de stelling "De VRT weerspiegelt het echte Vlaamse leven goed" (ten opzichte van 6,9 in 2018) en 7,1 op 10 op de stelling "De VRT is een voorbeeld van correct taalgebruik" (ten opzichte van 7,3 in 2018).

¹⁹

Bron: Het onderzoek over maatschappelijke impact werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK, tussen 30 september en 14 oktober 2019 bij 1.451 Vlamingen van 15 jaar en ouder.

²⁰

Ibid.

²¹

Bron: Het onderzoek over Vlaamse verankering werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau GfK, tussen 30 september en 14 oktober 2019 bij 1.451 Vlamingen van 15 jaar en ouder.

VRT-TELEVISIE

Kijken naar televisie

In 2019 keek 72,8% van de Vlamingen dagelijks naar televisie (live en/of uitgesteld) (ten opzichte van 73,1% in 2018). De gemiddelde kijkduur per dag bedroeg 3 uur en 44 minuten, evenveel als in 2018. Ouderen keken veel meer tv dan jongeren (dagbereik: 90,6% bij de 65-plussers tegenover 49,4% van de 4- tot 24-jarigen). Personen uit de hogere socio-economische klassen keken minder naar televisie dan personen uit de lagere socio-economische klassen (dagbereik: 67,6% bij de hoogste klassen (SG 1-2) tegenover 81,3% bij de laagste klassen (SG 7-8)).

- Live-kijken nam 80,4% van het totale televisiegebruik in (tegenover 81,9% in 2018). 66,8% van de bevolking keek op een gemiddelde dag live televisie (tegenover 67,4% in 2018). De dagelijkse live kijkduur bedroeg gemiddeld 3 uur en 16 minuten per dag, 3 minuten minder dan in 2018.
- Uitgesteld kijken was goed voor 19,6% van de bestede

tv-tijd (ten opzichte van 18,1% in 2018). Bij fictie-programma's werd 31,3% (29,3% in 2018) van de totale fictiezendtijd besteed aan uitgesteld kijken. Bij andere programmagenres, zoals informatie (10,6%) en sport (8,3%), werd minder uitgesteld gekeken, maar wel meer dan in 2018 (toen respectievelijk 9,6% en 7,1%). Gemiddeld keek per dag 43,9% van de bevolking uitgesteld naar televisie (tegenover 42,6% in 2018). De gemiddelde kijkduur van uitgesteld kijken bedroeg 1 uur en 12 minuten per dag, of 3 minuten meer dan in 2018.

Kijken naar VRT-televisie

De VRT-televisienetten bereikten samen gemiddeld 2.643.256 Vlamingen per dag (tegenover 2.666.339 in 2018). Daarmee haalden ze een marktaandeel van 36,6% (0,7 procentpunt minder dan in 2018). Gemiddeld keek de Vlaming (ouder dan 4 jaar) 1 uur en 47 minuten per dag naar VRT-televisie (inclusief de uitgesteld bekeken programma's), 2 minuten minder dan in 2018. Van alle tv-uitzendingen van de VRT in 2019 werd 83,6% live bekeken en 16,4% uitgesteld (tot zeven dagen na de uitzending).



EVOLUTIE 2016-2019

Het dagelijks bereik van VRT-televisie daalde in 2019 met 0,9 procentpunt tegenover 2016.

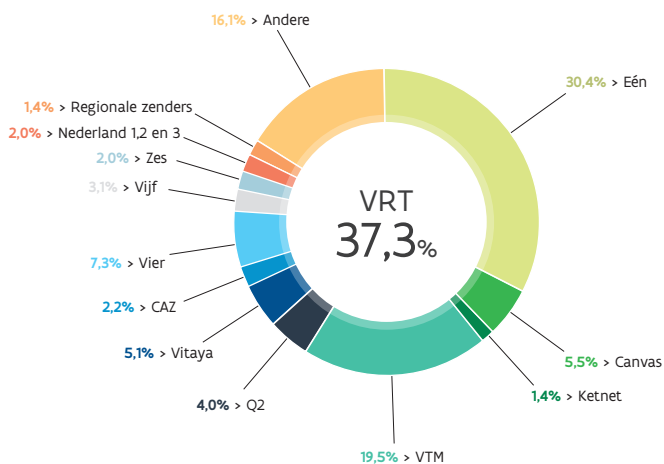
Gemiddeld bereik VRT- televisie (op dagbasis)

	2016	2017	2018	2019
● Vlamingen (12 jaar of ouder)	73,7%	75,0%	73,1%	72,8%

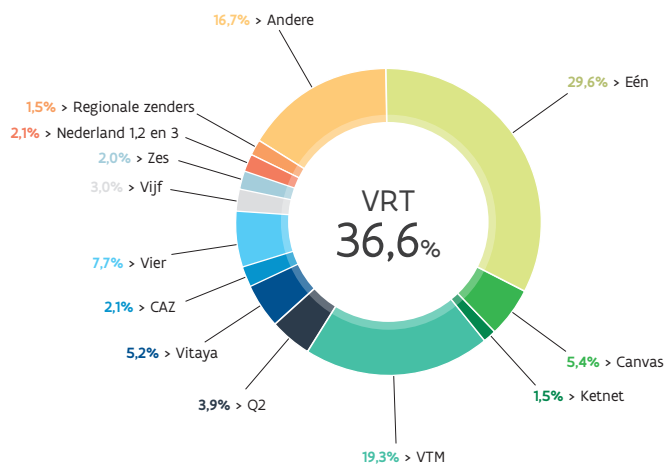
Marktaandelen televisie (in %)

Bron: CIM|GfK-Audimetrie – VRT-Studiedienst

2018



2019

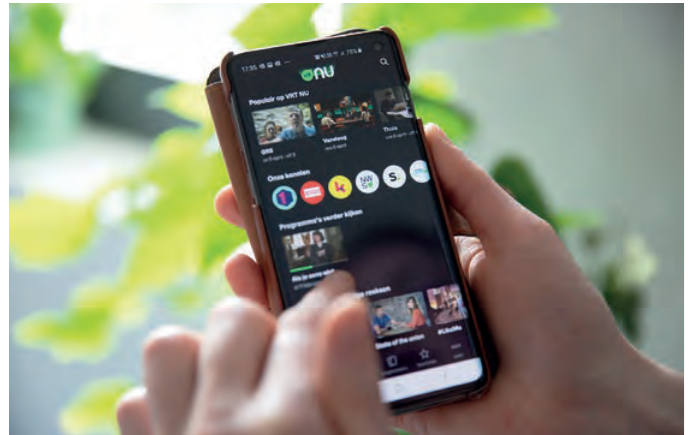


Uitgesteld kijken

Via de distributeurs

Door de overeenkomsten die de VRT sloot met distributeurs van platformen met uitgesteld kijken (Proximus, Telenet en Stievie) kunnen kijkers programma's tot maximaal zeven dagen na uitzending opvragen.

Daarnaast biedt de VRT de abonnementsformule *Net Gemist*, waarmee digitale kijkers de programma's van de afgelopen week kunnen opvragen en (her)bekijken. *Ooit Gemist* levert tegen betaling recente programma's en oudere series aan.



VINDBAARHEID

In een analogo televisielandschap vonden kijkers gemakkelijk hun weg naar Vlaamse programma's. Ze konden daarvoor terecht bij een beperkt aantal mediabedrijven. De digitalisering en internationalisering van het mediaveld leidde tot tal van nieuwe, vaak internationale, videodiensten en -platformen. Die nieuwe mediaspelers (zoals YouTube, Netflix en Apple TV) spelen hoofdzakelijk in op de behoefte naar aanbod-op-aanvraag en bieden daarvoor eenvoudige digitale gebruikspatformen. Dat zet ook de lokale distributeurs (zoals Telenet en Proximus) er toe aan om hun eigen gebruikersplatformen aan te passen.

In deze gewijzigde mediacontext bestaat het gevaar dat de Vlaamse mediagebruiker moeilijker Vlaams aanbod vindt en steeds vaker naar internationale producties wordt geleid. De nieuwe gebruikersplatformen, ook opgezet door internationale spelers buiten de media, promoten immers

vooral die (internationale) programma's die commercieel het meest interessant zijn. Dat zijn in belangrijke mate fictiereeksen en zelden programma's (zoals nieuwsprogramma's, culturele programma's en documentaire reeksen) uit Vlaanderen. De Vlaamse mediagebruiker kijkt zo steeds vaker naar niet-Vlaamse content. Dat ondermijnt enerzijds de slagkracht en economische leefbaarheid van de Vlaamse mediabedrijven en verzwakt anderzijds de Vlaamse gemeenschapsvorming en cultuuroopbouw.

De Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten geeft lidstaten van de EU uitdrukkelijk de mogelijkheid om passende zichtbaarheid te voorzien van lokale content. De Vlaamse Regering bevestigde in het Vlaams regeerakkoord 2019-2024 hier werk van te willen maken. De VRT werkt daarom, samen met andere lokale mediaspelers, aan een helder kader met passende vindbaarheidsregels voor lokale content.



Via de VRT-videospeler

De VRT verwierf in 2019 meer accounts (gebruikersprofielen) op het online videoplatform VRT NU. Het aantal steeg naar 2.235.543, ongeveer 693.000 meer dan eind 2018.

Eén was goed voor 68,2% van alle videostarts op VRT NU en kende daarmee het grootste aandeel videostarts van de aanbodsmerken. Canvas volgde met 24,1% van de videostarts. Ketnet had een aandeel van 4,9% (en had daarnaast een uitgebreid videoaanbod op de eigen online platformen). Als grootste niet-televisie-merk haalde Studio Brussel 0,8% van alle videostarts op VRT NU.

Eind 2019 telde
VRT NU
2.235.543
accounts.

Via de sociale media

De VRT maakte gebruik van sociale media om onder meer videofragmenten te delen. Op Facebook steeg het aantal videostarts (met een kijktijd van minimum drie seconden) tot 402.591.016, goed voor een stijging van 14,6% tegenover 2018. Ook via YouTube bood de VRT videocontent aan, wat resulteerde in 270.876.665 gestarte video's. Dat was 38,2% hoger dan in 2018.

Via het syndicationplatform

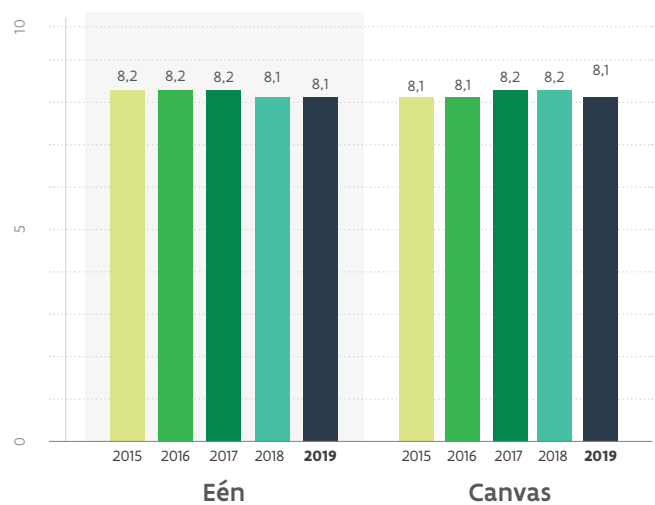
Via het syndicationplatform stelde de VRT videofragmenten beschikbaar voor andere websites. Op deze manier werden in 2019 7.338.872 fragmenten opgestart.²²

Waardering televisie

- De kijkers gaven de volgende uitzendingen op Eén in 2019 de hoogste waarderingen: de heruitzending van *Het huis* met Marieke Vervoort naar aanleiding van haar overlijden (9,2), twee afleveringen van *Down the Road* (9,0), de documentaire *The Snow Wolf* (8,9) en een aflevering van *Poldark* (8,9).

Waarderingscijfers VRT-televisienetten (2015-2019) (Op een schaal van 0 tot 10)

Bron: Waarderingsmonitor VRT



- De volgende uitzendingen kenden de hoogste waarderingen van de Canvas-kijker in 2019: *Islands in time, a wildlife odyssee* (9,0), *North America with Simon Reeve* (9,0) een aflevering van *De weekenden* (9,0), een aflevering van *The planets* (9,0) en een aflevering van *Seven worlds, one planet* (8,9).

²² Doordat de VRT van intern meetsysteem wisselde, was geen totaalcijfer voor 2018 beschikbaar.



Down the road (Eén)

VRT-ONLINE

Websites & apps

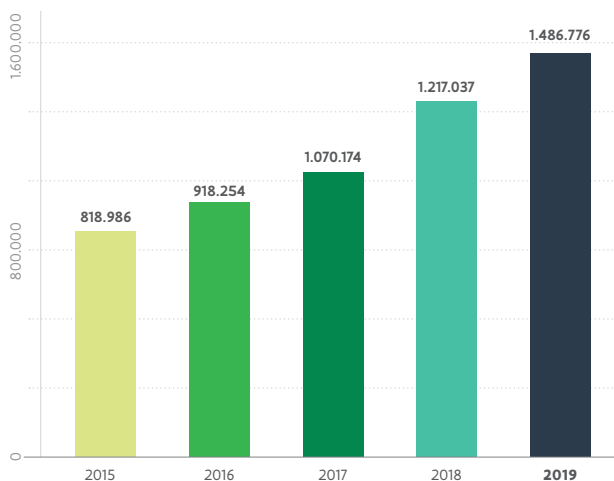
Het gemiddeld aantal unieke bezoekers²³ per dag die (minstens) een van de VRT-websites of -apps raadpleegde, steeg met 22,2% of bijna 270.000 extra bezoekers per dag ten opzichte van 2018 tot 1.486.776²⁴.

De evolutie in het jaar 2019 toont een gestage groei van het aantal unieke bezoekers. De piek in december (gemiddeld 1.694.736 unieke bezoekers per dag) komt onder andere door sterke stijgingen bij het aantal bezoekers van het online-aanbod van Studio Brussel, MNM, Radio 2 en *Dagelijkse kost* (Eén). De VRT-websites met de meeste bezoekers waren VRT NWS en Sporza (gemiddeld respectievelijk 550.714 en 452.675 bezoekers per dag).

Dagelijks:
1.486.776
unieke bezoekers voor
VRT-online-aanbod.

Aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites en -apps (2015-2019)

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

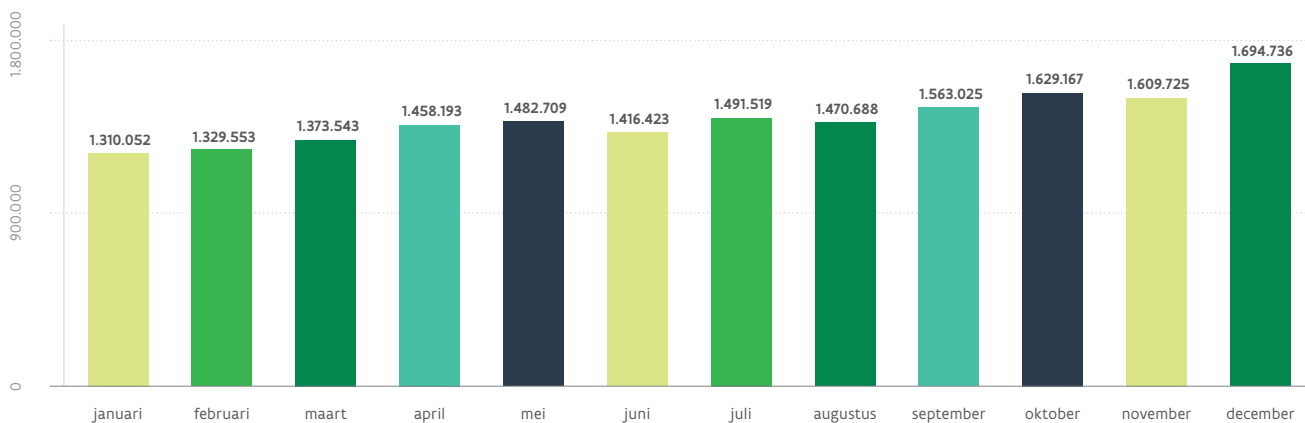


EVOLUTIE 2016-2019

Het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag steeg in de periode 2016-2019 jaar na jaar. Tegenover 2016 steeg het gemiddeld aantal unieke bezoekers in 2019 met 61,9%.

Gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag van de VRT-websites en -apps (per maand) (2019)

Bron: Adobe



²³

De term 'unieke bezoekers' slaat op het aantal browsers (toestellen/computerprogramma's om webpagina's te bekijken) waarvan metingen gedaan kunnen worden.

²⁴

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



Aandeel smartphone
voor gebruik
online aanbod:
61,2%

De evoluties in het gemiddeld aantal unieke bezoekers van de VRT-websites en -apps per dag verschilden per aanbodsmerk:

- VRT NWS: een stijging met 25,1% tot 550.714 (440.165 in 2018);
- Sporza: een stijging met 8,4% tot 452.675 (417.642 in 2018);²⁵
- Eén: een stijging met 18,7% tot 131.772 (111.024 in 2018);²⁶
- VRT NU: een stijging met 36,0% tot 125.990 (92.309 in 2018);²⁷
- Ketnet: een stijging met 1,4% tot 59.121 (58.317 in 2018);²⁸
- Radio 2: een stijging met 104,4% tot 58.103 (28.424 in 2018);
- MNM: een stijging met 33,7% tot 41.708 (31.203 in 2018);
- Studio Brussel: een stijging met 40,8% tot 40.688 (28.894 in 2018);
- Radio 1: een stijging met 47,1% tot 31.488 (21.402 in 2018);
- Canvas: een daling met 9,1% tot 12.236 (13.464 in 2018);²⁹
- Klara: een stijging met 46,8% tot 8.850 (6.028 in 2018).

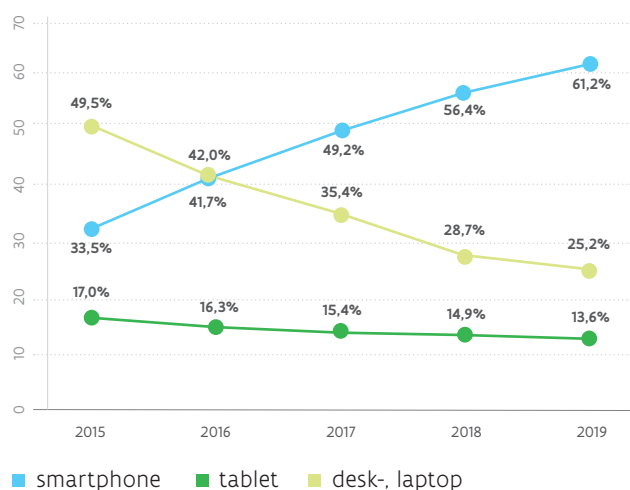
MOBIELE PLATFORMEN

De Vlaming gebruikt steeds vaker een smartphone om naar VRT-websites te surfen en VRT-apps te raadplegen. Het surfen naar de VRT-websites en -apps gebeurde in 2019 al voor 61,2% via de smartphone (tegenover 33,5% in 2015). Daarentegen daalde het aandeel surfen via de desk- en laptops (van 49,5% in 2015 naar 25,2% in 2019) en daalde ook het aandeel via tablet tot 13,6% (tegenover 17,0% in 2015).

De belangrijkste verklaringen voor deze evolutie zijn de toenemende verspreiding van smartphones, het gestegen gebruik van apps en een verhoogde informatiebehoefte van gebruikers bij gebeurtenissen in de actualiteit (bijvoorbeeld op een verkiezingsdag).

Evolutie aandelen toestellen ten opzichte van het totaal aantal bezoekers van de VRT-sites en -apps (in %)

Bron: Comscore – Adobe Analytics



²⁵

Inclusief Sporza-voetbal-app.

²⁶

Inclusief *Dagelijkse kost* en *Switch*.

²⁷

VRT NU is (conform de Beheersovereenkomst 2016-2020) geen "aanbodsmerk" maar een "dienstverlenend merk" van de VRT.

²⁸

Inclusief Ketnet-app, Ketnet Junior-app, de *Karrewiet*-app en de content feed.

²⁹

De daling van het bereik van Canvas.be is onder andere te verklaren door een grote overlap met de dienstverlening die de website bood ten opzichte van het videoplatform VRT NU. Bezoekers waren immers vooral op zoek naar de programmagids van Canvas, terwijl die ook op VRT NU staat. Vandaar dat begin 2020 werd beslist om Canvas.be stop te zetten en te laten opgaan in Vrtnu.be. Daarnaast zette Canvas ook meer in op socialemediakanalen.

Totaal aantal opgestarte videofragmenten op Facebook en YouTube van VRT-hoofdmerken (2018-2019)

Bron: Engagor voor Facebook en YouTube Analytics voor YouTube

	Facebook		YouTube	
	2018	2019	2018	2019
● Eén	66.535.939	135.075.873	12.747.540	15.172.845
● Canvas	27.448.536	16.059.429	2.618.832	1.281.486
● Ketnet + Ketnet Junior	484.119	1.000.867	49.378.968	99.814.626
● Radio 1	3.974.902	9.234.823	1.509.746	1.535.982
● Radio 2	3.337.257	18.210.873	2.091.459	(*)
● Studio Brussel	60.587.384	36.539.564	14.263.536	21.031.536
● MNM	20.832.454	11.825.708	15.377.052	17.966.283
● Klara	799.600	1.208.028	48.894	37.690
● VRT NWS	107.860.142	98.049.325	174.075	3.026.170
● Sporza	49.256.965	44.037.324	1.426.328	3.565.542
● VRT NU	3.337.257	5.038.199	384.738	425.855
● Andere (**)	6.939.172	26.311.003	95.950.880	107.018.947
● Totaal	351.393.727	402.591.016	195.972.048	270.876.962

(*) Hier zijn geen gegevens over beschikbaar. Het Radio 2-account was niet gekoppeld aan de Analytics-pagina op YouTube, waardoor volumes niet werden geregistreerd.
 (**) De cijfers van "Andere" hebben betrekking op andere "pagina's" zoals *Ketnet Musical*.

Sociale media

De VRT-aanbodsmerken waren allemaal aanwezig op de sociale media.³⁰

- Facebook: eind 2019 hadden de VRT-hoofdmerken 2.645.415 Facebookfans (totaal niet ontdebeld), een groei van 7,0% ten opzichte van 2018. Eén had met 520.514 de grootste Facebookpagina van de VRT-merken, gevolgd door Studio Brussel (491.418) en Sporza (464.341).
- Twitter: de VRT-aanbodsmerken hadden samen 1.654.632 Twittervolgers (totaal niet ontdebeld). Dat was een daling van 1,2% tegenover 2018. VRT NWS bleef met 435.476 volgers de grootste, Studio Brussel volgde met 397.455 volgers.
- Instagram: er waren eind 2019 938.964 Instagramvolgers voor de VRT (totaal niet ontdebeld). Een groei van 44,5%. Van alle VRT-merken had Studio Brussel de meeste volgers op Instagram (208.548). Ook MNM (121.790), Sporza (127.480), Eén (124.706) en VRT NWS (124.183) hadden meer dan 100.000 volgers.



VLAMINGEN IN HET BUITENLAND



BVN staat voor 'het Beste van Vlaanderen en Nederland' en is de openbare zender voor Vlamingen en Nederlanders die in het buitenland verblijven. Zij kunnen BVN gratis, 24 uur per dag, overal ter wereld ontvangen, zowel online, via satelliet als via de BVN-app.

Dagelijks selecteerde BVN in 2019 uit het televisieaanbod van de VRT en de Nederlandse Publieke Omroep de beste Nederlandstalige programma's. Zo konden Vlamingen in het buitenland op BVN onder meer kijken naar: *Het journaal* (Eén), *De zevende dag* (Eén), *De afspraak* (Canvas), *Kies 19* (Eén), *Reizen Waes Europa* (Eén), *Rond de Noordzee* (Eén), *Twee tot de zesde macht* (Eén), *Vive le Vélo* (Eén), *De kleedkamer* (Canvas) en *De week van Karrewiet* (Ketnet).

VRT NU

In Europa³¹ kunnen gebruikers met een Belgische domicilie (in principe) naar alle programma's kijken via

VRT NU. Buiten Europa kunnen enkel eigen producties en geen aangekochte programma's bekeken worden (aangezien de VRT niet over de budgetten beschikt om wereldwijd de rechten daarvoor aan te kopen). Studenten Nederlands en leerkrachten Nederlands uit het buitenland kunnen een aanvraag indienen om VRT NU te gebruiken.

VRT-radio

Vlamingen die vanuit het buitenland naar VRT-radio willen luisteren, kunnen dat via het eigen online platform van de VRT (Radioplus.be), beschikbaar voor zowel pc, tablet als smartphone. Daarnaast hebben alle radiomerken hun eigen app (waarin alle VRT-radiozenders live te beluisteren zijn). Ook via andere internetradiospelers is het mogelijk om naar VRT-radio te luisteren (zoals Radioplayer en Tuneln).

Via satelliet is Radio 1 wereldwijd gratis beluisterbaar. Binnen Europa is ook Radio 2 gratis te beluisteren via satelliet.



Rond De Noordzee (Eén)

1.2 DIVERSITEIT

BEELDVORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

De VRT wil in haar aanbod een representatief beeld geven van de Vlaamse samenleving, inclusief specifieke bevolkingsgroepen zoals personen met een beperking of met een migratieachtergrond. De Monitor diversiteit³² meet elk jaar de aanwezigheid van deze bevolkingsgroepen in het televisie-aanbod. Die informatie gebruikt de VRT als zij haar actieplannen diversiteit opstelt.

In 2019 waren 8,3% van de sprekende actoren op Eén, Canvas en Ketnet nieuwe Vlamingen (streefdoel: minimaal 5%, groeien naar 7,5% in 2020). 1,5% van de sprekende actoren waren mensen met een beperking (geen streefdoel).

In het aanbod werd gestreefd naar gendergelijkheid. Het aandeel vrouwen in tv-programma's bedroeg 41,2% (streefdoel: minimaal 33%, groeien naar 40% in 2020). De aanbodsmerken namen hun verantwoordelijkheid door in hun programma-aanbod voldoende focus te leggen op de aanwezigheid van vrouwen. Wat betreft de nieuws- en duidingsprogramma's (zoals *Het journaal* (Eén) en *Terzake* (Canvas)) bleef de VRT-nieuwsdienst in hoge mate afhankelijk van de maatschappelijke

actualiteit en realiteit (waarbij het aandeel vrouwelijke ministers en vrouwelijke beleidsmakers bijvoorbeeld niet een weerspiegeling zijn van de samenleving). Daardoor bleef het aandeel vrouwen in die programma's ook wat lager liggen. In 2020 zal VRT NWS partner worden van het BBC-project 50:50. Dat is een grote gemeenschappelijke actie die ernaar streeft de aanwezigheid van vrouwen te vergroten in het aanbod zodat, onder andere, het publiek zich beter zal herkennen in de berichtgeving.

Schermaanwezigheid
nieuwe Vlamingen:
8,3%



EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 steeg het aandeel vrouwen in televisieprogramma's jaar na jaar. Tegenover 2016 groeide het aandeel vrouwen met 3,8 procentpunt. Verder steeg de aanwezigheid van nieuwe Vlamingen op het scherm in 2019 met 0,3 procentpunt tegenover 2016.

Aandeel vrouwen en nieuwe Vlamingen in het televisieaanbod (in %)

bevolkingsgroep	Streefcijfer	2016	2017	2018	2019
vrouwen	minimaal 33%, groeien naar 40% in 2020	37,4%	38,0%	38,8%	41,2%
nieuwe Vlamingen	minimaal 5%, groeien naar 7,5% in 2020	8,0%	8,7%	8,0%	8,3%

AANDACHT VOOR DIVERSITEIT IN HET AANBOD

De aanbodsmerken hadden in 2019 aandacht voor diversiteit. Enkele voorbeelden:

- In *Durf te vragen* op Eén praatten mensen met een migratieachtergrond, mensen in een rolstoel en mensen met dwerggroei over hun leven. In andere Eén-programma's zoals *Komen te gaan* en *Het gezin* kwamen verhalen aan bod van mensen met een migratieachtergrond. *Down the Road* volgde jongvolwassenen met het syndroom van Down tijdens een reis. *Merci voor de muziek* werd gepresenteerd door een vrouwelijke presentator met een migratieachter-

grond. In het programma komen heel veel mensen uit alle lagen en groepen van de samenleving aan bod. De diversiteit is aanwezig, zonder dat het daarover gaat.

- Op Canvas was diversiteit te zien in programma's zoals *Eenzaam*, waar de impact van eenzaamheid op jongeren en ouderen werd getoond. In *Blanco* getuigden verschillende mensen, jong en oud, man en vrouw, welgesteld en arm, met en zonder migratieachtergrond, waarom ze blanco stemden en wat hen na aan het hart ligt. In *Therapie* ging aandacht naar de mentale problemen en gezondheid van zowel ouderen als jonge kinderen.

- Ketnet trachtte om diversiteit in beeld te brengen. De gasten en kinderen in *Kingsize Live* hadden een diverse afkomst, net zoals de acteurs van reeksen zoals *Campus 12* en *Ketnet Musical*. Bij de zoektocht naar nieuwe kinderen voor *Tik Tak* werd gelet op diversiteit. Inhoudelijk kwam diversiteit onder andere aan bod in *#Likeme*, bijvoorbeeld doordat een personage opgroeit met twee vaders.
- In de Radio 1-programma's *Touché* en *De zomer/herfst/winter van* waren regelmatig mensen te gast met een diverse achtergrond. In *Fifty-Fifty* (programma en podcast) stonden vijftigplussers centraal. In *De wereld van Sofie* kwamen diverse onderwerpen en getuigenissen over gender, leeftijd en afkomst aan bod.
- Op Radio 2 had *De madammen* aandacht voor diversiteit met getuigenissen van bijvoorbeeld transgenders. *De rotonde* stond onder andere stil bij leven met een beperking, ervaringen rond homoseksualiteit en racisme. Naar aanleiding van Werelddoenvdag bracht *De madammen* een interview met een dove jongen dat live werd getolkt op de radio.
- Studio Brussel had aandacht voor diversiteit, bijvoorbeeld met *Linde vlogt* waarin onder andere personen met een beperking en sportvrouwen hun verhaal deden. *Ramadamingdong* beantwoordde vragen over hoe moslims de ramadan beleven.
- MNM besteedde aandacht aan verschillende diversiteitsthema's, zoals geaardheid en afkomst. *Generation M* maakte een reeks (met een podcast, video's en extra radioprogramma's) over seksuele beleving waarin ook gender en geaardheid aan bod kwamen. Het muziekprogramma *UrbaNice* met urban muziek werd gemaakt door en voor luisteraars met een diverse afkomst.
- VRT NWS liet geregeld opiniemakers van diverse achtergronden aan het woord op zijn nieuwswebsite. In het online-programma *Labels* stonden thema's als armoede en afkomst centraal. Divers talent was te zien in de verschillende nieuwsprogramma's, zoals in *Vandaag* (met presentatrice Danira Boukhriss).



DIVERSITEIT IN HET PERSONEELSBELEID

Personeelsbestand

De VRT wil dat haar personeelsbestand een afspiegeling van de Vlaamse maatschappelijke diversiteit wordt.

- Gelet op de richtlijn Algemene Verordening Gegevensbescherming koos de VRT, vanuit het voorzichtigheidsbeginsel, ervoor om geen specifieke gegevens bij te houden over personeelsleden met een beperking. De VRT kan dus niet meedelen in welke mate het streefcijfer (1,8% in 2020) in 2019 reeds werd gehaald. Eind 2019 had de VRT contact met de Gegevensbeschermingsautoriteit om daaromtrent naar een oplossing te zoeken.

- Het aandeel personen met een migratie-achtergrond in het VRT-personeelsbestand was eind 2019 3,3% (ten opzichte van 3,3% eind 2018) (streefcijfer: 4% tegen 2020).³³

Eind 2019 was 40,2% van de VRT-medewerkers vrouw³⁴ (ten opzichte van 39,6% eind 2018). De VRT haalt daarmee reeds het streefcijfer (streefcijfer 2020: 40%). In het midden- en hoger kader was 40,3% van de werknemers een vrouw³⁵, een stijging van 1,2% ten opzichte van 2018 (39,1%) (streefcijfer tegen 2020: 33%).



EVOLUTIE 2016-2019

Tegenover 2016 was het personeelsbestand van de VRT in 2019 meer divers. Het aandeel vrouwen steeg met 1,7 procentpunt, het aandeel vrouwen in het midden en hoger kader met 8,7 procentpunt. In 2019 stelde de VRT 0,3 procentpunt meer nieuwe Vlamingen te werk dan in 2016.

Diversiteit in het personeelsbestand

bevolkingsgroep	Streefcijfer	2016	2017	2018	2019
• vrouwen	40% tegen 2020	38,5%	38,7%	39,6%	40,2%
• vrouwen in het midden en hoger kader	33% tegen 2020	31,6%	35,5%	39,1%	40,3%
• nieuwe Vlamingen	4% tegen 2020	3,0%	3,4%	3,3%	3,3%

Aanwerven divers personeel

In 2019 ondernam de VRT verschillende acties met als doel diverse nieuwe medewerkers aan te trekken. Daarbij werd aandacht besteed aan mensen met een beperking, mensen met een migratieachtergrond, het genderthema en jongeren.

- De VRT was aanwezig op jobbeurzen en school-evenementen en kwam zo rechtstreeks met jongeren in contact.
- Tijdens VRT NXT Lab konden ongeveer 500 jongeren tussen 16 en 23 jaar media-ervaring opdoen in workshops, opleidingen en contacten met diverse media-makers. Daarnaast organiseerde de VRT ook van januari tot en met april VRT NXT Medialabs waarbij jongeren maandelijks in Leuven, Brussel, Hasselt, Antwerpen en Gent konden deelnemen aan workshops over thema's als "personal branding", radio maken en digitale verhalen maken.
- Om jongeren met een migratieachtergrond aan te trekken, legde en onderhield de VRT contact met de verantwoordelijken voor schoolstages en de verantwoordelijken voor diversiteit van de hogescholen.
- In 2019 bood de VRT 10 ervaringsstages aan (norm: 10). Daarvan werden 8 plaatsen ingevuld door personen met een migratieachtergrond en 2 door personen met een arbeidshandicap.

De VRT bood
10
ervaringsstages aan.

³³

Deze cijfers zijn beschikbaar door gebruik van het rijksregisternummer en de sociale kruispuntbank waar ze anoniem worden bijgehouden. De laatste beschikbare cijfers via de Kruispuntbank voor Sociale Zekerheid zijn van 30 juni 2019.

³⁴

Actieve personeelsleden. (Werknemers van Koor & Orkest, ambtsopheffingen, loopbaanonderbrekingen, werknemers met schorsing van contract, werknemers in verlof zonder wedde, langdurig zieken en werknemers in zwangerschapsverlof werden niet meegeteld.)

³⁵

Functieklassen A,B,C en 7



EVOLUTIE 2016-2019

De VRT deed inspanningen om diverse nieuwe medewerkers aan te trekken, onder meer door in de periode 2016-2019 elk jaar minstens 10 ervaringsstages aan te bieden (= norm): in 2016 vonden 10 van deze stages plaats, in 2017 11, in 2018 10 en in 2019 10.



Om hun diversiteitscompetenties aan te scherpen volgden verschillende medewerkers workshops over het diversiteitsthema. Experts van externe organisaties werden daarbij ingezet (zoals bij workshops "omgaan met onbewuste vooroordelen" en "omgaan met autisme"). Op basis van kwalitatief onderzoek³⁶ over de beeldvorming van mensen in armoede in de VRT-programma's bood het VRT-diversiteitsteam een workshop voor de programmamakers van de soapreeks *Thuis* (Eén) en redacties van Eén en Radio 2 (in samenwerking met het Netwerk tegen armoede). De VRT organiseerde de *Trofee Diversiteit* om programma's uit haar aanbod te feliciteren voor hun inspanningen inzake diversiteit.

Samenwerking en overleg

In maart 2019 overlegden het diversiteitsteam en vertegenwoordigers van de aanbodsmerken met de belangenverenigingen van diverse doelgroepen, vier universiteiten en de Vlaamse administratie over de resultaten van de Monitor diversiteit, in december over de actieplannen diversiteit van Eén, Canvas, Ketnet en VRT NWS.

Rond de thema's geaardheid en afkomst organiseerde de VRT twee voorvertoningen van nog niet uitgezonden programma's. Afleveringen van *Durf te vragen* (over migratie) en *Dokter Bea* (over geaardheid) werden getoond aan spelers uit het middenveld. Het VRT-diversiteitsteam gaf daarbij toelichting over het diversiteitsbeleid en ging in dialoog met de deelnemers. Het VRT-diversiteitsteam gaf geregeld toelichting over het diversiteitsbeleid bij de VRT aan uiteenlopende organisaties en instellingen (zoals UGent, deBuren en Thomas More-Hogeschool), bijvoorbeeld met een gastcollege.

³⁶ Onderzoek uitgevoerd door de Universiteit van Antwerpen. Het diversiteitsthema armoede werd onderzocht aan de hand van beeldmateriaal van de VRT uit 2018. Daarbij werden fragmenten voorgelegd aan mensen van de doelgroep. Op basis van die resultaten werd een rapport opgesteld.

1.3 TOEGANKELIJKHEID

AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDEN

Audiodescriptie

Bij audiodescriptie (AD) beschrijft een vertelstem tussen de dialogen door wat op het scherm te zien is. Vooral bij fictiereeksen is een vertelstem een toegevoegde waarde. De stem beschrijft relevante elementen zoals kleding, plaats, tijd, lichaamstaal en gezichtsuitdrukkingen, zodat blinden en slechtzienden een televisieprogramma goed kunnen volgen.

In 2019 bood de VRT verschillende Eén-reeksen met AD aan: *Dertigers*, *Eigen kweek* (seizoen 3), *Over water*, *De twaalf*, *Undercover*, *Geub* en *Grensländers*, en een aflevering van *Merci voor de muziek* met een blinde muzikant. Canvas voorzag een AD-versie van *Fiskepark* en Ketnet van *Nachtwacht* (seizoen 4), *Dag Sinterklaas* en *Nachtwacht: Poort der zielen* (film). In totaal waren

110 afleveringen van deze VRT-programma's met audiodescriptie te zien.

De versies met audiodescriptie werden uitgezonden op het derde televisiekanaal van de VRT, waarop Ketnet overdag uitzendt. Verder was de AD-versie beschikbaar voor digitale kijkers via een digitale decoder waarop de taalkeuze aangepast kan worden naar het specifieke audiokanaal. Via het videoplatform VRT NU en via het aanbod-op-aanvraag *Net Gemist* konden alle uitzendingen met audiodescriptie gratis opgevraagd worden.

De websites van de VRT-aanbodsmerken boden extra audio-bestanden aan van de fictiereeksen met AD. Daarin stond informatie over de personages, de locaties en het verhaal.

Audiodescriptie voor
110
fictie-afleveringen.

EVOLUTIE 2016-2019

Gedurende de periode 2016-2019 voorzag de VRT ieder jaar minstens 1 (kwaliteits)fictiereeks van audiodescriptie, met tegen 2020 audiodescriptie van alle zondagavondfictie (= norm). Het aantal afleveringen van zulke reeksen met audiodescriptie steeg van 50 in 2016 tot 110 in 2019. Gedurende de hele periode 2016-2019 was alle zondagavondfictie (behalve aangekochte programma's) voorzien van audiodescriptie.

Gesproken ondertiteling

Voor mensen met een visuele beperking of dyslectici voorziet de VRT gesproken ondertiteling. Daarbij leest een computerstem alle ondertitels voor. Dat is vooral relevant voor ondertitels van anderstalige programma's die zo worden omgezet in gesproken Nederlands. Kijkers kunnen gebruik maken van deze dienst via speciale tv-boxen.

De beheersovereenkomst stelt dat de VRT gesproken ondertiteling voorziet voor al haar televisieaanbod. In 2019 was gesproken ondertiteling beschikbaar voor alle producties waarvan de ondertitels in de uitzendketen waren toegevoegd. Ook wanneer ondertitels last minute aan het montageproces toegevoegd worden (zoals bij sommige nieuws- en sportprogramma's) was het aanbod gesproken ondertitels in overwegende mate aanwezig. Het was echter technisch niet mogelijk om gesproken ondertiteling

te voorzien, wanneer de open ondertiteling in video's van zulke programma's is ingebrand. De VRT probeerde in ieder geval om de ondertitels zo veel mogelijk simultaan mee te sturen om gesproken ondertiteling mogelijk te maken. Binnen de nieuws- en sportdienst loopt een proefproject om open ondertiteling niet meer in te branden in de montagecel, maar daarvoor een ondertitelbestand aan te maken. Zo wil de openbare omroep gesproken ondertiteling toch mogelijk maken bij programma's die op het laatste moment ondertitels toevoegen.

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

EVOLUTIE 2016-2019

Bij vrijwel alle televisieprogramma's stelde de VRT gesproken ondertiteling beschikbaar. Wanneer de ondertitels ingebrand waren, was gesproken ondertiteling echter niet voor 100% mogelijk in de periode 2016-2019 (wat de norm was).

AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDEN

Teletekstondertiteling

In 2019 was 98,7% van de Nederlandstalige televisieprogramma's ondertiteld via Teletekst (ten opzichte van 98,4% in 2018) (norm: 95% en oplopend tot 100% in

2020). 100% van de nieuwsdienstprogramma's was, net zoals in 2018, te volgen met Teletekst-ondertiteling (norm: 100%).



EVOLUTIE 2016-2019

De norm van 95% (en oplopend tot 100% in 2020) ondertiteling via Teletekst van alle Nederlandstalige televisieprogramma's werd gedurende de periode 2016-2019 ieder jaar behaald. De VRT voorzag alle nieuwsdienstprogramma's van ondertiteling via Teletekst, met uitzondering van een extra journaal in 2016 en een extra journaal in 2017.

Ondertiteling via Teletekst (in %)

	Norm	2016	2017	2018	2019
• Alle Nederlandstalige programma's	95%	98,6%	98,2%	98,4%	98,7%
• Nieuws- en duidingsprogramma's	100%	99,9%	99,9%	100%	100%

Vlaamse Gebarentaal

Het VRT-aanbod in Vlaamse Gebarentaal (VGT) focuste zich op het informatieaanbod.

Het journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal was dagelijks live te volgen via een livestream op Vrtnews.be. Het was elke avond om 20.15 uur te zien op het Ketnet-kanaal.³⁷ Daarnaast werden *Karrewiet* (Ketnet) en *De week van Karrewiet* (Ketnet) getolkt in Vlaamse Gebarentaal en uitgezonden op Ketnet en Ketnet.be.

Verder zond de VRT in 2019 nog andere programma's uit met VGT, zoals *Het gala van de gouden K's*, *De intrede*

van de Sint, *Ketnet Musical Knock-out: Finale* en *De dokter Bea show* op Ketnet en twee politieke debatten naar aanleiding van de federale, regionale en Europese verkiezingen en de "verkiezingsdag zelf" op Eén.

De programma's voorzien van VGT waren tevens te bekijken via het videoplatform VRT NU.³⁸

³⁷ Wanneer die dag een groot cultuur- of sportevenement te zien was op het Ketnet-kanaal, dan werd *Het journaal met Vlaamse Gebarentaal* daarna uitgezonden.

³⁸ In 2019 werden 53.915 afleveringen met VGT opgestart via VRT NU. Dat is 21% meer dan in 2018 (op basis van videostarts).

Het journaal van 19 uur
en *Karrewiet* werden
dagelijks uitgezonden met
Vlaamse Gebarentaal.



TOEGANKELIJKHEID OP DIGITALE PLATFORMEN

Websites en apps

De VRT wil een zo breed mogelijk publiek gebruik laten maken van haar websites en apps. Om dat digitale aanbod toegankelijk te maken, zette zij onder meer in op diverse initiatieven:

- De VRT organiseerde gebruikerstesten met personen met een (functie)beperking. Zo konden zij tips geven aan de webmakers en -beheerders van de VRT over het toegankelijker maken van het online nieuws-, sport- en videoaanbod van de VRT.
- De interne werking van de VRT werd geëvalueerd in hoeverre de verschillende fases van digitale aanbodsprojecten rekening hielden met "alle gebruikers" (inclusief ouderen, nieuwe Vlamingen en personen met een beperking). Op basis van de resultaten worden in 2020 maatregelen genomen om de werking te verbeteren. De maatregelen omvatten onder meer extra sensibilisering voor nieuwe teamleden, extra opleidingen en duidelijkere testprocedures voor websites en apps.
- Binnen de VRT werd afgesproken om digitale toegankelijkheid mee te nemen bij elke nieuwe (merk)branding. Dat moest ervoor zorgen dat geselecteerde kleuren of kleurcombinaties voortaan steeds compatibel zouden zijn met de geldende toegankelijkheidsrichtlijnen.

Ondertiteling van video

Online streeft de VRT naar een zo toegankelijk mogelijk aanbod. Om die reden wil ze het online videoaanbod

maximaal voorzien van ondertitels. Waar het mogelijk is, zet de VRT zo snel mogelijk ondertitels online.

In 2019 beschikte de VRT nog niet over een goed meetsysteem om het ondertitelde online aanbod in kaart te brengen. Zo werden ingebrachte ondertitels niet meegenomen. Aldus kan de VRT geen cijfers hieromtrent meegeven.

De VRT volgde een ondertiteltraject (opgestart in 2018, verder uitgewerkt in 2019) om haar online video-aanbod nog meer te ondertitelen. Om de norm uit de beheersovereenkomst (90% in 2020) te behalen, zal een nieuw ondertitelsysteem in 2020 uitgerold worden.

Het aanbod op VRT NU is grotendeels reeds ondertiteld. Uit een tussentijdse meting op 23 oktober 2019, bleek dat 94,5% van alle video's op VRT NU ondertiteld was.

Overleg

De VRT overlegde op 23 september 2019 over de toegankelijkheid van haar aanbod met verenigingen van doven & slechthorenden en blinden & slechtzienden, en medewerkers van de Vlaamse administratie. De VRT-initiatieven en -plannen over de toegankelijkheid van het aanbod kwamen daarbij aan bod. Op het overleg werd toelichting gegeven over een gebruikersonderzoek³⁹ naar het aanbod van audiodescriptie op de VRT. Daarnaast werden de projecten rond digitale toegankelijkheid en innovatie besproken, zoals Content4All (over mediacontent met geautomatiseerde gebarentaal) en Navigator (een project dat webontwikkelaars via Virtual Reality sensibiliseert rond toegankelijkheid bij de ontwikkeling van online aanbod).

“Een goede ondertitelaar moet tegelijk kunnen luisteren, spreken, typen en vooruitkijken.”



Dries Desoppere

Coördinator Techniek vertaling en ondertiteling

Als coördinator ben ik op technisch vlak de link tussen onze dienst en diensten die ons ondersteunen of een beroep doen op ons. Ik test ook nieuwe software en zoek mee oplossingen bij technische uitdagingen.

Teletekstondertiteling was oorspronkelijk bedoeld voor doven en slechthorenden, maar het doelpubliek is de laatste jaren veel ruimer geworden. Ook anderstaligen die Nederlands leren, maken er gebruik van. Op plaatsen waar het geluid niet opstaat zoals cafés, frituren en luchthavens is het een handig hulpmiddel. Je hebt ook mensen die ondertiteling gebruiken om ruis in de achtergrond op te lossen of te voorkomen dat iemand anders gestoord wordt. Een goed voorbeeld daarvan zijn gezinnen met jonge kinderen. Als de kinderen luidruchtig zijn of slapen, kunnen ouders toch hun favoriete programma's volgen. De laatste jaren is het onderscheid vervaagd met de open ondertiteling die altijd in beeld staat. Die werd vroeger vooral gebruikt voor vertaling, maar nu steeds vaker om weer te geven wat er in het Nederlands gezegd wordt. Ook online is die ondertiteling onmisbaar geworden.

Een goede ondertitelaar moet vooral stressbestendig en flexibel zijn. Ik moet vaak tegelijk luisteren, spreken, typen en vooruitkijken naar wat er nog aankomt. Een goed gevoel voor taal is ook een must. Als een spreker op televisie een goede zin gebruikt en hij "past" letterlijk op het scherm, dan neem ik uiteraard de exacte woorden over. Maar ik moet bijvoorbeeld wel rekening houden met de leessnelheid van de kijkers. Daarom kort ik te lange zinnen in. De kunst zit erin om de boodschap dan niet verloren te laten gaan. Wanneer sprekers foutieve grammatica gebruiken, verbeter ik ze ook. Er komt dus veel kijken bij ondertitelen en de job wordt vaak onderschat.

We ondertitelen elke dag de journaals en "lastminuteprogramma's" zoals *Terzake*, *De afspraak* en *Vandaag*. De programmamakers geven ons ondertitelaars een bepaalde "vertraging", waardoor het programma wat later op televisie komt dan het wordt opgenomen. Soms is dat een uur, soms is dat vijf minuten. Daardoor kunnen we onze ondertitels ook synchroon uitzenden, gelijk met wat de sprekers zeggen. Zo kunnen kijkers op een aangename manier het programma volgen via de ondertiteling. Hoe groter de vertraging, hoe correcter ik kan werken. Natuurlijk blijven sommige programma's wel altijd live uitgezonden, zoals sportwedstrijden. Die kun je maar moeilijk met vertraging uitzenden, zeker niet in tijden van sociale media. Dan komen mijn ondertitels dus iets later.

Ikzelf werk net het liefst aan die "lastminute-" of liveprogramma's, omdat ik die tijdsdruk wel leuk vind. Vooral evenementen als de Ronde van Frankrijk, de Olympische Spelen en het EK voetbal interesseren me erg. De commentatoren praten alles aan elkaar, waardoor de tijd voorbijvliegt. Verkiezingsdagen zijn voor ons team een enorme uitdaging. Dat is bijna een hele dag live televisie, met een constante tijdsdruk. Het is wel fijn, omdat ik dan echt op de eerste rij zit en alles van dichtbij mag meemaken.

FEEDBACK VAN KLANTEN

De klantendienst van de VRT ontving in 2019 7.245 klachten, via e-mail, telefoon, brief en sociale media. Dat is 15,9% minder dan in 2018 (8.612 klachten). Die daling kwam door een gewijzigde context. In 2019 vielen een aantal zaken weg (die in 2018 extra klachten opleverden), zoals de afschaffing van DVB-T en de invoering van de GDPR-wetgeving.

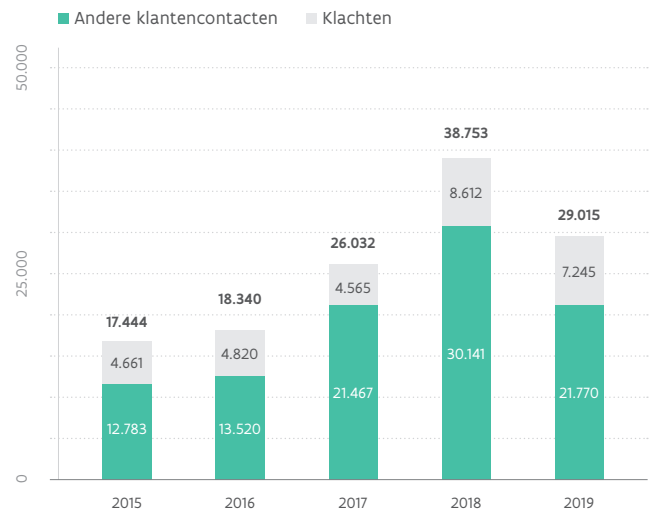
Naast de klachten registreerde de VRT-Klantendienst 21.770 contacten in 2019 (ten opzichte van 30.141 in 2018).

Aantal klachten:
daling met
15,9%
bij de
VRT-Klantendienst.

- Terwijl het aantal klachten over "technologie" in 2018 goed was voor 34,9% van het totaal aantal klachten, was dat aandeel in 2019 gedaald naar 20,5% (of 1.484 klachten).
 - 61,6% van alle klachten en contacten over technologie had betrekking op VRT NU. Hoewel het aantal gebruikers steeg, halveerde het aantal dossiers met betrekking tot VRT NU ten opzichte van 2018 (van 6.125 naar 3.032 klachten en contacten). In 2019 konden gebruikers via de startpagina van VRT NU "rechtstreeks" een hulppagina raadplegen. Daar vonden ze tips en konden ze in contact komen met het technische team achter VRT NU. De meeste problemen met betrekking tot VRT NU waren van technische aard, gevolgd door kijken in het buitenland.⁴¹
 - 11,7% van alle klachten en contacten over technologie had te maken met de transmissie van het VRT-aanbod. Begin maart 2019 verbeterde de dekking van het DAB+-netwerk van de VRT⁴²; het aantal uitzendmasten nam toe van 20 naar 36 masten. De omschakeling veroorzaakte evenwel ook problemen, waarbij verschillende luisteraars de radiozenders niet meer konden ontvangen. Telkens werd, naar best vermogen, gezocht naar een oplossing. Met behulp van een analyse van de klachten en technische metingen, paste de VRT de antennerichtingen aan, verhuisde zij zendmasten en plaatste een extra zendmast in Waver (waardoor het totaal op 37 masten kwam). Daardoor verbeterde de DAB+-dekking verder.
- De VRT-Klantendienst behandelde 3.835 dossiers met betrekking tot Eén, waarvan 986 klachten. Een groot deel daarvan ging over de inhoud van programma's. Zo kreeg *Factcheckers* 30 reacties en 29 klachten. In de laatste aflevering van het consumentenprogramma werd ingegaan op de reacties van kijkers. Zo konden bepaalde zaken meer geduid worden.
- De klantendienst ontving 1.479 dossiers over Sporza. 594 daarvan waren klachten. Een groot deel daarvan

Klachten en andere klantencontacten (2015-2019)⁴⁰

Bron: VRT



- ging over het waarom dat sommige sporten wel of niet in beeld kwamen en personen die (volgens de klager) te vaak werden genoemd. Het aantal vragen en klachten over wanneer een sportevenement niet op televisie werd uitgezonden, nam sinds september 2019 af omdat Sporza.be sindsdien een programmagids bood met informatie over waar en wanneer sportgebeurtenissen werden uitgezonden.
- In 2019 registreerde de VRT-klantendienst 1.025 dossiers over Radio 1, waarvan 246 klachten. Het ging vooral om reacties op de muziek en onderwerpen die aan bod kwamen in de programma's. Daarnaast vonden veel klagers dat er te veel Nederlandse gasten werden uitgenodigd in programma's zoals *Nieuwe feiten* en *De wereld van Sofie*. Tot slot bracht Radio 1 ook sportverslaggeving, wat volgens sommige klagers niet thuishoorde op deze zender.
- Op een totaal van 1.335 dossiers, waarvan 347 klachten, gingen de meeste vragen en klachten bij Canvas over de programmering (192). Die gingen voornamelijk over live-programma's die langer duurden dan gepland was. Canvas besliste om voortaan op voorhand een programma-herhaling in te plannen wanneer een sportwedstrijd zou kunnen uitlopen.

⁴⁰

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 gewoon contact wordt gecatalogeerd.

⁴¹

De VRT ervoer in 2019 ook enkele technische problemen met haar videospeler waardoor sommige advertentiespots niet afgespeeld konden worden of de resultaten (bereik ervan) niet gemeten konden worden. Dat klaagden verschillende adverteerders aan. Daardoor liep VAR diverse advertentie-inkomsten mis. (Deze klachten kwamen niet binnen via de VRT-Klantendienst, maar werden wel gesignaleerd door adverteerders aan VAR.)

⁴²

Het DAB+-netwerk van de VRT werd beheerd door de externe partner *Broadcast Partners*. Klachten werden via de VRT-Klantendienst verwerkt, in samenwerking met de dienst audiotechnologie van de VRT.

In februari heeft Canvas de documentaire *Leaving Neverland* uitgezonden. De documentaire over het vermeend seksueel misbruik door Michael Jackson maakte heel wat reacties los bij de kijkers. Voordat het programma werd uitgezonden, had een fanclub de contactgegevens van de VRT-klantendienst gepromoot. De klantendienst kreeg daardoor 84 klachten om de uitzending van de documentaire tegen te houden. De VRT vond dat het publieke debat rond seksueel misbruik doorwoog bij de beslissing om het programma uit te zenden.

- Over Ketnet ontving de VRT-Klantendienst 1.471 dossiers. Van de 183 klachten gingen de meesten over de nieuwe reeks van *Dag Sinterklaas*, waarbij klanten een afkeurend standpunt innamen over de vernieuwingen in de serie. De VRT antwoordde de klagers dat het eindresultaat tijdloos en kwalitatief hoogstaand bleef, met respect voor het origineel.
- Over klimaatinspanningen ontving de VRT 50 klachten. Meerdere mediagebruikers wezen op de voorbeeldfunctie van de VRT en spraken zich uit over de negatieve klimaatimpact van produceren van programma's in het buitenland. De VRT toonde begrip, maar gaf ook aan dat verre televisiereizen uitzonderlijk waren en gebeurden wanneer ze een meerwaarde betekenen voor een programma. Wanneer bekend werd dat de VRT de Sign for my Future-campagne⁴³ ondertekende, lokte dat reacties uit. Diverse klagers vonden dat de VRT zo een politiek standpunt innam. De VRT begreep de klagers, maar wees op het feit dat over de stijging van de wereldwijde gemiddelde temperatuur wetenschappelijke consensus bestaat, die door alle Vlaamse politieke partijen wordt erkend.
- De VRT ontving 37 klachten met betrekking tot diversiteit en toegankelijkheid. Dat is een daling ten opzichte van 2018 (47). Het grootste aandeel van deze klachten ging over handicaps. De VRT-klantendienst onderzocht deze klachten individueel. Waar mogelijk werden vervolgens verbeteringen aangebracht, zoals decorbeelden minder flitsend maken voor mensen met epilepsie.
- Tijdens de ramadan zond Studio Brussel *Ramadamadingdong* uit. Dat programma informeerde de luisteraars over aspecten die verbonden zijn aan de islamitische vastentijd. Verschillende klagers gaven aan dat het volgens hen ongepast was de islam te 'promoten' op de openbare omroep. De VRT reageerde daarop dat het doel van het programma was om een brug te slaan tussen de moslimcultuur en de westerse cultuur. In de reactie stond ook dat in het programma plaats was voor verschillende meningen.

In 2019 organiseerde de VRT-Klantendienst De dag van de klant. Op deze dag konden klanten een rondleiding volgen en onder andere de VRT-archieven en de VRT-toren bezoeken.

De nieuwsombudsman

De ombudsman van VRT NWS behandelde in 2019 ongeveer 5.574 reacties, waarvan 3.900 klachten. Voor de klachten is dat een stijging van 37,8% ten opzichte van 2018.

Het aandeel klachten over partijdigheid daalde zoals ook het geval was in 2018. Omdat 2018 en 2019 verkiezingsjaren zijn, is dat "verrassend". Het aandeel partijdigheidsklachten in verband met de verkiezingen (21,0%) was vergelijkbaar met het gemiddelde aandeel partijdigheid in het totale aantal klachten (18,8%). De mediagebruiker klaagde relatief vaker over waarom bepaalde onderwerpen wel of niet aan bod kwamen in het aanbod (23,4% tegenover 17,1% in 2018).

De regionale, federale en Europese verkiezingen van 2019 zorgden voor 348 klachten (tegenover 145 klachten in 2018 over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen). Ongeveer 100 van die klachten kwamen binnen na de verkiezingsdag en hadden veeleer betrekking op de berichtgeving over de regeringsvorming.

De nieuwsombudsman kreeg 292 klachten over het thema klimaat. "Klimaatrealisten" vonden dat hun mening te weinig aan bod kwam in de berichtgeving over de klimaat-acties, klimaatactivisten vonden dan weer dat het klimaat-thema te weinig aan bod kwam bij de berichtgeving over een hittegolf.

De reacties van het publiek werden geregeld besproken met de hoofdredactie, de presentatoren, de eindredacteuren en de themaverantwoordelijken. De nieuwsombudsman publiceerde een twintigtal columns. Hij was geregeld te gast in *De zevende dag* (Eén), gaf presentaties aan bezoekers en werkte mee aan VRT NWS Connect.

Aantal klachten:
stijging met
37,8%
bij de
nieuwsombudsman.

43

Sign for my Future was een campagne waarin burgers, bedrijfsleiders, middenveldorganisaties, media en de academische wereld opriepen voor een krachtiger klimaatbeleid om tegen 2050 België klimaatneutraal te maken.

KWALITEITSBELEID

De kwaliteit van het VRT-aanbod wordt bepaald door twee elementen: de maatschappelijke relevantie en de behoeften van de mediagebruiker.

Publieke meerwaarde

De VRT heeft als openbare omroep de taak om zich naar iedereen in Vlaanderen te richten. Met die publieke meerwaarde onderscheidt de VRT zich van commerciële omroepen. Om tegemoet te komen aan de behoeften van de Vlaamse samenleving focust de VRT op:

- maatschappelijke impact via samenwerking met het middenveld (zie p. 112), programma's en acties (zie p. 83-90) en mediawijsheid (zie p. 67);
- onderscheidend aanbod op vlak van informatie (zie p. 37), cultuur (zie p. 48), educatie (zie p. 64), ontspanning (zie p. 73) en sport (zie p. 77);
- diversiteit in beeldvorming (zie p. 25) en personeels-

bestand (zie p. 27) en toegankelijkheid van het aanbod (zie p. 29);

- Vlaamse verankering in aanbod van Vlaamse producties (zie p. 81) en perceptie van de mediagebruikers (zie p. 17);
- beroepsethiek met een beroepsethisch kader (zie p. 45) en vertrouwen van de mediagebruiker (zie p. 14);
- innovatie in formats (zie p. 83-90), platformen (zie p. 93) en technologie (zie p. 97).

Functionele kwaliteit

De functionele kwaliteit van de VRT wordt bepaald door de mate waarin ze inspeelt op de verwachtingen van de mediagebruikers. Deze kwaliteit wordt gemeten aan de hand van bereikcijfers (zie p. 12), waarderingscijfers (zie p. 16 + 20), feedback van klanten (zie p. 33) en prijzen & nominaties (zie p. 178).

RONDLEIDINGEN

Scholen, bedrijven, verenigingen en individuen konden het VRT-omroepgebouw bezoeken met een gids. Bezoekers kregen zo informatie over de radio- en televisiestudio's, de regiekamers en hoe programma's gemaakt worden. In de belevingsruimte konden bezoekers zelf het weerbericht presenteren.

In 2019 vonden op de VRT 857 "standaardrondleidingen" plaats, goed voor 20.950 bezoekers. Het grootste deel van hen waren scholieren (73,2%). Voor scholen biedt de VRT een lespakket aan om hun bezoek aan het omroepgebouw voor te bereiden.

Diverse diensten van de VRT nodigden zelf groepen uit. Daarbij konden zij een beroep doen op de VRT-gidsen. Zo nodigde Sporza studenten van de Vrije Universiteit Brussel uit en ontving VRT Communicatie leden van de Koninklijke Militaire Academie. Ook voor klanten van VAR bood de VRT rondleidingen aan.



Atheneum Keerbergen

Vrijdag voor de vakantie maakten onze vijfdes van HW, LT en ET nog even vlug het mooie weer in de gebouwen van de VRT! Niet alleen werd uit-gelegd hoe radio- en televisieprogramma's tot stand komen, ze konden/mochten eveneens meekijken achter de schermen van de VRT.

De VRT ontving
15.325
scholieren.

2

INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR

Vanuit haar maatschappelijke opdracht en conform met het mediadecreet focust de VRT in de eerste plaats op informatie, cultuur en educatie. Daarvoor biedt zij op alle relevante mediaplatformen enerzijds een aanbod waarbij zij zich richt op het brede publiek en anderzijds een meer specifiek aanbod op deze domeinen. In het VRT-aanbod staan het realiseren van de volgende doelstellingen uit de Beheersovereenkomst 2016-2020 centraal:

- De VRT is de garantie op onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding (SD2.1.);
- De VRT moedigt cultuurparticipatie aan, heeft aandacht voor de diverse culturele uitingen in de Vlaamse samenleving en biedt een venster op de wereld (SD2.2.);
- De VRT zal de Vlaamse mediagebruikers iets leren, hen inspireren en het actieve burgerschap stimuleren (SD2.3.).

2.1 INFORMATIE

VRT NWS speelt een centrale rol in de kerntaak van de VRT om alle Vlamingen te informeren over wat er gebeurt in eigen land en in de wereld. Het nieuwsaanbod van de VRT-nieuwsdienst is betrouwbaar, kwaliteitsvol, correct, onpartijdig en onafhankelijk. VRT NWS biedt nieuws en duiding op radio, televisie, online en sociale media. VRT NWS investeert ook in onderzoeksjournalistiek en buitenlandse berichtgeving. Daarnaast droeg VRT NWS in 2019 bij aan de culturele en educatieve opdracht van de openbare omroep (zie p. 48 en 64).

Naast de samenwerking met het onderwijs en VRT NWS Connect-evenementen (zie kader) nam VRT NWS nog andere initiatieven om jongeren te bereiken. Jongeren zijn doorgaans geïnteresseerd in nieuws en informatie, maar "consumeren" het minder dan andere bevolkingsgroepen via lineaire kanalen. Daarom zette VRT NWS extra in op platformen die bij jongeren populair zijn, zoals Instagram. Met NWS NWS NWS bood het een Instagram-kanaal voor tieners. Ook het kinderjournaal *Karrewiet* (tot 12 jaar) startte met een Instagram-kanaal. Via YouTube en op VRT NU werd (achtergrond)informatie

VRT NWS

aangeboden voor een jong publiek, onder meer met de reeks *Labels* (over jongeren die een ongenueanceerd 'label' krijgen opgeplakt).

VRT NWS hecht veel belang aan betrouwbare informatie. Daarom werden extra inspanningen geleverd om verspreide foute informatie te weerleggen. VRT NWS helpt Vlamingen om bewust om te gaan met informatiebronnen en informeert hen over de mechanismen achter desinformatie. In 2019 richtte de nieuwsdienst daartoe een expertisecel op. Desinformatie kwam ook aan bod tijdens infosessies van VRT NWS Connect, in een EDUbox rond nepnieuws (educatieve lespakketten), in berichten op Vrtnews.be, in het programma *Factcheckers* (Eén), de reeks *Facebook en ik* (Canvas), enzovoort.

In 2019 startte VRT NWS met een panel, waarin dagelijks 1.000 Vlamingen bevroegd werden over het aanbod van de nieuwsdienst. Vrtnews.be publiceerde verschillende artikels die een antwoord gaven op vragen van het panel, bijvoorbeeld over wat een impeachmentprocedure in de Verenigde Staten precies inhoudt.



Nathalie De Bisschop

Nieuw Gent is ruw, lelijk en hard. "Hier opgroeien maakt je bewust van wat waardevol is." Straf werk van @VagabondFocus De eerste aflevering van 'LABELS', een YouTube-reeks van @vrtnews en @stubru.

**NWS NWS NWS
op Instagram:
nieuwsaanbod
voor jongeren.**



“Jongeren vinden het belangrijk dat we naar hun mening vragen.”



Simon Vermeulen

Redacteur VRT NWS

Ik werk voor NWS NWS NWS, een Instagram-kanaal dat nieuws op maat van tieners brengt. Mijn oma zegt altijd dat ik te veel op mijn smartphone zit en dat ik gsm-verslaafd ben. Dan toon ik haar dat ik op die manier ook wel nieuws binnenkrijg. Als je jongeren op hun telefoon bezig ziet, is de kans groot dat ze nieuws volgen. Ze volgen NWS NWS NWS om mee te zijn met de actualiteit. Zo begrijpt mijn oma het wel beter waarom ik heel de dag zit te tokkelen (lacht).

De VRT moet meegaan met haar tijd. Een droog nieuwsbericht krijg je niet meer verkocht aan tieners. Onze nieuwsvideo's zijn heel kort, dus het is de kunst om het juiste te zeggen in heel weinig tijd. Jongeren willen via alle zintuigen geprikkeld worden. Hoe flitsender, hoe beter. Vijf jaar geleden had ik nooit gedacht dat ik een fulltime job zou hebben door Instagram-video's te maken. Maar dat is nu eenmaal hoe je jongeren bereikt. Ik vind het heel leuk dat we ook met animaties werken. Ik teken heel graag en het is zalig dat ik voor mijn werk kan animeren.

NWS NWS NWS durft gevoelige onderwerpen aankaarten, zoals "steeds meer mannen dragen juwelen". Dan gaan wij naar scholen en vragen we de mening van de jongeren zelf. Voor hen is dat echt een meerwaarde. Tieners hebben niet graag dat wij hen de les spellen. Ze vinden het heel belangrijk om meningen van hun leeftijdsgenoten te horen om zo een standpunt in te nemen.

Het is dus belangrijk dat we openstaan voor tieners. In de zomer stuurden jongeren ons als eersten het nieuws dat het Amazonewoud in brand stond. Wij hebben dat nieuws een dag voor de andere redacties van VRT NWS gebracht. Ik ben daar nog altijd trots op, net omdat die tieners dat zelf signaleerden. Ze weten dat ze ons altijd kunnen bereiken. Dat is deel van onze identiteit, van onze kern.

Mijn persoonlijk hoogtepunt van 2019 was ongetwijfeld het bezoek van koning Filip. Ik mocht hem die dag uitleggen hoe ik monteer. Als cadeau had ik een cartoon van hem getekend, waarop hij als surferend te zien was met de Instagram-pagina van NWS NWS NWS in zijn hand. De sfeer was uitstekend en Koning Filip was duidelijk geamuseerd door onze uitleg.

VRT NWS CONNECT: CONNECTEREN MET HET PUBLIEK

Met publieksevenementen onder de noemer VRT NWS Connect versterkt VRT NWS zijn band met de Vlamingen: VRT-journalisten laten de mediagebruikers in lezingen, debatten en interactieve sessies kennismaken met thema's uit de actualiteit en de journalistiek. De deelnemers kunnen ook "proeven" van wat nieuws maken is.

In 2019 lag de focus daarbij vooral op het bereiken van jongeren. De initiatieven waren toegankelijk voor jonge mensen en werden positief onthaald door die doelgroep. In 2019 waren er edities van VRT NWS Connect over

desinformatie en klimaat. Verder organiseerde VRT NWS in het kader van Let's Get Digital⁴⁴ een VRT NWS Connect met twee luiken: enerzijds een debatavond met studenten over de waarde van data en privacy, en anderzijds een interactieve "marktplaats" waar jongeren zelf nieuws konden maken en in gesprek gaan met makers van VRT NWS. Andere thematische edities van VRT NWS Connect kaderden binnen de overkoepelende projecten Breaking Europe van VRT NWS (rond de Europese verkiezingen) en Difference Day van de VUB (rond vrijheid van meningsuiting). Daarnaast was er een VRT NWS Connect Onderwijs voor onderwijsprofessionelen.



VRT NWS Connect, publieksevenement van VRT NWS.

AANBOD OP RADIO EN TELEVISIE

Volume nieuwsuitzendingen per aanbodsmerk in 2019 (gemiddeld in minuten per dag)

Bron: VRT-Studiedienst

Merk ⁴⁵	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
● Radio 1	123	107	110
● Radio 2 ⁴⁶	110	104	106
● Klara	105	73	81
● Studio Brussel	73	62	62

	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
● MNM	83	68	68
● Eén ⁴⁷	93	81	76
● Canvas ⁴⁸	6	6	6
● Ketnet ⁴⁹	69	62	47

⁴⁴ Jongerevenement van MNM over technologie in het MAS in Antwerpen.

⁴⁵ Voor Eén, Canvas en Ketnet: zonder de nachtelijke herhalingen. Voor de radionetten waren er elke nacht nieuwe nieuwsuitzendingen.

⁴⁶ Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen.

⁴⁷ Het Journaal, VRT NWS update (omstreeks 18.07 uur), Het Journaal laat en de extra journaals. In januari en februari waren er ook afleveringen van VRT NWS update

omstreeks 16.30 uur.

⁴⁸ Het Journaal update om 20 uur in het weekend. Op weekdagen was er in principe geen uitzending, 15 keer was dat wel het geval, meestal op feestdagen en in de kerstvakantie. Die afleveringen duurden gemiddeld 6 minuten.

⁴⁹ De nieuwsuitzendingen op het Ketnet-kanaal: Karrewiet, De week van Karrewiet, Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal en Het Journaal met Vlaamse Gebarentaal (na 20 uur) op het kanaal van Ketnet.



Om alle Vlamingen te bereiken met nieuws en duiding brachten de diverse radio- en televisienetten elk een informatieaanbod op maat van hun eigen doelpubliek. Zo garandeerde de VRT een veelzijdig en gedifferentieerd nieuwsaanbod.

- Eén bracht nieuws- en duidingsprogramma's voor een groot publiek. Dagelijks waren er vier nieuwsuitzendingen: *Het journaal van 13 uur*, *VRT NWS update* omstreeks 18 uur, *Het journaal van 19 uur* en *Het journaal laat*. Om het nieuws begrijpelijk te maken, werd extra aandacht besteed aan helder taalgebruik en duidelijke grafische en visuele ondersteuning. *De zevende dag* belichtte de politieke en maatschappelijke actualiteit en maakte ruimte voor cultuur, muziek en sport. *Pano* focuste op onderzoeksjournalistiek. *Villa politica* bracht politieke verslaggeving vanuit het Vlaams Parlement, de Kamer van Volksvertegenwoordigers en het Europees parlement. *De markt* gaf duiding bij sociaaleconomische thema's. Het nieuwe programma *Vandaag* (maandag tot en met donderdag) belichtte vanaf het najaar onderwerpen uit de actualiteit voor een breed publiek.
- De informatie- en duidingsprogramma's van Canvas gaven achtergrond en analyse bij de actualiteit. *Terzake* deed dat met reportages en interviews, *De afspraak* met debatten en een brede waaier aan opinies. *De afspraak op vrijdag* blikte terug op de afgelopen politieke week. *Vranckx* bracht internationale reportages over minder bekende conflicten en problemen. *Nachtwacht* was een debatprogramma over "belangrijke thema's van onze tijd". De documentaire reeks *Facebook en ik* onderzocht, naar aanleiding van 15 jaar Facebook, de impact van sociale media op het leven van de mediagebruikers. Een tweede reeks van *Wissel van de macht* analyseerde belangrijke politieke evoluties in ons land sinds 2000. De reeks *Blanco* ging op zoek naar blancostemmers en hun motieven.
- Ketnet bracht nieuws voor kinderen in het kinderjournaal *Karrewiet* (op weekdays) en *De week van Karrewiet* (in het weekend). Het programma had aandacht voor nieuws uit eigen land en de rest van de wereld. *Karrewiet* was zowel lineair als digitaal te bekijken. Het had een subpagina op Ketnet.be, met extra dossiers over onder meer de regionale, federale en Europese verkiezingen, de brexit, kinderen in andere landen en een jaaroverzicht. *Karrewiet* had een eigen app en plaatste dagelijks reportages op YouTube.
- Als actuzender bracht Radio 1 nieuws- en duidingsprogramma's met inhoudelijke verdieping. Heel de dag door waren er eigen nieuwsbulletins om het uur, en tijdens de ochtend- en avondspits ook korte updates op het halfuur. Het duidingsprogramma *De ochtend* liep van maandag tot en met zondag. In de vooravond was er *De wereld vandaag*, van maandag tot vrijdag. Wanneer de actualiteit dat vroeg waren de duidingsprogramma's langer.
- Radio 2 bracht eigen gedifferentieerde nieuwsuitzendingen tussen 6 en 19 uur. Ze werden gemaakt voor de grote doelgroep van Radio 2 en besteedden aandacht aan een helder en verstaanbaar taalgebruik. Radio 2 had veel aandacht voor regionaal nieuws, met specifieke nieuwsuitzendingen per regio op het halfuur tussen 6 en 9 uur, 12 en 13 uur, en 16 en 18 uur. De regionale redacties bevestigden hun expertise als nieuwsbron over de lokale gebeurtenissen in de Vlaamse steden en gemeenten. Dat bleek onder meer bij de tweede editie van de *Burgemeestersmarathon* in januari, waarin 275 Vlaamse burgemeesters hun beleidskeuzes toelichtten, en tijdens de verkiezingsperiode (in aanloop van de regionale, federale en Europese verkiezingen). Radio2.be bracht veel regionaal nieuws, dat vaak werd overgenomen door Vrtnws.be.
- MNM stemde zijn nieuwsaanbod af op zijn jongerenpubliek met eigen nieuwsbulletins om het uur en tijdens de ochtend- en avondspits een overzicht van de hoofdpunten uit het nieuws op het halfuur. MNM NWS bracht online en via sociale media korte nieuwsberichten met telkens drie onderwerpen en veel video⁵⁰. In de algemene programma's van MNM kwam de actualiteit geregeld aan bod, met speciale aandacht voor thema's uit de leefwereld van jongeren, zoals naar school gaan, studeren, werken, milieu en klimaat. Naar aanleiding van de brexit werd het programma *Planeet De Cock* een week lang vanuit Londen uitgezonden.
- Studio Brussel hield zijn luisteraars op de hoogte van de actualiteit met nieuwsupdates om het uur en eigen nieuwsstemmen. Bij belangrijke nieuwsfeiten werd extra duiding gegeven tijdens de spitsblokken. De opvallendste gebeurtenissen van de week kregen duiding in het nieuwe programma *Bij Vlaeminck*.
- Klara bood naast nieuwsbulletins dagelijks een overzicht van de perscommentaren. Dat werd uitgezonden om 7.30 uur en 9 uur en was beschikbaar via de app van VRT NWS.

VRT NWS ONLINE

Vrtnws.be is het online nieuwsplatform van de openbare omroep: een nieuwssite die op een betrouwbare, heldere en toegankelijke manier relevant nieuws en duiding brengt. Daarvoor doet de site een beroep op de experten van VRT NWS. Zij plaatsen de nieuwsfeiten in hun context met achtergrondinformatie en analyses. Hun bredere kijk wordt multimediaal gepresenteerd, met video, live vanuit de webstudio, in podcasts, in een geschreven analyse en zo meer.

Vrtnws.be breidde zijn audiovisuele aanbod uit. De programma's van VRT NWS waren live en/of uitgesteld te bekijken, ook via de VRT NWS-app. Nieuwe videoformats werden ontwikkeld en ingezet zowel op de website als op sociale media (Facebook, Instagram en YouTube).

In samenwerking met Radio 1 lanceerde VRT NWS vanaf 2 september een audio-op-aanvraag-service, waarbij de gebruiker op Vrtnws.be de mogelijkheid kreeg om specifieke interviews of reportages uit *De ochtend* en *De wereld vandaag* te (her)beluisteren. Daarnaast werd het podcastaanbod uitgebreid, onder meer met *Plan B* (over de verschillen en de gelijkenissen tussen Vlaanderen en Franstalig België) en *Podvis* (met wekelijks een actueel onderwerp in kijker).

Het aanbod en het bereik van VRT NWS via sociale media groeide verder. De focus lag op Instagram, waar het

kanaal van VRT NWS groeide van 52.700 volgers eind 2018 tot 124.183 volgers eind 2019. Het nieuwe Instagram-kanaal NWS NWS NWS (vanaf maart 2019) richtte zich op tieners en bracht de hele dag door nieuwsupdates in video's en Instagram Stories. NWS NWS NWS had eind 2019 26.113 volgers. Het aantal volgers van de Facebook-pagina van VRT NWS steeg van 315.100 eind 2018 naar 336.309 eind 2019.

BEREIK

In 2019 bereikte de VRT met haar totale informatieaanbod wekelijks 79,7% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder)⁵¹, ten opzichte van 78,9% in 2018 (norm 75%).

- De verschillende journaaluitzendingen op VRT-televisie bereikten in 2019 per dag gemiddeld 1.749.894 Vlamingen of 28,9% van alle Vlamingen ouder dan 4 jaar (ten opzichte van 1.784.923 Vlamingen of 29,4% in 2018). Op weekbasis bereikten deze programma's 58,3% van de Vlamingen (ten opzichte van 59,7% in 2018).
- De nieuwsuitzendingen op VRT-radio bereikten dagelijks gemiddeld 2.748.806 Vlamingen of 49,2% van alle Vlamingen ouder dan 12 jaar (tegenover 2.860.942 Vlamingen of 51,5% in 2018).

In 2019 waren er dagelijks gemiddeld 550.714 unieke bezoekers voor de nieuwssite (website en app samen) tegenover 440.165 in 2018. Van alle bezoekers raadpleegden er in 2019 op dagbasis 335.936 (61,0%) rechtstreeks de website en 214.778 (39,0%) deden dat via de app.



EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 daalde het bereik van het VRT-informatieaanbod op weekbasis met 1,3 procentpunt, al bleef het jaar na jaar wel boven de vooropgestelde norm van 75%. Ook het dagelijkse bereik van de nieuwsuitzendingen op televisie en radio daalde tegenover 2016. Daartegenover steeg het gemiddeld aantal dagelijkse bezoekers op de nieuwssite wel aanzienlijk: het steeg met 103,9% ten opzichte van 2016. Deze evoluties sluiten aan bij het algemene, veranderende mediagedrag van de Vlamingen.

Bereik informatieaanbod op weekbasis

	Norm	2016	2017	2018	2019
● Vlamingen (15 jaar en ouder)	75%	81,0%	77,5%	78,9%	79,7%

Bereik nieuwsuitzendingen op dagbasis

	2016	2017	2018	2019
● Televisie (Vlamingen ouder dan 4 jaar)	32,0%	30,7%	29,4%	28,9%
● Radio (Vlamingen ouder dan 12 jaar)	53,5%	51,4%	51,5%	49,2%

Gemiddeld aantal bezoekers nieuwssite (website en app samen) op dagbasis

	2016	2017	2018	2019
● Unieke bezoekers	270.140	401.971	440.165	550.714

51

De VRT onderzocht dit totaalbereik door middel van een telefonische bevraging bij 2.503 Vlamingen in de periode september-oktober 2019. Het onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau TNS Research.

“Bij Radio 2 brengen we verhalen die dicht bij de mensen staan.”



Kirsten Simons

Eindredacteur Radio 2 Vlaams-Brabant

Zeven jaar geleden begon ik bij Radio 2 Vlaams-Brabant, daarvoor werkte ik voor de regionale tv-zender ROB-tv. Televisie zit in mijn hart, maar radio is nog directer. Als we bij Radio 2 nieuws binnenkrijgen en het is gecheckt, dan kunnen we het onmiddellijk meegeven aan de luisteraars. Bij televisie hang je voor nieuws vast aan een paar vaste afspraakmomenten. Al hoeven we niet per se de snelste te zijn, het moet vooral juist zijn. Die betrouwbaarheid, daar staat de hele VRT voor.

De afwisseling vind ik het leukst aan werken voor Radio 2 Vlaams-Brabant. Als eindredacteur ga ik op zoek naar nieuws, maak ik nieuwsberichten en lees die ook op de radio. Als reporter ga ik op pad om actuele reportages te maken. Vaak werken we dan tegen een deadline. Maar we krijgen ook de kans om ons in te werken in een dossier. Zo hebben heel wat mensen op de redactie een specifiek domein waarbinnen ze werken. Dat van mij is “natuur”. Zo maakte ik vorig jaar nog een reeks over de vijf grootste dieren van Vlaams-Brabant en ben ik nu bezig met een reeks over bijzondere natuurbeleving.

Bij Radio 2 Vlaams-Brabant proberen we verhalen te brengen die de mensen in de regio bezighouden. We staan dicht bij de mensen, brengen wat hen aanbelangt en interesseert. Via onze correspondenten en tipgevers voelen we goed aan wat er leeft in de gemeentes, maar we houden ook zelf onze ogen open voor opvallende gebeurtenissen in de provincie. Vlaams-Brabant is een uitgestrekte regio. We proberen dan ook een goede spreiding te hebben en verhalen te brengen die zowel de mensen in het Pajottenland als in het Hageland interesseren.

We werken ook geregeld samen met onze Radio 2-collega's uit de andere regio's. Zo deden we in 2019 een bevraging in welke Vlaamse gemeentes je je gras mag maaien op zondag. Via een handig plannetje op onze website, kon iedereen dat bekijken. Het was een groot succes. Andere media pikten het op. Zo merk je dat regionaal nieuws ook nationaal interessant kan zijn.

We werken goed samen met de algemene VRT NWS-redactie in Brussel. Meermaals per dag zijn er overlegmomenten over de onderwerpen die wij brengen, om te bekijken of zij die ook kunnen gebruiken. Onze regionale nieuwsartikels stromen nu ook door naar Vrtnws.be. Ze scoren daar ook goed, dat komt ongetwijfeld omdat we vaak positief en praktisch nieuws durven brengen dat doorvertelbaar is.

#KIES19: VERKIEZINGSNIEUWS VOOR ALLE VLAMINGEN

Onder de noemer #kies19 informeerde de VRT de Vlamingen op een gediversifieerde manier over de regionale, federale en Europese verkiezingen van 26 mei 2019 en de campagne ernaartoe.

Op tv volgde de VRT vooral in bestaande nieuws- en duidingsprogramma's de verkiezingscampagne. *Villa politica* (Eén) besteedde twee uitzendingen aan de gebeurtenissen in het Vlaamse en het federale Parlement in de afgelopen legislatuur. Een debat van de Europese kopstukken werd omkaderd in *Europa kiest* (Canvas). In *Blanco* (Canvas) werd uitgezocht welke landgenoten niet (meer) stemmen en waarom. 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). Op 25 mei bracht Eén *Het grote debat* met de Vlaamse partijvoorzitters. *Karrewiet* (Ketnet) bracht verslagen over de verkiezingscampagne. In *De grote Karrewiet verkiezingsshow* konden de kiezers van morgen vragen stellen aan de voorzitters van de zes partijen met een fractie in het Vlaams Parlement.

Radio 1 bracht vanaf maandag 13 mei twee weken lang 7 uur per dag speciale verkiezingsuitzendingen vanuit het dakrestaurant van het Vlaams Parlement, met debatten en interviews. Radio 2 interviewde de lijsttrekkers van de (in het Vlaams Parlement vertegenwoordigde) partijen uit elke Vlaamse provincie en Brussel. *Planeet De Cock* (MNM) ontving twee weken lang politieke kopstukken. In een speciale uitzending van *Generation M* (MNM) debatteerden jongeren zelf over politieke onderwerpen.

Het webplatform KIES19 op Vrtnws.be en de bijbehorende app brachten verkiezingsnieuws en toepassingen om op een interactieve manier kennis te maken met de programma's van de partijen, de campagnethema's en zo meer. In samenwerking met de Universiteit Antwerpen en andere mediapartners werd de interactieve toepassing *De stemtest* aangeboden. Om een jonger publiek te bereiken, werd een kortere, maar even accurate

MNM Stemtest ontwikkeld. De *stemtest* werd 2.633.520 keer ingevuld en de *MNM Stemtest* 192.898 keer.

Via het online-format *#durftevragen* (op Vrtnws.be) werd een jonger en niet-hoogopgeleid publiek gestimuleerd om vragen te stellen over de verkiezingen, en kregen zij begrijpbare antwoorden. Door *SOS Keuzestress* (op Vrtnws.be) konden gebruikers de programma's van zeven Vlaamse partijen eenvoudig vergelijken. Op het YouTube-kanaal van VRT NWS werden video's gepubliceerd, onder andere over het profiel van de Vlaamse politieke partijen en over een aantal politieke begrippen.

Zondag 26 mei stond in het teken van uitslagen, reacties en analyses met een verkiezingsshow op Eén en verslaggeving op alle andere VRT-netten en -platformen. Op de verkiezingsdag volgde Radio 1 de gebeurtenissen vanaf 7 uur 's morgens. Radio 2 zoomde tussen 16 en 20 uur in op de regionale uitslagen. Ook de andere radionetten besteedden extra aandacht aan de verkiezingen. Op Vrtnws.be konden de verkiezingsresultaten geraadpleegd worden. Wie dat wou, kreeg een automatische melding wanneer de uitslagen van specifieke regio's beschikbaar waren.

In totaal bereikte de VRT 72% van de Vlamingen met haar verkiezingsberichtgeving.

Onpartijdigheid in verkiezingstijd

In de aanloop naar de verkiezingen hanteerde de VRT voor al haar medewerkers extra gedragsregels inzake onpartijdigheid. Ze waren van kracht tijdens een sperperiode die door de omroep zelf was ingesteld. Die was ingedeeld in twee termijnen: Van 11 maart tot 7 april werd het optreden van politici in niet-nieuwsdienstprogramma's strikt gereguleerd. Van 8 april tot en met verkiezingsdag (26 mei) konden politieke gasten alleen aan het woord komen in de programma's, producties en items die onder de redactionele verantwoordelijkheid van de hoofdredactie van de nieuwsdienst vielen. (Beleidsmakers konden ook aan het woord komen in andere informatieve programma's (los van VRT NWS) als het thema noodzakelijk en actueel was en als de betrokkene enkel sprak over zijn bevoegdheidsdomein.)



2.633.520
Vlamingen vulden
De stemtest in.

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

Het magazine *Pano* op Eén focuste op onderzoeksjournalistiek. In 2019 bracht het 17 reportages (norm: 10) over allerhande maatschappelijke kwesties. Zo werd een vermoedelijk frauduleuze zaak aan het licht gebracht waarbij een gemeenteraadslid geld bleek te vragen bij de uitreiking van humanitaire visa. In andere reportages ging het onder meer over seksueel misbruik bij de Getuigen van Jehova, extreem dure medicijnen voor zeldzame ziektes, tienerpooiers, het Deense integratiemodel, de problematiek van het vluchtmisdrijf en de manier waarop Rusland (des)informatie inzet. De reportages

werden ook met aanvullende informatie en analyse aangeboden via Vrtnws.be en de sociale media.

Ook andere programma's deden aan onderzoeksjournalistiek. Zo was er een speciale aflevering van *Terzake* die een deradicaliseringsproject in de Belgische gevangenissen onderzocht. VRT NWS werkte in 2019 ook samen met andere mediaspelers aan onderzoeksjournalistieke projecten. Zo werd onder meer de boekhouding van de Koninklijke Schenking onderzocht in samenwerking met Knack, Apache en De Tijd.



EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 bracht het magazine *Pano* elk jaar minstens 10 onderzoeksjournalistieke reportages. In 2016 waren dat 21 reportages (*Panorama* op Canvas en *Pano* op Eén samen), in 2017 20, in 2018 15 en in 2019 17.



AANDACHT VOOR EUROPA EN DE REST VAN DE WERELD

In 2019 bleef het brexitdebat aanslepen, werd een afzetingsonderzoek gestart tegen de Amerikaanse president Trump, woedde de oorlog in Syrië verder, zaaide terreur dood en vernieling in Sri Lanka en in Nieuw-Zeeland, was er onrust in verschillende landen van Latijns-Amerika, in Hong Kong, in Irak en in Libanon, enzovoort.

De VRT-nieuwsdienst besteedde op radio, televisie en online uitgebreid aandacht aan dat en nog veel ander internationaal nieuws. De buitenlandredactie deed daarvoor een beroep op haar eigen experts, bijvoorbeeld voor de Europese Unie, het Midden-Oosten, de Verenigde Staten, Rusland, China, Afrika en Latijns-Amerika. Daarnaast beschikt VRT NWS over een uitgebreid netwerk van buitenlandse correspondenten. Naast de dagelijkse berichtgeving over de internationale actualiteit waren er geregeld ook thematische reeksen.

Op de radio kwam buitenlands nieuws aan bod in de radiobulletins en in de duidingsprogramma's van Radio 1. Op televisie was er internationaal nieuws in *Het Journaal* op Eén en in *Terzake* en *Vranckx* op Canvas. In *Vranckx* werden ook documentaires uitgezonden van de zogenaamde "Nomaden" waarin jonge Vlaamse reporters verslag uitbrachten over buitenlandse kwesties waar ze een persoonlijke band mee hadden, zoals over de situatie in Malawi, Congo en Iran. Ook online en digitaal bracht VRT NWS buitenlands nieuws. In de videoreeks *Allemaal Amerikaan* vertelde wekelijks een gewone Amerikaan over zijn of haar eigen leven en visie op de Verenigde Staten. De podcast *Vranckx & Byloo* belichtte de brede internationale actualiteit.

Voor het project *Breaking Europe* trok een VRT-ploeg in de aanloop naar de Europese verkiezingen door Europa. De ploeg ging op zoek naar wat Europeanen verbond en verdeelde, en praatte met gewone Europeanen over maatschappelijke thema's. Het kwam in samenwerking met Studio Brussel tot stand en was op diverse platformen te volgen.

BEROEPSETHIEK (ETHISCHE KWALITEIT)

Aanbod VRT-nieuwsdienst ⁵²

Beroepsethisch kader

De openbare omroep is onafhankelijk en redactioneel verantwoordelijk voor zijn aanbod. VRT NWS beschikt

over instrumenten om zichzelf te reguleren, zoals *Het redactiestatuut van de VRT-nieuwsdienst met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten van de VRT*, de deontologische adviesraad ⁵³, *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid* ⁵⁴, *De gedragscode voor het online informatie- en duidingsaanbod* ⁵⁵ en *De tien geboden voor sociale media* ⁵⁶. VRT NWS onderschrijft de *Code van de Raad voor de Journalistiek*.

Het redactiestatuut van de VRT-nieuwsdienst met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT zorgt ervoor dat VRT-journalisten onafhankelijk kunnen werken, niet beïnvloed door commerciële, persoonlijke, politieke en groepsbelangen. De drie pijlers van die deontologische code zijn goede trouw, nauwkeurigheid en onpartijdigheid.

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

Ook de nieuwsombudsman van de VRT waakt over de journalistieke beroepsethiek en verantwoordelijkheid bij VRT NWS. Hij toetst reacties van het publiek af aan *Het redactiestatuut*, *De tien richtlijnen voor onpartijdigheid* en de *Code van de Raad voor de Journalistiek*. Hij behandelt beroepsethische klachten en geeft workshops aan redactiemedewerkers. Hij geniet daarbij het vertrouwen van de deontologische adviesraad.

Deontologische adviezen

De deontologische adviesraad geeft "gevraagd of ongevraagd deontologisch advies aan de algemeen hoofdredacteur en/of de hoofdredacteurs."⁵⁷

In 2019 gaf de deontologische adviesraad 142 informele adviezen ⁵⁸. 73,0% daarvan was het gevolg van een vraag van een collega, 11,3% kwam er op eigen initiatief van de adviesraad, 5,6% na een klacht van een mediagebruiker, 5,0% na een melding via de ombudsman en 5,1% na vragen van diverse andere belanghebbenden. 20,4% van de informele adviezen ging over enquêtes en peilingen, 16,2% over onpartijdigheid buiten het werk (cumuls en nevenactiviteiten), 12,7% over onpartijdigheid binnen het werk, 11,3% over nauwkeurigheid en 10,6% over privacy. De overige adviezen gingen over heel uiteenlopende onderwerpen. Voor zulke adviezen is de raad permanent bereikbaar via telefoon, e-mail of persoonlijke contacten.

Daarnaast formuleerde de deontologische adviesraad drie formele adviezen ⁵⁹: over een klachtenprocedure tegen een collega, over de onpartijdigheid van een buitenlandcorrespondent en over de onpartijdigheid van een journalist.

⁵²

Het betreft hier alle nieuws- en duidingsprogramma's op radio en televisie en het online-nieuwsaanbod: voor Eén: *Het Journaal*, *De zevende dag*, *Pano*, *De markt*, *Villa politica*, *Sportweekend* en *Vandaag*; voor Canvas: *Terzake*, *De afspraak*, *De afspraak op vrijdag* en *Vranckx*; voor Ketnet: *Karrewiet*; voor de radio: de nieuwsbulletins, de regionale nieuwsuitzendingen, en de duidingsprogramma's *De ochtend* en *De wereld vandaag* op Radio 1; de gelegenheidsprogramma's, zoals de verkiezingsprogramma's; en voor online: *Vrtnws.be*, de VRT NWS-app, NWS NWS NWS, podcasts, sociale media zoals de Twitter-, Facebook- en Instagram-kanalen van VRT NWS, reeksen op YouTube (zoals *Labels*), het KLAAR-project voor het middelbaar onderwijs, e.d.m.

⁵³

De deontologische adviesraad van VRT NWS telt 12 verkozen leden en is evenwichtig samengesteld overeenkomstig de structuur van de nieuwsdienst.

⁵⁴

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

⁵⁵

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

⁵⁶

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.

⁵⁷

Artikel 21 van *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten van de VRT*.

⁵⁸

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.

⁵⁹

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

Bewustmaking

De medewerkers van VRT NWS kregen deontologische tips via e-mails van de adviesraad, onder meer over correct taalgebruik (zoals over "extreme" & "radicale" partijen en pedofielen & pedoseksuelen), over de deelname van VRT NWS-medewerkers aan betogingen, over het Suikerfeest, over het inschatten van recordcijfers, over enquêtes van onderzoeksbureaus, over wederhoor en wederwoord⁶⁰, en over het opvoeren van mensen die in opspraak zijn gekomen.

66 medewerkers van VRT NWS volgden een opleiding "beroepsethiek in de praktijk", waarbij aan de hand van voorbeelden uit de praktijk inzicht wordt gegeven in de deontologische regels. De nieuwsombudsman gaf in workshops een opleiding aan 219 redactieleden. De nadruk lag daarbij op diverse facetten van onpartijdigheid.

Ander aanbod dan VRT-nieuwsdienst

Beroepsethisch kader

De beroepsethische richtlijnen voor alle programma's en multimediadiensten die niet geproduceerd worden door VRT NWS, zijn gebundeld in *Het programmacharter*. Dat beschrijft zowel de verantwoordelijkheden en plichten van de interne en externe mediamakers, als hun rechten en waarborgen inzake redactionele vrijheid. Het toezicht op het beroepsethisch kader en de toepassing ervan berust bij de programmacharterraad. Die is samengesteld uit 19 vertegenwoordigers van de mediamakers van de VRT. 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 programmacharterraad vergaderde in 2019 elf keer. Hij paste het charter aan op het gebied van het principe wederhoor/wederwoord, in lijn met de vernieuwde code van de Raad voor de Journalistiek.

Adviezen

Het dagelijkse advies en de algemene coördinatie van de beroepsethische regels voor niet-nieuwsdienstprogramma's en -onlinediensten, vallen onder de verantwoordelijkheid van de manager beroepsethiek en integriteit. Ook advies en opleiding omtrent integriteit behoren tot haar domein. Zij rapporteert maandelijks

aan het directiecollege, aan de directie Media & Productie, aan de programmacharterraad, en driemaandelijks aan de integriteitscommissie.

In 2019 kreeg de dienst Beroepsethiek & Integriteit 327 vragen voor advies over programma's en ander aanbod. Ongeveer een derde daarvan had betrekking op de sperperiode en de verkiezingsrichtlijnen in de aanloop naar de Europese, federale en regionale verkiezingen van 26 mei. Er waren daarnaast 39 vragen voor advies over integriteit en ethisch handelen.

Naar een aantal programma's, diensten en thema's ging in 2019 extra aandacht, onder andere aan de hand van:

- richtlijnen over VRT-medewerkers op kieslijsten en politieke gasten in programma's in de aanloop naar de Europese, federale en regionale verkiezingen;
- beroepsethische begeleiding van de Eén-programma's *Factcheckers*, *Mij overkomt het niet* en *Bargoens*;
- adviesverlening bij de ontwikkeling van nieuwe tv-formats, zoals het Eén-programma *Andermans zaken*.

Opleiding en bewustmaking

In de loop van 2019 volgden 199 medewerkers een workshop "Beroepsethiek en duurzaam produceren", specifiek voor hun aanbodsmark, programma, project of functie. Op de welkomdagen voor nieuwe medewerkers ging telkens aandacht naar integriteit en beroepsethiek. Intern werden bewustmakingscampagnes gevoerd over grensoverschrijdend gedrag, verkiezingsrichtlijnen, diefstal en het aanvaarden van geschenken.

Klachten en beroepsethiek

De klachtencoördinator, de nieuwsombudsman, de voorzitter van de programmacharterraad, een vertegenwoordiger van de juridische dienst en de manager beroepsethiek bespraken minstens wekelijks samen de beroepsethische klachten van mediagebruikers. Ze bekeken en evalueerden ook de antwoorden op die klachten vooraleer ze werden verstuurd.

Elke klacht kreeg een antwoord met een toelichting of een verantwoording bij gecontesteerde gebeurtenissen, keuzes of beslissingen. Indien bleek dat de VRT of haar medewerkers een fout hadden gemaakt, dan werd die fout toegegeven met verontschuldiging, en zo mogelijk rechtgezet.



⁶⁰

Een principe in de rechtspraak en de journalistiek dat inhoudt dat iemand die van iets beschuldigd of verdacht wordt, het recht heeft op een reactie op het moment van de beschuldiging of verdachtmaking (wederhoor) of later (wederwoord).

Redactionele autonomie

De redacties van de VRT en de externe productiehuisen die werken in opdracht van de VRT, zijn onafhankelijk en autonoom. Zowel in *Het programmacharter* als in *Het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's* is die autonomie opgenomen.

De eindverantwoordelijkheid over de programmering van de aanbodsmerken berust altijd bij de VRT, ongeacht de financieringsbronnen (eigen middelen of middelen van commerciële of institutionele partners). Productplacement of institutionele financiering moet steeds goedgekeurd worden door de VRT.

ONPARTIJDIGHEID

VRT NWS waakt over de onpartijdigheid van haar berichtgeving en duiding. Het is een van de kernwaarden van de VRT-journalistiek. De nieuwsredactie van de VRT behandelt iedereen op een gelijke manier en is voor iedereen even kritisch. Die onpartijdigheid is van belang bij de selectie van de onderwerpen, de gasten die aan bod komen en de manier waarop verslag wordt uitgebracht over een bepaald onderwerp.

De onpartijdigheid van VRT NWS wordt in de praktijk bewaakt door de hoofdredactie. Het is haar verantwoordelijkheid om de kwaliteit, de ethiek en de onpartijdigheid van het journalistieke werk te beoordelen en te sturen. De hoofdredactie baseert zich daarvoor op het mediadecreet, *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT* en *De tien richtlijnen*

voor onpartijdigheid.⁶¹ Zij kan ook advies vragen aan deontologische adviesraad.

Burgers of belanghebbenden die vragen hebben bij de beroepsethiek of de onpartijdigheid van bepaalde uitzendingen of artikels, kunnen een klacht indienen bij de nieuwsombudsman. Die beoordeelt de klachten en brengt er verslag over uit aan de hoofdredactie en de gedelegeerd bestuurder van de VRT. Ook aan de Vlaamse ombudsman wordt gerapporteerd over de klachtenbehandeling. De nieuwsombudsman gaat bij gegronde klachten rechtstreeks in gesprek met presentatoren en journalisten, in overleg met de hoofdredactie. De nieuwsombudsman evalueert publiekelijk het werk van de redactie via columns, interventies in *De zevende dag* en op de radio. Zo evalueerde hij in 2019 bijvoorbeeld het journalistieke werk rond de verkiezingen en de verslaggeving rond de klimaatspijbelars.

Het aandeel van de klachten van mediagebruikers over (vermeende) partijdigheid in de totaliteit van klachten daalde van 31,0% in 2017 over 26,0% in 2018 tot 18,6% in 2019. Er waren dus, relatief gesproken, minder klachten die betrekking hadden op gepercipieerde partijdige verslaggeving, moderatie of interviews. Dat was opmerkelijk omdat 2018 en 2019 verkiezingsjaren waren, met een grote veronderstelde alertheid voor partijdigheid. In absolute cijfers steeg het aantal partijdigheidsklachten lichtjes, van 724 in 2018 naar 729 in 2019. Die stijging (0,7%) was minder groot dan de stijging van het totale aantal klachten (40,0%). Het aantal partijdigheidsklachten dat gegrond werd verklaard, steeg wel: van 20 in 2018 naar 73 in 2019. Die stijging had bijna uitsluitend te maken met een interview in *Terzake* en een debat in *De zevende dag*.

61

Ook van toepassing op niet-nieuwsdienstprogramma's.





2.2 CULTUUR

De VRT maakt cultuur toegankelijk voor een breed publiek en is een hefboom voor cultuurbeleving in Vlaanderen. Alle aanbodsmerken⁶² hadden in 2019 hun eigen cultuur-aanbod, afgestemd op hun specifieke doelpubliek. Ze informeerden hun mediagebruikers op een gedifferentieerde manier over culturele gebeurtenissen. Dat gebeurde in verbredende programma's, in verdiepende cultuurprogramma's en via diverse platformen, zowel lineair als digitaal.

De VRT weerspiegelde de rijkdom en de verscheidenheid van het culturele veld in Vlaanderen en de wereld, met aandacht voor onder meer beeldende kunsten, podiumkunsten, muziek, literatuur, architectuur, urbanisme, film, televisiefictie, geschiedenis, erfgoed, toerisme en cultuurgeschiedenis.

De VRT wil Vlamingen inspireren om cultuur mee te maken en te beleven. Daarom stimuleerde zij het publiek om deel te nemen aan het culturele leven in Vlaanderen en Brussel. De VRT organiseerde zelf culturele evenementen en acties.



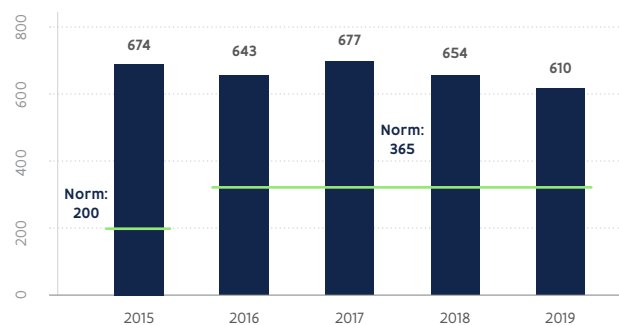
EVOLUTIE 2016-2019

Met gemiddeld 646 cultuur- en media-items per jaar in de hoofdjournaals behaalde de VRT in de periode 2016-2019 ieder jaar ruimschoots de norm van 365 die werd bepaald in de beheersovereenkomst. Daarbij ging aandacht naar het brede spectrum van populaire en verdiepende kunst, cultuur en media: van muziek (klassiek en pop) over beeldende kunsten, dans, podiumkunsten en literatuur, tot film en televisie. De lichte daling van het aantal cultuur- en media-items in 2018 en 2019 kan worden verklaard door het feit dat in ons land in beide jaren verkiezingen waren. In de aanloop naar die verkiezingen ging veel productiecapaciteit en uitzendtijd naar verkiezingsgerelateerde nieuwsitems.

610
cultuur- en media-items
in Het journaal.

Evolutie aantal cultuur- en media-items in hoofdjournaals op Eén (2015-2019)

Bron: VRT



⁶² Behalve Sporza



De Bourgondiërs (Klara)

CULTUURANBOD

Om haar culturele opdracht waar te maken zet de VRT al haar aanbodsmarken in. Enkele voorbeelden:

- Eén bracht cultuur voor een groot publiek. *Het journaal* belichtte 610 unieke⁶³ cultuur- en media-items (norm: 365). Het duidingsprogramma *De zevende dag*, de talkshow *Vandaag* en het reportagemagazine *Iedereen beroemd* besteedden aandacht aan cultuur. *Circle of Life* toonde rituelen en gebruiken rond geboorte, liefde en dood in diverse culturen. *Rond de Noordzee* en *Reizen Waes Europa* waren reisreeksen met aandacht voor Europese regio's en culturen. Eén programmeerde (cultuur)historische fictiereeksen, zoals *Victoria* (over koningin Victoria), en documentaires (zoals *Great Indian Railway Journeys*).
- Het cultuuraanbod van Canvas was verdiepend en divers, met onder meer een reeks en een evenement over ballet (*Hanne danst*), een drieluik over de Vlaamse meesters Van Eyck, Bruegel en Rubens (*Weg van het meesterwerk*) en documentaires over o.a. 15 jaar cultuurcentrum Roma, Marcel Broodthaers, Anne Teresa De Keersmaeker en de theaterproductie *Lam Gods* van Milo Rau. Culturele onderwerpen en gasten kwamen geregeld aan bod in het duidingsprogramma *De afspraak* (o.a. Herman Van Veen en Sidi Larbi Cherkaoui), *Alleen Elvis blijft bestaan* (o.a. Margot Vanderstraeten en Daan) en *Winteruur* (o.a. Tom Lanoye en Ilja Leonard Pfeijffer). Daarnaast bood Canvas cinefiele films, muziekdocumentaires (o.a. over punkmuziek en het jazzlabel Blue Note Records), cultuurhistorische documentaires (o.a. over Leonardo Da Vinci en Toetanchamon) en fictiereeksen die zich baseren op boeken (zoals *Sharp Objects*).
- Op Ketnet bracht het kinderjournaal *Karrewiet* cultuur voor kinderen, met wekelijks cultuurreportages over onder andere muziek, dans, film, tentoonstellingen en literatuur. *De wrap* (de omkadering tussen de programma's) had naast de rubrieken *Boek van de week* en *Strip van de maand* ook aandacht voor onder meer Gedichtendag, de Jeugdboekenmaand en de Voorleesweek.
- Bij Radio 1 was cultuur het kernthema in het wekelijkse magazine *Culture Club*, dat ook een Instagram-kanaal kreeg. Cultuur en culturele gasten kwamen geregeld aan bod in de duidingsprogramma's en in interviewprogramma's zoals *De wereld van Sofie*, *Touché* en *Interne keuken*. Als mediapartner maakte Radio 1 promotie voor tientallen culturele evenementen.
- Bij Radio 2 besteedde *De madammen* aandacht aan boeken, films, klassieke muziek en culturele evenementen. Theatervoorstellingen, films van eigen bodem en boeken werden belicht in *De weekwatchers*. *Spits* had een eigen filmrubriek. Streekgebonden cultureel nieuws kwam aan bod in de regionale uitzendingen.

**Weg van het
Meesterwerk belichtte
het werk van Rubens,
Van Eyck en Bruegel.**

63

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.

- Cultuur is een van de pijlers van Klara. Programma's zoals *Pompidou* en *Espresso* hadden aandacht voor de culturele actualiteit en de context waarin kunst ontstaat. *Pompidou* bracht een dubbeluitzending over de Biënnale van Venetië en een reeks over het boek *Grote verwachtingen* van Geert Mak, en breidde zijn Instagram-aanbod uit. Klara programmeerde reeksen over onder meer Pieter Bruegel (n.a.v. het Bruegel-jaar), Louis Paul Boon (*Café Boon*), de Bourgondiërs (op basis van het gelijknamige boek van Bart Van Loo), filosofie (*Dooddoeners*) en 100 jaar Bauhaus. De online videoreeks *Dagelijkse kunst* toonde het belang van kunst in het leven van allerlei mensen. De reeks *Pompidou presenteert* focuste online op internationale kunstenaars in ons land en Vlamingen in het buitenland. Klara bracht nieuwe reeksen van de online videoserie *Van A tot Z* op VRT NU.
- Bij MNM stond de jongerencultuur centraal in programma's als *Generation M*, *Planeet De Cock* en *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*. Daarnaast ging in deze programma's aandacht naar boeken, films, dans, klassieke muziek, de cultuuractualiteit en herdenkingsmomenten. Het programma *UrbaNice* zoomde in op de stedelijke cultuur en op de diversiteit in de Vlaamse muziek.
- Met de muziekcultuur als uitgangspunt besteedde Studio Brussel aandacht aan films, theater, series, nieuwe media, gaming en andere cultuurvormen. Het aanbodsmark leverde een videoreeks en een dichtbundel over het muziek- en kunstenfestival *Burning Man* in Nevada. De videoreeks *Studio Ibiza: Het oude testament* blikte teug op de hippiegeschiedenis van Ibiza.
- Naast de cultuurberichterij in de nieuws- en duidingsprogramma's belichtte VRT NWS de culturele actualiteit in de rubriek *Cultuur & media* van Vrtnws.be en op NWS NWS NWS, het Instagram-nieuwskanaal voor jongeren.
- Op Wereldboekendag werd Langzullenwelezen.be (het boekenplatform van de VRT) vernieuwd en uitgebreid. Naast een plek waar boekenliefhebbers online informatie over boeken konden vinden en delen, werd het een verzamelplaats van alle programma's en items van de diverse VRT-merken waarin boeken en literatuur aan bod kwamen. De videoreeks *Achterflap* bracht wekelijks een gesprek met een "gepassioneerde" lezer. De podcast *Gebladerte* nam de boekenkast van schrijvers als uitgangspunt voor een lang gesprek. *Lang zullen we lezen* informeerde lezers ook via Facebook, Instagram en een wekelijkse nieuwsbrief.
- De VRT bracht uitgebreid verslag uit van de Koningin Elisabethwedstrijd voor viool: vanaf de loting met nieuws op Canvas.be, Klara.be en VRT NWS, en vanaf de halve finale met rechtstreekse uitzendingen op Canvas, Canvas.be, Klara, de Klara-app en VRT NU. Naast de live-uitzendingen waren er verschillende "specials", de laureatenconcerten en aandacht via de sociale media, onder meer door DeZes (een jongerenpanel van zes Vlaamse vioolstudenten).



“In *De Liefhebber* kan ik echt een band smeden met mijn gasten.”



Katelijne Boon

Presentator Klara & Canvas

Toen Radio 3 net Klara was geworden, ging het radiomerk op zoek naar nieuwe stemmen. Op 37-jarige leeftijd heb ik toen deelgenomen aan een stemtest. Ik ben altijd heel gretig en nieuwsgierig geweest en heb me volledig in mijn nieuwe job gestort. Ik voel me sindsdien ook echt thuis bij Klara.

Ik ben mijn eigen redacteur, muzieksamensteller en presentator voor het zaterdagochtendprogramma *De liefhebber*, dat ondertussen al aan zijn zevende seizoen toe is. In het programma praat ik met een gast over de muziek die hem of haar na aan het hart ligt. Twee uur samenzitten met iemand die je eigenlijk niet kent, dat is erg intiem. Maar als ik buitenga, voel ik dat er een band is gesmeed. De opbouw van het programma laat dat toe: door met vroege herinneringen te beginnen, breek je al heel snel het ijs en raak je onmiddellijk emoties.

Wat me in 2019 erg is bijgebleven, is de uitzending met kunstenaar Koenraad Tinel. Een man van 80 interviewen, dat betekent dat we een heel leven hadden om over te praten. Achteraf kwamen er heel wat reacties van ontroerde mensen. Dat geeft me het gevoel dat ik nuttig bezig ben. Als ik zie hoe luisteraars op een andere manier naar dingen leren kijken of luisteren, dan is mijn missie vervuld.

Als ik nog een gast mag uitkiezen voor *De liefhebber*, ga ik voor koningin Mathilde. Van haar weet ik pertinent dat ze van klassieke muziek houdt. Ik hoop dat het mij ooit lukt. Dat zou de kroon op mijn werk zijn.

Af en toe ruil ik radio voor televisie. Ik presenteer de Koningin Elisabethwedstrijd en de concerten in het Koninklijk Paleis, live uitgezonden op Eén. Dat is heel anders dan radiowerk. Daar ben ik een beetje een einzelgänger die alles op zijn eentje doet. Bij televisie geniet ik heel erg van de dynamiek om met een groep mensen naar iets toe te werken. Ik kom ook met de jonge deelnemers in contact. Ze hebben zo'n ongelofelijk talent en de ijver en passie om er iets van te maken. Dat is heel inspirerend.

De Koningin Elisabethwedstrijd 2008 was mijn allereerste editie. Het is telkens opnieuw een persoonlijk hoogtepunt van het jaar. Voor mij is dat zo bijzonder omdat ik als kind die wedstrijd al volgde. Als ik daar achteraf op terugkijk, is het niet zo vanzelfsprekend dat je als 12-jarige je transistorradiootje stiekem verstopt onder je kussen om mee te luisteren. Ik droomde er toen al van om ooit eens op zo'n finaleavond in de zaal te zitten en nu ben ik aan mijn twaalfde editie toe als presentator. Ik blijf elk jaar even nieuwsgierig en verbluft, dat ebt niet weg.

Op vraag van Radio 2 maakte de jongerengroep #LikeMe van het gelijknamige Ketnet-programma ter gelegenheid van de Vlaamse feestdag een eigentijdse versie van de klassieker *Vlaanderen mijn land* van Will Tura.



DE VRT EN DE VLAAMSE IDENTITEIT

Als publieke omroep moet de VRT relevant zijn voor zoveel mogelijk Vlamingen. Ze moet de Vlaamse samenleving in al haar verscheidenheid tonen en versterken, de cultuur- en taalbeleving stimuleren en de Vlaamse identiteit uitdragen.

- De VRT investeerde in Vlaamse tv-producties. Die werden in 2019 grotendeels door de omroep zelf gemaakt (zoals informatieprogramma's, *Iedereen beroemd* (Eén) en *Hanne danst* (Canvas)). De VRT besteedde ook producties uit aan externe Vlaamse productiehuisen, waardoor zij "een motor" is van de Vlaamse onafhankelijke productiesector. Belangrijk voor de Vlaamse identiteit is kwaliteitsvolle Vlaamse fictie, een genre dat zich ertoe leent om in beeld te brengen wat leeft in Vlaanderen, bijvoorbeeld de Eén-reeksen *Thuis*, *Over water*, *Dertigers* en *De twaalf*, *Fiskepark* (Canvas) en *#LikeMe* (Ketnet).
- De VRT belichtte maatschappelijke thema's die belangrijk zijn in de Vlaamse samenleving, onder meer in *Nieuwe feiten* (Radio 1), *Generation M* (MNM), *Durf te vragen* (Eén), *Eenzaam* (Canvas) en *De dokter Bea show* (Ketnet).
- De aanbodsmerken van de VRT hadden, elk op maat van hun doelgroep, aandacht voor de Vlaamse culturele rijkdom, zoals in *Culture Club* (Radio 1), *De madammen* (Radio 2), *Pompidou* (Klara), *UrbaNice* (MNM) en *Weg van het meesterwerk* (Canvas).
- De VRT steunde de Vlaamse muziek. De omroep speelde zijn rol als "ontdekker" van nieuw talent (met wedstrijden als *De nieuwe lichting* op Studio Brussel, *MNM Rising Star* en *Start to DJ* op MNM of *Speel het hard* van Canvas), als "hefboom" (door Vlaamse en Nederlandstalige muziek te spelen op radio en tv en een podium te bieden aan Vlaamse artiesten) en als "verbinder" (o.a. met Vlaamse artiesten op publieksevenementen).
- De online-platformen verruimden het bereik van het Vlaamse aanbod. Dat gebeurde onder meer met podcasts (zoals *Bruegel* en *De Bourgondiërs* op Klara) en videoreeksen zoals *Dagelijkse kunst*. Het videoplatform VRT NU bood ook programma's uit het VRT-archief aan, zoals *Kapitein Zeppos* en *W817*. Met *VivaVlaanderen.be* gaf Radio 2 een gedocumenteerde kijk op artiesten van bij ons.
- De aandacht van de VRT voor de Vlaamse identiteit bleek ook met specifieke evenementen, zoals het Feest van de Vlaamse Gemeenschap, herdenkingsprogramma's (zoals *Kinderen van het verzet* op Canvas) of VRT-acties die de Vlaamse culturele rijkdom promootten of verbinding in de Vlaamse samenleving stimuleerden, zoals *De warmste week* (VRT), *De Vlaamse 100* (Radio 2), *Iedereen klassiek* (Klara), *De strafste school* (MNM) en de *Move tegen pesten* (Ketnet).
- De VRT hanteerde het Standaardnederlands als norm. De VRT reikte hulpmiddelen aan voor een verzorgd, helder en efficiënt taalgebruik, zoals *Vrtaal.net* (met taaldatabank en taalnieuws), de wekelijkse taalmail van de VRT-taaladviseur en de Schrijfassistent (zie p. 58).
- Het VRT-archief biedt een unieke blik op het leven in Vlaanderen tijdens de voorbije 80 jaar. De VRT werkte in 2019 samen met het Vlaams Instituut voor Archivering⁶⁴ verder aan de digitalisering en ontsluiting van dit audiovisuele erfgoed (zie p. 69).
- Om het Vlaamse medialandschap en de Vlaamse samenleving te versterken, werkte de VRT samen met allerhande Vlaamse partners uit de mediasector, met overheidsinstellingen en organisaties uit het middenveld (zie p. 112). Dat versterkte het maatschappelijk draagvlak van het VRT-aanbod, waardoor de omroep beter kon inspelen op de behoeften van de Vlaamse mediagebruiker.



Meer vrouw op straat (Radio 1 en Canvas)

DE VRT STIMULEERT CULTUUR EN CULTUURBELEVING

De VRT maakte cultuur toegankelijk voor een breed publiek door culturele evenementen te organiseren en door samen te werken met cultuurorganisaties. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 zond de uitreiking van de Ultima's (de Vlaamse cultuurprijzen) rechtstreeks uit in het cultuurmagazine *Culture Club*. Het programma werd ook live uitgezonden vanuit onder meer het Designmuseum (in Gent) en de expo *Vlaamse meesters in situ* (in Aalst).
- Bij Radio 2 zond *De madammen* live uit vanop cultuurevenementen, zoals de Antwerpse Boekenbeurs en de expo's *De wereld van Bruegel* (Bokrijk) en *Cool Japan* (MAS). Voor Monumentendag werkte het programma samen met Herita vzw. Radio 2 organiseerde muziekenvenementen zoals *De eregalerij* (Oostende), *Zomerhit* (Blankenberge, samen met Eén), de startshow van *De 1000 Klassiekers* (Mechelen) en *De Vlaamse Top 100* en *Vlaanderen feest!* op de Vlaamse feestdag.
- Klara organiseerde evenementen die een groot publiek onderdompelden in klassieke muziek, zoals *Iedereen klassiek* in Brugge (18.500 bezoekers) en *Klara in deSingel* (2.500 bezoekers). *Het Klarafestival* (samen met het Festival van Vlaanderen) vond plaats in Brussel, Antwerpen en Brugge, en bracht concerten over het thema "verlossing". Tijdens *Het Klarafestival* werden de Klara's uitgereikt, de muziekprijzen van Klara. Programma's zoals *Pompidou* en *Klara live* zonden geregeld uit vanop culturele locaties (zoals Bozar, S.M.A.K., Art Brussels en Gruuthusemuseum). Klara capteerde 160 keer een voorstelling of concert.
- Naar aanleiding van de VRT Taal dag en de Antwerpse Boekenbeurs organiseerde MNM "meet & greet"-sessies met auteurs. MNM zond live concerten uit (zoals Sunrise Festival, Genk on Stage en Buikrock) en organiseerde er zelf tijdens evenementen zoals *De strafste school*, *Start to DJ* en *Marathonradio*.
- Studio Brussel besteedde met een rechtstreekse uitzending aandacht aan Museum Night Fever in Brussel. Naar aanleiding van de beurs Gameforce belichtte de zender tijdens een live uitzending de gamecultuur. Studio Brussel organiseerde concerten (zoals de *Studio Brussel Showcases*), zond live uit vanop grote festivals en promoveerde diverse andere.
- Eén organiseerde de Music Industry Awards (MIA's, samen met Kunstenpunt) en *Zomerhit* (samen met Radio 2).
- Naar aanleiding van de reeks *Weg van het meesterwerk* organiseerde Canvas samen met Toerisme Vlaanderen een evenement in het Dynastiepaleis. Aansluitend bij de reeks *Kinderen van het verzet* organiseerde Canvas in samenwerking met Bozar een debat over de beeldvorming en de perceptie van het verzet na de oorlog.
- Ketnet werkte in 2019, samen met Studio 100, aan de *Ketnet musicals: Troep en Knock-out*. Tijdens *Het gala van de gouden K's*, de *Ketnet zomertour* en *#LikeMe in concert* kon het Ketnet-publiek kennismaken met muziek en dans uit Vlaanderen.

De mediagebruiker kon deelnemen aan interactieve cultuurprojecten van de VRT. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 ging in *Culture Club* samen met zijn luisteraars op zoek naar de "strafste street art" in Vlaanderen. Voor het project *Meer vrouw op straat* riep Radio 1 samen met Canvas het publiek op om verdienstelijke vrouwen uit onze geschiedenis te nomineren voor nieuwe straatnamen.
- Canvas organiseerde de publiekswedstrijden *Speel het hard* (voor amateurmuzikanten) en *Dans met Hanne* (voor dansgroepen).
- Studio Brussel steunde lokaal talent, onder meer met de wedstrijd *De nieuwe lichtung* (met bijna 1.000 inschrijvingen van jonge muzikanten en bands). Met *Festival Force* kregen jonge mediamakers de kans om tijdens het festivalseizoen te experimenteren met digitale media. Via *Studio Dada* leerden jonge mediatalenten radio maken. Ze werden daarin begeleid door

presentatoren van Studio Brussel. Door beide projecten kregen 15 jongeren de kans om hun talenten te tonen en aan te scherpen.

- MNM ging op zoek naar talentvolle jongeren, onder andere in de *MNM Rising Star* (voor muzikanten en muziekgroepen) en *MNM Start to DJ* (voor dj's).
- Jonge musicultalenten kregen de kans om zich verder te ontwikkelen en mee te spelen in *Ketnet musical*.
- In *Iedereen beroemd* op Eén beeldden gezinnen, collega's en vrienden in de rubriek *Tableau Vivant* elke week een beroemd schilderij uit. In de rubriek *De mooiste herinnering* van het programma werd iemands mooiste herinnering in een schilderij of tekening omgezet.

- Diverse radiozenders betrokken hun luisteraars bij de samenstelling van muzieklijsten, zoals *De Klara top 100* (Klara), *De lage landen lijst* (Radio 1) en *De tijdloze* (Studio Brussel).

Verschillende aanbodsmerken hadden op hun website een link naar de cultuuragenda UITinVlaanderen. Ketnet.be verwees naar de gelijkaardige agenda UITmetVlieg (voor kinderen tot 12 jaar).

CAPTATIES

In 2019 capteerde de VRT via haar aanbodsmerken 407 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending (norm 250), ten opzichte van 415 in 2018.

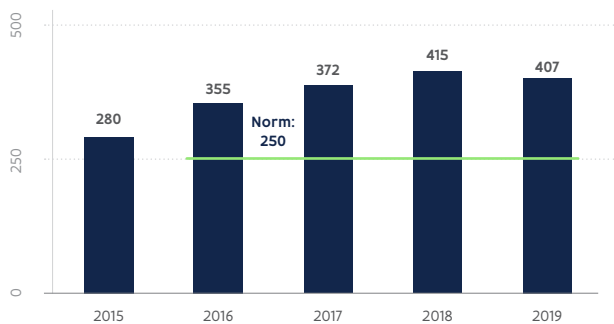


EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 capteerde de VRT tal van concerten, Vlaamse voorstellingen en festivals. Het aantal captaties overschreed ieder jaar de norm (250 captaties).

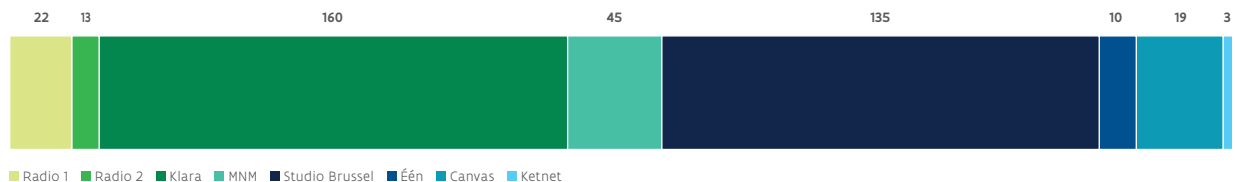
Evolutie aantal captaties (2015-2019)

Bron: VRT



Aantal captaties per aanbodsmerk (2019) (norm: 250)

Bron: VRT




HERDENKINGSMOMENTEN

De VRT-platformen hadden aandacht voor herdenkingsmomenten in de Vlaamse geschiedenis en de wereldgeschiedenis. Enkele voorbeelden:

- De VRT herdacht in 2019 de 75ste verjaardag van D-Day en de bevrijding van België. VRT NWS stond stil bij belangrijke momenten in het voorlaatste jaar van de Tweede Wereldoorlog (zoals de landing in Normandië, de bevrijding van Brussel en Antwerpen en de Slag om de Ardennen). Vrtnws.be bracht vanaf 12 juni wekelijks een overzicht van de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog. Canvas blikte terug op de oorlog met de reeksen *Kinderen van het verzet* (over de impact van de oorlog op kinderen van verzetslieden) en *D-Day: Operation Overlord*. Ook Radio 1 en Radio 2 stonden geregeld stil bij de oorlogsgebeurtenissen van 75 jaar eerder.
- VRT NWS herdacht de Rwandese genocide, 25 jaar eerder. Canvas belichtte diezelfde gebeurtenissen in de reeks *Terug naar Rwanda*, die daders met slachtoffers in contact bracht.
- VRT NWS besteedde aandacht aan tientallen andere herdenkingsmomenten en plaatste ze in hun historische context, zoals de val van de Berlijnse muur (30 jaar eerder) en het dodelijke ongeluk van koning Albert I (85 jaar eerder).
- Naar aanleiding van het Feest van de Vlaamse Gemeenschap was er een speciale uitzending van *Villa politica* (op Eén) in het Brusselse stadhuis. Ook de andere VRT-netten besteedden aandacht aan de Vlaamse feestdag.
- De toespraak van de koning voor de Nationale feestdag werd uitgezonden op de VRT-platformen. Het Nationaal defilé op de nationale feestdag was rechtstreeks te volgen op Canvas.
- Op 21 juli was het vijftig jaar geleden dat de eerste maanlanding plaatsvond. Vrtnws.be onderzocht de betekenis en de impact van die gebeurtenis in een themadossier. Canvas programmeerde de documentaire reeks *Chasing the Moon* en het docudrama *8 Days. To the Moon and Back*.
- Klara bracht een reeks en een podcast over het Woodstockfestival (50 jaar eerder) en de festivalcultuur van de jaren 60. Canvas toonde de documentaire *Woodstock, three days that defined a generation*. Ook Radio 1 besteedde veel aandacht aan het festival. Radio 2 bood een speciale aflevering van *De Prehistorie* over het festival.
- Eén blikte in de documentaire *De zomer van '69* terug op verschillende gebeurtenissen 50 jaar eerder, zoals de eerste Tour-zege van Eddy Merckx, de eerste vlucht van de Concorde en het allerlaatste publieke optreden van The Beatles.
- Canvas had met de reeks *Facebook en ik* aandacht voor 15 jaar Facebook en keek met documentaires terug op 25 jaar S.M.A.K. en 40 jaar AB.
- Radio 1 combineerde muziek en nieuwsfeiten van vroeger in de programma's *Retro* (tot juni) en *Grand Cru* (vanaf september).
- Radio 2 herdacht onder meer het overlijden van Stijn Streuvels (50 jaar eerder), de lancering van het album *Abbey Road* van The Beatles (50 jaar eerder) en het einde van de dienstplicht in België (25 jaar eerder).





Samen met Toerisme Vlaanderen organiseerde Canvas een evenement voor *Weg van het Meesterwerk*.

OVERLEG CULTUURSECTOR

De VRT werkt voor haar cultuuraanbod samen met de overkoepelende cultuurorganisaties en met afzonderlijke grote en kleinere cultuurhuizen. Er was in 2019 veelvuldig overleg: op dagelijkse basis, op verschillende niveaus en zowel structureel als ad hoc. De samenwerking verliep constructief. De VRT stelde zich op als partner van de Vlaamse cultuursector met als doel: het cultuuraanbod en de cultuurbeleving in Vlaanderen te promoten en te stimuleren.

Om tot concrete samenwerkingen te komen, werden diverse cultuurorganisaties (zoals Toerisme Vlaanderen en Bozar) uitgenodigd op de tweewekelijkse vergadering van de VRT-cultuurredacties.

Op 17 januari, 23 april en 26 september organiseerde de VRT een zogenaamd Cultuuroverleg. Dat waren de structurele overlegmomenten tussen de VRT en een representatieve afvaardiging van de cultuursector⁶⁵. Naast het delen van informatie over werking, beleid en rapportering, werd van gedachten gewisseld over onder meer het verloop en de finaliteit van de overlegmomenten in de toekomst. Een aantal specifieke werkpunten werden vastgelegd, onder meer over innovatie, nieuw aanbod en het bereiken van een nieuw publiek. Verder werd afgesproken nog nauwer samen te werken vanuit langetermijndoelstellingen.⁶⁶ Een extra overlegmoment vond plaats op 21 november tijdens Expeditie Cultuur in een uitgebreidere constellatie, waarbij werkt gewerkt rond de vraag of de digitale revolutie ook een culturele revolutie is.

Dat netwerkevenement was een van de concrete resultaten van eerder Cultuuroverleg. De VRT organiseerde de 'Expeditie' samen met de sector als een ontmoetingsmoment om de media- en cultuursector dichter bij elkaar te brengen. Die dag ontving de VRT 260 partners en

stakeholders uit de muziek- en cultuursector. Aan de hand van allerlei workshops en interactieve sessies kwamen de deelnemers te weten wat de VRT allemaal te bieden heeft op vlak van cultuur. Ze kregen bijvoorbeeld een inblik in het muziekbeleid van de VRT, de redactie van *Culture Club* op Radio 1, het DNA van MNM, en zo meer. Tegelijk konden programmamakers in gesprek gaan met partners uit de cultuursector.

Op vraag van het Cultuuroverleg verzamelde de cultuursector de hoogtepunten van hun culturele agenda voor het najaar. Het overzicht werd voorgelegd aan een intern VRT-overlegplatform van de culturele redacties van de VRT. Die gingen er mee aan de slag voor hun programmering in het najaar. Verder werd door de cultuursector ook een lijst opgesteld van jong artistiek talent, die werden uitgenodigd op VRT NXT, een evenement dat jongeren vertrouwd wilde maken met de media.

Daarnaast had de VRT geregeld overleg met de klassieke-muzieksector (zie p. 113).

Naar aanleiding van het Bruegel-jaar 2019 en het Van Eyck-jaar 2020 overlegde de VRT met de stuurgroep van Vlaamse Meesters, het cultureel-toeristische project van Toerisme Vlaanderen. Dat leidde in 2019 tot een VRT-aanbod rond Bruegel.

⁶⁵

BoekenOverleg, Cultuurconnect, De Federatie, FARO, Folio vzw, Herita, Het Paleis, Vlaams Museumoverleg, Overleg Cultureel Erfgoed, oKO, publiq, Socius en Vooruit.

⁶⁶

Het structurele overleg met de boekensector werd in 2019 geïntegreerd in het Cultuuroverleg, waar de koepelorganisatie BoekenOverleg een vaste plaats kreeg. Diverse VRT-redacties en het team van het overkoepelende VRT-project Lang zullen we lezen werkten samen met organisaties als Boek.be, Iedereen leest, uitgeverijen, bibliotheken, organisatoren van literaire evenementen en Sabam for Culture.

VLAAMSE MEESTERS: PIETER BRUEGEL

In 2019 was het 450 jaar geleden dat Pieter Bruegel overleed. In het kader van de projecten Vlaamse Meesters en het Bruegel-jaar besteedden diverse aanbodsmerken van de VRT aandacht aan het leven en het werk van de schilder. Canvas belichtte zijn topwerk *De korenoogst* in de reeks *Weg van het meesterwerk*. De VRT organiseerde samen met Toerisme Vlaanderen een evenement op de belevingsexpo 'Beyond Bruegel' waarbij de Canvas-reeks en nog andere VRT-acties rond Bruegel werden voor-

gesteld. Klara maakte een reeks over Bruegel in *Espresso*. Bij Eén was het programma *Dagelijkse kost* een week lang gewijd aan Bruegeliaans eten. Het interactieve spelprogramma *De stoel* stond een hele week in het teken van Bruegel. Bij Radio 2 bracht *De madammen* een live uitzending vanop de expo *De wereld van Bruegel* in Bokrijk met aandacht voor de eetgewoonten en het belang van ambachten in de tijd van Bruegel. Ketnet bood een Bruegel-versie aan van zijn digitale game Buck.



@devosmichel

@canvastv #vrt Weg van het meesterwerk. Thomas Vanderveken doet je wegdromen in kunst en geschiedenis. Fijne boeiende televisie om meermaals te bekijken.

LEVENSBSCHOUWELIJK AANBOD

Het hoort tot de opdracht van de VRT om aandacht te besteden aan levensbeschouwelijke thema's. Dat moet bijdragen aan een pluralistische samenleving waar andere levensvisies met openheid en respect worden benaderd.

Canvas waakte over een pluralistische beeldvorming in programma's met praatgasten, zoals *De afspraak*. In het debatprogramma *Nachtwacht* kwamen allerhande maatschappelijke en levensbeschouwelijke onderwerpen aan bod, onder meer in een aflevering over de plaats van religie in onze samenleving. Religie stond centraal in reeksen zoals *Earth's Sacred Wonders* en *Around the World in 80 Faiths*, en documentaires zoals *The Reformist. A female Imam* en *Genesis 2.0*. Het online-platform *Wereldbeeld*⁶⁷ was gewijd aan zingeving, filosofie en levensbeschouwing. Het bevatte voorstellingen van de erkende levensbeschouwingen en was ook een verzamelplaats voor programma's en rubrieken over levensbeschouwing van de VRT-merken. Op Facebook, Instagram en VRT NU bracht Canvas *Grote vragen*: gesprekken met aandacht voor levensbeschouwing.

Eén raakte geregeld levensbeschouwelijke thema's aan in zijn aanbod, onder meer in *Durf te vragen* (met afleveringen over moslima's en priesters), *Circle of Life* (over grote levensmomenten en rituelen) en *Komen te gaan* (over dood en afscheid). Na overleg met deMens.nu (de koepelvereniging voor vrijzinnig humanisten) programmeerde

Eén *De inzichten*, een reeks van "diepgaande" gesprekken met "inspirerende Vlamingen" die vertelden over hun inzichten in het leven. Daarnaast zond Eén rooms-katholieke, protestantse, orthodoxe, joodse en islamitische erediensten uit.

In *Touché*, *De wereld van Sofie* en *Interne keuken* op Radio 1 kwamen geregeld levensvragen en filosofische kwesties aan bod. *Pompidou* op Klara had regelmatig aandacht voor projecten rond levensbeschouwingen. Maar ook Klara-programma's zoals *Berg & dal*, *Vrijdag* en *De liefhebber* hadden aandacht voor levensbeschouwelijke thema's.

De VRT had op 13 mei en 9 december structureel overleg met de levensbeschouwelijke organisaties. Een VRT-delegatie overlegde daarbij met vertegenwoordigers van de verschillende (in Vlaanderen erkende) levensbeschouwingen. Het overleg gaf de kans om feedback en suggesties vanuit de organisaties op te vangen. De verenigingen kregen in primeur een overzicht van het levensbeschouwelijke aanbod van de VRT, zowel op radio, tv als online. De inspanningen om de communicatielijnen tussen de levensbeschouwelijke organisaties en de diverse redacties bij de VRT te versterken, werden positief geëvalueerd.

⁶⁷

In 2019 een onderdeel van Canvas.be.



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.” (Taalcharter VRT)

Het taalbeleid bij de VRT werd gestuurd en ondersteund door het VRT Taal-team onder leiding van de taalraadsman. VRT Taal waakte over het correcte taalgebruik bij de VRT, gaf taaladvies en stemcoaching, onderhield de taalwebsite en een eigen Facebook-groep, en reikte taalhulpmiddelen aan medewerkers en taalgebruikers aan. Op internet, radio en televisie speelt de VRT een voortrekkersrol in het gebruiken en verspreiden van een toegankelijke standaardtaal, met name in haar informatieve programma's.

Taalhulpmiddelen

- Vrttaal.net bevatte informatie over het gebruik van de Nederlandse taal voor alle taalgebruikers. VRT Taal deed in 2019 inspanningen opdat de website voor iedereen toegankelijk zou zijn, ook voor mensen met een visuele beperking. Voor slechthorenden werd nieuw videomateriaal zo veel mogelijk ondertiteld. Drie columnisten schreven maandelijks bijdragen voor de site.
- De Facebook-groep VRT Taal bundelde antwoorden op vragen, opmerkingen en weetjes over de Nederlandse taal.
- De Taalmail, een nieuwsbrief voor taalgebruikers, ging naar ongeveer 20.000 lezers.
- De VRT en KU Leuven werkten verder samen aan de *Schrijfassistent*⁶⁸. Dat is een website waarop taalgebruikers een tekst taalkundig en grammaticaal kunnen laten analyseren en schrijf- en taaltips krijgen, onder

meer op basis van de taaldatabanken⁶⁹ van de VRT. Er werd daarnaast een bètaversie ontwikkeld voor niet-moedertaalsprekers.⁷⁰

Taaldag

VRT Taal organiseerde voor de elfde keer een taalevenement (op 10 oktober): Taaldag 11. Het centrale thema was laaggeletterdheid en toegankelijkheid, met allerhande voordrachten en getuigenissen. Op het taalevenement werd voor de achtste keer de Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media uitgereikt. In 2019 ging de prijs van de vakjury naar Radio 2-journaliste Charlotte Crul en de publieksprijs naar VTM-nieuwsanker Stef Wauters.

Samenwerking

- Voor *Taaldag 11* werkte VRT Taal samen met het Vlaams-Nederlandse huis deBuren en het Nederlandse Genootschap Onze Taal.
- VRT Taal steunde de Vlaamse PhD Cup, een initiatief van Scriptie vzw. In de PhD Cup moesten jonge doctors hun proefschrift in drie minuten samenvatten voor een lekenpubliek. VRT Taal bood de finalisten een media- en communicatietraining aan.
- Het taalteam van de VRT was betrokken bij het VRT Sandbox-project met Winston Analytics. Dat bedrijf had een toepassing ontwikkeld die het stemgebruik van een spreker kan analyseren en er automatisch feedback en tips over geven.
- VRT Taal gaf workshops rond taal tijdens de Media-labs: evenementen in de vijf provincies in het kader van het project VRT NXT waarbij 16- tot 23-jarigen hun mediavaardigheden konden ontdekken en ontwikkelen.

⁶⁸ Schrijfassistent.be

⁶⁹ 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).

⁷⁰ NL2.schrijfassistent.be

MUZIEKBELEID

De VRT kwam met een gevarieerd aanbod tegemoet aan de muziekbehoeften van de diverse doelgroepen. Tegelijk gidste zij haar mediagebruikers naar muziekgenres en artiesten die ze nog niet kenden. De publieke omroep ondersteunde lokale artiesten en muziekgroepen. De VRT bracht muziek van Vlaams muziktalent in haar programma's, organiseerde en promoveerde muziekoptredens, capteerde concerten en zond ze uit. De omroep werkte daarvoor nauw samen met de Vlaamse muzieksector en ondersteunde zo de Vlaamse muziekproductie.

Muzikale diversiteit

Het muziekaanbod van de VRT is gestoeld op een aantal onderscheidende principes. Diversiteit in het aanbod is er daar een van. De openbare omroep wil het publiek laten kennismaken met (nieuwe) muziek en/of belangrijke ontwikkelingen binnen diverse relevante muziekgenres.

Om de diversiteit van het muziekaanbod te garanderen en het hele muzikale spectrum te bestrijken, hebben de verschillende radionetten van de VRT en hun digitale extensies allemaal een eigen muziekprofiel. Voor sommige aanbodsmerken is dat breed en generiek, voor andere meer specifiek. Elk merk focust op zijn eigen muziekgenres:

- Radio 1: hedendaagse pop & rock met aandacht voor Vlaamse producties, folk, blues, jazz en wereldmuziek
- Radio 2: popklassiekers, crooners en evergreens, Vlaamse populaire muziek, disco en funk
- MNM: hedendaagse pop, populaire dansmuziek (EDM, vocal house) en urban (populaire hiphop, r&b en soul)
- Studio Brussel: alternatieve dansmuziek (drum-'n-bass,

techno, electro, dubstep, e.a.), alternatieve gitaarmuziek (indie, metal, hardcore, e.a.) en alternatieve urban (hiphop, trap, ragga, reggae, e.a.)

- Klara: klassiek, hedendaags klassiek, opera, traditionele jazz, wereldmuziek, folk en filmmuziek

De VRT hanteert in haar muziekaanbod een driesporenbeleid:

- Spoor 1: Verschillende muziekgenres worden door elkaar geprogrammeerd in generalistische programma's (inclusieve muzieksamenstelling). Zo kan een breed publiek kennismaken met verschillende genres.
- Spoor 2: In generalistische programma's kan redactionele aandacht worden besteed aan de muzikale actualiteit, bijvoorbeeld de lancering van een nieuwe cd/ep of de aankondiging van een concert.
- Spoor 3: En in gespecialiseerde programma's wordt dieper ingezoomd op bepaalde muziekgenres, thema's of gebeurtenissen.

De VRT-radionetten spelen een belangrijke rol voor de diversiteit van het muziekaanbod in Vlaanderen. Dat blijkt uit een studie van de VRT-Studiedienst.⁷¹ Zo zouden in 2019 zonder de VRT 23.161 muzieknummers (69,0%) en 9.352 artiesten (67,3%) niet gedraaid zijn in Vlaanderen. Onder meer Brihang, Intergalactic Lovers, Zwangere Guy en Axl Peleman waren in 2019 alleen bij de VRT te beluisteren. Radio 1 was op muzikaal vlak het meest diverse radionet met 9.018 unieke nummers⁷² en 2.839 unieke artiesten. 4.948 nummers en 2.484 artiesten waren alleen bij Studio Brussel te horen, 3.851 nummers en 1.154 artiesten alleen op Radio 2 en 1.354 nummers en 910 artiesten alleen bij MNM.



De VRT onderscheidt zich met een grote diversiteit in haar muziekaanbod.

⁷¹

Muziek op Vlaamse radio (2019), 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).

⁷²

Uniek in die zin dat ze alleen op dat radionet te horen waren.

Vlaams en Nederlandstalig muzikaanbod

De VRT biedt Vlaamse en Nederlandstalige muziek een prominente plaats in haar aanbod. In de Beheersovereenkomst 2016-2020 werd vastgelegd dat 25% van de totale muziektijd op alle VRT-radionetten samen moet bestaan uit Vlaamse muziekproducties. In 2019 werd die norm gehaald met 25,1% (ten opzichte van 26,2% in 2018).

Vooraf Radio 2 en Radio 1 brachten Nederlandstalige muziek. In 2019 was 30,3% van de muziek op Radio 2 Nederlandstalig (ten opzichte van 30,3% in 2018) (norm: 30%) en op Radio 1 was dat 15,7% (ten opzichte van 16,1% in 2018) (norm: 15%). Bij Radio 2 waren de drie meest gedraaide artiesten of groepen Vlamingen (Clouseau, Niels Destadsbader en Raymond van het Groenewoud) en bij Radio 1 twee van de drie (Ertebrekers en De Mens).

Radio 2 bracht voor
30,3%
Nederlandstalige
muziek



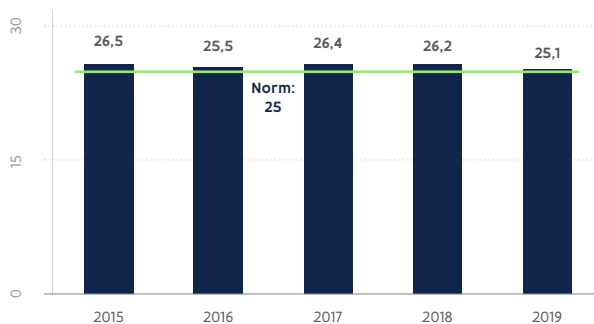
EVOLUTIE 2016-2019

De VRT behaalde in de periode 2016-2019 elk jaar de in de beheersovereenkomst vastgelegde norm van 25% wat betreft het aandeel van Vlaamse muziekproducties in het totale muzikaanbod. Ook de norm voor de Nederlandstalige muziekproducties op Radio 1 en Radio 2 (respectievelijk 15% en 30%) werd telkens behaald. Voor beide performantiestaven waren er in de loop der jaren kleine fluctuaties, maar op langere termijn was sprake van een grote consistentie. Daarnaast namen de verschillende aanbodsmerken allerhande initiatieven ter promotie en ondersteuning van de Vlaamse muzieksector, zoals *De nieuwe lichtung* (Studio Brussel), *MNM Rising Star*, *Zomerhit* (Radio 2 en Eén), *De MIA's*, *De Klard's*, *De Tunnel-sessies* (Studio Brussel), de *Radio 1-sessies*, e.d.m.

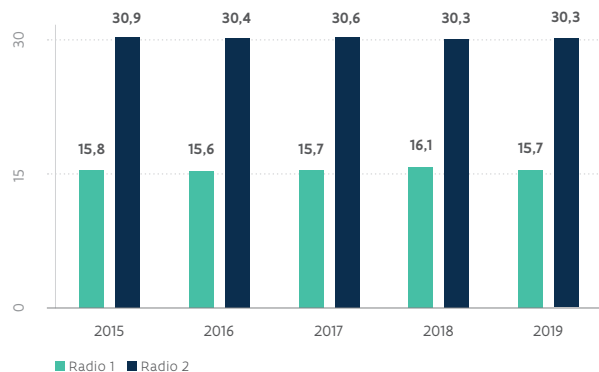


Arno Hintjens op Radio 1 sessie 'Arno 70' in Openluchttheater Rivierenhof.

Aandeel Vlaamse muziekproducties op VRT-radio (2015-2019) (in %)



Aandeel Nederlandstalige muziekproducties op Radio 1 en Radio 2 (2015-2019) (in %)



Bij de verschillende aanbodsmerken kwam Vlaamse en Nederlandstalige muziek aan bod in de programma's. Zij organiseerden of ondersteunden ook allerlei concerten, muziekspecials en acties. Enkele voorbeelden:

- Bij Radio 1 ging veel aandacht naar Vlaamse muziekverhalen in *Belpop*. In december werd de *Belpop 100* live uitgezonden vanuit Hasselt. Samen met regionale Nederlandse omroepen in Zeeland, Brabant en Limburg organiseerde Radio 1 voor de vierde keer *De lage landenlijst*. De finale werd rechtstreeks uitgezonden vanuit Kinrooi. Radio 1 bracht hulde aan Arno (70 jaar) en Triggerfinger (20 jaar) met muzikale sessies in het Rivierenhof in Deurne en in het Depot in Leuven. Luc De Vos (5 jaar eerder overleden) werd geëerd in de Vooruit. In de eigen Marconi-studio organiseerde Radio 1 muzikale sessies met Geike, Ertebrekers en Brihang. Beginnende artiesten kregen een podium in de Toots-studio.
- Van alle VRT-netten focuste Radio 2 het meest op Vlaamse en Nederlandstalige muziek. In de loop van het jaar kwamen Vlaamse artiesten 170 keer langs in een programma van Radio 2 om een nummer live te brengen, zoals in *De madammen*, *De zoete inval* en *De weekwatchers*. Het publiek kon op locatie genieten van grote muziek evenementen als *De eregalerij* (in Oostende), *Zomerhit* (in Blankenberge) of *De Vlaamse 100* (in Brussel op de Vlaamse feestdag). Radio 2 organiseerde een "special" van het croonerprogramma *The ratpack*, waarin artiesten zoals Sofie, Udo en Bent Van Looy live musiceerden. Radio 2 ondersteunde de ontsluiting van het Vlaamse muzikale erfgoed door samen met Sabam en Kunstenpunt verder te werken aan Vivavlaanderen.be, het online-archief over Vlaamse muziek en artiesten.
- Klara verzorgde live-uitzendingen en concertopnames, vaak met Vlaamse ensembles en orkesten, en in samenwerking met de Vlaamse muzieksector en de grote concerthuizen, zoals deSingel, Flagey en Concertgebouw Brugge. Klara zond de *Klara Top 100* voor het eerst live uit (vanuit Hasselt) en organiseerde verbredende evenementen over klassieke muziek, zoals *Klara in deSingel* in Antwerpen en *Iedereen klassiek* in Brugge. Bij die gelegenheid werden de Klara's (Klara-muziekprijzen) uitgereikt. Annelies Van Parys won de Klara voor Muziekpersoonlijkheid (en ook de Klara voor de Beste Componist). Jerry Aerts kreeg de Klara Carrièreprijs.
- MNM organiseerde wedstrijden voor jong Vlaams muzikalent, zoals *MNM Rising Star* (gewonnen door Chapter Two) en *Start to DJ* (gewonnen door Manuals). Vlaamse artiesten kregen promotiekansen in programma's zoals *Planeet De Cock*, *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*, *Big Hits*, *UrbaNice* en *MNM Party*. Tijdens de acties *De strafste school* en *Marathonradio* speelden allerlei Vlaamse artiesten miniconcerten, o.a. Bazart en #LikeMe.
- Studio Brussel besteedde aandacht aan de Vlaamse muziekproductie, onder meer in het programma *Eigen kweek*. Voor de achtste editie van de muziekwedstrijd *De nieuwe lichting* schreven bijna 1.000 jonge muzikanten en muziekgroepen zich in. De negen finalisten kregen dankzij de wedstrijd promotie en de drie winnaars (Mooneye, David Ngyah en Tessa Dixson) mochten aan de slag in een professionele opnamestudio. Studio Brussel zond live uit vanop de Vlaamse festivals (zoals Rock Werchter, Tomorrowland en Pukkelpop) en promoveerde diverse andere (zoals Lokerse Feesten en Rock Zottegem). *De Studio Brussel Showcases* werden opgenomen op bijzondere locaties, onder meer het Atomium (Zwangere Guy) en technoclub Fuse (Balthazar). Daarnaast hield Studio Brussel concertopnames in onder andere AB (zoals van The Van Jets), tijdens *De warmste week* (o.a. Whispering Sons en Het Zesde Metaal) en in de eigen The Tunnel (o.a. Charlotte Adigéry en Amelie Lens). Studio Brussel was partner van Poppunt bij de plaatselijke concertcircuits Lokale helden en Sound Track.



- Eén had aandacht voor muziek van eigen bodem in de reeks *Merci voor de muziek*, waarin muzikanten gewone Vlamingen op bijzondere momenten verrasten met de kracht van muziek. Daarnaast kwam Vlaamse en Nederlandstalige muziek aan bod in verschillende programma's, zoals *De zevende dag* en *Vandaag*, en tijdens concerten en evenementen zoals de *MIA's*, *Zomerhit*, *Vlaanderen feest!*, *Night of the Proms* en *Bart Peeters Deluxe*. *Urbanus 70* bood een terugblik op de carrière van de artiest.
- Canvas blikte in een nieuwe reeks van *Belpop* terug op de carrière van De Mens, Guido Belcanto, Joost Zweegers en Bart Peeters, en op 40 jaar AB. *Dag Meneer De Wilde* bracht hulde aan Jan De Wilde, naar aanleiding van diens 75ste verjaardag. Vlaamse artiesten kwamen aan bod in programma's zoals *Alleen Elvis blijft bestaan* (Daan) en *Winteruur* (o.a. met Selah Sue en Jan Paternoster). Canvas bracht uitgebreid verslag uit van de Koningin Elisabethwedstrijd voor viool en van Rock Werchter.
- Ketnet blies Nederlandstalige klassiekers nieuw leven in met de muzikale serie *#LikeMe*. Elke aflevering bevatte een eigentijdse versie van een of meer Nederlandstalige klassiekers. Zo maakten kinderen kennis met succesvolle muzieknummers uit de tijd dat hun (groot)ouders zelf

jong waren. Ook in de tweede reeks van de Vlaamse fictieserie *Campus 12* speelde muziek een belangrijke rol. Ketnet bood jonge musicaltalenten een podium met de opvoeringen van de vijfde editie van *Ketnet Musical: Troep* en met de selectie en begeleiding van acteurs voor de zesde *Ketnet Musical: Knock Out*. Nog meer Vlaamse muziek was er in de zondagochtendshow *Ketnet King Size*, de *Ketnet Zomertour*, *Het gala van de Gouden K's* en *Ketnet Winterbreak*.

De VRT-aanbodsmerken vierden het Feest van de Vlaamse Gemeenschap met veel muziek van eigen bodem in de reguliere programma's, in speciale gelegenheidsprogramma's en op evenementen. Radio 2 zond *De Vlaamse 100* rechtstreeks uit vanop de Grote Markt in Brussel, met optredens van Yevgueni, Bart Herman en Willy Somers. Aansluitend was er een concert van Will Tura in AB en als afsluiter speelde de VRT Big Band op de Grote Markt. Eén en Radio 2 zonden het concert *Vlaanderen Feest!* op de Grote Markt in Antwerpen live uit, met optredens van allerlei Vlaamse muzikanten. Voor de kinderen traden op de Antwerpse Groenplaats *#LikeMe* en de KetnetBand op. Radio 1 wijdde op 11 juli een aflevering van *De zomer van* aan Vlaamse muziek. Bij Klara kwamen die dag veel Vlaamse componisten en uitvoerders aan bod.

“Lokaal muzikalent ondersteunen is heel belangrijk.”



Korneel De Clercq

Radiopresentator Radio 1

Radio is altijd mijn favoriete medium geweest. Dat heeft veel te maken met mijn gigantische liefde voor muziek. Ik luisterde vroeger zelf veel naar de Studio Brussel-programma's *Select* en *Duyster*, het toenmalige radioprogramma van mijn huidige collega Ayco Duyster. Het was een droom om ooit zelf zulke programma's te maken. En dat is wat ik nu op Radio 1 mag doen.

Ik presenteer *Wonderland*, een drie uur durend muziekprogramma. Het leuke eraan is dat ik iets kan opbouwen. Om 20 uur, aan het begin van de avond, zijn de mensen nog druk bezig. Dan geef ik veel informatie mee en draai ik energiekere platen. Naarmate de avond vordert, probeer ik de mensen zachtjes in slaap te wiegen en begin ik ook trager te spreken. Ik bied een warm deken aan om de nacht in te gaan. Ik merk ook dat het werkt. Mijn ex-collega Luc Janssen vertelde me dat hij met zijn vrouw in bed vaak naar mij luistert. Dat is een heel gek idee, heel intiem eigenlijk (*lacht*).

Het leuke aan *Wonderland* is dat ik heel breed kan gaan qua muziek. Ik speel zowel Zwangere Guy als hele zachte pianomuziek. Bij de selectie houd ik altijd mijn vader in mijn achterhoofd. Als ik een nummer wil draaien en denk dat hij de radio zou uitzetten, dan speel ik het niet.

Waar je *Wonderland* nooit op zal betrappen, is een uur zonder muziek uit eigen land. Ik vind dat we hier ongelofelijk straffe artiesten hebben en dat we lokaal talent moeten ondersteunen. Ik denk bijvoorbeeld spontaan aan Willem Ardui van Blackwave. *Wonderland* was het eerste programma dat hem heeft opgepikt, met een solo Nederlandstalig plaatje. Ook Jan Verstraeten nodigden we als eerste uit. Hij speelde toen een cover van Destiny's Child, die later op andere zenders te horen was.

Als radiomakers kunnen we volgens mij overleven in het huidige muziklandschap als we het menselijke aspect in onze programma's behouden. Dat betekent dat je luisteraars het gevoel moeten hebben dat de presentator echt en nabij is en speciaal voor jou muziek heeft uitgekozen, in plaats van een algoritme zijn werk te laten doen. Wanneer streamingdiensten of commerciële media muziek naar voor duwen, zit daar vaak een andere agenda achter. Terwijl ook dingen die commercieel gezien niet werken, heel erg waardevol zijn.

2.3 EDUCATIE

Als openbare omroep heeft de VRT een brede educatieve rol voor alle generaties mediagebruikers. De VRT informeert haar publiek over maatschappelijke onderwerpen. Thema's zoals wetenschappen, techniek, geschiedenis, natuur, geneeskunde, ondernemerschap, mobiliteit en voeding komen aan bod in verschillende programma's.

Het stimuleren van actief burgerschap en wetenschapseducatie zijn daarbij actiepunten. Kinderen en jongeren in het bijzonder krijgen extra aandacht op educatief vlak. De VRT ondersteunt hen in hun maatschappelijke en persoonlijke ontwikkeling, onder andere door samen te werken met het onderwijs.



Filip Lardon

Ook wij wetenschappers en academici hebben @VRT broodnodig. Voor een goede wetenschapscommunicatie en als klankbord in de 'tal-rijke' duidingsprogramma's. Belangrijke partner voor de Vlaamse #universiteiten, #hogescholen en andere kennisinstellingen.

**De Prijs van de
Vlaamse Minister voor
Wetenschapsbeleid voor
wetenschapspopularisering
voor De Universiteit
van Vlaanderen.**

AANBOD

Educatie kwam in 2019 op verschillende manieren aan bod bij de aanbodsmerken. Enkele voorbeelden:

- Op Eén konden kijkers iets bijleren van verschillende programma's. Nieuwsverhalen en "weetjes" werden getest in *Factcheckers*. In *Durf te vragen* werd open gepraat over gevoelige thema's, zoals leven met dwerggroei, een verslaving of een handicap. *De zomer van 69* bood een historisch overzicht van het jaar 1969. *Is er een dokter in de zaal?* beantwoordde medische vragen. Verder waren er nieuwe seizoenen van *Spoed 24/7* (over de gebeurtenissen op een spoedafdeling van een ziekenhuis) en *Animalitis* (over Belgische dierenexperts in binnen- en buitenland).
- Ketnet begeleidt kinderen in elke fase van hun ontwikkeling en heeft daarvoor een educatief aanbod op maat. Het merk bracht nieuwe afleveringen van *Tik Tak* waarin peuters en kleuters kunnen kennismaken met kleuren, vormen en beweging. Voor de oudere kinderen bood Ketnet *De dokter Bea show*, een programma over relationele en seksuele vorming. In het tweede seizoen van het programma kwamen thema's zoals menstruatie, soa's en gender aan bod. In *Dierendetectives* gingen kinderen proefwetenschappelijk onderzoeken waartoe dieren in staat zijn. Daarnaast waren programma's zoals *Biba & Louba* (over beweging), *Later als ik groot ben* (over beroepen en ondernemerschap), *Goed gezien* (over uitvindingen uit ontwikkelingslanden) en *Superbrein* (spelprogramma over wetenschap en techniek) te zien op het televisiekanaal van Ketnet.
- Op Canvas kregen de kijkers de kans inzicht te verwerven in maatschappelijke thema's, geschiedenis en wetenschappen. In *Kinderen van het verzet* getuigden kinderen van verzetslieden over hoe zij de Tweede Wereldoorlog en de nasleep ervan hebben ervaren. Naar aanleiding van de 15de verjaardag van Facebook gaf de reeks *Facebook en ik* inzicht in de impact van Facebook op ons dagelijks leven. *Wissel van de macht* keek naar "kantelmomenten" in de Belgische politiek van de voorbije decennia. *De slapelozen* gaf een forum aan personen die slecht slapen en bood wetenschappelijke achtergrond over slapeloosheid.
- Bij Radio 1 kwam educatie naar boven in programma's zoals *Nieuwe feiten*, *De wereld van Sofie* en *Bij Debecker*, met onderwerpen zoals welzijn, gezondheid, zorg, klimaat en milieu. Radio 1 was partner van de Vlaamse PhD Cup: jonge onderzoekers uit de wedstrijd kregen zo aandacht in diverse programma's van Radio 1. De samenwerking met De Universiteit van Vlaanderen werd voortgezet. Zo werden andere de video's van de colleges van de professoren op Radio1.be gedeeld en aangevuld met een artikel.
- Op Radio 2 kregen maatschappelijke onderwerpen aandacht, aangepast aan de brede doelgroep. Zo werd wetenschappelijke toelichting gegeven bij consumentenvragen in *De inspecteur* (bijvoorbeeld over de werking van rookmelders en de impact van onkruidverdelgers op de natuur en de mens). *De madammen* sneed maatschappelijke onderwerpen aan over gezondheid, opvoeding en seksualiteit. In *Spits* kwamen thema's zoals milieu, klimaat en mobiliteit aan bod. *De weekwatchers* had wekelijks bijdrages over wetenschappelijk nieuws en fauna & flora.
- Klara bood de podcast *De Bourgondiërs*, een reeks waarin de schrijver Bart Van Loo inzicht gaf in gebeurtenissen in de middeleeuwen. Tijdens De maand van de filosofie gingen filosofen Jean Paul Van Bedegem en Ignaas Devisch in *Dooddoeners* op zoek naar de betekenis van zogenaamde "dooddoeners" zoals "als we maar gezond zijn" en "ik ben geen racist, maar...". De podcast *Berlijn – Het verhaal van de muur* stond stil bij de 30ste

verjaardag van de val van de Berlijnse Muur.

- Bij Studio Brussel ging aandacht naar diverse maatschappelijke thema's. Seksualiteit werd bijvoorbeeld bespreekbaar gemaakt in *Flowjob*. In de online-video's van *Linde vlogt* en *Eva ontmoet* werden regelmatig onderwerpen als armoede of mentale gezondheid in beeld gebracht. Ondernemerschap bij studenten werd gestimuleerd tijdens de themaweek *Start me up fest* met live-uitzendingen in Hasselt, Antwerpen, Leuven, Gent en Brugge.
- MNM betreft jongeren bij diverse maatschappelijke thema's en actualiteit. Thema's die in 2019 bij MNM aan bod kwamen waren onder andere studeren in de toekomst, technologie, zichtbaarheid in het verkeer, werken in de bouwsector en stedelijke cultuur. Tijdens *De verkeersweken* werd ingezoomd op jongeren in het verkeer en drank- en druggebruik. *Generation M* maakte een reeks over seksuele beleving vertrekkende vanuit vragen van jongeren. Studenten stonden centraal in *Marathonradio*, dat jonge scholieren en studenten ondersteunde in hun studies. Tijdens de tweede editie van het evenement *Let's get digital* konden jongeren kennismaken met digitale mediatoepassingen. MNM ontdekte nieuwe talenten via de *Talentendagen* en *Student Late Night* (met studenten van zes Vlaamse hogescholen die zes weken een masterclass kregen bij MNM).
- VRT NWS en Sporza vervulden hun educatieve rol onder andere door duiding te brengen bij de actualiteit. VRT NWS probeerde Vlamingen bewust om te leren gaan met informatiebronnen en hen te informeren over de mechanismen achter desinformatie. Projecten als KLAAR en EDUbox (zie p. 68) werden in 2019 voortgezet.



EVOLUTIE 2016-2019

De VRT behaalde de norm voor het aantal documentaires in coproductie gedurende de periode 2016-2019 ieder jaar. De daling in het aantal documentaires (in 2019 ten opzichte van 2018) is te wijten aan het feit dat in 2019 twee documentaire reeksen werden uitgezonden, in vergelijking met drie in 2018. Dat is geen bewuste keuze geweest. Het productieproces bij gecoproduceerde documentairereeksen is doorgaans langer dan van reguliere producties. Daardoor is de uitzending afhankelijk van het moment waarop de reeksen klaar zijn voor de uitzending. Zo komt het dat de VRT de aantallen wat documentairereeksen betreft niet altijd in de hand heeft.

Aantal documentaires in coproductie

Norm	2016	2017	2018	2019
15	21	23	21	16



Alexander Klöpping

De Universiteit van Nederland (die @blankesteijn en ik oprichtten) is na ons hard gegroeid. Heeft inmiddels n Vlaams zusje & over dat initiatief zegt de wetenschapsminister: het "belichaamt helemaal waar we met het wetenschapsbeleid naartoe willen"



OVERLEG

De VRT had in 2019 regelmatig overleg met allerlei organisaties over de manier hoe sommige maatschappelijke thema's aan bod konden komen in het aanbod. Enkele voorbeelden:

- Voor acties als de *Move tegen pesten* en de *Pet op tegen kanker* werkte Ketnet samen met respectievelijk vzw Kies Kleur Tegen Pesten en vzw Kom op tegen Kanker. Samen met Bednet organiseerde Ketnet opnieuw de *Nationale Pyjamadag*, een dag waarop kinderen in pyjama naar school kwamen om zo zieke kinderen een hart onder de riem te steken. Verschillende organisaties werkten mee aan verschillende programma's zoals *De dokter Bea show* (Sensoa en Awel) en *De schaal van M* (Mediawijs en Medianest).
- Eén overlegde met Kom op tegen Kanker, de Federale politie en 112 (voor *De noodcentrale*), Politie Antwerpen (voor *Politie 24/7*), Teleonthaal (voor de doorverwijzing bij programma's met moeilijke thema's) en het onderwijs (voor *Durf te vragen*). *Thuis* werkte inhoudelijk samen met het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie (over vertrouwenspersonen voor personen met suïcidale gedachten) en Infrabel (over spoorlopen).
- Canvas werkte voor het programma *Kinderen van het verzet* samen met Cegesoma (studie- en documentatiecentrum Oorlog en Hedendaagse Maatschappij) en UGent. Voor *Hanne Danst* werd samengewerkt met Ballet Vlaanderen, Koninklijke Balletschool Antwerpen, Dansstudio Arabesque, Les Ballets de Monte Carlo, Concertgebouw Brugge en deSingel. *Weg van het meesterwerk* kwam in samenwerking met Toerisme Vlaanderen tot stand.
- In het kader van het programma/project *Fifty-fifty* organiseerde Radio 1 in samenwerking met VDAB "meeloopstages" bij verschillende bedrijven voor vijftigplussers.
- Radio 2 werkte voor *De inspecteur* onder andere samen met Technopolis en Febelfin (rond contactloos betalen). In *De madammen* werd onder andere samengewerkt met het Vlaams Instituut voor Biotechnologie (voor de Biotechdag), de Boekenbeurs in Antwerpen (voor een live-uitzending), Herita vzw (voor Open Monumentendag Vlaanderen) en met Unizo (voor De dag van de ondernemer).
- MNM had overleg met partners die actief zijn in de leefwereld van jongeren, zoals verkeersorganisaties (voor *De verkeersweken*), Ga voor Geluk (voor de actie *Warme William*) en Sport Vlaanderen (voor *De coolste sportclub*). Het merk sloeg een brug tussen werkgevers en werkzoekenden en gaf schoolverlaters tips om aan een job te geraken via *Spread the work*. Met de steun van VDAB gaf MNM jongeren tips over werken (onder andere over het verbeteren van collegialiteit). Met de Bouwunie zette MNM een actie op om beroepen in de bouwsector en knelpuntjobs extra te belichten.
- Onder de noemer *Plastic Nerveux* werd bij Studio Brussel de problematiek van plastic afval besproken, in samenwerking met de Clean Beach Cup. Het programma *Flowjob* over seksbeleving werkte samen met WAT WAT, een organisatie die jongeren in hun identiteitsontwikkeling ondersteunt.

De VRT overlegde regelmatig met het VAF en de documentaire sector. Gestructureerd overleg was er op 28 februari, 1 maart, tijdens Day of the Doc op Docville op 4 april en 5 september. Daarnaast sprak de VRT met het VAF tijdens Day of the Doc op Docville op 4 april en op 3 juli.

Op 20 november organiseerde de VRT Expeditie Onderwijs. Ongeveer 200 leerkrachten en leerkrachten-in-opleiding kregen op de VRT de kans om verschillende workshops te volgen over de educatieve rol van de openbare omroep. Het evenement bood sessies over bijvoorbeeld de educatieve waarde van het programma *Thuis*, de multimediale beleving van Ketnet en KLAAR.

MEDIA- EN DIGITALE WIJSHEID

De VRT vindt het belangrijk om de mediagebruikers te ondersteunen in hun mediagebruik wat betreft de toegang tot media, de vaardigheden om media te gebruiken en het kritisch begrip van media. De openbare omroep is een gids naar betrouwbare bronnen. Hij helpt burgers om de mogelijkheden van digitale media te benutten en er kritisch mee om te gaan.

Speciale aandacht werd geschonken aan projecten die zich richten op specifieke doelgroepen als kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen. De VRT werkte voor projecten rond mediawijsheid regelmatig samen met verschillende partners. Enkele voorbeelden van programma's en projecten:

- In samenwerking met Mediawijs ontwikkelde Ketnet een nieuwe editie van *De schaal van M* waarbij kinderen van 10 tot 12 jaar bewust werden gemaakt van internetvaardigheden.
- Aan de hand van webisodes (= online afleveringen) van de Ketnet-serie *4eVeR* (en bijhorende online quizzes en spelletjes) werkten kinderen (uit meer dan 1.000 klassen) een week lang rond (digitale) mediawijsheid.
- Ketnet werkte samen met Mediawijs voor *Karrewiet* (het kinderjournaal van Ketnet) en *@Elindo* (een programma waarin kinderen antwoorden op vragen kregen over het internet aan de hand van concrete getuigenissen en voorbeelden).
- Tijdens het evenement *Let's get digital* (een samenwerking met imec, UAntwerpen en Stad Antwerpen) liet MNM jongeren kennismaken met alle mogelijkheden

van de digitale wereld. MNM bracht een live-uitzending over thema's zoals technologische (r)evolutie, programmeren, muziek- en digitale programmatie.

- In *Generation M* kwamen verschillende onderwerpen over mediawijsheid aan bod, zoals de impact van influencers en sociale media. Het publiek kon ook video's delen over die thema's via de website en de Facebookpagina van MNM.
- Mediawijsheid kwam ook in het aanbod van andere aanbodsmerken aan bod, zoals in *De wereld van Sofie* (Radio 1) en *De inspecteur* (Radio 2).

De VRT werkte daarnaast ook samen met partners zoals Het Archief voor Onderwijs. Die organisaties staan in contact met leerkrachten en geven de omroep advies over de werking en aanpak rond mediawijsheid.

De VRT leert Vlamingen kritisch omgaan met (digitale) informatie.



Let's get digital, een MNM-evenement over digitale mogelijkheden

KLAAR EN EDUBOX

- KLAAR, een project van VRT NWS, legt aan de hand van audiovisueel lesmateriaal gebeurtenissen uit de actualiteit en de leefwereld van jongeren uit. De onderwerpen die aan bod kwamen worden in korte video's twee keer per week toegelicht door experts. Die video's kunnen leerkrachten vervolgens gebruiken in hun lessen, bijvoorbeeld bij een klasgesprek. De video's worden aangeboden op de platformen Smartschool en Het Archief voor Onderwijs.
- EDUbox is een samenwerking van VRT NWS met Mediawijs en imec. Met de box leren studenten uit het secundair en hoger onderwijs op een innovatieve manier bij over maatschappelijke thema's. Het bestaat uit een fysieke doos met werkfiches, aangevuld met audiovisuele content op platformen zoals YouTube, Pinterest, Facebook en het speciaal ontwikkelde platform Medium. De EDUboxen worden verstuurd op vraag van de lectoren en zijn (op een box na) gratis⁷³.

In 2019 lanceerde de VRT drie EDUboxen: (a) De eerste over politiek en democratie werd gelanceerd naar aanloop van de regionale, federale en Europese verkiezingen in mei 2019. De box laat studenten op een toegankelijke manier kennismaken met het politieke

systeem in België en de democratie. (b) De EDUbox over nepnieuws besteedde aandacht aan de definitie van fake news, de verschillende soorten ervan en het doel van valse nieuwsberichten. (c) De derde EDUbox focuste op artificiële intelligentie (AI). Leerlingen maakten kennis met AI en wat de mogelijkheden en gevaren ervan zijn.

648 exemplaren van de EDUbox over democratie werden verspreid, 1.250 exemplaren van de box over nepnieuws en 810 exemplaren van de box over AI. Naast de fysieke boxen die worden opgestuurd, biedt de VRT ook een downloadbare versie aan. Per box kan een groep van 20 à 25 studenten worden bediend. Thematisch zijn de boxen afgestemd op het leerplan.

De kanalen van de VRT en VRT NWS maakten promotie voor EDUbox. Per box werkt de VRT samen met een aantal partners die ook zelf een educatief aanbod hebben en een groot netwerk aan lesgevers. De lancering van een box wordt gekoppeld aan een evenement voor leerkrachten waarbij VRT-experten lezingen of workshops geven. De EDUbox Democratie werd bijvoorbeeld gelanceerd op de lerarendag van het Vlaams Parlement en de EDUbox AI werd voorgesteld op de SETT-beurs.



ARCHIEFBELEID

Digitalisering en annotering historisch archief

Sinds 2014 werkt de VRT samen met meemoo (voorheen VIAA genoemd) voor de digitalisering en ontsluiting van haar archief.

In 2019 werd de digitalisering van de kwartduimaudiobanden afgerond: 10.000 banden werden omgezet naar een digitaal bestand. Eind 2019 was zo de volledige collectie van 90.000 audiobanden gedigitaliseerd. Meer dan 4.800 kanten van 78-toeren-lak- en schellakplaten van de VRT werden gedigitaliseerd. Deze collectie bevat interviews, reportages en muziekopnames. Om dat gedigitaliseerd audiomateriaal bruikbaar te maken voor ontsluiting, werden meer dan 20.000 items (zowel gesproken woord als muziek) manueel van de nodige annotatie voorzien zodat ze teruggevonden kunnen worden.

Ongeveer 8.000 videobanden werden naar een bestand omgezet.

Daarnaast heeft het VRT-archief zelf 288 pelliculefilms gedigitaliseerd en op die manier bruikbaar gemaakt.

Om het audiovisuele archief nog beter te ontsluiten

zette de VRT ook in op het digitaal ter beschikking stellen van de oude metadata op papier. In de verschillende trajecten werd van ongeveer 50.000 items in het archief (video en audio) de papieren metadata gedigitaliseerd.

Het Archief voor Onderwijs

De VRT bleef materiaal aanleveren voor de meemoo-website 'Het Archief voor Onderwijs' (Onderwijs.hetarchief.be). In 2019 stelde de omroep meer dan 1.600 nieuwe items voor dit platform ter beschikking. In totaal waren eind 2019 bijna 20.000 archiefitems (video en audio) raadpleegbaar in de Vlaamse klassen.

Het Archief

Het Archief is een website van meemoo (Hetarchief.be) waarop gebruikers metadata van archiefobjecten kunnen terugvinden. Het VRT-archief stelt op Het Archief de metadata van 900.000 items ter beschikking. Gebruikers weten op die manier welke fragmenten bestaan en waar ze die precies kunnen terugvinden.



Opbouw nieuw archiefmateriaal

In 2019 groeide het aantal audio- of video-items in het VRT-archief met 145.000 nieuwe items. Die items werden geannoteerd en digitaal opgeslagen, zodat ze gemakkelijk terug te vinden zijn. Voor de radio- en televisiekanalen heeft de VRT vaste workflows om nieuw materiaal direct te archiveren.

In 2019 werd een archiefproject opgestart om de VRT-content op de websites, sociale media en apps bij te houden. De VRT streeft ernaar om oude versies van VRT-websites en andere online media te bewaren.

Archief-gebruik in het aanbod

Het VRT-archief werd in 2019 nog dagelijks gebruikt in het aanbod. Dat gebeurde in Het journaal (Eén) en specifieke archiefprogramma's zoals *Van algemeen nut* (Eén) en *Oma & oma* (Ketnet). Maar ook andere programma's (zoals *Blokken* (Eén), *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas), *De kleedkamer* (Canvas), *Belgasport* (Canvas), *Wissel van de macht* (Canvas), *De Pré Historie* (Radio 2) en *De kinderen van het verzet* (Canvas)) maakten regelmatig gebruik van archiefmateriaal.

VRT-televisie zendt regelmatig programma's uit het VRT-archief opnieuw uit. Zo werden in de zomermaanden van 2019 de reeksen *Los zand*, *Het pleintje*, *Spring*, *Heterdaad* en *Sedes & Belli* opnieuw op antenne gebracht. Op VRT NU werden archiefprogramma's uit het archief opnieuw aangeboden wanneer ze gelinkt waren aan de actualiteit of wanneer ze aansloten bij de uitzending van een nieuw programma.

In het Archief voor
Onderwijs: bijna
20.000
video- en audio-items
van de VRT
voor leerkrachten.



“Digitalisatie heeft
het archief
veel toegankelijker
gemaakt.”



Kathleen Bertrem

Hoofd Archief

Sinds een aantal jaren werkt de VRT samen met meemoo (voorheen het Vlaams Instituut voor het archief of VIAA) voor de digitalisering van het VRT-archief. Ik ben in 2014 mee in dat project gestapt en werkte een tijd mee aan de inhoudelijke ontsluiting van ons archiefmateriaal. Nu sta ik aan het hoofd van het team dat voor meemoo werkt. Wij zorgen voor de beschrijvingen van het gedigitaliseerde materiaal en doen research voor Het Archief voor Onderwijs. Ik ben eigenlijk een beetje de link tussen de VRT en meemoo. Ik volg ook alle nieuwe plannen van meemoo op en bekijk dan hoe we die plannen op de VRT kunnen uitvoeren.

Maar eigenlijk heb ik in mijn vorige functies ook altijd gewerkt met het archief. Ik ben 25 jaar geleden bij de VRT begonnen bij een jongerenprogramma. Ik moest toen in het archief op zoek gaan naar geschikte fragmenten voor dat programma en ik heb toen heel veel uren gesleten in het archief. Daarna heb ik ook als regieassistente bij de nieuwsdienst en de sportredactie gewerkt. Dat was studiewerk gecombineerd met het archief uitpluizen. Het was altijd een hele uitdaging om heel snel de juiste fragmenten terug te vinden voor de journalisten. Daaruit heb ik vooral geleerd hoe belangrijk het is dat iets goed ontsloten is en hoe je materiaal dat uitgezonden is moet archiveren zodat je het gemakkelijk kan terugvinden.

In november 2019 lanceerde meemoo “Het Archief” (Hetarchief.be). Samen met 140 contentpartners, waaronder de VRT, heeft meemoo een platform aangemaakt waarop je alle metadata kan terugvinden van het aangeleverde archiefmateriaal van die contentpartners. Ook met de VRT staan we op dat platform met ongeveer een half miljoen audiofragmenten en een half miljoen beeldfragmenten. En dat aantal groeit elke dag aan. Veel studenten zoeken in Het Archief en weten zo meteen welke items en fragmenten ze nodig hebben voor hun onderzoek of thesis. Die studenten komen dan bij mij terecht en kunnen op de VRT het archiefmateriaal bekijken. Zo zijn er studenten die ons contacteren omdat ze bijvoorbeeld al het beeldmateriaal nodig hebben over de regeringvormingen in de jaren '90. Ik kan dan zeggen “oke, kom maar afl!”. De digitalisatie heeft alles veel toegankelijker gemaakt en dat beseft niet iedereen. Ons archief bestaat nu grotendeels uit files. We moeten niet meer met tapes zeulen bijvoorbeeld. Een grote vooruitgang! Studenten krijgen hier een speciale visieplek en kunnen op de VRT dus aan hun onderzoek werken. Op de VRT zijn bijna dagelijks studenten aanwezig die hier aan hun onderzoek kunnen werken.

3

PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT



De VRT focust als publieke omroep in haar aanbod op informatie, cultuur en educatie. Maar ook kwaliteitsvolle ontspanning en verbindende sport zijn relevante onderdelen van de publieke rol van de openbare omroep.

Ontspanning is essentieel voor het samenbrengen van mensen. De VRT kiest een kwaliteitsvol ontspanningsaanbod. Ze verwerkt op een natuurlijke manier maatschappelijke thema's en informatieve, culturele of educatieve elementen in haar ontspanningsprogramma's.

Sport is evenzeer een belangrijk instrument om de sociale cohesie te versterken. Sportuitzendingen zijn daarom belangrijk om de Vlamingen te verbinden. De VRT zet in op sportnieuws, duiding en analyse. Ze combineert daarbij aandacht voor populaire sporten (zoals wielrennen en voetbal) met sporten met een beperkter draagvlak.

3.1 ONTSPANNING

Bij de VRT was zowel op radio, televisie als online plaats voor ontspanning. Ontspanningsprogramma's versterken de sociale cohesie en zorgen voor verbondenheid. Ontspannende VRT-programma's bevatten vaak maatschappelijke thema's die zo bespreekbaar worden bij een breed publiek.

Enkele voorbeelden uit 2019 van programma's die specifiek op ontspanning gericht waren:

- Eén programmeerde ontspannende spelprogramma's en fictiereeksen zoals *Is er een dokter in de zaal?*, *Donderen in Keulen*, *Geub* en *Grenslanders*.
- Canvas bood ontspanning, onder andere met het satirisch magazine *De ideale wereld* en stand up comedy, zoals *Mag ik even?* van Kamal Kharmach en *Er wordt naar u geluisterd* van Wim Helsen. Elke woensdag bood Canvas een vaste fictie-afspraken, met telkens twee afleveringen van series zoals *Sharp Objects* en *Das Boot*. Daarnaast toonde Canvas op zaterdag de meer cinefiele films, steeds voorafgegaan door een kortfilm.
- Ketnet bood ontspanningsmogelijkheden aan via Ketnet.be en de Ketnet-app, waaronder spelletjes, quizzes en doe-activiteiten. Op televisie toonde Ketnet ontspannende reeksen zoals *De Hoppers* (reeks met grappen) en *De Blacklist* (een programma over het beleven van avonturen).
- In het radio-aanbod was muziek de primaire bron van ontspanning. Elke VRT-aanbodsmerk heeft zijn eigen muziekprofiel, op maat van elk doelpubliek. Door het jaar heen was plaats voor ontspanning, zoals tijdens de muziekweken van MNM (bijvoorbeeld *MNM Back to the 90s & Nillies of Sing Your Song 500*) en de festivalzomer van Studio Brussel (met live-uitzendingen vanop onder meer Rock Werchter, Pukkelpop en Tomorrowland).



SCHERMGEZICHTEN

In 2019 werden in het publieke debat vragen gesteld over het aangaan van verbintenissen met schermgezichten door de VRT. De VRT maakte daarbij duidelijk dat het in de mediasector evenwel gangbaar is dat een mediabedrijf sommige personen aan zich bindt, enerzijds voor de uitstraling en de waarden van een merk en anderzijds voor de zekerheid om in een bepaalde periode hen te kunnen opnemen in de programmering.

Ook de VRT bindt daarom personen voor een bepaalde periode aan zich. Zij is daarbij gegarandeerd van hun engagement in de ontwikkeling van programma's die aansluiten bij de doelstellingen van dat merk. De dienst Business Management staat binnen de VRT in voor de

onderhandelingen en de opmaak van de overeenkomsten met schermgezichten en stemmen, in nauw overleg met de aanbodsmerken. Die afdeling houdt de afspraken met de verschillende schermmedewerkers bij en brengt tarieven in kaart. Op die manier kunnen "benchmarks" geraadpleegd worden, bij het opmaken van een voorstel.

Daarnaast zet de VRT sterk in op talentontwikkeling en -begeleiding. Zo begonnen heel wat schermgezichten van Eén hun loopbaan bij een van de andere VRT-merken.

Ten slotte komen passages van VRT-gezichten bij andere Vlaamse zenders voor vanuit een constructieve samenwerking met de andere omroepen.



Via kwaliteitsvolle ontspanning worden moeilijke thema's bespreekbaar.

MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S IN ONTSPANNEND AANBOD

De VRT brengt kwaliteitsvolle ontspanning die maatschappelijke thema's bespreekbaar maakt. Enkele voorbeelden:

- Op Eén had de dagelijkse soap *Thuis* aandacht voor onder meer spoorlopen, ALS, een IVF-traject en een kindervens. Ook in *Iedereen beroemd* zaten rubrieken met een maatschappelijke insteek, zoals *Voor ik hen vergeet* (over leven met Alzheimer) en *Merci Pascal* (met aandacht voor mensen met een mentale of fysieke beperking). Ook reeksen zoals *Mij overkomt het niet* (over schuldgevoelens) en *Durf te vragen* (over het leven van priesters en verslaafden) kaartten thema's aan die leven in de samenleving.
- Canvas maakte maatschappelijke thema's bespreekbaar in onder meer *Facebook en ik* (over omgaan met sociale media), *De slapelozen* (over slapeloosheid) en *Eenzaamheid* (over eenzaamheid bij verschillende generaties).
- Ketnet had aandacht voor maatschappelijke thema's uit de leefwereld van kinderen in onder meer *De dokter Bea show* (over relationele en seksuele vorming), *#LikeMe* (een fictiereeks met verhalen over onder andere kanker, pesten, mantelzorg en rouw) en *4eVeR* (met een transgenderpersonage vertolkt door een transjongen).
- MNM maakte thema's uit de leefwereld van jongeren bespreekbaar. Op radio had *Generation M* onder meer aandacht voor werkloosheid, pesten en geldzaken. Op het onlineplatform *GenerationM.be* kwamen thema's zoals vriendschap, sociale en digitale media en roken aan bod. Via de actie *Warme William* besteedde MNM aandacht aan het welzijn van jonge mensen.
- Radio 2 besprak tal van maatschappelijke problematieken. *De inspecteur* pakte consumentenproblemen aan zoals contactloos betalen, recycleren en de belastingbrief invullen. *De rotonde* stond stil bij onder andere leven met een beperking, homoseksualiteit en racisme. *De madammen* sneed in 2019 diverse onderwerpen aan zoals dementie en laaggeletterdheid, en besprak vragen over onder meer gezondheid en opvoeding.
- Radio 1 schonk aandacht aan het leven van 50-plussers met de radio-, video- en podcastreeks *Fifty-fifty*. In *Meer vrouw op straat* werd op zoek gegaan naar verdienstelijke vrouwen die een straatnaam verdienen. *De wereld van Sofie* maakte verzamelpodcasts, onder meer over stalking, chronische pijn, plusouders en depressie.
- Studio Brussel besprak vooral online maatschappelijke thema's. Op zijn YouTube-kanaal werd in de videoreeks *Flowjob* aandacht besteed aan het seksleven van jongeren. In de video's van *Linde vlogt* en *Eva ontmoet* werden regelmatig onderwerpen als armoede of mentale gezondheid in beeld gebracht. Het radioprogramma *Ramadamingdong* beantwoordde vragen over het beleven van de ramadan. Onder de noemer *Plastic Nerveux* werd de problematiek van plastic afval besproken.
- In het kader van De maand van de filosofie lanceerde Klara de serie *Dooddoeners*, met filosofische gedachten van professoren. In de onlinereeks *Van A tot Z* werden bekende Vlamingen onderworpen aan een diepte-interview.



Lars Crommelinck

Even wat tijd over? Wel, neem dan de tijd om *#LikeMe* te checken. Zonder enige twijfel één van de beste Belgische kinderprogramma's sinds het ontstaan van de TV. Wauw! Dikke chapeau aan @VRT & Fabric Magic. 🙌

“Als we met onze verhalen mensen kunnen raken en inspireren, zijn we gelukkig.”



Erkan Koksal

Eindredacteur *Iedereen beroemd*

Bij de start van *Iedereen beroemd* begon ik als reporter. Omdat ik heel visueel nadenk, vroegen mijn collega's regelmatig tips over hoe ik dingen in beeld zou brengen. Zo is het organisch gegroeid dat ik eindredacteur werd. Ik doe dat heel graag. Het kan cliché klinken, maar ik ga altijd met een glimlach naar het werk. Ik word elke dag geprikkeld en zowel het programma als de sfeer tussen de collega's zit heel goed.

De ploeg van *Iedereen beroemd* heeft vier eindredacteurs en een hoofdredacteur. Elke eindredacteur volgt een aantal rubrieken op. Ik ben onder andere verantwoordelijk voor de rubriek *Op kot*. Ik volg de productie op en bekijk samen met de reporters de verschillende verhaallijnen. Die reporters zijn voortdurend in overleg met de studenten die in die rubriek geportretteerd worden. Op maandagen bekijken we hun agenda, kiezen we de interessante verhalen eruit en bespreken we hoe ze dit in beeld kunnen brengen. Het eindresultaat ziet er altijd eenvoudig en spontaan uit, maar er zit wel een hele machine achter. Dat het eenvoudig oogt, vind ik een heel mooi compliment.

Wanneer we een verhaal in beeld brengen, gaan we steeds op zoek naar een diepere laag. Een van de studenten van *Op kot* kookt bijvoorbeeld om middernacht. Overdag heeft hij het te druk omdat hij geen 'nee' kan zeggen tegen zijn vrienden. De reporters en ik vragen ons dan af hoe dat komt. Zo blijkt dat hij vroeger zwaar gepest werd. Omdat hij dat nooit meer wil meemaken, wil hij de vrienden die hij nu heeft, niet teleurstellen. Maar dat wil ook zeggen dat hij weinig tijd voor zichzelf heeft om tot rust te komen. Dit lost hij op door 's nachts te koken. Dan krijgen we een verhaal. In elk verhaal moet je de personen beter leren kennen.

Bij de productie van *Iedereen beroemd* vallen haast dagelijks onverwachte dingen voor. Dan moet ik er snel een goede oplossing voor vinden. Dat geeft me een soort adrenaline. Wanneer het even rustiger is, neem ik de tijd om te herladen zodat ik erna er terug in kan vliegen.

Als eindredacteur coördineer ik niet alleen bestaande rubrieken, maar denk ik ook na over nieuwe rubrieken. Voor we die lanceren, testen we onze ideeën ook uit. We moeten durven blijven vernieuwen, anders verliest het programma zijn aantrekkingskracht.

We maken graag een warm programma met bijzondere verhalen die kijkers kunnen raken, inspireren of waarin ze zichzelf herkennen. Als dat lukt, zijn we heel gelukkig. Voor mij was 2019 ook een van onze beste jaren. Alle individuele rubrieken zitten goed, maar het totaalplaatje klopt ook.



DE WARMSTE WEEK 2019

De warmste week is een solidariteitsbeweging die Vlamingen mobiliseert om zich in te zetten voor goede doelen. Alle VRT-merken werkten in 2019 daarvoor samen. *De warmste week* kreeg een nieuw logo en lanceerde een campagne met de "baseline" "Voor wie ga jij alles geven?".

Voor *De warmste week* konden mensen zich inzetten voor 2.088 goede doelen. Die Vlaamse vzw's werden goedgekeurd door de Koning Boudewijnstichting, die instaat voor de correcte uitbetaling van alle fondsen die worden verzameld in het kader van *De warmste week*.

Meer dan 230.000 Vlamingen organiseerden samen 13.582 geldinzamelingsacties voor de goede doelen van *De warmste week*. Die initiatieven brachten samen 17.518.153 euro op.

In 2019 riep de VRT de Vlamingen op om zich aan te melden als vrijwilliger voor een goed doel. 261 vzw's zetten daartoe vrijwilligersprojecten op. *De warmste week* zorgde zo op een maand tijd voor 11.776 extra uren vrijwilligerswerk van 2.617 vrijwilligers. De deelnemende organisaties werden bij het opzetten van projecten bijgestaan door het Steunpunt Vrijwilligerswerk Vlaanderen.

De warmste week was te volgen op alle VRT-kanalen. Studio Brussel zorgde voor muzikale omkadering bij *De warmste week*. Onder het motto 'Music is our answer'

bracht Studio Brussel in zeven dagen 127.000 Vlamingen samen in Kortrijk. Muziek was daarbij de rode draad, met verzoekplaten op de radio, livemuziek van zo'n 120 artiesten en een themalied door vijf Kortrijkse muzikanten. Tijdens de *Warmathons* in vijf steden (gespreid over de provincies) en Brussel liepen 52.907 mensen om de goede doelen te steunen. De MNM-dj's zorgden voor live radio en muziek langs de loopparcoursen. Ketnet riep kinderen op om zich in te zetten met *Ketnet brandt weer*. *De Ketnet brandt weer-brigade* trok er samen met Radio 2 op uit om acties te ondersteunen. Onder meer #Likeme en Clouseau gaven mini-optredens als steun aan de actievoerders. Radio 2 bracht "hartverwarmende verhalen" uit de regio's, met live uitzendingen van *De madammen* in elke provincie. Met *De Radio 2 Hotline* bood Radio 2 een platform aan actievoerders om hulp te zoeken en te vinden. De presentator en een deelnemer van het Eén-programma *Down the Road* liften tijdens *Down the Snow* van Rusland naar Kortrijk, om geld in te zamelen. Hun reis was via Een.be en de sociale media-kanalen van Eén te volgen.


Andere activiteiten van de VRT-merken waren onder andere: *Sporza supportert voor De warmste week* (gepersonaliseerde video's van topsporters voor actievoerders), *Het warmste journaal* (dagelijkse Journaal-rubriek), *Klara voor De warmste week* (verzoekprogramma op Klara), *Radio 1 voor De warmste week* (sms-actie om steun en aandacht te vragen voor kinderarmoede) en *De warmste soirée in AB van Canvas* (muzikale benefietavond). *De warmste week* werd afgesloten met een slotshow op Eén, integraal te beluisteren op Radio 1 en Studio Brussel.

3.2 SPORT



In 2019 kwam een brede waaier van sporten en sportprestaties aan bod bij de VRT. Dat gebeurde zowel op radio (46 sporttakken op Radio 1⁷⁴), televisie (51 sportdisciplines in *Sportweekend* op Eén⁷⁵) als online.

Zo besteedde Sporza (het VRT-aanbodsmerk gericht op sport) naast voetbal en wielrennen onder andere aandacht aan tennis, basketbal, volleybal, atletiek, tennis, judo, roeien, skiën, veldlopen, korfbal en rugby.



Sporza geeft sporten met een kleiner draagvlak een groter bereik.

EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 bracht de VRT heel wat sportdisciplines onder de aandacht. De norm (30 sporten) werd jaar na jaar ruimschoots behaald, zowel voor het aantal sporten op televisie als op radio. Ook online werd de norm behaald.

aantal sporten	Norm	2016	2017	2018	2019
● <i>Sportweekend</i> (Eén)	30	49	55	53	51
● Radio 1	30	>50 ^(*)	60	55	46

(*) In het VRT-jaarverslag kon geen exact cijfer worden gerapporteerd. De norm (50) werd wel behaald.



74

Acrogym, alpineskiën, atletiek piste, autosport rally, autosport Formule 1, autosport Formule E, baanwielrennen, basketbal, biljarten, boksen, darts, futsal, gewichtheffen, golf, gymnastiek, handbal, hockey, judo, kajak, korfbal, kunstschaatsen, motorcross, mountainbike, paardensport dressuur, paardensport jumping, paralympische sporten, roeien, rugby, shorttrack, skateboard, skiën, snelschaatsen, Special Olympics, speedskiën, squash, taekwondo, tafeltennis, tennis, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, wielrennen, zeilen en zwemmen.

75

Atletiek, autosport, baanwielrennen, basketbal, biljarten, bobslee, boksen, boogschieten, breakdance, e-sport, extreme sports, formule 1, golf, g-sport, gymnastiek, handbal, hockey, judo, kajak, korfbal, langlaufen, motoGP, motorcross, mountainbike, paardensport, padel, powerlifting, quidditch, rally, roeien, rugby, schaatsen, shorttrack, skateboard, skiën, snooker, snowboard, squash, surfen, tennis, triatlon, veldlopen, veldrijden, vissen, voetbal, volleybal, waterpolo, wielrennen, zaalvoetbal, zeilen en zwemmen.

BELEID

Sporza koppelde populaire sporten aan sporten met een kleiner draagvlak, bijvoorbeeld door op tv verslagen van evenementen van sporten met een beperkt draagvlak te programmeren vlak voor of na rechtstreekse uitzendingen van populaire sportwedstrijden. Daardoor kregen de sporten met een beperkt draagvlak een groter bereik dan wanneer de verslaggeving ervan losstaand zou geprogrammeerd worden (bijvoorbeeld op het kanaal van Ketnet). (Ter illustratie: een samenvatting van een handbalwedstrijd werd na een wielervedstrijd uitgezonden of een verslag van een veldloop na een veldrit.)

Bijzondere aandacht ging naar vrouwensporten. Zo bracht Sporza verslag uit van 29 wedstrijden van het WK voetbal voor vrouwen, meer dan 20 veldritten en 15 wielervedstrijden voor vrouwen. Drie van die World Tour-wedstrijden in Vlaanderen werden door de VRT geproduceerd. Voorts volgde Sporza onder meer verschillende kampioenschappen voor vrouwen, waaronder het EK basketbal, het EK volleybal, het WK gymnastiek, het WK atletiek, het EK hockey en het WK boksen met Delfine Persoon.

AANBOD

Televisie

In de hoofdjournaals op televisie had Sporza een vast sportblok. Het sportmerk van de VRT zorgde voor duiding en analyses via programma's zoals *Extra Time* (over voetbal), en *Extra Time koers* (over wielrennen). Canvas zond sportdocumentaires uit zoals *Belga sport* (over de nationale sportgeschiedenis) en *De kleedkamer* (over de wielervedstrijden in eigen land van de Belgische clubs in de Europa League, het WK BMX in Zolder en de Memorial Van Damme. Bij het EK wielrennen in Alkmaar en het WK wielrennen in Yorkshire stond een VRT-ploeg binnen EBU-verband in voor de productie. De VRT verzorgde de uitzending van de (geslaagde) werelduurrecordpoging van Victor Campenaerts in Mexico.

Radio

Op VRT-radio was sport aanwezig in de vorm van verslag, analyses en sportnieuws. Radio 1 besteedde het meest aandacht aan sport. De informatiezender bood live sportverslaggeving aan, vaak met flitsen van spannende momenten of finales en soms integrale wedstrijden. Met wielrennen, veldrijden en voetbal werd de Vlaamse sportliefhebber bediend, maar ook andere sporten (zoals hockey, paardrijden, atletiek en basketbal) kregen hun plaats op Radio 1. Daarnaast was er ruimte voor duiding bij sport, meer bepaald in *De ochtend* en *De wereld vandaag*. In 2019 startte *De tribune*, een wekelijks radioprogramma waarin met twee sportdeskundigen gepeild werd naar achtergronden bij de sportactualiteit (het programma was ook als podcast beschikbaar).

Voor de koers op Studio Brussel had aandacht voor de Vlaamse wielervedstrijden en het veldrijden, onder meer met een live-uitzending vanop De Ronde van Vlaanderen Cyclo. Het EK hockey kreeg extra aandacht op Studio Brussel met live-uitzendingen. De 10 Miles van Antwerpen werd live gecoverd. "Urban sports" kwamen aan bod in live-uitzendingen vanop onder meer Unbreakable en Slamfest.

MNM had aandacht voor minder bekende sporten zoals gewichtheffen, bodybuilding en darts. Tijdens de Ronde van Frankrijk maakte MNM *Tour of Beauty*, een programma dat inzoomde op vrouwen in en rond het wielrennen.

Online

Het sportmerk van de VRT bracht geregeld rechtstreekse sportverslaggeving (met live videostreaming, foto's en tekstberichten) en maakte content speciaal voor de online platformen. Zo lanceerde het merk de YouTube-reeks *Esporza*, waarin Sporza een introductie gaf in e-sporten. In de onlinereeks *New Kids on the Block* interviewde Sporza jonge talenten in verschillende sportdisciplines. *De top 10 van 2019* blikt terug op tien belangrijke sportmomenten uit 2019.

VRT ALS HOST BROADCASTER

De VRT was host broadcaster van onder meer de Champions League-finale basketbal in Antwerpen, de Vlaamse wielervedstrijden, de Beker van België voetbal, de voetbalwedstrijden in eigen land van de Belgische clubs in de Europa League, het WK BMX in Zolder en de Memorial Van Damme. Bij het EK wielrennen in Alkmaar en het WK wielrennen in Yorkshire stond een VRT-ploeg binnen EBU-verband in voor de productie. De VRT verzorgde de uitzending van de (geslaagde) werelduurrecordpoging van Victor Campenaerts in Mexico.

Tour of Beauty (MNM)
focus op vrouwen
in en rond
het wielrennen.

“VRT staat wereldwijd bekend voor haar expertise om wielrennen in beeld te brengen.”



Annemie Van der Auwera

Regie-assistent bij Sporza

Als mensen me vragen wat ik precies doe, vind ik dat een heel moeilijke vraag. Ik assisteer de regisseur tijdens opnames, zowel bij studio-opnames als bij live opnames van wedstrijden. Maar hoe ik dat invul, hangt erg af van de sport en het programma. Mijn job is dus heel afwisselend en dat vind ik er ook zo leuk aan.

De VRT staat er wereldwijd om bekend om wielrennen goed in beeld te brengen. Bij de Ronde Van Vlaanderen deed ik de assistentie van de 'multi'. 'Multi' en 'uni' zijn twee aparte regies. 'Multi' brengt de wedstrijd in beeld, 'uni' doet de omkadering, zoals een studiogesprek. Bij de regie stuur ik mee de motoren (met camera's op) aan en kijk ik vooral goed naar wat er gebeurt in de wedstrijd. We krijgen van verschillende bronnen beelden toe en ik help om het belangrijkste eruit te halen. Ik ben een extra paar ogen voor de regisseur. Voor veel mensen hebben grote evenementen zoals de Ronde Van Vlaanderen iets mythisch. Ik vind het fijn om deel uit te maken van de ploeg die zo iets in beeld brengt.

Ik heb bijna nooit stress tijdens de regie. Het komt meestal allemaal goed. Als het fout loopt, dan lossen we het wel op. Het heeft geen zin om te panikeren. Tijdens *Vive le Vélo* hadden we bijvoorbeeld op een bepaald moment een probleem met de verbinding. Maarten Vangramberen neemt altijd een gesprek op met een wielrenner en stuurt het dan naar ons door. Toen de live-uitzending al bezig was, raakte het fragment door een storing echter niet bij ons. Een vast segment van vijf minuten dreigde weg te vallen. Ik stelde voor om de opname naar Brussel te versturen. De collega's daar konden het vervolgens naar ons sturen. Tien minuten later was het in orde. Dat ik rustig blijf in zulke situaties, komt doordat ik van nature stressbestendig ben, en door ervaring. Als je zo iets nog nooit hebt gedaan en de alternatieven niet kent, ga je snel panikeren.

Vive le Vélo is sowieso een bijzondere ervaring. Je werkt heel nauw samen met een kleine groep. Het zijn drie intensieve weken met lange werkdagen en korte nachten. Je moet dus goed met elkaar overeenkomen. Iedereen helpt elkaar ook, bijvoorbeeld bij het uitladen en opstellen van het materiaal. Drie weken lang ben je een soort reizende familie.

4

DE AANBODSMERKEN EN
VRT ALS KOEPELMERK

De VRT wil alle Vlamingen bereiken en voorzien in hun mediabehoefte. Daarvoor zette de openbare omroep in 2019 een gedifferentieerd portfolio van aanbodsmerken in: Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel, Eén, Canvas, Ketnet, VRT NWS en Sporza. Zij droegen, elk volgens hun profiel, bij aan het vervullen van de maatschappelijke missie van de VRT. In overeenstemming met de beheersovereenkomst lag de nadruk daarbij op informatie, cultuur, educatie, kwaliteitsvolle ontspanning en verbindende sport. Speciale aandacht ging naar het bereiken van kinderen en jongeren. Om hun publieke opdracht te realiseren, maakten de aanbodsmerken gebruik van alle relevante mediakanalen. Een toename van het digitale aanbod vergrootte het mediacomfort en de keuzemogelijkheden van het publiek, terwijl de klassieke lineaire distributie zorgde voor verankering en houvast. Via de sociale media werd extra content aangeboden en kon tegelijk de band met het publiek worden versterkt.

Het merk 'VRT' is het algemene koepelmerk en werd ook ingezet als kwaliteitslabel voor overkoepelende initiatieven van de openbare omroep, zoals het informatieaanbod VRT NWS en het aggregatieplatform VRT NU. Het werd ook gebruikt voor omroepbrede, verbindende acties zoals *De warmste week* en voor de communicatie over de omroep, onder meer via Vrt.be en de sociale media.

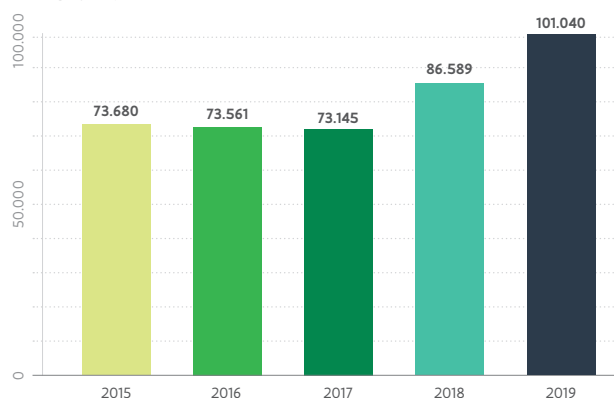
ZENDTIJD VRT-RADIO

In 2019 zond de VRT 101.040 uur aan radio-output uit. Dat was 14.451 uur meer dan in 2018 (86.589 uur). Die stijging was het gevolg van de lancering van twee tijdelijke en twee permanente digitale extensies die enkel online te beluisteren waren. De tijdelijke extensies waren MNM Rewind (van 5 januari tot 17 februari, digitale extensie naar aanleiding van 10 jaar MNM) en MNM Grote Pet Carnavalshow (van 18 februari tot 6 maart, digitale extensie bij *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* op MNM). De nieuwe permanente digitale extensies waren MNM Back to the 90's & nillies (vanaf 7 maart bij MNM, met muziek uit de jaren '90 en 2000) en The Greatest Switch (vanaf 19 oktober bij Studio Brussel, met "dance"-muziek). Daarnaast steeg de output ook omdat de digitale extensies MNM UrbaNice en De Tijdloze (beide gelanceerd in 2018) in 2019 voor het eerst het hele jaar door liepen.

De extra radiostromen bij de moedermerken - met vrijwel uitsluitend muziek⁷⁷ - waren dan in 2019: Klara continuo, MNM Hits, MNM UrbaNice, MNM Rewind, MNM Grote Pet Carnavalshow, MNM Back to the 90's & nillies, De Tijdloze, The Greatest Switch en VRT NWS. Zij waren samen goed voor 54.240 uur radio-output, of 53,68% van de totale radio-output.

Evolutie totale output VRT-radio (in uur) (2015-2019)⁷⁶

Bron: VRT



⁷⁶

Radio-output: de som van het totaal aantal uitzendingen per radiomerk (Radio 1, Radio 2, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, MNM UrbaNice, MNM Rewind, MNM Grote Pet Carnavalshow, MNM Back to the 90's & nillies, Studio Brussel, De Tijdloze, MNM Rewind, MNM Grote Pet Carnavalshow, MNM Back to the 90's & nillies, 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 vanuit de verschillende regio's worden uitgezonden, zijn inhoudelijk verschillend van elkaar en worden om die reden elk apart meegeteld.

⁷⁷

Behalve VRT NWS, dat steeds de laatste nieuwsuitzending van Radio 1 aanbiedt.

ZENDTIJD VRT-TELEVISIE

De televisie-output (nettoprogrammazendtijd) van de VRT in 2019 bedroeg 14.080 uur. Dat was 1.223 uur meer dan in 2018 (of +9,5%). Die stijging was het gevolg van de extra uitzendingen van Ketnet Junior op het Canvas-kanaal vanaf 27 oktober 2018.

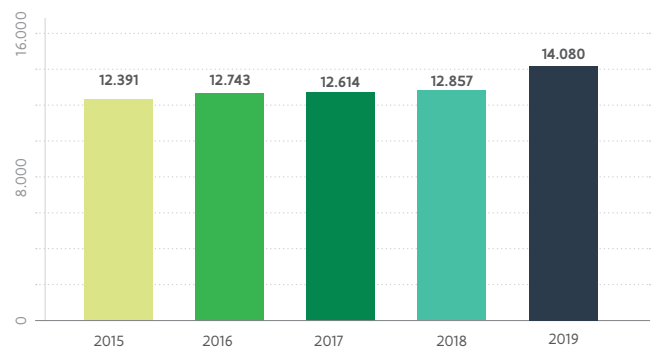
Op VRT-televisie werd 3.895 uur aan Vlaamse televisieprogramma's voor het eerst uitgezonden, ten opzichte van 3.655 uur in 2018 (+6,6%). 69,1% van alle programma's die voor het eerst werden uitgezonden, waren Vlaamse producties (in totaal 5.640 uur) (ten opzichte van 66,9% in 2018, op een totaal van 5.461 uur).

Met de herhalingen erbij zonden de televisienetten 8.682 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 8.003 uur in 2018). 61,7% van de nettoprogrammazendtijd was dus een Vlaamse productie (tegenover 62,2% in 2018).

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 2019 was dat 66,4% (ten opzichte van 68,0% in 2018). Bij Eén bedroeg dat aandeel 74,2% (ten opzichte van 80,1% in 2018) en bij Canvas 56,8% (ten opzichte van 53,3% in 2018).⁷⁸

Evolutie totale output VRT-televisie (in uur) (2015-2019)⁷⁹

Bron: VRT



EVOLUTIE 2016-2019

Het aandeel van de Vlaamse tv-(co)producties in primetime bedroeg gedurende de periode 2016-2019 steeds minstens 65%, maar daalde wel jaar na jaar. In 2019 was het aandeel met 6,4 procentpunt gedaald tegenover 2016. Omwille van de budgettaire beperkingen in de voorbije jaren, moest VRT-televisie de beschikbare middelen nog efficiënter inzetten met het oog op het vervullen van de VRT-opdracht. Daarbij trachten Eén en Canvas om in primetime het aandeel Vlaamse programma's zo hoog mogelijk te houden. Zij moesten echter wel meer aangekochte (buitenlandse) programma's in de zendschema's opnemen om de kijker een aantrekkelijk aanbod te blijven bieden. Dat was vooral het geval voor Eén dat minder nieuw Vlaams aanbod uitzond (bijvoorbeeld niet meer op vrijdagavond, beperkt op zaterdagavond en in de zomermaanden) en meer Vlaamse programma's herhaalde.

Aandeel Vlaamse tv- en co-producties uitgezonden in primetime

norm	2016	2017	2018	2019
65%	72,8%	71,0%	68,0%	66,4%

⁷⁸

Bron: CIM-Televisie

⁷⁹

Nettoprogrammazendtijd: het totaal aantal uitzendingen via de VRT-televisiekanaalen (Eén, Canvas en Ketnet) exclusief de herhalingen in lusvorm, de uitzending van Bruzz,

de nachtuitzendingen van *De warmste week*, lente/zomer/herfst/winter-beelden, (beeld)storingen, *De rolkrant* (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).



Radio 1

Missie

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



Als nieuwszender focuste Radio 1 op actua en duiding, vooral in de nieuwsbulletins en de dagelijkse duidingsprogramma's *De ochtend* en *De wereld vandaag*. Extra aandacht ging daarbij naar de federale, Vlaamse en Europese verkiezingen. De nieuwe programma's *Radio Fiskepark* (april tot juni) en *Byloo* (vanaf het najaar in de plaats van *Bij Debecker*) namen de actualiteit als uitgangspunt, respectievelijk voor een terugblik op actuele gebeurtenissen, en een "muzikale soundtrack" bij het nieuws van de dag. (Meer over het informatieaanbod van Radio 1: zie p. 37.)

Met aandacht voor relevante maatschappelijke thema's zoals zorg, werk en milieu hield Radio 1 de vinger aan de pols van de samenleving. Het nieuwe programma *Fifty-fifty* belichtte de plaats van 50-plussers in de samenleving en hun levenswijze. *De slapelozen* was een nachtelijke radioreeks *met* en *over* mensen die slecht slapen, en meteen de basis voor de gelijknamige Canvas-reeks. *Meer vrouw op straat* was een samenwerking met Canvas en ging op zoek naar vergeten vrouwen uit onze geschiedenis die een straatnaam verdienen.

Wetenschap kwam onder meer aan bod in *Nieuwe feiten*, *Interne keuken* en *De wereld van Sofie*. Cultuur werd verweven door het hele aanbod van Radio 1 en was het kernthema in het wekelijkse magazine *Culture Club*. Radio 1 bracht live sportverslagen van grote sporten en sporten met een beperkt draagvlak, en sportduiding, onder meer in het nieuwe programma *De tribune*.

Radio 1 was de meest diverse muziekzender van Vlaanderen⁸⁰, met klassieke pop en rock, een mix van andere genres en Vlaamse muziek (bijvoorbeeld in het nieuwe programma *Belpop*).

DIGITAAL EN MOBIEL

Met *Radio 1 Select* lanceerde de zender in het najaar een

digitale dienst om korte fragmenten uit programma's te (her)beluisteren, via Radio1.be of de app van Radio 1. Meer dan 100.000 luisteraars maakten eind 2019 reeds gebruik van deze service. *Nieuwe feiten* introduceerde zijn eigen Instagram-account. Radio 1 bood nieuwe podcasts, onder meer in het kader van het programma *Fifty-fifty*.

ACTIES EN EVENEMENTEN

Radio 1 organiseerde allerlei acties en evenementen, en werkte daarvoor geregeld samen met partners uit diverse maatschappelijke domeinen. Enkele voorbeelden:

- In de aanloop naar de federale, Vlaamse en Europese verkiezingen werden *De ochtend* en *De wereld vandaag* twee weken lang uitgezonden vanuit een pop-up *Kiescafé* in het Vlaams Parlement.
- Radio 1 werkte mee aan de PhD Cup, een wedstrijd waarbij doctorandi op een bevattelijke manier hun onderzoek voorstellen (samen met Scriptie vzw).
- Radio 1 was partner van De Universiteit van Vlaanderen: videocolleges van professoren werden gepost op Radio1.be. De academici kwamen ook aan bod in programma's zoals *De wereld van Sofie* en *Interne keuken*. Radio 1 steunde (eveneens in samenwerking met De Universiteit van Vlaanderen) de nieuwe initiatieven *Wat zegt de wetenschap* (video's met wetenschappelijke antwoorden op allerlei vragen) en *LabLeven* (podcasts over wetenschappers en hun werkplek).
- De derde editie van de *Belpop 100* werd live uitgezonden vanuit Hasselt. *De Lage Landenlijst* (toe aan zijn vierde editie) werd uitgezonden vanuit Kinrooi, in samenwerking met Nederlandse regionale omroepen.
- Radio 1 ging samen met zijn luisteraars en het Belgian World Music Network op zoek naar toppers uit de wereldmuziek. Dat resulteerde in *De wereldtop*: een uitzending met de 50 favoriete nummers van de luisteraars in het genre van de wereldmuziek.

80

De zender speelde van alle Vlaamse zenders het grootste aantal nummers en artiesten die op geen enkele andere Vlaamse zender te horen waren. Dat bleek uit *Muziek op de Vlaamse radio* (2019), een onderzoek van de VRT-Studiedienst.

Radio 2

Missie

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



De fundamenteën van Radio 2 worden gevormd door (regionaal) nieuws en aandacht voor belangrijke maatschappelijke thema's, populaire cultuur, lifestyle, wetenschap en (Vlaamse) muziek, altijd op maat van de brede doelgroep van het aanbodmerk.

De regionale redacties brachten in 2019 nieuws uit de provincies en bevestigden hun expertise als betrouwbare nieuwsbron over plaatselijke gebeurtenissen in de Vlaamse steden, regio's en gemeenten. Dat bleek onder meer tijdens de campagneperiode van de federale, regionale en Europese verkiezingen en tijdens de tweede editie van de *Burgemeestersmarathon* in januari, waarbij 275 Vlaamse burgemeesters hun beleidskeuzes toelichtten.

Relevante maatschappelijke thema's kwamen aan bod in het consumentenprogramma *De inspecteur*, dat ook "bruggen" bouwde tussen burgers, beleidsmakers en ondernemers. *Spits* had aandacht voor actuele thema's zoals milieu, klimaat en mobiliteit. Wetenschap werd op bevattelijke manier belicht in *De weekwatchers*. *De madammen* behandelde onderwerpen zoals gezondheid, opvoeding, seksualiteit en dementie.

Dat programma besteedde ook aandacht aan cultuur (boeken, films, klassieke muziek) en culturele evenementen. Theatervoorstellingen, films en boeken kwamen aan bod in *De weekwatchers*.

Radio 2 had een Vlaams en Nederlandstalig muziekprofiel, zowel in de dagelijkse muziekkeuze als tijdens muzikale themadagen en -weken, met eigen muziekproducties en tijdens live uitzendingen.

DIGITAAL EN MOBIEL

Radio 2 versterkte zijn digitale verankering inhoudelijk. Radio2.be bracht onder meer regionaal nieuws. Dat werd

regelmatig overgenomen door Vrtnews.be en vaak ook door andere media. De app van Radio 2 werd verder uitgebouwd tot een interactief communicatiekanaal met inbreng van de luisteraars, van anekdotes tot tips. Tijdens *1000 klassiekers* en *De warmste week* experimenteerde Radio 2 met 'visual radio': tijdens de radioreportages konden de luisteraars zo meekijken via de website. Radio 2 kreeg in 2019 ook een Instagram-kanaal.

ACTIES EN EVENEMENTEN

Radio 2 organiseerde acties en evenementen, en werkte daarvoor vaak samen met (plaatselijke) partners uit verschillende sociale sectoren. Enkele voorbeelden:

- De regionale redacties zetten samenwerkingen op met organisaties in hun eigen provincie, onder meer uit het onderwijs (PXLimburg), de cultuursector (FilmFest Gent), de economie (Unizo), toeristische diensten en sportorganisaties.
- Tijdens *De dag van de wetenschap* kon het publiek terecht bij Radio 2 Antwerpen voor wetenschappelijke demonstraties, in samenwerking met onder meer de Universiteit Antwerpen en imec.
- *De inspecteur* werkte voor diverse acties samen met onder meer Technopolis (items met wetenschappelijke insteek), Febelfin (rond digitaal betalen), de vzw Inter (rond toegankelijkheid) en de FOD Financiën (voor een speciale uitzending over de belastingbrief invullen). In samenwerking met organisaties als Test-Aankoop, de Bouwunie en de Confederatie Bouw pleitte *De inspecteur* voor een ombudsdienst voor de bouw.
- Radio 2 organiseerde grote muziek-evenementen zoals *De eregalerij* (Oostende), *Zomerhit* (Blankenberge, samen met Eén), de startshow van de *1000 Klassiekers* (Mechelen), en *Vlaanderen feest!* en *De Vlaamse Top 100* op de nationale feestdag (Brussel).
- *Straat préféré* was een verbindende en mobiliserende actie die buurtinitiatieven ondersteunde.



Klara

Missie

Klara stimuleert de ontdekking van klassieke muziek, jazz, wereldmuziek en hedendaagse muziek en experiment, en zet in op kunst en cultuur.



Naast zijn ruime selectie van klassieke muziek, jazz, wereld- en filmmuziek verankerde Klara kunst en cultuur in zijn aanbod. Cultuurspecials, acties en evenementen vergrootten de beleving voor het publiek.

Het klassieke repertoire en de muziekactualiteit kwamen aan bod in programma's zoals *Music Matters* en *Maestro*, met onder meer thema-uitzendingen over de componisten Clara Schumann en Hector Berlioz. In *Take 7* en *Round Midnight* stond jazz centraal. *Django*, *The Original Soundtrack* en *Late Night* focusten respectievelijk op wereldmuziek, filmmuziek en 'alternatieve' muziekstijlen.

Met speciale muziekkreeksen vestigde Klara de aandacht op muzikale verhalen, onder meer over de muziek- en cultuurgeschiedenis van Venetië (*Canal Grande*), over Wenen als muziekmetropool (*Winter in Wenen*), over de 50ste verjaardag van het Woodstock-festival en over wereldmuzikanten in ons eigen land (*Café Métropole*).

Programma's zoals *Pompidou* en *Espresso* belichtten de culturele agenda en diverse kunst disciplines. *Berg en dal* liet "markante persoonlijkheden" aan het woord, waaronder filosofen naar aanleiding van De maand van de filosofie. Klara programmeerde reeksen over onder meer Pieter Bruegel (n.a.v. het Bruegel-jaar), Louis Paul Boon (*Café Boon*), de Bourgondiërs (op basis van het gelijknamige boek van Bart Van Loo), de val van de Berlijnse muur en 100 jaar Bauhaus.

DIGITAAL AANBOD

De digitale Klara-afgeleide *Klara continuo* bood non-stop klassieke muziek, te beluisteren via internet (zoals via Radioplus.be, Radioplayer.be, Klara.be en Klara-app),

DAB+ en digitale televisie.

Het YouTube-kanaal *Iedereen klassiek* bracht korte videoberichten over klassieke muziek voor een breed publiek, onder meer over bekende componisten en beroemde composities. Eind 2019 werd het kanaal vervangen door *Overal klassiek*, met aandacht voor bijzondere locaties in de klassieke muziek. De online videoreeks *Dagelijkse kunst* toonde het belang van kunst in het leven van mensen. Het Instagram-kanaal van *Pompidou* informeerde over de kunstactualiteit. *Pompidou presenteert* focuste online op internationale kunstenaars in ons land en Vlaamse kunstenaars in het buitenland. Er kwamen nieuwe podcasts, onder meer bij de filosofiereeks *Kant & Klaar* en de radioreeks *De Bourgondiërs*. Nieuwe reeksen van de online videoserie *Van A tot Z* (met lange gesprekken onder meer met kunstenaars) werden op VRT NU aangeboden.

ACTIES & EVENEMENTEN

Klara vergrootte de band met zijn publiek met allerhande acties en evenementen rond klassieke muziek. Daarvoor werkte het aanbodsmark samen met culturele partners en instellingen.

- Klara capteerde 160 concerten en muzikale evenementen. *Klara Live* zond geregeld uit vanuit de grote concertzalen.
- Klara organiseerde publieksevenementen rond klassieke muziek, zoals *Klara in deSingel*, *Iedereen klassiek* en het *Klarafestival*.
- *De Klara Top 100*, samengesteld door de luisteraars, werd voor het eerst op locatie uitgezonden, vanuit Hasselt.
- Klara was mediapartner van Jazz Middelheim en de Koningin Elisabethwedstrijd, en volgde beide evenementen op de voet.

MNM

Missie

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

MNM
music and more



Met zijn onderscheidend aanbod bereikte MNM in 2019 op weekbasis 631.522 unieke luisteraars die de VRT niet via een ander aanbodsmerk bereikte⁸¹. Daarvan waren er 223.071 jongeren (tussen 12 en 24 jaar)⁸². In totaal bereikte MNM wekelijks 28,2 % van de Vlamingen via de verschillende platformen (ten opzichte van 28,8% in 2018).

MNM wil onder meer scholieren, studenten en nieuwe Vlamingen helpen "hun weg te vinden in het leven en de samenleving" door hen te informeren over maatschappelijke thema's en te sensibiliseren via acties en debat. Dergelijke thema's uit de leefwereld van jongeren kwamen in 2019 onder andere aan bod in *Generation M*, zowel op de radio als online (GenerationM.be). Daarbij ging het onder meer over pesten, relaties, geld, werken en werkloosheid. De reeks *Hot N Cold* behandelde vragen over seksualiteit.

Het nieuwsaanbod van MNM richtte zich specifiek op jongeren, met radionieuwsberichten op maat en korte online nieuwsberichten via MNM NWS⁸³.

MNM besteedde aandacht aan bekende en minder bekende sporten (zoals gewichtheffen, bodybuilding en darts), steunde sportevenementen (zoals de *Coolste Sportclub* en *Velofollies*) en liet de vrouwen naast wielrenners aan het woord in *Tour of Beauty*.

Populaire hits en urban muziek vormden de spil van het muziekaanbod van MNM en een raakpunt tussen jongeren met verschillende achtergronden, onder meer in *UrbaNice*. Als hitradio zette MNM in op hitlijsten (o.a. *MNM50*, *MNM Urban50* en *MNM Dance50*) en speciale muzikeweken die geregeld in samenwerking met de luisteraars tot stand kwamen (zoals *MNM1000* en *Teens*).

DIGITAAL EN MOBIEL

Naast de twee bestaande digitale muziekextensies MNM Hits (hitmuziek) en MNM UrbaNice (urban muziek) kreeg MNM er nog een bij: MNM Back to the 90's & nillies (vanaf 7 maart,

met muziek uit de jaren 90 en 2000)⁸⁴. Ze zorgden voor non-stop muziekbeleving en konden worden beluisterd via internet en MNM hits ook via DAB+.

MNM was aanwezig op de relevante digitale platformen. GenerationM.be focuste met zes thema's op de leefwereld van jongeren (seks & liefde, vrije tijd & ontspanning, geld & werken, school & studeren, vrienden & familie, lichaam & geest). Het YouTube-kanaal van MNM werd verder uitgebouwd met o.a. nieuwe video's over seksualiteit (*Seksuolotte*), een onderwerp waarover ook podcasts werden gemaakt. MNM en Eén maakten in samenwerking met productiehuis Eyeworks en Kom op tegen kanker *Instaverliefd*, de eerste Vlaamse fictiereeks die exclusief op Instagram te zien was. Via de sociale media konden de luisteraars interactief bijdragen aan programma's zoals *Generation M*, *De grote Peter Van De Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock*.

ACTIES EN EVENEMENTEN

MNM mobiliseerde jongeren met acties en werkte daarvoor vaak samen met partners uit de verschillende maatschappelijke domeinen. Enkele voorbeelden:

- *Warme William* was een actie van MNM rond vriendschap als hefboom voor het welzijn en mentaal welbevinden bij jongeren (samen met de organisatie Ga voor geluk).
- Tijdens *Marathonradio* steunde MNM scholieren en studenten tijdens de blokperiode in juni, met studie- en ontspanningstips en goede raad van experts.
- Met *De strafste school* daagde MNM Vlaamse scholieren uit om zich samen te engageren om een goede schoolcultuur te realiseren.⁸⁵
- De bewustmakingsactie *Spread the work* verbond werkgevers met werkzoekenden en legde daarbij de nadruk op opleidingen tot knelpuntberoepen (samen met de VDAB).
- *Let's get digital* was een evenement van MNM in het MAS, waar jongeren konden kennismaken met digitale media-toepassingen (samen met Universiteit Antwerpen, imec, De Vlaamse Ondernemers en Stad Antwerpen).

⁸¹

Bron: Onderzoek totaalbereik

⁸²

Bron: CIM-Radiostudie

⁸³

MNM NWS werd begin 2020 als digitaal nieuwsaanbod voor jongeren stopgezet. Het Instagram-kanaal NWS NWS bediende dezelfde doelgroep immers op een gelijkaardige manier.

⁸⁴

In 2019 had MNM ook twee tijdelijke digitale stromen: MNM Rewind (van 5 januari tot 17 februari, digitale extensie naar aanleiding van 10 jaar MNM) en MNM Grote Pet Carnavalsshow (van 18 februari tot 6 maart, digitale extensie bij *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* op MNM).

⁸⁵

Het Heilig Hartinstituut Heverlee en Kessel-Lo won *De strafste school* in 2019.



Studio Brussel

Missie

Studio Brussel stimuleert een jonge actieve bevolking om creatief en eigenzinnig naar de wereld te kijken, met muziek als motor.



Studio Brussel voerde in februari 2019 een inhoudelijke en vormelijke vernieuwingsoperatie uit met extra aandacht voor het jongste luistersegment (18-30-jarigen). “Meer prikkelen” en “meer inspireren” waren daarbij de inhoudelijke doelstellingen. Ze werden vertaald in onder meer de redactionele keuzes en de muziekkeuze. Het merk streefde ernaar om zijn “gidsfunctie” te versterken. De vernieuwing werd ondersteund met een nieuwe huisstijl (en logo). Studio Brussel zal ook in de toekomst verdere inspanningen leveren om zijn doelpubliek nog beter te bereiken en te bedienen.

Muziek bleef het fundament van Studio Brussel, maar de muziekprogrammering werd vernieuwd. In *Catch of the Day* werd dagelijks een nieuw muzieknummer in de etalage gezet (op radio en online). *Rock & Ros* focuste op gitaarmuziek, *Black Mamba* op hiphop en urban muziek. *Vuurland* bracht melancholische muziek. *Het programma van de eeuw* dreef op muzikale nostalgie. Bekende dj's (zoals KNTXT en Goldfox) brachten specifieke genres zoals techno en house.

Studio Brussel bood in alle programma's Vlaamse en Belgische muziek. Verschillende programma's focusten op deze muziek (zoals *Eigen kweek*, *Zender* en *Switch*). Ook door de organisatie en promotie van concerten ondersteunde Studio Brussel de Vlaamse muziek.

Studio Brussel hield zijn luisteraars op de hoogte van de actualiteit met nieuwsupdates om het uur. De belangrijkste gebeurtenissen van de week kregen duiding in het nieuwe programma *Bij Vlaeminck*.

DIGITAAL EN MOBIEL

Studio Brussel had naast zijn algemene radiokanaal twee non-stop digitale muziekstromen die aansloten bij bestaande programma's: *De Tijdloze* (de beste popmuziek aller tijden) en sinds 19 oktober 2019 ook *The Greatest Switch* (de beste dancemuziek). Ze waren te beluisteren via internet (Stubru.be, de Stubru-app, Radioplus.be).

Studio Brussel zette in op aanbod via de digitale mediaplatformen. Dat gebeurde onder andere met video. Zo waren er op VRT NU videoreeksen zoals *Studio Ibiza: het Oude testament* (over de hippietijd op het eiland), *Burning Man* (over het gelijknamige festival) en *Rock 'n' Roll Highschool* (over de thuishaven van rockhelden). Op Facebook bood Studio Brussel *Eva ontmoet* (gesprekken met boeiende mensen). Het merk investeerde in digitale videoreeksen op YouTube, zoals *Linde vlogt* (over uiteenlopende onderwerpen, van muziek over sport tot lifestyle), *Flowjob* (over seksualiteit) en *The Tunnel* (gestreamde studioconcerten). Daarnaast bleef het aanbodmerk experimenteren met digitale vertelvormen zoals de Facebook Live finale van *De nieuwe lichting* en podcasts, onder meer over het 40-jarig bestaan van AB.

ACTIES EN EVENEMENTEN

Het sociale engagement en de lokale maatschappelijke en muzikale verankering van Studio Brussel kwamen tot uiting in allerlei acties, evenementen en samenwerkingen. Enkele voorbeelden:

- Met de actie *Goede voornemens* moedigde Studio Brussel zijn luisteraars aan om hun gezonde en sportieve voornemens voor het nieuwe jaar waar te maken (samen met Sport Vlaanderen).
- Studio Brussel stimuleerde ondernemerschap bij studenten tijdens het *Start me up fest*, een themaweek met uitzendingen in vijf studentensteden (samen met het Agentschap Innoveren & Ondernemen).
- Onder de noemer *Plastic Nerveux* vroeg Studio Brussel aandacht voor plastic afval, met informatie over de problematiek, een themalied en deelname aan de opruimactie Clean Beach Cup.
- Studio Brussel belichtte nieuwe vormen van mobiliteit in de uitzendingen rond het initiatief *We are mobility*.
- Studio Brussel steunde lokaal talent, onder meer met de wedstrijd *De nieuwe lichting* (met bijna 1.000 inschrijvingen van jonge muzikanten en bands) en de trajecten *Studio Dada* (voor jonge radiopresentatoren) en *Festival Force* (voor digitale talenten die content maakten op de zomerfestivals).

Eén

Missie

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

eén



Eén realiseerde in 2019 zijn maatschappelijke missie met een kwalitatief, toegankelijk en gevarieerd aanbod dat was opgebouwd rond de kernopdrachten informatie (zie p. 37), cultuur (zie p. 48) en educatie (zie p. 64).

Publieke meerwaarde realiseren was ook de rode draad door het aanbod van ontspanning, fictie en sport.

In *Durf te vragen* werd open gepraat over onderwerpen waar nog veel vragen over bestaan, zoals leven met een handicap of het leven van moslima's. De minireeks *Voor ik het vergeet* toonde een kleinzoon en zijn demente grootmoeder. In *Bloed, zweet en luxeproblemen* ontdekten Vlaamse jongeren hoe luxeproducten worden gemaakt. *Down the Road* volgde zes jongvolwassenen met het syndroom van Down tijdens een reis. *Is er een dokter in de zaal?* was een quiz met humor en medische informatie. *Circle of Life* belichtte belangrijke levensmomenten en rituelen in diverse culturen. *Komen te gaan* stond stil bij de dood en het afscheid nemen. *De Columbus* en *Rond de Noordzee* waren reisreeksen.

Eén investeerde in Vlaamse fictie. *De twaalf* (over een assisenproces), *Over water* (over drugshandel in een haven) en de misdaadserie *Undercover* waren kwaliteitsfictiereeksen die ook internationaal de aandacht trokken. *Dertigers* was een reeks over een vriendengroep en hun levenskeuzes. De dagelijkse serie *Thuis* kaartte maatschappelijke thema's aan bij een groot publiek, zoals ondernemen, de problematiek van het spoorlopen, euthanasie en rouwen.

Eén bracht verslag uit van grote sporten en sporten met een beperkt draagvlak in *Sportweekend* en *Sporza op zondag*. *Vive le vélo* zorgde voor extra beleving, duiding en achtergrondinformatie, zowel tijdens de Ronde van Frankrijk als in de aanloop naar de Ronde van Vlaanderen.

De reeks *DNA Nys* bood een blik op het leven van een topsporter.

DIGITAAL AANBOD

Eén verbeterde de kruisbestuiving tussen zijn lineaire tv-aanbod, zijn website, zijn sociale media-kanalen en het videoplatform VRT NU. Zo werden de fictiereeksen *Dertigers*, *Grenslanders* en *De twaalf* na de uitzending van de eerste aflevering op het lineaire tv-kanaal, integraal aangeboden op VRT NU. Op die manier speelde Eén in op de veranderende kijkgewoontes van de mediagebruiker.

Eén ondersteunde zijn programma's en mobiliserende acties via zijn digitale platformen en sociale media. In aanloop naar Wereld Downsyndroomdag riep Eén op om twee verschillende kousen aan te trekken en er een foto van te nemen, om aan te tonen dat anders zijn waardevol is. De foto's werden massaal gedeeld op de sociale media (#steunkousen). Na elke aflevering van het programma *Durf te vragen* organiseerde Eén een Facebook Live-uitzending, waarbij kijkers vragen konden stellen aan mensen uit specifieke bevolkingsgroepen.

ACTIES EN EVENEMENTEN

Eén organiseerde publieke acties en evenementen om de band met zijn publiek te versterken. Enkele voorbeelden:

- Eén nodigde zijn publiek uit op muziekevenementen zoals *Zomerhit* (samen met Radio 2), de *MIA's en Vlaanderen feest!*.
- Kijkers leverden een inhoudelijke bijdrage of werkten mee aan programma's zoals *De stoel* (door zo snel mogelijk naar een plek in hun buurt te gaan) en *Van algemeen nut* (door op zoek te gaan naar mensen op archiefbeelden) of rubrieken in *Iedereen beroemd*.



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.

canvas

Het informatie- en duidingsaanbod was in 2019 een van de pijlers van Canvas. (Meer over informatie bij Canvas: zie p. 37.) *De ideale wereld* bekeek de actualiteit door een satirische bril.

Cultuur kwam op verschillende manieren aan bod. *Hanne danst* was een reeks over ballet en *Weg van het meesterwerk* over het werk van de Vlaamse schilders Bruegel, Van Eyck en Rubens. *De afspraak*, *Alleen Elvis blijft bestaan* en *Winteruur* ontvingen geregeld culturele gasten. Muziek stond centraal in reeksen zoals *Belpop* en *Paradise City* en in rechtstreekse uitzendingen over de Koningin Elisabethwedstrijd en Rock Werchter. (Meer over cultuur bij Canvas: zie p. 48.)

Canvas besteedde aandacht aan maatschappelijke thema's in programma's zoals *Therapie* (over de verhouding tussen therapeuten en hun cliënten), *Misdaaddokters* (over het werk van wetsdokters en gerechtspsychiaters), *De slapelozen* (over slapeloosheid) en *Eenzaam* (over eenzaamheid in diverse leeftijdsgroepen). Geschiedenis met een link naar vandaag kwam aan bod in *Kinderen van het verzet* en *Terug naar Rwanda*. (Meer over educatie bij Canvas: zie p. 64.)

Canvas programmeerde ontspanningsprogramma's, zoals de Vlaamse fictiereeks *Fiskepark* (een parodie op het genre van de 'true crime') en de studentenquiz *De campus cup*. Daarnaast bood het merk een selectie van internationale fictie, zoals *Sharp Objects*, *Das Boot* en *Killing Eve*.

Naast sportverslaggeving bood Canvas sportduiding met reeksen als *De kleedkamer* (over ex-wielrenners), *Belga sport* (Belgische sportgeschiedenis), *Extra time* (voetbal), *Extra time koers* (wielrennen) en *VDB. Ik ben god niet* (over wielrenner Frank Vandenbroucke).

DIGITAAL AANBOD

Canvas vergrootte via VRT NU de digitale beschikbaarheid

van zijn content. Reeksen als *Weg van het meesterwerk*, *Belpop* en *Wissel van de macht* werden op de online videospeler integraal aangeboden van bij de start op televisie. Internationale reeksen als *Sharp Objects* en *Das Boot* waren zelfs al voor de start op tv integraal in preview beschikbaar op VRT NU.

Canvas.be vulde het programma-aanbod van het merk aan met extra achtergrondinformatie en content. Daarnaast waren er exclusief digitale initiatieven. Zo vestigde de actie 'Grey day' de aandacht op het feit dat veruit de meeste energie die we in België verbruiken, uit fossiele bronnen komt en niet uit hernieuwbare bronnen. Het project #klimaatraad liet allerlei mensen aan het woord met een visie over het klimaat. De digitale rubriek *Canvas Curiosa* bracht cultuurhistorische verhalen. Verder bood Canvas een levensbeschouwelijk aanbod, met het online-platform *Wereldbeeld* en *Grote vragen* (een onlinereeks op Facebook, Instagram en VRT NU waarin mensen antwoorden gaven op levensbeschouwelijke vragen).

ACTIES EN EVENEMENTEN

Canvas bereikte zijn publiek ook met acties en evenementen die het zelf organiseerde of in samenwerking met andere partners. Enkele voorbeelden:

- Naar aanleiding van de reeks *Weg van het meesterwerk* organiseerde Canvas in het Dynastiepaleis in Brussel een evenement over het aanbod rond Bruegel en het algemene cultuuraanbod van de VRT (samen met Toerisme Vlaanderen).
- Aansluitend bij de reeks *Kinderen van het verzet* organiseerde Canvas een debat over de beeldvorming en de perceptie van het verzet na de oorlog (samen met Bozar).
- Naar aanleiding van de reeksen *De eeuwige oorlog* (op Canvas) en *Tussen oorlog en leven* (op Eén) van Rudi Vranckx (beide uitgezonden in 2020) was er een thema-avond met informatie en debat.

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 stimuleerde kinderen in hun intellectuele en emotionele ontwikkeling met een multimediaal aanbod op maat van zijn twee subdoelgroepen: Ketnet Junior voor kinderen tot 6 jaar en Ketnet voor kinderen van 7 tot 12 jaar. Door de keuze voor maatschappelijke meerwaarde, Vlaamse programma's en Vlaamse gezichten onderscheidt Ketnet zich van de andere kindzenders. Ketnet focuste daarbij op de kerntaken educatie (zie p. 64), informatie (zie p. 37) en cultuur (zie p. 48).

Het aanbod van Ketnet Junior werd uitgebreid. Verschillende nieuwe programma's en interactieve toepassingen voor peuters en kleuters werden ontwikkeld, uitgaande van pedagogische en psychologische inzichten. Zo maakte Ketnet nieuwe afleveringen van *Tik Tak*, dat de jongste kinderen vertrouwd maakt met vormen, kleuren, beweging, geluiden en ritmes. Nieuwe Vlaamse animatie bood Ketnet Junior met de reeks *Vos en haas* en nieuwe afleveringen van *Dimitri*.

Voor de oudere kinderen zette Ketnet in op Vlaamse fictie, een genre dat door de herkenbaarheid van thema's, context en personages identiteitsversterkend werkt. *#LikeMe* was een muzikale reeks die generaties verbond met eigentijdse versies van Vlaamse klassiekers, en tegelijk thema's aankaartte als pesten, stalking, kanker, mantelzorg en rouwen. Andere nieuwe fictieseries waren *Hoppers* (over een "chaotisch" gezin) en *Dierendetectives* (over heldendaden van dieren). Er kwamen nieuwe afleveringen van de fictiereeksen *Dag Sinterklaas*, *4eVer*, *De regel van 35* en *Campus 12*. In *GoGoGooris* werden verschillende sporten voorgesteld. Nieuwe afleveringen van *De dokter Bea show* informeerden de kinderen over seksualiteit. Met *Wie wordt wrapper?* ging Ketnet samen met zijn publiek op zoek naar een nieuwe presentator.

DIGITAAL AANBOD

Ketnet breidde zijn aanwezigheid op digitale platformen verder uit. Naast informatie, tips, speel- en doe-toepassingen op de website en de apps van Ketnet, Ketnet Junior en *Karrewiet*, werd ingezet op het verspreiden van aanbod via YouTube-kanalen. *Ketnet kingsize live* had een livecenter waarbij kinderen online konden meedoen aan spelletjes en polls, of reageren tijdens de uitzending. Met *Mijn Tik Tak* op de speciale oudersite van Ketnet Junior kregen ouders de mogelijkheid om hun kind online te laten meespelen in een gepersonaliseerde aflevering van het kleuterprogramma. De kinderen zelf konden met hun 'Ketprofiel' interactief aan de slag in de beveiligde online "community" van Ketnet.

ACTIES EN EVENEMENTEN

Om kinderen samen te brengen organiseerde en steunde Ketnet activiteiten en evenementen. Diezelfde verbondenheid werd nagestreefd met "geëngageerde" acties. Enkele voorbeelden:

- Ketnet organiseerde verbindende publiekevenementen zoals *Het gala van de Gouden K's*, *Ketnet musical: Troep*, *#LikeMe in concert*, *De intrede van de Sint* en de *Ketnet winterbreak*.
- In *Wie wordt wrapper?* kregen kinderen zeggenschap in de keuze van de nieuwe Ketnet-wrapper.
- De actie *Move tegen pesten: Stip it* stimuleerde kinderen en volwassenen om op te komen tegen pestgedrag (samen met de vzw Kies kleur tegen pesten).
- *De Pet op tegen kanker* was een sensibiliserende actie rond kanker (samen met Kom op tegen Kanker).
- Met de *Nationale pyjamadag* vroeg Ketnet aandacht voor onderwijs voor langdurig zieke kinderen (samen met vzw Bednet).

COMMUNICATIE

De VRT heeft een aantal strategische doelstellingen in haar communicatiebeleid:

- Zij hanteert een open, transparante houding, zowel intern als extern.
- Zij communiceert op een heldere manier.
- Zij focust op expertise van haar medewerkers.
- Zij streeft naar actieve communicatie.
- Zij speelt in op de actualiteit.
- Zij streeft ernaar om de juiste verhalen in de juiste media te plaatsen.

De VRT zette in 2019 daarbij steeds meer in op een 360-graden-communicatiebeleid: met een ruime variatie van middelen een brede variatie van doelgroepen bereiken. Deze aanpak wordt steeds gehanteerd voor de belangrijkste programma's en projecten van de VRT-merken en -domeinen. VRT Communicatie focuste haar werking op volgende krachtlijnen:

1. Medewerkers eerst: medewerkers hebben het recht om als eerste nieuws over de omroep te weten. In 2019 zette de VRT verschillende kanalen daarvoor in (zoals intranet, een nieuwsbrief, informatieschermen, informatiesessies, enzovoort) waarbij gefocust werd op het delen van beleidsinformatie maar waar ook

het "leven achter de schermen" onder de aandacht werd gebracht.

- 2. Verhalen voor fans:** de media zijn bondgenoten om ons nieuws en onze expertise bij de juiste doelgroep(en) te krijgen. Zo zorgde de VRT in 2019 bijvoorbeeld voor een intensieve perscommunicatie.
- 3. De boer op:** veel medewerkers beschikken over expertise, inhoud en ervaring. Daarmee willen we naar buiten komen. In 2019 werd onder andere ingezet op het verspreiden van opiniestukken van VRT-experts en het betrekken van (VRT-)influencers in het verspreiden van boodschappen.
- 4. Iedereen welkom:** de VRT heeft direct contact met de Vlamingen (o.a. via de klantendienst en de sociale media, bij rondleidingen en op evenementen). De werking van de VRT-klantendienst werd in 2019 bijvoorbeeld herzien en efficiënter georganiseerd en steeds meer "verhalen" van VRT-toepassingen/thema's/medewerkers werden via de sociale media verspreid.
- 5. Samen met het middenveld:** de VRT informeert andere organisaties over haar beleid en haar aanbod en betreft hen ook bij het opzetten van producties/projecten en de communicatie daaromtrent. De VRT creëerde in 2019 verschillende contactmomenten met belangengroepen uit het economische, culturele, educatieve, ... middenveld, zoals speciale rondleidingen en ontmoetingsmomenten.



5

TOEKOMSTGERICHT EN INNOVATIEF

De VRT versterkte in 2019 haar aanbod op de digitale platformen. Naast lineaire radio en televisie reikte ze haar aanbod aan via digitale kijk- en luisterplatformen zoals VRT NU en Radioplayer. De VRT verspreidde ook aanbod via de sociale media-platformen. De VRT evolueerde zo digitaal mee met de mediagebruiker en trachtte voldoende relevant te zijn op de nieuwe mediaplatformen.

De VRT onderzoekt nieuwe innovatieve technologieën en toepassingen in de mediasector. Ze werkte daarvoor samen met ervaren partners, jonge innovatieve ondernemingen (VRT Sandbox) en met haar gebruikers (VRT Pilotzone).

5.1 TOEKOMSTGERICHT EN DIGITAAL AANBOD

VRT NU

VRT NU is het eigen gratis online platform waarop de VRT-merken hun video-aanbod brengen. Iedereen met domicilie in België kon Vlaamse producties in principe overal ter wereld bekijken (binnen de Europese Unie ook aangekochte programma's). Eind 2019 hadden 2.235.543 mensen een account aangemaakt bij VRT NU. De app van VRT NU was reeds 618.680 keer gedownload. In 2019 werden 71.552.287 video's gestart (tegenover 52.960.012 in 2018). Naast de vaste programma's *Thuis* (10.019.015) en *Het journaal* (3.456.795) was *De twaalf* het best bekeken programma op VRT met 2.528.797 videostarts. Op individueel afleveringsniveau haalde de slotaflevering van *De twaalf* met 272.118 videostarts de meeste kijkers, gevolgd door deel 1 van *Leaving Neverland* met 175.214 videostarts en de eerste aflevering van *Kamp Waes* (151.824 starts).

In 2019 werd ingezet op het verhogen van het kijkcomfort van de mediagebruikers. Zo werd het gemakkelijker gemaakt om programma's vanop een laptop of smartphone naar een tv-scherm over te brengen. De ondersteuning voor Chromecast en Air Play werd daarvoor verbeterd. Aangezien veel kijkers niet graag wachten tot de laatste aflevering van een reeks wordt uitgezonden op televisie, werden volledige reeksen in principe vanaf de startaflevering aangeboden, zoals *Dertigers* (Eén), *De twaalf* (Eén), *De dokter Bea show* (Ketnet) en internatio-



nale fictiereeksen (die Canvas aanbod). Tijdens de zomermaanden zette VRT NU reeksen uit het VRT-archief online, zoals *Het pleintje*, *Los zand* en *Spring*.

De VRT-radiozenders van VRT hadden op VRT NU hun eigen "videokanaal". Enkele voorbeelden van dit video-aanbod: het concert van het *1000 Klassiekers Koor* in de Sint-Romboutskathedraal, alle colleges van De Universiteit van Vlaanderen (waarvan Radio 1 partner was), de presentaties van kunstenaars in *Pompidou presenteert* (Klara), de verdiepende gesprekken in *Van A tot Z* (Klara), *Studio Ibiza: Het Oude Testament* (Studio Brussel, een videoreeks over het eiland) en *De eerste keer* (MNM, over eerste ervaringen van jongeren).

ONLINE RADIOSPELER

Alle radiozenders van de VRT konden beluisterd worden via hun eigen websites, via Radioplus.be en via de eigen radio-apps van de zenders. (Via elke radio-app kon men trouwens live naar alle VRT-radiozenders luisteren.) De apps boden voor de luisteraars bijkomende voordelen, zoals de mogelijkheid tot herbeluisteren van programma's en fragmenten, interactie tussen een merk en de gebruikers, het zenden van meldingen en het volgen van een video-livestream. De algemene Radioplus-app, die de voordelen niet had, kon daarom sinds februari 2019 niet meer gedownload worden.



Wim Dehandschutter

9.000 kilometer van huis, en toch mijn vaste zondagse tv-afspraak kunnen volgen. Terwijl koningin Mathilde onderweg is naar Mozambique, ben ik al ter plaatse. En kijk ik "Over Water", alsof ik gewoon in mijn zetel in Antwerpen zit. @VRT_NU, mijn belastinggeld goed besteed.

Aantal programma's gestart op VRT NU:
71.552.287



Via Radio 1 Select konden gebruikers gemakkelijk fragmenten herbeluisteren.



DIGITAAL RADIO-AANBOD

VRT-radio zette in 2019 in op digitalisering van het aanbod en op innovatief audio-aanbod.

Online luisterplatforms

Digitale Radio Vlaanderen (waar de VRT aandeelhouder van is) lanceerde een tweede campagne over DAB+. In samenwerking met DPG Media en Mediahuis bood de VRT vanaf eind juli 2019 haar radiozenders ook aan via een gemeenschappelijk online platform Radioplayer. De radiospeler was beschikbaar als website (Radioplayer.be) en als app. Via Radioplayer konden de VRT-zenders ook beluisterd worden op slimme luidsprekers en digitale ontvangers.

Nieuwe digitale muziekstromen

De VRT lanceerde nieuwe muziekstromen (op online-platformen) voor MNM (MNM 90's & nillies) en Studio Brussel (StuBru The Greatest Switch) met non-stop muziek.

Radio 1 Select

Radio 1 lanceerde *Radio 1 Select* waarmee online fragmenten uit de uitgezonden programma's konden opgevraagd en beluisterd worden. 106.500 Radio 1-luisteraars beluisterden in het najaar via deze service in totaal 301.308 fragmenten.

Podcasts

Het podcastaanbod van VRT-radio werd uitgebreid en beter ontsloten op de online platformen.

Data-analyse

De toepassing *Voizzup* analyseerde hoe luisteraars live via de app naar de ochtendprogramma's van Studio Brussel en MNM luisterden. De VRT verkende ook mogelijke vormen van personalisatie van eigen audio-content over merken heen. Zo werd een app voor reizigers (*Just in Time*) ontwikkeld die een afspeellijst samenstelt op maat van de interesses van de gebruiker en de reistijd.⁸⁶

SHORT FORM DIGITAAL AANBOD

Op sociale media, VRT NU en de websites van de aanbodsmerken deelde de VRT korte fragmenten uit haar programma's, onder andere uit *Dertigers* (Eén) en *Kinderen van het verzet* (Canvas). Ketnet maakte voor *De dokter Bea show* (zie p. 64) een aparte online reeks met korte afleveringen. De radiomerkten maakten videoreeksen zoals *Game Over* (MNM, over gaming) met afleveringen van enkele minuten die via online kanalen zoals VRT NU te bekijken waren.

Instaverliefd (Eén en MNM) was een fictiereeks die enkel via Instagram te bekijken was. De afleveringen duurden maximaal twee minuten. Het was de eerste reeks in Europa die volledig vanuit een 'selfie'-perspectief gefilmd werd, waarbij de acteurs zichzelf filmen.

Mediapartners van de omroep konden korte videofragmenten via het syndicatieplatform van de VRT overnemen op hun eigen online mediaplatformen (zie p. 110).

⁸⁶

De samenwerkingen met *Voizzup* en *Just in Time* kwamen tot stand via VRT Sandbox (zie p. 98). In 2019 zat de app *Just in Time* nog in een testfase, maar kon ze al uitgeprobeerd worden door gebruikers in de VRT *Pilootzone* (zie p. 100).

ONLINE GEPERSONALISEERD AANBOD

Door op online platformen in te zetten op personalisering, wilde de VRT de gebruiksvriendelijkheid en relevantie van haar aanbod verhogen. Met een VRT-gebruikersprofiel konden kijkers op VRT NU favoriete programma's opslaan, kiezen welke programma's ze later wilden (verder) kijken en kregen ze aanbevelingen.

Mediagebruikers konden hun profielinstellingen beheren en aangeven welke nieuwsbrieven van de VRT-merken ze wilden ontvangen. Voor de jongste gebruikers bood de VRT een gebruikersprofiel op kindermaat. Met dat Ketnetprofiel konden kinderen een eigen profielpagina aanmaken, delen wat ze leuk vinden met hun vrienden, reageren op filmpjes, de nieuwsbrieven van Ketnet en *Karrewiet* bestellen, en deelnemen aan wedstrijden. Net zoals het VRT-Profiel gebeurde dit steeds volgens de principes uit AVG.

PARTICIPATIE EN CO-CREATIE

De VRT organiseerde in 2019 verschillende acties en evenementen waarbij ze het publiek betrok. Enkele voorbeelden (norm: vier per aanbodsmerk):

- *Dagelijkse kost* op Eén zond tijdens de zomermaanden uit vanuit verschillende locaties, zoals een sportschool en een rusthuis. Daarbij werd samen met de betrokkenen gekookt. Voor *Durf te vragen* zond Eén Facebook Live-sessies uit. Na elke uitzending konden kijkers vragen stellen aan personen die getuigden. *Iedereen beroemd* stelde in de rubriek *Van Alaska tot Zimbabwe* een vraag aan Vlamingen in het buitenland. Eén organiseerde een *F.C. De Kampioenen*-marathon. Die kwam er nadat Eén een kijker had uitgedaagd om een bericht meer dan 5.000 keer gedeeld te krijgen op Twitter.
- Canvas organiseerde een avant-première *Weg van het meesterwerk* voor het gelijknamige programma. Dat evenement werd verrijkt met een voordracht van twee

Bruegel-experten. Het publiek kon daarna de belevings-expo "Beyond Bruegel"⁸⁷ ontdekken. Naar aanleiding van de reeks *Kinderen van het verzet* vond in Bozar een debat plaats over de erfenis van het verzetsverleden in Vlaanderen. In het kader van een *Belpop*-aflevering over de muziekgroep Novastar nodigde Canvas kijkers uit in Trix voor een avant-première en een concert van Joost Zweegers. Tijdens *De warmste week* kon iedereen die wilde, langskomen bij *De warmste makerspace*, een pop-up atelier van *Team Scheire*⁸⁸ met praktische oplossingen voor technische problemen.

- In de wedstrijd *Wie wordt wrapper?* konden kinderen een nieuwe Ketnetwrapper (presentator) kiezen. Kinderen gaven (gedurende enkele weken) de kandidaten opdrachten, beslisten mee over wat tijdens de slotshow moest gebeuren en kozen wie de nieuwe wrapper werd. Via *Mijn Tik Tak* konden ouders zelf korte video's van hun kinderen opladen en delen. Die video's werden automatisch geïntegreerd in een unieke, gepersonaliseerde aflevering van *Tik Tak*. Kinderen thuis en in de studio konden in *De grote Karrewiet verkiezingsshow* aan Vlaamse partijvoorzitters vragen stellen en dilemma's voorleggen. Voor de *Ketnet Musical: Knock Out* schreven meer dan 1.000 kandidaten zich in voor een rol. Voor elke rol namen twee kandidaten het tegen elkaar op in een finaleshow.
- In aanloop naar de verkiezingen konden luisteraars via een Facebook Live vragen stellen aan de politici die te gast waren in de Radio 1-uitzending van *De ochtend* vlak voordien. Om een gepaste term te vinden voor "actieve ouderen", schakelde *Nieuwe feiten* de hulp in van de luisteraars. Die mochten suggesties insturen. De luisteraars stemden het woord "jagger" tot winnaar.

87

De tentoonstelling *Beyond Bruegel* was een initiatief van Toerisme Vlaanderen, Plein Publiek, Duven Moortgat en CREATEeu

88

Team Scheire was een programma uit 2018 waarin experts het leven van mensen met een beperking of probleem met technologie trachten te verbeteren.



Vijf kandidaten van *Wie wordt wrapper?* (Ketnet) in het Ketkot.



Voor *Culture Club* ging Radio 1 op zoek naar de Strafste Street Art van Vlaanderen en Brussel. Luisteraars konden in september hun favoriet kunstwerk doorsturen waaruit 10 werken geselecteerd werden. De luisteraars kozen uiteindelijk een werk van David Walker. Luisteraars konden stemmen voor *De Belpop 100* (zie p. 61), *De Lage Landenlijst* (zie p. 61) en de *Classics 1000*.

- Voor een actie *Samen vijf kilo lichter* van *De madammen* werd een Facebookgroep opgericht, die ongeveer 5.000 luisteraars met elkaar verbond. In de groep werden dieettips gedeeld door de luisteraars zelf (en experts). Het publiek kon in contact komen met Radio 2(-presentatoren) tijdens verschillende evenementen, zoals *De tuindag* in Bokrijk, en de startshow van de *1000 Klassiekers* in Mechelen. Radio 2 bood concertcafés aan, waarbij een Vlaamse artiest een concert gaf op een unieke locatie. Voor de *1000 Klassiekers* zocht Radio 2 luisteraars die samen met professionele zangers deel wilden uitmaken van het 1000 Klassiekerskoor. In het hemelvaartweekend ging Radio 2 voor *Straat préfééré* langs bij buurtfeesten over heel Vlaanderen. Via de website konden luisteraars ook een afspeellijst voor hun straat aanmaken.
- Klara ontmoette haar luisteraars op verschillende evenementen. Ongeveer 18.500 liefhebbers van klassieke muziek kwamen naar *Iedereen klassiek* in Brugge (zie p. 85). Naar aanleiding van het evenement konden luisteraars personen of organisaties nomineren voor de "Iedereen klassiek-prijs", een publieksprijs voor ambassadeurs van de klassieke muziek. Op het evenement kon wie wilde mee trombone spelen met een tromboneorkest en Brahim Attaeb. Met *Klara in deSingel* kon het publiek genieten van klassieke muziek. Tijdens De maand van de Filosofie konden luisteraars tijdens *Espresso* vragen stellen aan een professor vergelijkende cultuurwetenschap en een petitie ondertekenen voor een filosofische emoticon op Facebook. In 2019 konden luisteraars op hun favoriet stemmen in de *Klara top 100*.
- Luisteraars van Studio Brussel verkozen de winnaars van *De nieuwe lichting* (zie p. 53). Studio Brussel zocht naar nieuw mediatalent in *Studio Dada*, waarbij radiotalenten opgeleid werden en de kans kregen om hun

eigen radioprogramma te presenteren. Naar aanleiding van de twintigste verjaardag van The National mochten Studio Brussel-luisteraars kiezen welke nummers de groep zou spelen op Pukkelpop. Tijdens het programma *StuBru@work* konden bedrijven kans maken op een bezoek van Studio Brussel.

- Tijdens de examenperiode in juni ondersteunde *Marathonradio* (MNM) studenten. Vier MNM-dj's trokken door Vlaanderen om studenten te steunen. MNM ging op zoek naar *De strafste school*. De actie bracht scholieren samen met nadruk op samenwerking en engagement. MNM zocht naar nieuw media- en muzikaal talent via de *MNM Talentendagen*, *Student Late Night*, *MNM Rising Star* en *MNM Start To DJ*. Tijdens *Peter Paasei* zochten luisteraars naar de verborgen locatie van een presentator aan de hand van tips.
- Wierliefhebbers konden (tijdens de periode van de voorjaarsklassiekers en de Ronde van Frankrijk) via *Sporza.be* meedoen aan de *Sporza Wierlanager*. Diegene die de beste ploeg samenstelde en onderhield, won de wedstrijd. Tijdens de Ronde van Frankrijk konden kijkers via sociale media vragen stellen aan de tv-commentatoren. Diverse vragen werden tijdens de rechtstreekse uitzending beantwoord. Via de website polste de sportredactie naar de mening van haar publiek over sportgebeurtenissen. Gebruikers konden via *Sporzamateur* eigen filmpjes doorsturen, die op de website gedeeld konden worden. Via verschillende Facebook Live-sessies konden surfers vragen stellen aan sporters zoals bokster Delfine Persoon en wielrenner Wout Van Aert.
- Via het evenement VRT NWS Connect kwam VRT NWS met het publiek rechtstreeks in contact (zie p. 39). Naar aanleiding van de regionale, federale en Europese verkiezingen lanceerde *Vrtnws.be* *Durf te vragen*, waar het publiek vragen over de politiek en de verkiezingen kon stellen en antwoorden kreeg. Bij een aantal grote nieuwsonderwerpen zond VRT NWS via Facebook Live een gesprek met een expert uit die vragen van kijkers beantwoordde, zoals over privacy bij Google en de hittegolf. Tijdens *De zevende dag* hadden kijkers de kans om vragen te stellen aan de minister-president van Vlaanderen.

5.2 INNOVATIE

ONDERZOEK EN ONTWIKKELING

In de afdeling Onderzoek & Ontwikkeling onderzoekt de VRT hoe via open innovatie nieuwe technologieën toegepast kunnen worden in een mediacontext. Zij test innovatieve mediaoplossingen op het vlak van content, beleving en werkstromen. Zo probeert ze de mediatechnologie van de toekomst te ontwikkelen of uit te testen. VRT Innovatie zet daarbij in op vindbaarheid van informatie, gidsen naar informatie, interactie met het publiek, opsporen van desinformatie, automatisering, nieuwe producttechnologieën en storytelling.

Om innovatie te financieren doet de VRT een beroep op eigen middelen en externe subsidies. In 2019 kwamen de belangrijkste subsidies van het Horizon 2020-programma van de Europese Commissie, het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen en het Google Digital News Initiative.

VRT Innovatie werkte in 2019 mee aan zestien onderzoeksprojecten. Daarvoor werkte de VRT samen met academische organisaties (zoals imec, VUB en UGent), publieke omroepen (BBC, NPO, IRT, RAI), technologiebedrijven (Nokia Bell Labs, Pluxbox), Vlaamse kmo's (o.m. Theoplayer, Kiswe, Textgain en Sentiance) en mediapartners (Mediahuis, Roularta Media Group).

In 2019 startten vier nieuwe onderzoeksprojecten waaraan VRT Innovatie participeerde:

- Daiquiri: een project dat artificiële intelligentie in sportverslaggeving onderzoekt en nagaat hoe met een veelheid aan data aan storytelling kan worden gedaan.
- City Story: een project dat een interactief digitaal platform wil ontwikkelen om samenwerking te stimuleren en burgers te helpen bij het delen van ideeën.
- Rhetoric: een project dat onderzoekt hoe de polarise-

ring bij discussies op online platformen kan gedetecteerd en bestreden worden.

- NewsTAPAS: een project dat de presentatie van nieuwsberichten automatisch aanpast aan de noden en context van de gebruiker.
- Andere voorbeelden van projecten:
- Conamo: een project dat data van wielrenners verzamelt en analyseert om trainingsschema's en wedstrijdstrategieën te verbeteren en mensen wil aanzetten om gezond te fietsen.
 - MOS2S: een project dat enerzijds gericht is op burgerjournalistiek, waarbij het publiek content levert die een professionele journalist verwerkt, en anderzijds op het verrijken van evenementen met beelden van toeschouwers en artificiële intelligentie. De technologie zette de VRT ook in de reeks *Breaking Europe* naar aanleiding van de Europese verkiezingen in.
 - Marconi: een project dat radio-aanbod wil afstemmen met digitale en sociale media om het zo interactiever en persoonlijker te maken.
 - Enhanceplayer: een project dat artificiële intelligentie gebruikt bij het verkleinen van de bandbreedte van video's, zonder kwaliteitsverlies.
 - CPN: een Europees project dat inzet op personalisering van nieuws zonder dat gebruikers in een "filterbubbel" gaan leven. VRT NWS zette daarmee het experiment *VRT myNWS* op, dat een nieuwsaanbod op maat van de gebruikers wil aanbieden. In de testfase wilde de VRT-nieuwsdienst kijken waar haar gebruikers naar kijken en luisteren. Met die informatie kunnen gebruikers suggesties krijgen op basis van hun interesses, maar krijgen ze ook artikels aangeboden die ze anders net niet zouden zien.
 - Content4All: een project dat content via geautomatiseerde gebarendertiteling toegankelijker wil maken voor slechthorenden.



VRT SANDBOX

VRT Sandbox verbindt jonge innoverende ondernemingen en kmo's met de VRT. Diverse ondernemingen kregen in 2019 de kans om hun producten in de VRT-omgeving en -infrastructuur te testen en te ontwikkelen. De omroep kon via hun producten, diensten en werkprocessen innovatieve inzichten verwerven en toepassingen verkennen.

In 2019 werkte VRT Sandbox samen met dertien start-ups en kmo's. Enkele voorbeelden:

- LucidWeb produceerde samen met VRT-programmamakers *Mama Congo*. Dat was een documentaire waarin zes Congoese vrouwen hun verhaal vertelden. De vrouwen werden met een 360°-camera gefilmd, waardoor niet enkel zij, maar ook hun omgeving in beeld kwam. Wanneer kijkers naar hun getuigenis wilden luisteren, konden ze het beeld gericht houden op de spreker. Het platform waarop de verhalen stonden, konden geraadpleegd worden via een internetbrowser, een smartphone of een VR-bril. Het doel van LucidWeb is om 360°-verhalen en Virtual Reality toegankelijk te maken voor het grote publiek.
- Het digitale team van Eén gebruikte een toepassing van de start-up Cutnut waarbij op een eenvoudige manier verticale video's kunnen worden bewerkt en gedeeld (onder andere voor Instagram).
- Voor het project Virtual Reality in het ziekenhuis werkten JEF en Soulmade samen om een VR-ervaring te creëren voor kinderen die in het ziekenhuis verblijven.

Sandbox Hub is de internationale versie van het Sandbox-concept van de VRT.



EVOLUTIE 2016-2019

VRT Sandbox werkte gedurende 2016-2019 ieder jaar samen met minstens 13 KMO's en starters en haalde daarmee de norm (12).

Aantal samenwerkingen met starters en KMO's

norm	2016	2017	2018	2019
12	16	13	16	13

Europese werking

Sandbox Hub is de internationale "vertaling" van het Sandbox-concept. Het wil van VRT Sandbox een model maken dat in andere Europese landen overgenomen kan worden. De ambitie bij de oprichting in 2018 was om eind 2019 vier mediaorganisaties in het netwerk te krijgen. Eind 2019 hadden achttien organisaties zich aangesloten. Het samenwerkingsverband Sandbox Hub laat toe dat mediabedrijven hun innovatieve expertise kunnen delen en start-ups op een grotere schaal hun nieuwe producten of diensten op de markt brengen. Zo ging de Vlaamse start-up On-Hertz een samenwerking aan met ARD, Radio France en RTBF, leden van de Sandbox Hub.

Ondernemerschap binnen de VRT

VRT Sandbox ondersteunde ook interne collega's die nieuwe technologieën en formats wilden ontwikkelen en uittesten. Een voorbeeld daarvan was *Lumo*, de software van On-Hertz. *Lumo* bootst een radiostudio op een tablet-pc na. Nadat die in 2018 voornamelijk door Radio 2 was getest, werd in 2019 de software verder ontwikkeld en uitgerold bij alle VRT-radionetten. Alle radiomakers van de VRT kunnen de toepassing sindsdien gebruiken voor uitzendingen-op-locatie.

De VRT-afdeling Video SnackBar onderzocht de werking van nieuwe camera's, games en gadgets. VRT-medewerkers konden dit materiaal in de praktijk testen. Dat gebeurde bijvoorbeeld voor het interactieve project *Wie wordt wrapper?* van Ketnet, waarbij specifieke software toeliet om tientallen camera's flexibel in het werkproces te gebruiken.

“Het is belangrijk om start-ups te promoten en te coachen, maar evengoed om hen te behoeden van foute keuzes.”



Trees De Bruyne

Projectcoördinator bij VRT Sandbox

Als coördinator bij VRT Sandbox breng ik jonge ondernemingen die met innovatie bezig zijn, in contact met medewerkers van de VRT. Innoveren is belangrijk om als mediabedrijf relevant te blijven en om te innoveren heb je inspiratie nodig. Dat hebben start-ups vaak in overvloed. Een start-up heeft geen verleden. Door die vrijheid kunnen ze op een heel andere manier naar problemen van vandaag kijken. Door in contact te komen met innovatieve technologieën van start-ups, kunnen we, als de VRT, op een nieuwe manier radio of televisie maken of onze manier van werken anders bekijken. Tegelijk kunnen start-ups er ook uit leren, ze testen hun product uit bij ervaren programmamakers. De VRT is voor hen echt een kwaliteitslabel. Wij creëren een arena waarin zowel wij als de start-up leren.

Wanneer een start-up bij ons komt, doe ik een eerste verkennend gesprek. Daarna bespreek ik elke start-up met mijn collega's. Dat is belangrijk, want zij zien wat ik niet zie en omgekeerd. Daarna zetten we onze *tam tam* in gang. We promoten onze start-ups intern via een online tool. Als interne medewerkers na een gesprek interesse hebben, zetten we een proefproject op. Zo hadden we in 2019 een samenwerking met Voizup. Zij hebben een toepassing die luistert naar hoe radiomakers praten en hoe een radioprogramma wordt samengesteld. Op basis daarvan kan het zeggen wanneer een luisteraar zal afhaken of niet. Ze geven daarover dagelijks feedback. Door luistergedrag te analyseren, kan je anders en beter radio maken.

Wanneer een start-up voor de eerste keer bij ons komt, coach ik hen ook. Ik leer hen hoe ze programmamakers warm kunnen maken voor hun project, hoe ze hun technisch product in een verhaal kunnen gieten. Als je een goed product hebt, maar je kan je verhaal niet vertellen, zit het strop. Dat coachen vind ik echt een van de leukste dingen aan mijn job. Veel start-ups zeggen 'zelfs al levert het geen samenwerking op, dan hebben we wel geleerd hoe we ons verhaal op een bevattbare manier kunnen vertellen aan een klant'. We helpen start-ups ook internationaal te groeien. Dankzij ons zitje bij Sandbox Hub en Media Invest Vlaanderen kunnen we ze ondersteuning bieden op internationaal vlak.

Door mijn ervaring als zakelijk adviseur in de cultuursector begrijp ik hoe moeilijk het is voor een start-up om op het einde van de maand rond te komen. Ik probeer start-ups binnen de VRT te promoten, maar ik probeer hen ook te behoeden om foute keuzes te maken. Focus is heel belangrijk. Als je niet echt voor media wil gaan, wil ik niet dat ze failliet gaan door hierop in te zetten. Je hebt een verpletterende verantwoordelijkheid. Ik ben zo tegelijk promotor en scheidsrechter.

EVENEMENTEN EN DELEN VAN KENNIS

Op Innovatie.vrt.be deelde de VRT (in het Nederlands en het Engels) informatie over innovatieve projecten, hun werking en expertise. Via de *VRT Pilotzone* op de website konden mediagebruikers zich informeren over die projecten en zich inschrijven om mee te werken aan projecten. In een eerste fase konden de gebruikers bijvoorbeeld via een vragenlijst input geven over hun verwachtingen en behoeftes. In een latere fase konden ze een prototype testen. Via Sandbox.vrt.be communiceerde de VRT over de samenwerkingen en de werking van VRT Innovatie. De Sandbox-ervaringen werden zo online gedeeld, zoals dat ook via *Sandbox Sessions* gebeurde. Die laatste waren evenementen waar VRT Sandbox haar samenwerkingen met start-ups en kmo's toelicht. In 2019 vonden twee *Sandbox Sessions* plaats, waarvan een tijdens *Media Fast Forward*.

Media Fast Forward bracht in 2019 ruim 1.300 experts, mediamakers en ondernemers samen om na te denken

over digitale en maatschappelijke uitdagingen. Onder de noemer "Opposites Attract", focuste het evenement op het thema polarisatie en maatschappelijke verantwoordelijkheid van de mediasector. In de aanloop ernaartoe trok de VRT naar vijf hogescholen en universiteiten voor *Media Fast Forward On Tour*, telkens met een andere maatschappelijke en innovatieve insteek, zoals artificiële intelligentie, de zoektocht naar waarheid en de opkomst van de belevingseconomie.

De VRT was vertegenwoordigd op het IBC in Amsterdam, een internationale conferentie voor de mediasector. Bezoekers konden er vijf toepassingen, verbonden aan de VRT-innovatie-afdeling, uittesten.

De VRT organiseerde ook een evenement over spraakbesturing voor media-experten van omroepen die lid zijn van EBU. Twee dagen lang werkten de deelnemers in groepen samen om nieuwe concepten uit te werken.

Mediagebruikers
werkten via de
VRT Pilotzone mee
aan nieuwe
technologieën.



Valentijn Horemans

👉 Tsjik tsjak vollenbak zouden ze bij @Ketnet zeggen. #mediafastforward over de toekomst van de media, ofwel mooie wisselwerking tussen media-opleidingen van @ThomasMoreBE en @VRT! 📺 📱 📺



“Bij Video SnackBar moeten we constant up-to-date blijven met de nieuwste technologie.”



Rani D'Hulster

Medewerker Video SnackBar

Bij Video SnackBar ondersteunen wij alle programmamakers van de VRT, van online redacteurs tot televisiemakers. Bij ons kunnen ze nieuwe camera's en ander mediamateriaal testen. We proberen dan ook voortdurend up to date te blijven met de nieuwste evoluties. Nieuwe camera's waarvan we denken dat ze relevant kunnen zijn, kopen we aan. De aanbodsmerken kunnen dat dan in de praktijk testen. Zo leren wij op onze beurt meer over hoe zulke toestellen echt werken.

Ikzelf ondersteun vooral webvideomakers. De aanbodsmerken komen meestal met een basisidee aanzetten. Ik kijk of we materiaal hebben om dat te realiseren en ondersteun hen in de technische kant. De dag dat het nieuwste FIFA-game (FIFA20) in de rekken lag, heb ik, samen met Studio Brussel, de presentator/dj Bouba twaalf uur lang in een videobox opgesloten. Tijdens die twaalf uur heeft hij alle FIFA-games die ooit uitgebracht zijn geweest aan een stuk gespeeld, van FIFA 94 tot FIFA20. Dat werd live op de Facebookpagina van Studio Brussel uitgezonden. Voor dat project heb ik samen met mijn collega's van Video SnackBar alle techniek voorzien. Tijdens de livestream zelf zorgde ik ervoor dat als er technisch iets fout ging, het opgelost kon worden. Persoonlijk game ik ook heel graag. Dat ik mijn hobby kon combineren met mijn werk, maakte dit project extra fijn om aan mee te werken.

Elke dag is voor mij anders. De variëteit vind ik het leukste aan mijn job. Ik maak video's, heb administratieve taken en organiseer opleidingen, bijvoorbeeld over hoe je met bepaald materiaal kan werken. Ik vind het ook fijn om met alle aanbodsmerken in contact te komen. Ik zit immers niet graag in een bubbel aan mijn bureau. Als ik bijvoorbeeld een nieuwe camera heb, kan ik dat bij hen aftoetsen. We zijn trouwens altijd aanspreekbaar voor een nieuw tof project. Hoe specialer of hoe moeilijker, hoe liever. We worden graag geprikkeld, zolang het maar haalbaar is (*lacht*).

Bij de meeste projecten hebben we een korte deadline. Als wij programmamakers op heel korte tijd kunnen helpen met een goed resultaat, krijg je echt voldoening. Als je mensen kan helpen die tot dan toe niet geholpen konden worden, dan is het een geslaagde dag.

6

SAMENWERKING



De VRT werkt samen met verschillende spelers uit de Vlaamse mediasector, maatschappelijke organisaties, overheidsinstellingen en organisaties die actief zijn op vlak van cultuur, sport en muziek. Het doel van al die samenwerkingen is een versterking van het Vlaamse medialandschap, het vergroten van het maatschappelijk draagvlak van het aanbod, en extra media-aandacht creëren voor de partners van de VRT.

6.1 VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM

PRODUCTIEBELEID

De aanbodsmerken van de VRT bieden een mix aan van aangekochte producties, producties die door de omroep zelf worden gemaakt en externe producties van Vlaamse productiehuisen.

Elk aanbodsmerk houdt rekening met verschillende criteria vooraleer een productie wordt opgestart:

- het budget;
- de kansen op extra inkomsten;
- 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.

De aanbodsmerken van de VRT wijzigen elk jaar hun aanbod en introduceren innovatieve formats en toepassingen. (Voorbeelden: zie p. 83-90.)

INTERNE PRODUCTIE

De VRT produceerde verschillende evenementen en kortlopende tv-producties zelf zoals de *MIA's*, *Vlaanderen Feest!*, *Radio 2 Zomerhit*, *De stoel*, *Terzake*, *Kinderen van het verzet*, *Kom op tegen Kanker special*, *Wie wordt wrapper?*, enzovoort.

In 2019 heeft de VRT ingezet op fictie-producties (zoals *Loslopend wild*) en op nieuwe formats (zoals *Factcheckers* en *Merci voor de muziek*). Daarnaast waren er nieuwe seizoenen van *Op de man af*, *Eviva Espana*, *Thuis* en *Iedereen beroemd*.

Bijna alle radioproducties en de digitale content van de aanbodsmerken (video, audio, foto en tekst) werden door eigen VRT-redacties en -programma-medewerkers gecreëerd.

OPENVRT

OpenVRT is sinds 2013 een gemeenschap waar digitale mediamakers in Vlaanderen inspiratie kunnen opdoen, hun netwerk verbreden en gestimuleerd worden om te co-creëren met de VRT en haar aanbodsmerken.

OpenVRT organiseerde in 2019 twee evenementen waarop mediamakers elkaar konden ontmoeten en zich lieten inspireren door sprekers uit het werkveld. In oktober nodigde OpenVRT zo'n 400 jonge mediamakers uit om gratis workshops en lezingen te volgen.

OPEN vrt

In 2019 zette OpenVRT ook verder in op co-creatie. Een combinatie van specifieke opdrachten vanuit de merken (zoals het maken van een YouTube-format voor *Eén*) en experimenteer-momenten zorgden ervoor dat de gemeenschap van OpenVRT de merken inspireerden met nieuwe ideeën. Voorbeelden daarvan zijn *De Ketnet-kronieken* (een reeks waarin historische gebeurtenissen werden uitgelegd aan het Ketnet-publiek) en een maandelijkse blogreeks over de internet-geschiedenis op Vrtnws.be.



“OpenVRT verlaagt de drempel voor jongeren naar de VRT.”



Kim Nicolai

Producer bij OpenVRT

Ik ben producer bij OpenVRT. Met OpenVRT proberen we de drempel naar de VRT voor jongeren digitaal te verlagen. Dat doen we onder andere door onze evenementen waar we hen willen inspireren, maar ook door samenwerkingsmogelijkheden op te zetten tussen onze community en de verschillende VRT-merken. Wanneer een merk bijvoorbeeld voor een opdracht iemand nodig heeft die “motion graphics” kan doen, gaan wij binnen onze community kijken wie aan dat profiel beantwoordt. Maar mensen kunnen ook met een idee naar ons toestappen. Wij gaan dan kijken of er ergens een match ligt met een van de VRT-merken.

Mensen zien de VRT soms nog als die immense toren, en wij proberen daar met onze evenementen en initiatieven een gezicht op te plakken. Dat werkt enorm drempelverlagend. We proberen er dan ook voor te zorgen dat zoveel mogelijk mensen van de VRT zelf aanwezig zijn op onze evenementen, zodat deelnemers zelf op hen kunnen afstappen en kunnen zien “ah dat zijn ook maar mensen van vlees en bloed”.

Als ik een persoonlijk hoogtepunt uit 2019 zou kiezen, dan kies ik toch wel voor de podcast *El Tarangu*. Het audiocollectief SCHIK is eind december 2018 naar ons gestapt met het idee om een podcast te maken over de dood van de Spaanse wielrenner José Manuel Fuente. Wij hebben er dan voor gezorgd dat de podcast een coproductie werd met Sporza en hebben het audiocollectief ondersteund waar zij ons nodig hadden. Zo konden ze hun podcast hier komen opnemen in de studio's, hebben we de communicatie bij de lancering verzorgd, een trailer gemaakt, enzovoort. We hebben er ook voor gezorgd dat de visuele stijl aansloot bij de branding van Sporza zodat de podcast klopte binnen het verhaal van Sporza. Wij waren eigenlijk het aanspreekpunt voor de makers en Sporza, zodat de makers goed vlot konden werken aan de podcast en dat zij met al hun vragen over de VRT bij ons terecht konden. Die podcast was voor ons ook een beetje nieuw terrein, want we hadden nog nooit een podcast mee helpen ondersteunen. En het was dan wel heel fijn om te zien dat die podcast het heel goed heeft gedaan.

VRT START-UP

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

In 2019 focuste VRT Start-up zich op twee groeidomeinen, 'third space' en 'desinformatie'.

- Binnen het domein 'third space' lag de focus op 'hapklare tv': een mobiel contentplatform met video-fragmenten. Het resultaat is de opstart van een traject rond een mobiele beleving voor jongeren. Daarbovenop heeft dit traject duidelijk gemaakt dat er dringend nood is aan een merkoverkoepelende jongerenstrategie voor de VRT.
- Binnen het domein 'desinformatie' was het doel om concepten te genereren die gebruikers meer weerbaar zouden maken tegen vals nieuws, propaganda, uit de context gehaald nieuws, enzovoort. In 2019 werkte VRT Start-up een aantal ideeën uit om gebruikers zelf weerstand te laten bieden tegen desinformatie, zodat de VRT haar rol vervult om van Vlamingen kritische mediagebruikers te maken. Zo ontwikkelde VRT Start-up de Checkbot, een chatbot op Facebook waarmee de gebruiker meer informatie over een nieuwsartikel kan weten, en Alles Kan Erger, een gezelschapsspel waarbij het de bedoeling is om nepnieuws nog erger te maken en zo in contact te komen met de belangrijkste nepnieuwsverhalen van het voorbije jaar.

Fictiebeleid

Fictie is een belangrijke bouwsteen in het video-aanbod van de VRT. Met Vlaamse fictiereeksen slaagt de omroep erin een breed publiek te bereiken, het lokale ecosysteem te versterken en de Vlaamse creatieve sector internationaal te promoten.

Mensen kijken evenwel minder live naar fictie. Daarnaast stijgt de populariteit van aanbod-op-aanvraag en kijken Vlamingen steeds vaker naar reeksen en films op internationale platformen. Bovendien stijgen de productiekosten van fictiereeksen door de hogere kwaliteitsstandaarden. De VRT zette daarom een duurzame fictiestrategie op. Die gaat uit van lokale producties, maar met een focus op internationale verspreidings- en/of samenwerkingsmogelijkheden. Dit uit zich op diverse vlakken:

- De VRT heeft een internationaal netwerk uitgebouwd door aanwezig te zijn op internationale festivals en beurzen, en haar banden met andere Europese openbare omroepen en EBU te versterken. Het doel is de VRT als een betrouwbare en sterke fictiepartner internationaal op de kaart zetten en zo bij te dragen aan de culturele uitstraling van Vlaanderen. Een VRT-expert internationale coproducties nam in 2019 daartoe deel aan panelgesprekken, gaf presentaties en nam deel aan diverse evenementen, zoals Series Mania (Frankrijk), Content without Borders/PACT (Verenigd Koninkrijk), Series Serie (Frankrijk), Edinburgh Drama Festival (Verenigd Koninkrijk), Helsinki Script (Finland), Serial Killer Festival (Tsjecho) en C21 (Verenigd Koninkrijk). Daarnaast was de VRT aanwezig op de grote Franse verkoopsbeurzen "MIPCOM" en "MIPTV". Eén keer per jaar houden de VRT en NPO een uitwisselingsdag waar onder andere het fictie-aanbod wordt besproken.
- Door de gestegen productiebudgetten wordt de financiering complexer. Daardoor wordt vaker gezocht naar buitenlandse partners. De VRT-fictieverantwoordelijken verzamelden in 2019 extra expertise in budgetanalyse, het opmaken van financieringsplannen en het analyseren van internationaliseringskosten. Indien de VRT een fictievoorstel met internationaal potentieel detecteert, werd samen met de producent gezocht naar de optimale productiekwaliteit en naar financieringspartners. Daardoor stijgt de kans op een (internationale) verkoop en worden mogelijks (buitenlandse) inkomsten verworven die geherinvesteerd worden in nieuwe lokale fictie. Dat was bijvoorbeeld het geval bij *Undercover* (Eén), *Over water* (Eén), *#LikeMe* (Ketnet) en *Campus 12* (Ketnet).
- Een VRT-expert werd voor sommige producties ingezet als "matchmaker" die op zoek gaat naar internationale financiering. De omroep verwierf zo middelen die in het buitenland gevonden worden. In 2019 heeft de expert internationale financiering gezocht voor de Canvas-reeks *Albatros* via een internationale distributeur. Voor een coproductie voor de reeks *Arcadia* samen met KRO-NCRV treedt de expert op samen met de producent. Ook voor de Ketnet-reeksen *#LikeMe* en *Hoodie* heeft de VRT extra financiering in het buitenland gevonden.



Fiskepark (Canvas)

Naast fictiereeksen met internationaal potentieel, (zoals *Over water* en *De twaalf*) was in het aanbod plaats voor lokale, herkenbare fictiereeksen “die dicht bij het echte leven staan” (zoals *Thuis*, *Dertigers* en *Zie me graag*). Programmamakers experimenteerden met nieuwe vertelvormen voor een jong publiek (zoals met *Instaverliefd*, een reeks dat op Instagram werd aangeboden). Ketnet zette in op Vlaamse fictiereeksen (zoals *#Likeme*, *Dag Sinterklaas* en *Nachtwacht*). Ketnet streeft in de meeste gevallen naar meerdere seizoenen van een fictiereeks om een duurzame connectie met het publiek op te bouwen. Canvas produceerde de fictiereeks *Fiskepark*.

SAMENWERKEN MET DE EXTERNE PRODUCTIESECTOR

De VRT werkt samen met een grote diversiteit aan producenten en behoort tot de koplopers in Europa op het vlak van uitbesteding aan de externe productiesector, zo blijkt uit het onafhankelijk onderzoek naar de economische meerwaarde van de openbare omroep uit 2018⁸⁹. Doordat de VRT inzet op producties van Vlaamse productiehuisen, stimuleert zij de andere Vlaamse omroepen om ook Vlaamse content aan te bieden. Concreet ondersteunde de VRT in 2019 de Vlaamse audiovisuele sector op verschillende manieren:

- productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen;
- bestellingen bij facilitaire bedrijven;
- coproducties met producenten (o.a. in samenwerking met VAF);
- samenwerkingen met Vlaamse start-ups (zie p. 98).

De VRT waakt over de kwaliteit van alle producties. Alle VRT-producties bij alle aanbodsmerken worden opgevolgd door zogenaamde “aanbodsverantwoordelijken”. In de praktijk betekent dat dat deze medewerkers enerzijds een productie opvolgen vanaf het concept tot wanneer die (tijdig) klaar is voor uitzending en anderzijds de kwaliteit ervan nagaan. Met het oog op verdere producties en een goede programmering worden de producties beoordeeld op verschillende maatstaven zoals bereik-

**Instaverliefd:
de eerste fictiereeks
gemaakt voor Instagram,
waarbij de acteurs
zichzelf filmde.**

cijfers, waarderingsdata, reacties van klanten en impact op sociale media. Daarnaast heeft de VRT in samenspraak met externe productiehuisen een code afgesproken om onder andere de arbeidsvoorwaarden te respecteren.

• Productie-overeenkomsten

De VRT hanteert een kaderovereenkomst met standaardafspraken (de *Algemene Voorwaarden*) met de externe producenten voor producties waarbij de omroep de enige financierder is.

• Coproductie-overeenkomsten

In tegenstelling tot producties die 100% gefinancierd worden door de VRT, vereisen coproducties (waarbij verschillende partners instaan voor de financiering) een ad-hoc-benadering. Alle coproducties verschillen van samenwerkingsvorm waardoor het niet wenselijk of haalbaar is om dergelijke samenwerkingen via een standaardovereenkomst te regelen. Een aantal principes werden wel vastgelegd, maar individuele onderhandelingen zijn steeds nodig.

89

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

Productiesector en facilitaire sector

De bestedingen in de productiesector vanwege de VRT gingen in 2019 naar 57 verschillende leveranciers, voornamelijk uit de televisieproductiesector maar ook 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, De Liefhebbers, Het Nieuwshuis, Koeken Troef, Pretpratens, Borgerhoff & Lamberigts TV* en *Zodiak*.

De VRT had in 2019 een raamovereenkomst met De Mensen.

80% van de bestedingen in de facilitaire sector ging in 2019 naar 38 verschillende leveranciers. De overige 20% was verdeeld over veel "kleinere" leveranciers. De belangrijkste waren: *Videohouse, Production Resource Group,*

DB Video Productions, Jan Verbeke producties, Vanhaeren Services & Scaffoldings, Het Huis, Nep Belgium, Eurogrip, Kadenza Media en *Arf en Yes*.

De VRT had in 2019 een raamovereenkomst met 224 facilitaire bedrijven/freelancers. Dat waren bedrijven in verschillende domeinen, hoofdzakelijk:

- cameraploegen
- klankploegen
- postproductiehuizen
- facilitaire toelevering (studio's, reportagewagens, bijhorend personeel)
- commentatorcabines en cameraplatformen
- decorbouwers
- huur camerakranen
- huur audio(visueel) materiaal

VRT-bestedingen externe sector

Evolutie bestedingen in de Vlaamse productiesector en de facilitaire sector (in duizend euro) (2015-2019)

Bron: VRT



In 2019 besteedde de VRT 18,44% van haar totale inkomsten in de Vlaamse productie- en facilitaire sector⁹⁰ (ten opzichte van 18,29% in 2018) (norm: 15%, evoluerend naar 18,25% in 2020). De VRT deed een beroep op de Vlaamse productiesector voor 60,9 miljoen euro

(ten opzichte van 60,6 miljoen euro in 2018) en de Vlaamse facilitaire sector voor 16,6 miljoen euro (ten opzichte van 15,5 miljoen euro in 2018)⁹¹. Daarmee toonde de openbare omroep aan dat hij een stimulans is voor de Vlaamse productiesector.



EVOLUTIE 2016-2019

Gedurende 2016-2019 besteedde de VRT elk jaar minimaal 15% van haar inkomsten aan externe producties.

Evolutie externe producties als % van inkomsten

norm	2016	2017	2018	2019
15%	18,89%	19,87%	18,29%	18,44%

MEDIA INVEST VLAANDEREN

Media Invest Vlaanderen (MIV) is een joint venture tussen de VRT en PMV, de onafhankelijke investeringsmaatschappij van het Vlaams Gewest. MIV geeft (voornamelijk financiële) steun aan beloftevolle bedrijven actief in media-technologie (technologieën waar content op getoond en/of verspreid kan worden) en mediacontent (zoals film- en tv-producties en games). Op die manier willen beide partners het Vlaamse media-ecosysteem duurzaam ondersteunen en het internationaal potentieel ervan uitbouwen.

In 2019 investeerde Media Invest Vlaanderen in Cyborn, een 3D-animatiestudio die zich onder andere specia-



liseert in complexe en hyperrealistische 3D-karakteranimatie. Daarnaast investeerde MIV ook in Cybernetic Walrus, een gamestudio die naast eigen games apps en 3D-visualisaties ontwikkelt voor derden.

In 2019 was MIV aanwezig op *Media Fast Forward* (zie p. 100). Op dit evenement konden verschillende bedrijven hun idee pitchen en kregen ze feedback van het MIV-team. Na de presentaties maakte MIV diepgaande analyses, waarna werd beslist om na te gaan of al dan niet samengewerkt kon worden met geïnteresseerde ondernemingen.



90

Exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic en de dotatie voor herstructureringskosten. Omwille van de vergelijkbaarheid over de jaren heen worden de bestedingen als gevolg van de verkiezingen en grote sportevenementen in de even jaren (EK Voetbal, WK Voetbal, Olympische spelen) niet meegenomen bij de berekening van dit percentage.

91

"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 productiehuisen (extern kernpersoneel interne productie, bodyshoppers interne productie en verslucteling 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)." (Bron: Beheersovereenkomst 2016-2020 pg. 57)

Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)

Het VAF-Mediafonds heeft als basisopdracht om de coproductie van kwalitatieve tv-reeksen te stimuleren tussen onafhankelijke producenten en Vlaamse tv-omroepen. Het VAF verleende in 2019 financiële steun aan 20 producties (4 fictiereeksen, 8 documentairereeksen en 8 animatiereeksen) waarbij de VRT coproductent was.

Het VAF gaf scenarioosteun (SS), ontwikkelingssteun (OS) en/of productiesteun (PS) voor:

- Fictiereeksen: *Vuurlijn* (PS), *Arcadia/avondland* (SS) en *Lost Luggage* (OS) voor Eén en *Hoodie* (PS) voor Ketnet.
- Documentairereeksen: *Weg naar werk* (PS), *Het Vaticaan* (OS), *XX* (OS), *UFO/De golf* (SS), *De piraat en de president* (PS), *De SSRI Files* (SS), *Rwanda 25 jaar later* (PS) en *Vrouwelijke cartoonisten* (SS) voor Canvas.
- Animatiereeksen: *Mosquito Warrior* (SS), *Bertje Biet* (SS), *Oink?* (SS), *Junkyard Paradise* (OS), *Ray & Ruby* (OS), *Rintje2* (PS), *Interstellar Ella* (PS), *Royals Next Door* (webcontent – PS) voor Ketnet.

Externe bedrijven voor radio- en digitaal aanbod

De VRT produceerde het grootste deel van het radio- en digitaal aanbod zelf.

Soms werkte de aanbodsmerken samen met externe bedrijven voor het technisch of dagelijkse beheer van online platformen, en/of voor het creëren van nieuwe online content. Enkele voorbeelden van radioprogramma-items, radioprogramma's en digitale content die met behulp van externe bedrijven werden gemaakt:

- Eén: digitaal aanbod bij *Twee tot de zesde macht* (Koeken Troef!), extra content van *Van algemeen nut* (Liefhebbers), de online-reeks *Het grensland van Martin* (Woestijnvis), extra content bij *Durf te vragen* (Roses are Blue), de *Switch*-app (Triangle Factory en Panenka), de reeks *Down the Snow* naar aanleiding van *De warmste week* (Roses are Blue), *Dagelijkse kost* op Een.be (ontwikkeld door Wieni, inhoudelijk mee vormgegeven door Hotel Hungaria) en de website van de *MIA's* (door Wieni).
- Radio 1: het aanbod van De Universiteit van Vlaanderen (ontwikkeld door De Universiteit van Vlaanderen).
- Ketnet: De Ketnet-app en Ketnet Junior-app (Small Town Heroes), live-video's op de website van Ketnet (Zender), *Tik Tak*-games (Happy Volcano en Cartamundi Digital), *Mijn Tik Tak* (Pure Communication), *Nachtwacht luisterverhalen* (Studio 100), extra online aanbod bij *#LikeMe* (Fabric Magic), *Viktors rekenspelletje* (Pure Communication), getuigenissen en achter-de-schermen-video's bij *Campus 12* (Studio 100), extra digitaal aanbod bij *De dokter Bea show* (De Mensen) en online aanbod bij *4eVeR* (ScheMa Productions).
- Studio Brussel: *Flowjob* (Hotel Hungaria).
- MNM: de productie van *D5R* (door Warner Bros België).



SAMENWERKEN MET ANDERE MEDIASPELERS

De VRT werkt op verschillende vlakken samen met media-organisaties uit ons land. Elke samenwerking moet een positieve impact hebben op het lokale media-ecosysteem en op de maatschappelijke opdracht van de VRT. Enkele voorbeelden:

- Voor sport werkte de VRT samen met SBS Belgium, Mediaaan, Eleven Sports en Proximus voor de uitwisseling van sportcontent. De akkoorden met Proximus en SBS Belgium hadden ook betrekking op het inzetten van Sporza-commentatoren tijdens sportwedstrijden.
- De VRT had een samenwerkingsovereenkomst met Telenet over het gebruik van archiefbeelden en het inzetten van presentatoren en commentatoren in disciplines als veldrijden, Formule 1, de Engelse voetbalcompetitie en de reeks *Belga sport* (Canvas).
- De VRT had een samenwerkingsovereenkomst met RTL voor de wedstrijden van de Beker van België (Crocky Cup), en met RTBF voor de wedstrijden van de Europa League voetbal.
- De VRT had overeenkomsten met Proximus-TV en Telenet over het aanbod-op-aanvraag van VRT-programma's.
- Op programmaniveau werkte de VRT in 2019 samen:
 - *De MIA's* werden in samenwerking met Proximus geproduceerd.
 - VRT NWS wisselde informatie en beelden uit met Bruzz. RTV en VRT wisselden op regelmatige basis beelden, audio en content uit. Met RTBF, VTM en RTL werden nieuwsbeelden uitgewisseld. Voor de capstatie van de ceremonie voor de achttiende verjaardag van kroonprinses Elisabeth en de herdenking van het Ardennenoffensief (75 jaar voordien) werkte VRT NWS samen met RTBF en VTM. Voor *De stemtest* (zie p. 43) werkte de nieuwsredactie samen met De Standaard, RTBF en La Libre. Voor onderzoeksjournalistieke

projecten werd onder andere samengewerkt met Knack, Apache en De Tijd. Samen met RTBF werd de podcast *Plan B* gelanceerd.

- De VRT werkte samen met RTBF voor onder andere de Koningin Elisabethwedstrijd, het Nationaal Defilé en de Paleisconcerten.
- In *De ochtend* op Radio 1 werden de hoofdredacteuren van Vlaamse kranten en nieuwswebsites in 2019 regelmatig uitgenodigd om een verhaal uit hun krant toe te lichten. Radio 1 was samen met Knack partner voor De Universiteit van Vlaanderen.

Websyndicatie

De VRT stelt haar videofragmenten beschikbaar aan Vlaamse uitgevers als DPG Media en Mediahuis, zodat zij de video's kunnen publiceren op de websites van hun merken. De video's zijn afkomstig uit programma's van de aanbodsmerken van de VRT.

Door de publicatie van videofragmenten op de websites van andere mediaspelers vergroot de VRT haar bereik van het video-aanbod. (zie p. 20)

Innovatie

De VRT werkte voor innovatieve projecten samen met verschillende Vlaamse en Europese mediabedrijven. Die samenwerking kan zich uiten in projecten rond mediabeleving enerzijds, en het uittesten van media-innovaties via VRT Sandbox anderzijds (zie p. 98).

Gedeelde beleidsdossiers

De openbare omroep werkt samen met andere mediabedrijven aan een aantal dossiers:

- In 2019 werd Radioplayer gelanceerd, een website en app waarop luisteraars naar alle radiozenders van de VRT, DPG Media en Mediahuis kunnen luisteren. De samenwerking verliep via Digitale Radio Vlaanderen dat daartoe was opgericht eind 2018.

- De VRT werkt samen met DPG Media, Mediahuis en Norkring NV mee aan de digitalisering van het radiolandschap en de uitrol van een plan om over te schakelen van FM- naar DAB+-uitzendingen.
- Het aanbod van de VRT moet gediversifieerd, toegankelijk en vindbaar zijn op alle platformen. Door het grotere (internationalere) aanbod en de opkomst van OTT-spelers wordt iedereen bereiken en aanspreken moeilijker. De openbare omroep bespreekt in zijn contacten met de andere Vlaamse omroepen en distributeurs hoe het aanbod van de Vlaamse zenders (waaronder deze van de VRT) prominent zichtbaar kan blijven op de distributieplatformen.
- De VRT staat open om samenwerkingen, zoals een gezamenlijk Vlaams aanbod-op-aanvraag-platform, verder te onderzoeken. De VRT had daarover constructieve gesprekken met DPG Media. De VRT is geen trekker van een project (werktitel: Vlaamse Netflix) van DPG Media en Telenet maar onderzoekt of het een levensvatbaar project is en of de vrije nieuwsgaring en het vrije aanbod kan bewaakt worden.

SAMENWERKINGEN MET ANDERE PUBLIEKE OMROEPEN

In 2019 werkte de VRT samen met verschillende publieke omroepen in Europa, zowel op programma- als op strategisch vlak:

- Voor Eén werden een aantal fictiereeksen ontwikkeld samen met NPO en RTBF. Als deze reeksen overgaan naar de productiefase, worden zij gecoproduceerd met deze partners. *Grensländers* bijvoorbeeld (uitgezonden in 2019) was een coproductie tussen NPO/AVROTROS en Eén. De reeks *GR5* (die in 2020 wordt uitgezonden) kwam tot stand in coproductie met ZDFneo.
- Ketnet zond in 2019 de fictiereeks *Dierendetectives* uit, een coproductie tussen de VRT, NPO en de Duitse omroep NDR. Op strategisch vlak werkte Ketnet samen met NPO voor een viermaandelijks content- en strategisch overleg. De Noorse omroep NRK en de Deense omroep DR kwamen op inspiratiebezoek bij Ketnet.





Sindsdien werden inzichten en formats tussen deze omroepen en Ketnet uitgewisseld.

- Een structureel fictie-overleg werd opgezet tussen de VRT en RTBF, en tussen de VRT en NPO.
- De VRT organiseerde, samen met AVROTROS en de NPO, de sessie "Stories from the Lowlands" op het dramafestival Séries Mania: in een panelgesprek werd ingegaan op de coproductie *Grenslanders* en werden VRT-fictiereeksen voorgesteld.
- De VRT had sprekers op Helsinki Script in Finland en op het Serial Killer Festival in Tsjechië die haar fictie-aanpak toelichten.
- VRT NWS werkte samen met verschillende Europese openbare omroepen, om informatie uit te wisselen en ideeën te bespreken. Zo had de VRT-nieuwsdienst regelmatig contact met RTBF, NOS en BBC. In 2019 is VRT NWS partner geworden van het "50:50-project" van BBC, waarbij gestreefd wordt naar een gelijke opvoering van mannen en vrouwen in de berichtgeving. In 2020 zal VRT NWS dit project verder uitwerken. De VRT-nieuwsdienst schakelde regelmatig correspondenten in van NOS.

De VRT was in 2019 een partner binnen de EBU.

- De VRT-expert internationale coproducties werd lid van de Stuurgroep "Fictie-experten" binnen de EBU.
- Ketnet was een trekker in een EBU-project over fictie voor kinderen en jongeren. De bedoeling van het project was een forum op te zetten om coproducties tussen Europese publieke kinderzenders te stimuleren en te faciliteren. Ketnet is daarnaast lid van de EBU Children Experts Meeting, waarbij de netmanagers van publieke kinderzenders samenkomen om gedachten uit te wisselen over strategie.
- VRT NWS was een actief lid van de EBU. Regelmatig namen journalisten en andere medewerkers van VRT NWS deel aan evenementen van de EBU. VRT NWS nam deel

aan de Eurovision News Exchange waarbij beelden, quotes en korte nieuwsreportages uitgewisseld worden tussen de Europese openbare omroepen. VRT NWS bood ook zelf nieuwsreportages aan voor andere omroepen. VRT NWS nam deel aan EBU Youth News Exchange, waarbij verschillende kinder- en jeugdjournaals expertise, strategie, beeldmateriaal en reportages met elkaar uitwisselen.

- Een VRT-journalist was de vertegenwoordiger van VRT NWS in EBU News Committee en Editorial Subcommittee. Op die manier volgde de VRT-nieuwsdienst het beleid en de inhoudelijke keuzes van de EBU op. VRT NWS werkte met andere omroepen samen aan een onderzoeksproject om gemeenschappelijke journalistieke onderwerpen uit te werken.

VRT NWS werkt mee aan 50:50-project van BBC dat streeft naar gendergelijkheid in de berichtgeving.

6.2 SAMENWERKING MET HET MIDDENVELD

De VRT werkt samen met tal van organisaties, zoals culturele instellingen, onderwijsorganisaties, de muzieksector, sportfederaties en maatschappelijke organisaties. Bij elke samenwerking die de omroep aangaat, zorgt hij ervoor dat hij onafhankelijk beslissingen kan blijven nemen en de programmamakers redactioneel autonoom kunnen blijven werken.

Cultuurpartners

De VRT werkte in 2019 samen met diverse partners uit de cultuursector. Enkele voorbeelden:

- Radio 1 was mediapartner van het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse overheid voor de Ultima's, de Vlaamse cultuurprijzen. Radio 1 zond de uitreiking rechtstreeks uit in *Culture Club*. Naar aanleiding van de expo 'Dieren op maat' zond *Culture Club* live uit vanuit het Designmuseum in Gent. *Culture Club* werkte ook samen met Film Fest Gent voor een live uitzending. Samen met deBuren besteedde Radio 1 onder de noemer *Grensverleggers* aandacht aan grensoverschrijdende cultuurprojecten.
- Radio 2 werkte onder meer samen met vzw Herita voor Monumentendag en was mediapartner voor Museumnacht Antwerpen, waarbij 20 musea tot na middernacht openbleven.
- Klara organiseerde *Iedereen klassiek* samen met Concertgebouw Brugge, Stad Brugge en Brugge Plus, *Klara in deSingel* met het gelijknamige cultuurhuis en het *Klarafestival* met het Festival van Vlaanderen Brussel. Daarnaast werkte Klara voor acties, evenementen en live-uitzendingen samen met tientallen culturele partners en instellingen, zoals Bozar, de Bijloke, MUHKA, Muzee, Museum M, S.M.A.K. en het Gruuthusemuseum.
- Studio Brussel was partner van de Brusselse museumraad voor het cultuurevenement Museum Night Fever, waarbij Brusselse musea 's avonds speciale activiteiten boden.
- Samen met de Antwerpse Boekenbeurs organiseerde MNM ontmoetingsmomenten met auteurs, waarover reportages werden uitgezonden.
- Canvas werkte voor de balletreeks *Hanne danst* samen met Ballet Vlaanderen, Concertgebouw Brugge, dansstudio Arabesque en Les Ballets de Monte-Carlo. Naar aanleiding van de reeks *Weg van het meesterwerk* organiseerde Canvas in samenwerking met Toerisme Vlaanderen een evenement in het Dynastiepaleis in Brussel.
- Voor de rubriek *Boek van de week* werkte Ketnet samen met Boekenzoeker.org.
- Diverse VRT-redacties en het team van het overkoepelende VRT-project *LangZullenWeLezen* werkten samen met Boek.be, Iedereen leest, uitgeverijen, bibliotheken, organisatoren van literaire evenementen en Sabam for Culture. Naar aanleiding van het Bruegel-jaar werkte de VRT samen met de stuurgroep van Vlaamse Meesters, het cultureel-toeristische project van Toerisme Vlaanderen. Dat leidde tot een gedifferentieerd aanbod rond Bruegel. De VRT organiseerde het netwerkevenement *Expeditie VRT Cultuur* met 260 partners en stakeholders uit de muziek- en cultuursector (zie p. 56).



Klara organiseerde
Klara in deSingel
samen met cultuurhuis
deSingel.

**De nieuwe lichting
zocht nieuw
muziktalent
uit Vlaanderen.**

Muziekpartners

Voor haar muzikaanbod werkte de VRT in 2019 samen met partners uit de muzieksector, van artiesten over concertorganisatoren en platenmaatschappijen tot koepelorganisaties.

Koepelorganisaties

Kunstenpunt was de vaste partner van de VRT bij de professionele muzieksector. Beide partners organiseerden in 2019 samen de uitreikingen van de *MIA's* en *De Klara's*.

Daarnaast werkte de VRT samen met het MuziekOverleg, de koepel van 19 Vlaamse muziekorganisaties. In 2019 was er structureel overleg tussen de VRT en MuziekOverleg op 2 juli en op 21 november. Tijdens die overlegmomenten kon de muzieksector suggesties doen en kritische opmerkingen maken over het muziekbeleid van de VRT, problemen aankaarten die ze ondervonden in de dagelijkse samenwerking met de aanbodsmerken of inhoudelijke voorstellen formuleren. Anderzijds verstrekte de VRT er informatie over de realisatie van de beheersovereenkomst, de resultaten van muziekonderzoeken, het muzikaanbod en de toekomstplannen. De partners vonden het overleg constructief. Enkele voorbeelden van initiatieven die voortvloeiden uit de samenwerking met het MuziekOverleg: de workshops rond muziek op Expeditie Cultuur, het structureel overleg met en input van de Belgian World Music Network bij Radio 1, de Fingerprints CD-reeks met COMAV en Klara en de visienota van het

MuziekOverleg ("Een sterk bondgenootschap"). Het MuziekOverleg formuleerde ook aandachtspunten voor de VRT. Zo wil het MuziekOverleg dat de openbare omroep onder andere een spiegel is van een divers muziklandschap, een muzikale gids voor zijn publiek en een kwaliteitsbewaker op basis van weloverwogen artistieke normen.

Artiesten

Vlaamse artiesten kregen een prominente plaats in het muzikaanbod van de VRT (zie p. 59). Met verschillende acties, zoals *De nieuwe lichting* (Studio Brussel), *MNM Rising Star* (MNM), *MNM Start to dj* (MNM) en *Ketnet Musical*, zocht de VRT naar lokaal talent.

Artiesten kregen kansen om nieuw materiaal te brengen in muziek sessies en op radio-evenementen zoals de *Radio 1-sessies*, *Zomerhit* (Radio 2), *UrbaNice* (MNM), *The Tunnel* (Studio Brussel) en *Iedereen klassiek* (Klara).

De VRT investeerde in nieuwe muziekproducties voor generiekmuziek (zoals voor *Thuis* (Eén)) en muzieknummers (zoals voor *#LikeMe* (Ketnet)).





Concertcircuit

De VRT werkte structureel samen met concertpromotoren (zoals Greenhouse Talent en Live Nation) en concertzalen en cultuurhuizen (zoals Vooruit, Muziekodroom en Trix). De omroep ondersteunde tal van Vlaamse festivals, waaronder Pukkelpop, Gent Jazz, Rock Werchter en Afro Latino Festival. De VRT was coproducteur van diverse festivals en muziek sessies, zoals *De Eregalerij* (Radio 2) in samenwerking met Sabam For Culture.

Met het oog op live opnames of uitzendingen overlegde de VRT met de grote cultuurhuizen (deSingel, De Bijloke, Concertgebouw Brugge, Bozar, Opera en Ballet Vlaanderen, Flagey en De Munt), orkesten (Antwerp Symphony Orchestra, Brussels Philharmonic, Vlaams Radio Koor, Symfonie Orkest Vlaanderen) en festivals (Odegand, Laus Polyphoniae, MA).

Platenmaatschappijen

De muziekverantwoordelijken van de VRT-radionetten hadden voortdurend overleg met vertegenwoordigers van de Belgische platenfirma's om samenwerkingen mogelijk te maken. VRT-muziekcompilaties werden uitgebracht door VRT Brand Extensions in samenwerking met de platenmaatschappijen zoals MNM Big Hits, The Greatest Switch (Studio Brussel), 1000 klassiekers (Radio 2) en Fingerprints (Klara, in samenwerking met Kunstenpunt, met composities van Vlaamse klassieke componisten).

Beheersvennootschappen

Voor de collectieve inning van auteursrechten en naburige rechten werkte de VRT samen met Sabam, Simim, Imagia en Play Right.⁹²

Samenwerking met het onderwijs

De VRT werkte in 2019 geregeld samen met onderwijsinstellingen en -organisaties. Enkele voorbeelden:

- Ketnet ging in de wedstrijd *De schaal van M* samen met Mediawijs en Vlaamse scholen op zoek naar de "meest mediawijze klas van Vlaanderen". Voor *De dokter Bea show* (over seksualiteit) werkte Ketnet samen met VUB en Thomas More Hogeschool. Ketnet en MNM steunden de *Nationale pyjamadag* van Bednet (dat zich inzet voor synchroon internetonderwijs voor langdurig of chronisch zieke kinderen).
- MNM organiseerde samen met de Vlaamse Scholierenkoepel en de Vlaamse scholen de zoektocht naar *De strafste school* (zie p. 86). Voor het studententrajec *Student late night* werkte MNM samen met AP Hogeschool, RITCS School of Arts, Hogeschool PXL, Arteveldehogeschool, Howest en Thomas More (Mechelen). Zo kon een groep mediastudenten zes weken lang een intensieve opleiding bij MNM volgen.
- Canvas organiseerde de muziekwedstrijd *Speel het hard* in samenwerking met het Deeltijds Kunstonderwijs.
- Radio 1 was partner van De Universiteit van Vlaanderen (zie p. 114). Radio 1 steunde de initiatieven zoals *Wat zegt de wetenschap?* (video's met wetenschappelijke antwoorden op allerlei vragen) en *Labeven* (podcasts over wetenschappers en hun werkplek).
- VRT NWS organiseerde in 2019 een editie van VRT NWS Connect speciaal voor onderwijsprofessionelen, met debatten tussen onderwijsexperten, beleidsmakers en publiek. Voor de EDUbox rond nepnieuws (p. 68) werkte VRT NWS samen met Arteveldehogeschool.

⁹²

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.

Sporza capteerde sportwedstrijden in samenwerking met sportfederaties en –organisatoren.

Sportorganisaties

Voor de productie van sportuitzendingen en de captatie van sportwedstrijden werkte Sporza in 2019 samen met verschillende sportfederaties en –organisatoren, onder meer met de Belgische voetbalbond, de Pro League, de Belgische wielerbond, de organisatoren van alle klassieke wielervedstrijden in Vlaanderen, de Basketball-, Handbal- en Hockeyfederaties, de Volleyballiga en -bond, en de organisatoren van de Memorial van Damme, van het tennistoernooi van Antwerpen, van jumpings en van het gymgala in Antwerpen.

De VRT overlegde geregeld met de vertegenwoordigers van de koepelorganisaties Sport Vlaanderen, de Vlaamse Sportfederatie en De Sportraad.

Naast Sporza werkten ook de andere aanbodsmerken samen met sportevenementen en -organisaties, vaak met het oog op sportbeleving, zoals Radio 2 (bijvoorbeeld met Oostende Koerse rond paardenrennen), Studio Brussel (bijvoorbeeld met de 10 Miles van Antwerpen rond hardlopen) en MNM (bijvoorbeeld met de fietsbeurs Velofollios).



Andere organisaties

De VRT werkte in 2019 samen met maatschappelijke organisaties. Enkele voorbeelden:

- Eén overlegde geregeld met Kom op tegen kanker voor sensibiliseringsacties rond kankerbestrijding. Voor *De noodcentrale* werd samengewerkt met de Federale politie en voor *Politie 24/7* met Politie Antwerpen. Met Teleonhaal werd overlegd voor doorverwijzing bij "moeilijke" thema's in programma's, zoals *Het zal je maar overkomen*. *Thuis* werkte onder andere samen met het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie (voor een verhaallijn over een personage met zelfmoordgedachten) en Infrabel (voor een verhaallijn over 'spoorlopen').
- Canvas overlegde met de erkende levensbeschouwelijke organisaties voor het webplatform *Wereldbeeld* (rond zingeving en levensbeschouwing). *Kinderen van het verzet* kwam tot stand in samenwerking met Cegesoma (Studie- en documentatiecentrum oorlog en hedendaagse maatschappij).
- Ketnet organiseerde de actie *De pet op tegen kanker* in samenwerking met Kom op tegen kanker. Voor de actie *Move* tegen pesten werd samengewerkt met de vzw Kies kleur tegen pesten. Voor *De dokter Bea show* kreeg Ketnet advies van Sensoa en Awel.
- Bij Radio 2 werkte *De inspecteur* structureel samen met Technopolis voor wetenschappelijke thema's. Met Febelfin werd overlegd over financiële onderwerpen, zoals bankfraude via tweedehandssites. *De madammen* nodigde geregeld wetenschappers uit van het Vlaams Instituut voor Biotechnologie. Met Unizo was er een samenwerking rond De dag van de ondernemer.
- Samen met het Vlaams Agentschap Innoveren & Ondernemen stimuleerde Studio Brussel ondernemerschap bij studenten tijdens het *Start me up fest*, met uitzendingen in Hasselt, Antwerpen, Leuven, Gent en Brugge.
- MNM zette samen met de organisatie Ga voor geluk zijn schouders onder de actie *Warme William*, die het welzijn en welbevinden bij jongeren wilde vergroten. Tijdens de bewustmakingsactie *Spread the work* sloeg MNM samen met de VDAB een brug tussen werkgevers en werkzoekenden, met speciale aandacht voor knelpuntberoepen. Voor het evenement *Let's get digital* (zie p. 67) in het MAS in Antwerpen werkte MNM samen met UAntwerpen, imec, De Vlaamse Ondernemers en stad Antwerpen.

T&I 4

7

EFFICIËNTE EN WENDBARE ORGANISATIE

De VRT streeft naar een efficiënte, wendbare en sterke organisatie. Ze ondersteunt haar medewerkers in het ontwikkelen van digitale competenties, met het oog op steeds vernieuwende technologieën en het veranderend mediagedrag bij de Vlamingen. Om verder te evolueren als een modern mediabedrijf, zette de VRT in op talent- en leiderschapsontwikkeling.

Het Toekomstplan, dat de openbare omroep in 2016 ontwikkelde, werd in 2019 verder uitgevoerd.

Eén
leidinggevenden

7.1 PERSONEELBESTAND

Eind 2019 telde de VRT 2.046,1 voltijds equivalenten⁹³, goed voor 2.171 actieve personeelsleden⁹⁴. Gemiddeld genomen over het hele jaar werkten 2.064,5 voltijds equivalenten⁹⁵ bij de VRT (ten opzichte van 2.094,9 in 2018)⁹⁶. 15,3% van de actieve personeelsleden was eind 2019 statutair (ten opzichte van 17,0% eind 2018). 84,7% was contractueel (tegenover 83,0% eind 2018).

Het productieproces van mediacontent in een media-bedrijf kent doorheen het jaar pieken en dalen. Om pieken op een kostenefficiënte manier op te kunnen vangen, moet de VRT naast haar "vaste" medewerkers,

ook onder andere een beroep doen op uitzendkrachten. In 2019 werd er in totaal 206.547,95 uur uitzendarbeid betaald, of gemiddeld 2.265 dagen per maand.⁹⁷ Ten slotte huurt de VRT voor specifieke opdrachten en projecten externe expertise in, voornamelijk in het domein van de digitale en technologische ontwikkeling en voor beleidsondersteuning.

Volgens de beheersovereenkomst mag de VRT maximaal 43,25% van haar totale ontvangsten besteden aan personeelskosten⁹⁸. In 2019 bedroeg die verhouding 41,42% (ten opzichte van 41,73% in 2018).



EVOLUTIE 2016-2019

In de periode 2016-2019 overstegen de personeelskosten de norm van maximaal 43,25% van alle ontvangsten niet. De verhouding personeelskosten ten opzichte van ontvangsten daalden sinds 2016 jaar na jaar tot 41,42% in 2019 (een daling van 1,63 procentpunt).

Evolutie personeelskosten als % van de ontvangsten

norm	2016	2017	2018	2019
maximaal 43,25%	43,05%	42,10%	41,73%	41,42%

93

Ten opzichte van de sociale balans van de VRT-jaarrekening (zie p. 145) wordt in dit cijfer geen rekening gehouden met: vzw Vlaams Omroeporkest en Koor (9,3 voltijds equivalenten); ambtsontheffing (1,5 voltijds equivalenten); ambtsopheffing (5,4 voltijds equivalenten); voltijdse loopbaanonderbreking/Vlaams zorgkrediet (4,8 voltijds equivalenten); schorsing contract (12,1 voltijds equivalenten); tijdelijke werkloosheid (0,5 voltijds equivalenten); verlof zonder wedde (1 voltijds equivalenten); ziek, in beschikbaarheid (3,6 voltijds equivalenten); ziek, in mutualiteit (42,7 voltijds equivalenten); en zwangerschapsverlof (9,4 voltijds equivalenten).

94

Exclusief personeelsleden bij Vlaams Omroeporkest en Koor, ambtsontheffing, ambtsopheffing, loopbaanonderbreking, schorsing contract, verlof zonder wedde, langdurig zieken, zwangerschapsverlof en tijdelijke werklozen.

95

Voor de gemiddelden op jaarbasis gaat het over dezelfde groep als in voetnoot 93: 10,8 voltijds equivalenten bij de vzw Vlaams Omroeporkest en Koor en 90,4 voor alle andere voltijds equivalenten niet-effectieven samen. Dat komt neer op 2165,7 gemiddeld voltijds

equivalenten, conform de sociale balans.

96

De VRT hield in de jaarverslagen van de voorbije jaren enkel rekening met de actieve personeelsleden (= personeelsleden die op de loonlijst staan, loon ontvangen en effectief prestaties leveren voor de VRT) en dat volgens het percentage van de reëel geleverde prestaties. Daarbij werd ook vzw Vlaams Omroeporkest en Koor uitgesloten. Een objectieve vergelijking over de jaren heen gebeurt evenwel best op basis van de cijfers van de sociale balans.

97

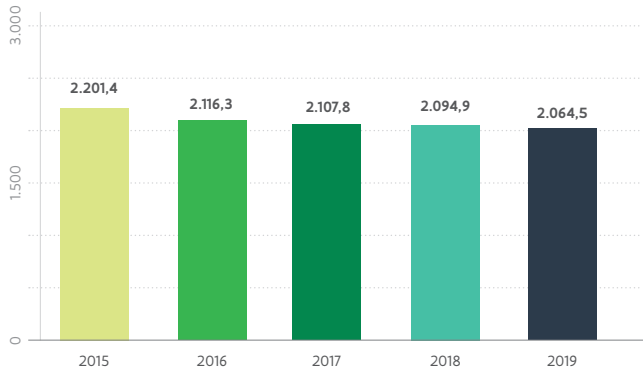
De omzetting naar dagen is op basis van een dag = 7,6 uur.

98

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 Ukkepek, HB+ en meemoo, 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*.

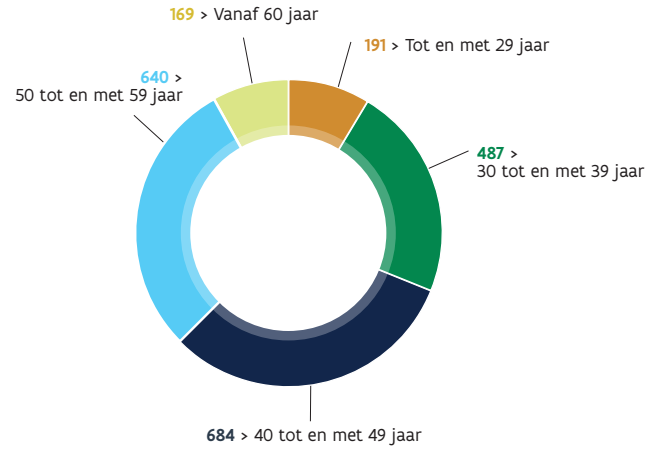
Evolutie gemiddeld aantal voltijdse equivalenten (2015-2019)

Bron: VRT



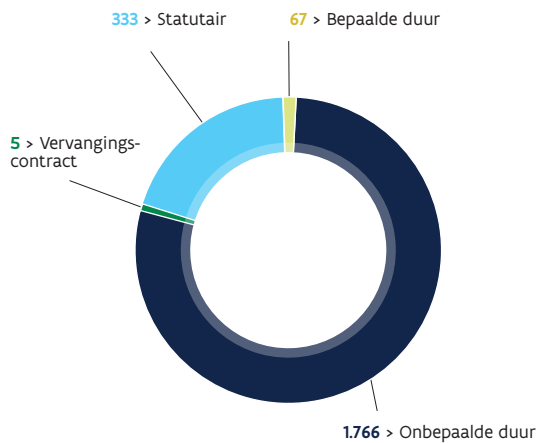
Verdeling van de medewerkers volgens leeftijd⁹⁹

Bron: VRT



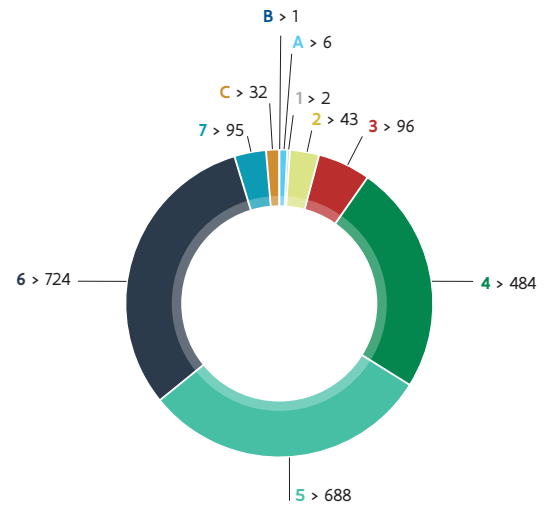
Verdeling van de medewerkers volgens contractsoort¹⁰⁰

Bron: VRT



Verdeling van de medewerkers volgens functieklassen¹⁰¹

Bron: VRT



Verdeling van de medewerkers volgens directie (gemiddeld aantal VTE)¹⁰²

Bron: VRT

Directie (voltijds equivalenten)	2019
● Beleid	53,3
● Human Resources	134,3
● Informatie	495,9
● Media & Productie	681,8
● Operaties & Financiën	416,8
● Technologie & Innovatie	264,1
● Totaal	2.046,1

⁹⁹

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2019.

¹⁰⁰

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2019.

¹⁰¹

Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden op 31 december 2019.

¹⁰²

De indeling van de directies is weergegeven zoals de VRT eind 2019 georganiseerd was. Een zinvolle vergelijking van het aantal medewerkers per directie met voorgaande jaren is niet mogelijk omwille van nieuwe organisatiestructuren in 2019.



De VRT werkt
aan een nieuwe
bedrijfscultuur.

7.2 FIER OP DE VRT

Bij de VRT verwijst “Fier op de VRT” naar een interne beweging om de bedrijfscultuur te vernieuwen, met als doel een efficiënte en wendbare organisatie te blijven in een veranderend medialandschap. Daarvoor werden in de voorgaande jaren 70 trajecten opgezet rond vijftien thema’s, waaronder feedback geven, vertrouwen opbouwen en talentontwikkeling stimuleren.

Eind 2018 bevroeg de VRT haar medewerkers over de vijftien “Fier op de VRT”-thema’s en thema’s gerelateerd aan welzijn op het werk. Op basis van de resultaten van die bevraging, werden in 2019 150 “teamrapporten” en 150 “rapporten over de leidinggevenden” opgesteld. Deze waren een vertrekbasis om over de thema’s in dialoog te gaan op de werkvloer. In de praktijk namen de VRT-afdelingen concrete initiatieven om de eigen gekozen ambities te realiseren.

Binnen bijna elk traject werd extra aandacht besteed aan de invulling van de rol van de leidinggevende. Ongeveer 50 leidinggevenden kregen begeleiding-op-maat over hun functioneren, en dit op verschillende domeinen (zoals omgaan met werkdruk en stress, het bespreekbaar maken van conflicten en het aanpakken van disfunctioneren van sommige medewerkers).

Integriteit

De morele leidraad voor iedereen die bij de VRT werkt, staat ingeschreven in *Het integriteitscharter* en *De integriteitscode*. Ze bevatten zowel rechten als plichten. Het charter bevat de basisprincipes die de VRT hanteert omtrent onafhankelijk en professioneel handelen, respect tonen, verantwoordelijkheid nemen, zorgzaamheid tonen en optreden tegen discriminatie, racisme, seksuele intimidatie en grensoverschrijdend gedrag. De integriteitscode is de vertaling van het charter naar de praktijk. Het toezicht op de toepassing ervan berust bij een integriteitscommissie binnen de VRT.

De manager beroepsethiek & integriteit is verantwoordelijk voor het dagelijkse advies over programma’s en ander aanbod (zoals advies over de sperperiode bij verkiezingen en over ethisch handelen). Zij is ook verantwoordelijk voor de algemene coördinatie van de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma’s en onlinediensten. Zij rapporteert aan de integriteitscommissie, die de adviezen evalueert en vertrouwelijke meldingen opvolgt. Deze commissie met drie vaste vertegenwoordigers (een medewerker van de juridische dienst, een van de HR-afdeling en de integriteitscoördinator) kwam in 2019 vier keer samen.

PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

Het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* (PFC) werd opgericht in november 2000 met startdatum 1 januari 2001 onder de vorm van een Onderlinge Verzekeringsvereniging (OVV). Na een unanieme beslissing van de Buitengewone Algemene vergadering van juni 2008 werd het PFC omgevormd van een OVV naar een Organisme voor de Financiering van Pensioenen (OFP) in het kader van het in voege treden van de Wet van 27 oktober 2006 betreffende het toezicht op instellingen voor bedrijfspensioenvoorzieningen (IBP-wet).

Het PFC vervult zijn rol ten behoeve 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.

De Algemene Vergadering bestaat uit 6 leden: 1 vaste

vertegenwoordiger aangeduid door de bijdragende onderneming, 2 leden die de fractie van de werkgever vertegenwoordigen en 3 leden die de fractie van de werknemers vertegenwoordigen. In de paritair samengestelde Raad van Bestuur zetelen 8 bestuurders: 4 bestuurders namens de fractie van de werkgever en 4 bestuurders namens de werknemers.

Het PFC vertrouwt het beheer van de volledige activa-portefeuille 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 2019 volledig gefinancierd. De allocatie van de middelen binnen het fonds was als volgt: de aandelen vertegenwoordigen 47,4% van de portefeuille, de obligaties 38,6%, het vastgoed 10,1% en 3,9% werd aangehouden in cash.

Het beheerd vermogen per 31 december 2019 bedroeg 131,0 miljoen euro (tegenover 113,3 miljoen euro eind 2018). De return over het boekjaar 2019 bedroeg 19,8% (ten opzichte van 20,0% van de benchmark).





VZW UKKEPUK VRT

Het kinderdagverblijf Ukkepek, gelegen op de site van de VRT, bestaat sinds 1979 en wordt beheerd door de vzw Ukkepek VRT. De vergunning van het kinderdagverblijf is voorzien op 54 opvangplaatsen (voor kinderen tot 36 maanden). De vzw steunt alle initiatieven die deze kinderopvang begunstigen en stimuleert de organisatie, in het bijzonder diegene die bijdragen aan de kwaliteitsvolle dienstverlening. Daarvoor treedt de vzw in dialoog met de ouders en worden alle initiatieven afgewogen ten opzichte van de goede ontwikkeling van de kinderen.

De vzw houdt rekening met de financiële draagkracht van de rechthebbenden en communiceert over haar werking en initiatieven naar de rechthebbenden toe.

In de paritair samengestelde Algemene Vergadering van de vzw zetelen 6 leden namens de VRT-directie en 6 leden namens de vakorganisaties die actief zijn op de VRT. De Raad van Bestuur is eveneens paritair samengesteld en telt 3 bestuurders afgevaardigd door de directie en 3 bestuurders afgevaardigd door de vakorganisaties.

De financiering van de vzw bestaat uit subsidies van Kind en Gezin, financiële steun vanuit het Stedenfonds van de Vlaamse Gemeenschapscommissie en Actiris en bijdragen van de klanten (ouders).

Via een online centraal systeem kunnen ouders een aanvraag voor een opvangplaats registreren. Het Lokaal Loket Kinderopvang (een neutraal informatie- en ondersteuningspunt voor gezinnen met een vraag naar kinderopvang) is te gebruiken vanaf 7 maanden voor de gewenste startdatum. Voor elk gezin waarvan het kinderdagverblijf een kind opvangt, wordt een opvangplan opgesteld voor de dagen waarop het kind zal komen. Op jaarbasis zijn 18 gerechtvaardigde afwezigheidsdagen toegestaan.

Kind en Gezin staat in voor de controle en subsidiëring van het kinderdagverblijf. Van januari tot december 2019 bedroeg de bezettingsevaluatie 135,18%. (Om subsidies te bekomen dient de bezetting minimaal 120% te zijn.)

VZW VRT SOCIALE WERKEN

Om het welzijn van de medewerkers en gepensioneerden van de VRT, en hun gezinsleden, te optimaliseren, bestaat de vzw Sociale Werken, een paritair samenwerkingsverband tussen de VRT-directie en de vakorganisaties actief bij de VRT.

De vzw vult het beleid van de dienst Welzijn van de VRT aan en neemt in het bijzonder initiatieven die de samenhang tussen de VRT-medewerkers versterken en die de interactie en het sociaal evenwicht tussen werk, privé en sociale omgeving bevorderen. De vzw ontvangt daarvoor een jaarlijkse toelag van de VRT.

De vzw voorziet laagdrempelige, gedifferentieerde en onpartijdige dienstverlening, met respect voor ieder individu en rekeninghoudend met de financiële draagkracht van de rechthebbenden.

Het pakket voordelen omvat onder meer de voordelen van de PLUSPAS (opgezet door de Vlaamse overheid), de viering van medewerkers met vijf jaar dienst, de viering van nieuw gepensioneerden, de kinderopvang tijdens schoolvakanties en geboortechques. Communicatie omtrent de initiatieven en voordelen voor de rechthebbenden gebeurt door de vzw zelf.

In de Algemene Vergadering van de vzw, die paritair samengesteld is, zetelen 3 leden afgevaardigd door de VRT-directie en 3 leden afgevaardigd door de vakorganisaties die actief zijn op de VRT. Ook de paritair samengestelde Raad van Bestuur bestaat uit 3 bestuurders namens de directie en 3 bestuurders namens de vakorganisaties. De Algemene Vergadering van de vzw formuleert meetbare doelstellingen voor de werking van de vzw en zorgt voor een jaarlijkse evaluatie van die doelstellingen.



7.3 TALENTONTWIKKELING

De VRT blijft aansluiting zoeken met nieuwe technologieën en het veranderend mediagedrag. Daarom moeten veel medewerkers hun digitale competenties kunnen versterken. De VRT ondersteunt hen daarin.

In 2019 gebeurde dat met diverse initiatieven, zoals:

- #iedereendigitaal: onder meer met toepassingen die helpen om vanop afstand te werken, Outlook-toepassingen en het gebruik van OneDrive en Skype for business;
- Campus Digitaal VRT NWS: diverse workshops over digitale competenties, zoals filmen met een smartphone en nieuws verspreiden via Instagram Stories;
- Digitaal samenwerken: initiatieven bedoeld om teams makkelijker en efficiënter digitaal te laten samenwerken door gebruik van Office 365-software.

Een 200-tal medewerkers volgden daarbij opleidings sessies. Een 70-tal medewerkers kregen een opleiding in Adobe als nieuwe toepassing voor montage en bewerking. In het kader van loopbaanondersteuning begeleidde een externe loopbaancoach 12 medewerkers in hun zoektocht naar een job en een werkcontext die aansluit bij hun talenten en vaardigheden.

De VRT investeerde in de ontwikkeling van haar leidinggevenden. Via verschillende initiatieven (zoals een zesdaags leiderschapstraject, een 360°-feedback-vragenlijst¹⁰³ en persoonlijke coachings-trajecten) werden 126 leidinggevenden begeleid.

**#iedereendigitaal:
VRT-project om
onder andere te
werken op afstand.**

¹⁰³

Leidinggevenden kregen daarbij feedback van medewerkers, collega's en hun eigen leidinggevende over de invulling van hun rol aan de hand van een vragenlijst.

7.4 AANWERVINGSBELEID

In 2019 vulde VRT JOBS (de HR-afdeling verantwoordelijk voor het aanwervingsbeleid) 200 vacatures in (naast VRT-contracten ook freelance- en interimcontracten). 36,0% daarvan werd intern ingevuld.

VRT JOBS zette in 2019 in op "employer branding" (het bedrijf aantrekkelijk maken voor zowel nieuwkomers als eigen werknemers). De vernieuwingen aan de sollicitatiemodule en jobsite, die in 2018 werden gelanceerd, werden in 2019 verdergezet. Sollicitanten kregen steeds feedback, hetzij telefonisch, hetzij via e-mail. Ook op sociale media (Facebook, Twitter en LinkedIn) verspreidde de VRT vacatures. Ze publiceerde daarop tevens filmpjes en berichten die haar als aantrekkelijke werkgever voorstelden.

De VRT
profileerde zich
als aantrekkelijke
werkgever.

Jongeren en werken in de mediasector

In 2019 zette de VRT verschillende initiatieven op om jongeren aan te moedigen een job te zoeken in de mediasector.

- Meer dan 300 studenten liepen stage bij verschillende afdelingen van de VRT.
- De VRT bood zeven specifieke rondleidingen op maat voor zo'n 150 hogeschoolstudenten.
- Het project VRT NXT werd verdergezet. De VRT nodigde studenten uit het hoger onderwijs, leerlingen uit het middelbaar onderwijs, jongeren die niet studeren en jongeren die nog een studierichting moeten kiezen, uit voor diverse evenementen:
 - Tijdens VRT NXT Lab zakten jongeren af naar de VRT. Ze namen deel aan workshops en volgden lezingen. VRT-collega's kwamen daarbij in contact met die jongeren. Het evenement liet de VRT ook toe om nieuw talent te ontdekken.
 - De VRT organiseerde verschillende VRT NXT Medialabs. In Brussel, Gent, Antwerpen, Hasselt en Leuven konden jongeren hun mediavaardigheden aanscherpen in workshops rond verschillende thema's, zoals "digital storytelling", radio maken en nieuws maken.
 - 20 jongeren kregen tijdens VRT NXT Invasion de kans om zelf online talkshows te maken. Ze maakten onder meer *DGTL FLTR*, een talkshow over het reilen en zeilen van de internetcultuur en aangeboden op VRT NU.



**Medewerkers
kiezen uit
drie vervoersprofielen.**

7.5 SOCIAAL OVERLEG

Sociaal plan 2016-2020

Een deel van het Sociaal Plan 2016-2020 is in 2019 verder uitgevoerd, zoals ook voorzien was in 2016. De afspraken uit het plan werden uitgerold, zowel wat betreft de afspraken over de personeelsvermindering als over de vermindering van vergoedingen voor bepaalde opdrachten van de medewerkers. Mede door een voorzichtige, gecontroleerde aanpak van het personeelsbudget bleef de VRT binnen het financieel resultaat van de beheersovereenkomst (ondanks een extra dotatievermindering).

Thema's 2019

In 2019 focuste het sociaal overleg in de VRT op verschillende thema's, waaronder:

- *HR-processen*

In overleg met de vakorganisaties werd beslist om de begeleiding van medewerkers in hun loopbaan binnen de VRT te versterken. Zo werden afspraken vastgelegd om het functioneren van een medewerker beter af te kunnen stemmen met de functie-eisen. Medewerkers die een tijd arbeidsongeschikt waren, werden voortaan beter geholpen bij hun re-integratie in de organisatie (onder andere met een aangepaste functie).

- *Functie- en loonmodel*

Een traject werd opgestart om te komen tot een nieuwe methodiek die de functies beter ten opzichte van elkaar afweegt, rekening houdend met de noden van een modern mediabedrijf. In een volgende stap wil de VRT het loonmodel afstemmen op dit nieuwe functieclassificatiesysteem.

- *Mobiliteitsplannen*

In 2019 werd een nieuw reglement woon-werkverkeer ingevoerd. De medewerkers werden, mede dankzij het nieuwe mobiliteitskader, gestimuleerd om zich op een duurzame manier te verplaatsen. Het reglement bood de keuze tussen:

- een stadsformule, afgestemd op korte, stedelijke trajecten;
- een vaste formule, waarbij een abonnement op het openbaar vervoer het hoofdbestanddeel vormt;
- een variabele formule, gericht op medewerkers die flexibel wisselen tussen verschillende vervoerswijzen.



SOCIAAL CHARTER VOOR DE MEDIASECTOR

In juni 2019 kwam een *Sociaal Charter voor de Vlaamse Mediasector* tot stand. Het nieuwe charter actualiseerde het vroegere *Sociaal Charter voor de Audiovisuele Sector* en breidde het uit met nieuwe domeinen. Daardoor werd het toepassingsgebied vergroot naar de gehele Vlaamse mediasector en kon ingespeeld worden op de (vooral digitale) veranderingen in het medialandschap.

De directie en de vakorganisaties van de VRT speelden een actieve rol bij de totstandkoming van het nieuwe

charter, dat opgesteld werd samen met vertegenwoordigers van andere mediabedrijven, vakbonden, middenveldorganisaties en universiteiten en hogescholen. Met respect voor het sociaal overleg, moet het sociaal charter helpen om:

- de wet- en regelgeving strikt toe te passen;
- een faire concurrentie tussen de spelers in de sector te garanderen;
- aantrekkelijke en duurzame loopbanen te stimuleren;
- de leefbaarheid van de Vlaamse mediasector te versterken.

NIEUW GEBOUW

In 2013 beslisten de Raad van Bestuur en de VRT-directie om een nieuw omroepgebouw te bouwen. Een definitief ontwerp werd vastgelegd in 2017.

In november 2019 zette de VRT de samenwerking stop met het ontwerpteam, de tijdelijke vereniging Robbrecht & Daem - DIERENDONCKBLANCHE architects - Arup UK - VK group, omdat, volgens de VRT, de kosten voor het

nieuwbouwproject hoog boven het geplande budget zouden uitkomen.

Op 20 januari 2020 keurde de Raad van Bestuur van de VRT een nieuw plan van aanpak goed. Dat plan moet leiden tot een nieuw ontwerp, uitgevoerd door een nieuw bouwteam. De VRT zal daarbij in een open procedure de markt bevragen. Het nieuwe ontwerp moet de nadruk leggen op "een sterke architecturale identiteit, functionaliteit en duurzaamheid".

DUURZAAMHEID

Duurzame mobiliteit

Het VRT-mobiliteitsplan heeft als doel verplaatsingen te vermijden, te verduurzamen en te vergroenen. In 2019 werd dat plan verder uitgerold. De focus lag daarbij op woon-werkverplaatsingen.

- Een nieuw woon-werkreglement met drie vervoersprofielen kwam tot stand (zie p. 124).
- Het aantal fietsenstallingen op het VRT-omroepcentrum werd uitgebreid. Dat was noodzakelijk geworden omdat meer medewerkers met de fiets naar het werk kwamen (meer dan 350 medewerkers leasden een fiets). Een fietshersteldienst werd, in samenwerking met RTBF, opgestart. De opleidingen voor het gebruik van speed pedelecs werd voortgezet.
- VRT-medewerkers konden werken vanop nieuwe telewerklocaties in Brugge, Antwerpen en Hasselt, in samenwerking met en binnen de gebouwen van de Vlaamse Overheid.
- Met betrekking tot de bruto-loonruilwagens, kozen VRT-medewerkers vaker voor e-wagens (aandeel van 15% vol-elektrisch, 12% hybride en 24% CNG). Het aantal elektrische laadplaatsen steeg van 4 naar 16.
- De campagne 'Week van de mobiliteit' bedankte alle medewerkers voor meer duurzame verplaatsingen. De campagne zette verschillende initiatieven rond duurzame mobiliteit in de kijker bij de medewerkers.

Ecologische duurzaamheid

In 2019 werd duurzaamheid opgenomen in het programmacharter. De nieuwe passage in het charter luidt: "We kennen de wettelijke en ethische verplichtingen van de openbare omroep en zijn ons bewust van de verantwoordelijkheid die daaruit voortvloeit tegenover de samenleving, het klimaat en de wereld. De 17 duurzame ontwikkelings-

doelstellingen van de VN zijn onze leidraad voor de toekomst." De VRT mikt daarbij zowel op milieueffecten (bijvoorbeeld het verminderen van afval) als op het verminderen van de CO₂-uitstoot (bijvoorbeeld ander of minder transport kiezen).

Om de hoge koolstofvoetafdruk van de vestiging in Brussel en de regionale afdelingen naar omlaag te halen, werden acties vastgelegd binnen diverse domeinen (zoals het aankopen van materiaal en producten, het gebruik van de gebouwen, de catering, de mobiliteit en de productie).

Een stuurgroep Duurzaamheid@VRT werd opgericht. Die moet initiatieven opzetten om de ecologische duurzaamheid van de VRT-werking en –productie te verhogen.

De VRT organiseerde een evenement voor interne en externe programmamakers en productiehuzen over duurzaam produceren. Later volgden nog workshops en presentaties over datzelfde thema, meer op maat van programmamakers en specifieke afdelingen.

Studio Brussel zond in 2019 tijdens *De warmste week* uit vanuit Kortrijk, goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Voor de gelegenheid had de NMBS in samenwerking met de VRT een "Warmste week-treinticket" om vanuit elk Belgisch station voordelig naar het evenement te reizen. Studio Brussel gebruikte herbruikbare bekertjes op het terrein, om zo de afvalberg te verminderen. Dat gebeurde ook op andere evenementen zoals *Radio 2 Zomerhit* en de Koningin Elisabethwedstrijd. Het productieteam van *Thuis* stelde een plan op om de voetafdruk op de werkvloer te verkleinen, met maatregelen zoals een leasingfiets voor korte afstanden ter beschikking stellen en het verminderen van het papiergebruik.

8

DEUGDELIJK BESTUUR

 FIER
OP DE VRT



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 Mediadecreet¹⁰⁴. 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.

Tot 20 januari 2020 was de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Charlotte Verhaeghe (ondervoorzitter),
- Philippe Beinaerts,
- Christine Conix,
- Marc De Clercq,
- Stefaan D'haeze,
- Nico Moyaert,
- Freya Piryns,
- Chris Reniers,
- Jan Roegiers,
- Dirk Sterckx,
- Chris Verhaegen

Sinds 21 januari 2020 is de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Charlotte Verhaeghe (ondervoorzitter),
- Philippe Beinaerts,
- Bart Caron,
- Rozane De Cock,
- Eric Deleu,
- Stefaan D'haeze,
- Jan Huijbrechts,
- Vivi Lombaerts,
- Nico Moyaert,
- Dirk Sterckx,
- Lynn Wesenbeek

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 maand van elke maand (behalve in juli en augustus).

In 2019 vergaderde de Raad van Bestuur 14 keer. Daarnaast hield ze een "strategische dag" op 11 maart 2019.

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 2019:

- Charlotte Verhaeghe (voorzitter),
- Marc De Clercq,
- Chris Reniers,

De samenstelling is sinds 27 januari 2020 gewijzigd in:

- Charlotte Verhaeghe (voorzitter),
- Rozane De Cock,
- Lynn Wesenbeek,

De voorzitter van de Raad van Bestuur, gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder en de manager Interne Audit van de VRT worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Auditcomité bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Auditcomité vergaderde tien keer in 2019.

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, en doet aanbevelingen aan de gedelegeerd bestuurder en de Raad van Bestuur.

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 2019:

- Christian Leysen (voorzitter tot 18 juni 2019) – Dirk Sterckx (voorzitter vanaf 24 juni 2019),
- Marc De Clercq,
- Nico Moyaert,
- Freya Piryms,
- Jan Roegiers

De samenstelling is sinds 27 januari 2020 gewijzigd in:

- Dirk Sterckx (voorzitter),
- Bart Caron,
- Rozane De Cock,
- Eric Deleu,
- Nico Moyaert

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 2019.

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 2019 en vanaf 27 januari 2020 opnieuw:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Christian Leysen (tot 18 juni 2019) – Dirk Sterckx (vanaf 24 juni 2019),
- Nico Moyaert

Vergaderfrequentie

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde zeven keer in 2019.

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, en doet aanbevelingen over conflicten in het directiecollege.

Ad-hocsubcomités

Naast de hierboven vermelde permanente comités, heeft de Raad van Bestuur de mogelijkheid om ad-hocsubcomités op te richten.

Ad-hocsubcomité beheersovereenkomst

Het *Charter Deugdelijk Bestuur van de VRT* voorziet dat bij de voorbereiding van een nieuwe beheersovereenkomst voor de VRT een Ad-hocsubcomité Beheersovereenkomst wordt opgericht.

Samenstelling

In het Ad-hocsubcomité beheersovereenkomst zetelden in 2019:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Christian Lysen (tot 18 juni 2019) – Dirk Sterckx (vanaf 24 juni 2019),
- Nico Moyaert

De samenstelling is sinds 27 januari 2020 gewijzigd in:

- Luc Van den Brande (voorzitter),
- Vivi Lombaerts,
- Nico Moyaert

Het Ad-hocsubcomité Beheersovereenkomst kwam in 2019 zes keer samen.

Ad-Hoccomité Nieuwbouw

Dit comité werd op 27 januari 2020 binnen de Raad van Bestuur opgericht. Het Comité staat als adviesorgaan de Raad van Bestuur bij m.b.t. het opvolgen van het project Nieuwbouw in al zijn facetten.

Samenstelling

- Stefaan D'haeze (voorzitter),
- Bart Caron,
- Eric Deleu

De voorzitter van de Raad van Bestuur en de gedelegeerd bestuurder worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Ad Hoccomité Nieuwbouw bij te wonen.

Gedelegeerd bestuurder

De gedelegeerd bestuurder wordt benoemd en ontslagen door de Algemene Vergadering. Dat 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 eind 2019 als volgt samengesteld:

- Paul Lembrechts, gedelegeerd bestuurder,
- Hans Cockx, algemeen directeur HR,
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie,
- Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie & Innovatie,
- Liesbet Vrieman, algemeen directeur Informatie,
- Lieven Vermaele, algemeen directeur Operaties & Financiën

De samenstelling is sinds 20 januari 2020 gewijzigd in:

- Leo Hellemans, gedelegeerd bestuurder a.i.,
- Hans Cockx, algemeen directeur HR,
- Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie & Innovatie,
- Liesbet Vrieman, algemeen directeur Informatie,
- Lieven Vermaele, algemeen directeur Operaties & Financiën
- Media & Productie¹⁰⁵: als waarnemers: Olivier Goris (Netmanager Eén en Canvas) en Els van de Sijpe (Manager Radio) vanaf 17 februari 2020

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 37 keer in 2019.

Bevoegdheden

De bevoegdheden van de gedelegeerd bestuurder die wordt bijgestaan door de leden van het 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 rechtspositieregeling van het personeel mag de gedelegeerd bestuurder onder zijn verantwoordelijkheid een of meer specifieke bevoegdheden, met inbegrip van die welke vermeld

worden in dit artikel, 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 2019 in totaal een brutobedrag uitgekeerd van 152.490,00 euro aan vaste vergoedingen en presentiegelden.¹⁰⁶

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 2019 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 Ad-hocsubcomité Beheersovereenkomst, Ad hoc Comité Nieuwbouw, 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 respectieve 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 bestuurders ontvangen daarnaast ook een vergoeding voor de reiskosten verbonden aan de uitoefening van hun mandaat.

Aan alle bestuurders samen werd met betrekking tot 2019 in totaal een bedrag uitgekeerd van 8.262,93 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 2019 een vergoeding van 7.632,79 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.*" Artikel III.39 van het Bestuursdecreet verklaart die bepaling ook van toepassing op de vergoedingen van de leden van de Raad van Bestuur.

In 2019 ontving de gedelegeerd bestuurder een bruto bezoldiging van 261.227,97 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel III.25 van het Bestuursdecreet.

In 2019 bedroeg de totale bruto bezoldiging van het directiecollege (5 directieleden, exclusief de gedelegeerd bestuurder) 969.308,72 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel III.31 van het Bestuursdecreet.

De 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(s).

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 20 januari 2020. Op voordracht van de Raad van Bestuur wordt een kleine tekstwijziging aan het *Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT* doorgevoerd, die ter goedkeuring wordt voorgelegd op de Algemene Vergadering van 12 mei 2020.

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 een goede werking van het interne controlesysteem, zijnde 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 daartoe 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 Rekenschapshof en de Interne Audit van de VRT 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 uitvoeren van een implementatieplan ter versterking van de tweedelijns-controlefuncties door een externe partij;
- het uitwerken van een formeel actieplan ter versterking van het risicobeheer binnen de VRT.



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 van de VRT wordt daarbij ondersteund door meerdere onafhankelijke controlefuncties, o.a. de Interne Audit van de VRT, de externe audit (commissaris), het Rekenhof en Audit Vlaanderen.

Het Auditcomité van de VRT bevrucht op de maandelijkse vergaderingen regelmatig de gedelegeerd bestuurder, de manager van de Interne Audit van de VRT 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 bestemmelingen 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 van de VRT te waarborgen, ressorteert deze rechtstreeks onder de voorzitter van het Auditcomité van de VRT. Die positie werd decretaal verankerd.

De belangrijkste doelstellingen van Interne Audit van de VRT 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, de integriteit, de kwaliteit en de 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.

9

FINANCIËLE RESULTATEN

vrt

De Beheersovereenkomst 2016-2020 legt het financieel kader vast waarbinnen de VRT haar activiteiten ontplooit. Daarbij worden afspraken vastgelegd omtrent de financiële engagements van de Vlaamse overheid (m.b.t. de publieke opdracht, de herstructureringskosten, Brussels Philharmonic en nieuwbouw VRT), de eigen commerciële inkomsten, de pensioenbijdrage en de financiële planning.

9.1

JAARREKENING

EVALUATIE 2019

In 2019 behaalde de VRT haar vooropgestelde doelstellingen uit haar ondernemingsplan en voldeed ze aan quasi alle performantiemaatstaven uit de Beheersovereenkomst 2016-2020. De omroep en zijn medewerkers werkten vanuit de missie om iedereen in Vlaanderen te informeren, te inspireren en te verbinden en zo de Vlaamse samenleving te versterken.

De Raad van Bestuur keurde op 18 november 2019 de visietekst *Vlaanderen mee-maken* goed. In deze visietekst legde de raad de krachtlijnen van haar toekomstvisie van de VRT vast. De publieke omroep wil de komende jaren volop inzetten op zijn maatschappelijke opdracht en van daaruit de Vlaamse samenleving ondersteunen en versterken. Het document is het startpunt naar de onderhandelingen met de Vlaamse overheid voor een nieuwe beheersovereenkomst.

In haar jaarverslag levert de VRT alle financiële informatie die zij publiek kan vrijgeven. Dat betekent onder andere toelichting bij de verschillende financieringsbronnen, de kosten van de publieke opdracht en de bestedingen voor haar aanbodsmerken.

De VRT is de omroep *van en voor* alle Vlamingen. Zij moet een zo groot mogelijk publiek bereiken in alle bevolkingsgroepen. Dat doet ze door voortdurend in te zetten op kwaliteit, op Vlaamse content en op aanbod waarmee zij zich onderscheidt in het Vlaamse mediaveld. De omroep bereikte wekelijks 90,2% van de bevolking in Vlaanderen (15 jaar en ouder). Per dag keken 2.643.256 kijkers naar VRT-televisie, luisterden er 2.957.787 luisteraars naar VRT-radio en waren er 1.486.776 unieke browsers voor het online-aanbod.

Ondanks de toegenomen druk van de commerciële omroepen en de verdere digitalisering van het medialandschap, behield VRT-radio zijn leidinggevende positie. Het weekbereik van het VRT-radio-aanbod bleef op hetzelfde niveau als de voorgaande jaren. Het gezamenlijk marktaandeel van de VRT-radiozenders bedroeg 61,9%. Radio 1 zette volop in op de informatie-opdracht. Radio 2 onderhield zijn band met het brede publiek, onder andere door aandacht te hebben voor gebeurtenissen uit de Vlaamse regio's en Vlaamse muziek. MNM stemde zijn informatie-aanbod af op zijn doelgroepen: jongeren en nieuwe Vlamingen. Studio Brussel vernieuwde zijn aanbod, zette muziek centraler en investeerde in online-reeksen. Het aanbod van Klara bestond hoofdzakelijk uit aandacht voor de kunst- en cultuuragenda, klassieke muziek, jazz en wereldmuziek. De waardering voor het radio-aanbod bleef hoog, blijkens de hoge waarderingscijfers: Radio 1: 8,2 op 10 ; Radio 2: 8,2 ; MNM: 8,1 ; Studio Brussel: 8,1 en Klara: 8,1.

Het VRT-televisie-aanbod kon (met een samengesteld marktaandeel van 36,5%) sterke resultaten voorleggen.

Het veranderend kijkgedrag van de Vlaamse mediagebruikers, vertaalde zich ook bij de VRT-platformen. Zo keken steeds meer Vlamingen naar aanbod-op-aanvraag en werd steeds vaker naar VRT-programma's gekeken op VRT NU, de online videospeler van de omroep met gratis aanbod voor alle Vlamingen.

Het audiovisueel aanbod van de VRT kenmerkt zich in hoge mate door de aandacht voor Vlaamse en kwaliteitsvolle producties en aandacht voor informatie, cultuur, educatie en maatschappelijke thema's. Eén bood daartoe een aanbod dat gericht is op een breed publiek (van jong tot oud). Het kreeg van haar kijkers een gemiddelde waardering van 8,1 op 10. Canvas bood programma's die hoofdzakelijk gericht waren op informatie & duiding, cultuur, educatie en sport. Het werd daarvoor gewaardeerd met een waarderingscijfer van 8,1 op 10. Ketnet had een veilig en kwaliteitsvol aanbod voor kinderen. Het bood voor de jongste doelgroep (kinderen tot 5 jaar) Ketnet Junior aan, onder andere in de namiddag op het Canvas-kanaal.

VRT NWS en Sporza waren twee aanbodsmerken die vanuit een thematische aanpak een aanbod boden op de diverse mediaplatformen. VRT NWS was de merknaam van het informatie-aanbod van de VRT. Het stond voor betrouwbaar, onafhankelijk, onpartijdig en kwaliteitsvol nieuws en informatie, opgebouwd volgens scherpe deontologische richtlijnen. Sporza had aandacht voor populaire sporten en sporten met een beperkt draagvlak. Beide merken hadden een uitgebreid thematisch online-aanbod.

De VRT werkte op organisatorisch vlak, volop verder aan de bedrijfsprocessen en werkmethodes. Daardoor probeert zij haar efficiëntie hoog te houden en zo goed mogelijk in te spelen op de technologische en maatschappelijke veranderingen en uitdagingen. De VRT is opgebouwd volgens een moderne slanke mediaorganisatie waarbij volop ingezet wordt op de samenwerking tussen de verschillende afdelingen, de bedrijfscultuur, projectmatig werken en een transparante communicatie.

Door de internationalisering en digitalisering van de media, wijzigt het Vlaamse mediaveld en het mediagebruik drastisch. De publieke omroep en al zijn medewerkers willen zich blijven inzetten om een sterk en slagkrachtig mediabedrijf te blijven, in het belang van de Vlaamse samenleving en alle Vlaamse mediagebruikers.

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 ingezet en geïnvesteerd in:

- de instroom van nieuwe medewerkers met digitale profielen
- 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 VRT-Toekomstplan een ambitieus Sociaal Plan en een strak financieel plan (conform de Beheersovereenkomst 2016-2020) 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. De indexatie van de werkingsmiddelen vormde een integraal onderdeel van het financieel plan. 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 in 2019 gecompenseerd voor de niet-indexatie van de werkingsmiddelen (een volledige maar weliswaar niet-structurele compensatie): enerzijds door 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). Anderzijds werd door de Vlaamse Regering toegestaan om meer middelen uit de reserves van VAR (waarvan de VRT volle eigenaar is) over te maken aan de VRT. Deze laatste compensatie was in 2019 evenwel niet noodzakelijk aangezien de VRT in 2019 in het gelijk werd gesteld in een RSZ-geschil, hetgeen een eenmalige budgettaire meevaller was.

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

Net zoals voorgaande jaren zette VRT Innovatie (de innovatie-afdeling van de VRT) in 2019 in op de toekomstige mediabeleving van de Vlaming met als speerpunten curatie, interactie, detectie van desinformatie, automatisering, nieuwe productietechnologieën en verhalende formats. Samenwerkingen met talrijke Vlaamse en Europese partners (start-ups, tech-partners, onderzoekscentra, universiteiten, omroepen en andere mediaorganisaties) werkten blikverruimend en resulteerden in een interactiever, persoonlijker en inclusiever aanbod.

In 2019 was VRT Innovatie betrokken bij 4 nieuw opgestarte en 12 reeds lopende onderzoeksprojecten. Om innovatie te financieren doet de VRT een beroep op eigen middelen en externe subsidies. In 2019 kwamen de belangrijkste subsidies van het Horizon 2020 programma van de Europese Commissie, het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen en het Google Digital News Initiative.

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

Naast de basisdoelstellingen van de VRT om Vlamingen te informeren, te inspireren en te verbinden, wil VRT Innovatie mediagebruikers richting de media van morgen sturen. In dit kader organiseerde de afdeling een nieuwe editie van het netwerk- en inspiratiefestival *Media Fast Forward* waaraan meer dan 1.300 geïnteresseerden uit de media-, technologie- en innovatiesector deelnamen. Verder communiceert Innovatie.vrt.be over ontwikkelingen binnen de projecten. Via de *VRT Pilotzone* op de website konden mediagebruikers zich informeren over die projecten en zich inschrijven om mee te werken aan projecten. In een eerste fase konden de gebruikers bijvoorbeeld via een vragenlijst input geven over hun verwachtingen en behoeftes. In een latere fase konden ze een prototype testen.

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 2019 bedroeg 7 miljoen euro.

Remuneratieverslag

Conform artikel 100, 6°/3 van het Wetboek van Vennoetschappen 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	36.508,66
Van Orshaegen Ellen	2.575,34
Beinaerts Philippe	10.613,16
Conix Christine	6.223,54
De Clercq Marc	14.301,86
Leysen Christian	5.930,85
Moyaert Nico	16.384,67
Piryns Freya	9.096,70
Reniers Christine	11.368,32
Roegiers Jan	9.324,35
Verhaegen Christianne	9.454,63
Verhaeghe Charlotte	14.650,35
D'haeze Stefaan	5.656,55
Sterckx Dirk	8.663,95

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 2019 ontving de gedelegeerd bestuurder een bruto bezoldiging van 261.227,97 euro. De totale bruto bezoldiging van het directiecollege bedroeg 971.678,21 euro. Daarmee wordt voldaan aan de bepaling uit artikel III.25. van het Bestuursdecreet.

De Vlaamse regering besliste om Paul Lembrechts als gedelegeerd bestuurder te ontslaan en om zijn arbeids-overeenkomst te beëindigen met ingang van 20 januari 2020. Leo Hellemans werd, met inwerkingtreding vanaf 20 januari 2020, benoemd als gedelegeerd bestuurder ad interim voor onbepaalde duur in afwachting van het voltooien van een selectieprocedure voor een nieuwe gedelegeerd bestuurder.

Het VRT-directiecollege was in 2019 als volgt samengesteld:

- Hans Cockx, algemeen directeur HR,
- Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie (tot en met 17 februari 2020),
- Stijn Lehaen, algemeen directeur Technologie & Innovatie,
- Liesbet Vrieman, algemeen directeur Informatie,
- Lieven Vermaele, algemeen directeur Operaties & Financiën.

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 230.968,70 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 11.548,44 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 de terugname van de waardevermindering aangelegd voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum ingevolge de geplande verhuizing, zijnde 479.000,00 euro, toe te voegen aan de reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een bedrag van 4.130.011,74 euro te onttrekken aan het reservefonds voor de nieuwbouw, zijnde het resultaat van de dalende afschrijvingen en werkmiddelen omwille van de geplande verhuizing naar het nieuwe gebouw, en de meerwaarde op de verkoop van het gebouw en gronden enerzijds en de uitzonderlijke kosten omwille van de beslissing over te gaan tot een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter gebouw anderzijds.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 3.870.432 euro toe te voegen aan het reservefonds publieke opdracht, zijnde het resultaat van de publieke opdracht verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve, en na de toevoeging aan het reservefonds buitengebruikstelling van het omroepcentrum en de onttrekking aan het reservefonds voor de nieuwbouw.

Brussel, 23/03/2020



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur



Leo Hellemans
Gedelegeerd bestuurder VRT ad interim

BALANS EN RESULTATENREKENING

(in euro)

VOL 3.1 ACTIVA	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
VASTE ACTIVA		21/28	54.448.793,69	65.337.171,02
Immateriële vaste activa	6.2	21	5.848.639,00	8.777.142,00
Materiële vaste activa	6.3	22/27	33.417.986,62	41.377.860,95
Terreinen en gebouwen		22	5.688.939,42	5.937.843,42
Installaties, machines en uitrusting		23	18.133.209,00	18.882.392,00
Meubilair en rollend materieel		24	4.413.028,37	4.920.695,37
Overige materiële vaste activa		26	108.470,25	108.470,25
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	5.074.339,58	11.528.459,91
Financiële vaste activa	6.4/6.5.1	28	15.182.168,07	15.182.168,07
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	1.261.700,00
Deelnemingen		282	1.261.700,00	1.261.700,00
Vorderingen		283		
Andere financiële vaste activa		284/8	353.131,76	353.131,76
Aandelen		284	353.131,76	353.131,76
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	401.055.300,79	383.762.187,93
Vorderingen op meer dan één jaar		29	43.913.750,00	58.359.062,50
Overige vorderingen		291	43.913.750,00	58.359.062,50
Vorraden en bestellingen in uitvoering		3	102.230.020,87	99.902.075,36
Vorraden		30/36	102.230.020,87	99.902.075,36
Grond- en hulpstoffen		30/31	46.843.273,01	47.856.014,99
Goederen in bewerking		32	52.486.884,06	47.215.200,36
Gereed product		33	1.447,56	1.618.419,01
Handelsgoederen		34		
Vooruitbetalingen		36	2.898.416,24	3.212.441,00
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	247.282.856,33	216.006.857,78
Handelsvorderingen		40	58.012.962,68	50.318.882,85
Overige vorderingen		41	189.269.893,65	165.687.974,93
Geldbeleggingen	5.6	50/53		
Overige beleggingen		51/53		
Liquide middelen		54/58	2.919.812,96	4.963.675,78
Overlopende rekeningen	5.6	490/1	4.708.860,63	4.530.516,51
TOTAAL DER ACTIVA		20/58	455.504.094,48	449.099.358,95

VOL 3.2 PASSIVA	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
EIGEN VERMOGEN		10/15	278.817.451,04	278.592.440,34
Kapitaal	6.7.1	10	137.509.336,99	137.509.336,99
Geplaatt kapitaal		100	137.509.336,99	137.509.336,99
Reserves		13	95.753.920,33	95.522.951,63
Wettelijke reserve		130	4.777.316,67	4.765.768,23
Beschikbare reserves		133	90.976.603,66	90.757.183,40
Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)		14	45.551.078,72	45.551.078,72
Kapitaalsubsidies		15	3.115,00	9.073,00
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN		16	2.208.354,56	5.632.589,70
Voorzieningen voor risico's en kosten		160/5	2.208.354,56	5.632.589,70
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	570.354,56	55.040,70
Overige risico's en kosten	6.8	164/5	1.638.000,00	5.577.549,00
SCHULDEN		17/49	174.478.288,88	164.874.328,91
Schulden op ten hoogste één jaar	6.9	42/48	170.750.291,74	160.877.023,30
Schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen		42		
Financiële schulden		43	31.148.202,46	20.129.218,72
Kredietinstellingen		430/8	31.148.202,46	20.129.218,72
Handelsschulden		44	81.509.393,01	85.870.318,72
Leveranciers		440/4	81.509.393,01	85.870.318,72
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	6.9	45	54.688.182,40	52.135.278,94
Belastingen		450/3	24.166.194,84	23.112.454,13
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	30.521.987,56	29.022.824,81
Overige schulden		47/48	3.404.513,87	2.742.206,92
Overlopende rekeningen	6.9	492/3	3.727.997,14	3.997.305,61
TOTAAL DER PASSIVA		10/49	455.504.094,48	449.099.358,95

VOL 4 RESULTATENREKENING	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Bedrijfsopbrengsten		70/76A	447.176.484,16	437.113.830,09
Omzet	6.10	70	428.893.520,14	425.149.083,97
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	3.654.712,25	-360.422,05
Andere bedrijfsopbrengsten	6.10	74	13.078.811,60	11.663.619,37
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	6.12	76A	1.549.440,17	661.548,80
Bedrijfskosten		60/66A	450.490.552,06	440.716.597,61
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60	19.424.972,18	23.619.925,84
Aankopen		600/8	18.099.524,41	23.400.814,46
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	1.325.447,77	219.111,38
Diensten en diverse goederen		61	232.256.749,05	224.679.106,52
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	6.10	62	175.738.893,49	177.969.964,64
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	13.466.686,32	12.905.471,64
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	-385.033,26	-211.050,49
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	6.10	635/8	-3.424.235,14	-432.392,58
Andere bedrijfskosten	6.10	640/8	2.213.963,44	2.185.572,04
Niet-recurrente bedrijfskosten	6.12	66A	11.198.555,98	
Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies) (+)/(-)		9901	-3.314.067,90	-3.602.767,52
Financiële opbrengsten		75/76B	4.082.632,81	6.874.872,02
Recurrente financiële opbrengsten		75	4.082.632,81	6.874.872,02
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	3.600.000,00	6.600.000,00
Opbrengsten uit vlottende activa		751	433.715,63	191.190,36
Andere financiële opbrengsten	6.11	752/9	48.917,18	83.681,66
Financiële kosten	6.11	65/65B	45.210,18	28.940,51
Recurrente financiële kosten		65	45.210,18	28.940,51
Andere financiële kosten		652/9	45.210,18	28.940,51
Winst (Verlies) van het boekjaar voor belasting (+)/(-)		9903	723.354,73	3.243.163,99
Belastingen op het resultaat (+)/(-)	6.13	67/77	492.386,03	72.542,00
Belastingen		670/3	492.386,03	72.542,00
Winst (Verlies) van het boekjaar (+)/(-)		9904	230.968,70	3.170.621,99
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)		9905	230.968,70	3.170.621,99

VOL 5 RESULTAATVERWERKING	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)	9906	45.782.047,42	48.721.700,71
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	230.968,70	3.170.621,99
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	45.551.078,72	45.551.078,72
Onttrekking aan het eigen vermogen	791/2	4.130.011,74	3.598.745,78
aan de reserves	792	4.130.011,74	3.598.745,78
Toevoeging aan het eigen vermogen	691/2	4.360.980,44	6.769.367,77
aan de wettelijke reserves	6920	11.548,44	158.531,10
aan de overige reserves	6921	4.349.432,00	6.610.836,67
Over te dragen winst (verlies) (+)/(-)	(14)	45.551.078,72	45.551.078,72

VOL 6.2.3 CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052P	xxxxxxxxxxxxxxx	45.455.356,00
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	1.098.341,72	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8032	0,00	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	72.763,02	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052	46.626.460,74	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122P	xxxxxxxxxxxxxxx	36.678.214,00
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8072	4.099.607,74	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8102	0,00	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	0,00	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122	40.777.821,74	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	211	5.848.639,00	

VOL 6.3.1 STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA:			
TERREINEN EN GEBOUWEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191P	xxxxxxxxxxxxxx	21.030.029,90
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	457.770,10	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8171	0,00	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8181	4.015,96	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191	21.491.815,96	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321P	xxxxxxxxxxxxxx	15.092.186,48
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8271	710.690,06	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8301	0,00	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8311	0,00	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321	15.802.876,54	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(22)	5.688.939,42	

VOL 6.3.2 STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA:			
INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192P	xxxxxxxxxxxxxx	169.520.308,43
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	5.951.392,32	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	4.580.734,01	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	-255.362,29	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192	170.635.604,45	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322P	xxxxxxxxxxxxxx	150.637.916,43
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8272	6.681.268,79	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	4.509.012,01	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-307.777,76	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322	152.502.395,45	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(23)	18.133.209,00	

VOL 6.3.3 STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA:			
MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193P	xxxxxxxxxxxxxx	57.878.641,62
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	1.314.444,79	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	458.969,90	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	18.283,82	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193	58.752.400,33	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323P	xxxxxxxxxxxxxx	52.957.946,25
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8273	1.973.431,73	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	451.320,90	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-140.685,12	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323	54.339.371,96	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(24)	4.413.028,37	

VOL 6.3.5 STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA:			
OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195P	xxxxxxxxxxxxxx	2.018.690,61
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8165		
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	713.207,55	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	450.150,88	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195	1.755.633,94	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325P	xxxxxxxxxxxxxx	1.910.220,36
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8275	1.688,00	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	713.207,55	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	448.462,88	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325	1.647.163,69	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(26)	108.470,25	

VOL 6.3.6 STAAT VAN DE MATERIËLE VASTE ACTIVA:			
ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196P	xxxxxxxxxxxxxx	11.528.459,91
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	4.219.897,98	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	10.384.166,92	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-289.851,39	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196	5.074.339,58	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(27)	5.074.339,58	

VOL 6.4.1 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA:			
VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391P	xxxxxxxxxxxxxx	13.567.336,31
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391	13.567.336,31	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(280)	13.567.336,31	

VOL 6.4.2 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA:			
ONDERNEMINGEN MET DEELNEMINGSVERHOUDING - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8392P		5.011.700,00
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen	8362		
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8392	5.011.700,00	
Niet-opgevraagde bedragen per einde van het boekjaar	8552P	xxxxxxxxxxxxxx	3.750.000,00
Mutaties tijdens het boekjaar			
Niet opgevraagde bedragen per einde van het boekjaar	8552	3.750.000,00	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(282)	1.261.700,00	

VOL 6.4.3 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA:			
ANDERE ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393P	xxxxxxxxxxxxxx	353.131,76
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen	8363	0,00	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8373	0,00	
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393	353.131,76	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(284)	353.131,76	

VOL 6.5.1 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		dochter	Jaarrekening per	Munt-code	Eigen vermogen	Netto-resultaat
	Aantal	%	%				
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	31/12/2018	EUR	24.791.807	5.613.527
Media Invest Vlaanderen NV Oude Graanmarkt 63 - 1000 Brussel 1 België 0694.520.295 Gewone aandelen op naam	5.000	50,00	0	31/12/2018	EUR	2.417.322	-82.678
Digitale Radio Vlaanderen CV Medialaan 1 - 1800 Vilvoorde België 713.705.511	234	33,33	0		EUR	0	0

VOL 6.6 GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)		Boekjaar
OVERLOPENDE REKENINGEN		
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Voorafbetaalde kosten		4.108.138,54
Nog te ontvangen diverse		384.447,23
Voorafbetaalde huur		53.515,34
Nog te ontvangen distributieakkoorden		145.488,20
Overlopende rekening BTW		17.271,32

VOL 6.7.1 STAAT VAN HET KAPITAAL EN DE AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR				
	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar	Aantal aandelen
STAAT VAN HET KAPITAAL				
Maatschappelijk kapitaal				
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	100P	xxxxxxxxxxxxxx	137.509.336,99	
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	(100)	137.509.336,99		
Samenstelling van het kapitaal				
Soorten aandelen				
aandelen zonder nominale waarde		137.509.336,99		100.000
aandelen op naam	8702	xxxxxxxxxxxxxx		100.000

VOL 6.8 VOORZIENINGEN VOOR OVERIGE RISICO'S EN KOSTEN		Boekjaar
UITSPLITSING VAN DE POST 164/5 VAN DE PASSIVA INDIEN DAARONDER EEN BELANGRIJK BEDRAG VOORKOMT		
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten		1.175.000,00
Voorzieningen voor hangende geschillen		463.000,00

VOL 6.9 STAAT VAN DE SCHULDEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (PASSIVA)		Codes	Boekjaar
SCHULDEN MET BETREKKING TOT BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN			
Belastingen (post 450/3 van de passiva)			
Niet-vervallen belastingschulden		9073	2.383.591,22
Geraamde belastingschulden		450	21.782.603,62
Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)			
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten		9077	30.521.987,56

OVERLOPENDE REKENINGEN		Boekjaar
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.579.013,32
Reeds ontvangen supranationale subsidies		816.105,06
Andere over te dragen diverse		328.589,44

VOL 6.10 BEDRIJFSRESULTATEN	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
BEDRIJFSKOSTEN			
Werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-verklaring heeft ingediend of die zijn ingeschreven in het personeelsregister			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.273,00	2.323,00
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.165,70	2.118,80
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	3.474.441,00	3.475.943,00
Personeelskosten			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	130.187.827,82	132.276.795,61
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	42.702.146,16	42.791.775,36
Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen	622	68.840,72	45.878,20
Andere personeelskosten	623	2.718.471,56	2.763.728,55
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	61.607,23	91.786,92
Voorzieningen voor pensioenen en soortgelijke verplichtingen			
Toevoegingen (bestedingen en terugnemingen)	635	515.313,86	-27.365,49
Waardeverminderingen			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	59.037,42	154.431,39
Teruggenomen	9111	371.743,21	464.468,37
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	70.782,50	157.685,83
Teruggenomen	9113	143.109,97	58.699,34
Voorzieningen voor risico's en kosten			
Toevoegingen	9115	889.395,43	202.739,58
Bestedingen en terugnemingen	9116	4.313.630,57	635.132,16
Andere bedrijfskosten			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	2.027.468,31	1.983.347,71
Andere	641/8	186.495,13	202.224,33
Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	58,00	32,00
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	97,90	74,30
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	194.223,00	146.882,00
Kosten voor de onderneming	617	6.189.930,00	4.385.849,00
VOL 6.11 FINANCIËLE RESULTATEN			
Andere financiële opbrengsten			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	5.958,00	6.832,00
Uitsplitsing van de overige financiële opbrengsten			
Ristorno verzekeringspremie			
Waardeverminderingen op vlottende activa			
Geboekt	6510		
Uitsplitsing van de overige financiële kosten			
Overige kosten		30.702,24	24.177,51
Verwijlinteressen		20,55	178,26
Kosten omrekening vreemde valuta		14.487,39	4.584,74
VOL 6.12 OPBRENGSTEN EN KOSTEN VAN UITZONDERLIJKE OMVANG OF UITZONDERLIJKE MATE VAN VOORKOMEN			
Niet-recurrente opbrengsten	76	1.549.440,17	661.548,80
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	(76A)	1.549.440,17	661.548,80
Meerwaarde bij de realisatie van immateriële en materiële vaste activa	7630	1.549.440,17	661.548,80
Niet-recurrente kosten	66	11.198.555,98	
Niet-recurrente bedrijfskosten	(66A)	11.198.555,98	
Andere niet-recurrente bedrijfskosten	664/7	11.198.555,98	

VOL 6.13 BELASTINGEN EN TAKSEN		Codes	Boekjaar
BELASTINGEN OP HET RESULTAAT			
Belastingen op het resultaat van het boekjaar		9134	492.386,03
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen		9135	492.386,03
Bronnen van belastinglatenties			
Actieve latenties		9141	72.657.329,26
Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten		9142	72.657.329,26
Andere actieve latenties			
Belastingkrediet Onderzoek & Ontwikkeling			187.273,60
BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN			
In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	34.818.902,52	35.274.965,78
Door de onderneming	9146	34.693.392,49	33.052.642,31
Ingehouden bedragen ten laste van derden als			
Bedrijfsvoorheffing	9147	36.650.398,24	37.953.790,02
Roerende voorheffing	9148	57.827,69	38.789,93

VOL 6.14 NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN		Codes	Boekjaar
Belangrijke verplichtingen tot aankoop vaste activa			
Uitstaande verplichtingen per 31 december 2019			2.424.485,98
Termijnverrichtingen			
Gekochte (te ontvangen) deviezen		9215	6.966.156,93
Bedrag, aard en vorm van belangrijke hangende geschillen en andere belangrijke verplichtingen			
Andere belangrijke verplichtingen			66.891.232,06
Regeling inzake het aanvullend rust- of overlevingspensioen ten behoeve van de personeels- of directieleden			
Beknorte beschrijving			
De pensioenverplichtingen (verbintenissen uit het VRT-Pensioendecreet) worden sinds 18 december 2015 overgenomen door de Vlaamse Gemeenschap.			

VOL 6.15 BETREKKINGEN MET VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN MET ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT		Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
VERBONDEN ONDERNEMINGEN				
Financiële vaste activa	(280/1)		13.567.336,31	13.567.336,31
Deelnemingen	(280)		13.567.336,31	13.567.336,31
Vorderingen	9291		25.444.526,14	22.668.971,33
Op hoogstens één jaar	9311		25.444.526,14	22.668.971,33
Schulden	9351		5.869,41	26.402,48
Op hoogstens één jaar	9371		5.869,41	26.402,48
Financiële resultaten				
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421		3.600.000,00	6.600.000,00
ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT				
Financiële vaste activa	9252		1.261.700,00	1.261.700,00
Deelnemingen	9262		1.261.700,00	1.261.700,00

VOL 6.16 FINANCIËLE BETREKKINGEN MET		Codes	Boekjaar
BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLEREN ZONDER VERBONDEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOOR DEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN			
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			
Aan bestuurders en zaakvoerders		9503	160.752,93
DE COMMISSARIS(S)EN EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)			
Bezoldiging van de commissaris(sen)		9505	69.770,00
Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd binnen de vennootschap door de commissaris(sen)			
Andere controleopdrachten		95061	5.010,00

VOL 6.18.1 VERKLARING BETREFFENDE DE GECONSOLIDEERDE JAARREKENING	
Inlichtingen te verstrekken door ondernemingen onderworpen aan het Wetboek van Vennootschappen inzake geconsolideerde jaarrekening	
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 BELGIE MET DE COMMISSARISSEN 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

Bezoldiging van de commissarissen) 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

9507

89.910,00

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
Gemiddeld aantal werknemers				
Voltijds	1001	1.760,1	1.104,3	655,8
Deeltijds	1002	545,1	258,8	286,3
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.165,7	1.300,7	865,0
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren				
Voltijds	1011	2.665.047	1.750.391	914.656
Deeltijds	1012	809.394	410.125	399.269
Totaal	1013	3.474.441	2.160.516	1.313.925
Personeelskosten				
Voltijds	1021	140.483.922,56	93.445.811,18	47.038.111,38
Deeltijds	1022	35.193.363,70	17.610.699,93	17.582.663,77
Totaal	1023	175.677.286,26	111.056.511,11	64.620.775,15
Tijdens het vorige boekjaar				
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.118,8	1.304,9	813,9
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	3.475.943	2.162.018	1.313.925
Personeelskosten	1023	177.878.177,72	111.279.345,17	66.598.832,55
Op de afsluitingsdatum van het boekjaar				
Aantal werknemers	105	1.737	536	2.136,4
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	1.675	526	2.068,1
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	60	7	64,2
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	112			
Vervangingsovereenkomst	113	2	3	4,1
Volgens het geslacht en het studieniveau				
Mannen	120	1.094	249	1.283,5
lager onderwijs	1200	21	2	22,6
secundair onderwijs	1201	61	10	68,2
hoger niet-universitair onderwijs	1202	224	87	289,7
universitair onderwijs	1203	788	150	903,0
Vrouwen	121	643	287	852,9
lager onderwijs	1210	10	16	20,7
secundair onderwijs	1211	35	17	46,8
hoger niet-universitair onderwijs	1212	117	57	158,0
universitair onderwijs	1213	481	197	627,4
Volgens de beroeps categorie				
Directiepersoneel	130	8		
Bedienden	134	1.723	534	2.121,4
Arbeiders	132	6	2	7,0

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN				
Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking van de onderneming gestelde personen	
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	97,9		
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	194.223		
Kosten voor de onderneming	152	6.189.930,00		

TABEL VAN HET PERSONEELSVOLTOEGANG TIJDENS HET BOEKJAAR

INGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers waarvoor de onderneming een DIMONA-aangifte deed of die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven	205	79	10	85,6
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	35	2	36,6
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	43	6	46,7
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	212			
Vervangingsovereenkomst	213	1	2	2,3
UITGETREDEN	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers met een DIMONA-verklaring aangegeven of met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam	305	105	34	128,3
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	90	31	111,4
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	15	3	16,9
Overeenkomst voor een duidelijk omschreven werk	312			
Vervangingsovereenkomst	313			
Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst				
Pensioen	340	44	16	55,0
Afdanking	342	46	14	55,6
Andere reden	343	15	4	17,7

INLICHTINGEN OVER DE OPLEIDING VOOR DE WERKNEMERS TIJDENS HET BOEKJAAR				
	Codes	Mannen	Codes	Vrouwen
Totaal van de formele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5801	460	5811	425
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	5.524	5812	4.793
Nettokosten voor de onderneming	5803	140.033,92	5813	121.506,73
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	140.033,92	58131	121.506,73
Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5821	613	5831	422
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	7.208	5832	5.590
Nettokosten voor de onderneming	5823	182.724,04	5833	141.717,29
Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5841	22	5851	24
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	162	5852	182
Nettokosten voor de onderneming	5843	4.107,01	5853	4.614,05

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	20,00%
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 Reyers-site, en in de daaropvolgende jaren werd een ontwerp voor een nieuw omroepcentrum geselecteerd.

In de loop van 2019 werd evenwel beslist om een volledig nieuw ontwerp te realiseren, met name een kleiner en compacter gebouw. Als gevolg van deze beslissing werden bepaalde activa in aanbouw, aangekocht in de periode 2014-2019, als uitzonderlijke afschrijvingen in kosten genomen in 2019.

Als verhuisdatum naar het nieuw gebouw wordt eind 2026 vooropgesteld. Deze geplande verhuizing heeft voor de periode 2013-2026 versnelde afschrijvingen m.b.t. het bestaande gebouw tot gevolg. Op basis van de huidige inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuizing buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2019 bedraagt 939.000 euro.

3. Financiële vaste activa

De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

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 indexerende – verkoopprijs overeengekomen van 136 miljoen euro. Voor de VRT betekent dit een bedrag van 78,6 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 2020 bedraagt 15,5 miljoen euro en werd opgenomen in de rubriek 41. Voor de periode 2021-2025 is een vordering van 43,9 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 vooruitbetaalde 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 2008-2019 beloopt inmiddels 18.180.800 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

7. Overheidsfinanciering

Het Ministerieel besluit dd. 5 december 2019, houdende de toekenning van een dotatie voor 2019, vermeldt een bedrag van 266.172.000 euro. Het Ministerieel besluit dd. 23 december 2019, houdende de toekenning van middelen uit de indexprovisie voor 2019, vermeldt een bedrag van 152.000 euro.

Voor Onderzoek & Innovatie werd een subsidie van 306.798,37 euro geboekt voor vier projecten: MOS2S (cocreatie bij burgerjournalistiek en live evenement-belevingen), Citystory (bouw van een mobiel medialab om gemeenschappen te ondersteunen in de creatie van kwaliteitsvolle media in een "smart city"-context), Essence (multi-modale "storytelling" in een "smart city") en Illuminate (virtual reality-beleving in zes dimensies door toevoeging van lichtveldtechnologie).

8. Kapitaalsubsidies

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2007-2011 werd een bedrag van 1.127,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2018 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht Onderzoek & Innovatie 2012-2015 werd een bedrag van 4.831,00 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 daarvoor de nodige voorzieningen aangelegd. Eind 2018 zijn er geen resterende verplichtingen meer die voortvloeien uit de uitstroombaatregelen 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 ingevolge raamovereenkomsten afgesloten met een aantal Vlaamse televisieproductiehuizen.

13. Personeelskosten

Het aantal overgedragen niet-opgenomen vakantiedagen bedroeg 18.853 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 3.897.651 euro. Daarvoor is geen voorziening aangelegd.

14. Resultaatverwerking

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 230.968,70 euro.

1. Een bedrag van 5% (11.548,44 euro) wordt toegevoegd aan de wettelijke reserve.
2. Een positief saldo van 479.000,00 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.
3. Een negatief saldo van -4.130.011,74 euro wordt onttrokken 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 (+1.524.284,57 euro) verminderd met de dossierkosten verbonden aan deze transactie (-332,82 euro),
 - het effect van de verkochte gebouwen op de afschrijvingen (+2.353.757,00 euro),
 - het overschot op de werkingsmiddelen (+650.000 euro) en op de reguliere afschrijvingen (+3.000.000 euro) omwille van de geplande verhuizing in 2026,
 - reeds geboekte afschrijvingen voor de nieuwbouw (-51.129,39 euro),
 - de uitzonderlijke kosten omwille van de beslissing over te gaan tot een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter gebouw (-11.606.591,10 euro).
4. Het positief saldo na toevoegingen aan de wettelijke reserve, het reservefonds buitengebruikstelling Omroepcentrum en het reservefonds nieuwbouw bedraagt 3.870.432 euro en wordt toegevoegd aan de reserve publieke opdracht.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

Wettelijke reserve	11.548,44 euro
Reserve publieke opdracht	3.870.432,00 euro
Reserve nieuwbouw	-4.130.011,74 euro
Reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum	479.000,00 euro
Resultaat van het jaar	230.968,70 euro

“Cijfers combineren met de interessante producten van de VRT is voor mij als econoom heel boeiend.”



Brecht Commeine

Hoofd boekhouding en fiscaliteit

1 augustus 2019 was voor mij een hele belangrijke dag. Op die dag nam ik formeel de leiding van de afdeling Boekhouding & Fiscaliteit over van mijn collega. Die was al meer dan 40 jaar verantwoordelijk voor deze tak van de VRT. Dus ik had, en heb nog steeds, grote schoenen te vullen en dat is op zich wel een uitdaging. Die verantwoordelijkheid krijgen, en het aanspreekpunt worden van de boekhouding en fiscaliteit van een onderneming als de VRT was voor mij echt wel een hoogtepunt. Als ik daar in de buitenwereld over vertel, merk ik wel dat dat tot de verbeelding spreekt van de mensen. Als econoom is het heel boeiend om de cijfers te combineren met de interessante producten die de VRT iedere dag opnieuw produceert.

Mijn dagen zijn heel divers en de grote dossiers waar we mee bezig zijn hangt altijd af van de periode van het jaar. In het voorjaar sluiten we het voorgaande boekhoudkundige jaar af. Alle cijfers worden dan gecontroleerd door de bedrijfsrevisoren. En dat voelt dan altijd een beetje aan als een examen. Die revisoren stellen ons heel diverse vragen over het voorbije boekjaar. Daarna komt het opstellen van de jaarrekening, een onderdeel van dit jaarverslag. Er is ook niets leuker dan te merken dat de jaarrekening aan het einde van de rit klopt. Ieder ding dat je doet in boekhouden moet altijd in evenwicht zijn, en als je dan merkt dat al die complexe boekingen op het einde van de rit in evenwicht zitten, dan geeft dat echt een fantastisch gevoel. Richting de zomerperiode moeten er dan weer heel wat fiscale aangiftes gebeuren en in het najaar gaan we dan naar de aangifte van de vennootschapsbelasting. Daarvoor werken we samen met fiscale adviseurs. Samen met die adviseurs buigen we ons over zware dossiers en wisselen we kennis uit. Samen met hen redeneringen opbouwen en daardoor mijn kennis uitbouwen, daarvoor doe ik deze job.

Na bijna 15 jaar in een adviserende rol te hebben gewerkt is het fijn nu ook effectief verantwoordelijk te zijn voor deze dienst. Boekhouding en fiscaliteit is ver van de dagelijkse realiteit maar door m'n ervaring uit het verleden probeer ik die realiteit binnen te brengen op de dienst. Ik zou niet zeggen dat mijn job mijn hobby is, maar ik kom elke dag met heel veel plezier werken.

Verslagen van de commissaris aan de raad van bestuur van de Naamloze Vennootschap van Publiek recht 'Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') in uitvoering van artikel 50 van het decreet van 8 juli 2011 houdende regeling van de begroting, de boekhouding, de toekenning van subsidies en de controle op de aanwending ervan, en de controle door het Rekenhof en van artikel 9 van het Besluit van de Vlaamse Regering van 7 september 2012 betreffende de controle en single audit.

Deze bundel bevat ons:

- Single audit verslag van de commissaris aan de raad van bestuur van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') over de jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten betreffende het boekjaar afgesloten op 31 december 2019 (art. 9, § 4 van het besluit single audit)
- Single audit verslag van de commissaris aan de raad van bestuur van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') inzake de controle voor het boekjaar 2019 op de naleving van de beslissingen en toekenningsvoorwaarden opgelegd door de regulerende overheid bij de uitvoering van de begroting en de rapportering desbetreffend (art. 9, § 5 van het besluit single audit)
- Single audit verslag van de commissaris aan de raad van bestuur van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') over de jaarlijkse ESR-rapportering betreffende het boekjaar afgesloten op 31 december 2019 (art. 9, § 6 van het besluit single audit).

Deze 3 verslagen dienen in onderlinge samenhang te worden gelezen en kunnen niet afzonderlijk van elkaar worden gezien of gebruikt.

SINGLE AUDIT VERSLAG VAN DE COMMISSARIS AAN DE RAAD VAN BESTUUR VAN DE NAAMLOZE VENNOOTSCHAP VAN PUBLIEK RECHT 'DE VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP' ('VRT') OVER DE JAARREKENING CONFORM HET REKENDECREET EN DE UITVOERINGSBESLUITEN BETREFFENDE HET BOEKJAAR AFGESLOTEN OP 31 DECEMBER 2019 (art. 9, § 4 van het besluit single audit)

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen, brengen wij u verslag uit in het kader van ons mandaat van commissaris van De Vlaamse Radio- en televisieomroeporganisatie NV (de "Vennootschap"). Dit verslag omvat ons oordeel over de balans op 31 december 2019, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2019 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 14 mei 2019, 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 2021. We hebben de wettelijke controle van de Jaarrekening van de Vennootschap uitgevoerd gedurende 10 opeenvolgende boekjaren.

VERSLAG OVER DE CONTROLE VAN DE JAARREKENING

Oordeel zonder voorbehoud

Wij hebben de wettelijke controle uitgevoerd van de Jaarrekening van Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie NV van publiek recht, die de balans op 31 december 2019 omvat, alsook de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op die datum en de toelichting, met een balanstotaal van € 455.504.094,48 en waarvan de resultatenrekening afsluit met een winst van het boekjaar van € 230.968,70.

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening een getrouw beeld van het vermogen en van de financiële toestand van de Vennootschap per 31 december 2019, 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 ("ISAs"). 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 aangeestelden 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 voor 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 boekhoudkundige referentiestelsel en met de in België van toepassing zijnde wettelijke en reglementaire voorschriften, alsook voor 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 ISAs 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 ISAs, 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 van materieel belang bestaat met betrekking tot gebeurtenissen of omstandigheden die significante twijfel kunnen doen ontstaan over de mogelijkheid van de Vennootschap om de continuïteit te handhaven. Als we besluiten dat er sprake is van een onzekerheid van materieel belang, 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 de 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 andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante controlebevindingen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing die we identificeren gedurende 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 vennootschappen of, vanaf 1 januari 2020, het Wetboek van vennootschappen en verenigingen en van de statuten van de Vennootschap.

Verantwoordelijkheden van de commissaris

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de Belgische bijkomende norm bij de in België van toepassing zijnde ISAs, is het onze verantwoordelijkheid om, in alle van materieel belang zijnde opzichten, het jaarverslag over de Jaarrekening, alsook de naleving van bepaalde verplichtingen uit het Wetboek vennootschappen of, vanaf 1 januari 2020, het Wetboek van vennootschappen en verenigingen en de statuten te verifiëren, alsook verslag over deze aangelegenheden uit te brengen.

Aspecten betreffende het jaarverslag over de Jaarrekening

Naar ons oordeel, na het uitvoeren van specifieke werkzaamheden op het jaarverslag over de Jaarrekening, stemt dit jaarverslag over de Jaarrekening overeen met de Jaarrekening voor hetzelfde boekjaar, enerzijds, en is dit jaarverslag over de Jaarrekening opgesteld overeenkomstig artikels 3:5 en 3:6 van het Wetboek van vennootschappen en verenigingen (voorheen artikels 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 over de Jaarrekening 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, hebben wij geen afwijking van materieel belang te melden. Verder drukken wij geen enkele mate van zekerheid uit over het jaarverslag.

Vermeldingen betreffende de onafhankelijkheid

Ons bedrijfsrevisorenkantoor en ons netwerk hebben geen opdrachten verricht die onverenigbaar zijn met

de wettelijke controle van de Jaarrekening en zijn 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 3:65 van het Wetboek van vennootschappen en verenigingen 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.
- Wij hebben geen kennis van verrichtingen of beslissingen die in overtreding met de statuten of Wetboek vennootschappen of, vanaf 1 januari 2020, het Wetboek van vennootschappen en verenigingen zijn gedaan of genomen en die in ons verslag zouden moeten vermeld worden.

Overige aangelegenheid

De Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') heeft tevens een jaarrekening opgesteld voor het boekjaar afgesloten op 31 december 2019, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel, waarover wij het hierbij gevoegd afzonderlijk verslag zonder voorbehoud hebben uitgebracht aan de algemene vergadering van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') dd. 31 maart 2020.

Diegem, 31 maart 2020
EY Bedrijfsrevisoren BV
Commissaris
Vertegenwoordigd door

Han Wevers*
Vennoot

* Handelend in naam van een BV

20HW0102

SINGLE AUDIT VERSLAG VAN DE COMMISSARIS AAN DE RAAD VAN BESTUUR VAN DE NAAMLOZE VENNOOTSCHAP VAN PUBLIEK RECHT 'DE VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP' ('VRT') INZAKE DE CONTROLE VOOR HET BOEKJAAR 2019 OP DE NALEVING VAN DE BESLISSINGEN EN TOEKENNINGSVOORWAARDEN OPGELEGD DOOR DE REGULERENDE OVERHEID BIJ DE UITVOERING VAN DE BEGROTING EN DE RAPPORTERING DESBETREFFEND (art. 9, § 5 van het besluit single audit)

Overeenkomstig artikel 9, § 5 van het besluit van de Vlaamse Regering van 7 september 2012 betreffende controle en single audit, werd, bijkomend aan onze controle van de jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten waarover wij in het eerste deel van deze bundel verslag hebben uitgebracht, een controle gepland en uitgevoerd om een conclusie met redelijke mate van zekerheid te geven omtrent de naleving van de

beslissingen en toekenningsvoorwaarden opgelegd door de regulerende overheid, bij de uitvoering van de begroting voor het boekjaar afgesloten op 31 december 2019, en de rapportering betreffende de uitvoering van de begroting.

Naleving van de beslissingen en toekenningsvoorwaarden opgelegd door de regulerende overheid bij de uitvoering van de begroting en de rapportering desbetreffend

Verantwoordelijkheid van de raad van bestuur voor het naleven van de beslissingen en toekenningsvoorwaarden opgelegd door de regulerende overheid verbonden aan de begroting

De raad van bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de begroting alsook voor de naleving van de relevante wet- en regelgeving bij de uitvoering van de begroting en voor de rapportering desbetreffend.

Verantwoordelijkheid van de commissaris met betrekking tot de controle van de naleving van de relevante wet- en regelgeving bij de uitvoering van de begroting

Het is onze verantwoordelijkheid om een conclusie te geven op grond van onze beoordeling. Wij hebben onze werkzaamheden uitgevoerd volgens de International Standard for Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000). Deze standaard vereist dat wij deontologische voorschriften naleven alsook de beoordeling plannen en uitvoeren een redelijke mate van zekerheid te verkrijgen over de vraag of de uitvoering van de begroting en de rapportering desbetreffend, in alle van materieel belang zijnde opzichten, in overeenstemming is met de wet- en regelgeving hierop van toepassing. De geselecteerde werkzaamheden zijn afhankelijk van de beoordeling door de commissaris, met inbegrip van diens inschatting van de risico's van een afwijking van materieel belang in de overeenstemming.

Wij voldoen aan de verplichtingen inzake kwaliteitscontrole zoals gedefinieerd door ISQC1 gepubliceerd door de "International Auditing and Assurance Standards Board" en aan de regels inzake onafhankelijkheid en andere ethische verplichtingen beschreven in de Ethische Code uitgegeven door de "Independent Ethical Standards Board for Accountants" van International Federation of Accountants ("IFAC").

De omvang van onze werkzaamheden bestond onder meer uit de volgende punten:

- Nagaan of de budgettaire items zoals wettelijk opgelegd alle en overeenstemmend werden opgenomen in de budgettaire rapportering;
- Nagaan of het formaat en de items van de "budgettaire rekening" overeenstemmen met die van het budget en omgekeerd;
- Nagaan of er geen budgetten werden overbesteed;
- Controleren of budgetwijzigingen zijn verlopen conform de reglementering, in het bijzonder op geautoriseerde wijze;
- Controleren of budgetoverdrachten zijn verlopen conform de reglementering, in het bijzonder op geautoriseerde wijze;
- Nagaan of de vormvereisten van de budgettaire rapportering werden nageleefd;
- Controleren van de aansluiting tussen de budgettaire boekhouding (rekeningen) en de bijbehorende rapportering.

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is om daarop onze conclusie te baseren.

Conclusie omtrent de uitvoering van de begroting

Naar ons oordeel is de uitvoering van de begroting en de aansluiting van de uitvoering van de begroting bij de jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten, in alle van materieel belang zijnde opzichten, in overeenstemming met de beslissingen en toekenningsvoorwaarden opgelegd door de regulerende overheid.

Diegem, 31 maart 2020

EY Bedrijfsrevisoren BV
Commissaris
vertegenwoordigd door

Han Wevers*

Vennoot

* Handelend in naam van een BV

SINGLE AUDIT VERSLAG VAN DE COMMISSARIS AAN DE RAAD VAN BESTUUR VAN DE NAAMLOZE VENNOOTSCHAP VAN PUBLIEK RECHT 'DE VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP' ('VRT') OVER DE JAARLIJKSE ESR-RAPPORTERING BETREFFENDE HET BOEKJAAR AFGESLOTEN OP 31 DECEMBER 2019 (art. 9, § 6 van het besluit single audit)

Overeenkomstig artikel 9, § 6 van het besluit van de Vlaamse Regering van 7 september 2012 betreffende controle en single audit, hebben wij de jaarlijkse ESR-rapportering betreffende het boekjaar afgesloten op 31 december 2019 gecontroleerd. De budgettaire rapportering is door de raad van bestuur van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') opgesteld volgens het Europees Systeem van Rekeningen 2010 (ESR 2010), zoals uitgewerkt in de Handleiding over de Boekhoudregels, in de versie die van toepassing is op het gecontroleerde boekjaar, zoals opgesteld door het Departement Financiën en Begroting, afdeling Jaarrekening en Certifiëring, in uitvoering van de principes beschreven in de Europese verordening betreffende het Europees systeem van nationale en regionale rekeningen 2010 (ESR 2010) en in het Handboek van het Instituut voor de Nationale Rekeningen.

Wij werden als commissaris benoemd door de algemene vergadering op 14 mei 2019, 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 2021. We hebben de wettelijke controle van de Jaarrekening van de Vennootschap uitgevoerd gedurende 10 opeenvolgende boekjaren.

VERSLAG OVER DE JAARLIJKSE ESR-RAPPORTERING

Oordeel zonder voorbehoud

Wij hebben de reglementaire controle uitgevoerd van de ESR-rapportering betreffende het boekjaar afgesloten op 31 december 2019.

Naar ons oordeel is de ESR-rapportering van de Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') per 31 december 2019 in alle van materieel belang zijnde opzichten opgesteld in overeenstemming met het Europees Systeem van Rekeningen 2010 (ESR 2010), zoals uitgewerkt in de Handleiding over de Boekhoudregels, in de versie die van toepassing is op het gecontroleerde boekjaar, zoals opgesteld door het Departement Financiën en Begroting, afdeling Jaarrekening en Certifiëring, in uitvoering van de principes beschreven in de Europese verordening betreffende het Europees systeem van nationale en regionale rekeningen 2010 (ESR 2010) en in het Handboek van het Instituut voor de Nationale Rekeningen. Deze ESR-rapportering sluit op consequente wijze aan bij de andere elementen van de jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten.

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 ESR-rapportering" van ons verslag.

Wij hebben alle deontologische vereisten die relevant zijn voor de controle van de ESR-rapportering 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 ESR-rapportering

De raad van bestuur is verantwoordelijk voor de opmaak van de budgettaire rapportering volgens het rapporteringsjabloon zoals vervat in de Handleiding over de Boekhoudregels, eerste versie, opgesteld door het Departement Financiën en Begroting, afdeling Jaarrekening en Certifiëring, ("ESR-rapportering"), hierin begrepen de aansluiting van deze rapportering met de jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten.

De raad van bestuur is tevens verantwoordelijk voor de boekhoudkundige organisatie zoals voorgeschreven door het decreet van 8 juli 2011 houdende regeling van de begroting, de boekhouding, de toekenning en de controle op de aanwending ervan, en de controle door het Rekenhof ("rekendecreet") en de uitvoeringsbesluiten.

De raad van bestuur is eveneens verantwoordelijk voor het implementeren van de interne beheersing die het bestuursorgaan noodzakelijk acht voor het opstellen van de budgettaire rapportering die geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten.

In het kader van de opmaak van de ESR-rapportering, is de Raad van Bestuur verantwoordelijk voor het inschatten van de mogelijkheid van de boekhoudkundige entiteit om haar continuïteit te handhaven, het toelichten, indien van

toepassing, van aangelegenheden die met continuïteit verband houden en het gebruiken van de continuïteitsveronderstelling tenzij de Raad van Bestuur het voornemen heeft om de boekhoudkundige entiteit te vereffenen of om de activiteiten stop te zetten of geen realistisch alternatief heeft dan dit te doen.

Onze verantwoordelijkheid voor de controle over de ESR-rapportering

Onze doelstellingen zijn het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid over de vraag of de ESR-rapportering als geheel geen afwijking van materieel belang bevat die het gevolg is van fraude of van fouten en het uitbrengen van een verslag 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 ESR-rapportering, 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 ESR-rapportering 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 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 ESR-rapportering 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 ESR-rapportering, 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.

Overige aangelegenheid

De Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') heeft tevens een jaarrekening conform het rekendecreet en de uitvoeringsbesluiten opgesteld voor het boekjaar afgesloten op 31 december 2019, waarover wij in het eerste deel van deze bundel een afzonderlijk verslag hebben uitgebracht aan de raad van bestuur van Naamloze Vennootschap van Publiek Recht 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') d.d. 31 maart 2020.

Diegem, 31 maart 2020
EY Bedrijfsrevisoren BV
Commissaris
Vertegenwoordigd door

Han Wevers*
Vennoot
* Handelend in naam van een BV

20HW0102

9.2 TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

Statutair resultaat Jaarrekening

De statutaire jaarrekening 2019 sloot af met een overschot van 0,2 miljoen euro.

De omzet is gestegen van 425,1 miljoen euro in 2018 naar 428,9 miljoen euro in 2019, of een stijging met 0,9%. Deze stijging is voornamelijk het gevolg van een stijging van de inkomsten uit lineaire (distributiecontracten) en niet-lineaire distributieovereenkomsten (aanbod-op-aanvraag) (3,0 miljoen euro) en uit de verkoop van programma's (1,5 miljoen euro). Daarnaast verwierf de VRT hogere inkomsten uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut. Anderzijds daalde de dotatie (exclusief dotatie voor Brussels Philharmonic) met 2,4 miljoen euro. Dat is een rechtstreeks gevolg van het besparingstraject waar de VRT vanaf 2015 aan onderworpen werd.

De voorraad eigen producties steeg in 2019 met 3,7 miljoen euro.

De andere bedrijfsopbrengsten bedroegen 13,1 miljoen euro in 2019, dat is een stijging met 1,4 miljoen euro ten opzichte van 2018. Dat was voornamelijk het gevolg van extra ontvangsten na een arrest door het Arbeidshof van Brussel in een geschil met de RSZ (voor een compensatie en de terugbetaling van de gerechtskosten) en de toegenomen inkomsten uit inkomgelden voornamelijk uit evenementen.

De financiële opbrengsten bedroegen 4,1 miljoen euro in 2019. Ze daalden met 2,8 miljoen euro ten opzichte van 2018, omwille van een lager uitgekeerd dividend van VAR in 2019.

In 2019 werd een uitzonderlijke opbrengst geboekt van 1,5 miljoen euro voor de meerwaarde uit de verkoop van de grond en de gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

De bedrijfskosten stegen globaal met 9,8 miljoen euro ten opzichte van 2018 (van 440,7 miljoen euro in 2018 naar 450,5 miljoen euro in 2019 of +2,2%). Dit is het gevolg van de uitzonderlijke afschrijvingen en waarde-

verminderingen door de sunk kosten. Eind 2019 werd door de Raad van Bestuur, in het kader van het nieuwbouwproject, beslist om de samenwerking met het ontwerpteam en de verdere uitwerking van het bestaande ontwerp stop te zetten. Een aantal kosten, voorheen geboekt als "investeringen in aanbouw", werden als gevolg van die beslissing definitief als sunk kosten in de resultatenrekening opgenomen.

- Het verbruik van sport- en filmrechten uit de voorraad lag 4,2 miljoen euro lager dan in 2018. Deze daling 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" steeg met 7,6 miljoen euro (+3,4%) ten opzichte van 2018. Deze stijging situeerde zich voornamelijk op uitzendrechten en medewerking aan producties. Conform de Beheersovereenkomst 2016-2020 zette de VRT meer in op investeringen in de Vlaamse audiovisuele productiesector: de verhouding van externe bestedingen ten opzichte van de totale inkomsten nam toe ten opzichte van 2018 (18,44% in 2019 ten opzichte van 18,29% in 2018).
- De personeelskosten daalden met 2,2 miljoen euro door de personeelsafslanking voorzien in het toekomstplan.
- De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 0,6 miljoen euro hoger dan in 2018.
- In 2019 werden op de waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen voor 0,2 miljoen euro meer terugnames van waardeverminderingen geboekt dan in 2018.
- In 2019 werden 3,4 miljoen euro voorzieningen teruggenomen, voornamelijk naar aanleiding van het arrest door het Arbeidshof van Brussel met betrekking tot een langlopend RSZ-geschil waarvoor in het verleden een provisie werden aangelegd.
- De uitzonderlijke afschrijvingen en waardeverminderingen in 2019 bedroegen 11,2 miljoen euro omwille van de sunk kosten in het kader van het nieuwe gebouw.

KASSTROOMTABEL 2019 (in 1.000 euro)	2019	2018
Bedrijfsresultaat	6.335	-4.264
Kapitaalsubsidie	-6	-7
Niet kasstromen	9.747	13.093
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	-20.381	-146.999
Netto operationele cashflow	-4.305	-138.177
FINANCIERINGSTABEL		
Netto operationele cashflow	-4.305	-138.177
Verbonden ondernemingen	3.600	6.600
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	11.458	20.368
Netto cashflow uit investeringen	-12.796	-14.827
Kasbewegingen in het boekjaar	-2.044	-126.036

In 2019 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow -3,2 miljoen euro.

De cashflow uit verbonden ondernemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR.

De investeringsuitgaven bedroegen 13,8 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren het ontwerp voor de mediafaciliteiten in het kader van het nieuwe gebouw, de vervanging van draadloze microfoons en aanverwanten omwille van de gewijzigde UHF-frequenties, de investering in apparatuur dat wordt ingezet bij live evenementen, de vervanging van een deel van de apparatuur in de opnamestudio van *Thuis*, de vernieuwing van het distributie- en contributienetwerk en de installatie van de IP-connectie tussen verschillende studio's en regies.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2018 gedaald met 2,0 miljoen euro. Een achterstand in de uitbetaling van de dotatie bleef zich (net zoals in 2018) voordoen. Eind 2019 bedroeg de nog te ontvangen dotatie voor de publieke opdracht 166,3 miljoen euro.

Uitvoering Budget

1. Financieel plan 2019

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningsregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening. De ontvangsten zijn ingedeeld volgens het *Kader voor Merchandising en Nevenactiviteiten*.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten¹⁰⁷ 3,2 miljoen euro hoger.

De subsidies lagen 0,5 miljoen euro hoger dan gebudgetteerd. Enerzijds waren de subsidies voor Onderzoek & Innovatieprojecten hoger en kreeg de VRT een extra dotatie voor de verhuizing van het regionale omroepgebouw in Antwerpen. Anderzijds werd in 2019 de grens

voor commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut overschreden.

De eigen opbrengsten lagen 1,2 miljoen euro hoger dan gepland. Dat was voornamelijk het gevolg van overschotten bij de exploitatie van VRT-content en hogere inkomsten uit ruilovereenkomsten. Anderzijds had de VRT in 2019 een tekort bij de opbrengsten op de post "andere inkomsten", met name bij de dividenden.

In de beheersovereenkomst was voor 2019 een maximumgrens van 77,3 miljoen euro voorzien voor de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden 77,7 miljoen euro aan ontvangsten geboekt, waardoor de grens met 0,4 miljoen euro overschreden werd. Binnen de maximumgrens was bovendien een doorbetaling voorzien van 1,0 miljoen euro ten gunste van het VAF - Mediafonds.

Binnen de grens van boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie is nog een tweede grens van 18,4 miljoen euro voor de televisiesponsoring en de sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen en een derde grens van 3,2 miljoen euro voor websites en mobiele platformen. Beide grenzen werden niet overschreden in 2019.

De totale kosten¹⁰⁸ bedroegen 447,4 miljoen euro in 2019. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 11,5 miljoen euro hoger dan gepland. Die hogere kosten worden verklaard door de uitzonderlijke kosten als gevolg van het nieuwbouwtijtraject (boekings van sunk kosten omwille van de beslissing tot stopzetting van de samenwerking met het ontwerpteam en het bestaande ontwerp en over te gaan tot een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter omroepcentrum).

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 447,2 miljoen euro. De kosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 0,7 miljoen euro. Tenslotte werd een terugname

van 0,5 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 overschot van 8,5 miljoen euro voorzien. In de werkelijkheid sloot de VRT 2019 af met een overschot van 0,2 miljoen euro, of 8,3 miljoen euro slechter dan voorzien in het budget. Dat was voornamelijk te wijten aan de uitzonderlijke kosten omwille van de beslissing om over te gaan naar een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter gebouw.

Om te kunnen vergelijken met het resultaat uit de beheersovereenkomst, moet abstractie gemaakt worden van een aantal deelresultaten:

- 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 uitzonderlijke kosten naar aanleiding van de beslissing om over te gaan naar een kleiner en compacter gebouw;
- de aanwending van de reserve voor Onderzoek & Innovatie.

Indien abstractie wordt gemaakt van deze posten dan sloot de VRT het jaar af met een overschot van 3,9 miljoen euro ten opzichte van een budget van 3,8 miljoen euro, of 0,1 miljoen euro beter dan voorzien.

Uitvoering Budget (in 1.000 euro)	Budget	Werkelijk	Resultaat tov budget
	2019	2019	2019
OPBRENGSTEN			
Subsidies	267.043	267.591	548
Basisdotatie	268.212	268.864	652
Dotatie Herstructurering	4.060	4.060	0
Dotatie voor VAF-Mediafonds	-1.000	-1.000	0
Excedent commerciële communicatie en BAN	0	-410	-410
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6.100	-6.100	0
Dotatie Brussels Philharmonic	801	694	-107
Overige subsidies	1.070	1.483	413
Eigen inkomsten	177.321	178.489	1.168
Exploitatie VRT-content	43.926	47.848	3.622
Commerciële communicatie en BAN	77.272	77.682	410
Valorisatie mediaruimte buiten België	0	41	41
Commerciële afgeleiden	5.144	5.330	186
Andere commerciële exploitatie	614	698	84
Andere inkomsten	20.970	16.917	-3.753
Ruil	29.395	29.973	578
Meerwaarde uit verkoop grond en gebouwen Reyerssite	0	1.524	1.524
Totaal opbrengsten	444.364	447.604	3.240
KOSTEN			
Inhoudelijke publieke opdracht	433.928	447.158	-13.230
Kosten Brussels Philharmonic	801	694	107
Huisvesting: versnelde afschrijvingen Omroepcentrum	1.150	-479	1.629
Totaal kosten	435.879	447.373	-11.494
Resultaat van het boekjaar	8.486	231	-8.255
Aanwending (+)/Toevoeging (-) reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum (*)	+1.150	-479	1.629
Aanwending (+)/Toevoeging (-) reserve nieuwbouw (**)	-6.004	+4.130	-10.134
Aanwending (+)/Toevoeging (-) reserve Onderzoek & Innovatie	+200	0	200
Resultaat beheersovereenkomst	3.832	3.882	50

(*) In 2019 is er een gedeeltelijke terugname geboekt van de - in vorige jaren aangelegde - waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum (-479.000 euro). Dat 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 2019 bedroegen deze respectievelijk 5.354.000 euro en 650.000 euro). Verder is een meerwaarde geboekt uit de verkoop van grond en gebouwen op de Reyersite (1.524.000 euro) en afschrijvingen die het gevolg zijn van de werf in het kader van de geplande nieuwbouw (-51.000 euro). Daarnaast werden in 2019 ook uitzonderlijke kosten geboekt omwille van de beslissing om over te gaan tot een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter gebouw (-11.607.000 euro). Het resultaat van deze kosten en opbrengsten in het boekjaar 2019 bedraagt -4.130.000 euro en wordt onttrokken aan het reservefonds nieuwbouw. Als vergeleken wordt met het resultaat van de beheersovereenkomst, dan moet deze aanwending uit 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 personeelskosten¹⁰⁹ maximaal 43,25% van de totale ontvangsten¹¹⁰ mag bedragen. In het boekjaar 2019 was deze verhouding 41,42%.

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 ontvangsten¹¹¹ moet bedragen in 2016, en moet evolueren naar minimaal 18,25% in 2020. Voor 2019 was deze doelstelling 17,44%, in het boekjaar 2019 was deze verhouding 18,44%.

4. Resultaatverwerking 2019 en stand reserves

RESULTAATVERWERKING EN STAND RESERVES (in 1.000 euro)				
	Stand reserve 31/12/2018	Resultaat 2019	Verdeling reserves	Stand reserve 31/12/2019
Wettelijke reserve	4.766	12		4.777
Beschikbare reserves		219		
Reserve Publieke opdracht	18.460		3.870	22.330
Reserve Onderzoek & Innovatie	400		0	400
Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum	6.022		479	6.501
Reserve Nieuwbouw	65.875		-4.130	61.745
			219	
Totaal	95.523	231		95.754

Bij aanvang van het boekjaar 2019 bedroegen de beschikbare reserves 90,8 miljoen euro en de wettelijke reserve 4,8 miljoen euro.

Het jaar 2019 sloot af met een overschot van 0,2 miljoen euro, hiervan werd 5% toegevoegd aan de wettelijke reserve en het resterend bedrag werd toegevoegd aan de beschikbare reserves. Binnen de beschikbare reserves werd dit als volgt verdeeld:

- 0,5 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 2019 bedroeg het "reservefonds voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum" 6,5 miljoen euro;

- 4,1 miljoen euro werd onttrokken aan het "reservefonds voor de nieuwbouw". Dat is het resultaat van de uitzonderlijke kosten naar aanleiding van de beslissing om over te gaan naar een kleiner en compacter gebouw, de besparingen die in 2019 gerealiseerd werden op de reguliere afschrijvingen en op de werkmiddelen, en de meerwaarde op de verkoop van de gronden en het gebouw die in 2019 werd gerealiseerd. Het "reservefonds voor de nieuwbouw" werd aangelegd sinds 2017 en zal later aangewend worden ter financiering van het nieuw gebouw. Eind 2019 bedroeg dit reservefonds 61,7 miljoen euro;
- 3,9 miljoen euro werd toegevoegd aan de "reserve voor de publieke opdracht", zijnde het saldo na de bovenstaande verdeling binnen de beschikbare reserves.

109

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 meemoo (voorheen VIAA), de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt, de ophoping van de patronale bijdrage *Pensioensfinancieringsmechanisme Statutairen VRT* en de verrekening van de dotatie *Pensioenfonds contractuelen VRT* van 2017.

110

De totale inkomsten zoals bepaald in het addendum aan de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de dotatie herstruc-

tureringskosten, de inkomsten met betrekking tot de personeelskosten die gefinancierd worden door externe partijen, de inkomsten uit innovatieprojecten met een looptijd van meer dan een jaar waarvoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de verrekening van de dotatie *Pensioenfonds contractuelen VRT* van 2017. Voor 2019 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de meerwaarde uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite.

111

De totale inkomsten zoals bepaald in de Beheersovereenkomst 2016-2020 zijn exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic, de dotatie voor herstructureringskosten en de verrekening van de dotatie *Pensioenfonds contractuelen VRT* van 2017. Voor 2019 werd ook abstractie gemaakt van de uitzonderlijke opbrengsten uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite (meerwaarde).

9.3 ANALYSE VAN DE OPBRENGSTEN EN KOSTEN

1. TRANSPARANTIEVERKLARING

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Zij krijgt daarvoor 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 het VRT-management 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, 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 het aangepaste *Kader van merchandising en nevenactiviteiten*, goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 17 september 2018. De opbrengsten worden daarbij verdeeld in acht pijlers, conform de indeling die is afgeleid uit het *Kader voor merchandising en nevenactiviteiten*.
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 informatie verschaft over de kosten per mediagebruiker.
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 transparantierichtlijn 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)	2019		2018	
1. Overheidsfinanciering	273,7	60,5%	276,1	61,4%
Subtotaal Overheidsfinanciering	273,7	60,5%	276,1	61,4%
2. Exploitatie VRT-content	47,9	10,6%	43,5	9,7%
3. BAN en commerciële communicatie	77,7	17,2%	75,9	16,9%
4. Valorisatie mediaruimte buiten België	0,0	0,0%	0,0	0,0%
5. Commerciële afgeleiden	5,3	1,2%	4,5	1,0%
6. Andere commerciële exploitatie	0,7	0,2%	0,5	0,1%
7. Andere inkomsten	16,9	3,7%	19,2	4,2%
8. Ruilen	30,0	6,6%	30,0	6,7%
Subtotaal Eigen Inkomsten^(*)	178,5	39,5%	173,6	38,6%
Totaal	452,2	100,0%	449,7	100,0%
Meerwaarde verkoop grond en gebouwen Reyerssite	1,5		0,6	
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6,1		-6,0	
Totaal	447,6		444,3	

(*) exclusief voorraadwijzigingen

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering daalde van 61,4% in 2018 naar 60,5% in 2019. In absolute bedragen daalde de overheidsfinanciering met 2,4 miljoen euro. Deze daling is een rechtstreeks gevolg van het besparingstraject dat opgelegd werd in 2015 waarbij de niet-geïndexeerde basisdotatie in 2019 met 3,0 miljoen euro verminderd wordt ten opzichte van 2018.

Het aandeel van de eigen inkomsten (pijlers 2 t.e.m. 8) bedroeg 39,5% in 2019. In 2018 lag dit aandeel op 38,6%, of een stijging met 0,9%. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie* (pijler 3). Zoals bepaald in de beheersovereenkomst zijn de ontvangsten uit deze pijler begrensd. Er is afgesproken dat de VRT in eerste instantie, bij het bereiken van de maximumgrens, 1,0 miljoen euro aan de Vlaamse overheid overmaakt ten behoeve van het VAF-Mediafonds. Eventuele overschrijdingen van het plafond komen daar bovenop, en moeten eveneens doorbetaald worden aan de overheid.

2.2 Pijler 1: Overheidsfinanciering

OVERHEIDSFINANCIERING VRT (in mio euro)	2019		2018	
Basisdotatie	268,8	98,2%	272,2	98,6%
Dotatie herstructurering	4,1	1,5%	2,9	1,1%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-1,4	-0,5%	-1,3	-0,5%
Dotatie Brussels Philharmonic	0,7	0,3%	0,8	0,3%
Overige subsidies	1,5	0,5%	1,5	0,5%
Subtotaal	273,7	100,0%	276,1	100,0%
Bijdrage Pensioenfonds Contractuelen VRT	-6,1		-6,0	
Totaal	267,6		270,1	

In 2019 bedroeg de basisdotatie 268,8 miljoen euro, of 3,4 miljoen euro minder dan in 2018:

- De niet-geïndexeerde basisdotatie bedroeg, conform de beheersovereenkomst, 261,4 miljoen euro voor 2019. De VRT was vanaf 2015 onderworpen aan een nieuw besparingstraject. Voor 2019 betekende dat een vermindering van 3,0 miljoen euro aan overheidsmiddelen ten opzichte van 2018. 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 7,0 miljoen euro uit de indexprovisie. Het betrof 2,3 miljoen euro op basis van loonindexering per 1 juli 2016, 2,3 miljoen euro op basis van de loonindexering per 1 juli 2017 en 2,2 miljoen euro op basis van de loonindexering in oktober 2018. Ook werd in 2019 een aanvullende dotatie voor de indexering van het vakantiegeld toegekend (conform het Ministerieel Besluit van 23 december 2019) ten bedrage van 152.000 euro.
- Conform de begrotingsinstructies van de Vlaamse over-

De afrekening van 2019 gaf een te betalen dotatie van 1,4 miljoen euro aan de Vlaamse overheid (1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en een excedent van 0,4 miljoen euro). (In 2018 bedroeg het door te storten bedrag 1,3 miljoen euro (1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en een excedent van 0,3 miljoen euro).)

In 2019 werd een meerwaarde van 1,5 miljoen euro uit de verkoop van de grond en gebouwen van de Reyerssite aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in ontvangst genomen. (In 2018 bedroeg deze meerwaarde 0,6 miljoen euro.)

In 2017 ontving VRT een extra dotatie van 18,3 miljoen euro, die werd doorbetaald aan het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. In 2019 werd de dotatie verminderd met 6,1 miljoen euro, omdat geen nieuwe bijdrage betaald werd aan het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. Ook in 2018 werd er geen bijdrage betaald. Toen werd de dotatie verminderd met 6,0 miljoen euro.

heid werd het werkingsaandeel van de dotatie in 2019 niet geïndexeerd.

- Voor de financiering van de verhuizing van het regionale omroepgebouw te Antwerpen naar een andere locatie werd een eenmalige dotatie van 500.000 euro geboekt uit het excedent commerciële communicatie van de voorgaande jaren.

De dotatie herstructurering bedraagt 4,1 miljoen euro.

In 2019 werd de maximumgrens voor boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie met 0,4 miljoen euro overschreden. Ook is er een 1,0 miljoen euro voorzien voor het VAF-Mediafonds.

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 2019 gaat het voornamelijk om subsidies voor onderzoeksprojecten bij de afdeling Onderzoek & Innovatie, gefinancierd vanuit de Europese Unie en vanuit het Hermesfonds. Daarnaast was er een subsidie vanuit de Koning Boudewijnstichting voor de organisatie van Belgodysee. Andere samenwerkingsvormen met overheden zitten vervat in pijler 7, en worden

hieronder apart gerapporteerd onder de rubriek "samenwerkingen rond programma's" (zie p. 163).

In 2017 werd een dotatie van 18,3 miljoen euro toegekend ter ondersteuning van het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. In 2019 werd er geen patronale bijdrage betaald aan het fonds, en werd de dotatie verminderd met 6,1 miljoen euro. In 2018 bedroeg deze vermindering 6,0 miljoen euro.

2.3 Pijler 2: Exploitatie VRT-aanbod

EXPLOITATIE VRT AANBOD (in mio euro)	2019		2018	
Distributiecontracten	39,7	82,9%	37,7	86,7%
Aanbod-op-aanvraag	4,9	10,2%	3,9	9,0%
Verkopen van programma's	3,2	6,7%	1,7	3,9%
SMS, betaallijnen en apps	0,1	0,2%	0,2	0,4%
Totaal	47,9	100,0%	43,5	100,0%

De inkomsten uit exploitatie van VRT-aanbod stegen in 2019 met 4,4 miljoen euro ten opzichte van 2018, en dit zowel bij de inkomsten uit contracten met distributeurs, de inkomsten van aanbod-op-aanvraag als

de inkomsten uit de verkopen van programma's.

De inkomsten uit SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht dalen licht ten opzichte van 2018.

2.4 Pijler 3: Boodschappen van Algemeen Nut en Commerciële Communicatie

BAN EN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE (in mio euro)	2019		2018	
Boodschappen van algemeen nut	10,5		8,4	
Totaal BAN	10,5		8,4	
Radioreclame	44,0	65,5%	44,5	65,9%
Sponsoring Radio	2,3	3,4%	2,3	3,4%
Sponsoring TV	16,1	24,0%	16,0	23,7%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen	1,7	2,5%	1,4	2,1%
Sponsoring campagnes aanbod-op-aanvraag	0,5	0,7%	0,7	1,1%
Commercialisering op internet en mobiele platformen	1,6	2,4%	1,9	2,8%
Financiële Productplaatsing	1,0	1,5%	0,7	1,0%
Totaal Commerciële communicatie	67,2	100,0%	67,5	100,0%
Totaal	77,7		75,9	

De inkomsten uit *boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie* bedroegen samen 77,7 miljoen euro in 2019. Volgens de bepalingen in de *Beheersovereenkomst 2016-2020* werden deze inkomsten voor 2019 begrensd tot maximaal 77,3 miljoen euro. In 2019 is maximaal gestreefd om de commerciële grens te respecteren, zoals dat in 2018 ook het geval was. Het excedent bedraagt 0,4 miljoen euro. Ook is 1,0 miljoen euro van de ontvangsten bestemd voor het VAF-Mediafonds.

De *boodschappen van algemeen nut* lagen in 2019 2,1 miljoen euro hoger dan in 2018.

De *radioreclame* lag in 2019 0,5 miljoen euro lager ten opzichte van 2018.

Per radionet waren de opbrengsten uit radioreclame de volgende:

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (in mio euro)	2019		2018	
MNM	10,6	24,1%	10,3	23,1%
Radio 1	6,3	14,3%	6,4	14,4%
Radio 2	10,0	22,7%	10,3	23,2%
Studio Brussel	17,1	38,9%	17,5	39,3%
Totaal	44,0	100,0%	44,5	100,0%

De daling van de opbrengsten uit radioreclame deed zich voor bij alle netten behalve bij MNM. Een daling was er vooral bij Studio Brussel (-0,4 miljoen euro ten opzichte van 2018), gevolgd door Radio 2 (-0,3 miljoen euro) en Radio 1 (-0,1 miljoen euro).

Wat de sponsoring betreft, was er een status quo bij de *radiosponsoring* en een kleine stijging bij de *televisiesponsoring* (+0,1 miljoen euro) ten opzichte van 2018. De inkomsten uit *sponsoring van niet-uitgezonden evenementen* stegen met 0,3 miljoen euro, en de inkomsten uit *sponsoring van campagnes aanbod-op-aanvraag* daalden met 0,2 miljoen euro.

De inkomsten uit de *commercialisering van websites en mobiele platformen* daalden ten opzichte van 2018 met 0,3 miljoen euro.

Onder *financiële productplaatsing* verstaat men het opnemen van een product of dienst in de setting van een televisieprogramma tegen betaling. De financiële productplaatsing steeg van 0,7 miljoen euro in 2018 naar 1,0 miljoen euro in 2019. De inkomsten hadden betrekking op programma's zoals *Blokken (Eén)*, *Thuis (Eén)*, *Iedereen beroemd (Eén)*, *Dagelijkse kost (Eén)*, *Dagelijkse zomerkost (Eén)*, *De Columbus (Eén)* en *Reizen Waes (Eén)*.

2.5 Pijler 4: Valorisatie mediaruimte in het buitenland

Volgens het nieuwe *Kader van merchandising en nevenactiviteiten* kan de VRT mediaruimte vermarkten rond haar aanbod dat ze in andere territoria buiten België aanbiedt.

In 2019 werden voor het eerst inkomsten gerealiseerd voor een totaal bedrag van 41.343 euro.

2.6 Pijler 5: Commerciële afgeleiden

COMMERCIEËLE AFGELEIDEN (in mio euro)	2019		2018	
Evenementen	2,6	49,1%	2,3	51,1%
Merchandising	2,4	45,3%	1,9	42,2%
Muziekuitgeverij	0,3	5,6%	0,3	6,7%
Totaal	5,3	100,0%	4,5	100,0%

De inkomsten uit evenementen stegen ten opzichte van 2018 met 0,3 miljoen euro. De editie 2019 van MNM *Let's get digital* was financieel succesvol. Opnieuw werd samengewerkt met verschillende festivals zoals *De grote schijn (Eén)*, *Hype-o-dream* en *dance D-vision (MNM)* en de Studio 100 musicals *Daens* en *40-45*. De eerste editie van de *Esportscup* werd gelanceerd, een samenwerking

tussen MNM en Sporza. Het aanbod aan reizen werd verder uitgebreid met een Klara-reis waarbij de Biënnale werd bezocht en een MNM skireis. De samenwerkingen rond musicals en film-premières werden bestendig.

De inkomsten uit merchandising stegen met 0,5 miljoen euro ten opzichte van 2018. De stijging is onder andere

het gevolg van succesvolle merchandisingproducten met betrekking tot Ketnet producties #LikeMe en Tik Tak. De afgeleiden van FC De Kampioenen kenden een sterk jaar met enkele acties gelanceerd in het kader van de vierde FC De Kampioenen-film, een Kampioenen-brood en een gestegen verkoop van de strips. Nieuwe licenties werden afgesloten rond *Dagelijkse kost* en *Reizen Waes*.

2.8 Pijler 7: Andere inkomsten

ANDERE INKOMSTEN (in mio euro)	2019		2018	
Dienstverlening aan VAR	0,7	4,1%	0,7	3,6%
Samenwerking rond programma's	3,4	20,1%	3,5	18,2%
Bedrijfsrestaurant	1,3	7,7%	1,4	7,3%
Financiële opbrengsten	4,1	24,3%	6,8	35,5%
Andere bedrijfsopbrengsten	7,4	43,8%	6,8	35,4%
Subtotaal	16,9	100,0%	19,2	100,0%
Verkoop grond en gebouwen omroepcentrum	1,5		0,6	
Totaal	18,4		19,8	

De *andere inkomsten* daalden globaal met 1,4 miljoen euro. Deze daling is het gevolg van enerzijds een lager dividend van VAR (-3,0 miljoen euro) en anderzijds een toename van de andere bedrijfsopbrengsten (+0,6 miljoen euro) en een hogere meerwaarde uit de verkoop van grond en gebouwen van het omroepcentrum (1,5 miljoen euro of +0,9 miljoen euro ten opzichte van 2018).

De *samenwerkingen rond programma's* daalden met 0,1 miljoen euro ten opzichte van 2018.

De *samenwerkingen rond programma's* kunnen verder ingedeeld worden in *institutionele financiering* en *niet-institutionele financiering*. Waarbij onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering

2.7 Pijler 6: Andere commerciële exploitatie

De inkomsten uit andere commerciële exploitatie bestonden voornamelijk uit transmissiediensten, de verhuring van productiemiddelen en huurgelden. In 2019 bedroegen deze 0,7 miljoen euro, wat een stijging was van 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2018.

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 institutionele financiering via eigen VRT-programma's bedroeg 1,1 miljoen euro in 2019 en daalde met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2018.

Belangrijke samenwerkingen die niet onder de institutionele financiering vallen waren in 2019 *Iedereen beroemd - Logeren in Vlaanderen* (Eén, samen met De Oppas & Pagina niet gevonden), een samenwerking in verband met *Rock Werchter* (Studio Brussel, samen met Skynet Imotion Activities & Aegis Media Belgium), *Stubru @work* (Studio Brussel, samen met Space en AD point).

Samenwerking programma's

SAMENWERKING PROGRAMMA'S (in mio euro)		2019		2018	
Radio	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,6		0,9	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	1,3		1,4	
	subtotaal Radio	1,9	55,9%	2,3	65,7%
Televisie	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,5		0,7	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	0,9		0,3	
	subtotaal Televisie	1,4	41,2%	1,0	28,6%
Andere	Samenwerking programma's institutionele financiering	0,0		0,1	
	Samenwerking programma's niet-institutionele financiering	0,1		0,1	
	subtotaal andere	0,1	2,9%	0,2	5,7%
Totaal		3,4	100,0%	3,5	100,0%

De voornaamste bronnen van institutionele financiering via eigen programma's zijn: de *MIA's* (Eén, samen met Stad Brussel, *Kinderen van de kolonie* (Canvas, samen met FOD Buitenlandse zaken), Brussel Hoofdstedelijk Gewest, Proximus en Sabam), voor radio: *Radio 2 Zomerhit* (samenwerking met Stad Blankenberge), *Week van de mogelijkheden* (Studio Brussel, samenwerking met Agentschap Innoveren & Ondernemen - VLAIO) en *Warme William* (MNM, samenwerking met Ga voor Gelijk).

Binnen de *financiële opbrengsten* is de uitkering van het dividend door VAR de grootste opbrengstensoort. VAR

keerde in 2019 een dividend uit van 3,6 miljoen euro ten opzichte van 6,6 miljoen euro in 2018. Andere financiële opbrengsten zijn de wisselresultaten op vreemde valuta.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat de gerecupereerde kosten, de tussenkomsten van verzekeringen, de vergoeding voor thuiskopies en de geleide bezoeken. Bij de *andere bedrijfsopbrengsten* was een stijging van 0,6 miljoen euro. Belangrijke gerecupereerde kosten waren er bij *#Likeme in concert*, *Het gala van de gouden K's* (Ketnet), *De esportscup* (MNM en Sporza) en hostbroadcasting van sportmanifestaties zoals het *Wereldkampioenschap wielrennen* in Yorkshire.

2.9 Pijler 8: Ruilen

RUILEN (in mio euro)	2019		2018	
Mediaruil	9,0	29,9%	8,9	29,7%
Facilitaire toelevering	3,3	11,0%	3,4	11,3%
Productplaatsing in natura en aftiteling	1,7	5,7%	2,3	7,7%
Andere ruil:				
TV	3,0	10,0%	2,1	7,0%
Radio	12,2	40,7%	12,3	41,0%
Webruimte	0,8	2,7%	1,0	3,3%
Totaal	30,0	100,0%	30,0	100,0%

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. De mediaruil bleef in 2019 nagenoeg constant in vergelijking met 2018.

Bij de *facilitaire toelevering* levert de VRT prestaties aan externe productiehuisen in het kader van productieovereenkomsten. De waarde van de onderaanneming wordt mee opgenomen in de waarde van de uitzendrechten. Ten opzichte van 2018 is deze ruil met 0,1 miljoen euro gedaald tot 3,3 miljoen euro. Facilitaire toelevering was er bij Eén-programma's zoals *Dagelijkse kost*, *Zie me graag*, *De Campus Cup*, *Van algemeen nut* en *Blokken*.

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 onder andere voor de Eén-programma's *Thuis*, *Dagelijkse kost* en *Iedereen beroemd*. De ruilen met betrekking tot productplaatsing in natura en aftiteling daalden met 0,6 miljoen euro in 2019 ten opzichte van 2018. Deze daling wordt verklaard doordat er in 2018 extra contracten waren in het kader van het WK voetbal.

Bij de *andere ruilen* worden spotjes of promotionele aankondigingen via een VRT-kanaal geruild voor onder andere visibiliteit van de VRT-netten in de promotiecampagne 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 stijging van 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2018.

3. KOSTEN

3.1 Analytische verdeling van de kosten – totaal

Als een van de strategische doelstellingen in de Beheers-overeenkomst 2016-2020 wordt aangegeven dat de VRT-merken 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)		2019		2018	
TV-aanbodsmerken		260,0	61,0%	263,1	61,6%
Radio-aanbodsmerken		97,0	22,8%	98,1	23,0%
Thema-aanbodsmerken		17,1	4,0%	14,5	3,4%
Kosten programma-output		374,1	87,8%	375,7	88,0%
Onderzoek en innovatie		2,8	0,7%	2,4	0,6%
Ondersteunende directies		44,5	10,4%	44,3	10,4%
Brand extensions		4,8	1,1%	4,5	1,0%
Subtotaal		426,2	100,0%	426,9	100,0%
Andere		21,2		14,3	
Totaal (*)		447,4		441,2	

(*) Inclusief voorraadwijzigingen

De *kosten van de programma-output* bedroegen 374,1 miljoen euro of 87,8% van de totale kosten in 2019. Dat is een daling met 1,6 miljoen euro ten opzichte van 2018.

De *kosten van de tv-aanbodsmerken* daalden met 3,1 miljoen euro omwille van niet-jaarlijks weerkerende sportevenementen die plaatsvonden in 2018 (WK voetbal en Olympische winterspelen). De *kosten van de radio-aanbodsmerken* namen af met 1,1 miljoen euro enerzijds omwille van de hogere kosten die in 2018 verbonden waren aan grote sportevenementen (WK voetbal en Olympische winterspelen) en anderzijds omdat De warmste week een overkoepelend VRT-project van alle merken werd en niet meer van Studio Brussel alleen. De thema-aanbodsmerken stegen met 2,6 miljoen euro. Deze stijging situeert zich voornamelijk bij VRT NWS aangezien daar nieuwe digitale initiatieven werden uitgerold (zie p. 167).

De *kosten van de programma-output* worden verder in detail besproken.

De *kosten voor Onderzoek & Innovatie* stegen in 2019 met 0,4 miljoen euro.

Bij VRT Innovatie werd in 2019 op 16 projecten gewerkt die gefinancierd worden door fondsen van de Europese Unie (binnen het *Horizon2020*-programma), het Vlaams Agentschap voor Innoveren en Ondernemen en het *Google Digital News Initiative*. (In 2018 waren 15 actieve projecten door derden gefinancierd.)

De *kosten van de ondersteunende directies*¹¹² stegen in absolute cijfers met 0,2 miljoen euro. Ze bedroegen, net zoals in 2018, 10,4% van de totale kosten.

De *kosten voor de commerciële activiteiten van Brand Extensions* stegen in 2019 met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2018. De belangrijkste verklaringen voor deze stijging zijn een investering in een FC De Kampioenen-film, de organisatie van de *Sporza-esportscup* en *MNM Let's get digital*.

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, de kosten voor het Brussels Philharmonic en de uitzonderlijke kosten ten gevolge van de beslissing om de overeenkomst met het

ontwerpteam voor een nieuw gebouw stop te zetten en een nieuw bouwproject op te starten.

Andere kosten worden afzonderlijk gerapporteerd omdat ze anders vergelijkingen over de jaren moeilijk maken.

Deze kosten stegen ten opzichte van 2018 met 6,9 miljoen euro, voornamelijk door het boeken van de sunk kosten

als gevolg van de beslissing om de samenwerking met het ontwerpteam te beëindigen en het bestaande ontwerp te verlaten. Anderzijds was er in 2019 een terugname van de voorzieningen naar aanleiding van het arrest door het Arbeidshof van Brussel met betrekking tot een RSZ-geschil.

3.2 Analytische verdeling kosten programma-output radio-aanbodsmerken

De kosten en het relatief aandeel in de kosten per radio-aanbodsmerk (in mio euro)	2019		2018	
	Costs (mio euro)	Percentage	Costs (mio euro)	Percentage
Radio 1	21,3	22,0%	21,6	22,0%
Radio 2	28,8	29,7%	28,5	29,0%
MNM	12,7	13,1%	13,1	13,4%
Studio Brussel	20,7	21,3%	21,4	21,8%
Klara	13,5	13,9%	13,5	13,8%
Totaal Radio	97,0	100,0%	98,1	100,0%

De totale kosten van de radio-aanbodsmerken daalden in 2019 met 1,1 miljoen euro.

De kosten voor Radio 1 daalden met 0,3 miljoen euro. Dat is onder meer te verklaren door de grote sportevenementen in 2018 (het WK voetbal en de Olympische Winterspelen) die in 2019 wegvielen. Bij Radio 2 is er een kleine stijging van de kosten met ongeveer 1% (+0,3

miljoen euro) tegenover 2018. Bij MNM daalden de kosten met 0,4 miljoen euro. Dat is grotendeels toe te schrijven aan een daling van de mediaruilen. Bij Studio Brussel namen de kosten af met 0,7 miljoen euro. Tot 2018 zat De warmste week onder het merk Studio Brussel, vanaf 2019 was dat een overkoepelend VRT-project van alle aanbodsmerken. De uitgaven bij Klara bleven op hetzelfde niveau als in 2018.

3.3 Analytische verdeling kosten programma-output tv-aanbodsmerken

De kosten en het relatief aandeel in de kosten per televisie-aanbodsmerk (in mio euro)	2019		2018	
	Costs (mio euro)	Percentage	Costs (mio euro)	Percentage
Eén	169,6	65,2%	180,4	68,5%
Canvas	56,9	21,9%	52,0	19,8%
Ketnet	33,5	12,9%	30,7	11,7%
Totaal Televisie	260,0	100,0%	263,1	100,0%

De kosten van de tv-aanbodsmerken daalden met 3,1 miljoen euro tot 260,0 miljoen euro in 2019.

De totale kostprijs van Eén daalde met 10,8 miljoen euro. De belangrijkste verklaring is de daling van de kosten van sport door het wegvallen van de grote sportevenementen van 2018 (WK voetbal en Olympische Winterspelen).

Ten opzichte van 2018 steeg de kostprijs van Canvas met 4,9 miljoen euro. *De Campus cup* was een versterking van

een strategisch dagelijks slot met het oog op het bereiken van jongere generaties. Daarnaast werden er meer cultuurprogramma's uitgezonden, zoals *Hanne danst* en *Weg van het Meesterwerk*. Met *Fiskepark* bracht Canvas onderscheidende Vlaamse fictie.

In 2019 steeg de kostprijs van Ketnet met 2,8 miljoen euro. Voor de jongere doelgroep kwam eenmalig een nieuwe reeks van *Dag Sinterklaas* (fictie) in het schema. Het Ketnet junior-blok werd verstrekt met een nieuwe reeks van *Tik Tak*.

3.4 Rapporteringen van de thema-aanbodsmerken

De kosten en het relatief aandeel in de kosten per thema-aanbodsmerk (in mio euro)	2019		2018	
VRT NWS	11,6	67,8%	9,1	62,8%
Sporza	5,5	32,2%	5,4	37,2%
Totaal Thema-aanbodsmerken	17,1	100,0%	14,5	100,0%

De kosten van de thema-aanbodsmerken stegen met 2,6 miljoen euro ten opzichte van 2018.

De kosten voor het digitaal VRT NWS-aanbod stegen met 2,5 miljoen euro tegenover 2018. Zo werden nieuwe digitale initiatieven gelanceerd zoals *Panel VRT NWS*, *Labels*, *NWS NWS NWS* en *Breaking Europe*.

Via *Kies 19* werd online ingezet op digitaal aanbod voor de Europese, federale en regionale verkiezingen. De VRT NWS-app werd vernieuwd. De kosten van Sporza bleven ongeveer gelijk (+0,1 miljoen euro). In 2018 jaar werd geïnvesteerd in de sportzomer (ondermeer WK voetbal), in 2019 werd gewerkt aan de verdere vernieuwing van Sporza.

3.5 Verdeling kosten per mediagebruiker¹¹³

De kosten per mediagebruiker (2019-2018) (in euro)	2019	2018
TV-aanbodsmerken	47,2	47,1
Radio-aanbodsmerken	17,6	17,6
Thema-aanbodsmerken	3,1	2,6
Totale kosten^(*) per mediagebruiker	67,9	67,3
Totale overheidsfinanciering per mediagebruiker	40,6	41,2

(*) Inclusief Toeslag in 2018 van 17,4% en van 19,6% in 2019 voor toerekening van de kosten voor onderzoek en innovatie, de Brand extensions, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten.

De kosten per mediagebruiker stegen van 67,3 euro naar 67,9 euro doordat de totale kosten van de VRT stegen. De stijging situeert zich voornamelijk bij de rubriek "andere kosten", met name door de sunk kosten naar aanleiding van de beslissing om de samenwerking met het ontwerpteam te beëindigen en een nieuw nieuwbouwproject op te starten. Het aantal media-

gebruikers¹¹⁴ bleef ongeveer gelijk (een beperkte stijging met 36.102 personen).

Van de totale kosten van 67,9 euro in 2019 was 40,6 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 27,3 euro uit eigen middelen. De overheidsfinanciering daalde van 41,2 euro per mediagebruiker in 2018 naar 40,6 euro in 2019.

4. VOORRADEN

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2019 102,2 miljoen euro, een stijging met 2,3 miljoen euro ten opzichte van eind 2018. In de voorraad zitten eigen producties (52,5 miljoen euro), sportrechten

(36,0 miljoen euro), filmrechten (10,8 miljoen euro), vooruitbetalingen filmrechten (2,9 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-0,1 miljoen euro) en een voorraad technische artikelen (0,1 miljoen euro).

A. Eigen producties

Eindvoorraad eigen producties (in mio euro)	2019	2018
Fictie	22,1	24,7
Andere	30,4	24,1
Totaal	52,5	48,8

¹¹³

Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,59 miljoen inwoners op 1 januari 2019 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

¹¹⁴

<https://statbel.fgov.be/nl/nieuws/belgie-2017-11322088-inwoners>

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 steeg met 3,7 miljoen euro ten opzichte van 2018.

Bij Fictie was een daling van 2,6 miljoen euro. Deze situeerde zich voornamelijk bij Eén en Ketnet. Bij Eén kwamen onder meer volgende reeksen geheel of gedeeltelijk op antenne in 2019: *De twaalf*, *Eigen kweek* (reeks 3), *Over water* (reeks 1) en *Undercover* (reeks 1). Daarnaast werd Fictie-voorraad opgebouwd, onder meer met *Beau Sejour* (reeks 2), *GR5*, *Loslopend wild en*

gevogelte (reeksen 5 en 6) en *Undercover* (reeks 2). Bij Ketnet werd *De regel van 35* (reeks 3) uitgezonden en was gestart met de productie van *Hoodie*.

De categorie Andere steeg met 6,3 miljoen euro. De stijging zit voornamelijk bij Eén en in mindere mate bij Canvas. Bij Eén werd een nieuwe reeks 1 jaar gratis opgenomen en waren meer producties in het reality-genre (zoals *First Dates* (reeks 2), *Kinderziekenhuis 24/7* (reeks 2) en *Op de man af* (reeks 2). Bij Canvas werd geïnvesteerd in het genre documentaires verspreid over een aantal reeksen, zoals *Als je eens wist*, *Brain man*, *De onfatsoenlijken*, *Geheimen van het Lam Gods*, *Meer vrouw op straat* en *Kinderen van de Holocaust*.

B. Sportrechten

Voorraad sportrechten (in mio euro)			
Voorraad op 31/12/2018	Aankopen in 2019	Uitgezonden in 2019	Voorraad op 31/12/2019
36,8	+7,3	-8,1	36,0
	o.a. Olympische Spelen 2022-2024 WB/WK Veldrijden 2020-2024 Beker van België (voetbal 2019-2020) DVV veldrijden 2022-2024 Atletiek Memorial Van Damme 2022-2024 UEFA Youth, Women's and Futsal events 2019-2022 Diamond League 2020-2024 EK wielrennen op de weg/veld 2019-2021 EK Gymnastiek 2021-2024 Driedaagse van De Panne 2022-2024 Baloise Belgium Tour 2022-2024	o.a. Beker van België (voetbal) Wielrennen Ronde van Frankrijk Uefa Europa League voetbal Voetbal ProLeague Wielrennen Flanders Classics BK Wielrennen en Veldrijden DVV Veldrijden Vuelta WK wielrennen Atletiek Memorial Van Damme EK Hockey WK Atletiek	o.a. Olympische Spelen (2020-2024) WK Voetbal (vrouwen 2019 en mannen 2022) ConfederationsCup Voetbal (2021) EK Voetbal (2021) UEFA Europa League voetbal (tot 2021) UEFA Youth, Women's and Futsal events (tot 2022) 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) WB/WK Veldrijden (tot 2024) EK wielrennen op de weg/veld (tot 2021) DVV Veldrijden (tot 2024) Wielrennen Vuelta (tot 2020) Driedaagse van De Panne (tot 2024) Baloise Belgium Tour (tot 2024) Basketbalcompetitie (tot 2021) Atletiek Memorial Van Damme (tot 2024) Diamond League (tot 2024) EK Gymnastiek (tot 2024)

De voorraad sportrechten daalde ten opzichte van 2018 met 0,8 miljoen euro tot 36,0 miljoen euro. Er werden voor 7,3 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad

opgenomen, terwijl er voor 8,1 miljoen euro aan rechten werden gebruikt.

C. Filmrechten

Voorraad filmrechten (in mio euro)					
	Voorraad op 1/1/2019	Aankopen in 2019	Verbruik in 2019	Schrapping in 2019	Voorraad op 31/12/2019
Films	3,4	3,1	-2,8	0,0	3,7
Documentaires	1,7	2,6	-2,1	-0,2	2,0
Series, Comedy's, Animatie, enz	6,2	4,9	-5,6	-0,4	5,1
Totaal	11,3	10,6	-10,5	-0,6	10,8

De totale filmvoorraad nam af met 0,5 miljoen euro. De voorraden films en documentaires stegen elk met

0,3 miljoen euro. De voorraad Series, Comedy's, Animatie... nam af met 1,1 miljoen euro.

9.4 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)	2019	2018	Vershil
Totaal kosten	447,4	441,2	+ 6,2
- minus kosten van commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht	-2,7	-2,0	- 0,7
- minus opbrengsten van commerciële activiteiten die voordeel halen uit de publieke opdracht	-160,7	-158,6	- 2,1
- minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten	-11,3	-10,5	- 0,8
- minus kosten voor de nieuwbouw (*)	-5,2	6,3	- 11,5
Nettokosten van de publieke opdracht	267,5	276,4	- 8,9
Overheidssubsidies	267,6	270,1	- 2,5
Overheidssubsidies - Nettokosten publieke opdracht = - = onderfinanciering of netto-deficit, + = overfinanciering of netto-surplus	+ 0,1	-6,3	+ 6,4
Cumulatief netto-deficit 2018-2019 (onderfinanciering)	-6,2		

(*) Bij de berekening van de nettokosten van de publieke opdracht moet abstractie gemaakt worden van de kosten en de overschotten op de kosten in het kader van de nieuwbouw: de uitzonderlijke kosten geboekt omwille van de beslissing over te gaan tot een nieuw ontwerp voor een kleiner en compacter gebouw (11,6 miljoen euro), de reeds geboekte afschrijvingen voor de nieuwbouw (0,1 miljoen euro), de terugname van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum (-0,4 miljoen euro), en de overschotten op de reguliere afschrijvingen en de werkingskosten die werden toegevoegd aan het "reservefonds voor de nieuwbouw" (-6,0 miljoen euro in 2019).

De nettokosten van de publieke opdracht bedroegen in 2019 267,5 miljoen euro en lagen 8,9 miljoen euro lager dan in 2018. 2018 is een even jaar en dat betekende een jaar met grote sportevenementen zoals het WK voetbal.

De overheidssubsidies bedroegen in 2019 267,6 miljoen euro ten opzichte van 270,1 miljoen euro in 2018, wat 2,5 miljoen euro lager is. Voornaamste reden voor deze daling is de overheidsdotatie die door het besparings-traject lager is dan in 2018.

De nettokosten lagen in 2019 0,1 miljoen euro lager dan de overheidsfinanciering. 2019 sloot dus af met een netto-surplus of een overfinanciering van de publieke opdracht.

In 2018 was er een netto-deficit van 6,3 miljoen euro.

Traditioneel zijn er in de oneven jaar lagere kosten dan in de even jaren, omwille van de grote sportevenementen in de even jaren (2018: WK voetbal en Olympische winterspelen). Als 2019 (netto-surplus van 0,1 miljoen euro) en 2018 (netto-deficit van 6,3 miljoen euro) worden samengenomen, dan is er een cumulatief netto deficit of een onderfinanciering van -6,2 miljoen euro.

UITVOERING VAN DE ESR-BEGROTING 2019

SAMENVATTING RESULTAAT 2019 (in 1.000 euro)	ESR-budget 2019	ESR werkelijk 2019	Variatie
Resultaat exclusief over te dragen commerciële communicatie en exclusief resultaat nieuwbouw	-2.607	-4.461	-1.854
Over te dragen commerciële communicatie naar 2020: excedent (410) en VAF-Mediafonds (1.000)	0	+1.410	+1.410
Over te dragen resultaat voor de nieuwbouw naar 2020	+15.670	+21.292	+5.622
ESR-resultaat	+13.063	+18.241	+5.178

De ESR-begroting BA ¹¹⁵ 2019 werd opgemaakt met een overschot van 13,1 miljoen euro. Dat overschot werd in de begroting verwerkt via een toename van het "over te dragen ESR-resultaat" (toevoeging aan het overgedragen saldo uit het voorgaande jaar).

Het geraamd overschot in het ESR-budget was samengesteld uit:

- Een tekort van 0,5 miljoen euro voor de verhuizing van het regionale omroepgebouw Antwerpen naar een andere locatie. De uitgaven voor de verhuizing van dat gebouw werden gefinancierd door het excedent "commerciële communicatie" opgebouwd in de voorgaande jaren ¹¹⁶.
- Een tekort van 1,3 miljoen euro voor de doorbetaling aan de Vlaamse overheid van de dotatie voor het VAF-Mediafonds (1,0 miljoen euro) en het excedent commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut (0,3 miljoen euro) uit de afrekening van 2018. Het excedent en het bedrag bestemd voor het VAF-Mediafonds werden in 2018 toegevoegd aan het over te dragen saldo, en bij de doorbetaling in 2019 werd gebruik gemaakt van dat overgedragen saldo.
- Een tekort van 0,8 miljoen euro met betrekking tot de voorschotten van EU-subsidies.
- Een overschot van 15,7 miljoen euro voor de financiering van het toekomstig nieuw gebouw ¹¹⁷.

In werkelijkheid was er een overschot van 18,2 miljoen euro, wat 5,1 miljoen meer is dan voorzien in de begroting. Dat positief resultaat is het gevolg van:

- *Hogere ontvangsten uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut in 2019.* De VRT droeg 1,4 miljoen euro over naar volgend boekjaar, met name 1,0 miljoen euro voor het VAF-Mediafonds en 0,4 miljoen euro overschrijding van het plafond voor commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut.
- *Het resultaat met betrekking tot het nieuwbouwproject.* In de werkelijkheid werd 21,3 miljoen euro ¹¹⁸ toegevoegd aan het overgedragen saldo, of 5,6 miljoen euro meer dan in de BA 2019. Dat heeft te maken met de vertraging in het project en de bijhorende lagere investeringen. Inmiddels werd een aangepast bedrijfsplan opgemaakt, dat rekening hield met de opgelopen vertraging. Het principe van autofinanciering bleef in dat plan gehandhaafd binnen de voorziene terugverdientijd (tot 2043).
- *Hogere aankopen op voorraad voor de "eigen programma's"* Abstractie gemaakt van de twee voorgaande overschotten, dan sloot 2019 af met een tekort van 4,5 miljoen euro, of 1,9 miljoen euro negatiever dan voorzien in het budget. Aan de basis van dit extra tekort van 1,9 miljoen euro lagen hogere uitgaven met betrekking tot de voorraad "eigen programma's". De VRT zet meer in op een hoger niveau aan externe bestedingen in de Vlaamse productiesector en de facilitaire sector, om uiteindelijk te stabiliseren rond 18,25% van de ontvangsten in 2020 (cfr. de bepalingen van de Beheersovereenkomst 2016-2020).

¹¹⁵

BA = begrotingsaanpassing.

¹¹⁶

In het deel 9.3. Analyse van kosten en de opbrengsten, 2. Opbrengsten, 2.2 Pijler 1: Overheidsfinanciering wordt hier ook naar verwezen met volgende passage: "Voor de financiering van de verhuizing van het regionale omroepgebouw te Antwerpen naar een andere locatie werd een eenmalige dotatie van 500.000 euro geboekt uit het excedent commerciële communicatie van de voorgaande jaren."

¹¹⁷

De BA 2019 is gebaseerd op het financieringsplan voor de nieuwbouw dd. 24 april 2019.

¹¹⁸

Het resultaat 2019 is verwerkt in het geactualiseerd bedrijfsplan voor de nieuwbouw dd. 24/2/2020.

Het positief resultaat van 21,3 miljoen euro is samengesteld uit 5,2 miljoen euro uitgaven voor de nieuwbouw in 2019, 11,0 miljoen euro besparingen op de reguliere investeringen en 15,5 miljoen euro ontvangsten uit de verkoop van grond en gebouwen op het Omroepcentrum.

9.6

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 onafhankelijke 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 de 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 haalde in 2019 98,7 miljoen euro bedrijfsopbrengsten en een resultaat na belasting van 6,8 miljoen euro winst.

VAR: RESULTAAT (in 1.000 euro)	2019 ^(*)	2018
Bedrijfsopbrengsten	98.679	97.313
Regie voor VRT	76.723	75.205
Overige Aankopen	7.866	7.735
Bezoldigingen	4.428	4.274
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	617	510
Bedrijfsresultaat	9.045	9.589
Financieel resultaat	637	-1.345
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-2.852	-2.630
VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN	6.830	5.614

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 11/05/2020

2. Pebble Media



De NV Pebble Media heeft twee aandeelhouders die elk voor de helft participeren: Telenet en VAR. Pebble Media marketeert en verkoopt digitale reclameconcepten.

Pebble Media haalde in 2019 10,5 miljoen euro bedrijfsopbrengsten en een resultaat na belastingen van 1,2 miljoen euro verlies.

PEBBLE MEDIA: RESULTAAT (in 1.000 euro)	2019 ^(*)	2018
Bedrijfsopbrengsten	10.531	10.773
Aankopen	8.947	8.864
Bezoldigingen	2.273	1.820
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	487	471
Bedrijfsresultaat	-1.176	-381
Financieel resultaat	-34	-16
Uitzonderlijke resultaten en belastingen		
Pebble Media RESULTAAT NA BELASTINGEN	-1.210	-397

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 21/05/2020

3. Predicube



Predicube is een 100% dochteronderneming van VAR. Predicube staat voor Predicting Customer Behaviour. De start-up is een spin-off van imec en de Universiteit Antwerpen. Predicube is een IP- en data-analyseplatform dat adverteerders helpt om online campagnes te

optimaliseren qua het bereiken van de consumenten.

Predicube haalde in 2019 een resultaat na belastingen van 0,1 miljoen euro verlies.

PREDICUBE: RESULTAAT (in 1.000 euro)	2019 ^(*)	2018
Bedrijfsopbrengsten	140	257
Aankopen	193	142
Bezoldigingen	0	26
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	1	2
Bedrijfsresultaat	-54	88
Financieel resultaat	-2	-7
Uitzonderlijke resultaten en belastingen		
PREDICUBE RESULTAAT NA BELASTINGEN	-56	81

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van Predicube van 08/05/2020

4. Media Invest Vlaanderen



PMV en de VRT bundelden 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. In 2019 investeerde Media Invest Vlaanderen in Cyborn (3D-animatiestudio) en Cybernetic Walrus (game studio).

Media Invest Vlaanderen haalde een resultaat na belastingen van 50.073,52 euro verlies.

MEDIA INVEST VLAANDEREN: RESULTAAT (in 1.000 euro)	2019 (*)	2018
Bedrijfsopbrengsten	0	0
Aankopen	63	68
Bezoldigingen	0	0
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	13	15
Bedrijfsresultaat	-76	-83
Financieel resultaat	26	-0
Uitzonderlijke resultaten en belastingen		
MEDIA INVEST VLAANDEREN RESULTAAT NA BELASTINGEN	-50	-83

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Media Invest Vlaanderen van 11/05/2020

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 hebben samen een licentie genomen 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 laat toe om digitaal en via apps naar alle Vlaamse radiozenders te luisteren via Radioplayer Worldwide.

Digitale Radio Vlaanderen haalde een positief resultaat na belastingen van 14.175,07 euro.

DIGITALE RADIO VLAANDEREN: RESULTAAT (in 1.000 euro)	2019 (*)
Bedrijfsopbrengsten	307
Aankopen	285
Bezoldigingen	0
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	1
Bedrijfsresultaat	21
Financieel resultaat	-1
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-6
DIGITALE RADIO VLAANDEREN RESULTAAT NA BELASTINGEN	14

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van Digitale Radio Vlaanderen van 26/05/2020

10

OVERZICHT RAPPORTERING OP STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

De VRT hanteert m.b.t. de uitvoering van haar publieke opdracht een open communicatie met de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement, de Vlaamse Regulator voor de Media, het publiek, de vakbonden en de medewerkers.

In dit jaarverslag geeft de VRT toelichting over de invulling van de strategische doelstellingen zoals bepaald in haar beheersovereenkomst (2016-2020). Daarvoor kreeg zij performantiemaatstaven opgelegd. De Vlaamse Regulator voor de Media evalueert deze maatstaven op basis van informatie die de VRT aanlevert.

Op de volgende pagina's worden de resultaten op de performantiemaatstaven kort geformuleerd. Daarbij wordt steeds aangegeven naar welke pagina's in voorliggend document wordt verwezen voor meer gedetailleerde informatie.

STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: VOOR IEDEEREEN RELEVANT		PAGINA
1.	De VRT bereikte met haar aanbod op weekbasis 90,2% van de Vlaamse bevolking (15 jaar en ouder (norm 85%).	13
2.	De VRT rapporteerde bereikcijfers voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologieneutrale meting van bereik.	13
3.	De VRT bereikt minstens 75% van elke relevante doelgroep op weekbasis (= norm): mannen: 90,1%, vrouwen: 90,2%, leeftijd van 15 t.e.m. 24 jaar: 88,6% ¹¹⁹ , leeftijd van 25 t.e.m. 44 jaar: 86,8%, leeftijd van 45 t.e.m. 64 jaar: 92,0%, leeftijd 65 en ouder: 92,8%, opleidingsniveau: lager onderwijs: 83,1%, lager secundair onderwijs: 85,6%, hoger secundair onderwijs: 91,2%, hoger onderwijs: 93,9%, nieuwe Vlamingen: 83,0%.	13
4.	De VRT streeft naar een diversiteit in beeldvorming in het gehele intern en extern geproduceerde televisieaanbod, uitgezonderd programma-aankoop: <ul style="list-style-type: none"> Geslacht: 41,3% vrouwen (norm: 33%, 40% tegen 2020) Afkomst: 8,3% nieuwe Vlamingen (norm: 5%, 7,5% tegen 2020) 	25
5.	De VRT maakte haar aanbod toegankelijk voor personen met een auditieve of visuele beperking. <ul style="list-style-type: none"> NIET-GEHAALDE DOELSTELLING Gesproken ondertiteling was niet 100% beschikbaar (norm: 100%, uitgezonderd specifieke archiefbeelden). Audioscriptie was beschikbaar bij alle fictiereeksen die op zondagavond na 20 uur werden uitgezonden (norm: 1 (kwaliteits)fictiereeks). Websites en andere digitale toepassingen werden zo gebruiksvriendelijk en toegankelijk mogelijk gemaakt, in lijn met het AnySurfer-label en/of in afstemming met AnySurfer. Teletekstondertiteling was beschikbaar bij 98,7% van alle Nederlandstalige programma's (norm: 95% en oplopend tot 100% in 2020). Alle nieuws- en duidingsprogramma's (100%) werden ondersteund met teletekstondertiteling (norm: 100%). In 2019 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. In 2019 beschikte de VRT nog niet over een goed meetsysteem om het ondertitelde online aanbod in kaart te brengen. Zo werden ingebrachte ondertitels niet meegenomen. Aldus kan de VRT geen cijfers hieromtrent meegeven (norm: progressieve groei naar 90% ondertiteling van video op de websites tegen 2020). 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. 	29 29 31 30 30 31 30
6.	De samenstelling van het personeelsbestand bestond uit: <ul style="list-style-type: none"> 40,2% vrouwen voor het hele personeelsbestand (norm: 40% tegen 2020) en 40,3 % voor midden- en hoger kader (norm: 33% tegen 2020) 3,3 % nieuwe Vlamingen (norm: 4% tegen 2020) Gelet op de AVG-richtlijn, koos de VRT er, vanuit het voorzichtigheidsbeginsel, voor om (voorlopig) geen specifieke cijfers 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).¹²⁰ 	27
7.	10 mensen met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond volgden een opleidingsstage (norm: 10).	27

STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: INFORMATIE, CULTUUR EN EDUCATIE PRIORITAIR		PAGINA
2.1 Informatie		
1.	Elk aanbodsmerk bracht een informatieaanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	37
2.	De VRT bereikte met de totaliteit van haar informatie-aanbod op weekbasis 79,7% van de Vlaamse bevolking (norm: 75,0%).	41
3.	De VRT rapporteerde bereikcijfers van haar informatie-aanbod voor radio, televisie en online apart en dit in afwachting van een continue, technologieneutrale meting van bereik.	41
4.	VRT NWS bood internationale duiding in televisieprogramma's, radioprogramma's en in een aparte rubriek op Vrtnws.be.	45
5.	<i>Pano</i> (Eén) maakte 17 diepgravende, onderzoeksjournalistieke reportages in 2019 (norm: 10).	44
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).	14
7.	De VRT organiseerde in 2019 twee keer (op 13 mei en 9 december) overleg met vertegenwoordigers van erkende levensbeschouwelijke strekkingen (norm: 2).	57
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, de nieuwsombudsman en het college van hoofdredacteurs.	45
9.	De VRT rapporteert in voorliggend jaarverslag over het onpartijdigheidsbeleid en eventuele bijstellingen.	47
10.	De kwaliteit van het informatie-aanbod van de VRT wordt continu geëvalueerd door de VRT-Studiedienst. Zo is er jaarlijks een evaluatie van de betrouwbaarheid van het nieuwsaanbod en een evaluatie van de diversiteit van actoren binnen het nieuwsaanbod. Daarnaast werd in 2019 het aanbod rond de verkiezingen van mei 2019 geëvalueerd en waren er ook evaluaties van Vrtnws.be, van het regionale nieuwsaanbod en van de programma's <i>De markt</i> , <i>De ochtend</i> , <i>De wereld vandaag</i> , <i>Het journaal</i> , <i>Pano</i> en <i>Vandaag</i> .	
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.	

119

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.

120

Sinds de invoering van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) monitorde de VRT zelf niet verder de aanwezigheid van personen met een migratie-achtergrond of een beperking in haar personeelsbestand. Cijfers voor personen met een migratie-achtergrond waren wel beschikbaar via de Vlaamse Overheid.

2.2 Cultuur		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk (met uitzondering van Sporza) bracht een cultuuraanbod aangepast aan de doelgroep van dat merk.	48
2.	Het aandeel van de Vlaamse producties en van de coproducties bedroeg 66,4% 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%).	82
3.	<i>Het journaal</i> van Eén bevatte 610 cultuur- en media-items (norm: 365).	48
4.	De VRT besteedde in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.	55
5.	De VRT bracht een brede keuze uit de Vlaamse culturele agenda onder de aandacht van de mediagebruiker.	48
6.	Diverse aanbodsmerken maakten een link naar UitInVlaanderen.be .	54
7.	De VRT organiseerde meer dan 5 evenementen die een cultureel thema of muziekgenre toegankelijker maken voor een breed publiek (norm: 5).	53
8.	De VRT introduceerde meer dan 5 interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen cultuuraanbod (norm: 5).	53
9.	De VRT capteerde 407 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor uitzending via meerdere aanbodsmerken (norm: 250).	54
10.	De VRT organiseerde 4 keer overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse cultuursector (zoals met Kunstenpunt, Cultuurconnect, Vlaams Museumoverleg, Boek.be, BoekenOverleg, Iedereen leest, Bozar, deSingel, Concertgebouw Brugge, enzomeer). Het overleg vond plaats op 17 januari, 23 april, 26 september en 21 november (norm: 4).	56
11.	De VRT organiseerde 2 keer (op 2 juli en 21 november 2019) overleg met de vertegenwoordigers van de Vlaamse muzieksector (MuziekOverleg) (norm: 2).	113
12.	Op Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Klara en MNM namen de Vlaamse muziekproducties 25,1% van de totale muziektijd in (norm: 25%).	60
13.	30,3% van de muziektijd op Radio 2 was Nederlandstalig (norm: 30%).	60
14.	15,7% van de muziektijd op Radio 1 was Nederlandstalig (norm: 15%).	60

2.3 Educatie		PAGINA
1.	Elk aanbodsmerk bracht een educatief aanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.	64
2.	De VRT bracht een aangepast aanbod voor kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen om hen vertrouwd te maken met nieuwe mediatoepassingen.	67
3.	De VRT overlegde geregeld met meemoo/Archief voor Onderwijs en met het Kenniscentrum Mediawijs (norm: 2).	114
4.	Radio 1 en VRT NU voorzagen in een multimediaal aanbod over wetenschap zoals met De Universiteit van Vlaanderen.	83 + 93
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.	68
6.	De VRT overlegde regelmatig met maatschappelijke actoren over de integratie van maatschappelijke thema's in haar aanbod (norm:2).	66
7.	De VRT investeerde in de coproductie van 16 documentaires (norm: 15): 8 documentaires in reeksverband en 8 op zichzelf staande documentaires werden in 2019 geproduceerd en uitgezonden. Alle 16 waren auteursdocumentaires (norm: 7,5).	65
8.	De VRT pleegde 4 keer overleg met de sectororganisatie Flanders Doc (28 februari, 1 maart, 4 april en 5 september) en het VAF (4 april en 3 juli) (norm: 2). De VRT volgde het strategisch plan inzake documentaires dat uitgeschreven werd in 2016.	66
9.	Canvas had aandacht voor documentaires in prime time, inclusief auteursdocumentaires.	89
10.	De VRT ondersteunde Vlaamse documentaires in het buitenland op het festival When East Meets West in Triëste (20-22 januari), Vision du Réel in Nyon (5-13 april) . Sheffield doc/Fest in Sheffield (6-11 juni) en IDFA Amsterdam (20 november – 1 december) (norm 2).	

STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: PUBLIEKE MEERWAARDE VOOR ONTSPANNING EN SPORT		PAGINA
1.	Alle aanbodsmerken maakten belangrijke maatschappelijke thema's bespreekbaar in kwaliteitsvolle en ontspannende thema's (norm: 4).	73
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).	77
3.	De VRT organiseerde continu overleg met partners op het veld, zoals de sportfederaties en Sport Vlaanderen (norm: 2).	115

STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: SCHERPERE MISSIE VOOR DE AANBODSMERKEN EN VRT ALS KOEPELMEK VOOR DIGITAAL AANBOD		PAGINA
1.	VRT NWS gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht informatie.	37
	Klara gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht cultuur.	85
	Canvas gaf prioritair en multimediaal aandacht aan de basisopdracht educatie.	89
2.	Ketnet gaf prioriteit aan de doelgroep kinderen.	90
3.	MNM gaf prioritair aandacht aan de doelgroep jongeren.	86
4.	Radio 2 had een uitgesproken Nederlandstalig en Vlaams muziekprofiel.	84
5.	De VRT rapporteert in dit jaarverslag over haar beleid inzake kwaliteit, onpartijdigheid, beroepsethiek en integriteit.	35, 47, 46, 119
6.	De VRT breidde haar overkoepelend digitaal contentplatform onder het koepelmerk "VRT" verder uit.	93

STRATEGISCHE DOELSTELLING 5: TOEKOMSTGERICHT, DIGITAAL EN INNOVATIEF		PAGINA
1.	De VRT beheerde haar videoplatform VRT NU.	93
2.	De VRT bood een online radiospeler aan.	93
3.	De VRT stelde in 2019 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.	94
4.	De VRT bood een online gepersonaliseerd aanbod aan bij VRT NU.	95
5.	Elk aanbodsmerk had meer dan vier acties die inzetten op participatie en co-creatie met het publiek (zoals <i>Wie wordt wrapper?</i> van Ketnet en <i>Durf te vragen</i> van VRT NWS) (norm: 4 per aanbodsmerk).	95
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).	97
7.	VRT Sandbox werkte samen met 13 starters en kmo's (norm: 12).	98
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.	100

STRATEGISCHE DOELSTELLING 6: VERSTERKING VAN HET MEDIA-ECOSYSTEEM		PAGINA
1.	De VRT besteedde 18,44% (norm: 15%) van haar totale inkomsten (exclusief de ruilen, de dotatie Brussels Philharmonic en de dotatie voor herstructureringskosten) aan externe productie. (Wegens de vergelijkbaarheid over de jaren heen worden de bestedingen als gevolg van de verkiezingen niet meegenomen bij de berekening van dit percentage.)	108
2.	De VRT liet haar samenwerkingsinitiatieven onderzoeken door een onafhankelijke deskundige, gekozen door zowel de VRT als de Minister van Media. Voor dit onderzoek werd gekozen voor Prof. Dr. Tim Raats (VUB). De evaluatie focuste op de bijdrage van de samenwerking aan (1) de maatschappelijke opdracht van de VRT (i.e. worden een of meerdere van de strategische doelstellingen 1 t.e.m. 5 beter ingevuld?), (2) een kwalitatief sterke en diverse, economisch duurzame ontwikkeling van het media-ecosysteem, en (3) de concrete meerwaarde en/of kostenreductie voor de betrokken partners in de samenwerking.	

STRATEGISCHE DOELSTELLING 7: EFFICIËNTE EN MEER WENDBARE ORGANISATIE		PAGINA
1.	De VRT voerde haar Toekomstplan (zoals voorgesteld aan de Vlaamse regering in 2016) verder uit.	119
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 meemoo, de personeelskosten met betrekking tot innovatieprojecten waardoor de VRT projectsubsidies ontvangt en de ophoging van de patronale bijdrage <i>Penisoenfinancieringsmechanisme Statutairen VRT</i>) bedroeg in 2019 41,42% 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).	117
4.	De VRT voerde het HR-beleidsplan Fier op de VRT (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	122
5.	De VRT voerde een programma voor leidinggevendenden (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	119
6.	De VRT voerde een programma voor loopbaan- en mobiliteitsmanagement (zoals opgesteld in 2016) verder uit.	122
7.	De VRT actualiseerde het Toekomstplan door verder invulling te geven in haar Ondernemingsplan. Zij voerde het plan verder uit.	

FINANCIËLE BETREKKINGEN TUSSEN DE ONDERTEKENENDE PARTIJEN		PAGINA
1.	<p>In het budget 2019 was een bedrijfseconomisch overschot van 8,5 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, en na de toevoeging aan de reserve voor de nieuwbouw, was een overschot gebudgetteerd van 3,8 miljoen euro. Dit overschot is het "te behalen resultaat" voorzien in de beheersovereenkomst.</p> <p>In werkelijkheid sloot de VRT 2019 af met een bedrijfseconomisch overschot van 0,2 miljoen euro. Na toevoegingen aan de reserve voor de buitengebruikstelling van het Omroepcentrum en aanwending van de reserve voor de nieuwbouw, sloot de VRT het jaar af met een overschot van 3,9 miljoen euro, wat 0,1 miljoen euro beter is dan het financieel resultaat voorzien in de beheersovereenkomst.</p> <p>Cumulatief gezien bedroeg het te behalen resultaat van 2016 tot 2019 in de beheersovereenkomst +2,9 miljoen euro. In werkelijkheid was het cumulatief resultaat +3,9 miljoen euro of 1,0 miljoen euro beter dan voorzien over diezelfde periode.</p>	157
2.	<p>NIET GEHAALDE DOELSTELLING</p> <p>Het ESR-budget werd opgesteld met een overschot van 13,1 miljoen euro. Het werkelijk ESR-resultaat in 2019 eindigde met een overschot van 18,2 miljoen euro, of 5,1 miljoen euro beter.</p> <p>Indien abstractie wordt gemaakt van het over te dragen bedrag uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut (1,4 miljoen euro), het over te dragen resultaat voor de nieuwbouw (5,6 miljoen meer dan gebudgetteerd), en het saldo van de Europese subsidies voor Onderzoek & Innovatie-projecten op ESR 8- en 9-codes (0,5 miljoen euro beter dan gebudgetteerd), dan sloot het ESR-resultaat af met een tekort van 2,4 miljoen euro ten opzichte van het budget.</p>	170

PRIJZEN EN NOMINATIES 2019

PRIJZEN

- AIB Impact Award voor *Down the Road* (Eén)
- Belgian Game Award voor *Best mobile game* voor de app *Switch* (Eén)
- 56ste Belfius Persprijzen in de categorie *lokale pers* voor *Raakt Antwerpen ooit afgekickt?* (Radio 2)
- 56ste Belfius Persprijzen in de categorie *radiopers* voor *De meisjes van de nacht* (Radio 1)
- 56ste Belfius Persprijzen in de categorie *televisiepers* voor *Wie is Schild & Vrienden echt?* (Pano (Eén))
- Cutting Edge Award in de categorie *beste televisie non-fictie* voor *Down the Road* (Eén)
- Canneries Festival Award in de categorie *beste scenario* voor *De twaalf* (Eén)
- Eerste prijs op het *World Media Festival* in de categorie *documentaries - Human relations and values* voor *Down the Road* (Eén)
- Ensor 2019 in de categorie *beste tv-documentaire* voor *Kinderen van de kolonie* (Canvas)
- Ensor 2019 in de categorie *beste jeugdfilm* voor *Binti* (Ketnet)
- FeWeb Excellence Award in de categorie *beste B2C-campagnewebsite* voor *De stemtest 2019* (VRT / RTBF / De Standaard / La Libre)
- FeWeb Excellence Award in de categorie *beste B2C-website* voor *Catchoftheday.stubru.be.* (Studio Brussel)
- Finger award 2019 voor *Taboe* (Eén)
- Ha! van Humo voor *Terug naar Rwanda* (Canvas)
- Juryprijs op het *Cinequest Film & Creativity Festival* in de categorie *Television Series, Long-Form* voor *Undercover* (Eén)
- New York Festival Award in de categorie *Reality TV Drama* voor *Taboe* (Eén)
- Nickelodeon Kid's Choice Award in de categorie *favoriete tv-programma België en Nederland* voor *Nachtwacht* (Ketnet)
- Titel van de *meest respectvolle journalist 2018* door *Rondpunt VZW* voor *Fatma Taspinar* in *Mij overkomt het niet* (Eén)
- Story Showbizz award 2019 in de categorie *ontdekking van het jaar* voor *#LikeMe* (Ketnet)
- Story Showbizz award 2019 in de categorie *favoriete radio-dj* voor *Peter Van de Veire* en het team van *De grote Peter van de Veire ochtendshow* (MNM)
- Story Showbizz award 2019 in de categorie *favoriete kok* voor *Jeroen Meus* (Eén)
- Story Showbizz award 2019 *carrièreprijs* voor *Leah Thys* (Eén)
- Story Showbizz award 2019 in de categorie *favoriet tv-programma* voor *Thuis* (Eén)
- Wablieft-prijs voor *helder taalgebruik* voor *PhD Cup* (VRT NWS / Radio 1)
- Prijs van de Vlaamse minister voor Wetenschapsbeleid voor wetenschapspopularisering voor *De Universiteit Van Vlaanderen* (VRT / Knack / Vlaamse universiteiten)

NOMINATIES

- Zilver op *New York Festival award* in de categorie *Reality TV Drama* voor *Down the Road* (Eén)
- Nominatie voor de *56ste Belfius Persprijzen* in de categorie *digitale pers* voor *Mis niets van de gemeenteraadsverkiezingen* (VRT NWS)
 - Nominatie voor de *56ste Belfius Persprijzen* in de categorie *radiopers* voor *De stand van de stad* (VRT NWS) en voor *De Festinatour, 20 jaar later* (Sporza)
 - Nominatie voor de *56ste Belfius Persprijzen* in de categorie *televisiepers* voor *Voor de zonden van de vaders* (Canvas)
- Nominatie voor *Cinequest Film & Creativity Festival* in de categorie *Television series, long-form* voor *Undercover* (Eén) voor *Taboe* (Eén) en voor *Over water* (Eén)
- Nominatie voor de *Cavaria Media Award 2018* voor *Voor de mannen* (Canvas)
- Nominatie voor de *Loep 2018* in de categorie *opsporend* voor *Wie is Schild & Vrienden echt?* (Pano (Eén))
 - Nominatie voor de *Loep 2018* in de categorie *signalerend* voor *Vranckx en de Nomaden: Mercy Killing* (Canvas)
- Nominatie voor *C21* in de categorie *Best Reality Format* voor *Bloed, zweet & luxeproblemen* (Eén)
- Zilveren medaille voor deelname aan de *carnavalstoet van Aalst* (uitgereikt door Stad Aalst) in de categorie *kleine groepen* voor *de carnavalsgroep Oeverboeft van Peter en Julie* (MNM)
- Nominatie voor de officiële competitie van *Cannesseries Festival Award* voor *De twaalf* (Eén)
- Nominatie voor een *Rockie Award* op het *Banff World Media Festival* in de categorie *Social & Current Affairs Program* voor *Taboe* (Eén)
 - Nominatie voor een *Rockie Award* op het *Banff World Media Festival* in de categorie *Drama series: Non-English language* voor *Over water* (Eén)
 - Nominatie voor een *Rockie Award* op het *Banff World Media Festival* in de categorie *Children & youth non-fiction series* voor *Nachtraven* (Ketnet)
 - Nominatie voor een *Rockie Award* op het *Banff World Media Festival* in de categorie *science & technology* voor *Er was eens* (Canvas)
- Nominatie voor *EBU Connect 2019* in de categorie *best channel or seasonal branding* voor *Ketnet junior idents* (Ketnet)
- Nominatie voor de *Ensors 2019* in de categorie *beste jeugdfilm* voor *Sinterklaas en de wakkere nachten* (Ketnet) en voor *Nachtwacht: de poort der zielen* (Ketnet)
 - Nominatie voor de *Ensors 2019* in de categorie *beste tv-serie* voor *Undercover* (Eén) en voor *Fiskepark* (Canvas)
 - Nominatie voor de *Ensors 2019* in de categorie *beste tv-scenario* voor Nico Moolenaar, Piet Matthys, Bart Uytendhouwen, Lars Damoiseaux en Eveline Hagenbeek voor *Undercover* (Eén), voor Paul Baeten Gronda en Tom Lenaerts voor *Over water* (Eén) en voor Joeri Vlekken en Filip Lenaerts voor *Fiskepark* (Canvas)
 - Nominatie voor de *Ensors 2019* in de categorie *beste tv-regie* voor Eshref Reybrouck en Frank Devos voor *Undercover* (Eén), Norman Bates voor *Over water* (Eén) en voor Joël Vanhoebrouck voor *Eigen kweek* (Eén)
 - Nominatie voor de *Ensors 2019* in de categorie *beste tv-documentaire* voor *Terug naar Rwanda* (Canvas), voor *VDB. Ik ben God niet* (Canvas) en voor *Er was eens* (Canvas)
- Nominatie voor *Seoul International Drama Awards 2019* in de categorie *Best actrice* voor Alejandra Theus in *Zie me graag* (Eén)
- Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *current affairs* voor *Wie is Schild & Vrienden echt?* (Pano (Eén))
 - Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *fictie* voor *Fiskepark* (Canvas)
 - Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *Prix Iris* voor *Humanitaire visa* (Pano (Eén))
 - Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *Prix Iris* voor *Kinderen van de kolonie* (Canvas)
 - Zilver voor de *Prix Europa* in de categorie *Prix Iris* voor *Terug naar Rwanda* (Canvas)
 - Brons voor de *Prix Europa* in de categorie *Radio music* voor *Misia* (Klara)
- Nominatie voor een *International Emmy Award* in de categorie *non-scripted entertainment* voor *Taboe* (Eén)
- Zilveren *Effie Award* voor de campagne *STIP IT/De move tegen pesten* (Ketnet)
- Nominatie voor *Emmy kids award* in de categorie *non-scripted entertainment* voor *Nachtraven* (Ketnet)
- Brons voor *Redbull Elektropedia 2019* in de categorie *best media* voor *Black Mamba* (Studio Brussel)
- Nominaties voor *Redbull Elektropedia 2019* in de categorie *best media* voor *Fuse 25-podcast* en *Lefto* (Studio Brussel)
- Nominatie voor de *Belgian customer contact award* in de categorie *People* voor de VRT-klantendienst

AFKORTINGEN

AB	Ancienne Belgique
abex	Associatie van Belgische Experten
AD	Audiodescriptie
AI	Artificiële Intelligentie
AIB	Association for International Broadcasting
ALS	Amyotrofe Laterale Sclerose
AP	Artesis Plantijn
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
AVG	Algemene Verordening Gegevensbescherming
AVROTROS	De Algemene Vereniging Radio Omroep en Televisie & Radio Omroep Stichting
BA	Begrotingsaanpassing
BBC	Britisch Broadcasting Corporation
BMX	Bicycle Motocross
BTW	Belasting Toegevoegde Waarde
BV	Besloten Vennootschap
BVN	Beste van Vlaanderen en Nederland
cfr.	Confer
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Swiss currency)
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
CNG	Compressed Natural Gas
CPN	Content Personalisation Network
DAB	Digital Audio Broadcasting
DNA	Desoxyribonucleïnezuur
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial
DPG Media	De PersGroep Media
DR	Danmarks Radio
EBU	European Broadcasting Union
e.d.	En dergelijke
EDM	Electronic Dance Music
EER	Europese Economische Ruimte
EK	Europees Kampioenschap
ENG	Electronic NewsGathering
ESR	Europees Stelsel van Rekeningen
EU	Europese Unie
F1	Formule 1
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FIFO	First In, First Out
FM	Frequentiemodulatie
FOD	Federale Overheidsdienst
GBP	Great-Britain Pound
GDPR	General Data Protection Regulation
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
Howest	Hogeschool West-Vlaanderen
HR	Human Resources
IDFA	International Documentary Film Festival Amsterdam
IFAC	International Federation of Accountants
imec	Interuniversitair Micro-Elektronica Centrum
IRT	Institut für Rundfunktechnik
ISA	International Standards on Auditing
ISAE 3000	International Standard for Assurance Engagements 3000
IVF	In-Vitrofertilisatie
KBC	Kredietbank ABB Verzekeringen CERA Bank
KMO's	Kleine en Middelgrote ondernemingen
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
MAS	Museum aan de Stroom

m.b.t.	met betrekking tot
MIA's	Music Industry Awards
MIV	Media Invest Vlaanderen
MOS2S	Media Orchestration from Sensor to Screen
MUHKA	Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen
n.a.v.	Naar aanleiding van
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
NOS	Nederlandse Omroep Stichting
NPO	Nederlandse Publieke Omroep
NRK	Norsk Rikskringkasting
NV	Naamloze Vennootschap
o.a.	Onder andere
OFP	Organisme voor de Financiering van Pensioenen
o.m.	Onder meer
oKO	Overleg Kunstenorganisaties
OS	Ontwikkelingssteun
OTT	Over-the-top
OVV	Onderlinge Verzekeringsvereniging
p.	Pagina
pc	Personal computer
PFC	Pensioenfonds Contractuelen
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
ROB	Regionale Omroep Brabant
RSZ	Rijksdienst voor Sociale Zekerheid
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
RTL	Radio Télévision Luxembourg
RTV	Regionale Televisie
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SD	Strategische Doelstelling
SG	Sociale groep
S.M.A.K.	Stedelijk Museum voor Actuele Kunst
SS	Scenariosteun
TNS	Taylor Nelson Sofres
USD	United States Dollar
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
VIAA	Vlaams Instituut voor Archivering
VGT	Vlaamse Gebarentaal
VN	Verenigde Naties
VR	Virtual Reality
VRT	Vlaamse Radio- en Televisiemaatschappij
VTE	Voltijds Equivalenten
VTM	Vlaamse Televisie Maatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
VZW	Vereniging Zonder Winstoogmerk
WK	Wereldkampioenschap
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
3D	Driedimensionaal

COLOFON

Paul De Borger, Hanan El Bastani, Frederik Leyts,
Ine Philippe, Kato Van Achte,
Geert Van Hoeymissen en Geerhard Verbeelen

FOTOGRAFIE

© Baumlin Claudia, De Chinezen, Goossens Freya,
Honorez Alain, Jokko, Joossen Joost, Meemoo,
Musschoot Bart, Nictures, Nycklyn, Roses are Blue,
Silbermann Sofie, Studio NUNU, Van de Sande Kris,
Van Craeynest Neil, Van Hoeymissen Geert,
Van Laethem Guillaume

VORMGEVING

Mathildestudios

NOTITIES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

NOTITIES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



NV van Publiek Recht
Auguste Reyerslaan 20,
1043 Brussel
Tel. 02 741 31 11
E-mail: hallo@vrt.be
www.VRT.be
BTW BE 0244 142 664
RPR BRUSSEL

v.u. Bob Vermeir