

Jaarbeeld ²⁰₂₄



**Media
met een
missie**

8

VRT MAX

Dé kijk- en luisterbestemming in Vlaanderen

12

Creativiteit en technologie omarmen elkaar

Maaïke Cafmeyer en professor Ann Dooms

7 Innovatie



18

Zoveel meer dan een rugzak

Verrassende innovaties in nieuwe producties

20

Het nieuwe VRT-huis

Een technologisch en organisatorisch huzarenstuk

22

AI-systemen zijn de nieuwe assistenten

Maar expertise blijft noodzakelijk

24

Makers met een missie

Joris Hessels, Elisabeth Lucie Baeten, Manu Van Acker en Lieve Blancquaert

30

Het brein heeft baat bij muziek

Van *Ik vraag het aan* tot *Amai zeg wauw!*



23 Samen

34

Geen beter kanaal dan Sporza

Élodie Ouédraogo, KBVB-voorzitter Pascale Van Damme en Sporza-hoofdredacteur Thomas Swannet over de verbindende kracht van sport

40

Op stap met Arnout Hauben

Het unieke concept van de PodWalks

42

De nieuwe dagelijkse kost: factchecken

Een dag op de VRT NWS-checkredactie

41 Vertrouwen



46

Om nooit te vergeten

Vijf beklijvende ervaringen van Margaux van de regio

48

Zombies in China

Jelle Mels (*Karrewiet*) en Emma Bracke (*Awel*) over de impact van nieuws op kinderen

52

Durf, voyeurisme en inzet

De ingrediënten van het wereldwijde succes van *Knokke off*

56

Van alle markten thuis: Tom Waes

Portret van een unieke mediamaker



51 Talent

60

En dan ben je plots een BV

Het belang van coaching

62

De jeugd van tegenwoordig

Jonge makers Mercedes Vandenbroucke, Chris Sugira en Margaux Amant weten wat ze willen

66

135 miljoen Europeanen bereiken?

New8 weet hoe dat moet

70

Helemaal klaar voor de toekomst

VRT Studio's, na één jaar stilaan op kruissnelheid

73 Impact



74

Waar het echt om gaat

Programma's die het verschil maken

78

Zien lezen, doet lezen!

Sylvie Dhaene (Stichting Lezen) en Paul Hermans (Literatuur Vlaanderen) over uitdagingen en opportuniteiten

82

Zin in cultuur?

Dé aanraders van vijf VRT'ers



Liever digitaal? Hier vind je een selectie van de verhalen, aangevuld met heel wat extra's.



“De V van VRT staat niet alleen voor Vlaams, maar ook voor Verandering, Vertrouwen en Verbinding”

Beste VRT-fan,

In dit Jaarbeeld schetsen we een beeld van wat de publieke omroep allemaal in zijn mars heeft. Achter de cijfers die we elk jaar publiceren in het Jaarverslag, schuilen immers vooral straffe verhalen, onbegrensde creativiteit en ambitieuze plannen voor de toekomst.

De manier waarop we met z'n allen kijken, luisteren en lezen is de voorbije jaren flink gewijzigd. Dat lijkt een open deur intrappen, maar de evoluties in mediagedrag zijn echt gigantisch. Op tien jaar tijd is de wereld voor mediaorganisaties totaal veranderd. Naast de R van Radio en de T van Televisie in VRT zijn er ontelbare letters bij gekomen van nieuwe platformen en kanalen waar een gezonde publieke omroep aanwezig dient te zijn.

De V in VRT staat wel nog altijd pal. Als publieke omroep trachten we zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken, ook al vergt dat vandaag een veelheid aan formats, platformen en mediavormen. Vlamingen consumeren meer media dan ooit, dat is het goede nieuws. Maar het valt amper bij te houden op welke platformen en kanalen dat gebeurt. Zeker de jonge generaties gaan op zo'n diverse manier om met media dat het voor een (publieke) omroep echt bijtrappen is om op hun radar te blijven. Een fenomeen dat zich trouwens ook steeds duidelijker aftekent bij de 'oudere' generaties.

Dat maakt het voor VRT erg uitdagend om haar traditionele rol van betrouwbaar informatiepunt, creatieve referentie en verbinder van mensen te blijven spelen. Tegelijkertijd maakt het ons metier razend boeiend. Zelden drong innovatie zo tot de kern van ons 'zijn' door als vandaag. En zo kijkt VRT er ook naar: de toekomst is anders, maar daarom niet minder mooi. Wie daarbij kan bouwen op meer dan negentig jaar ervaring in het maken van kwaliteitsvolle media heeft zeker een voetje voor.

De V staat dus ook steeds vaker voor Verandering. Net als in andere mediabedrijven gaat bij VRT zo goed als geen vergadering voorbij zonder dat de term 'artificiële intelligentie' is gevallen. Zelflerende algoritmes, slimme taalmodellen en conversationele intelligentie brengen veel vragen met zich mee, maar ook flink wat mogelijkheden. Wie behoedzaam omgaat met AI kan er ook heel nieuwe, creatieve ideeën uit putten, zolang de *human touch* aan het begin en het einde van het proces maar de bovenhand houdt.

Dat tweesnijdend zwaard hanteren we ook in onze nieuwsopdracht. Terwijl nieuwe technologieën vaak misbruikt worden om ons dingen aan te praten die niet kloppen

en onze checkredacties tot overuren dwingen, gebruiken onze redacties AI ook om dat *fake news* te doorprikken. En zo helpt nieuwe technologie de publieke omroep om de cruciaalste troef in ons aanbod nog te versterken: Vertrouwen. Ook daar staat de V van VRT nog altijd voor.

Waar het gebruik van data terecht voor vragen zorgt over privacy en dataveiligheid, stelt het ons ook in staat mediagebruikers nog beter te bedienen volgens voorkeuren en behoeftes. Om ervoor te zorgen dat ze bijvoorbeeld niks missen over hun eigen regio of gemeente. Of om ervoor te zorgen dat we mediaconsumenten blijven uitdagen met nieuwe, interessante mediamomenten in plaats van die mediagebruiker te herleiden tot een onveranderlijke dataset als 'voetballiefhebber' of 'fan van Pommelen'.

Het zijn stuk voor stuk elementen die de publieke omroep helpen om Vlamingen individueel én in groep te versterken, bewuster en zelfzekerder te maken. Want de V van VRT staat behalve voor Vertrouwen ook heel erg voor Verbinding. Een ambitie die zeer zichtbaar is op grote momenten als De Warmste Week, *Zomerhit* of tijdens grote sportevenementen, maar ook onderhuids elke minuut van elke dag ons doen en laten bepaalt. Ook daar trachten we dag na dag een verschil te maken.

Nieuw mediagebruik, nieuwe technologieën en nieuwe platformen, dat vergt een voortdurende talentontwikkeling. VRT investeert meer dan ooit in de wisselwerking tussen ervaren mediamakers die we nieuwe mediavormen laten ontdekken en jonge talenten die zich kunnen bekwalamen dankzij de knowhow van hun meer ervaren collega's. Dat levert niet alleen een vuurwerk van creatieve gensters op, het voorziet de kijkende of luisterende Vlaming ook van verfrissende media.

En net daar zit volgens ons de essentie: de maatschappelijke opdracht van een publieke omroep vul je namelijk het best in door te zorgen dat je aantrekkelijke en eigentijdse media produceert. Positieve impact creëer je het best door ervoor te zorgen dat elk moment dat een mediagebruiker bij VRT spendeert waardevol is. Dat is nog altijd de belangrijkste garantie op de meerwaarde van een publieke omroep. 1900 VRT-medewerkers zetten daartoe elke dag hun beste beentje voor.

Veel leesplezier!

Frederik Delaplace
Gedelegeerd bestuurder VRT

VRT in cijfers

9/10

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

99%

van de televisieprogramma's zijn ondertiteld via Teletekst

€3,48

Het enorme VRT-aanbod kost de Vlaming amper 3,48 euro per maand

25,4%

van alle muziekproducties die de radiozenders van VRT draaien, is Vlaams

Godvergeten had impact op **96%** van de kijkers

Onze natuur had impact op **94%** van de kijkers

Radio2 Digitour had impact op **91%** van de bezoekers

Het Archief voor Onderwijs van meemoo bevat meer dan

25 000

items uit het VRT-archief

79%

In het Reuters Digital News Report 2024 krijgt VRT NWS een vertrouwensscore van 79%, de hoogste score in Vlaanderen

Op 1 augustus 2024 had VRT NWS 424 000 volgers op Instagram, nws.nws.nws
376 000 op Instagram en
Karrewiet
356 000 op TikTok

 **424 000**

75,1% van de (co)producties in primetime op VRT 1 en VRT Canvas is Vlaams

vijfenzeventig komma een procent

26,8%

In 2023 investeerde de publieke omroep 26,8% van haar totale inkomsten in de externe productie- en facilitaire sector

Op maandag 1 juli 2024 keken gemiddeld

1 908 000

mensen naar de EK-wedstrijd Frankrijk-België

Tijdens de zomer van 2024 verzorgde Studio Brussel 188 uur live festivalverslaggeving

188 uur

Op zondag 9 juni 2024 bereikte VRT 1 met de verkiezingsmarathon 2,27 miljoen kijkers, online scoorde VRT NWS via de site en app 5,75 miljoen bezoekers

5,75 miljoen

01 innovatie

“Respecteer het verleden, maar laat traditie nooit in de weg staan van innovatie”

Bob Iger, CEO The Walt Disney Company



8
VRT MAX

12
Creativiteit en technologie omarmen elkaar

18
Innovaties in nieuwe producties

20
Het nieuwe VRT-huis

22
AI-systemen zijn de nieuwe assistenten

Het versnipperde mediagebruik en het enorme aanbod was nog nooit zo groot. Opmerkelijk is dat VRT MAX erin slaagt om het grootste Vlaamse streamingplatform te blijven, nét door die versnippering en het grote aanbod.

“Mijn VRT MAX is jouw VRT MAX niet”

Voor Ruth Degraeve, manager van VRT MAX, staat de gebruiker centraal



Het was een uniek moment toen in augustus 2022 VRT MAX boven de doopvont werd gehouden. Het platform dat video, digitaal aanbod én audio bundelt, moest dé kijk- en luisterbestemming van de publieke omroep worden. Vandaag is dat meer dan ooit het geval.

De afgelopen jaren maakten heel wat grote Europese omroepen de bewuste keuze om aparte video- en audioplatformen te starten. Zo introduceerde de Britse BBC bijvoorbeeld BBC iPlayer en BBC Sounds. “Daar groeit nu het besef dat aparte platformen niet langer efficiënt zijn”, zegt Ruth Degraeve, manager van VRT MAX. “De grenzen tussen audio en video zijn onverbiddelijk aan het vervagen. Daarom hebben wij met VRT MAX twee jaar geleden principieel gekozen om één kijk- en luisterbestemming te creëren. Buitenlandse omroepen keken geïnteresseerd over onze schouders mee. Vandaag durf ik er mijn hand voor in het vuur te steken: het werkt, mits de nodige zorg.”

In de toekomst zal het niet ondenkbaar zijn dat er via artificiële intelligentie en algoritmes inhoudelijke inschattingen gemaakt kunnen worden. Ben je onderweg en zit je met je smartphone op een 5G-netwerk? Dan zullen audio en podcasts het meest relevante medium voor je zijn. Ziet het systeem dat je plots via je smart-tv verder scrolt, dan zal de podcastversie (de podcast in videoformaat) worden gepusht. “VRT MAX zal meer dan ooit voor dat comfort en die services voor de eindgebruiker gaan”, zegt Ruth.

Ook websites Radio 1, Radio2 en Ketnet worden geïntegreerd

Het rapport van VRT MAX oogt bijzonder mooi. Het werd al snel het grootste Vlaamse platform, al waren daar wel extra's voor nodig. Ruth: “De websites van MNM, Studio Brussel en Klara zijn ondertussen geïntegreerd in de VRT MAX-omgeving. In de loop van 2024 en 2025 zullen ook Radio 1 en Radio2 volgen. Een logische keuze, omdat we merken dat een radiowebsite niet langer gebruikt wordt zoals vroeger.” Handig voor de gebruiker en ook positief voor de merken zelf. Zo boort Klara via VRT MAX een nieuw en groter publiek aan.

“Sterke inhoud blijft dé must, maar er is méér nodig”

Het ‘gemiddelde’ is dood

Opvallend onderzoek van VRT Studiedienst naar videoconsumptie

Een overkoepelend beeld krijgen van de videoconsumptie van de Vlaming doorheen de dag, waarbij alle types video aan bod komen. Dat was de bedoeling van een representatieve steekproef die de VRT Studiedienst in oktober 2023 deed, het zogenaamde ‘Share of Eye’-onderzoek. Daaruit bleek dat de videoconsumptie van de Vlaming fundamenteel veranderd is.

Alle types video, wat zijn die zoal? Naast televisie kijken op de klassieke manier, live naar wat de zenders programmeren, kan dat ook uitgesteld. Er zijn fysieke dragers zoals dvd's of je kunt films en series downloaden. Maar wat tegenwoordig voor een echte aardverschuiving zorgt: het grote aantal streamingdiensten en het enorme aanbod aan video op sociale media, (nieuws)sites en allerlei apps. En ook het spelen van games is video consumeren.

Een belangrijke conclusie van het ‘Share of Eye’-onderzoek: de tijd die we aan video spenderen, in alle mogelijke vormen, blijft toenemen. Gemiddeld wordt er net geen vijf uur per dag gekeken en dat is ongeveer een half uur per dag meer dan voor de covidpandemie. Hiervoor zijn verschillende verklaringen. Het aanbod wordt steeds groter, zowel qua inhoud als types video. Verder worden ‘nieuwe’ media almaar matuurer en raken ze ingeburgerd bij een breder deel van de samenleving. Ten slotte zorgen de technologie en toestellen er ook voor dat videoconsumptie de hele dag door kan, terwijl er vroeger vooral 's avonds gekeken werd. Nu kan iedereen kijken waar, wanneer en hoe men dat wil.

Het valt op dat de videoconsumptie zich meer en meer fragmenteert. Het consumeren van ‘nieuwe’ media met de daarbij horende specifieke types video zijn een normale manier van kijken geworden. Hun aanbod wordt ook steeds volwaardiger. Ondertussen nemen (internationale) streamingdiensten vijftien procent van de kijktijd in beslag, een behoorlijk deel van de koek. Live kijken is hiervan het grootste slachtoffer, dat boet stevig in qua aandeel. Uitgesteld kijken houdt beter stand. Het vindt dan ook meer aansluiting bij de behoefte om te kijken wanneer het uitkomt.

Wat ook duidelijk is: het ‘gemiddelde’ is dood, de verschillen tussen jong en ouder zijn gigantisch. Bij elke leeftijdsgroep vinden er wijzigingen in het kijkgedrag plaats, maar veruit het hardst bij Vlamingen jonger dan 35 jaar. Live kijken is voor die generatie eerder de uitzondering, terwijl het voor mensen ouder dan 65 nog meer dan de helft van hun dagelijkse videovolume inneemt. Onder de 25 zijn sociale media (inclusief YouTube) goed voor veertig procent van de dagelijkse videotijd. Jongeren maken er actief deel van uit. Ze kunnen zelf navigeren, delen, interageren, selecteren, personaliseren, creëren en nog zoveel meer. Vroeger kon je stellen dat er een doorsnee manier van lineair videoconsumeren was, waarbij de kijker grotendeels de voorgestelde programmatie volgde. Dat kijkgedrag is er nu absoluut niet meer. Op ‘het eigen moment’ kijken is, vooral bij jongeren, de hele dag dominant aanwezig. Daar speelt VRT MAX op in met een breed aanbod.

Ook Ketnet en Ketnet Junior worden in VRT MAX geïntegreerd. "Veel aanbod voor kinderen wordt nu al bekeken via de tv-app van VRT MAX. Bovendien blijkt het in gezinsverband kijken naar programma's als *De droomfabriek* of *Chantal* aan belang te winnen. Het Ketnet-aanbod een sterke rol laten spelen op ons platform en de aparte Ketnet-apps afbouwen, lijkt daarom het aangewezen recept. Met als absolute prioriteit: ouders én kinderen een veilige kijk- en luisteromgeving bieden, waar een beleving op maat van kijken, luisteren en spelletjes in één ervaring samenkomen", licht Ruth toe.

De eerste stappen werden ondertussen gezet. "We stellen aanbodpakketten samen op maat van elke doelgroep. We gaan nooit alleen maar een algoritme op kinderen loslaten, maar bekijken wel wat er uit de volledige VRT-catalogus kan geplukt worden om als extra verrijking rond het kinderaanbod te zetten. De insteek daarbij is altijd 'wat is waardevol voor de doelgroep?'"

Elkaar nóg sterker maken

Ook thema's die pal in de kern zitten van de opdracht van de publieke omroep krijgen hun plaats op VRT MAX. Zo kreeg Educatie ondertussen een eigen zone: *VRT Leer mee*, voor iedereen die iets wil opsteken. Het platform sloeg bovendien de handen in elkaar met Smartschool om scholieren en leerkrachten nog beter te informeren over het educatieve aanbod van de omroep. "Die omgeving is vanuit de kracht van VRT ingericht, met bijvoorbeeld een prominente plaats voor onze radio- en televisiegezichten. Vaste redacteurs cureren het aanbod, en gaan ook hiervoor in het bredere VRT-aanbod duiken om relevante en toegankelijke inhoud voor de juiste doelgroep toe te voegen. Het is een doeltreffende manier om onze educatieopdracht te ontsluiten", gaat Ruth verder. Hetzelfde geldt voor de zone *VRT Lees mee*, waarmee de publieke omroep inspeelt op de taak om taal- en leesbevordering te doen.

Twee andere prominente merken van de publieke omroep, VRT NWS en Sporza, blijven op zichzelf bestaan, al zullen beide werelden in de toekomst ook wel dichterbij VRT MAX worden gebracht. "Op belangrijke momenten, bij ons of in de rest van de wereld, is er ook op VRT MAX een grote honger naar nieuws en duiding. We proberen dan een passend aanbod te voorzien, maar in de toekomst kunnen we daar meer dan ooit dé wegwijzer worden. VRT NWS en Sporza zijn gevestigde waarden die we nooit gaan proberen 'namaken', maar we kunnen elkaar versterken door nog beter

naar elkaar te verwijzen. Dat hebben we de voorbije maanden tijdens *KIES24* of *EURO 2024* kunnen vaststellen."

Ook radio luisteren *on demand* of licht uitgesteld, vandaag aangeboden via de Select-items in de individuele radioapps, zal op termijn zijn weg vinden naar VRT MAX. Want op eigen ritme luisteren, is een basisbeleving geworden. "In een digitale context kunnen we perfect aan smaakverbreding doen door je als gebruiker in contact te laten komen met aanbod van al onze VRT-audiomerken", gaat Ruth verder. "Wat Xavier Taveirne vandaag doet met *WinWin* overstijgt nu al Radio2. *WinWin* is zoveel meer geworden dan een uur durend radioprogramma. Het is hét consumentenmerk van VRT, met afgeleiden in de app van Radio2, op VRT NWS en VRT MAX. Met items die iedereen aanbelangen, ook zij die misschien niet naar het programma op Radio2 luisteren. Een digitale context maakt het makkelijk om ook hen te bedienen. En dat geldt voor het aanbod van elk merk."

Juiste stukje aanbod bij de juiste gebruiker

Wat ons terugbrengt bij die unieke combinatie die alle VRT-aanbod bundelt. Mediaconsumptie speelt zich niet langer uitsluitend op een vast toestel af. Mensen kijken en luisteren via verschillende platformen, op verschillende apparaten, op verschillende momenten van de dag. "In een digitale wereld kun je niet anders dan die versnippering omarmen om je publiek op maat te bedienen", stelt Ruth. "Daarom willen we verder inzetten op het aanbieden van verschillende soorten inhoud voor verschillende soorten gebruikers. Via onze eigen platformen en op een slimme manier via sociale media. Een nieuwe televisiereeks maken van zes afleveringen die vijftig minuten duren, zal niet meer voldoende zijn. Sterke inhoud blijft dé must, maar er is méér nodig. En er gebeurt al veel vandaag. Daarom maken we onder andere afgeleiden, zoals *Kamp Waes Classified*. Uiteraard vraagt dat een andere manier van werken en inhoud creëren. Maar het is wel de nieuwe realiteit waar we als makers en omroepen samen in zitten. In dat verband moeten we nieuwe tools zoals bijvoorbeeld algoritmes meer durven vertrouwen. Mijn VRT MAX is jouw VRT MAX niet, en dat is helemaal oké. We hebben de middelen om het juiste aanbod bij de juiste gebruiker te krijgen en die moeten we ten volle uitspelen. De distributiemogelijkheden rond ons aanbod waren nog nooit zo groot."



Ook makers enthousiast over VRT MAX

Op VRT MAX vind je heel wat aanbod dat speciaal voor het platform gemaakt is. Van VRT NWS-duiding tot programma's voor een heel jonge doelgroep.

"De kijker moet de ideeën, de wensen, de angsten van de Amerikaan voelen alsof hij er zelf woont"

In oktober zal het eerste programma te zien zijn dat door VRT NWS gemaakt wordt, speciaal voor VRT MAX: *Verscheurde Staten*. Journalist en Amerika-expert Thomas De Graeve trekt, naar aanleiding van de Amerikaanse presidentsverkiezingen, door de Verenigde Staten om er gewone burgers te portretteren. In korte documentaires van vijftien minuten duikt hij in hun verhalen, op zoek naar de breuklijnen die het land verdelen en een bepalende rol zullen spelen tijdens die verkiezingen. Onder meer thema's als drugs, desinformatie en Christelijk nationalisme komen aan bod.

"Het is een andere aanpak dan het reportagewerk dat ik gewoonlijk doe voor *Terzake*", zegt Thomas. "Daar laat ik vaak experts aan het woord. Zij vertellen zittend, voor een camera op statief. Je zou het afstandelijk kunnen noemen. Deze reeks wilde ik persoonlijker maken, door

echt in de wereld te duiken van de mensen over wie het gaat. De kijker moet de ideeën, de wensen, de angsten van de Amerikaan voelen alsof hij er zelf woont. Om dat te bereiken draaien we in de actie, zitten we onze gesprekspartners dicht op de huid en ga ik met hen op pad. Je hoeft het als kijker niet eens te zijn met wat deze mensen vertellen, maar ik hoop wel dat het helpt om hen beter te begrijpen."

Voor de reporter zijn vorm en inhoud minstens even belangrijk. "Het is fijn om voor een platform te kunnen werken waar andere spelregels gelden. Dat zorgt voor nieuwe creatieve mogelijkheden en het daagt uit om de verhalen van mensen op een nieuwe manier te vertellen."

Verscheurde Staten komt in oktober op VRT MAX.



MakeUpDate zoekt jongeren waar ze zitten

In *MakeUpDate* praat TikTok-ster Bert De Kock met bekende gezichten terwijl ze zichzelf op eigenzinnige manier opmaken. Het programma voelt als een leuke babbel tussen vrienden, met een vleugje humor zonder de grote onderwerpen uit de weg te gaan. Voor VRT MAX is het een manier om de minder evidente doelgroep 12-18 jaar vertrouwd te maken met het platform.

"Je moet jongeren zoeken waar ze zitten", zegt Lisa de Wit, eindredacteur bij VRT Studio's. "Met *MakeUpDate* maken we een soort non-fictie die scoort op sociale media. Het is authentiek, het idee ontstond bij Bert zelf, én is *personality driven*. De keuze voor gasten waarnaar zowel Bert als het jonge publiek opkijken, gebeurt zeer bewust. De beste fragmenten uit elke aflevering

worden gemonteerd volgens de regels van het medium en gedeeld door Bert en zijn gasten. Zulke berichten bereiken makkelijk een half miljoen mensen en voor VRT is dat veel waard. Niet dat we dit *social first* maken, maar we houden wel héél hard de afgeleide socials in het achterhoofd." Logisch, want daar zitten immers potentiële nieuwe VRT MAX-gebruikers bij die zo de weg vinden naar het platform en dankzij het programma ook het andere aanbod van de publieke omroep leren kennen.

Als *content creator* is Bert het gewoon om voor een jong publiek te werken. Toch is het draaien voor een streamingplatform anders, al was het maar omdat het formaat er niet staand, maar liggend is. "Gelukkig heb ik ervaring in televisie maken", zegt hij.

"Ik ben ooit begonnen als redacteur bij VRT en weet hoe een televisieproductie in elkaar zit. Dat helpt enorm, al heb ik wel moeten leren om het geheel uit handen te geven, zeker wanneer de camera niet meer draait. Voor mijn socials doe ik immers alles alleen, maar wat je ziet op VRT MAX is door een professional gemonteerd. De afgeleiden op mijn eigen TikTok of Instagram maak ik zelf. Ik krijg de vrijheid om met al het bronmateriaal nieuwe dingen te maken, in een vorm die volgens mij past op mijn platformen. En dat werkt. Ik word vaak aangesproken over 'het schminkprogramma'. En dat is goed voor VRT, want het zorgt voor bekendheid bij een jonge doelgroep."

Het derde seizoen van *MakeUpDate* komt later dit jaar op VRT MAX.

Duiken er binnenkort een kolonie pinguïns en een leeuw op in de nieuwe reeks van *Chantal?*

Met AI zou dat zomaar kunnen

Actrice **Maaïke Cafmeyer** en professor **Ann Dooms** over het samenspel tussen creativiteit en technologie



De opkomst van AI biedt ongeziene, nieuwe mogelijkheden, maar boezemt ook angst in. VRT is bij uitstek een huis waar creativiteit en technologie elkaar omarmen. Een gesprek tussen actrice Maaïke Cafmeyer en wiskundige Ann Dooms, twee autoriteiten in hun vakgebied, brengt beide werelden samen.



“Het feit dat AI vlugger evolueert dan de wil om er deftig mee om te gaan, daar zit ik wel mee”

Maaïke Cafmeyer

Maaïke: “En ik kan zeker iets leren van wiskundigen. Jullie zijn zo goed in structuur, controle, dingen afbakenen. Daar hou ik van, die eigenschappen geven rust.”

Ann: “Als ik debatten tussen politici zie, denk ik soms: jullie hebben fundamenteel een verschillende definitie van het begrip waarover je discussieert. Jullie verdedigen ieder je eigen concept, maar het gaat niet over hetzelfde. Als jullie nu eens duidelijk het begrip zouden afbakenen en de randvoorwaarden bepalen, vinden jullie elkaar misschien wel.”

Maaïke: “Geweldig! Jij legt wiskundig uit wat ik denk. Taal is trouwens niet alleen maar emotie. Grammatica bestaat uit een boel regels. Onze twee werelden zijn niet zo gescheiden zoals sommige mensen denken. We kunnen elkaar absoluut verrijken, aanvullen en versterken.”

Ann: “Inderdaad, zo is wiskunde ook niet het louter volgen van regels. Om de oplossing van een complex probleem te vinden, heb je flink wat creativiteit nodig en beleef je heel veel emoties.”

Over naar het hete hangijzer van dit gesprek: de wereld en het leven is al eeuwen in een constante evolutie, maar wat er nu met AI gebeurt, is toch echt een revolutie, niet?

Ann: “Mensen zijn vaak verrast door de technieken die nu opduiken. Maar eigenlijk zijn dit de producten van theorieën die er in de jaren 60 en 70 al waren. Alleen zijn er nu pas voldoende data en rekenkracht om ze te verwezenlijken. Wat AI genereert, zijn imitaties van wat hij al gezien heeft. AI kan zelf niets creatiefs bedenken, alleen maar aan de slag gaan met wat hij al kent en dat veralgemenen. Dat is voor mijn job ook zo. Nieuwe wiskunde maken, kan AI niet. Om iets wiskundigs uit te vinden, moet je net creatief zijn. AI doet alleen maar wat je vraagt. Wie de vraag stelt, is de creatieveling, niet AI zelf. En als je weet hoe de systemen werken, kun je ze heel makkelijk om de tuin leiden. De mens controleert AI, niet omgekeerd.”

Maaïke: “Ik moet eerlijk bekennen dat ik er soms wel bang voor ben. Je hoort heel wat paniekverhalen. In de loop van de geschiedenis zijn er veel ontwikkelingen gebeurd waarbij machines een grote impact hadden op bepaalde beroepen en met AI is dat nu ook zo in de creatieve sector. Je zou mij in een serie kunnen vervangen door een kunstmatige versie. Of je kunt mijn stem klonen om te gebruiken in reclamespots. Dat zijn jobs waarmee ik mijn inkomen vergaar.”

Ann: “Aangezien het gevaar niet in de technologie zelf zit, maar in hoe die gebruikt wordt, moeten er dus goede afspraken, regels en wetten komen. Maar wel met de nodige nuances. Bijvoorbeeld resoluut beslissen dat een stem nooit gekloond mag worden, is

geen goed idee. Want stel: de NMBS wil jouw stem gebruiken om de treinen aan te kondigen. Dan moet je de namen van meer dan vijfhonderd stations inspreken. Misschien zeg je: gebruik daar mijn AI-stem maar voor. Maar natuurlijk wel op voorwaarde dat je expliciet je toestemming geeft en er ook correct voor vergoed wordt. In films en series kun je AI misschien inzetten om scènes mogelijk te maken die anders veel te duur of te moeilijk zouden zijn, zoals bijvoorbeeld massabijeenkomsten, allerlei wilde dieren of historische locaties in beeld brengen. De gekste wensen kunnen nu mogelijk gemaakt worden, AI biedt enorme opportuniteiten voor wie wild kan dromen.”

Maaïke: “Maar Ann, jij ben een complexe denker. Je denkt niet zwart-wit, maar in alle mogelijke tinten. Mijn bezorgdheid gaat uit naar mensen die alles zomaar aannemen, foute bronnen vertrouwen of slechte bedoelingen hebben. Het feit dat AI vlugger evolueert dan de wil om er deftig mee om te gaan, daar zit ik wel mee.”

Ann: “De algoritmes zijn inderdaad het probleem niet, maar wel de ruimte die mensen krijgen om ze te misbruiken. Wat ik net zei: een degelijke regulering is dus belangrijk, al mag die ook niet te strikt zijn. Qua wetgeving reageert Europa heel conservatief. Als er dan in de rest van de wereld mildere regels zijn, hinken wij achterop. Soms worden wetten gemaakt door mensen die de technologie niet helemaal vatten. Het is belangrijk om een middenweg te zoeken, zodat je wantoestanden tegenhoudt, maar goede toepassingen niet afblokt. AI kan bijvoorbeeld zoveel betekenen op medisch vlak. We kennen quasi heel ons DNA. Op de klassieke manier berekenen hoe bepaalde chemische stoffen daarmee zouden interageren, is te complex. Met AI kan dat wel. Je kunt simulaties maken van dingen die je niet op de mens kunt testen. Men mag dus niet wild gaan beknotten op het inzetten ervan.”

Als we het specifiek over mediaconsumptie hebben: met welke trend zijn jullie minder gelukkig?

Ann: “De individualisering. Jongeren kijken tegenwoordig vaak op hun smartphone naar filmpjes, aangeboden door *recommendation* algoritmes zoals Instagram en TikTok, waarin één persoon recht in de camera praat. Dat biedt heel weinig interactie en andere standpunten, noch op het scherm, noch bij de kijker. De maker kan om het even wat vertellen en de kijker ondergaat. Ik vind het net fijn om met het hele gezin samen televisie te kijken, in plaats van ieder apart voor een schermje te zitten. Als je samen media consumeert, kun je elkaar verrijken. Misschien ervaart de andere dingen anders dan jij, je leert van elkaars visies en er ontstaat een boeiende wisselwerking.”

Maaïke: “Volledig akkoord. Net daarom vind ik het zo fijn dat opvallend veel mensen mij vertellen dat ze met hun familie naar *Chantal* hebben gekeken, samen. Van kind tot grootouder. Dat is de omgekeerde beweging: ze hebben bewust elkaar opgezocht om samen te lachen en een gezellige avond te beleven. Eigenlijk heb ik het nog nooit meegemaakt dat ik daar zo vaak over wordt aangesproken. Het doet echt deugd. Misschien zijn mensen toch weer meer op zoek naar verbinding?”

Ann: “Dat is voor mij een belangrijke taak van de publieke omroep: mensen samenbrengen en positieve interacties tonen.”

Even op zoek naar een tegengewicht voor de doemscenario's in de creatieve sector: misschien zijn we als mensen net niet op zoek naar perfectie? Een zanger die heel doorleefd iets onder de toon zingt, kan net heel beklievend zijn. Een schilderij kan technisch niet het beste

ter wereld zijn, maar je toch enorm raken. Technologie zal die menselijkheid toch nooit vervangen?

Maaïke: “Kunst, cultuur en filosofie zijn inderdaad nooit volledig en daarom net heel menselijk. Ik denk wel dat een deel van de mensen nooit naar authenticiteit op zoek zal gaan, maar een ander deel altijd. Het kan zijn dat je, in bepaalde omstandigheden, perfect oké ben met kunstmatig gemaakte muziek. Maar soms wil je toch echt wel naar de keel gegrepen worden door een doorleefd verhaal. Misschien zijn labels wel een goed idee: dit is gemaakt door een mens en dit door AI.”

Ann: “Mensen zijn niet deterministisch, maar net heel onvoorspelbaar. Wij laten ons leiden door onze gevoelens en die bepalen hoe we dingen doen. Het kan de ene dag anders zijn dan de andere, afhankelijk van de situatie, onze gemoedstoestand en

“De algoritmes zijn het probleem niet, maar wel de ruimte die mensen krijgen om ze te misbruiken”

professor Ann Dooms



“Ik kijk graag met het hele gezin samen televisie, in plaats van ieder apart voor een schermpje te zitten”

professor Ann Doms

zoveel andere factoren. Dat is net heel mooi. Ik leerde, dankzij mijn AI-onderzoek trouwens, welke factoren schilders zoal leiden. Zo heb ik met AI de schilderij van verschillende kunstenaars bekeken. Ik heb me verdiept in Vincent van Gogh en boeiende dingen ontdekt over het materiaal dat hij gebruikte. Ik leerde zo dat schilderdoeken voor veel kunstenaars extreem belangrijk zijn. In Waregem is er een bedrijf dat ze nog volledig met de hand maakt. Veel schilders kiezen die boven de perfect, machinaal gevormde exemplaren, omdat de unieke eigenschappen van het doek mee de creatie van het kunstwerk bepalen.”

Maaïke: “Het verhaal errond mag je ook niet onderschatten. Van Gogh zat alleen in het zuiden van Frankrijk, zijn werken verkochten niet, zijn broer moest financieel bijspringen, hij sneed zijn oor af, hij was getormenteerd ... Een heel menselijk verhaal dat mee zijn iconische status heeft gecreëerd. Naast het feit dat hij natuurlijk ook echt een geniaal schilder was. Alanis Morissette maakte met 'Jagged little pill' een fantastische break-up-plaat die wereldwijd insloeg als een bom. Een deel van haar succes is dat je als luisteraar zo hard voelt dat ze extreem veel pijn geleden heeft toen ze gedumpt werd door haar ex. En je denkt: je moet maar het lef hebben om dat zo op straat te gooien, toch wel baanbrekend voor een vrouw op dat moment. En ook wel een beetje: ocharme die jongen, want hij wordt toch echt te kakken gezet.” (lacht)

Hoe kunnen technologie en creativiteit elkaar versterken?

Ann: “Saaie of moeilijke taken mag AI gerust van mij overnemen. Als ik met vrienden ga eten, zeggen die vaak: de rekening ga jij wel delen, hè? Ik ben heel blij dat ik voor dat telwerk een rekenmachine op mijn smartphone heb staan. Want wiskundigen kunnen eigenlijk niet goed rekenen, wij redeneren liever. We moeten AI dan ook zien als de hedendaagse versie van de rekenmachine en inzetten om te doen wat je niet zo goed kunt. Als ik AI om een kunstwerk zou vragen, zal die geen inspiratie in de structuur van een canvas vinden, maar vooral wachten op mijn hopelijk creatieve vraag.” (lacht)

Maaïke: “Wat mij handig lijkt: de planning van draaidagen laten maken door AI. Dat is echt een hondenjob. Je moet een puzzel leggen met tientallen, soms honderden mensen die allemaal een drukke agenda hebben. Je moet ook rekening houden met de draaiperiode, de locatie en welke acteur in welke scène zit. En dan spreek ik nog niet over een draaidag die last minute moet uitgesteld worden door ziekte of het weer. Begin dan maar eens naar een nieuw moment te zoeken.”



Ann: “En een mens kan dan *finetunen*, want het probleem zal niet altijd oplosbaar zijn en misschien moeten er compromissen worden gezocht. Om verder op je vraag te antwoorden, als ik dan op mijn beurt de hulp mag inroepen van de creatieve sector en bij deze gelegenheid specifiek van VRT: maak mensen warm voor technologie. Je kunt er heel toffe, boeiende en leerrijke programma's over maken.”

Maaïke: “Goed idee! Ik ben er rotsvast van overtuigd dat het mensen interesseert. Als je uitlegt hoe dingen werken, krijg je inzicht, begrip en waardering. Zullen we samen eens nadenken over een tof concept?”

Ann: “Heel graag. Er is al wel heel wat aanbod, maar voor mij mag het uiteraard nog meer zijn. Ik ben erg blij dat VRT inzet op digitale inclusie, het is extreem belangrijk om zoveel mogelijk Vlamingen mee te krijgen. Angst ontstaat vaak bij gebrek aan kennis. Geloof me: AI zal ons leven verrijken, net zoals kunst en cultuur dat doen.”

“Net daarom vind ik het zo fijn dat opvallend veel mensen mij vertellen dat ze met hun familie naar *Chantal* hebben gekeken, samen. Van kind tot grootouder”

Maaïke Cafmeyer



De rugzak op VRT 1

In 2025 kun je op VRT 1 kijken naar *De rugzak*. In dat gloednieuwe programma, gemaakt door productiehuis Geronimo, volgen we de avontuurlijke tocht die acht bekende Vlamingen maken naar de top van een berg. Ze dragen allemaal een rugzak en die kan meer dan alleen maar wat spullen bij elkaar houden. Zo zijn er drie kokers aan bevestigd. Die gaan een voor een, volledig automatisch via afstandsbediening, open en onthullen een belangrijk stuk uit het leven van de deelnemer, wat voor veel gespreksstof zorgt. En er is meer: aan de rugzak hangen drie camera's die alles filmen en het geluid opnemen. Zo wordt geen enkel bijzonder moment gemist. Iedere emotie wordt geregistreerd, iets waar cameralui die meewandelen niet altijd in kunnen slagen. Productinnovatie maakt het verhaal veel sterker. *De rugzak* is een knap staaltje *engineering* waar acht maanden aan gewerkt is. Bovendien is het programma ook qua businessplan vernieuwend.

Emanuel Vanderjeugd, CEO Geronimo: "Programma's maken kost steeds meer en meer. Toch stijgen de budgetten van een mediahuis als VRT niet evenredig mee. Er moet dus naar een innovatieve manier van financieren gezocht worden. Als VRT en het productiehuis een nieuw format aan het buitenland verkopen, verdienen ze een deel van de investering terug en spreiden zo de financiële druk. Een uitstekende *return on investment*. Bij het bedenken en creëren van *De rugzak* zijn we daar bewust mee bezig geweest: hoe zorgen we ervoor dat een *reality*-concept ook in het buitenland kan werken? Het was ons uitgangspunt, zoeken naar een meerwaarde voor andere zenders. Ik denk dat we daar met *De rugzak* in geslaagd zijn. Geronimo is een op en top Vlaams productiehuis, onafhankelijk van grote, internationale spelers. En dat is een grote troef. We kunnen zowel onze creativiteit de vrije loop laten gaan, als wat we maken ook goed valoriseren."

Open up op VRT MAX

In 2025 pakt VRT MAX voor het eerst uit met verticale fictie. De reden is duidelijk: de jonge doelgroep tussen 18 en 24 is nog maar moeilijk te bereiken met het klassieke aanbod. VRT MAX gaat daarom op zoek naar vernieuwende manieren om te boeien. Hét toestel voor jongeren is hun smartphone en die houden ze meestal verticaal in de hand. Daardoor consumeren ze media ook bij voorkeur op die manier. *Open up*, gemaakt door productiehuis Percy Percy, is een innovatieve reeks die volledig verticaal wordt opgenomen. Niet toevallig gaat ze over privacy en hoe je die online soms te grabbel gooit. Het verhaal wordt verteld via de smartphone van het hoofdpersonage. Ieder bericht dat ze schrijft, elke foto of video die ze neemt, alle apps die ze opent ... als kijker kun je alles meevolgen. De serie zal niet alleen te zien zijn op VRT MAX, maar ook via sociale media. De afleveringen zullen kort en krachtig zijn, zodat ze op de smartphone kunnen bekeken worden waar en wanneer jongeren dat willen.

Rani Liekens, adviseur fictie: "Het maakproces is helemaal anders dan we gewoon zijn. Een echte zoektocht, maar superspannend en boeiend. De scenario's zijn niet zoals we ze klassiek kennen en het is een uitdaging om in zes minuten een mooie verhaalboog te maken. We moeten ook op zoek gaan naar voldoende variatie: alleen maar berichten in beeld brengen, zou saai zijn. Gelukkig is er meer te zien op een smartphone dan je denkt. Een slimme deurbel of een beveiligingscamera kunnen verrassende beelden opleveren."

Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Ella Van Eynde. Zij is de drijvende kracht achter de podcastproducties van Studio Brussel en MNM, zoals bijvoorbeeld *Laura draait door*, met Laura Govaerts.

Ella Van Eynde

Podcastredacteur Studio Brussel en MNM

Wat houdt je werk precies in?

"Als podcastredacteur bij Studio Brussel en MNM volg ik alles op rond hun podcasts. Dat zijn er een heleboel: *Laura draait door*, *Sandermans zaken*, *De popcast*, *Bless The Mess* ... Ik help de makers waar nodig: dat kan enkel planning en publicatie zijn, maar ook *storytelling* of montage. Daarnaast krijg ik ruimte om strategisch na te denken over hoe we een extra laag kunnen leggen op de podcasts en hoe we de band met de podcastluisteraars kunnen versterken. Door bijvoorbeeld evenementen te organiseren of een speciale seizoensfinale in te plannen."

Wat maakt je job zo bijzonder?

"Ik schipper tussen twee verschillende radionetten en heb intense een-op-een-samenwerkingen met de makers. Elke podcast richt zich op een specifieke doelgroep en klinkt anders, waardoor ik continu nieuwe dingen leer. Bovendien is het enorm verrijkend om een strategie rond podcasts uit te stippelen binnen een organisatie zoals VRT. Dat maakt het toch net een tikkeltje specialer."

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

"Regelmatig organiseren we evenementen om onze podcastluisteraars beter te leren kennen, van het *Live podcastevent* van VRT MAX tot een schaatsuitje met de 'besties', het luisterpubliek van *Bless The Mess*. Het is fantastisch om de gezichten achter de luistercijfers te ontmoeten. En het is dan nog fijner om te zien hoe het publiek dat je voor ogen had perfect in het plaatje past. Nog iets wat me zeker bijblijft, zijn de voorgesprekken met bekende Vlamingen voor *Lotte gaat diep*. Een hilarisch voorbeeld? Ben Segers vragen naar de gekste plek waar hij ooit seks heeft gehad. Om zijn antwoord te ontdekken, raad ik je aan om de podcast te beluisteren. Spannend!"

Innovatie? Let's go!

Niet alleen in haar werking is VRT innovatief, ook op je televisiescherm, smartphone, tablet, computer en radio zul je heel wat nieuwigheden merken. Kijk mee in de toekomst met drie voorbeelden van innovaties in producties.

Ketnet op Roblox

Roblox is een onlineplatform met games voor kinderen. De doelgroep situeert zich voornamelijk tussen zeven en twaalf jaar. Bijzonder is dat kinderen ook zelf spelletjes kunnen maken. In 2023 bouwde Ketnet voor het eerst een wereld in Roblox, naar aanleiding van De Warmste Week. Dat gebeurde in samenwerking met Video Snackbar, een innovatief team binnen VRT dat zich focust op nieuwe productieprocessen en formats. Ondertussen is die wereld herbouwd tot een centrale *hub* met toegangspoorten naar verschillende eilanden. Zo kun je al op bezoek in het snoepjesbos, bij Planeet K en op wrappereiland. In het najaar van

2024 komen er nog thema-eilanden van *Nachtwacht* en STIP IT bij. En er staan nog flink wat meer uitbreidingen gepland voor de toekomst. Heel leuk: in de centrale *hub* vind je een nostalgisch museum waar bijvoorbeeld de Ketnet-kroket en oude trofeeën van *Het Gala van de Gouden K's* tentoongesteld zijn. Zelfs de VRT-toren heeft een plek gekregen in Roblox. Uiteraard ziet Ketnet er op toe dat de spelomgeving veilig is. Daarom is de chatfunctie uitgeschakeld. Kinderen kunnen niet in contact komen met anderen, maar wel volop genieten van de leuke games.

Els Van den Abeele, eindredacteur Ketnet: "Roblox is waanzinnig populair bij jonge kinderen. Een aantal daarvan zijn nog niet zo vertrouwd met Ketnet. Door aanwezig te zijn op Roblox kan VRT een nieuw publiek bereiken. We laten de kinderen kennis maken met het Ketnet-universum, de wrappers, onze programma's. Zo wekken we hun interesse op voor de rest van ons aanbod op onze eigen platformen. Roblox prikkelt de creativiteit en biedt extra mogelijkheden om kinderen te bereiken. De Ketnet-wereld daar gaat zeker nog groeien."



Het nieuwe VRT-huis: een uniek project met een unieke aanpak

Dé plek voor non-stop media in de toekomst

In 2027 neemt de publieke omroep zijn intrek in het nieuwe VRT-huis. Een complexe opgave voor de projectleiders, want zij moeten vandaag anticiperen op de mediafaciliteiten die er dan nodig zullen zijn. Chris Verhoeven en Sabine Belis lichten het organisatorische huzarenstukje toe.

De mediafaciliteiten van de toekomst

Onder de noemer mediafaciliteiten valt alles wat VRT nodig heeft om aanbod te produceren en te verspreiden. En dat is heel wat, vertelt programmamanager mediafaciliteiten Chris Verhoeven. "Zo zullen we in het nieuwe gebouw overal media kunnen maken. Naast drie ruime televisiestudio's en een actua-studio op de nieuwsvloer, zorgen we ook voor een aantal kleinere, flexibel te gebruiken opnameruimtes. Er worden twaalf radiostudio's gebouwd, en is er plaats

voorzien voor opnames van podcasts en voor de studio van de gebarentolken. En niet te vergeten: een bijna vijfhonderd vierkante meter grote eventruimte."

In het recente verleden heeft VRT al flink geïnvesteerd in haar studio's. Daar ging een serieuze denkoefening aan vooraf, met als uiteindelijke doel: de verhuis. "We hebben gezocht naar zaken die we nu al konden vernieuwen, maar later ook mee kunnen verhuizen naar het nieuwe gebouw", zegt Chris. "Zo zullen de huidige multifunctionele tv-studio en de nieuwe

regiekamers integraal verhuisd worden. Dat geldt ook voor het radioproductiesysteem, de software waarmee radio wordt gemaakt, dat al vernieuwd is."

Nadat een opname of andere inhoud gemaakt is, moet die bewerkt worden. Chris: "Er worden een vijftigtal postproductieruimtes voorzien: lokalen waar videomontage en audiobewerking gebeurt, inleescellen, commentaarcabines, plekken waar VRT Toegankelijkheid liveondertiteling toevoegt en de plaats waar de filmscanners komen."

Wat er geproduceerd wordt, moet ook door het hele gebouw kunnen bewegen. "Dat is de eerste van drie zaken die we als 'connectiviteit' benoemen", gaat Chris verder. "Denk aan een opname die in een televisiestudio gemaakt is en naar een montagekamer moet worden gestuurd. Ten tweede

zijn er de extern gemaakte dingen die we binnenhalen. Dat kan een live-gebeurtenis zijn, maar net zo goed een programma van een extern productiehuis dat als een bestand naar VRT wordt verzonden. Tot slot valt het buitensturen van signalen van VRT naar de buitenwereld ook onder de noemer van die connectiviteit."

Het captatiemagazijn verhuisde in april 2024 naar een splinternieuw depot in Londerzeel. "Daar wordt alle mobiele opnamemateriaal beheerd en gestockeerd", verduidelijkt Chris. "Daarnaast zal ook in het nieuwe gebouw aan de Reyerslaan logistiek een erg belangrijke rol spelen. Voor de medewerkers betekent dit dat ze op één centrale plek terecht kunnen voor het uitlenen van productiemateriaal. Ook de magazijnen voor rekvisieten, pruiken, kostuums en technische productiemiddelen krijgen een plaats in de nieuwbouw."

En dan is er natuurlijk ook de werkomgeving. "De meer dan duizend standaard werkplekken gaan we zo universeel mogelijk maken, zodat we *activity based* kunnen werken. Niet iedereen zal een eigen bureau hebben. Het is de bedoeling dat men gaat zitten waar dat in functie van de job op dat moment het best is. Daarnaast voorzien we een mix van andere plaatsen zoals cockpits (akoestisch afgeschermd), informele overlegplekken of stilleruimtes, allemaal uitgerust met de nodige infrastructuur. Verder zijn er projectruimtes, vergaderzalen en de publieke ruimtes. Dankzij *digital signage* zal iedereen met iedereen kunnen communiceren via schermen in het hele gebouw," vervolgt Chris. Ook de *hospitality* is een belangrijk aspect. "Iedereen die naar VRT komt (vaste medewerkers, freelancers, gasten, bezoekers) moet een bepaalde flow kunnen volgen om vlot z'n weg naar en in het gebouw te vinden."

Het minst zichtbare, maar wel het belangrijkste deel van de mediafaciliteiten is de infrastructuur. "Hier zit alles van IT-technologie die de andere domeinen nodig hebben om te kunnen werken. Servers waarop alles draait, storage om media op

te bewaren, netwerken die alle faciliteiten connecteren en security voor de veiligheid van onze data. Dat alles zal zich vertalen in een nieuw, fysiek datacenter in het gebouw. Al gaan we daar niet alles plaatsen. We kiezen er bewust voor om een aantal onderdelen in een extern datacenter of in de cloud te zetten en dat heeft alles te maken met veiligheid. Stel dat alles in dat nieuwe datacenter zou zitten en er gebeurt daar iets ernstigs, dan zou de omroep platliggen. En dat mag uiteraard nooit gebeuren."

Ondertussen op de bouwwerf

Vanaf augustus 2024 start de opbouw van de bovenverdiepingen. Tegen de zomer van 2025 moet de ruwbouw er staan, en kan er begonnen worden met de gevelwerken. Een paar maanden later moet het gebouw wind- en waterdicht zijn. Parallel start men met de aanleg van alle nodige leidingen in de ondergrondse verdiepingen: sprinklerinstallaties, elektriciteit, verwarming en ventilatie.

"Wie zelf een huis laat bouwen, weet hoeveel daar komt bij kijken", zegt Sabine Belis, algemeen programmamanager van het nieuwe VRT-huis. "Maar dit project is zo veel complexer. We bouwen geen standaard kantoorgebouw, maar een mediafabriek. Er is niet enkel de bouw met bouwtechnieken, maar er zijn ook de mediafaciliteiten én de planning van een complexe verhuis van een bedrijf dat de klok rond actief is."

Bovendien is het vandaag niet precies in te schatten hoe technologie zal evolueren tegen 2027. Sabine: "We proberen ons zo goed mogelijk voor te bereiden, maar honderd procent juist zal dat nooit zijn, 2027 ligt daarvoor te ver in de toekomst. Maar we bouwen een marge in en hebben de ambitie om een flexibel gebouw neer te zetten, zodat faciliteiten kunnen aangepast worden waar nodig."

Op dit moment is Sabine, samen met het projectteam van Inspirerende Werkomgeving, vooral bezig met het conceptueel definiëren van de nieuwe werkomgeving. "Dat is meer dan de keuze van het meubilair, het gaat bijvoorbeeld over de *look and feel* en de mediabeleving in het gebouw. Hoe laten we bezoekers ervaren dat het een mediagebouw is?" Bovendien moet iedereen voelen dat de publieke omroep een open onderneming is waar volop wordt samengewerkt. Dat betekent niet dat er voor een *open office*-opstelling wordt gekozen, wel dat samenwerken meer dan ooit silodoorbekend zal gebeuren. De VRT-merken zijn geen eilanden. Door



"We zullen in het hele gebouw media kunnen maken"

Chris Verhoeven, programmamanager mediafaciliteiten

samen aan de slag te gaan en ook fysiek bij elkaar te zitten, kunnen verschillende mediamakers efficiënter werken én elkaar inspireren.

"Even belangrijk is ervoor te zorgen dat elke medewerker op een efficiënte manier de transitie kan maken, en zo ook naar een andere manier van werken evolueert", vertelt Sabine. "Welke optimale mix van werkplekken moeten we voorzien, zodat iedereen in de beste omstandigheden de job kan uitvoeren? Een bevraging bij alle werknemers zorgt ervoor dat we alles goed in kaart kunnen brengen. Die optimale werkplekmix moet tegen eind 2024 uitgetekend zijn. Vanaf dan kan ook nagedacht worden over hoe de verhuis zal verlopen, want VRT is non-stop actief. We kunnen de boel dus niet zomaar even stilleggen om alles te verhuizen."

Het nieuwe VRT-huis zal niet alleen veel economischer en efficiënter zijn dan het huidige, het zal ook helemaal mee zijn met de laatste innovaties én ervoor zorgen dat alle medewerkers met veel goesting naar kantoor komen. Van *state of the art*-materiaal, over groene binnentuinen tot inspirerende werkplekken, VRT zal helemaal klaar zijn voor een boeiende toekomst.



Het nieuwe VRT-huis is een flexibel gebouw, waar de architectuur kan meegroeien met het veranderende medialandschap, maar waar de groene plekken ankerpunten zullen blijven, binnen en buiten. Ze zullen als wegwijzers dienen voor de 'bewoners' van het gebouw: aan de eerste boom naar rechts!

"VRT is non-stop actief, we kunnen de boel dus niet zomaar even stilleggen om alles te verhuizen"

Sabine Belis, algemeen programmamanager nieuw VRT-huis

Hoe AI het aanbod van VRT sterker maakt

VRT bouwt aan een grote expertise over de inzet van artificiële intelligentie. Hiervoor werd begin 2024 het AI-kernteam opgericht, met als doel: het leven van de mediamaker- én gebruiker te vergemakkelijken en te verrijken. Het creëren van een nog sterker aanbod met een focus op de publieke missie van de omroep, daar kan AI mee helpen.

De toepassingen zijn nu al eindeloos, maar worden bij de publieke omroep altijd kritisch tegen het licht gehouden en doordacht ingezet. De opportuniteiten zijn groot, zolang je er maar verstandig mee omgaat. Zo is het smaakverbredende algoritme van VRT MAX niet alleen heel handig, het zorgt ook voor een grote publieke meerwaarde. Je krijgt als gebruiker niet meer van hetzelfde, zoals bij andere streamingplatformen het geval is, VRT MAX leert je nieuwe dingen ontdekken en verruimt je horizon.

Artificiële intelligentie wordt op dit moment al stevig ingezet bij VRT NWS. Denk maar aan de strijd tegen desinformatie, om data en verhalen te factchecken. (zie pagina 42) Maar bijvoorbeeld ook om archiefmateriaal snel te doorzoeken en te gebruiken, zodat nieuwsverhalen aangevuld en versterkt kunnen worden. Met AI kunnen journalisten ook makkelijk afgeleiden van hun reportages of artikels maken voor op sociale media.

Nog een handige toepassing: tekstgebaseerd monteren. Na een dag vol opnames kun je als reporter, met de hulp van AI, makkelijk én snel een specifiek fragment vinden. Zonder dat er uren beeldmateriaal moet bekeken worden. Een korte beschrijving volstaat om AI te laten zoeken in de transcripties. Op die manier

kan er niet alleen met strakkere deadlines worden gewerkt, er kan ook korter op de bal worden gespeeld en er is meer tijd om iets creatiefs met de inhoud te doen.

Live sportbeleving voor iedereen

Technologie is ook een grote hulp bij het toegankelijk maken van het VRT-aanbod voor elke Vlaming. Naast audiodescriptie voorzien en tolken Vlaamse Gebarentaal inzetten, ondertitelt de publieke omroep nagenoeg alle programma's en video's. Dat vraagt behoorlijk wat tijd. Tijdens live-uitzendingen is die er vaak niet. Als er handmatig ondertiteld wordt, zal de tekst altijd met wat vertraging verschijnen. Maar sport wil je live beleven, zodat je ten volle kunt genieten wanneer er gescoord wordt.

Daarom experimenteerde VRT met ondertiteling aan de hand van AI tijdens de uitzendingen van de Vuelta, de meerdaagse wielervedstrijd in Spanje. Ook wie doof of slechthorend is, of wie bijvoorbeeld liever zonder geluid kijkt op een volle trein, kreeg zo de nodige duiding wanneer het peloton de aanval inzette op de kopgroep. Door automatisering werd de vertraging

tussen gesproken tekst en liveondertiteling beperkt. Bovendien was dit systeem een welkome hulp tijdens een piekmoment als de sportzomer waarop de werkdruk voor de ondertitelingsdienst bijzonder hoog is.

Hiervoor maakt VRT gebruik van geavanceerde AI-technologieën voor spraakherkenning en de automatische vertaling naar tekst. Die zijn zorgvuldig geselecteerd en getest door het AI-kernteam om de kwaliteit en betrouwbaarheid te waarborgen. Uiteraard zijn de systemen niet feilloos. De expertise van professionele ondertitelaars blijft van essentieel belang voor kwaliteitscontrole en tijdens complexe uitzendingen. AI-systemen zijn de assistenten.

Het doel van het Vuelta-experiment was op zoek gaan naar de beste kijkervaring voor iedereen. Aan de kijkers werd om feedback gevraagd. Met die waardevolle input kan het AI-team de technologie verbeteren en verfijnen. Het brede (sport-)aanbod van VRT zal in de toekomst alleen maar sneller en efficiënter ondertiteld worden, dankzij een slim samenspel tussen professionele VRT'ers en artificiële intelligentie.



De laatste 5 km voor Remco Evenepoel
Vamos Remco wordt er geroepen

Een beeld uit de Vuelta, live ondertiteld met de hulp van AI.

02

samen

“Een mens is geen eiland”

Alicja Gescinska, filosofe en schrijfster



24
Makers met een missie

30
Het brein heeft
baat bij muziek

34
Geen beter kanaal
dan Sporza

40
Op stap met
Arnout Hauben

A photograph of four people on a boat. From left to right: a man with glasses and a beard in a dark blue t-shirt, a man in a dark jacket and blue jeans sitting on the railing, a woman in a floral patterned top and blue jeans, and a woman in a light pink perforated jacket and skirt. The boat has a red stripe and the name 'SON' is visible on the side.

Verbonden door verhalen

Manu Van Acker, Joris Hessels, Lieve Blancquaert en Elisabeth Lucie Baeten: vier mediamakers die de samenleving in beweging zetten

Tijdens het maken van de VRT Canvas-reeks *Gentbrugge* leerde Joris Hessels Willy Bontinck kennen. Hij heeft een boot die al dertig jaar op zijn oprit ligt. Willy droomt ervan om daar nog één keer mee op zee te varen, voor hij negentig wordt. Daarvoor moet de boot grondig gerenoveerd worden. Joris snelt ter hulp, samen met heel wat vrijwilligers. Hun belevenissen kun je volgen in het VRT Canvas-programma *Willy's boot*. Joris is ondertussen een echte liefde voor boten gaan koesteren. Dé ideale plek dus om enkele mediacollega's uit te nodigen voor een gesprek over hun job, aan de hand van vijf stellingen over media maken de dag van vandaag.

STELLING 1:

Media consumeren is een individuele bezigheid

Lieve: "Is dat zo?"

Joris: "Toch wel een beetje, niet?"

Lieve: "Mensen praten veel over wat ze horen, zien en lezen in de media. Dan is het toch een groepsgebeurtenis? Ik vind het bijvoorbeeld fijn dat iemand mij een programma aanraadt. Dat is ook communiceren, al helemaal als we het er nog eens over hebben nadat ik gekeken heb."

Joris: "Zeker, maar naar iets kijken of luisteren, blijft toch je persoonlijke keuze. Jij beslist zelf wat je tof vindt."

Lieve: "Dat is waar, maar soms gebeurt dat in overleg. Je kunt ook samen naar iets kijken."

Manu: "En dat is heel fijn! Maar ik heb toch de indruk dat dat minder en minder gebeurt."

Lieve: "Ja, het is een heel ander verhaal als iedereen naar de eigen tablet tuurt, dan wanneer je als gezin naar iets kijkt."

Manu: "Maar er zijn wel programma's die eens zo leuk zijn als je ze in groep bekijkt, zoals *De droomfabriek*, *Chantal* of sportwedstrijden."

Joris: "Absoluut! Het is niet altijd eenvoudig om 'samen-momenten' te creëren in je gezin en zulke programma's hebben het wel in zich om verbindend te werken."

Manu: "Ik herinner me nog goed hoe ik als kind op zondagavond met mijn broer naar *Kulderzipken* keek, terwijl mijn mama de strijk deed. Zo sloten we samen het weekend af."

Elisabeth: "Ik denk niet dat media consumeren iets individueels is, maar dat groepjes mensen, groot of klein, elkaar vinden omdat ze van dezelfde dingen

houden. Sociale media kan bijvoorbeeld net héél verbindend zijn. Toen ik nog een pak minder volgers had, kon ik echt met hen in interactie gaan. Ze waren mijn vriendengroep. Het contact heeft mij persoonlijk veel geholpen, bijvoorbeeld tijdens de covidpandemie of wanneer ik vragen had over het ouderschap. En ik denk dat ik op mijn beurt ook anderen inspireer. Nu ik meer volgers heb, is het moeilijker om rechtstreeks in gesprek te gaan en dat mis ik wel."

Manu: "Het groepsgevoel voel je ook sterk als je radio maakt. Tijdens het radioseizoen 2023-2024 heb ik op MNM het blok tussen 4 en 6 uur 's nachts gepresenteerd. De mensen die luisterden vormden echt een *community*. Ze zijn dan meestal aan het werk en luisteren altijd. Maar ook op andere momenten van de dag voel je bij de luisteraars een grote betrokkenheid."

Lieve: "Wanneer je televisie maakt, heb je weinig rechtstreeks contact met je publiek. Daarom ga ik zo graag op tournee met lezingen over mijn programma's. Daar leer ik veel van. En ik ervaar aan den lijve hoe media dingen in gang zet."

Manu: "Als mediamaker heb je niet altijd door wat de impact is van wat je doet. Het raakt me als mensen me enthousiast aanspreken over mijn werk en vertellen dat ze er iets aan gehad hebben."

Lieve: "Soms merk je ook dat mensen een bepaalde beslissing hebben genomen omwille van iets dat jij gemaakt hebt. Zo heb ik al regelmatig gehoord dat iemand vroedvrouw is geworden na *Birth Day* te hebben gezien. Ongelooflijk, maar prachtig!"

"Het is van groot belang om mensen in de schijnwerpers te zetten die anders nooit een stem krijgen. Het is een zegen dat ik dat mag doen"

Joris Hessels



STELLING 2:

Als mediamaker kun je impact hebben op de samenleving

Manu: "Joris, jij hebt in ieder geval heel wat impact gehad op mij. Als prille tiener heb ik een theatervoorstelling gezien waarin jij meespeelde, 'Duikvlucht' van Studio Orka. Toen wist ik het zeker: ik wil ook acteur worden."

Joris: "Echt? Zo schoon!"

Manu: "Ik ben er dus honderd procent van overtuigd dat media maken impact heeft. Ik heb bijvoorbeeld niet de uitstraling van een standaard presentator, daar ben ik me van bewust ..."

Lieve: "Maar dat bestaat niet meer. Vroeger misschien wel, nu gelukkig niet meer."

Manu: "En dat dus is erg belangrijk. Van kijkers die onzeker zijn over hun eigen uiterlijk hoor ik vaak: 'Ik ben blij dat er mensen zoals jij op televisie komen, zo weet ik dat het kan.'"

Lieve: "En mensen zoals ik, een oudere vrouw." (lacht)

Elisabeth: "Dat is superbelangrijk!"

Lieve: "Absoluut. We moeten willen zien dat mensen oké zijn als ze ouder worden."

Elisabeth: "Iedereen moet zich vertegenwoordigd voelen en niemand mag uitgesloten worden. Alle leeftijden, maten

alle mediahuizen en andere bedrijven met veel volgers: modereer de commentaren. Dat is je taak als beheerder! Ik heb het al heel vaak gezegd, maar het gebeurt nog veel te weinig. En het is zo belangrijk. Er is een hele generatie die nog niets anders gezien heeft dan dat mensen elkaar uitmaken voor het vuil van de straat en die rotzooi blijft gewoon staan. Je wilt niet weten hoe vaak ik al screenshots van de meest walgelijke en vaak ook illegale bagger die uren online staat, naar beheerders heb gestuurd. Ik word daar heel boos van.

Manu: "Dat is natuurlijk wel heel arbeidsintensief. Soms zijn er gewoon niet genoeg mensen om vierentwintig uur per dag te modereren."

Elisabeth: "Dan moet je de hulp van AI invoeren of de mogelijkheid om te reageren op posts uitschakelen. En doe dat dan meteen als je iets post en niet na een tijdje met de boodschap 'we hebben beslist om de commentaren uit te schakelen'. Dat maakt mij al even ongelukkig, want dan weet je dat er degoutante dingen stonden. We hoeven echt niet overal op te kunnen reageren. Het is niet omdat Mark Zuckerberg ooit beslist heeft dat wij allemaal, op elk moment van de dag over alles onze mening kunnen spuwen voor iedereen in de wereld, dat we

en gewichten. En ook de inhoud moet divers zijn. Als mediamaker vorm je mee een kader voor de mensen, een wereldbeeld."

Joris: "Het is van groot belang om mensen in de schijnwerpers te zetten die anders nooit een stem krijgen. Het is een zegen dat ik dat mag doen door programma's te maken."

Lieve: "Door bepaalde 'onbespreekbare' thema's aan te kaarten, kun je mensen aan het denken zetten en hun mening laten herzien. Dat is voor mij een grote motivator."

Manu: "De Warmste Week is natuurlijk het duidelijkste voorbeeld, dat is de allermooiste week van het jaar. Maar ook op andere momenten gebeuren er heel waardevolle dingen. Op MNM hebben we het vaak over onderwerpen waar jongeren echt mee zitten, zoals bijvoorbeeld faalangst. De vragen stromen dan binnen, ook van ouders. We laten dan een expert aan het woord die echt kan helpen."

Lieve: "Eigenlijk heb je ontmoetingen met mensen, zonder dat die echt fysiek zijn. Er ontstaat een communicatie over de inhoud van wat je als mediamaker doet."

Elisabeth: "Ik ben er heel hard van overtuigd

daarin moeten meegaan."

Lieve: "Er moet absoluut een regelgeving komen. Niet alleen over het taalgebruik, maar bijvoorbeeld ook over de verspreiding van valse beelden via sociale media. Met AI kun je nu al perfect een foto maken van Joris en ik die hier op deze boot zitten te kussen."

Joris: "Maar daar hebben wij geen AI voor nodig, hè Lieve." (lacht)

"Een warme oproep aan alle mediahuizen en andere bedrijven met veel volgers op sociale media: modereer de commentaren"

Elisabeth Lucie Baeten

dat verhalen de kern zijn van ons bestaan. Daarom is het ongelooflijk belangrijk dat je niet in je eigen bubbel blijft zitten, maar dat er een wereld voor je opengaat en je verhalen hoort en ziet van mensen waarmee je anders misschien niet in aanraking zou komen."

Joris: "Soms heb ik wel het gevoel dat de programma's die ik maak, vooral bekeken of beluisterd worden door mensen die al overtuigd zijn."

Lieve: "Daarom moeten we ook aan kruisbestuiving doen! We mogen niet meer denken: dit is de VRT 1-kijker, dit is de VRT Canvas-kijker en dit is de MNM-luisteraar. Anders blijf je in je eigen vijver vissen. Ik geloof niet in hokjes."

Elisabeth: "Ik denk dat er heel wat diversiteit zit in wie er kijkt en luistert, hoor. Het is geweldig dat VRT MAX inzet op een smaakverbredend algoritme. Bij heel wat andere platformen kom je al snel in een straatje terecht waarin je alleen maar bevestigd wordt in wat je al kent of dacht en waarin je niet uitgedaagd wordt."

Lieve: "En je wordt gestereotypeerd door die enge algoritmes. Ik krijg constant informatie over de menopauze, ik word er zot van. Laat mij gerust! Binnenkort zal het waarschijnlijk gaan over pampers voor volwassenen." (lacht)



Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Sofie Blancke. Alles achter de schermen van het consumentenprogramma *Radio2 WinWin*, met Xavier Taveirne, wordt door haar geregeld.

Sofie Blancke

Producer van *Radio2 Winwin*

Wat houdt je werk precies in?

"Als producer leid ik het team van redacteurs en sta ik in voor de coördinatie van de inhoud. Want naast het radioprogramma is er ook de podcast, een nieuwsbrief en artikels op VRT NWS. Ik neem verschillende ideeën mee naar mijn redactieteam en samen leggen we de puzzel. We bepalen de verhalen die we willen brengen, hoe we dat *on air* gaan doen, maar ook online en wie de passende gasten zijn. We werken nauw samen met VRT NWS, want onze inhoud heeft vaak een grote nieuwswaarde."

Wat maakt je job zo bijzonder?

"In onze mailbox komen wekelijks honderden berichten en vragen binnen. Geloof het of niet: ik lees die allemaal. Ik vind het belangrijk dat één persoon dat doet en zo het overzicht bewaart. Soms zie ik een mail waarvan ik in eerste instantie denk 'misschien niet interessant voor *Radio2 WinWin*', maar dan volgen er nog van andere mensen met hetzelfde probleem en gaat de bal toch aan het rollen. Ik hou alle mails bij, je weet nooit of ze in de toekomst nog van pas komen. Als we merken dat er iets leeft bij onze luisteraars, pakken we het vast en doen we er iets mee. Mensen kunnen ons rechtstreeks bereiken en wij kunnen hen rechtstreeks helpen en informeren. Zo'n band is uniek. Mijn team en ik zijn de grootste ambassadeurs van *Radio2 WinWin*. We proberen met zoveel mogelijk mensen en VRT-merken samen te werken, want ons programma belangt iedereen aan. We zijn allemaal consument: van een appel kopen in de winkel tot een festivalganger."

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

"*Radio2 WinWin* loopt ondertussen zo'n acht maanden. Na een woelige periode hebben we er heel hard aan gewerkt. Toen de eerste uitzending uiteindelijk op antenne ging, was er een grote opluchting. We hadden er allemaal hard naartoe geleefd. Het team was er helemaal klaar voor. Het programma startte met mijn favoriete nummer, Xavier smeedt zich helemaal en kijk nu: er is ondertussen een podcast, een nieuwsbrief en er komt nog zoveel meer aan!"

STELLING 3:

Sociale media hebben de communicatie tussen mensen verslechterd

Lieve: "Ja en nee."

Joris: "Veranderd."

Manu: "En toch ook wel versterkt. In eender welk opzicht: mensen die een mening hebben, kunnen elkaar vinden. En het is niet omdat het niet onze mening is, dat ze niet van tel is."

Elisabeth: "Ik denk: verbeterd, binnen die groep waarover ik het daarnet had. Je vindt veel sneller lotgenoten en dat is super. Maar langs de andere kant is de scheiding tussen die groepen groter dan voordien."

Lieve: "Het taalgebruik op sociale media is soms wel erg laag-bij-de-gronds. Ik lees er woorden die ik wel ken, maar nog nooit door iemand heb horen uitspreken. Hoe mensen vanachter de veiligheid van hun scherm hun gal spuwen op een totaal ongeciviliseerde manier, is soms echt choquerend. Het zet veel agressie en ook angsten bij mensen in gang. Dat is heel gevaarlijk. Ik zou graag hebben dat we een soort van etiquette afspreken die definieert hoe je te gedragen op sociale media."

Elisabeth: "Bij deze een warme oproep aan

STELLING 4:

De klassieke media zijn ten dode opgeschreven

Joris: "Dat wil ik toch wel tegenspreken. Veranderd wel, maar als je ziet hoeveel mensen er nog televisie kijken, ook lineair, dan kun je niet zeggen dat klassieke media dood zijn."

Manu: "Ook radio is al jaren ten dode opgeschreven, maar radio zal nooit sterven. Waar je ook zit, zelfs in de diepste krochten, er zal altijd een stem zijn die tegen jou spreekt."

Lieve: "Prachtig hoe jij dat formuleert! En het klopt ook echt. Je voelt wat radio met jou kan doen, we hebben dat medium echt nodig. Als je helemaal alleen in je auto stapt en de radio aanzet, komt de hele wereld binnen. Heerlijk!"

Manu: "Het is makkelijk om te zeggen dat de radio en televisie zullen verdwijnen, en dat we die links laten liggen, maar ik geloof niet dat dat de toekomst is."

Lieve: "Wat ook is: alle thema's moeten altijd maar herhaald worden. Het stopt niet. Je zou kunnen denken: dat hebben we nu al wel verteld, maar er is altijd wel iemand die het nog niet weet of een nieuwe generatie die alles nog moet ontdekken."

Elisabeth: "De vorm van het aanbod verandert wel en ook de platformen waarop het wordt aangeboden, maar de genres zullen nooit verdwijnen. Documentaires, fictie, muziekprogramma's ... die zullen er altijd zijn."

Manu: "En wat we daarstraks al zeiden: sommige dingen wil je live zien. Natuurlijk moeten we wel mee zijn met alle evoluties."

Bij radio neemt de onlinebeleving het over van de klassieke FM-distributie. VRT MAX is echt een prachtig platform dat zo'n rijk aanbod verzamelt. Geweldig ook hoe je je radio-uitzending kunt verrijken. Tijdens een themaweek als de *MNM Teens500* kun je op de kanaalpagina van MNM op VRT MAX niet alleen naar de radio luisteren, we verzamelen er ook legendarische televisieprogramma's die uitgezonden werden tussen 2010 en 2020, podcasts over die periode, enzovoort."

Elisabeth: "Wat wel is: sociale media en klassieke media zijn niet zomaar onderling inwisselbaar. Ik erger me aan zenders die iets dat succesvol is op internet kopiëren op televisie. Dat werkt niet, want het is iets totaal anders."

Manu: "Hetzelfde met mensen die online een grote bekendheid hebben, die doen het vaak ook niet zo goed in klassieke media. Behalve jij dan, Elisabeth." (lacht)

Elisabeth: "Je lokt jonge mensen niet naar

televisie door hun favoriete onlinegezichten op te voeren in een klassiek format. Bepaalde genres moet je inhoudelijk aanpakken, zoals entertainmentprogramma's en comedy. Het moet bijvoorbeeld sneller. Humor die jongeren smaken, zit vaak in hoe dingen gemonteerd worden. Je moet niet cool willen doen, maar wel een 2024-bril opzetten. Dan krijg je ook televisieprogramma's waaruit je makkelijk fragmenten van negentig seconden kunt selecteren en een leven geven op sociale media. De manier waarop media geconsumeerd wordt, is voor altijd veranderd. En daar moeten wij ons als maker aan aanpassen, omgekeerd zal dat niet gebeuren."

Manu: "Al hou ik zelf ook wel van die klassieke shows, met veel glitter en glamour."

Elisabeth: "Een programma dat voor mij absoluut mag terugkomen is *Het swingpaleis*. Dat zou wél werken. En jullie doen allemaal mee!" (lacht)

"Soms merk je dat mensen een bepaalde beslissing hebben genomen omwille van iets dat jij gemaakt hebt. Ongelooflijk, maar prachtig"

Lieve Blancquaert



STELLING 5:

Als lokale mediamaker kun je dingen maken die raken, omdat je weet wat er leeft in Vlaanderen.

Joris: "Dat is absoluut een troef."

Elisabeth: "Herkenbaarheid is voor mij heel belangrijk. Je voelt je betrokken als wat je ziet en hoort van hier is. Dat geldt ook voor humor."

Joris: "VRT brengt dingen die internationale spelers nooit zullen kunnen maken. Verhalen met lokale verankering, de eigen identiteit."

Manu: "Ik heb ontzettend graag naar *Het verhaal van Vlaanderen* gekeken, waanzinnig interessant. Maar een ler zal daar waarschijnlijk niet veel aan hebben."

Joris: "Daar ben ik nog niet zo zeker van. Want het lokale valt ook internationaal op. Heel wat van onze programma's worden gezien en gewaardeerd in het buitenland. Wij maken onze programma's vanuit een oprechte *goesting* en zijn meestal heel authentiek. Dat valt op tussen internationale formats die vaak iets afgelikt zijn."

Lieve: "Het is belangrijk dat VRT als publieke omroep de Vlaming bedient en voeling behoudt met wat er hier leeft. Dat geldt



ook voor verhalen uit het buitenland. Als die verteld worden door een programmamaker van bij ons, zullen ze sterker binnenkomen en met andere accenten. Ik neem je mee naar een plek waar je zelf hoogstwaarschijnlijk nooit zult komen, met mijn blik, die van iemand die in Vlaanderen woont. Het is mooi als je mensen aan het denken kunt zetten, zonder dat je hen iets door de strot duwt. Niemand heeft het recht om iemand anders op te leggen hoe die moet denken, iedereen mag zelf conclusies trekken. Maar het is wel belangrijk om een debat op gang te brengen en dat kun je als mediamaker doen. Je laat mensen andere standpunten zien en zo kunnen ze een gefundeerde mening opbouwen."

Manu: "Daarom mogen we niet te braaf zijn. Iets maken voor iedereen, is niet mogelijk. Je zult altijd wel iemand tegen de schenen schoppen en dat vind ik oké."

Elisabeth: "Ik probeer altijd om, op een manier die voor een grote groep mensen verteerbaar is, iets te vertellen dat ze anders niet zouden te horen krijgen of waar ze nog niet aan gedacht hadden. In alles wat ik maak. Niet dat ik daar bewust naar zoek, het is gewoon hoe ik ben."

Lieve: "Daarom is het ook heel authentiek. En dan klopt en werkt het. Naar mensen die authentiek zijn, kijk en luister je graag."

Manu: "Het is ook opvallend hoeveel waarde

mensen hechten aan regionaal nieuws."

Lieve: "Ik ben ervan overtuigd dat het verhaal van boer Gust die met zijn tractor in de Polders op een zeldzaam voorwerp is gestoten én dat van een kindbruid in Nepal hetzelfde publiek kunnen hebben. Het ene kan niet zonder het andere, de verscheidenheid maakt dat we onze ogen optrekken. We hebben allemaal dezelfde behoeftes, zorgen en wensen. Waar je ook woont op de wereld. We zijn allemaal mensen. Het zijn de kleine verhalen die ons met elkaar verbinden."

"Radio zal nooit sterven. Waar je ook zit, zelfs in de diepste krochten, er zal altijd een stem zijn die tegen jou spreekt"

Manu Van Acker

Muziek wakkert je diepste emoties aan. Bij VRT hoor je ze overal: op de radio, op televisie en online. Die grote aandacht is niet alleen belangrijk voor de luisteraar, kijker en swiper, maar ook voor artiesten. Dat bewijzen programma's als *Ik vraag het aan* en *Amai zeg wauw!*



Niels Destadsbader gaat opnieuw op zoek naar liedjes waar voor bekende Vlamingen een bijzondere herinnering aan vasthangt. Ook in het tweede seizoen van *Ik vraag het aan* worden die live gecoverd door Jeroen Swinnen en zijn band, samen met een plejade aan gastzangers en -zangeressen. "We gaan op hetzelfde elan verder, maar blijven zoeken naar een frisse balans. Van 20 tot 80 jaar, van jong talent tot gevestigde waarden. Zolang de song bij de artiest past, is het goed."

Muzikant en producer Jeroen Swinnen is het brein achter *Ik vraag het aan*

"Voor artiesten maken wij écht het verschil"

Van Daan tot Dana Winner. Jeroen Swinnen lijkt geen enkele uitdaging uit de weg te gaan. Hij schreef mee aan de Eurovisiesongfestival-inzending van Tom Dice, componeerde de muziek voor VRT-fictiereeksen als *De twaalf*, *Beau Séjour* en *1985*, en was producer van 'People Help the People', het benefietnummer dat VRT maakte voor de actie Syrië Turkije 12-12. Swinnen is ook het muzikale brein achter de productiefste liveband op de Vlaamse televisie.

Het idee voor *Ik vraag het aan* ontstond bij Kris Spaepen van productiehuis Tivoli.tv toen hij het format, een show die de link legt tussen muziek en herinneringen, op de Finse tv zag. "Ik dacht meteen, verdomme, dat is even simpel als het groots is", zegt Jeroen. "Een bepaald deuntje kan je inderdaad instant terugbrengen naar een plaats of moment in je leven." Dat bleek ook duidelijk uit de vele emotionele reacties nadat zo'n nummer live tot leven kwam in dat eerste seizoen van *Ik vraag het aan*.

De XII werken van Jeroen Swinnen

Ondanks het bewezen succes van het format, het palmares van Jeroen en de kracht van muziek, was het toch niet eenvoudig om grote namen te strikken. "Ik wist dat ik mijn dreamteam kon meebrengen, de band waarmee ik voor VTM *Liefde voor muziek* heb gemaakt. Tien seizoenen hebben wel aangetoond dat het muzikaal in orde zou zijn. Maar tijdens de eerste voorbereidingen

van *Ik vraag het aan* wist nog niemand dat we deze show aan het maken waren. Vaak kregen we lik op stuk: 'het zal wel, zo'n nieuw muziekprogramma'. Artiesten stonden ook niet meteen te springen om covers te brengen. Maar net dat heeft ons gedwongen om buiten de lijntjes te kleuren."

Zo worden bekende nummers soms door minder bekende artiesten gebracht. "We hebben de kijker op die manier kunnen tonen dat er veel talent zit in Vlaanderen. Ook VRT heeft dat sterk omarmd. Bij de vraag naar een tweede seizoen kregen we de opdracht om vooral verder te gaan op hetzelfde elan en niet alleen 'bekende' artiesten te strikken. Al hebben intussen vele grote namen via managers en platenfirma's interesse getoond om mee te doen, we blijven zoeken naar een frisse balans. Van twintig tot tachtig jaar, van jong talent tot gevestigde waarden. Zolang de song bij de artiest past, is het goed. Punt."

Jeroen durft best hoog te mikken, als de kans zich aandient. In het eerste seizoen vroeg Rob Vanoudenhoven bijvoorbeeld naar een nummer van de Simple Minds. Het leek Swinnen dus niet meer dan gepast om de Schotse newwavegroep effectief naar Brussel te krijgen. "In *De XII werken van Vanoudenhoven* slaagde Rob er vaak wonderwel in om ogenschijnlijk onmogelijke opdrachten te doen slagen. Dus ik dacht: wie weet lukt dit ons ook wel. Via hun livemixer, de Belg Olivier Gerard,

is de vraag tot bij de manager geraakt. We hadden een goede babbel, hij vroeg muziek van onze band op en bleek onder de indruk. Alleen kreeg hij ons verzoek niet ingepast in de drukke touragenda, wat helemaal te begrijpen is. Achteraf bekeken ben ik zelfs nog blijer met de versie van Stefanie Callebaut. Zij blies onverwacht de kijkers van hun sokken."

Entertainment met resultaat

Voor Jeroen hoort een programma als *Ik vraag het aan* zeker ook tot de opdracht van VRT. "Het is natuurlijk entertainment, een genre waarvoor de publieke omroep wellicht altijd onder vuur zal liggen. En ja, alles vertrekt vanuit verhalen van bekende Vlamingen die al veel op tv komen. Maar het format geeft vooral een platform aan artiesten die nog niet zo vaak in de kijker werden gezet. Zij mogen in *prime time* hun talent delen met een groot publiek."

Want voor de sector blijft visibiliteit broodnodig om aan de bak te komen. Een programma als *Ik vraag het aan* helpt daarbij. "We bereiken een heel breed publiek met diverse muziek. Voor verschillende artiesten heeft dit programma ondertussen al het verschil gemaakt. Het is fijn dat we zoiets voor de sector kunnen doen. Want het mag dan wel leuk zijn om eigen radiostations te hebben, er zullen altijd artiesten nodig zijn om muziek te maken die gedraaid kan worden. Dus waarom ook niet van eigen bodem?"

De muziek van Jeroen zelf is vaak te horen: als muzikant en schrijver voor artiesten die gedraaid worden op heel wat verschillende zenders, van Radio 1 over Radio2 tot Studio Brussel en MNM. Maar ook als componist voor fictie. "De zondagavondreeksen op VRT zijn altijd heel kwalitatief", zegt hij. "Als ik daarvoor soundtracks mag schrijven, is dat een groot compliment. Zo zie ik mezelf eigenlijk het liefst: als maker, als componist. Binnen zulke projecten kan ik heel vrij werken. Fantastisch dat VRT daarin blijft investeren. Het zullen niet de goedkoopste producties zijn, maar ze geven werk aan een hoop creatieve mensen en scores internationaal. Ik kan het weten: de reeksen waarbij ik betrokken was, gaan de wereld rond." (lacht)

"Het is even simpel als het groots is. Een bepaald deuntje brengt je instant terug naar een plaats of moment in je leven"

Jeroen Swinnen, muzikant en producer

Muziek? Ons brein heeft er alle baat bij!

Mensen hebben muziek nodig en VRT speelt daar een relevante rol in: van het *Eurovisiesong-* tot het *Klarafestival*. Maar is het ook de taak van de publieke omroep? Neuromusicoloog Artur C. Jaschke (ArtEZ University of the Arts in Enschede, University of Cambridge) en auteur van het boek 'Toekomstmuziek', vindt van wel.

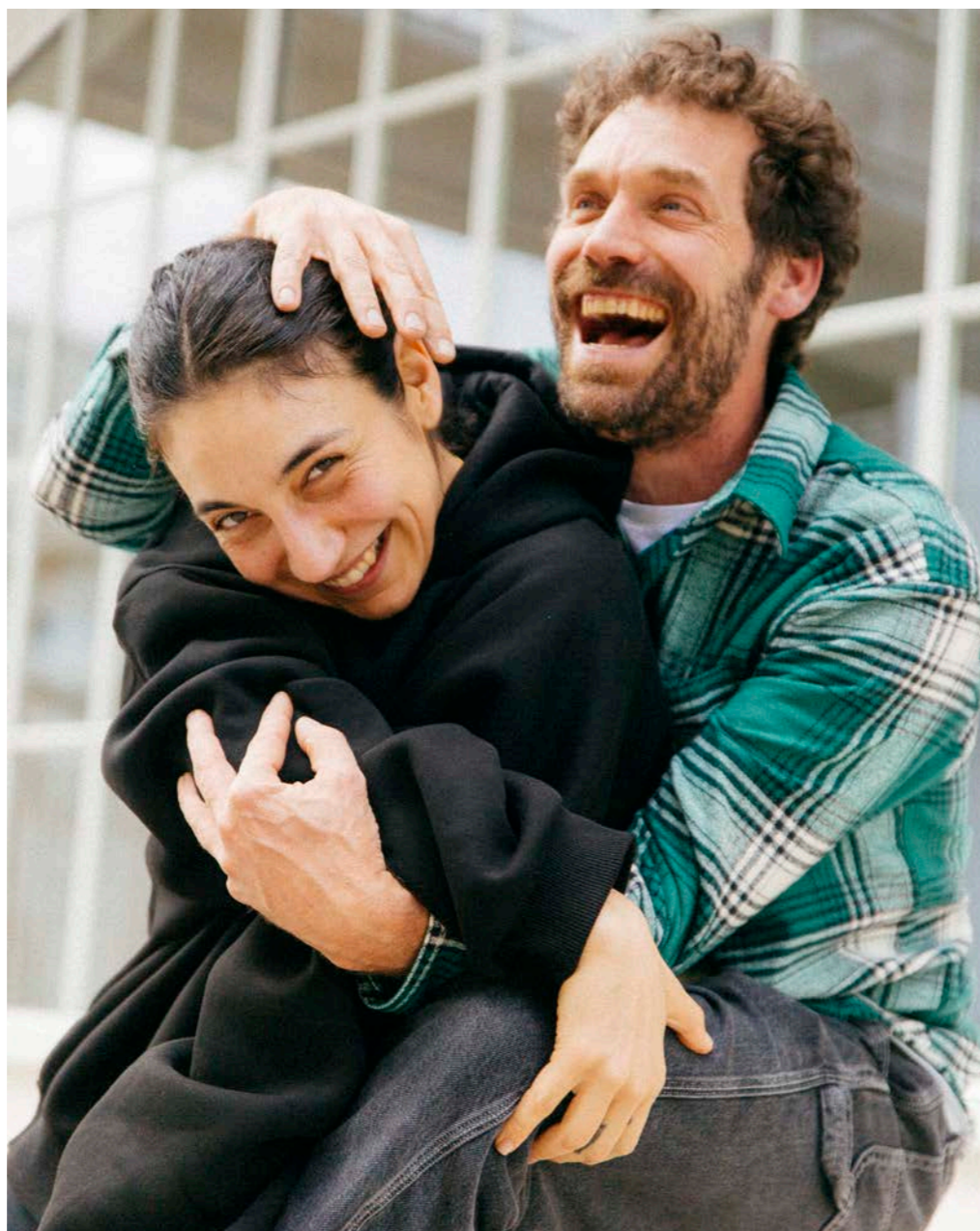
"Muziek verbindt, veel meer dan welke kunstvorm ook", zegt Jaschke. "Ze is makkelijk te herkennen en te begrijpen, en spreekt ons op verschillende vlakken aan: op sociale, culturele, maar sterker nog, ook op neurologische vlakken. Wanneer we muziek horen, gebeurt er iets heel bizars. Een golf verplaatst zich door de lucht, komt je oor binnen en laat je trommelvlies bewegen. Muziek raakt je dus ook letterlijk. En door allerlei mooie systemen wordt van dat mechanische signaal een elektrisch signaal gemaakt waar je brein helemaal van oplicht. Dan heb ik het over alle gebieden die je je kunt voorstellen: emoties, geheugen, gedrag, gevoel, herinneringen, sociale vaardigheden, empathie, noem maar op. Alles wordt aangesproken door de muziek. En dat gevoel wordt nog groter wanneer je iets hoort wat je leuk vindt of waar je gebeurtenissen aan verbindt."

Tegelijk houdt een mens graag vast aan wat hij kent. "We zijn roedeldieren, wij omringen ons graag met anderen die hetzelfde denken. Slechts zelden gaan we buiten onze comfortzone. Maar dat is het mooie aan muziek: je kunt heel veilig nieuwe ervaringen opdoen. En daar kan een publieke omroep een belangrijke rol in spelen. Volgens mij gaat het om afwisseling. Stel dat Klara enkel oude klassieke, maar geen hedendaagse klassieke muziek zou draaien, dan sluiten ze niet enkel een genre uit, dan krijgt de luisteraar ook geen kans. Uit hersenwetenschap blijkt dat ons brein net baat heeft bij het horen van diverse muziekjes. Onze hersenen leren van die verschillen. Als ze de hele tijd hetzelfde te horen krijgen, dan worden ze lui. Daarom is een cross-over zo interessant, dan wordt het brein uitgedaagd. Maar het verbindt ook verschillende luisteraars. En dan krijg je iets moois. Dat ene moment waar iedereen op had gehoopt. Een publieke omroep moet die kruisbestuiving opzoeken. Dat is precies wat er gebeurt in *Ik vraag het aan* en *Amai zeg wauw!*"

Amai zeg wauw!, het strafste muziekprogramma dat geen muziekprogramma is

“Wat wij maken is hardcore publieke omroep”

Muziek in talkshows is niets nieuws. Maar het is vaak bijkomstig. Iets om het geheel af te ronden in maximaal negentig seconden, want stel je voor dat de kijker zou wegzappen. Niet zo in *Amai zeg wauw!*, waar muziek in het DNA van de show zit. Zelfs zelfverklaarde amuzikale gasten krijgen toch een muzikale apotheose.



“Stiekem was het altijd mijn grote ambitie om een muziekprogramma te maken”, bekent presentator Otto-Jan Ham. “In talkshows staat er vaak een muur tussen de band en de rest van de show. Hier wou ik iets waar muziek altijd aanwezig is. Dat het een geheel vormt met de rest en geen geïsoleerd item is. Al bij de allereerste test stond de band gewoon tussen de gasten. Die mocht zich bemoeien met het gesprek, ik met de muziek.”

“Het idee om niet-muzikale gasten ook te betrekken in een slotnummer, heeft lang op het whiteboard gestaan. Want wat kun je met hen maken dat muzikaal ook goed genoeg is? Iemand die wat in een microfoon *bleirt*, is niet per se leuk om naar te luisteren. Maar het is ons gelukt om een manier te vinden. Als Goedele Wachters op de piano ‘Somewhere Over The Rainbow’ speelt, zit ik daar met tranen in mijn ogen naar te kijken. Zij is misschien geen professionele pianiste. Maar met wat zij kon, hebben we samen iets *keimoois* gemaakt.”

Uit de kijkcijfers van de *Woestijnvis*-productie blijkt dat het publiek blijft hangen tot het slot, wanneer de gast en de band de handen vaak spectaculair in elkaar slaan. “Het is de kers op de taart, die achteraf ook vaak online gaat leven.”

INTAKEGESPREK DEEL 1

Intergalactic Lovers-frontvrouw Lara Chedraoui is niet alleen bandlid in de show, ze is ook verantwoordelijk voor de gedreven intakegesprekken van het programma. Daarin peilt ze naar wat de centrale gast bezighoudt, om die dan te verrassen tijdens de uitzending. Logisch dus dat ook dit interview werd voorafgegaan door zo'n gesprek.

Lara: “Dag Otto-Jan. Wij zijn hier voor iets, maar ik weet niet meer wat. Het is wel belangrijk, want het gaat over muziek.”

Otto-Jan: “Dat is het allerbelangrijkste.”

Lara: “Muziek is een beetje onze halsslagader?”

Otto-Jan: “Onze lucht, water en licht. Ik ben in vorm vandaag.”

Lara: “Ja, ik voel het. Wat is je eerste muzikale herinnering?”

Otto-Jan: “Elly en Rikkert, mijn ouders luisterden op vakantie altijd naar een cassette met hun liedjes. Ken je hen? Dat is een duo, een soort Nederlandse Erik en Sanne.”

Lara: “Niet zoals Bert en Ernie?”

Otto-Jan: “Nee, ze zongen christelijke liedjes, vaak covers van The Carpenters. Heel stichtend. (*zingt*) ‘Midden in het tuintje van mijn ouwe malle oom, staat een kauwgomballenboom, een echte kauwgomballenboom.’ Zegt je dat niks?”

Lara: “Ik heb iets gemist, denk ik.”

“Ik vind het tof dat wij een zotte, Nederlandstalige punkband als Maria Iskariot gewoon op VRT 1 hun ding kunnen laten doen”, aldus Otto-Jan. “Er passeerden ook al Afrikaanse opera met Gorges Ocloo en muziek van Porcelain ID en Mentissa. Of die experimentele dans van Zoë Demoustier, waarbij er zo'n *dude* aan knoppen zat te draaien. Het is heel gevarieerd en fijn om net iets minder evidente namen in de studio te krijgen, zodat mijn ouders ook eens Maria Iskariot hebben gezien. (*lacht*) Mensen zappen niet weg omdat ze het teringherrie vinden, maar blijven kijken omdat de band met Pedro Elias bijvoorbeeld een leuke versie van ‘Arme Joe’ brengt. Maar evengoed doet Jo Vally iets buiten zijn comfortzone. Dat zijn geen pluimen op mijn hoed, we hebben gewoon een héél goede band. De beste onderbuikband van het land. Is het altijd puntgaaf? Allicht niet. Maar het is geloofwaardig.”

Behoort dit soort programma tot de taak van de publieke omroep? “Honderd procent”, vindt Otto-Jan. “Wat wij maken is *hardcore* publieke omroep. Mensen kijken naar iets dat anders nooit een breed publiek bereikt. Misschien denken ze wel even: ‘*holy shit*, dit zijn vrij hermetische dingen.’ Maar dat is dan één ding uit een gigantisch pallet. Mooi dat we dat even kunnen zetten, toch? Daar ben ik megafier op. Het werkt natuurlijk omdat we ook Pommeliën Thijs of Clouseau te gast hebben. De toeters en bellen zijn er, zodat het andere nooit vergezocht aanvoelt. Zeker ook omdat het vertrekt vanuit de wens van de gast.”

INTAKEGESPREK DEEL 2

Lara: “Wat was de eerste muzikale poster op je slaapkamer?”

Otto-Jan: “Naar alle waarschijnlijkheid was dat er een van Europe, de eerste band waar ik echt zot van was. Ik had er zelfs schriftjes van. Maar ik kocht ook de Joepie, dus posters van Mel & Kim of Milli Vanilli, die belandden ook aan de muur.”

Lara: “Wat was dan de eerste grote band waar je echt iets aan had? *Je go-to-band?*”

Otto-Jan: “Queen.”

Lara: “Komt dat door je papa?”

Otto-Jan: “Die heeft me daar wel wat in gesteund. Het nummer ‘Don't Stop Me Now’ zat in mijn hoofd toen ik in Dilbeek met mijn fietske de Kuitenbijter opreed naar school. Dat gaf me energie.”

Lara: “Dus ik schrijf op: ‘Don't Stop Me Now’ voor de fiets. En voor moeilijke momenten? Je eerste hartbreuk?”

Otto-Jan: “Ik herinner me vooral de muziek vlak voor het uit was. Het moeten uitmaken vond ik verschrikkelijk en dan luisterde ik de hele tijd naar ...”

Lara: “Was het ‘Don't Stop Me Now?’”

Otto-Jan: (*lacht*) “Of ‘I'm Not in Love’ van 10CC! Nee, dat was ‘Pearl’ van The Folk Implosion. Dat is ongelofelijk. Ik krijg er nog altijd een brok van in mijn keel.”

Volgens Lara Chedraoui is het zelfs dankzij VRT dat dit soort programma's kunnen blijven bestaan. “Tijdens het tweede seizoen kregen we vaak te horen dat het beter was geworden. Terwijl we op zich geen andere show maakten, maar mensen moesten eraan gewoon worden. Nu weten de kijkers waar ze zich aan kunnen verwachten. Voor mij is dit zoals een goed BBC-programma waar je mag afwijken van het format, waar decors mogen veranderen, waar je tof chaotisch mag zijn. En VRT heeft gezegd: doe vooral voort.” Dat loont ook voor de muzieksector. Zo gaven verschillende artiesten aan dat ze na een passage in *Amai zeg wauw!* de ticketverkoop omhoog zien gaan. “Dat is toch knap? Je geeft die mensen anderhalve minuut op tv en plots bereiken zij een groot publiek.”

Het maakt van *Amai zeg wauw!* misschien wel het strafste muziekprogramma dat geen muziekprogramma is. “En is er je niets opgevallen?”, vraagt Lara. “Bij ons weent er niemand. Dat is een groot verschil met het gemiddelde, muzikale programma waar iedereen constant zit te *bleiten*. Wij maken mensen gelukkig.”

“Anderhalve minuut op tv en plots bereiken artiesten een groot publiek”

Lara Chedraoui, muzikant

“Koppel kleinere sporten aan de grote, en ze krijgen veel meer aandacht”

Sport verbindt mensen. Alleen al daarom moet VRT erop inzetten, vinden drie stemmen uit de sport- en mediawereld



©Belga



Ex-topsportster Élodie Ouédraogo, KBVB-voorzitter Pascale Van Damme en Sporza-hoofdredacteur Thomas Swannet

VRT brengt sport vanop de eerste rij. Een recent hoogtepunt is de goed gevulde sportzomer van 2024. De verbindende kracht van sport is bijzonder groot. VRT zet erop in met sterke journalistiek, oog voor het bredere plaatje en aandacht voor de ‘kleinere’ sporten.

Praat je met Pascale Van Damme, Élodie Ouédraogo en Thomas Swannet over de verbindende kracht van sport, dan is de passie voor het onderwerp groot. Alle drie kijken ze vanuit een andere positie naar de sportwereld. Pascale Van Damme is sinds mei 2023 de eerste vrouwelijke voorzitter van de Belgische voetbalbond (KBVB). Élodie Ouédraogo is een succesvolle ex-atlete die goud won met de Belgische 4x100 meter-ploeg op de Olympische Spelen van 2008. Tijdens de jongste Olympische Spelen was ze een vaste gast in het praatprogramma *Paris by night* op VRT 1. En Thomas Swannet is sinds 1 april 2024 hoofdredacteur van Sporza.

Sport verbindt. Zijn jullie het daarmee eens?

Thomas: “Absoluut, sport verbindt op verschillende vlakken. Je kijkt er samen naar, je doet er samen aan. Jammer genoeg verdeelt sport soms ook. Racistische spreekwoorden horen helemaal niet bij sport, maar ze zijn er wel. Maar de verbindende kracht is altijd groter dan de verdelende.”

Élodie: “Sport is universeel, het is een taal die iedereen spreekt en begrijpt. Daar zit enorm veel verbinding in. Het is ook de ideale manier om iets te leren over iemands achtergrond en cultuur. Sport brengt mensen samen. Tijdens de Olympische

Spelen voel je, zeker als sporter, dat de hele natie supportert voor de Belgen. Iedereen staat achter je.”

Pascale: “Ik kom uit een totaal andere wereld, de IT. Wat mij opviel toen ik in de sportwereld terecht kwam, is de enorme passie en verbondenheid. De hele natie staat achter de Rode Duivels, ongeacht politieke overtuiging, religie of gender. Evengoed merk je dat rond het veld van een jeugdwedstrijd. De kinderen zijn verbonden, maar ook de familie, andere ouders, de clubs, over de verschillende lagen van de bevolking heen. Ik voelde die verbondenheid ook toen we samen met Nederland en Duitsland kandidaat



Spelen, merk je dat we een enorme vooruitgang boekten. Atleten als Lotte Kopecky, Nina Derwael en Nafi Thiam zorgen voor aandacht voor vrouwen in de sport. Zij laten de generaties na hen dromen.”

Pascale: “Op het vlak van diversiteit en inclusie moet er wel nog veel gebeuren. Daarom zetten we met de voetbalbond sterk in op de strijd tegen discriminatie. Ook de media hebben daarin een belangrijke rol.”

Thomas: “Dat klopt helemaal. Er moeten nog vele stappen worden gezet. Maar vandaag is Lotte Kopecky wel al een icoon in de Belgische sportwereld. Zoiets was tien jaar geleden bijna ondenkbaar. Nu ziet één miljoen mensen hoe ze de Ronde van Vlaanderen wint. Dat vloeit voort uit bewuste keuzes bij VRT om vrouwensport meer aandacht te geven. Nu worden die wedstrijden allebei uitgezonden en zijn de kijkcijfers bijna identiek. Dat kan natuurlijk enkel als je atleten hebt van haar niveau. Vrouwentennis kende een enorme piek in de tijd van Kim en Justine. Als je dat soort iconen hebt, dan moet je als media absoluut volgen. Soms moet je zelfs de eerste stap zetten.”

In een voetbalstadion of op een plein met een groot scherm tijdens het EK of WK voel je dat voetbal voor een gevoel van samenhang zorgt. Hoe zit dat bij andere sporttakken?

Élodie: “In mijn eigen sport, de atletiek, zie ik dat ook. De Memorial Van Damme is superpopulair. En het publiek bestaat niet alleen uit diehardfans, er zijn ook mensen die dat gewoon eens willen meemaken. Het beste bewijs dat die samenhang ook moet kunnen bij andere sporten.”

Pascale: “Kijk naar welke krachten bedrijven nodig hebben. Dat zijn mensen die kunnen samenwerken, in team functioneren, inclusief zijn. Maar ook tegen een stootje kunnen, weerstand hebben, durven falen en daar lessen uit trekken. Dat leer je dankzij sport. Hoe meer we jongeren kunnen stimuleren om samen te sporten, hoe beter voor hun latere ontwikkeling.”

“Je voelt dat de samenleving individualistischer wordt, dan is het goed dat sport families en vrienden samenbrengt. Mensen hebben daar nood aan. Het is ook positief voor de mentale gezondheid”

Pascale Van Damme, voorzitter Koninklijke Belgische Voetbalbond

waren om het WK vrouwenvoetbal in 2027 te organiseren. We kregen de steun van vele voetbalbonden wereldwijd. Over de verschillende culturen heen gingen we voor één doel: vrouwenvoetbal doen groeien.”

Thomas: “Voetbal is voetbal. Waar het ook gespeeld wordt, iedereen begrijpt het. Dat maakt het heel laagdrempelig om verbondenheid te voelen. En die verbondenheid is er zowel bij winst als bij verlies. Ook dat is mooi.”

Kan sport in een verdeelde wereld voor meer wederzijds respect en begrip zorgen?

Thomas: “Zeker en vast, en misschien zelfs nog meer als je zelf aan sport doet. Iedereen komt samen in de kleedkamer. Achtergrond of sociale klasse tellen niet. Iedereen heeft hetzelfde doel.”

Élodie: “Dat zelfde doel brengt mensen samen. Door te sporten leer je dingen over andere mensen. Je wereld en je blik worden ruimer. Je wordt toleranter voor wat je niet kent. Dus ja, sport is superbelangrijk.”

Pascale: “Maar ook als je sport beleeft voor

of achter je scherm, kom je in aanraking met andere culturen en leer je elkaar respecteren. Respect en begrip krijg je trouwens nog meer als je management inclusief is. Niet alleen de ploeg, ook het leiderschap moet een weerspiegeling zijn van de maatschappij.”

Élodie: “Er is altijd ruimte voor verbetering, maar ik vind wel dat er al vele stappen werden gezet. Kijk naar de aandacht voor kleinere sporten, maar ook voor vrouwen in de sport. Als je ziet hoeveel vrouwelijke atleten er deelnemen aan de Olympische

Thomas: “Pleintjesvoetbal is bijvoorbeeld heel belangrijk. Respect is op zo’n pleintje cruciaal. Dat neem je mee voor de rest van je leven. En het zorgt er bovendien voor dat je heel anders naar de wereld kijkt.”

Pascale: “Dat soort zaken komt eigenlijk veel te weinig in het nieuws. Mensen hebben nood aan positieve boodschappen, zeker met alles wat er gebeurt in de wereld.”

Is er een toernooi of sportmoment dat volgens jullie in het bijzonder heeft bijgedragen aan verbinding en wederzijds respect?

Thomas: “Wat ik een geweldig moment vond, is het hoogspringen op de Spelen in Tokio. De hoogspringers Mutaz Essa Barshim en Gianmarco Tamberi stonden samen aan de leiding. Op een bepaald moment beseften ze dat ze beiden hun doel bereikt hadden. Waarom zouden ze nog verder strijden? Ze stakten de competitie en wonnen beiden goud. Van de beelden van het moment waarop ze elkaar in de armen vielen, krijg ik nog altijd kippenvel.”

Pascale: “Ik ook!”

Élodie: “Ik heb er wel enkele. Nina Derwael op de brug met ongelijke leggers tijdens de Olympische Spelen, toen beet ik mijn nagels stuk. Nafi Thiam op de zevenkamp, dat was net hetzelfde.”

Thomas: “Dat is zo fantastisch aan de Olympische Spelen. Sporttakken die anders minder aandacht krijgen, worden dan door iedereen gevolgd.”

Élodie: “Er is natuurlijk ook de medaille die ik zelf haalde met de 4x100 meter-ploeg. Op dat moment waren er maar drie andere mensen in de wereld die wisten hoe ik mij voelde: Hanna Mariën, Kim Gevaert en Olivia Borlée. Wij waren echte vrienden en dat zijn we nog steeds. Dat toont aan hoe verbindend sport kan zijn.”

Pascale: “Ik denk aan de wedstrijd België-Zweden op de avond van de aanslag op de Zweedse voetbalsupporters. Het moment zelf was verre van positief, maar je voelde toen wel een enorme verbondenheid tussen de spelers en supporters van beide landen. Er was respect voor elkaar en er heerste sereniteit.”

Waarom moet VRT als publieke omroep aan livesportverslaggeving doen?

Thomas: “We hebben het hier al de hele tijd over verbondenheid, over samen beleven. Maar die beleving kun je alleen creëren door sport live uit te zenden. En dan is er naar mijn bescheiden mening geen beter kanaal dan Sporza. Wij bereiken een heel breed publiek. Lineair, digitaal, radio: we komen bij iedereen.”

Pascale: “Niet iedereen verkeert in de mogelijkheid om een sportwedstrijd zelf bij te wonen. Doordat jullie sport in huis brengen, kan iedereen live meegenieten.”

Thomas: “Wanneer kijkt de hele familie nog samen naar televisie? Dat is als er sport te zien is, want dat moet je live beleven.”

Pascale: “Je voelt dat de samenleving individualistischer wordt, dan is het goed dat sport families en vrienden samenbrengt. Mensen hebben daar nood aan. Het is ook positief voor de mentale gezondheid.”

Moet VRT bepaalde sporttakken op de kaart zetten en zo voor aandacht zorgen voor het talent van morgen?

Thomas: “Zeker! Kijk naar de prestaties van de hockeymannen en -vrouwen de laatste jaren. Hockey heeft een enorme vlucht genomen in ons land, de clubs zijn enorm gegroeid. Die interesse wordt gewekt door de prestaties van de nationale ploegen live te volgen. En dit is maar één voorbeeld, het geldt ook voor andere sporttakken.”

Élodie: “Het is even belangrijk dat media berichten over een atleet als die pakweg zesde wordt op een wereldkampioenschap.

“Beleving kun je alleen creëren door sport live uit te zenden. En dan is er geen beter kanaal dan Sporza”

Thomas Swannet, hoofdredacteur Sporza

Want ook dat is een topprestatie die anderen kan doen dromen.”

Thomas: “Het is een kerntaak van VRT en Sporza om aandacht te besteden aan kleinere sporten. We krijgen de kritiek dat we te veel grote sporten uitzenden. Maar door daar kleinere sporten aan te koppelen, krijgen ze veel meer aandacht. Mensen komen naar Sporza voor het voetbal- en koersnieuws, maar ondertussen zien ze ook wat er in de kleinere sporten gebeurt.



“Atleten als Lotte Kopecky, Nina Derwael en Nafi Thiam zorgen voor aandacht voor vrouwen in de sport. Zij laten de generaties na hen dromen”

Élodie Ouédraogo, ex-topsporter

Op televisie is dat ook zo. Naar een veldrit met Wout van Aert en Mathieu van der Poel kijken vele honderdduizenden mensen. Volgt er nadien bijvoorbeeld een veldloop, dan blijven die kijkers hangen.”



Als we over grote sporten spreken, dan spreken we natuurlijk ook over dure sportrechten. Hoe gaat VRT daarmee om?

Thomas: “Die grotere sporten, en dus de duurdere sportrechten, hebben we echt nodig om de kleine sporten de nodige aandacht te kunnen geven. We merken dat onze digitale kanalen een enorme push krijgen na een mooie sportzomer zoals die van dit jaar. We spelen daar op in met zaken

zoals de EK-pronostiek en de Tourmanager. Ook dat zorgt voor verbondenheid.”

“Als we rechten verliezen om budgettaire redenen, is dat altijd even slikken. Maar we aanvaarden het en beseffen dat we nog heel veel wél kunnen uitzenden. We moeten keuzes maken. Voor ons zijn bijvoorbeeld de Olympische Spelen superbelangrijk. Daar komen net heel veel kleine sporten aan bod. Dan kun je de prestaties in de verf zetten van atleten die anders minder aandacht krijgen.”

VRT staat voor degelijke, niet op sensatie beluste journalistiek. Voor het algemene nieuws lijkt dat logisch. Maar hoe zit dat voor het sportnieuws?

Élodie: “Als ex-topsporter kan ik alleen maar zeggen dat dat superbelangrijk is. Als atleten weten dat ze door een journalist correct behandeld worden, zullen ze veel eerlijker en opener zijn. De manier waarop de Belgische sportjournalisten met sporters omgaan is zeer correct. Dat is in heel veel landen niet het geval.”

Thomas: “Als mensen naar onze website surfen, moeten ze ervan op aan kunnen dat wat ze daar lezen correct is. Er is geen speculatie, er wordt niets uit de context gerukt, wat op veel websites wel het geval is. Je hebt titels nodig om mensen te lokken. Maar we proberen er echt op te letten dat de titel de lading dekt en niet misleidend is.”

Is er ook nood aan duiding bij het sportnieuws?

Élodie: “Ik vind het leuk dat je op VRT steeds vaker mensen hoort die zelf uit de sportwereld komen. Die zien zaken die anderen niet zien. Neem nu Eline Berings die net als ik uit de atletiek komt. Ik weet dat zij niet alleen de prestatie kan inschatten, maar ook alles wat errond hangt. De kijker ziet natuurlijk alleen de atleet op de piste. Maar Eline kent ook het hele psychologische spel dat eraan voorafgaat. Ze weet wat er door

het hoofd van een sporter gaat als het niet goed is geweest. En voor sporters is het leuk om te weten dat ze na hun loopbaan misschien bij Sporza terecht kunnen.”

Pascale: “Het verhoogt de geloofwaardigheid als er naast de journalist iemand zit die het allemaal zelf heeft meegemaakt. Die combinatie werkt.”

Élodie: “Ik werkte zelf mee aan de uitzendingen over de Olympische Spelen op Sporza. Op zo’n moment moet ik niet doen wat Karl Vannieuwkerke doet. Maar omdat ik zelf uit de sport kom, kan ik bijvoorbeeld bepaalde situaties goed inschatten.”

Thomas: “Naast ex-sporters zijn onze eigen journalisten sterk in duiding bij de sportactualiteit. Met *Sporza Daily* hebben we een dagelijkse podcast waarin we op een kwartier tijd een verhaal uitspitten. Er is veel ervaring en onze mensen hebben een heel breed netwerk waarop ze kunnen rekenen.”

Blijft sport ook in de toekomst een verbindende rol spelen?

Élodie: “Sport is van belang omwille van de verbindende kracht, de mentale weerbaarheid en de gezondheid. Maar ook om aan jonge mensen te tonen dat het leven meer is dan alleen goed kunnen schrijven en rekenen. Ze mogen niet bang zijn om hun dromen na te jagen en ergens voor te gaan.”

Pascale: “We horen in het journaal al te vaak slecht nieuws, we hebben de laatste tijd nogal wat crisissen gekend. Op zulke momenten hebben mensen nood aan verbinding. Jongeren zijn op zoek naar zichzelf en naar authenticiteit. Daarom moeten we aantonen dat je door sport verbonden bent, dat je samen iets kunt betekenen, dat je een impact hebt op de maatschappij.”

Thomas: “Alles vertrekt van rolmodellen, maar die moeten zichtbaar zijn. Sporza is het bekendste en grootste sportmerk van Vlaanderen, maar het hele ecosysteem is wel aan het wijzigen. Je merkt dat spelers als Apple, Amazon en HBO meer en meer interesse krijgen in sportrechten. Met VRT moeten we keuzes maken, we kunnen niet alles uitzenden. Maar ik hoop wel dat we erin blijven slagen om de grote toernooien op de juiste manier bij de Vlaming thuis te krijgen. Die hele grote spelers hebben op dit moment niet de nodige voeling met het publiek in ons kleine landje. En ik weet ook niet of ze zoals wij zullen focussen op de Belgische atleten en prestaties, en op de verhalen die daarbij horen.”

Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivarissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Jan De Cleyn. Als cameraman schakelt hij net altijd een versnelling hoger om de beste beelden te schieten. Voor wielervedstrijden doet hij dat vanop de motor, vaak samen met journalist Renaat Schotte.

Jan De Cleyn

Cameraman op de motor

Wat houdt je werk precies in?

“Ik heb me gespecialiseerd in sportcaptaties en breng het liefst van al wielervedstrijden in beeld van achterop de motor. Dan rijden er telkens minstens drie VRT-motoren mee. De ene volgt de kopgroep, de andere blijft bij het peloton en de laatste brengt de lekke banden of valpartijen in beeld. Een goede wisselwerking tussen de bestuurder en de cameraman is cruciaal, maar ook de nodige flexibiliteit en stabiliteit is nodig. Als cameraman hang je niet vast, je staat enkel op voetsteunen. Een slecht wegdek maakt de opdracht er dus niet gemakkelijker op.” *(lacht)*

Wat maakt je job zo bijzonder?

“De adrenalinerush. Soms scheur je door weer en wind aan honderd kilometer per uur naar beneden, maar in welke weersomstandigheden ook, het beeld moet scherp blijven. In deze job leer je ook voortdurend bij, vaak door te experimenteren, verdere expertise uit te bouwen en te blijven innoveren.”

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

“De geweldige sfeer onder collega's bij wielervedstrijden: na al die jaren verstaan we elkaar door en door. Ik ben enorm dankbaar voor de kansen die VRT me heeft geboden. Wat ik het allerliefste doe, is meerdaagse wielervedstrijden vastleggen. Voor een aparte wedstrijd heb je specifieke beelden voor ogen die je graag wil vastleggen. Bij zulke meerdaagse evenementen krijg ik de kans om, op zoek naar dat perfecte shot, alles uit de camera te halen.”

Ga op stap

En laat je gidsen door VRT PodWalks



Dankzij onze smartphone hebben we de wereld op zak. Alles wat je wilt weten, kun je opzoeken. Maar soms is het handig dat je het op een dienblaadje gepresenteerd krijgt. Terwijl je aan het wandelen bent bijvoorbeeld, en graag wilt weten welke de mooiste route is en wat je nu precies allemaal ziet. Dankzij een innovatieve technologie hoef je nu zelf geen opzoekwerk te doen of te knoeien met een wandelkaart.

De VRT PodWalks-app gidst je op een gebruiksvriendelijke en laagdrempelige manier door de mooiste plekken van ons land. Kies een wandeling, steek je oortjes in en de app doet de rest. Op basis van je gps-locatie starten audiofragmenten precies op het juiste moment. Zo kun je zorgeloos wandelen terwijl een bekende Vlaming je de weg wijst én boeiende verhalen vertelt over de plaatsen waar je langskomt.

Op dit moment vind je in de app al tien *Dwars door de Lage Landen*-podwalks, waarin Arnout Hauben de route uitstippelt en je met historische weetjes bestookt. In de toekomst komen er nog heel wat andere wandelingen én gidsen bij. De VRT PodWalks-app is gemaakt in samenwerking met Toerisme Vlaanderen. Je downloadt hem gratis via de App Store of Google Play.

“Naast fysieke knooppunten verbindt VRT PodWalks ook verhalen en mensen. Met een eigen podwalks-app kan VRT de rijke geschiedenis en cultuur van Vlaanderen op een toegankelijke manier tot leven brengen, aangepast aan het ritme van de Vlaming zelf. We kijken ernaar uit om dit wandelconcept samen uit te breiden en ons huidige VRT-aanbod verder te verrijken met nieuwe technologieën en belevingen”

Lieven Vermaele, directeur Partnerships & Operations VRT

Ontdek onder andere ...

Kasteel van Leut in Maasmechelen

Verken een uniek stukje Belgische geschiedenis op het historische domein van Kasteel Vilain XIII. Stap binnen in een tijdperk vol intrige, romantiek en tragedie, terwijl je langs eeuwenoude gebouwen en door prachtige landschappen wandelt. Luister naar het verhaal van de adellijke familie Vilain XIII, hun glorieuze momenten en diepgaande tegenslagen.

Sint-Godelieveabdij in Brugge

Laat je raken door de ziel van Brugge tijdens een unieke reis door de historische stad. Ga mee naar verborgen parels zoals de Sint-Godelieveabdij, waar zusters in stilte werken. Luister naar verhalen over het middeleeuwse waterhuis en de rijke geschiedenis van handel en welvaart. Beleef de charme van het smalste straatje van de stad en de serene schoonheid van het Begijnhof.

Graventoren en getijdenmolen in Rupelmonde

Trek goede wandelschoenen aan en maak kennis met het leven van Gerardus Mercator, wereldberoemd cartograaf. Wandel langs het geboortehuis van de man en volg zijn jeugd langs de schilderachtige oevers van de Schelde. Bewonder onderweg de Graventoren en getijdenmolen, twee van de vele historische locaties die je passeert.

03 vertrouwen

“Fake news maken is goedkoop. Échte journalistiek vraagt tijd en geld”

Toomas Hendrik Ilves, voormalig president van Estland



42
Factchecken, de nieuwe dagelijkse kost

46
Regioverhalen om nooit te vergeten

48
Wat als kinderen geloven in Chinese zombies



Ellen Debackere en Nele Baeyens

Een dag op de VRT NWS-checkredactie

“Factchecken zit vaak in de details, maar de impact ervan is immens”

In tijden waar desinformatie en fake news alomtegenwoordig zijn, is informeren op een heldere, correcte en onderbouwde manier belangrijker dan ooit. Al sinds 2020 zet de factcheckredactie van VRT NWS volop in op het controleren of beweringen al dan niet juist zijn. Het factchecken van claims, beeldverificatie en het tegengaan van onlineoplichting zijn er dagelijkse kost. Een dag meelopen met de journalisten laat zien hoe groot de impact van hun werk is op de publieke opinie.

“Elke dag ziet er anders uit”, zegt coördinator en eindredacteur Luc Van Bakel. Hij stuurt een ploeg van een tiental VRT NWS-journalisten aan. Een relatief klein team, maar met grote ambities. “Een erg gevarieerde en uiteenlopende job”, klinkt het enthousiast. “We zitten elke dag samen met andere collega’s en diensten. Soms met mensen van VRT Innovatie, dan weer met collega’s van Radio 1 waarmee we een programma maken of met externe partners. Ieder heeft zijn eigen specialiteit. Het is inspirerend om constant met verschillende mensen samen te werken. Zo blijf je in een dynamische werksfeer zitten.” Het is de ambitie dat iedere journalist van VRT NWS een factchecker wordt, maar voor complexe onderzoeken is het gespecialiseerde kernteam broodnodig.

Per kanaal de juiste verpakking

Elke dag is anders, maar toch is de checkredactie constant met dezelfde materie bezig: nagaan of informatie en beweringen die bij VRT NWS binnenkomen correct en waarheidsgetrouw zijn. Deze factchecks worden nadien op verschillende kanalen ingezet voor uiteenlopende doelgroepen. Zo leveren Luc en zijn team inhoud aan voor het *VRT NWS Journaal*, de VRT NWS-website en -app, TikTok, Instagram, maar ook voor diverse radioprogramma’s. En zeker niet te vergeten de eigen podcast, *Het uur van de waarheid*.

“Per kanaal is het belangrijk om de boodschap op de juiste manier te verpakken”, vertelt Nele Baeyens, met haar 25 jaar de jongste in het team. Al speelt die leeftijd haar geen parten, integendeel. “Ik ben bijvoorbeeld meer mee met alle trends op sociale media. Ik weet wat er leeft bij de jongere doelgroep en kan zo onderwerpen aanreiken waar de rest van de redactie niet meteen aan denkt. Ik maak ook mee de vertaalslag richting onze posts op sociale media zoals TikToks en *explainers* op Instagram. Jongeren spreek je op een andere manier aan dan een iets ouder publiek.”

De meer klassieke berichtgeving, een item in het *VRT NWS Journaal* bijvoorbeeld, ligt in de ervaren handen van Tim Verheyden: “Ik sta onder andere in voor de items die op het televisiejournaal komen. Daar moet je in pakweg een minuut het hele verhaal zo helder mogelijk proberen uit te leggen. Dat is een uitdaging, maar het is belangrijk dat we ook complexe onderwerpen op een toegankelijke en eenvoudige manier kunnen uitleggen. We spelen alle factchecks die we doen uit op verschillende kanalen om een zo groot mogelijk bereik te hebben. Dat hoort bij onze publieke opdracht. Zoveel mogelijk Vlamingen informeren met correcte en waarheidsgetrouwe nieuwsfeiten.”

De ogen op scherp

9.30 uur: redactievergadering op de factcheckredactie. Het vaste team bespreekt wat er die dag op de planning staat. Luc Van Bakel: “Elke dag beginnen we met ons basisteam. Daar sluiten dan collega’s van andere afdelingen bij aan, naargelang de aard van het project. Dat kunnen grote internationale inspanningen zijn waar flink wat tijd overgaat en veel partijen bij betrokken zijn, zoals de Factcheckmarathon naar aanleiding van *KIES24*. Soms gaat het sneller, een factcheck over een VRT-gezicht waarvan de stem met AI werd nagemaakt bijvoorbeeld.”

10.15 uur: iedereen weet precies waarop te focussen. “We hebben allemaal onze eigen specialiteiten”, zegt Ellen Debackere. “Ik maak deel uit van de eerder klassieke factcheckjournalisten. Sommige collega’s zijn voortdurend bezig met data. Zij denken in cijfers en kunnen op basis daarvan een heel verhaal uit de doeken doen of claims weerleggen. Anderen maken vooral gebruik van OSINT-technieken (zie volgende pagina) voor hun onderzoek. En dan zijn er ook de collega’s die afwijken van de standaard onderzoeksmethodes

en zich gespecialiseerd hebben in het *dark web* (zie volgende pagina). Want ook daar zit een schat aan informatie die we niet over het hoofd mogen zien.”

Een van de minder voor de hand liggende toepassingen die de factcheckjournalisten soms gebruiken, is SunCalc. “Dat is een tool die op basis van de stand van de zon of de maan, en dus de schaduwen in een beeld, kan helpen om het tijdstip te bevestigen waarop een foto werd genomen”, verduidelijkt Ellen. “Of omgekeerd, als het tijdstip al gekend is, de richting waarin gefilmd of gefotografeerd werd. Dat kan een detail lijken, maar is het niet. Het heeft ons al vaak geholpen in het bevestigen of ontcrachten van bepaalde claims. Bij factchecken zit het vaak echt in de details. Wij zijn getraind om daarop te letten. De impact van die details kan heel groot zijn. Ze kunnen aantonen of een verhaal correct of vals is.”

Van Russische spionageschepen tot politieke zever in pakskes

12.30 uur: geen middagpauze voor enkele journalisten. Het team is druk bezig een claim te onderzoeken voor de Nederlandse collega’s van KRO-NCRV. Die kadert binnen een groot internationaal onderzoeksproject naar spionage van Russische vissersboten op de Noordzee. Ellen Debackere en Luc Van Bakel zijn van dichtbij betrokken. “We hebben aan het licht kunnen brengen dat een aantal Russische vissersschepen wellicht betrokken waren bij sabotage- en spionageactiviteiten in de Noordzee. Dit onderzoek deden we samen met factcheckers van de Finse en Duitse publieke omroep, en met onze Nederlandse collega’s van het onderzoeksprogramma *Pointer* (KRO-NCRV).”



Nele Baeyens, Ellen Debackere, Luc Van Bakel en Tim Verheyden

OSINT staat voor Open Source Intelligence, of het inzicht dat wordt verkregen door het verwerken en analyseren van openbare gegevensbronnen zoals radio en televisie, sociale media en websites. Deze bronnen leveren gegevens in audio-, beeld-, video- en tekstformaat. De meest gebruikte OSINT-toepassingen zijn onder andere: Google *reverse image search* (een omgekeerde zoekopdracht), Google Maps, Trint (een toepassing om video en audio uit vreemde talen te laten transcriberen en vertalen), maar denk ook aan YouTube of het raadplegen van openbare gegevens via officiële overheidsinstanties.

Het dark web is een deel van het internet dat niet toegankelijk is via standaard zoekmachines en browsers. In plaats daarvan moet je speciale software gebruiken, zoals Tor (The Onion Router), om toegang te krijgen.

Volgens Luc is het een wereldwijde trend om meer en meer in te zetten op factchecking. "We werken steeds vaker samen met onze buitenlandse omroepcollega's. BBC is hierin een grote speler, hun journalisten staan al zeer ver in factcheckonderzoek. Maar wij moeten als Vlaamse publieke omroep zeker niet onderdoen. Uiteraard is het voor bepaalde projecten vanzelfsprekend dat we aan de slag gaan met onze noorderburen. Zo deden we samen met onze Nederlandse collega's een onderzoek naar onlinehaatkanalen." Samenwerkingen die in de toekomst alleen maar zullen uitbreiden. "We gaan ernaar op zoek om een uniek verhaal te kunnen vertellen, naast de grote, internationale spelers. Desinformatie stopt niet aan landsgrenzen. Denk maar aan oorlogspropaganda of klimaatontkenners. Dat zijn per definitie internationale verhalen waarrond je kunt samenwerken."

15.00 uur: enkele 'snellere' checks worden afgehandeld. Hieraan wordt de hele dag gewerkt, tussen de grote verhalen door. Zo is de politieke factcheck een vaak terugkerend onderwerp van onderzoek. Wanneer politici twijfelachtige uitspraken doen, gaat de checkredactie op onderzoek. "In de eerste plaats proberen we te achterhalen welke bronnen er voor de uitspraken geraadpleegd werden", legt Ellen uit. "Afhankelijk daarvan gaan we verder onderzoeken en contacteren we onze eigen bronnen. Of we gaan voor een diepere analyse waarbij we de hulp inschakelen van academici gespecialiseerd in het onderwerp. Dat duurt dan wel langer, reken op een tot twee dagen."

Tot dashcambeelden toe

Beelden checken op betrouwbaarheid is op de factcheckredactie dagelijkse kost. Met de toename van *fake news*, neemt ook de beeldmanipulatie toe. Om na te gaan of bepaalde foto's en video's al dan niet genomen zijn op plaatsen en tijdstippen die geclaimd worden, maakt men vooral gebruik van de OSINT-technieken en moet het factcheckteam vaak creatief uit de hoek komen. Ellen: "Wanneer we nu bijvoorbeeld oorlogsbeelden binnenkrijgen uit Gaza, moeten we onze strategie lichtjes aanpassen. Daar is namelijk heel weinig Google Streetview om beeldlocaties te verifiëren. Wat we daar soms wel vinden zijn dashcambeelden van auto's die geüpload worden op YouTube. Hiermee kunnen we aan de slag om locaties te vergelijken."

Toch wordt beeldverificatie almaar moeilijker. Daar zit artificiële intelligentie voor iets tussen, voor de factcheckredactie zowel een zegen als een vloek. Enerzijds helpt de technologie om bepaalde claims sneller te checken, anderzijds zijn door AI-gemanipuleerde beelden, *deepfakes* bijvoorbeeld, moeilijker en moeilijker te onderscheiden van de rest. Toch ziet technologie-expert Tim Verheyden momenteel geen acuut gevaar in die specifieke technologie. "Ik klop op hout, maar op dit moment hebben we daar in België nog niet al te veel last mee. In de Verenigde Staten zie je het meer, omdat de AI-modellen verder gevorderd zijn in de Engelse taal. Nederlandstalige *deepfakes* zijn nu nog redelijk makkelijk te detecteren. Maar het is moeilijk te voorspellen hoe dat

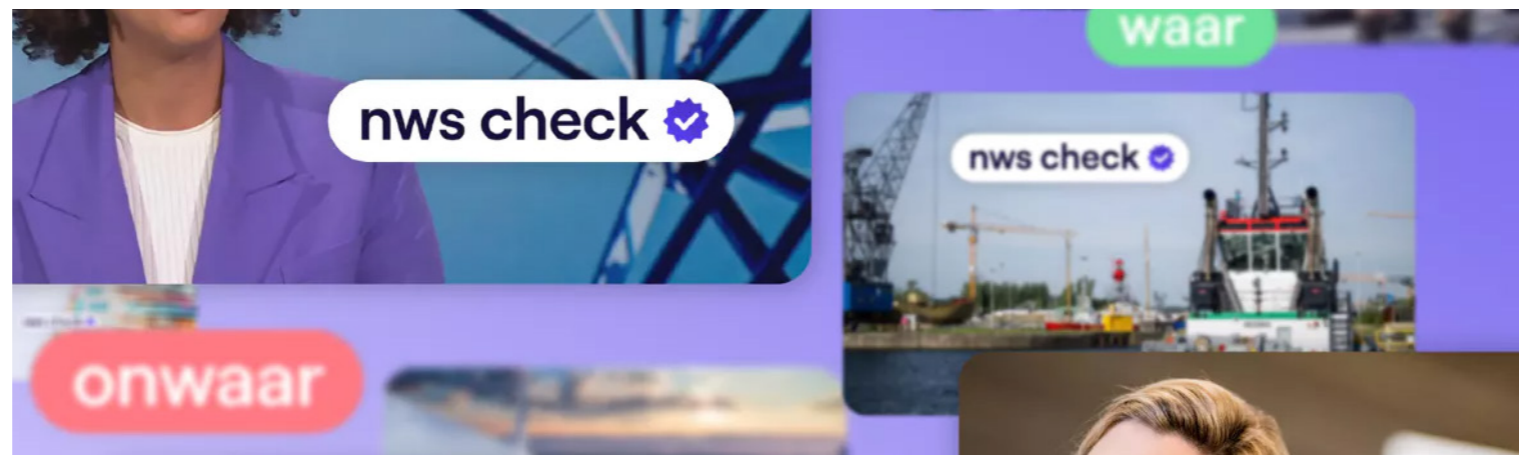
in de toekomst gaat evolueren. Alles gaat zo snel dat we bij wijze van spreken permanent de feiten achterna lopen."

16.15 uur: Tim controleert een aantal beelden. Op sociale media wordt hierover gezegd dat ze vervalst zijn met AI. Dat blijkt een toenemend probleem te zijn. Allerlei AI-beelden overspoelen sociale media en proberen zo mensen te lokken naar websites om hen op te lichten. Ook met zoekresultaten op browsers als Perplexity AI en Google zijn er moeilijkheden. "Als je AI gebruikt om antwoorden te zoeken, begint de technologie te hallucineren", legt Tim uit. "Zo heeft Google haar AI-gestuurde zoekmachine *on hold* gezet. Als je aan Google bijvoorbeeld vroeg hoe je een pizza moest maken, kreeg je de suggestie om lijm te gebruiken om alles goed bij elkaar te houden. En zo doken er plots honderden bizarre antwoorden op. De technologie is allesbehalve onfeilbaar. *Deepfake* is op dit moment dus geen groot issue, AI-gestuurde desinformatie in tekst en beeld is dat wel."

Internationale erkenning

17.50 uur: een goed gevulde werkdag loopt stilaan ten einde. Het team legt de laatste hand aan een item dat in het *VRT NWS Journaal* van 19.00 uur op antenne komt.

Dat factchecken een meer dan nuttige tool is tegen onlinemisleiding en VRT daar als publieke omroep een unieke rol in heeft, blijkt ook onderzoek van de VRT Studiedienst. Acht op tien Vlamingen maken zich zorgen over desinformatie. Heel wat mensen twijfelen aan het nieuws dat ze op sociale media tegenkomen. Het is aan VRT om die twijfel weg te nemen. De publieke omroep wil de Vlaming ook wapenen tegen de toenemende onlinecriminaliteit via *phishing*. "Dat doen we met kwalitatief hoogstaande factchecks die aan de strengste eisen voldoen", besluit Luc Van Bakel. "Onlangs kreeg VRT NWS al voor de tweede keer een internationale erkenning, eerst van het International Fact-Checking Network (IFCN), nu ook van het Europese broertje het European Fact-Checking Standards Network (EFCSN)."



"In een wereld waar het steeds moeilijker wordt om het onderscheid te maken tussen echt en *fake*, willen we met VRT NWS heel hard inzetten op uitspraken en cijfers checken, foto's en video's controleren. Het is van groot belang dat iedereen weet wat wel en niet kan geloofd worden. Voor VRT NWS is die zoektocht naar waarheid en betrouwbaarheid een van de belangrijkste uitdagingen voor de toekomst."

Liesbet Vrieleman, directeur Informatie

Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Helena Sollie. Zij zorgt ervoor dat zowel de website als de app van VRT NWS er *pico bello* uitzien, onder andere tijdens KIES24 met Ivan De Vadder.

Helena Sollie

UI-designer VRT NWS

Wat houdt je werk precies in?

"Als User Interface-designer ben ik verantwoordelijk voor het uiterlijk van de app en website van VRT NWS. Ik zorg bijvoorbeeld voor herkenbare navigatiepatronen in de digitale producten en pas optimale kleurcontrasten toe, zodat ook slechtzienden de informatie goed kunnen lezen. Samen met de User Experience-designer en sterke web- en app-ontwikkelaars vormen we een onmisbaar team dat nieuwe designs en functionaliteiten in de digitale nieuwsomgeving creëert. Het is ook mijn taak om goed te luisteren naar onze gebruikers, zodat we de app en website continu kunnen verbeteren."

Wat maakt je job zo bijzonder?

"Bij VRT NWS krijg ik veel vrijheid, zelfs binnen de grenzen van onze vaste huisstijl. Ik kan me twee dagen terugtrekken om creatieve concepten te ontwikkelen, of dat nu vanaf mijn bureau thuis is of in een leuke *coworking space*. De omgeving is belangrijk voor een designer: praten met mensen over je product maakt echt het verschil. Het leukste? Continu bijleren van zowel collega's als gebruikers!"

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

"Twee momenten springen eruit. De verkiezingen in juni waren voor mij een absoluut hoogtepunt. Tijdens KIES24 op verkiezingsdag kregen we een plaatsje naast de redactie om ervoor te zorgen dat alles in goede banen werd geleid bij het tonen van de eerste resultaten in de artikelen. AI was de begeleiding niet meteen nodig, want een goede voorbereiding zorgde voor een zeer vlot verloop. Het was fijn om eigen ideeën en concepten te zien verschijnen op televisie of op de website. De hele sfeer op de redactievloer is trouwens waanzinnig goed. Een ander hoogtepunt is ongetwijfeld de switch naar een nieuwe huisstijl voor VRT NWS. Het *branding* team van VRT gaf ons alle vrijheid om de nieuwe stijl toe te passen binnen onze digitale omgevingen. Het was mijn eerste grote opdracht, het deed deugd dat ik meteen zoveel vertrouwen kreeg."

Vlakbij, daar gebeurt het

'Margaux van de regio' deelt vijf verhalen die haar altijd zullen bijblijven

Regionale journalistiek heeft een unieke kracht: ze staat dicht bij de burger en brengt nieuws dat een directe invloed heeft op het dagelijks leven. Mensen voelen zich betrokken bij de plek waar ze wonen, waar ze vandaan komen of waar ze werken. Het aanbod op de diverse kanalen van VRT is groot en op maat van de kijker, luisteraar en surfer: goedgevulde regiopagina's in de app en op de website van VRT NWS, regionale nieuwsbulletins op Radio2 en natuurlijk: Margaux van de regio. Elke weekdag doorkruist Margaux Bogaert Vlaanderen en Brussel op zoek naar lokale verhalen. Die deelt ze in *Goeiemorgen morgen!*, de ochtendshow van Radio2. Dit zijn vijf momenten die ze nooit zal vergeten.

WEST-VLAANDEREN

Watersnood bij Geert in Lo-Reninge

"Begin november 2023 stond de Westhoek voor een groot deel blank. Het huis van luisteraar Geert uit Lo-Reninge leek een eiland in een zee van water. Apocalyptische tafereelen. Alles nat en kapot: van zijn parket en elektrische toestellen tot zijn kledij en unieke stripcollectie. Hij zou elk moment zijn huis moeten verlaten, niet wetend hoe hij het zou terugvinden. Toch bleef Geert niet bij de pakken zitten én slaagde er zelfs in positief te blijven: 'Hoe raar het ook klinkt, het uitzicht heeft iets heel idyllisch. Hier passeerden net nog enkele zwanen op het water.' Een man en een beeld die ik niet zal vergeten."



80 80-plussers bakken 80 taarten

"Bakkerij Sint-Anna uit Zottegem vierde in april 2024 haar 80e verjaardag. Bakker Bart is intussen derde generatie van de familiebakkerij en besloot om dat op een originele manier te vieren. Hij nodigde 80 80-plussers uit de gemeente uit om samen 80 taarten te maken. Heel veel 80 in één zin, maar wel ontzettend verbindend. Eén van de 80-jarigen, Jean, was enorm benieuwd om verloren gewaande kennissen terug te zien. De bakkerij installeerde ook een dj-set waar muziek uit hun jeugd werd gedraaid. Eén groot regionaal feest. Dat hoop ik als 80-jarige ook te mogen beleven!"

OOST-VLAANDEREN



VLAAMS-BRABANT

Gitaar gezocht en gevonden

"In maart 2024 deed Bert uit Geetbets in *Goeiemorgen morgen!* een oproep. Hij zocht de oorspronkelijke eigenaar van een gitaar die hij kocht op een veiling voor in beslag genomen goederen. 'Een muzikant zijn instrument afnemen, dat doe je niet', vond Bert. De oproep werd gretig gedeeld en de eigenaar werd gevonden. Dat bleek ene Kenny uit Bilzen te zijn. Een succesvolle ICT-ondernemer, die in één klap alles kwijtraakte door een foute zakelijke keuze. Kenny ging al maanden door de hel en kon zijn ogen niet geloven toen hij zijn gitaar voorbij zag komen op Radio2 en VRT NWS. Ik mocht erbij zijn toen Bert en Kenny afspraken om de gitaar terug thuis te brengen. De tranen vloeiden rijkelijk, want wat bleek? Kenny kocht de gitaar op zijn vijftiende nadat een van zijn beste vrienden slachtoffer werd van een zwaar ongeval. De vriend raakte verlamd en kon enkel nog drummen. Iedereen uit de vriendengroep kocht een instrument om samen met hem muziek te maken in een bandje. Een prachtig verhaal waar twee regio's samenkomen en waarvan je denkt: 'Oef, de wereld is toch zo slecht nog niet.'"



LIMBURG

Annie krijgt na 43 jaar haar postkaart in de bus

"In de categorie 'klein maar zeer fijn regionieus': Annie uit het Limburgse As. De vrouw wist niet wat haar overkwam toen ze onlangs haar brievenbus leegde. Daarin zat een postkaart die ze 43 jaar geleden vanop vakantie naar haar ouders stuurde. Ik dus naar As om het intussen bijna fossiele papier met eigen ogen te bekijken. De kaart werd wel degelijk in 1980 in Oostenrijk afgestempeld, maar raakte onderweg zoek. Het weerzien was een emotioneel moment voor Annie, want haar ouders waren ondertussen overleden. Samen met haar aan de keukentafel zitten en herinneringen ophalen aan die reis, ook dat is Margaux van de regio!"



ANTWERPEN

Schoonbroek On Air

"De inwoners van het kleine dorp Schoonbroek maakten samen tien dagen lang 'Radio SOA'. 'Huh?', was mijn eerste reactie. Maar Radio SOA stond hier voor 'RadioSchoonbroek On Air'. Het feestcomité wilde, naar aanleiding van de dertigste verjaardag van het jaarlijks dorpsfestival, iets speciaals op poten zetten en deed een oproep aan de inwoners om radio te maken. 73 enthousiastelingen meldden zich, met een gevarieerd zendschema tot gevolg. Moeder en dochter die babbelen over hun band, kleuters van het lokale schooltje die de microfoon overnemen, de *Schoonbroek top 100*, het yoga-uur en nog veel meer. Eén keer werd het zendschema uitzonderlijk onderbroken, om de liveportage in *Goeiemorgen morgen!* simultaan uit te zenden. Altijd ambiance in de Kempen."

Karrewiet brengt nieuws voor kinderen op een betrouwbare en behapbare manier, op Ketnet, VRT MAX en TikTok. Dat is broodnodig in tijden waarin *fake news* nooit veraf is. Bij **Karrewiet** komen kinderen zelf aan het woord en vertellen ze wat het nieuws met hen doet. “Zo weten andere kinderen dat ze niet alleen zijn met hun gevoel”, zegt journalist en host Jelle Mels.



Jelle Mels (Karrewiet) en Emma Bracke (Awel) over de impact van nieuws op kinderen

“We houden eerlijk, maar niets achter en zijn treden niet in detail”

In **Karrewiet** passeert soms heftig nieuws. Daarover praten is een manier om het te verwerken. Daarom verwijzen de makers jonge kijkers door naar **Awel**, de luisterlijn voor kinderen en jongeren. Via telefoon (op het nummer 102), mail, chat en een forum kunnen kinderen en jongeren gratis en anoniem praten over om het even wat hen bezighoudt. Een getrainde vrijwilliger luistert naar hen. “Bij Awel weten we dus zeer goed hoe het nieuws bij kinderen binnenkomt”, zegt adjunct-directeur Emma Bracke.

Hoe merken jullie dat een thema leeft bij kinderen?

Jelle: “De reporters van **Karrewiet** komen elke dag in de klas. Daar praten we met kinderen en polsen naar wat hen bezighoudt. Sinds enkele jaren krijgen we ook heel veel input via onze TikTok-account, waar we meer dan 350 000 volgers hebben. Die vragen of we over een bepaald onderwerp een video willen maken. Of ze hebben ergens iets gezien en willen polsen of dat klopt.”

Emma: “Soms laat een thema in het nieuws een grote indruk na. Dat merken we meteen aan de oproepen die we binnenkrijgen.”

Jelle: “We verwijzen vaak door naar Awel in onze uitzending. ‘Ben je geschrokken en wil je erover praten, doe dat dan met iemand die je vertrouwt. Kan dat niet, contacteer dan Awel.’”

Emma: “Jullie laten het ons ook weten als er ‘s avonds een gevoelig onderwerp op Ketnet aan bod komt. Zo kunnen wij ons voorbereiden. Als kinderen ons contacteren over nieuwsfeiten, dan vertellen ze vaak dat ze die hebben gezien in **Karrewiet** of in het algemene nieuws.”

Welke nieuwsfeiten hebben de afgelopen maanden veel kinderen beroerd?

Emma: “De meeste kinderen contacteren ons met dingen uit hun persoonlijke leven: ouders, vrienden, verliefdheid. Maar we kregen

ook veel reacties bij de eerste nieuwsberichten over de oorlog in Israël en Gaza en de Russische inval in Oekraïne. Raul, het jongetje dat in Gent vermoord werd teruggevonden, en de uitspraak in de zaak-Sanda Dia lieten kinderen ook achter met veel vragen. De aanslag op de Zweedse voetbalsupporters in Brussel had hetzelfde effect. Ook toen Prinsessia-actrice Désirée Viola in 2018 uit het leven was gestapt, ging het heel hard. Kinderen kenden haar en plots was ze overleden.”

Jelle: “Dat zijn ook de thema’s die wij op onze TikTok zien verschijnen. Het zijn nieuwsfeiten die kinderen bang maken of waarover ze veel vragen hebben.”

Hoe moet je met kinderen communiceren over nieuws?

Jelle: “Wij houden niets achter en zijn eerlijk, maar treden niet in detail. We geven de feiten kort en sec, zodat kinderen weten waar het over gaat. We leren hen omgaan met het nieuws. Het is normaal dat ze geschrokken zijn, maar het is belangrijk dat ze daar niet mee in hun maag blijven zitten. Kinderen kunnen hun gedachten verzetten door een tekening te maken, een boek te lezen of naar muziek te luisteren. We benadrukken altijd dat zulke feiten heel uitzonderlijk zijn, en dat het net daarom nieuwsfeiten zijn. En we geven ook de positieve aspecten mee: mensen die bloemen komen neerleggen of hulpdiensten die snel ter plaatse waren. Dat helpt

kinderen om ermee om te gaan en de feiten een plaats te geven.”

Emma: “**Karrewiet** is in die eerlijke, juiste en heldere informatie op maat keisterk. Van groot belang is ook de tijd die volwassenen achteraf vrij maken voor de vragen die kinderen hebben. Want als nieuws in hun hoofd blijft malen, wordt het nog groter. Ik snap dat er op school niet altijd tijd is om het uitgebreid over dat heftige nieuws te hebben. En soms kan dat ook thuis niet. Dan is het goed dat Awel er is.”

Jelle: “Wij zetten aan om over dat nieuws te praten. Dat doen we door zelf met kinderen te gaan spreken. Na de aanslag op de voetbalsupporters gingen we praten met kinderen uit de buurt die niet naar school konden. Wat deed dat nieuws met hen?”

Emma: “Dat jullie kinderen aan het woord laten, is heel belangrijk. We merken soms dat kinderen zich schamen omdat ze bang zijn voor de oorlog terwijl ze beseffen dat ze in België wonen. Dan is het goed dat ze weten dat ze niet alleen zijn met dat gevoel.”

Jelle: “In een aflevering kijken we trouwens niet alleen naar de ellende in de wereld. We brengen ook iets *keitofs*. Dat kan een nieuwe rage op de speelplaats zijn bijvoorbeeld, want dat is nieuws dat kinderen aanbelangt. We gaan er ook altijd op een vrolijke manier uit, want dat is de beste manier om kinderen niet met hard nieuws te laten zitten.”

Emma: “Dat doen wij ook in onze gesprekken! Op het einde van een zwaar gesprek vragen we wat een beller gaat doen als de telefoon

wordt opgelegd. Is er iets waarmee dat kind of die jongere zich kan ontspannen? Is dat bijvoorbeeld een film, dan praten we nog wat over die film. Of over de huisdieren.”

Jelle: “Kinderen pikken online ook veel *fake news* op waarover ze zich zorgen maken. Een virus in China waardoor mensen veranderen in zombies bijvoorbeeld. Je vraagt je af waar ze dat vandaan halen, maar ze zijn er echt oprecht bang voor.”

Kinderen halen inderdaad nieuws binnen via verschillende kanalen. Waarom moet ook de publieke omroep inzetten op nieuws voor kinderen?

Jelle: “*Karrewiet* is uniek. Het is het enige programma dat nieuws op maat van kinderen brengt. Alleen al daarom is het superbelangrijk dat VRT dit doet. Wij gaan echt met kinderen praten en geven hen dagelijks een stem. Dat zijn ook kinderen die anders nooit aan bod zouden komen. Kinderen volgen uiteraard veel nieuwsaccounts, maar bij ons komen ze om te checken of het ‘echt waar’ is. Dat zie ik ook in mijn persoonlijke inbox. Zijn ze bang, dan komen ze naar ons. En pas daarna kunnen ze slapen.”

Emma: “Dat jullie kinderen aan het woord laten, maakt het heel toegankelijk en begrijpelijk. Het gaat echt over hun leefwereld.”

Jelle: “Doordat kinderen andere kinderen horen praten, leren ze ook om hun mening te vormen. We laten verschillende meningen horen, kinderen leren dat het oké is dat iedereen er anders over denkt. *Karrewiet* is niet meer weg te denken uit het aanbod. We zijn bekend en betrouwbaar. In acht op de tien klassen kijken ze naar ons programma. Volwassenen die met kinderen werken, gaan na hoe *Karrewiet* praat over bepaalde nieuwsfeiten. Wij geven correcte info, zonder sensatie. Soms worden verhalen groter op de speelplaats of op TikTok. Daarom is het goed dat kinderen weten dat ze zeker mogen zijn als ze naar *Karrewiet* hebben gekeken. En voor jongeren is er *nws.nws.nws*, echt op hun maat.”



“Dat *Karrewiet* kinderen aan het woord laat, maakt het heel toegankelijk en begrijpelijk. Het gaat echt over hun leefwereld”

Emma Bracke, adjunct-directeur Awel

“Kinderen pikken online veel *fake news* op. Een virus in China waardoor mensen veranderen in zombies bijvoorbeeld. Ze zijn er oprecht bang voor”

Jelle Mels, anker en journalist *Karrewiet*

Hoe brengen jullie een thema als democratie in *Karrewiet*?

Jelle: “Kinderen en politiek, dat is een moeilijke combinatie. Ver weg van hun leefwereld, maar we willen het daar zeker over hebben. Politiek is gewoon overal en daarom maken we het op de meest eenvoudige manier behapbaar voor kinderen. We maken hen duidelijk dat verkiezingen belangrijk zijn omdat ons land een democratie is. Dit jaar hebben we *Karrewiet: effe Jelle belle(n)* bedacht, een programma waarin we op een luchtige en speelse manier over politiek praten. We hebben er bijvoorbeeld de democratie uitgelegd, hoe ons land eigenlijk in elkaar zit. Moeilijk! Maar we pasten het toe op de leefwereld van kinderen. We lieten hen een schoolreis organiseren op basis van verkiezingen. Iets wat ze veel sneller onthouden, maar ondertussen geven we hen wel de basisbeginselen van de democratie mee.”

“Onze job is vaak moeilijker dan nieuws brengen voor volwassenen. Over elk woord moet er worden nagedacht, want wij kunnen niet uitgaan van basiskennis. Van nul beginnen is de boodschap, altijd.”

Emma: “Het moet echt herkenbaar zijn voor kinderen. Als het onderwerp hen niet aanbelangt, vergeten ze snel.”

Heeft betrouwbare journalistiek aanbieden op jonge leeftijd een effect op langere termijn? Groeien kinderen uit tot bewustere burgers of kunnen ze beter omgaan met *fake news*?

Jelle: “Ja, zonder twijfel. Wij leren hen echt omgaan met nieuws. We nemen hen serieus, ook als het gaat om een zombievirus. Doordat ze ons vragen stellen, zijn kinderen eigenlijk al aan het factchecken. Ze weten dat ze niet alles moeten geloven en vragen het aan een betrouwbare bron. Dat is van onschatbare waarde in tijden waarin er zoveel bagger rondgaat.”

“Zes jaar geleden hebben we beslist om ook bij *Karrewiet* met schermgezichten te werken. Dat laat kinderen toe om letterlijk een gezicht op het nieuws te plakken. Een aanpak die heel goed uitdraaide. En omdat we er echt voor de kinderen zijn, maken we er bij *Karrewiet* ook een punt van om de commentaren op TikTok zoveel mogelijk te beantwoorden.”

Emma: “Jullie aanpak vergroot de betrokkenheid van kinderen en hun interesse in de wereld. Dat is ontzettend belangrijk, want door meningen van anderen te horen, zullen ze hun eigen mening meer durven uiten. En wanneer ze merken dat er met respect naar een mening wordt geluisterd, zullen ze zelf ook meer durven spreken.” “Kinderen komen bij Awel niet alleen met kommer en kwel. Er passeren gelukkig ook heel wat fijne onderwerpen de revue”, zegt Emma tot slot. Het brengt Jelle meteen op een idee: “Wij verwijzen nu naar jullie als het gaat over de problemen in de wereld. Maar evengoed kunnen we dat doen bij leuke onderwerpen zoals verliefd zijn. Dat ga ik onthouden!”

04 talent

“Talent hebben is één ding. Iemand vinden die het in je ziet en aanmoedigt, dat moet je overkomen”

Ish Ait Hamou, filmmaker en schrijver



52
Durf, voyeurisme en inzet

56
Van alle markten thuis: Tom Waes

60
En dan ben je plots een BV

62
De jeugd van tegenwoordig

66
Lokaal wordt internationaal dankzij New8

70
VRT Studio's op kruissnelheid

Een scheut durf, een snuijfje voyeurisme en veel inzet

De ingrediënten van het succesvolle *Knokke off*-recept

Er valt niet naast het succes van *Knokke off* te kijken. Het eerste seizoen, met Pommeliën Thijs in de hoofdrol, was in 2023 een ongezien succes op VRT MAX en VRT 1. Maar ook in Nederland en wereldwijd, via Netflix, gooide de reeks hoge ogen. Niet enkel bij jongvolwassenen voor wie het programma in de eerste plaats gemaakt was, maar bij kijkers van alle leeftijden. Een tweede seizoen is ondertussen in de maak. Scenarist Luk Wyns, muzieksamensteller Mounir Hathout en regisseur Laura Van Haecke geven een blik achter de schermen.

“Toen ik de afgewerkte afleveringen zag, wist ik dat dit een bom ging worden in Vlaanderen. Nederland vond ik moeilijker in te schatten, maar daar zorgde *Knokke off* haast voor massahysterie. Van het internationale succes via Netflix hadden we helemaal niet durven dromen! En toch. Je weet al snel dat het er los op zit. Elke dag keek ik de hitlijsten van Netflix na en *Knokke off* stond een hele tijd wereldwijd op de vijfde plek. Dat was een complete verrassing”, steekt Luk Wyns van wal. Hij schreef samen met Nele Vandael het scenario van het eerste seizoen en heeft intussen ook dat van seizoen 2 klaar.

Het basisidee voor *Knokke off* komt van producer Anthony Van Biervliet van productiehuis Dingie. “Hij had al een hele wereld in zijn hoofd met personages, setting, scènes ... Denk aan de sfeer van reeksen als *Big little lies*, *Euphoria* en *Succession*. Hij klopte bij me aan om het scenario te schrijven”, vertelt Luk. “Anthony houdt constant de vinger aan de pols en heeft een onwaarschijnlijke neus voor succes. Maar de volgende stap is dat je de mensen vindt die het verder kunnen uitwerken: de scenarist, de regisseur, de cast, de muzieksamensteller, enzovoort. Die mensen zijn een onderdeel van een groot netwerk. Al die schakels moeten even sterk zijn, maar ook daar heeft Anthony een neus voor: mensen zoeken die tot het uiterste willen gaan om van het project een succes te maken.”

Een van die schakels is Mounir Hathout van Sonhouse. Als muzieksamensteller zocht hij samen met Anthony, monteur Bart Cautaerts en Tom Goris, de regisseur van het eerste seizoen, de muziek die perfect bij de sfeer van *Knokke off* paste. “De soundtrack bestaat uit twee grote

componenten”, vertelt Mounir. “Ik ga op zoek naar een componist om een bepaalde identiteit aan een reeks te geven: instrumentale muziek die speciaal voor de serie wordt gemaakt, de ‘score’ in vaktermen. Voor *Knokke off* kwamen we uit bij Patricia Vanneste (artiestennaam: Sonar). Haar stijl past helemaal bij wat we zochten. Daarnaast zoek ik naar bestaande muziek, die past bij de sfeer én ons budget. Met ons viereen maakten we een moodboard op basis van het scenario en de eerste montages. We wilden een frisse en jonge uitstraling, de jongeren staan centraal in *Knokke off*. Maar toch ook iets neoklassieks, om het mondaine van *Knokke* te vatten en de reeks meer sérieux te geven. Het mocht af en toe dromerig zijn, die tieners leven nu eenmaal in een luxewereld. Maar zeker ook gedurfd en *edgy*, want dat is de reeks evengoed.”

Ziel vol littekens

Ook al spelen er heel wat gekende en geliefde acteurs mee in *Knokke off*, toch is de populariteit van de reeks niet alleen daaraan te danken, denkt Luk. “Pommeliën Thijs, Anna Drijver ... die namen kennen we in Vlaanderen en Nederland, en het valt niet te ontkennen dat zij en de andere leden van de cast hun rollen heel sterk vertolken. Maar ook in de rest van de wereld, waar men deze acteurs niet kent, slaat de reeks aan. Het zijn de personages die de kijkers aanspreken.”

Dat ziet ook Laura Van Haecke, regisseur van seizoen 2. Zij bekeek het eerste seizoen vorige zomer, toen ze nog niet betrokken was bij het project. “*Knokke off* viel echt op. Ik dacht: hier heb ik op zitten wachten als Vlaamse kijker. Het gaat snel, is niet te braafjes, er zit fijne humor en ook drama in, en het heeft cliffhangers die

Het zijn de personages die de kijkers aanspreken

het je onmogelijk maken om af te haken. Het liefdesverhaal trekt je binnen, maar daaronder zitten zoveel meer lagen. Ik vind het ook geweldig dat de reeks zowel jongeren als ouderen aanspreekt. Dat toont aan dat je die twee doelgroepen niet apart van elkaar hoeft te zien. De jongeren hebben dan wel de hoofdrollen, hun ouders spelen een belangrijke rol in hun leven en dus ook in de reeks.”

Knokke off bewijst ook dat je inhoudelijk bepaalde thema's voor jongeren niet moet schuwen. Laura: “De mentale gezondheid van Louise, gespeeld door Pommeliën Thijs, bijvoorbeeld. Een onderwerp dat nog veel meer aan bod mag komen in series. Ook het verhaal van Alex (rol van Willem De Schryver), die onderdrukt en eigenlijk zelfs mishandeld wordt door zijn vader, is een onderwerp dat niet vaak aan bod komt in Vlaamse fictie. Terwijl dit net duidelijk maakt waar het gedrag van die jongeren vandaan komt.”

Luk Wyns is het daar helemaal mee eens. “De rijke en elitaire jongelui lijken overall mee weg te komen. Pesten, feesten, drugs, seks. Maar als je dieper kijkt, wordt duidelijk dat hun ziel vol littekens staat. Ze zijn gekwetst. Dat zien in combinatie met luxe, schoonheid en rijkdom komt extra hard binnen. Tegelijkertijd biedt *Knokke off* een heel zonnig en luchtig decor aan de zee, dat doet wegdromen.”

Indie, strijkers en een big bad wolf

Ook lef is een belangrijk ingrediënt voor het succes van *Knokke off*. “Je kijkt naar fictie om te ontsnappen aan de grijsheid, de alledaagsheid. Extremen zien, dat doet iets met ons. Daarom vind ik het zo belangrijk om scènes als die met de *big bad wolf* erin te schrijven. Die feestscène is echt over de tongen gegaan. Ik vond dat het scenario voldoende gewaagd moest zijn. Soms moet je voorzichtigheid overboord gooien, omdat die je belet om grenzen te verleggen”, zegt Luk. Voor Laura valt die durf ook op. “Onverwachte scènes, niet te braaf ... dat maakt *Knokke off* verfrissend en vernieuwend in Vlaanderen. Je blijft kijken, omdat je benieuwd bent naar wat er nog zal komen.”

Die durf is ook een belangrijk onderdeel van de muziek, vindt Mounir. Dat merk je wanneer je de soundtrack van de reeks beluistert. “Het is niet omdat de reeks voor jongeren is gemaakt, dat we automatisch kozen voor Billie Eilish of Angèle, muziek die nu erg populair is bij die leeftijd.” Mounir vindt het net belangrijk om jongeren niet te onderschatten. “We kozen voor veel Belgische artiesten, vaak jonge muzikanten ook. Er is zo veel talent in ons land.” Ook de score, met veel strijkers, lijkt niet meteen aan te sluiten bij de muzieksmaak van jongeren. “We wisten op voorhand dat we voor de score gingen balanceren op de rand met pop- en indiemuziek. *Knokke off* kon de *sérieux* van strijkers absoluut gebruiken. Samen met muziek die nu gespeeld wordt, denk aan Glints, Sylvie Kreusch, Brutus, zorgde het voor een interessante combinatie. Door Patricia is dit alles mooi samengesmolten.”

Een persoonlijk muzikaal hoogtepunt noemt Mounir de song van Brutus, die bij de start van de laatste aflevering de dramatische scène van Louise in de zee versterkt. “Dat werkte ontzettend goed. Ook de muziek van The Haunted Youth past perfect bij de sfeer. Ik ben er zeker van dat de muziek een belangrijke rol heeft in het succes van de reeks. Het was al een erg goed verhaal, maar de muziek zette

“De muziek mocht af en toe dromerig zijn. Maar zeker ook gedurfd en edgy, want dat is de reeks ook”

Mounir Hathout, muzieksamensteller

sommige scènes nog veel meer kracht bij”, zegt Mounir. En omgekeerd deed de reeks kijkers bepaalde muziek misschien meer waarderen? “Als je een meeslepend verhaal hebt zoals bij *Knokke off*, dan staan kijkers voor heel veel muziek open”, beaamt Mounir. Mag hij al iets verklappen over de muziek in het tweede seizoen? “Hmm ... In een feestscène in het nieuwe seizoen zal iemand een cover zingen. Meer mag ik nog niet zeggen.” (lacht)

Binnengluren in een gesloten wereld

Regisseur Laura was niet zo vertrouwd met Knokke. Veel meer dan een plek waar ze een vakantiejob deed, was het niet. Toch ziet ze in die setting wel een deel van het succes: “De luxewereld uit *Knokke off* is een microsamenleving, die echter enorm veel bepaalt in onze maatschappij. Een wereld die we misschien wel kennen, maar waar we geen echte toegang toe hebben. Daar kunnen binnengluren boeit.”

Luk kent de wereld uit *Knokke off* wel heel goed. “Voor mij was de reeks een beetje thuiskomen. Ik ken de jeugd van Knokke van toen ik zelf jong was, want ik was bevriend met de jongens die er naartoe trokken. Ik was een kind van arbeiders, maar zat op school wel samen met de plaatselijke elite. Dat zorgde ervoor dat ik met andere ogen naar die wereld keek. Ik kwam bij hen thuis over de vloer en zij bij mij. Zo merkte ik al snel dat ook voor hen niet alles rozegeur en maneschijn was. Ik vertelde Anthony dat ik een dubbel gevoel heb bij de ‘rich kids’. *Knokke off* kwam als geroepen, want ik wilde al langer iets doen met die ervaringen. En je weet: een van de eerste regels voor een goed scenario is: *write what you know*, schrijf wat je kent. Je kunt dieper gaan en spelen met de wereld die je kent.”

Het geheime wapen

Momenteel vinden de opnames van het langverwachte tweede seizoen plaats. Geeft het enorme (internationale) succes meer stress bij de makers? Laura: “Toen Anthony me vroeg als regisseur voor het tweede seizoen, dacht ik: wow! Een zalige



aanbieding, al voelde ik in het begin wel een beetje druk. Zeker omdat ik zelf zo graag naar het eerste seizoen heb gekeken. Die druk ebde snel weg toen ik de geweldige eerste versies van de scenario's las en omringd werd door het leuke team. Ik kwam terecht in de kleine wereld die al gecreëerd was voor *Knokke off*, en alles loopt heel vlot. Het is de eerste keer dat ik zo hard geniet van het maakproces op set. Er hangt een heel goede energie en de acteurs leveren geweldig werk. Ze kennen hun rol intussen zeer goed.” Hoe moeilijk is het om een reeks over te nemen van een andere regisseur? “Dat valt goed mee,” zegt Laura. “De stijl van het eerste seizoen past zo goed bij *Knokke off*, dat ik die verder zet. Er zijn natuurlijk wel nieuwe personages en andere settings. Daarvoor ligt er nog geen blauwdruk van vorige keer, dus het is fijn om samen met de acteurs te onderzoeken hoe we hun rol kunnen zetten in de serie.”

Voor Luk ging het schrijven van seizoen 2 vlotter dan het eerste. “Je kent als scenarist de personages nog beter. De twijfel is weg en dat is een heerlijk gevoel. Door het succes is er meer zelfvertrouwen, maar langs de andere kant brengt het ook wel druk en faalangst met zich mee. Maar goed: het moet allemaal niet té makkelijk gaan, toch?” grinnikt hij.

En Luk heeft thuis natuurlijk een geheim wapen. Zijn scenario's test hij namelijk bij zijn tienerkinderen. “Mijn zeventienjarige dochter is de eerste lezer van mijn scenario's van *Knokke off*. Ik toets ze bij haar af zodat er geen 'boomeruitdrukkingen' inzitten. En om te horen wat ze het leukst vindt. En haar reactie is altijd heel duidelijk”, lacht hij.

“De rijke en elitaire jongelui lijken overal mee weg te komen. Pesten, feesten, drugs, seks. Maar als je dieper kijkt, zie je een ziel vol littekens”

Luk Wyns, scenarist



“De luxewereld uit *Knokke off* is een microsamenleving, waar we geen echte toegang toe hebben. Daar kunnen binnengluren boeit”

Laura Van Haecke, regisseur



“Een maker *pur sang*, die op alles wat hij doet een ‘Waes-laag’ legt”

Op zoek naar de ingrediënten van het succesrecept ‘Tom Waes’

Acteur, presentator, regisseur, beroepsduiker, eigenaar van een vaarbrevet, de snelste pizza-eter ter wereld, Tom Waes is het allemaal en meer. Ooit zou hij deelnemen aan *Steracteur Sterartiest*, maar uit tijdsgebrek ging dat niet door. Korte tijd later scoorde hij wel een *Zomerhit* met ‘*Dos Cervezas*’. Naast fotograferen en koken houdt Tom van pokersen, een spel dat hij volgens ingewijden ook steevast wint. Hij is een allemansvriend, een haatgroep over hem zul je op Facebook niet vinden. Wat maakt Tom Waes zo uniek in de Vlaamse mediawereld?

Manager Roland Keyaert neemt Tom Waes onder de vleugels na het eerste seizoen van *Tomtesterom*. Keyaert ziet talent en start onderhandelingen over de toekomst van zijn poulain met alle televisiezenders. Interesse is er overal, alleen wil niemand Tom exclusief aan zich binden. Tot productiehuis De Mensen zich aan een nieuw seizoen van *Tomtesterom* waagt, dat het nog veel beter doet dan de eerste reeks. En dan wil iedereen plots een stukje Waes.

“Nog geen jaar na onze afspraak met De Mensen, wou iedereen hem ‘tekenen’, vertelt Roland. “Tom is daar nooit op ingegaan en dat zegt al meteen veel over wie hij is. Loyaal, zowel aan VRT als aan het productiehuis, maar ook aan de mensen met wie hij ondertussen al vele jaren samenwerkt. Enerzijds omdat hij hen kent, vertrouwt en weet dat zij de lat ook voor zichzelf hoog leggen. Ze begrijpen perfect wat hij wil. Anderzijds vindt hij het belangrijk dat die mensen werkzekerheid hebben.”

Geen ‘geschoolde’ acteur

Die loyaliteit herkent Pieter Van Huyck, hoofd contentstrategie bij De Mensen, ook. “Tom is een attente, lieve man”, zegt hij. “Hij is zorgzaam voor zijn ploeg, je kunt altijd op hem rekenen. Hij komt steevast op tijd, soms zelfs eerderlijk te vroeg. En hij is telkens goed voorbereid. Dat lijkt misschien vanzelfsprekend, maar dat is het vaak niet.”

Het is Van Huyck die hem een rol aanbiedt in de VRT 1-fictiereeks *Undercover*. “Sommigen vonden dat gek. Tom is

inderdaad geen ‘geschoolde’ acteur, maar wij waren nooit vergeten hoe goed hij speelde in *Het geslacht De Pauw*. Toen we bij De Mensen een fictieafdeling wilden uitbouwen, stond een project voor Tom meteen bovenaan de lijst. Vele ideeën passeerden de revue, maar bij *Undercover* voelde iedereen meteen: dit is het. Hijzelf op kop. Het is altijd een risico om een bekend figuur als acteur iemand anders te laten spelen. Maar Tom besefte dat, hij was de laatste om te denken dat het *in the pocket* was. Dat motiveerde hem om nóg meer zijn best te doen. Om op de set te stelen met zijn ogen en te leren van anderen. En daar is hij met brio in geslaagd.”

“Laat die gast iets doen, en hij kan het”, daar is zijn manager Roland van overtuigd. “Neemt hij een single op, dan wordt die een hit. Geef hem een rol in een fictiereeks en dat *marcheert*. Laat hem tussenkomen in een verkiezingsprogramma en hij vindt het juiste ritme. Tom is multigetalenteerd”, zegt Roland Keyaert. Alles wat Tom aanraakt, lijkt in goud te veranderen. “Niet alles”, zegt Sara De Gols, hoofd van de niet-gescripte programma’s bij De Mensen. “Ik begon mijn carrière op de redactie van een programma dat we nooit nog met naam zouden noemen. (*lacht*) *The One Man Show* was een laatavondquiz op VRT 1 met Tom als quizmaster. Een fijne productie, een goede sfeer, maar die rol ging hem niet goed af.”

De stoere Tom breekt

Bij avontuurlijke programma’s, zoals *Reizen Waes*, *Kamp Waes* of de Ketnet-serie *De blacklist*, is Sara vaak het eerste contact



van Tom. Zij heeft hem ook onder druk gezet voor het nieuwe najaarsprogramma op VRT 1, *Kalm Waes*. Daarvoor trekt de televisiemaker zich vrijwillig tien dagen moederziel alleen terug in een cabine in de bossen. Zonder contact met de buitenwereld én zonder te weten hoelang het experiment gaat duren.

“Onderwerpen zoals stress en onthaasten hangen in de lucht”, legt Sara uit. “Tom is een heel ongeduldige man, om het met een understatement te zeggen. Hij jaagt zich ook snel op. Een programma over de zoektocht naar balans zou vuurwerk geven. Toen ik Tom de vraag stelde, keek hij raar op. Want hij moest ons blindelings vertrouwen, dat was de absolute voorwaarde. Ik weet dat hij gek wordt van het idee geen controle te hebben, maar hij heeft toch ‘ja’ gezegd.”

Manager Roland Keyaert had er aanvankelijk geen vertrouwen in. “Wat krijgen we nu, was mijn eerste gedachte. Maar ik ben bijgedraaid. In *Kalm Waes* krijgen we een totaal andere Tom te zien. De stoere Tom breekt er zelfs een paar keer. In die cabine is hij echt tot rust gekomen. En ik voel dat het zijn leven heeft veranderd.”

Volgens Sara kan zo’n programma alleen maar slagen dankzij de jarenlange samenwerking. “Ik wéét dat het voor hem bijvoorbeeld niet te zweverig mocht worden. Maar als Tom voelt dat het goed zit, dan smijt hij zich, zonder filter. Hij kopt dan binnen wat wij hebben voorbereid. Een maker pur sang, die er zijn Waes-laag oplegt.” Dat verklaart bijvoorbeeld ook het succes van een *Tomtesterom*. “Tom Waes is een dankbaar geschenk. Je weet snel of hij iets ziet zitten of niet. We proberen ondertussen al jaren om dat format aan het buitenland te verkopen, maar geen enkele zender vindt die ene zot die alle proeven wil doen”, lacht Sara.

Hij slaapt overal

Jesse Fabré is al jaren de vaste eindredacteur van Tom Waes én de auteur van ‘*Dos Cervezas*’. “Voor *Reizen Waes* schuift Tom altijd aan bij de brainstorm over de gekke plekken die we kunnen aandoen. Ook de proeven voor *Tomtesterom* gebeurden altijd in overleg. Maar eens de knoop is doorgehakt, vertrouwt hij op de mensen die hem begeleiden. Of dat nu was om El Capitan in Yosemite National Park te beklimmen, of de Marathon des Sables in de woestijn van Marokko te lopen. In dit soort producties moet je als ploeg weten wat je aan elkaar hebt, een half woord moet voldoende zijn om elkaar te verstaan. Anders is het einde zoek. Denk aan *Kamp Waes*, waar we vaak tien dagen op rij

draaien. De crew kan elkaar afwisselen, maar Tom moet altijd stand-by zijn. Hij weet dat hij niet moeilijk kan doen over werkuren, er is geen callsheet. Al heeft hij wel een grote troef achter de hand: leg hem waar dan ook neer en hij slaapt.”

In *Het verhaal van Vlaanderen* voert Tom het woord, maar het was Jesse die de teksten schreef en zich drie jaar verdiepte in geschiedenisboeken. “Het idee om zo’n programma te laten presenteren door een grote naam die niet per se iets heeft met geschiedenis, bleek een voltreffer. Tom kan zeer onbevangen over iets vertellen, en dat was nodig voor dit programma. Dankzij Tom heb ik zelf al veel uiteenlopende dingen kunnen doen. En ja, ik kan al een beetje in zijn plaats denken. (lacht) Ik hoef geen honderd ideeën meer te pitchen, ik kan op voorhand vrij goed inschatten wat hij eruit zal pikken.”

Sturm und drang

Een recent, verrassend project was *Eerste keus*, waarin Tom samen met VRT NWS-journalist Pieterjan De Smedt uitzoekt wie de jonge mensen zijn die dit jaar voor het eerst naar de stembus trokken. “Wat Tom typeert, is *sturm und drang* én betrokkenheid”, zegt eindredacteur Maarten Boone. “Het moet vooruitgaan, hij is een man met een mening en hij stáát ergens voor. In die zin hoeft het dus helemaal niet te verbazen dat hij zich goed voelde in de politieke arena.”

Eerst keus was geen evidente keuze. “Het is iets wat erbij kwam”, zegt Pieter Van Huyck. “Wij wilden dat graag maken, Tom ook. Maar eigenlijk was hij op dat moment aan het draaien voor een nieuw seizoen *Reizen Waes*. Het was een project waar met veel parameters rekening moest worden gehouden. De agenda’s van de deelnemende toppolitici en die van Tom, de beschikbaarheden van scholen, de goede samenwerking met VRT NWS: het was best een moeilijke en pittige puzzel. Maar opnieuw heeft Tom zich fenomenaal ingewerkt. Dat zag je misschien niet altijd op tv, maar het is wel de essentiële basis van goede televisie.”

“Wat ook helpt is dat Tom niet elke dag op tv komt”, voegt Pieter nog toe. “Hij doet veel, maar hij toont zich telkens op verschillende manieren en dat zorgt ervoor dat het altijd fris en leuk blijft.”

Hardst werkende BV

Lief, hyperloyaal, voorbereid. Iedereen die ooit met Tom Waes heeft gewerkt, is het daarover eens. “Het fijne aan samenwerken met hem is dat hij gepassioneerd is door de

projecten die hij doet. Die bezieling weet hij als geen ander over te brengen”, zegt Robin De Veen, communicatieverantwoordelijke bij VRT 1. “Tom is daarnaast een ontzettend harde werker. En dus is het soms zoeken naar vrije data in zijn agenda voor een promomoment. (lacht) Maar dat gepuzzel compenseert hij altijd ruimschoots met zijn tomeloos enthousiasme.”

Kamp Waes en *Eerste keus* kregen we ondertussen te zien. Tussen de opnames van dat tweede programma door draaide Tom het tiende seizoen van *Reizen Waes* en het nieuwe *Kalm Waes*. Na de zomer staat hij op de set van *Badgast*, een nieuwe Nederlandstalige fictiereeks. “Tom Waes is de hardst werkende mens in de sector”, besluit manager Roland Keyaert. “Volgens mij zijn er wel tweehonderd nachten per jaar dat hij niet in zijn eigen bed slaapt. Mocht ik uitrekenen hoeveel uren hij aan de slag is en wat hij daarvoor betaald krijgt, dan zou ik moeten besluiten dat ik slecht onderhandeld heb. (lacht) En ja, het gebeurt dat er lucratieve aanbiedingen van andere zenders komen. Maar dan heb ik aan één blik genoeg om te weten: hij gaat dat niet doen. Want behalve loyaal is Tom ook een heel erkentelijke man. Naar iedereen.”

“Hij komt steevast op tijd, soms zelfs eerderlijk te vroeg”

Pieter Van Huyck, hoofd contentstrategie De Mensen



Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Princela Boatey. Voor *De droomfabriek* liet ze bekende gezichten, zoals Jacotte Brokken, met de hulp van teddybeertjes het programma op een creatieve manier promoten.

Princela Boatey

Influencer specialist en digital marketeer

Wat houdt je werk precies in?

“Sinds maart 2023 zet VRT in op influencermarketing, een strategie waarbij we samenwerken met influencers om via sociale media specifieke – en soms moeilijk bereikbare – doelgroepen aan te spreken en warm te maken voor een nieuw project of programma. Een influencerscampagne die me heel hard blijft, was die voor *Challas en de kost*. In de reeks dompelen jongeren zich onder in de cultuur en het leven van hun (voor)ouders in Marokko. Om dit programma onder de aandacht te brengen van een jong publiek, schakelden we onder andere influencers in die ‘Get Ready With Me’-video's op TikTok maakten. In de video's babbelen ze over hun Marokkaanse roots terwijl ze zich klaarmaken voor hun dag. Tegelijkertijd vermelden ze op een subtiele manier het nieuwe VRT MAX-programma in hun video's. Een heel persoonlijke aanpak die niet commercieel aanvoelt, omdat de video perfect past bij de stijl van de influencer.”

Wat maakt je job zo bijzonder?

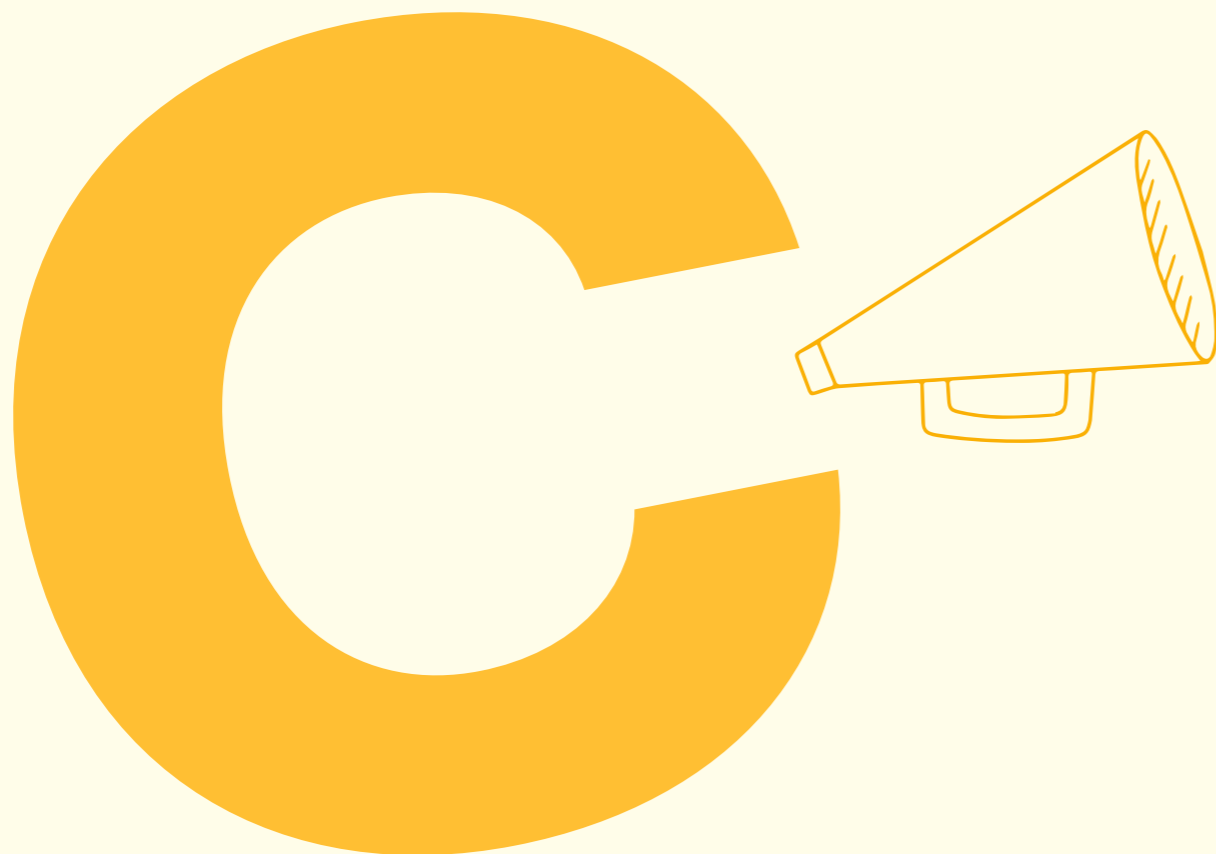
“Ik vind het geweldig om jonge, opkomende onlinetalenten kansen te bieden bij VRT. Hun enthousiasme en dankbaarheid om mee te werken aan een campagne is echt fijn om te zien. Ik help ook graag mensen met een migratieachtergrond om hun invloed binnen de mediawereld te vergroten. Dit geeft me veel voldoening. We streven ernaar om steeds nieuwe gezichten te introduceren, zodat zowel gevestigde als minder bekende talenten in campagnes opduiken.”

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

“Wat ik niet snel zal vergeten, is de influencerscampagne voor *De droomfabriek*. Het begon allemaal met een gezellige uitstap naar Ikea met influencers Timon Verbeeck en Elias Verwilt. Nadat we eerst genoten van Zweedse ballekes, mochten zij overnachten in de set van *De droomfabriek*. Dat leverde hele leuke beelden op. Voor deze influencerscampagne stuurden we ook beertjes naar influencers en bekende gezichten, in de hoop dat ze hiermee leuke foto's zouden maken voor op sociale media.”

“Als hij voelt dat het goed zit, smijt hij zich, zonder filter. Tom Waes is een dankbaar geschenk”

Sara De Gols, hoofd niet-gescripte programma's De Mensen



Kijkcijferkanon #LikeMe liet onder meer Pommeliën Thijs, Camille Dhont en Francisco Schuster op de wereld los. En ze kwamen van de ene dag op de andere in de schijnwerpers te staan. Hoe begeleidt de publieke omroep dat jonge talent? Hoe worden zij klaargestoomd voor een rol in een programma én de media-aandacht die daarmee gepaard gaat? Coaching blijkt het codewoord.

Coaching, of het nu spel-, camera-, dans-, zang-, taal- of mediatraining betreft, gebeurt door VRT én de productiehuisen. Hoe het er achter de schermen aan toegaat bij #LikeMe, een coproductie tussen VRT/Ketnet en FABRIC MAGIC, is daar een mooi voorbeeld van. Na vier succesvolle seizoenen krijgt het programma een vervolg. De cast en het universum zijn nieuw, de intensieve begeleiding van het jonge talent blijft onveranderd.

Vanuit VRT is begeleiding er altijd geweest, al gebeurde dat vroeger vooral bij talentenjachten, waar naast een zang- en danscoach bijvoorbeeld ook een psycholoog werd ingeschakeld. "Sinds #LikeMe hebben we dat ook doorgetrokken naar onze fictiereeksen", zegt Annemie

Gulickx, netmanager van Ketnet. "Het grote succes van #LikeMe overtrof onze stoutste verwachtingen. De impact ervan op de jonge levens van de acteurs is groot. Het gaat hier over zestienjarigen die volop aan het puberen zijn en dan is het aan ons om hen zo goed mogelijk te omringen en ondersteunen."

VRT en het productiehuis vullen die ondersteuning op diverse manieren in. "Dat gaat van praktische zaken, een contract begrijpen of een callsheet lezen, tot bijvoorbeeld effectieve coaching op het vlak van dans en spel", legt Annemie uit. "Bij Ketnet hechten we er ook veel belang aan dat er Standaardnederlands wordt gesproken, dus is het logisch dat we een taalcoach inschakelen." In het geval van #LikeMe komt daar nog meer bij kijken dan voor andere fictiereeksen, vertelt Annemie. "Het moest onze eerste Disney-achtige reeks worden. Glitter en glamour, alles erop en eraan. Dat vraagt wat extra sturing."

Klara-presentator Ella Michiels is taalcoach bij VRT: "Sommige mensen begeleid ik bij het behalen van hun stemtest voor de radio, anderen in het zo naturel mogelijk spelen van een scène in het Standaardnederlands." Dat is het geval bij #LikeMe. "Wanneer je in een serie bijvoorbeeld met 'jij' en 'je' moet

praten, ontstaat er bij veel acteurs al snel het gevaar dat het zeer afgelezen klinkt. Het is aan mij om hen te helpen om hun tekst zo vlot en naturel mogelijk te brengen. Bij andere castleden moet ik dan weer heel fel de hardnekkige klanken van het West-Vlaams of het Antwerps wegwerken."

Omgaan met druk

Het vraagt heel wat van jonge artiesten als ze plots in de mediawereld terechtkomen en daarom voorziet VRT ook psychologische begeleiding. "In eerste instantie komt de psycholoog langs voor een groepsgesprek, want het is niet evident om voor het eerst plots in een grote productie terecht te komen", legt Annemie Gulickx uit. "Als jonge acteur beland je tussen andere acteurs en een hele crew. Daarbij is het niet altijd makkelijk om te weten hoe je je tot al die

"In de schijnwerpers komen te staan, is overweldigend voor jongeren"

Elise Vandevenne, mediacoach VRT



En dan ben je plots een BV ...

Coaching is cruciaal in de begeleiding van jong talent

BV ...

mensen moet verhouden. De psycholoog begeleidt de jongeren daarbij in groep én individueel. Ze kunnen er met alles terecht. Daarom is het belangrijk dat die persoon iemand is die extern wordt aangenomen." Een bewuste keuze, zodat de psychologen zich in alle vrijheid en neutraliteit, en ook in het kader van hun beroepsgeheim, volledig kunnen focussen op de betrokken kinderen. Ketnet zet vier externe psychologen in bij diverse projecten, zowel fictie als non-fictie. Die zijn tijdens de opnames, maar zeker ook in de periode van uitzending bereikbaar voor de kinderen en hun naasten.

Als je als tiener in de media komt, weet je anno 2024 dat er over je gepraat zal worden op sociale media. "Kinderen zijn het mooiste publiek ter wereld", stelt Annemie. "Ze geven heel veel liefde en als ze iets niet goed vinden, zeggen ze dat ook. Maar in het geval van bijvoorbeeld #LikeMe krijg je de aandacht van een veel groter publiek. En dat is iets waar we onze acteurs zeer goed op voorbereiden."

Omgaan met die druk op sociale media, omgaan met journalisten ... communicatiespecialist bij VRT Elise Vandevenne weet er alles over. Samen met het productiehuis coacht zij de jonge castleden: "Het gaat hier over jonge mensen, die compleet onbekend zijn en plots in de schijnwerpers komen te staan. Er is de interesse van de pers in zowel hun professionele als privéleven. En van de ene dag op de andere krijgen ze 20 000 volgzorzoekers op hun sociale media. Dat is overweldigend en wij proberen hen daar op voorhand op voor te bereiden. We doen bijvoorbeeld een screening van hun sociale media en bespreken met hen hoe je een interview best aanpakt. We staan hen bij tijdens interviews en zijn altijd beschikbaar voor vragen of bezorgdheden, of het nu wat slechter gaat of net heel goed."

Nieuw verhaal, nieuwe cast, zelfde aanpak

Thomas Van Goethem, bedenker van #LikeMe en zaakvoerder van FABRIC MAGIC, werkt aan een nieuwe #LikeMe-reeks: "De zoektocht naar een nieuw verhaal en een nieuwe cast is nooit gemakkelijk, zeker niet voor die doelgroep. Het is daarom geweldig dat we van VRT alle ruimte en tijd kregen om het castingproces opnieuw op een grondige manier aan te pakken." Thomas acteerde vroeger zelf in verschillende jeugdreeksen en is dus goed geplaatst om de evolutie te zien. "Als jonge acteur ondergingen wij vroeger zonder enige waarschuwing alles wat er op je afkwam zodra je met je gezicht op televisie verscheen. Nu stellen we alles in het werk om onze acteurs doorheen het hele traject intensief te begeleiden."

De gezamenlijke, intensieve coaching en talentbegeleiding heeft niet alleen een

grote impact op de gezichten, maar creëert ook een mooie band tussen de zender, het productiehuis en de artiesten. "Er is een groot vertrouwen tussen het volledige team achter de schermen en de castleden, dat is heel belangrijk", zegt taalcoach Ella Michiels. "Op die manier slagen we erin om die jonge, gemotiveerde talenten zelfvertrouwen te geven in het uitoefenen van hun job. En dat is bijzonder fijn."

Die voldoening is wederzijds. Het grote succes van #LikeMe en de carrières van bijvoorbeeld Pommeliën Thijs, Camille Dhont en Francisco Schuster zorgen bij de coaches voor een grote tevredenheid. Mediacoach Elise Vandevenne: "Zien dat ze nu hun mannetje staan in de media en zoveel succes hebben, maakt je trots. Je hebt echt het gevoel dat je je steentje bijdraagt. Ik kom velen van hen nog vaak tegen in de wandelgangen bij VRT en dan is het altijd fijn te merken dat ze dankbaar zijn voor alles wat we voor hen hebben gedaan."



Acteur Pieter Vreys op de set van #LikeMe



“Video is the way to go”

“De jeugd van tegenwoordig?”

Mercedes Vandenbroucke

Content creator sociale media Sporza

Met haar eindwerk ‘Waarom er geen vrouwen in de Formule 1 rijden’ trok Mercedes Vandenbroucke in 2021 de aandacht van VRT.

“Ik ben van kinds af aan geïnteresseerd in sport. Mijn studiekeuze was snel gemaakt: International Communication and Media, gevolgd door Videojournalistiek met de optie Sport. Tijdens mijn studies kon ik al wat media-ervaring opdoen via mijn stages. In 2021 werd ik opgepikt door VRT op basis van mijn eindwerk, waarin ik onderzoekte waarom er geen vrouwen in de Formule 1 rijden. Sinds begin 2024 ben ik vast aan de slag bij Sporza. De sportwereld waarin ik werk, is over het algemeen nog steeds een door mannen gedomineerde omgeving. Dat maakt het voor mij net iets uitdagender, maar tegelijk vind ik het boeiend en leuk om in redactievergaderingen de vrouwelijke stem te kunnen zijn.”

“Voor Sporza creëer ik vanuit een unieke invalshoek aanbod voor hun sociale media, zowel voor als achter de schermen. Ik zie vaak andere insteken voor verhalen, dan mannen. Het Sporza-team staat daar volledig voor open en dat zorgt voor een interessante dynamiek op de redactie.”

“Ik ben best wel chaotisch en dat is soms te zien aan de inhoud die ik maak. Al zit daar volgens mij ook een zekere sterkte in. Jongeren van vandaag willen een aanbod dat *real* is, maar met een persoonlijke *touch*. Ik doe me in een video niet anders voor dan hoe ik in het echt ben. Die authenticiteit is belangrijk. Daarnaast merk ik ook dat de jeugd alles snel en *to the point* wil. Rond de pot draaien is niet aan de orde. Het moet er vanaf de eerste nanoseconde *boenk* op zitten, anders swipen of scrollen ze gewoon verder. En ja, video is *the way to go*.”

“Bij VRT krijg ik de kans om in samenwerking met een geweldig team voluit voor creativiteit te gaan. Ik word goed omringd door collega's wiens taak het is om creatief te zijn en anderen uit te dagen om creatiever na te denken. Het beleid van de sociale media bij VRT is enorm vooruitstrevend. Ik ben dan ook super trots om voor de publieke omroep te werken. Ik krijg op jonge leeftijd veel vertrouwen en op mijn beurt probeer ik zo goed mogelijk mijn steentje bij te dragen.”

“Als jonge maker in de *spotlights* komen op een kanaal als Sporza, brengt wel stress met zich mee, maar ik ervaar dat niet als iets negatiefs. Net omdat ik daarin zeer goed begeleid word. Je emoties wegsteken of onderdrukken is het allerergste wat je kunt doen. En als het dan toch eens misgaat, is dat maar zo. Dan leer je uit je fouten.”

Watskeburt?! met de jeugd van tegenwoordig? Zitten jongeren enkel op TikTok en hebben ze de *attention span* van een goudvis (ongeveer negen seconden)? Ze hebben alleszins geen nood aan *cringy* inhoud die rond de pot draait, noch aan makers die niet *real* zijn met hun publiek. Dat vertellen jonge VRT-makers Mercedes Vandenbroucke (23), Chris Sugira (31) en Margaux Amant (23).

Die weet wat ze wil”

Chris Sugira

Financieel en economisch expert
Radio2 WinWin, MNM en nws.nws.nws

Jongeren adviseren over geld, bij de bank investeringsfondsen onderzoeken en dj'en, Chris Sugira doet het allemaal.

"In 2013 deed ik als Masai mee aan *MNM Start To DJ*. Dat was mijn eerste kennismaking met VRT, zeer aangenaam en leerrijk. Het bood me ook de kans om op de hoogte te blijven van VRT-initiatieven waardoor ik na enige tijd op de economische redactie van VRT NWS terechtkwam voor een diversiteitsstage. Ik had totaal geen journalistieke achtergrond, maar wel een grote interesse in alles wat met economie te maken heeft. Ik werkte een hele tijd voor *De markt*, een programma dat duiding

geeft bij de economische actualiteit en sinds 2024 ben ik aan de slag als financieel en economisch expert bij het Radio2-programma *WinWin*. Daarnaast maak ik ook verhalen voor MNM en hoor je mij, samen met Charlotte Sieben, in de podcast *Money time*. Die kun je zowel in audio beluisteren als in video bekijken op VRT MAX, elke dinsdag een nieuwe aflevering. We vertellen je wat je maar moet weten over geld. Dit alles combineer ik met een job als analist bij Belfus Asset Management."

"Mijn doel is simpel: economie eenvoudig en verstaanbaar uitleggen aan jongeren, op een manier zoals je met je vrienden op café praat. Daarnaast wil hen tools en bronnen aanreiken zodat ze zelf aan de slag kunnen gaan en zich verder verdiepen. Ik ben van arme komaf en heb moeten knokken voor waar ik nu sta. Daaruit heb ik vooral geleerd dat kennis opdoen van onschatbare waarde

is. Kennisbronnen zijn er in overvloed. Er komt dagelijks een tsunami aan informatie op ons af. Maar het is een kwestie van die informatie zo goed mogelijk te verwerken en daar wil ik de jeugd bij helpen. Mijn droom is de Michaël Van Droogenbroeck van de jongeren te worden." (*lacht*)

"Maar mijn ultieme wens is om met VRT een laagdrempelig economiefestival te organiseren. Een plek waar jongeren samenkomen om op een leuke manier van alles te leren over economie. Met de nodige randanimatie en muziek in een juiste sfeer. Economie belangt iedereen aan. Dat is de boodschap die ik wil meegeven. Over het algemeen heerst de gedachte dat jongeren vandaag de dag niet zo erg bezig zijn met economie. Maar dat klopt niet. Iedereen die deelneemt aan onze maatschappij is er op een manier bij betrokken. Bovendien zie ik dat de jongeren vandaag de dag ondernemender zijn dan ooit."

"Jongeren bereik je door in te spelen op wat *hot and happening* is in hun leefwereld. Zelf pik ik graag in op actuele gebeurtenissen waarvan ik weet dat ze leven bij de jeugd. Vakantiewerk, pensioensparen, *finfluencers* die uit het niets superpopulair worden ... Ideaal om mijn karretje aan te hangen en op een heldere manier uit te leggen waarover het gaat. Jongeren reizen bijvoorbeeld graag, daar kan ik verder op bouwen om iets als wisselkoersen uit te leggen. Waar velen ook mee *strugglen* is de vraag of ze later nog wel een huis gaan kunnen kopen. Een terechte bezorgdheid, maar ik vind dat we jongeren hierin wel wat mogen geruststellen en meer context geven. Vroeger kochten mensen misschien wel een huis op jonge leeftijd, maar tijden veranderen. Wie nu een huis kan kopen op zijn 25e, is eerder de uitzondering dan de regel. Maar als je 25 bent, heb je nog een heel leven voor je. Jezelf onnodige druk opleggen, is dus geen goed idee. Sociale media spelen hier natuurlijk een grote rol. Er wordt te vaak een zwart-witbeeld van onze maatschappij geschetst, waarbij we vooral die jongeren te zien krijgen die het supergoed doen of het heel breed hebben. Maar onze maatschappij is zoveel meer dan dat."

"Ik ben heel dankbaar dat ik bij VRT de kans heb gekregen om mijn weg te vinden en te ontdekken hoe ik mijn *skills* wil inzetten. Je krijgt er de tijd om jezelf te ontwikkelen en sterktes verder uit te bouwen. Als je kansen grijpt, zijn de mogelijkheden hier eindeloos."

"Mijn droom is de Michaël Van Droogenbroeck van de jongeren te worden"



"We maken een plekje vrij voor iedereen en dat vind ik mooi"



Margaux Amant

Presentatrice Studio Brussel

Margaux Amant werd op haar zeventiende ontdekt in een talentenwedstrijd van Studio Brussel. Nu presenteert ze *Pieken* op zaterdagmiddag en is ze copresentatrice van *Schermtijd*.

"Op mijn zeventiende kwam ik bij VRT terecht via Studio Dada, een talentenproject dat destijds door Studio Brussel werd georganiseerd. Ik was toen al een grote fan van Studio Brussel, voornamelijk door mijn papa. Ik stond ermee op en ging ermee slapen. Toen ik me inschreef voor Studio Dada zat ik nog maar in het zesde middelbaar. Hoge verwachtingen had ik dus niet. Maar ik werd toch geselecteerd. Mijn enthousiasme in combinatie met mijn jonge leeftijd moet toch wel indruk hebben gemaakt. Ik volgde een aantal opleidingen om te leren presenteren en mocht hier en daar al eens radio maken terwijl ik Taal- en Letterkunde studeerde in Leuven. In 2019 presenteerde ik mijn eerste programma dat echt on air ging: *Nightcall*. Tijdens de coronaperiode viel alles een beetje stil. Mijn eerste volwaardige opdracht werd *De afrekening*. Nu presenteer ik

elke zaterdagmiddag *Pieken* op Studio Brussel. En ondertussen is mijn eerste presenteerwerk in beeld ook al een feit. Samen met Maureen Vanherberghen en Margaux Bogaert presenteer ik *Schermtijd*, waarin we bij enkele gezinnen langsgaan om hen op weg te helpen in de digitale wereld."

"Radio maken voor een jong publiek is geen makkelijke opdracht. Jongeren zetten minder en minder de radio aan en dus is het aan ons om ze toch te overtuigen om te luisteren. Inspelen op exclusiviteit en op actuele gebeurtenissen die leven bij de jeugd, zijn daarin bepalende factoren. Denk maar aan Billie Eilish die een nieuw album *dropt*. Als we hierover in primeur kunnen uitzenden op Studio Brussel, volgt het jonge publiek wel. Sociale media, en dan voornamelijk TikTok, zijn dé andere manier om hen te bereiken."

"Wat ik merk is dat de jonge generatie een stukje milder en toleranter is geworden. Het is stilaan doodnormaal om op sociale media niet enkel de leuke kanten van het leven te tonen. De modellen van Victoria's Secret

zijn niet langer dé schoonheidsidealen. Ook de diversiteit in onze samenleving komt veel meer aan bod. We maken een plekje vrij voor iedereen en dat vind ik mooi. Ik mag dan wel technisch gezien deel uitmaken van Gen Z, toch identificeer ik me niet helemaal met die generatie. Sommige fashiontrends bijvoorbeeld, daar pas ik voor. Ik ben eerder een *zoomer*, als dat al een woord is. Een Gen Z-boomer." (*lacht*)

"Jongeren consumeren media vandaag helemaal anders dan vroeger. Voor mij is het standaard om, terwijl de televisie opstaat, op mijn gsm nog wat verder te scrollen. Ergens is dat wel jammer, want zo mis je bepaalde dingen. Als programmamaker moet je hier rekening mee houden. Je hebt niet meer de volle aandacht van je kijker. Ik heb geen idee of daar een algemene oplossing voor is. Je kunt niet alles constant spannend houden, anders heb je geen spanningsboog. Maar het zou al niet slecht zijn om te beginnen bij onszelf en af en toe een keer die gsm weg te leggen om je op één ding te focussen. Maar ik geef toe dat dit iets is iets waar ik zelf nog elke dag mee *struggle*." (*lacht*)

Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Nele De Naegel. Zij werkt bij VRT Archief, de onuitputtelijke schatkamer voor vele programma's, waaronder *Alleen Elvis blijft bestaan*, gepresenteerd door Thomas Vanderveken.

Nele De Naegel

Archivaris

Wat houdt je werk precies in?

"Ik ben aan de slag als archivaris. Dat houdt onder meer in dat recent audiovisueel materiaal digitaal wordt opgeslagen en analoog beeld- en geluidsmateriaal wordt gedigitaliseerd. Denk aan het archiveren van een recente Sporza-uitzending of het digitaliseren van oude cassettebandjes en journaalteksten uit de jaren 50. Afdelingen uit eigen huis of externe organisaties schakelen ons ook regelmatig in om gearhiveerd audio- en videomateriaal op te sporen. Dat verwerken ze dan bijvoorbeeld in een uitzending, onlineartikel of tentoonstelling. Voor uitgebreide achtergrondinformatie over een bepaald thema of persoon stellen we dossiers samen op basis van kranten en tijdschriften."

Wat maakt je job zo bijzonder?

"De afwisseling en de schatten aan materiaal waarmee ik werk. Van een recent radioprogramma tot uitzendingen van vijftig tot zeventig jaar geleden, ik ontdek steeds nieuwe, bijzondere en soms zelfs bizarre fragmenten. Mijn wereld is veel groter geworden. Hoewel ik vaak met oud materiaal bezig ben, werk ik met de nieuwste technologieën zoals AI, voor gezichtsherkenning bijvoorbeeld, om de zoektocht te vergemakkelijken. Het stereotiepe beeld van het archief dat altijd in de kelders zit, klopt niet: ons werk evolueert razendsnel. Archiveren is nu veel minder manueel dan enkele jaren geleden en gaat ook een pak sneller."

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

"Een van de hoogtepunten van mijn werk is de jaarlijkse archiefquiz die we voor alle collega's organiseren. De sfeer is altijd geweldig en iedereen reageert vol verbazing en enthousiasme op de verzamelde items. Vooral de interactie tussen oudere en jongere collega's is fijn om te zien. Mensen begeesteren met unieke vondsten, recent of oud, maakt mijn werk echt de moeite waard."



Regisseur Hans Herbots met de cast en crew tijdens de opnames van *This is not a murder mystery* in de plantentuin van Meise.

New8, fictie zonder frictie

Internationale samenwerking geeft lokale creativiteit een podium tot ver buiten onze landsgrenzen

Onder de noemer New8 sloot VRT in 2023 een alliantie met zeven publieke omroepen uit Duitsland, Nederland en Scandinavië om drie jaar lang nieuwe fictiereksen met elkaar te delen. Het doel? Europese topfictie maken en lokaal talent een internationaal podium geven. Tegelijkertijd is het een noodzakelijke strategie om zelf fictie te kunnen blijven produceren.

"We bevinden ons vandaag op een kantelpunt: de abonnementen op onlinevideoplatformen stagneren en wereldwijd herbekijken streamers hun strategie", licht Wim Janssen, aanbodverantwoordelijke bij VRT, toe. Dat zorgt voor een afremming van de gehele fictiesector. "Als VRT willen we voor onze kijkers, makers en partners blijven inzetten op fictie, met het oog op publieke meerwaarde. Daarom moeten we de financiering ervan kunnen voorspellen en keuzes maken. Enkel zo kunnen we nieuw talent ondersteunen en verhalen van eigen bodem vertellen." New8 in een unieke fictiesamenwerking, want elke partner

beslist zelf welke reeks ingebracht wordt. "Het is moedig dat publieke omroepen hieraan deelnemen", zegt Wim. "Elke serie die voorgesteld wordt, moet internationaal potentieel hebben. Maar ze kan dus ook over een klein, lokaal verhaal gaan." Zowel de inbreng als de werking worden doorlopend geëvalueerd. "Ook al is het resultaat pas enige tijd na de samenwerking zichtbaar, we bekijken vandaag wel al welke versterkende effecten en exponentiële groei die kan veroorzaken. Via Europese fondsen kan de impact van lokale creativiteit een stuk verder reiken dan Vlaanderen."

Publieke omroepen hebben een eigen identiteit, die zich ook vertaalt naar hun aanbod. Iets wat onderscheidend is voor New8, stelt Wim. "Een van de doelstellingen was om unieke, intrigerende en ontspannende verhalen van eigen bodem naar de internationale markt te brengen. Van de titels die gepland staan, merk je wel dat het DNA van publieke omroepen overeenkomt. Ook al is de diversiteit enorm. De acht reeksen die in 2025 uitkomen, tonen de rijkdom en relevantie van publieke omroepen. Van een verhaal over de big pharma-industrie (*Elixir*), de evacuatie van Afghanistan (*Kabul*) tot onbevreesd ondernemerschap (*Vanguard*). *The more local you go, the more global you travel*. Ook met onze eigen serie, *This is not a murder mystery* van productiehuis Panenka, maken we de vertaalslag van eigen cultureel erfgoed naar een internationaal publiek."

Verhalen die harten en geesten openen

Elke reeks binnen New8 verrijkt het aanbod van de deelnemende partners. Maar ook omgekeerd brengt de samenwerking een duidelijke meerwaarde aan het fictiegenre. NRK, de Noorse publieke omroep, nam het initiatief om New8 op te richten. "Als publieke omroepen delen we allemaal dezelfde missie en hebben we onze eigen kracht in een competitief medialandschap. In deze tijd is het belangrijker dan ooit om over de grenzen heen nieuwe perspectieven te bieden in onze verhalen", vertelt Marianne Furevold-Boland, Head of Drama bij NRK.

De fictiesamenwerking is de grootste binnen Europa. "De mediasector verandert voortdurend", benadrukt Marianne. "Het publiek is selectiever en de concurrentie wordt steeds sterker. Een *community* als New8 creëert ruimte om elkaar uit te dagen en series te maken die opvallen." Het basisfundament hiervoor is vermaak én betrokkenheid van het publiek. "We willen reeksen maken die een gesprek op gang brengen en ook echt goed zijn voor een samenleving die steeds meer gepolariseerd raakt. In fictie vinden we perspectieven terug over onszelf als maatschappij, als consument en als mens. Door krachten te bundelen, verwezenlijken we verhalen die harten en geesten openen. Via New8 kunnen we eenheid bevorderen, samen innoveren en een bron van kennis zijn voor elkaar. Of dat nu gaat over inhoudelijke dilemma's of nieuwe productietechnologieën."

Het vertrouwen dat de deelnemende omroepen met elkaar delen staat centraal. "Dat is essentieel om ervoor te zorgen dat we fictie maken die kijkers bezighoudt, engageert en een gesprek op gang brengt", verklaart Marianne. "Het voordeel dat we creëren is niet enkel economisch, maar ook maatschappelijk. Zo zijn de fictiereeksen van NRK een weerspiegeling van onze Noorse democratie. Verhalen die gestoeld zijn op de gedeelde waarden van ons publiek, maar net ook het verschil maken. Herkenbaar maar ook prikkelend. Met die instelling wordt een lokaal publiek ook een globaal publiek."

135 miljoen Europeanen bereiken

Het programma dat VRT in 2025 binnen de New8-samenwerking brengt, is een eigenzinnige fictiereeks waarin surrealisme verpakt wordt in een klassieke *whodunit*. "This is not a murder mystery werd

“Door de krachten te bundelen met andere landen, werken we nu plots aan een reeks die meer dan 135 miljoen Europeanen kan bereiken”

Kristoffel Mertens, producer Panenka



“Elke serie die voorgesteld wordt, moet internationaal potentieel hebben. Maar ze kan dus ook over een klein, lokaal verhaal gaan”

Wim Janssen, aanbodverantwoordelijke fictie VRT

geschreven door Christophe Dirickx en Paul Baeten”, zegt Kristoffel Mertens, producer van de serie. “Matthias Lebeer en Christophe kwamen in volle coronatijd met dit originele idee aankloppen. De opnames van onze fictieprojecten lagen op dat moment stil, waardoor er ineens ruimte was voor een creatief project van deze omvang.” Al snel werd duidelijk dat alle betrokkenen bij productiehuis Panenka enorm getriggerd raakten door het idee, maar tegelijkertijd ook dezelfde financiële bezorgdheden deelden. “We trokken vrij snel naar VRT, waar men echt buiten de lijnen durft te kleuren op het vlak van fictie. Het thema van kunst en cultuur, zonder er een historische reeks van te maken, leek een ideale match voor de omroep. Via een toegankelijke *whodunit* leer je bij over surrealistische figuren, zonder dat het als een ‘educatief’ programma aanvoelt. Kort daarna kwam Hans Herbots als hoofdregisseur aan boord en het project was vertrokken!”

Het thema appelleert aan een Europees publiek, maar de productie is Vlaams en blijft volledig in handen van Panenka. “Naast locaties in Ierland wordt de reeks grotendeels opgenomen op tal van indrukwekkende, Vlaamse plekken die perfect passen bij het thema. *This is not a murder mystery* zet daarnaast ook het cultureel erfgoed van het surrealisme, met Brussel als hoofdstad, op een nieuwe manier in de kijker”, merkt Kristoffel op. Authenticiteit blijft het allerbelangrijkste. “We brengen surrealisten van over de hele wereld en casten dus ook *native* acteurs.”

Op het vlak van samenwerkingen was de publieke omroep de juiste matchmaker. Kristoffel: “VRT is sterk in het naar buiten brengen van verhalen van makers en daarvoor de juiste partners met elkaar verbinden. Van een ervaren en gerenommeerde regisseur als Hans Herbots tot jong talent als Matthias Lebeer. En we konden ook rekenen op de onmisbare steun van het Vlaams Audiovisueel Fonds, Screen Flanders en Screen Brussels.” Voor een project als *This is not a murder mystery* is New8 goud waard. “Samenwerken is noodzakelijk bij fictie. Maar in veel gevallen betekent dat ook dat je je rechten en creativiteit voor een stuk uit handen moet geven. Via New8 koesteren we het DNA van de reeks én hebben we toch gegarandeerde financiering. Door de krachten te bundelen met andere landen maken we meteen ook meer kans op Europese subsidies, dankzij Creative Europe en Eurimages. Zo werken we nu plots aan een reeks die meer dan 135 miljoen Europeanen kan bereiken. Uit de grond gestampt door een Vlaams creatief team. Dat belooft voor toekomstige projecten en creatieve ideeën die, letterlijk, de grenzen durven opzoeken”, besluit Kristoffel.

VRT Studio's stilaan op kruissnelheid

“En of we klaar zijn voor de toekomst!”



Het kloppende hart van spraakmakende VRT-producties, dat is VRT Studio's. Het interne productiehuis van de publieke omroep brengt alle productieteams van de netten samen onder één dak.

“Binnen de duurzame, eengemaakte structuur van VRT Studio's kan iemand die voordien bijvoorbeeld enkel voor Ketnet werkte, nu ook zijn, haar of hun talent inzetten om programma's te creëren voor VRT 1, VRT MAX of VRT Canvas”, zegt managing director Gert Verpeet. “Dat biedt niet alleen veel extra mogelijkheden, het bevordert ook de creativiteit en laat ons bovendien toe om efficiënter te werken. Dé beste garantie om relevant aanbod en programma's die ertoe doen, te blijven aanbieden. Lineair én niet-lineair.”

Het DNA van VRT

Katrijn Van Hauwe, senior eindredacteur en lid van de creatieve cel van VRT Studio's, werkt al zeventien jaar voor VRT. Haar geloof in VRT Studio's is groot. “Elk project is telkens weer helemaal anders. Wanneer we erin slagen om ervaren mensen, jonge makers én gespecialiseerde medewerkers samen te brengen voor een project, maken we heel mooie dingen mét het DNA van VRT.”

VRT Studio's werkt zoals elk ander extern productiehuis. Ze functioneren als leverancier en gaan in competitie voor het toegekend krijgen van opdrachten. “Wij zijn natuurlijk wel zo verbonden met VRT dat we denken en werken vanuit dezelfde normen en waarden”, vult Gert aan. En dat VRT-DNA is uniek. Katrijn: “We zijn er voor elke Vlaming. We maken entertainende programma's, kaarten relevante thema's aan, slagen erin heel Vlaanderen in beweging te krijgen en maken het verschil. Er is geen enkele andere mediaorganisatie die zo iets kan bereiken.”

Het zijn de mensen die het verschil maken, daar is Katrijn van overtuigd. “VRT Studio's kan heel breed werken en we kunnen veel genres aan door onze verscheidenheid aan mensen. We hebben talent in huis dat zowel aanbod maakt voor nul- tot vierjarigen,

als voor kinderen, jongvolwassen en het klassieke grote publiek. Dat onderscheidt ons van een extern productiehuis.”

Marie Cabula, *digital creative* in de creatieve cel van VRT Studio's, beaamt dat helemaal. “Als jonge maker krijg je de gelegenheid om de ene dag bezig te zijn met een podcast, de andere dag met een videoreeks. Je leert van alles en wordt multi-inzetbaar. Ik ben hier echt wel mijn droomjob aan het doen.”

Laboratorium

Een programma bij VRT Studio's kan op verschillende manieren tot stand komen. “Dat kan op basis van een briefing van het net, via ontwikkeling vanuit onze creatieve cel of verder bouwend op een idee van een van onze medewerkers. Goede ideeën kunnen van overal komen”, legt Gert uit. “De creatieve cel is eigenlijk een groep mensen binnen VRT Studio's die een klankbord vormen voor bestaande programma's, ideeën mee uitwerken of gericht iets bedenken op basis van een vraag of een briefing.” Marie, werkzaam binnen de creatieve cel, is enthousiast over de ruimte die geboden wordt om te experimenteren in een veilige omgeving. “Ik omschrijf ons wel eens als het laboratorium. Een plek waar nieuwe ideeën worden uitgetest en ontwikkeld.”

Bij VRT Studio's wordt er momenteel aan ongeveer zestig verschillende producties gewerkt, voor de diverse netten en digitale platformen. Katrijn: “Een project waar ik heel trots op ben is De Warmste Week. Met VRT Studio's staan we in voor de captatie vierentwintig uur per dag, de dagelijkse liveshow op VRT 1 en de start- en slotshow op kerstavond. Elk jaar opnieuw is het geweldig om te zien hoe alle VRT-merken daar samenkomen. *Iedereen beroemd* is nog zo'n sterhouder, ondertussen al twaalf seizoenen lang. “In september zal het programma er iets anders uitzien”, verklaart

“Ik omschrijf ons wel eens als het laboratorium. Een plek waar nieuwe ideeën worden uitgetest en ontwikkeld”

Marie Cabula, *digital creative*



“Goede ideeën kunnen van overal komen”

Gert Verpeet, managing director



“We hebben talent in huis dat zowel aanbod maakt voor nul- tot vierjarigen, als voor kinderen, jongvolwassenen en het klassieke grote publiek. Dat onderscheidt ons van een extern productiehuis”

Katrijn Van Hauwe, eindredacteur

Katrijn. “We leggen er een laagje 2024 over.” Ook muzikaal en ander artistiek talent krijgen bij VRT Studio's een prominente plek. “Al wordt het begin van 2025 een hele uitdaging met zowel *Eurosong*, de *MIA's* als *Het Gala van de Gouden K's* in dezelfde periode”, bedenkt Katrijn.

De toekomst

Het spotten van trends en het detecteren van tendensen is een andere sterkhouder van VRT Studio's. “Tien jaar geleden wisten weinig mensen wat een podcast precies was. Nu maken we heel wat van zulke producties. Toen de eerste podcasts hun weg naar de buitenwereld vonden, konden wij hier goed op inspelen doordat we veel specialisten in huis hadden”, legt Katrijn uit.

Als we het over podcasts hebben, komt ook AI om de hoek kijken. De technologie baant zich meer en meer een weg door de media. Jonge makers als Marie zien AI als inspiratiebron. “Ik ben zeker niet bang dat AI mijn job zal overnemen. Integendeel, ik zoek echt bewust AI op om er meer over te leren. Het is belangrijk dat wij als makers kunnen experimenteren met AI-tools en nieuwe technologieën in het algemeen. AI laat mij creatievere dingen maken. Ik gebruik het echt als inspiratiebron.”

Of VRT Studio's klaar is voor de toekomst en het veranderende mediagedrag? Daar twijfelt Gert Verpeet niet aan. “We blijven sterke, kwalitatieve programma's en documentaires maken, en bekijken daarnaast hoe het aanbod op een andere manier geproduceerd kan worden. Met VRT Studio's gaan we heel breed, we omarmen het volledige spectrum van alle mogelijke programma's. Van aanbod voor kinderen over breed informerende programma's met onderwerpen die mensen bezig houden tot ontspannend entertainment en diepgaande documentaires. We zoeken daarbij telkens die manier waarbij we, met straf publieke-opdrachtaanbod, het grootst mogelijke aantal mensen bereiken. En dat is al lang niet meer enkel lineair of in de klassieke beeldtaal.”

“VRT Studio's bestaat ondertussen een jaar”, voegt Katrijn toe. “Als nieuwe speler in een verankerde structuur komen, vraagt tijd, van de mensen én van de netten. Maar ondertussen kunnen de aanbodsmerken zich nu echt op hun *core business* concentreren, terwijl wij doen waar wij het sterkst in zijn: de beste, meest creatieve en origineelste formats bedenken. En wacht maar tot we écht op topsnelheid zitten!” (lacht)



05 impact

“Niet geld bepaalt je succes, wel het verschil dat je maakt in mensen hun leven”

Michelle Obama, voormalig *first lady* van de VS



74
Wanneer programma's het verschil maken

78
Lezen is
springlevend

82
Zin in cultuur?

Impact is

Hoe maken we van de Vlaming een beter, geïnformeerder en geïnspireerder medemens, dat is de achterliggende gedachte bij het creëren van maatschappelijke meerwaarde. Alle VRT'ers gaan daar voor de volle honderd procent voor. Ze streven ernaar om op allerlei manieren, groot en krachtig of klein en subtiel, impact te hebben.

Zo bracht Tom Waes in tien spectaculaire afleveringen onze geschiedenis tot leven in *Het verhaal van Vlaanderen* en bereikte daarmee gemiddeld 1,8 miljoen Vlamingen per aflevering. De impact van de reeks is blijvend. Naast op VRT MAX, is ze immers ook permanent beschikbaar als lesmateriaal voor leerkrachten op Het Archief voor Onderwijs. In het VRT 1-programma *Niks te zien* nam Karl Meesters muzikanten mee op tocht, op zoek naar bijzondere klanken. Vanuit zijn passie voor muziek toont Karl hoe hij positief en met humor omgaat met zijn slechtziendheid.

Samen met Pommeliën Thijs waarschuwde VRT voor gsm-gebruik in het verkeer, met een krachtige bewustmakingscampagne. Het nummer 'Het beste moet nog komen' grijpt naar de keel. De bijhorende videoclip toont het tragische verhaal van een meisje dat wordt aangereden omdat ze afgeleid is door haar gsm. Ze ziet momenten die ze had kunnen beleven aan haar voorbij gaan en beseft dat ze die nooit zal meemaken. Uiteindelijk eindigt het meisje haar leven op het koude asfalt. Een zeer pakkende manier om doelgericht te sensibiliseren over de risico's en mogelijke gevolgen van afleiding in het verkeer.

In het najaar van 2023 zette de documentairereeks *Godvergeten* op VRT Canvas de hele maatschappij in beweging. Ruim drie miljoen Vlamingen kwamen ermee in contact, er verschenen in de nasleep meer dan tweeduizend artikels in de pers én er werd een parlementaire onderzoekscommissie in het leven geroepen om het misbruik in de Kerk verder te onderzoeken.

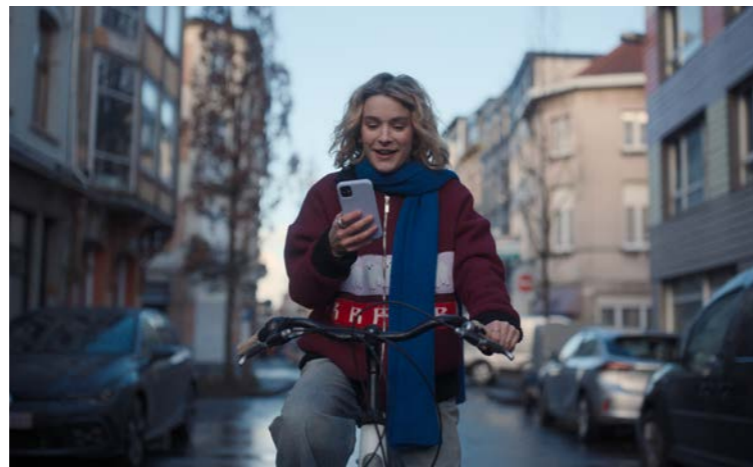
Het VRT 1-programma *Kom op tegen Kanker, alles in de strijd* zorgde er in 2022 voor dat veel meer Vlaamse mannen zich lieten screenen op kanker, in het bijzonder prostaat- en teelbalkanker. In 2024 werden de gevolgen van borstkanker taboedoorbrekend behandeld, met een lach en een traan. Ketnet, MNM en Radio2 sloegen opnieuw de handen in elkaar voor STIP IT tijdens de Vlaamse week tegen pesten. De boegbeelden van de campagne reisden naar plekken waar een stippenlijn gemaakt werd en brachten verhalen over pesten. Jeugdjournaal *Karrewiet* volgde het thema op de voet.

Xavier Taveirne en zijn team vormen met *Radio2 WinWin* de rots in de branding voor alles wat consumentenzaken betreft. En natuurlijk is er De Warmste Week. Vorig jaar vlamde VRT samen met heel Vlaanderen voor een jeugd die kan opgroeien zonder zorgen, dit jaar wordt er gestreden tegen eenzaamheid. Er wordt niet alleen geld ingezameld voor het goede doel, er wordt ook aan bewustmaking gedaan én actie ondernomen om voor mensen concreet het verschil te maken.

Evengoed zijn er kleinere dingen die bekliven. Getuigenissen van luisteraars in *Fien en Thibault staan op* op Studio Brussel doen je inzien hoe verkeerd en nefast verkeersagressie is. In *Goeiemorgen morgen!* op Radio2 voerde The Messy Chef Jelle Beeckman actie om de brooddozen van schoolkinderen te vullen met een gezonde lunch. In een aflevering van de VRT NWS-podcast *Snapt ge mij nu?* kwamen jongeren met ADHD zelf aan het woord om het thema voor die doelgroep bespreekbaarder te maken.

waar het om gaat

De impact van de publieke omroep is groot, daar is iedereen het over eens. Het aanbod van VRT is er voor alle Vlamingen en onderscheidt zich door een niet te missen meerwaarde. De aanpak kan groots zijn, denk aan *De droomfabriek* waarin een volledig voetbalstadion gebarentaal leerde voor de kleine Otto. Maar ook bescheidener, zoals in het MNM-programma *Generation M* waarin op een indrukwekkende manier werd verteld over het belang van te spreken over de pijn van rouwen.



VRT neemt een unieke positie in de maatschappij in. Als publieke omroep staat ze ten dienste van elke Vlaming, met een onderscheidend aanbod op vlak van informatie, sport, cultuur, educatie en ontspanning. Niet alleen wat je ziet en hoort is van tel, ook wat je weet en voelt.



In *Thuis* worden thema's aangesneden die relevanter dan ooit zijn in de samenleving. Denk aan de drugsproblematiek, dementie en genderidentiteit. Fictiereeks *De club* maakte een moeilijk onderwerp, vruchtbaarheidsproblemen, bespreekbaar. In de VRT MAX-reeks *Bloedserieus* gooiden vier bekende vrouwen de gêne die er rond menstruatie bestaat, overboord. Ze deelden alles over hun regels om een taboe te doorbreken.

Iedereen klassiek van Klara en de podcast *Eerste hulp bij klassiek* maakt dan weer klassieke muziek toegankelijk voor jong en oud. Recent lanceerde Klara ook *Classical queers*, een podcastreeks waarin presentator Johannes Wirix-Speetjens wereldberoemde queer kunstenaars weer tot leven brengt. *Zomerhit* werd voor iedereen toegankelijk gemaakt met tolken Vlaamse Gebarentaal die ook in de striemende regen bleven doortolken. De Radio2 Digitour, de Digitale Duik en alle andere initiatieven rond digitale inclusie, informeren de Vlaming over de digitale wereld en helpen ook actief.

Zetten de gesprekken en tips in *Culture club* op Radio 1 je aan om een museum te bezoeken, een boek vast te pakken of een dansvoorstelling te gaan beleven? Word je boos, misnoegd en opstandig na *Pano*-reportages over crisissen in de crèches, onlineoplichtingen of armoede in Vlaanderen? Of kom je, na het bekijken van *Onze natuur*, tot de vaststelling dat we in België prachtige stukjes ongerepte natuur hebben, waardoor je er het volgende weekend opuit wilt trekken? Dat is impact.

Zowel op radio, televisie als online is de lijst van impactvolle voorbeelden groot. Het zijn stuk voor stuk programma's en initiatieven die maatschappelijke debatten op gang brengen. Die de Vlaming raken, prikkelen en in beweging zetten. Daar zet VRT zich elke dag voor in.



“Kennis delen, redt levens. Het is dan ook van wezenlijk belang om op een toegankelijke manier aan bewustmaking te doen en taboes te doorbreken”

Dr. Luc Colemont, maagdarmspecialist

Nieuwe producties die het verschil maken

Bij alles wat VRT maakt gaat de omroep op zoek naar de publieke meerwaarde. Ook heel wat nieuwe producties zullen het verschil maken. Dat ontgaat ook experts niet. Zij steken hun enthousiasme niet onder stoelen of banken. Een kleine greep uit het rijke aanbod.

Wat niemand ziet, op Ketnet

een productie van De Mensen

Ketnet portretteert tien kinderen met een bijzonder verhaal. Hun leven wordt bepaald door iets waar ze zelf geen vat of invloed op hebben. Iets dat je aan de buitenkant niet meteen ziet, maar wat aan de binnenkant veel impact heeft. Mathieu bijvoorbeeld. Zijn mama en papa zijn kapitein, respectievelijk aan wal en op een baggerschip, een job waardoor ze vaak van huis zijn. Of Mira. Zij woont met haar zus en moeder in een opvanghuis voor vluchtelingen. En Moses verloor zijn jongste broertje toen die verdronk tijdens het zwemmen. Alle verhalen worden door de ogen van de kinderen zelf verteld en tonen hoe veerkrachtig ze zijn.

Kinderrechtencommissaris Caroline Vrijens:

“Kinderen zijn volwaardige burgers, ook al stemmen ze niet. Hun kijk op de wereld verdient aandacht. Met *Wat niemand ziet* geeft VRT kinderen een stem en een gezicht. De verschillende werelden en leefomstandigheden waarin kinderen opgroeien en wat ze meemaken, worden vanuit hun perspectief belicht. Het resultaat zijn integere, warme en pakkende reportages van veerkrachtige kinderen. De kinderen lichten een deel van hun leven uit de schaduwzone.”



Mira uit *Wat niemand ziet*

Drugs dus, met Otto-Jan Ham, op VRT Canvas

een productie van Woestijnvis

Een programma met een nuchtere blik op drugs. Dat moest er dringend komen, vond presentator Otto-Jan Ham. Al zijn hele leven fascineren geestverruimende middelen hem mateloos. Maar vooral: Otto-Jan heeft drie jonge dochters. Of hij dat nu wil of niet, het is een kwestie van tijd voor zij in aanraking komen met drugs. Met experts en ervaringsdeskundigen praat hij over het onderwerp.

Drugscommissaris Ine Van Wymersch:

“Als drugscommissaris zie ik hoe sterk de drugsmarkt verandert en hoeveel verschillende drugs er in ons land beschikbaar zijn. Dat baart me zorgen. Mensen informeren en sensibiliseren, laagdrempelig, zonder betutteld te zijn, is echt een noodzaak. De nieuwe psychoactieve stoffen en de synthetische drugs bijvoorbeeld houden stevige, zelfs dodelijke, gezondheidsrisico's in, waarover weinig wordt bericht. Otto-Jan Ham heeft de kunst om op zijn geheel eigen wijze en bij momenten eigenwijs, een sterke, maatschappelijk relevante boodschap te brengen.”

De grote boodschap, met Karine Claassen, op VRT 1

een productie van Free Kings

Journaliste Karine Claassen neemt je mee in de kronkels van onze darmen. Een onderwerp dat we niet zomaar op tafel gooien. Toch hebben onze spijsvertering, de gezondheid van ons darmstelsel en onze stoelgang een grote impact op het dagelijkse leven, op lichaam én geest. Karine zoekt met experts naar oplossingen voor problemen van kijkers en verzamelt tips om de mythes over onze spijsvertering te doorbreken.

Dr. Luc Colemont, maagdarmspecialist, oprichter van Stop Darmkanker:

“Ik ben een grote fan van zulke initiatieven. Kennis delen, redt levens. Het is dan ook van wezenlijk belang om op een toegankelijke manier aan bewustmaking te doen en taboes te doorbreken. Ik zet me al jaren in voor de strijd tegen darmkanker. Hoe vroeger die ontdekt wordt, hoe groter de kans op genezing is. Maar op dit moment doet minder dan de helft van de risicogroep mee aan het bevolkingsonderzoek in Vlaanderen. Een programma als *De grote boodschap* zal dit percentage ongetwijfeld doen stijgen. Zo winnen we niet alleen heel wat gezonde levensjaren, we besparen ook veel leed én kosten in de gezondheidszorg. Dat noem ik een win-win-win. Poepsimpel!”

Sylvie Dhaene (Iedereen Leest) en Paul Hermans (Literatuur Vlaanderen) over het belang van literatuur en lezen in de media

Goesting in boeken!



Lang voor ze kon lezen, zat Sylvie Dhaene al met haar neus in de boeken. Hoewel ze niet door had dat ze die ondersteboven hield. Net als Paul Hermans deed ze haar eerste leeservaringen op met strips, Jommeke bij Sylvie, Kuifje bij Paul. Een dubbelgesprek in Hotel Dumont, een indrukwekkend en prachtig gerenoveerd pand uit 1878, waar auteurs, uitgevers, lezers en vooral veel boeken de gasten zijn.

Boeken zullen nooit verdwijnen. In tegenstelling tot de vele doemberichten zijn Sylvie Dhaene en Paul Hermans ervan overtuigd dat jongeren wél graag lezen, zolang je ze maar de juiste dingen voorschotelt. Zoals de *READ THIS!*-podcast van MNM bijvoorbeeld.

Even situeren: hoe breed zien jullie lezen en literatuur eigenlijk?

Sylvie: "Zo breed mogelijk. Dat kan gaan van een stripverhaal over een literairder werk tot *spoken word*. Maar er is wel een verschil tussen de genres. Een gelaagd verhaal kun je 'diep lezen'. Dan denk je meer na over de tekst en leg je verbanden. Misschien met je eigen leven, bepaalde gedachten, andere teksten ... Diep lezen is een vaardigheid waar je als mens zoveel baat bij hebt. Die gelaagde boeken schuiven wij graag naar voren, omdat je er minder makkelijk mee in contact komt. Maar sowieso: voor iedereen is er een boek, net omdat literatuur en lezen zo breed gaan."

Paul: "Dat diep lezen is essentieel. Je tijd nemen om in een tekst te duiken, een kritische houding aannemen tegenover wat er wordt geschreven of er net empathie voor voelen, aan zelfreflectie doen ... Op een geconcentreerde manier tot rust komen. Dat is geen zweverig geneuzel van de oudere generatie, het is iets van alle tijden. Zowel wij mensen als onze maatschappij hebben daar alleen maar baat bij. Alleen, tot diep lezen kom je niet vanzelf. Je hebt altijd iemand nodig die je inspireert. Mijn ouders hadden heel veel boeken en ook mijn grootmoeder, actrice Ivonne Lex, heeft een immense impact gehad. Zij kon ontzettend goed verhalen vertellen, ik hing echt aan haar lippen. Ook de indruk die sommige leerkrachten hebben nagelaten is reusachtig."

Sylvie: "Ja, dat was bij mij net hetzelfde. Zo herinner ik me nog levendig mijn leerkracht van het derde leerjaar en de schitterende momenten toen we met de hele klas rond haar zaten om samen een boek te ontdekken. Voorlezen is zo belangrijk."

Paul: "Het is superbelangrijk."

Sylvie: "Alles begint met voorlezen. Het doet je ontdekken wat een verhaal is, prikkelt je verbeelding en heeft een positieve invloed op je woordenschat. Voorlezen stimuleert ook je sociaal-emotionele ontwikkeling. En uiteraard: het geeft je leesplezier en zet aan tot zelf lezen. *De voorleesclub* van VRT is dan ook geweldig."

Paul: "Absoluut, echt een goed initiatief. Echt fijn! Er zijn zoveel mooie projecten die leesplezier bevorderen. Dit schooljaar zijn vijftig auteurs gaan voorlezen in middelbare scholen, in richtingen waarin Nederlands en lezen amper aan bod komen. Velen denken: die leerlingen zijn daar hoegenaamd niet in geïnteresseerd. Maar dat is een volledig verkeerd vooroordeel. Er was net heel veel animo. We hebben er creatief schrijven aan gekoppeld en je zag het zelfvertrouwen van de jongeren echt opgekrikt worden. Er zijn kostbare kiemen gelegd voor hun toekomst. Literatuur is niet elitair."

En voorlezen is voor alle leeftijden, niet?

Sylvie: "Absoluut! Het is cruciaal dat het al vanaf de geboorte gebeurt, maar bijvoorbeeld ook in woonzorgcentra. Want voorlezen is ook sámen lezen. Dat is zo krachtig. Het gaat niet alleen over het verhaal, de verbeelding en even weg zijn in een andere wereld, maar ook over sociaal contact. En dat is de dag van vandaag ontzettend hard nodig. Niet toevallig is het thema van De Warmste Week eenzaamheid. Een uitstekende keuze. Wel, ik hoop dat er heel veel projecten met boeken georganiseerd worden. De verbinding wanneer iemand voorleest en iemand anders luistert of wanneer je samen door een boek bladert, heeft een enorm positieve impact op mensen."

"Boeken zijn trouwens een prachtig geschenk. Je moet maar eens kijken hoe kinderen reageren als ze een boek cadeau krijgen, ze zijn oprecht blij. Er wordt te vaak aan negatieve sfeerschepping gedaan:

Paul Hermans staat sinds januari 2020 aan het roer van **Literatuur Vlaanderen**, een publieke instelling van de Vlaamse overheid die werkt aan een rijk, divers en inclusief literair landschap. Dat doet ze onder andere door Vlaamse subsidies te verdelen. Sylvie Dhaene werd in september 2014 directeur van **Iedereen Leest**. Bouwen aan een sterke, brede, toegankelijke leescultuur in Vlaanderen en Brussel is de missie. En mensen zin geven om in boeiende verhalen te duiken. Beide organisaties delen een thuis in het historische Hotel Dumont in Antwerpen.

“Zien lezen, doet lezen. Een flyer van De Leesjury op de koelkast in *Thuis* of *#LikeMe* maakt me blij”

Sylvie Dhaene, directeur Iedereen Leest

kinderen vinden boeken saai, ze lezen niet graag, ze kunnen het ook niet meer ... Die connotatie is jammer, want alle kinderen houden van verhalen en van voorgelezen worden.”

Toch wordt er af en toe gesproken over ‘ontlezing’. Een lelijk woord, maar misschien toch niet helemaal uit de lucht gegrepen?

Sylvie: “Het is een afschuwelijk woord, want het benadrukt weer dat negatieve. Lezen komt te vaak alleen in het nieuws bij horrorverhalen als ‘Vlaanderen staat op de laatste plaats in een internationaal onderzoek’. Maar er zijn zoveel momenten om lezen positief in de aandacht te brengen. Een warme oproep aan de pers: vertel het ook als het goed gaat.”

Paul: “We kunnen niet ontkennen dat leesvaardigheid en leesmotivatie achteruit

gaan bij onze jongeren, daar zijn objectieve onderzoeksresultaten over. Maar ontlezing in de zin van ‘er wordt veel minder gelezen’ klopt niet. Dat gebeurt meer dan ooit. Alleen zijn dat vaak korte, oppervlakkige en willekeurige teksten. Die horen bij deze snelle, vluchtige, digitale tijden. Zo komen we weer uit bij het belang van diep lezen. Dat moeten we stimuleren, op een laagdrempelige, natuurlijke manier. Daarom is er ook veel budget, tijd en inzet nodig om structureel ondersteuning te bieden aan professionelen in onder andere de kinderopvang, scholen en bibliotheken. Zij kunnen echt een verschil maken. Bibliotheken spelen meer dan ooit een cruciale rol als laagdrempelige plek. Bovendien geven ze boeken een langer leven, want helaas liggen die tegenwoordig veel te kort in de boekhandel. In bibliotheken spelen het helse ritme van onze maatschappij en de vrije markt geen

rol. Een boek komt er als cultuurproduct helemaal tot zijn recht.”

Sylvie: “Ik ben wel hoopvol. We zien meer en meer de drang om af en toe de smartphone aan de kant te leggen en een papieren boek ter hand te nemen, individueel, met iemand anders erbij of in groep. Ook bij jongeren. Het is niet aan de orde dat boeken ooit zullen verdwijnen.”

Paul: “Jongeren lezen wél graag, maar je moet hen de juiste dingen voorschotelen. Daar speelt MNM bijvoorbeeld mooi op in met de podcast *READ THIS!*. Daarin worden boeken in het young adult-genre besproken door Shania Gooris en een booktokker (iemand die op TikTok over boeken praat, n.v.d.r.). Zij zijn erg populair bij jongeren en kunnen hen inspireren.”

Wat zien jullie als grote uitdagingen en opportuniteiten voor de toekomst?

Sylvie: “Er moet een positief verhaal geplaatst worden naast alle treurnis. Het is onze verantwoordelijkheid om er als maatschappij voor te zorgen dat mensen goesting krijgen om een boek te lezen. Dat moet zowel van onder- als bovenuit komen. De overheid, de media, wij individuen ... het moet een samenspel zijn. Bibliotheken, boekhandels en uitgevers doen allemaal hun best, maar we moeten een breder verhaal schrijven. Dat vind ik de grootste uitdaging. De media hebben daar een enorme rol in, maar het zou ook goed zijn dat elke liefhebber zich out als lezer: toon dat je het graag doet, wees er trots op. Het zal anderen inspireren.”

Paul: “In april 2024 lanceerden De Lijn, de MIVB, de NMBS en de TEC een gezamenlijke campagne om meer respect te vragen voor hun medewerkers. Overal hingen affiches met portretten van werknemers. Daar stond altijd een *identikit* bij, om te tonen dat die persoon geen robot, maar een mens met gevoelens is. Bij een dame die Angiolina heet, stond er: treinbegeleidster, grote zus, fotografe, boekenwurm. Dat vond ik prachtig.”

Sylvie: “Ja, ik was verrukt toen ik dat zag! De aanwezigheid van boeken en de

zichtbaarheid van lezen is buitengewoon belangrijk. Dat er in een serie of film gelezen wordt, een boekenkast staat of boeken rondslingeren op tafel. Of waarom niet: dat er gesproken wordt over Vlaanderenleestdag, iemand naar een activiteit van de Jeugdboekenmaand gaat of er een flyer van De Leesjury op de koelkast hangt. Als ik zoiets zie in bijvoorbeeld *Thuis* of *#LikeMe* ben ik altijd heel blij. Of als populaire rolmodellen met een boek te bewonderen zijn op sociale media. Zien lezen, doet lezen. De stimulans van literatuur, boeken en lezen in alle mogelijke programma's op elk niveau is zo zinvol.”

Paul: “De samenwerking met VRT verloopt heel goed. Grote dank aan iedereen die daar een groot hart heeft voor literatuur en boeken. Als het aan ons ligt, wordt de frequentie nog opgevoerd en is dit het begin van iets dat openbloeit tot grootse proporties. We dienen hetzelfde doel: we zijn publieke instellingen die de Vlamingen willen inspireren en hun leven verrijken. En dat leven is literatuur. Het heeft zoveel in petto, van het grootste geluk tot de vreselijkste ellende en alles daartussenin. Of zoals de Iraanse schrijver Sadegh Hedayat het in zijn meesterwerk ‘De blinde uil’ zo treffend zegt: ‘Wat is het leven anders dan één lachwekkende vertelling, één fantastisch, stompzinig sprookje?’ Zelf zou ik het iets blijmoediger verwoorden, maar de man heeft wel gelijk. Literatuur is zeker niet ouderwets of achterhaald, integendeel. Het heeft nog steeds de kracht om ogen, deuren, zelfs werelden te openen. En het helpt ons om alles uit ons leven te halen. Sta me toe om te eindigen met wat gevoel voor drama: lezen is van levensbelang.”

“Als het aan ons ligt wordt de samenwerking met VRT iets dat openbloeit tot grootse proporties”

Paul Hermans, directeur Literatuur Vlaanderen

VRT: het grootste cultuurhuis van Vlaanderen

“Cultuur zit echt in het DNA van de publieke omroep”, zegt **Karen Donders**, directeur Publieke Opdracht, Talent & Organisatie. “In het mediadecreet en de beheersovereenkomst wordt cultuur beschreven als een van onze kernopdrachten. Terecht. Het voelt allesbehalve aan als een opgelegde taak die we moeten afvinken op een lijst. Met een boutade wordt VRT wel eens omschreven als het grootste cultuurhuis van Vlaanderen. Dat voelt ook echt zo aan bij alle collega's. De afgelopen jaren hebben we de opdracht met heel veel *goesting*, ambitie en expertise omarmd. Dat doen we met grote projecten als de heropening van het KMSKA en het Ensorjaar, maar ook met kleinere en intiemere programma's. En uiteraard is er ons dagelijkse culturaanbod op bijvoorbeeld Klara en VRT Canvas.”

“Alhoewel ik er soms te weinig tijd voor heb, ben ik zelf een fervente lezer”, zegt Karen enthousiast. “Ik maak ook veel gebruik van de *VRT Lees mee*-nieuwsbrief, die het trouwens heel goed doet. De leesmicrobe heb ik meegekregen van mijn ouders, elke week gingen ze met mij naar de bibliotheek. Ik vind het heel belangrijk om die boekenliefde op mijn beurt door te geven aan mijn eigen kinderen. En het is ook een cruciale taak van de publieke omroep om leesplezier aan te wakkeren en ontlezing tegen te gaan. Er is een enorme diversiteit aan genres en auteurs, letterlijk voor elk wat wils. Als je met het juiste boek in contact komt, is er niemand die lezen niet leuk vindt.”

“Het aanbod van de publieke omroep over literatuur, lezen en voorlezen is zowel breed als verdiepend. Dat willen we de komende jaren absoluut verderzetten. November is bij VRT *Boekenmaand*, dan besteden al onze merken er extra veel aandacht aan. Maar we brengen gedurende het hele jaar een mooi aanbod. Denk maar aan de *Voorproevers* op Radio 1 en de podcast *Leesbaar* op VRT MAX. Voor tieners is er de podcast *READ THIS!* op VRT MAX, voor kinderen *De voorleesclub* op VRT 1 en VRT MAX en ook op tournee door Vlaanderen. In programma's als *Culture club*, *Touché*, *Pompidou*, *De afspraak*, *De zevende dag* en *Winteruur* komen vaak auteurs aan bod of wordt er over boeken en lezen gesproken. Maar dat gebeurt ook op andere momenten, op al onze zenders en kanalen, ook in aanbod dat je misschien op het eerste gezicht niet meteen linkt aan cultuur. Verder gaan we ook actief op zoek naar momenten waarin we boeken en lezen op een natuurlijke en inspirerende manier zichtbaar kunnen maken, bijvoorbeeld in fictieprogramma's als *Thuis* en *#LikeMe*.”

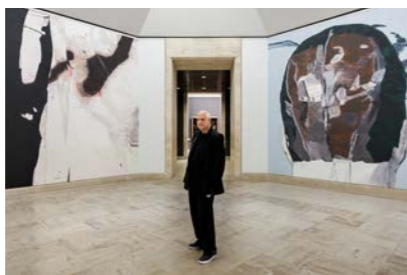


De voorleesclub on tour met Ann Reyman



Zijn cultuur?

Een crime scene in het Louvre bezoeken? Of liever een ziedende Peter van den Eede op de planken zien schitteren? Ontdekken wat de internationaal gerenommeerde fotografe Cindy Sherman gemeen heeft met James Ensor? Je verliezen in pakkende muziek of in een goed boek? Vijf gepassioneerde VRT'ers delen hun cultuurtips.



Chantal Pattyn,
nethoofd Klara

Luc Tuymans in het Louvre, Parijs

"Toen het Louvre in Parijs Luc Tuymans, altijd een graag geziene gast bij *Pompidou* op Klara, om een bijdrage vroeg, ging hij meteen voor de moeilijkste weg. Een zeshoekige kamer, op het einde van de gang waar de hoogtepunten van de Franse schilderkunst te zien zijn, richtte hij in met vier gigantische werken. Strikt genomen zijn het geen fresco's, want hij gebruikte sneldrogende theaterverf. Een technisch huzarenstukje. Het werk, 'L'Orpelin', verwijst naar 'The Orphan', een oud schilderij van Tuymans dat nergens meer te bespeuren is en het afgeknakte hoofd van een marionet voorstelde. In het Louvre is dat achterhoofd opgeblazen tot een werk van meer dan vier meter op vier meter. Ongemakkelijk om naar te kijken, want Tuymans verwijst naar een stuk bloederige Franse geschiedenis waarin de guillotines overuren draaiden. Voor de andere werken baseerde hij zich op een YouTube-filmpje van een kunstenaar die zijn palet en penselen reinigt. Op deze manier brengt hij de actieve kunstenaar in het Louvre binnen. Het zijn bijna abstracte werken. Alleen wie weet wat het voorstelt, zal de hand, de kiel en het palet van de schilder herkennen. Je wordt gegrepen door de spatten rode verf. En je vraagt je af: wie is die man eigenlijk? Wat zie ik? Een schilder? Een misdadiger? Een *crime scene*? Ook de formaten blazen je omver. Je krijgt een jaar de tijd om de vier werken te gaan bekijken, want gezien de gebruikte verfsoort zullen ze 'verdwijnen'. Waarmee Tuymans een bijzonder spoor heeft nagelaten."



Jan Sulmont,
coördinator Cultuur,
Literatuur en Taal

Opening Night van DE HOE

"Het TheaterFestival vindt afwisselend plaats in Antwerpen, Brussel en Gent. In september 2024 is het aan DE SINGEL om, samen met zes andere locaties in Antwerpen en één in Sint-Niklaas, de beste recente podiumsuccessen te serveren. Radio 1 gaat er live met *Culture club*. Mijn tip: *Opening Night* van DE HOE, dat me eerder al van mijn sokken blies op Theater aan Zee in Oostende. Wat een visueel wervelende voorstelling! De cameraman die zijn indrukwekkende close-ups projecteert op grote gordijnen is een even bepalend personage als de topcast met onder meer Greg Timmermans, Natali Broods en Peter Van den Eede. Die laatste steelt in *Opening Night* de show met een ziedende monoloog waar zijn kwaaië treinman uit *Iedereen beroemd* een puntje aan kan zuigen."



Kaat Willems,
redactrice *De zevende dag*

Stef Kamil Carlens, Emma Bale en Iskander Moon

"Door mijn werk bij *De zevende dag* krijg ik de kans om veel artiesten persoonlijk te ontmoeten. Het is ongelooflijk boeiend om uit de gesprekken met hen de context rond het maken van een plaat te ontdekken. Dat zorgt er vaak voor dat de muziek nog dieper binnenkomt. Drie artiesten hebben mij het afgelopen seizoen bijzonder geïnspireerd: Stef Kamil Carlens, Emma Bale en Iskander Moon. In 'Walk On Red, Stop On Green', zingt Stef Kamil over hoe je in je leven soms tegen de stroom in moet gaan. Ik hou ook ontzettend van de geweldig warme klanken in de trilogie van Emma Bale, die ze dan ook nog eens in drie talen schrijft. En dan is er Iskander Moon met 'Berlin'. Ik kende het lied al, maar zijn versie bij *De zevende dag* ontroerde me enorm. Die opname beluister ik vaak *on repeat*."



Natai Herremans,
producer Cultuur en
Literatuur

Cindy Sherman in het FOMU, Antwerpen

"Vanaf 28 september 2024 kun je in het FOMU in Antwerpen de eerste grote solotoonstelling van de Amerikaanse fotografe Cindy Sherman in België bezoeken. Die valt binnen het Ensorjaar 2024 en wij plannen met VRT in het FOMU een heuse MNM-party met dj tijdens de Ensornacht 2024. Sherman en Ensor hebben best veel met elkaar gemeen. Ze spelen graag met vermommingen bij wijze van maatschappijkritiek en houden elk op hun eigenzinnige en soms confronterende manier de samenleving een spiegel voor. Ik leerde Cindy Sherman enkele jaren geleden kennen toen ik startte bij VRT en ik voor de sociale media van Klara enkele tentoonstellingen mocht bezoeken. Zij is een van de artiesten die me sindsdien altijd is bijgebleven."



Sander Beusen,
producer MNM

READ THIS! op VRT MAX

"Geef mij een boek en ik ben *content*. De laatste Marnix Peeters is nog maar net uit of daar ligt de nieuwe van Lionel Shriver alweer te wachten. Met af en toe een herleesbeurt van Jeroen Brouwers of Philip Roth tussendoor. MNM maakt al enkele seizoenen de podcast *READ THIS!*. Daarin bespreken Shania Gooris en boektokker Yasmine (@thebookishyasmine) *young adult*-boeken. Nu ben ik niet meer helemaal de doelgroep van de dames, maar ik heb er toch al goede boeken en auteurs leren kennen. En geleerd dat jongeren Patti Smith, Jane Austen en zelfs Franz Kafka nog kennen. Er is altijd hoop. De eerste drie seizoenen van *READ THIS!* ontdek je op VRT MAX."

Achter de schermen



Achter elke radiopresentator, iedere podcasthost of elk televisiegezicht staat een straf team van collega's klaar. Denk aan designers, archivariissen of *tech wizards*: stuk voor stuk schakelen ze hun talent in om bij VRT het onderste uit de kan te halen. Zo ook Jan Sprengers. Hij zorgt voor de juiste muzieknoden op Radio 1, bijvoorbeeld in *De wereld van Sofie*, met Sofie Lemaire.

Jan Sprengers
Muziekproducer Radio 1

Wat houdt je werk precies in?

"Als muziekproducer bij Radio 1 coördineer ik alles op het vlak van livemuziek, van intieme akoestische optredens tot de *Radio 1 Sessies*. En ik stel ook de muziekljsten samen. Daarvoor selecteer ik de perfecte *tracks* voor programma's zoals *De Wereld van Sofie* of *Zijn er nog vragen?*. De platen die je hoort tijdens de uitzending, passeren dus eerst langs mij. Het samenstellen van de muziekljsten voelt soms aan als boekhouden: ik zorg voor een goed evenwicht tussen mannelijke en vrouwelijke artiesten, Nederlandse- en anderstalige nummers. Het is snel duidelijk of iets past bij de sfeer van Radio 1, de muziek kan variëren van rock tot indie."

Wat maakt je job zo bijzonder?

"Ik blijf moeiteloos op de hoogte van de laatste muziektrends, ontdek dagelijks nieuwe nummers en dat allemaal dankzij mijn werk. Voor elk programma zoek ik bijpassende muziek, wat me de kans geeft om binnen verschillende decennia ook minder bekende *songs* te leren kennen en voor te stellen."

Wat is het leukste dat je professioneel al meemaakte?

"Tijdens mijn jaren als presentator en verantwoordelijke voor festivalproducties bij Studio Brussel beleefde ik vaak gekke dingen. Een van de meest levendige herinneringen? De Red Hot Chili Peppers hebben ooit spontaan een nogal schunnig, gewaagd liedje voor mij gezongen tijdens een uitzending. Ze waren niet in de stemming voor een interview. John Frusciante was net terug in de band en op mijn vraag of ze blij waren met zijn terugkeer, besloten ze de interviewvragen te negeren en wat te gaan zeveren. Op dat moment kun je als presentator ervoor kiezen om je op te winden of erin mee te gaan. Ik koos voor het laatste." *(lacht)*



of **2/3** smos ham kaas



of **3** rode rozen



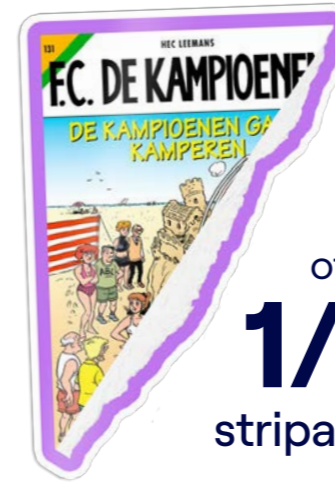
VRT kost de Vlaming 3,48 euro per maand. Voor dat bescheiden bedrag krijg je een ontzettend rijk aanbod van VRT MAX, VRT NWS, Sporza, VRT 1, VRT Canvas, Ketnet, Ketnet Junior, Radio 1, Radio2, Klara, Studio Brussel, MNM, De Tijdloze, VRT Radio Bene en zoveel meer. Radio, televisie én online. Bijzonder veel waar voor je geld.



of **1** deodorant



of **1** ananas



of **1/2** stripalbum



of **1/4** bioscoopticket

Wat kun je kopen voor **€3,48?***



of **4** blikjes frisdrank



of **1** sok



of **7** rollen toiletpapier

Bedankt

voor het compliment

"De kwaliteitsvolle langetermijn-samenwerking tussen VRT en Flanders Classics toont hoe twee leidende actoren binnen het wielerslandschap elkaar blijvend vinden. VRT speelt een innovatieve rol op het vlak van tv-producties in een internationaal landschap."

Tomas Van Den Spiegel,
CEO Flanders Classics

"Ik vraag het aan is Niels Destadsbader op het lijf geschreven, omdat hij er zijn kwaliteiten als zanger en presentator perfect kan in combineren. Niels zingt, presenteert én knoopt zinvolle gesprekken met gasten aan. Straf!"

Bram De Brabander, mediawatcher
Het Laatste Nieuws

"Iedereen helpen om voorop te blijven in het digitale tijdperk, dat is de ambitie van zowel Telenet als VRT. Samen konden we die waarmaken tijdens de Digitale Duik waarin we digistarters een duwtje in de rug gaven en anderen de digitale wereld verder lieten ontdekken."

John Porter, CEO Telenet

"Aurélie Boffé, Wim De Vilder, Ivan De Vadder, Annelies Van Herck en alle andere VRT-collega's waren ook winnaars van de verkiezingen. Supersterk! Eén nadeel: door jullie bleef ik, ondanks het zalige weertje buiten, 12 uur lang aan de zetel gekluisterd."

Nico Milo, transport- en
mobiliteitsexpert



"Fijn dat de publieke omroep voor stakeholders de bijeenkomst 'VRT Connect' organiseert, om samen in debat te gaan over ons vakgebied. Ik had boeiende gesprekken over een leven lang leren en het belang van grote ambities voor een rijk Standaardnederlands als emancipatorisch middel."

An De Moor, talenbeleidcoördinator
Odisee & KU Leuven campus Brussel



"Restaurant Misverstand heeft indruk gemaakt. Echt sterk en bovenal respectvol werk van de makers."

Nathalie Meert, communicatie-expert

"Al twaalf edities van *Iedereen klassiek* in Brugge. Ik ben enorm trots op dit muzikale feest, een groot succes dankzij de samenwerking tussen Klara en vele partners."

Franky Demon, voorzitter Brugge Plus

"Het ontsluiten van het educatief aanbod van VRT naar leerlingen en leerkrachten via Smartschool helpt scholen om een van hun kerntaken te vervullen: leerlingen klaarstomen voor een plaats in onze maatschappij."

Jan Schuer, CEO Smartschool

"Door de bomen is een van de weinige programma's waar het niet flitsend en luid moet zijn. Het is een aparte natuurdocumentaire. De kijker kijkt David Attenborough-gewijs toe hoe een mens veertig minuten lang omgaat met het alleen zijn. En zijn reflecties, innerlijke stemmen en gedachtes deelt."

Eva De Poorter, mediajournalist
Het Nieuwsblad



Meer weten?

Jaarbeeld digitaal

In de **digitale versie van dit magazine** vind je een selectie van de verhalen, aangevuld met heel wat extra's.



Scan de QR-code en ga naar het digitale Jaarbeeld.

Jaarverslag

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



Scan de QR-code en lees het Jaarverslag 2023.

Het ABC van VRT

Nog niet uitgelezen over VRT? Je vindt meer interessante weetjes op vrt.be.



Scan de QR-code en snuister door Het ABC van VRT.

Bezoek VRT

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



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

Contact

Vlaamse Radio- en
Televisieomroeporganisatie
VRT nv van publiek recht
Auguste Reyerslaan 52
1043 Brussel
België
+32 2 741 31 11



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

Colofon

Productie

Bob Vermeir, Jasper Coppens, Karen De Meyere,
Lesley Hernalsteen, Noëlla Goossens

Redactie

Bart Verbeeck, Camille Goris, Janne Delbeke,
Lennert De Reze, Lisa Dupond, Marianne De Baere,
Matthias Van Milders, Nikki Peeters, Robin Broos,
Robin De Veen, Stijn Grobet

Fotografie

Belga, Boris Vermeersch, Chloe Zeelmaekers,
Cindy Sherman, Damon De Backer, De Mensen,
Dingie, Geert Van Hoeymissen, Geronimo, Ilias Van
Bambost, Johan Jacobs, Jokko (Joris Bulckens), Joris
Casaer, Koen Broos, Michel Vertongen, Milo Weiler,
Musée du Louvre/Florent Michel, Nyklyn, Panenka,
Rebecca De Cavel, Rebecca Fertinel, Rik Meganck,
Roel Welling, Shana Listes, Thomas Geuens,
Thomas Van Goethem

Vormgeving

Jessie De Brandt, Flore Robberechts

Druk

Drukkerij Van der Poorten

© VRT 2024
V.U. Bob Vermeir



SAMEN VLAMMEN TEGEN EENZAAMHEID



**DE
WARMSTE
WEEK**